

Een onderzoek naar surfgedrag en usability bij kinderen

onder redactie van Remco Pijpers en Thomas Martejn, mei 2008

KLIK EN KLAAR



Over de auteurs en de onderzoekers

Remco Pijpers is expert jeugd en media, en is samen met Justine Pardoën (hoofdredacteur Ouders Online) verantwoordelijk voor de activiteiten van de stichting Mijn Kind Online. Sinds 1997 is het thema 'kinderen en media' zijn grote passie. In 2001 was hij chef redactie van KidsPlanet.nl en in 2003 betrokken bij het opzetten van de krant KidsWeek. Hij schreef mede het kinderboek 'Kindertelefoontips van Carry Slee' en met Justine Pardoën het boek 'Verliefd op Internet – over het internetgedrag van pubers'. Ook coördineerde hij de jongerencampagne InternetSOA.nl en is hij mede-organisator van de Gouden @penstaart-verkiezing van de beste kinderwebsite van het jaar.

Thomas Marteijs is sinds 2002 werkzaam bij 2C Usability en heeft zeer veel verschillende onderzoeken met kinderen uitgevoerd, variërend van educatieve software en websites tot websites die meer op ontspanning en vermaak zijn gericht. "De combinatie van de spontane reacties van kinderen en de interpretatie van deze reacties maken usability onderzoek bij kinderen nog interessanter dan het testen met volwassenen", aldus Thomas.

Maartje Bosman heeft sinds zij werkzaam is bij 2C Usability regelmatig onderzoeken met kinderen uitgevoerd. Deze onderzoeken variëren van educatieve software tot toegepaste websites voor scholieren en algemeen surfgedrag van kinderen. "Het werken met kinderen is erg leuk", vindt Maartje, "aangezien ze vaak al erg behendig zijn met internet en erg duidelijk uitspreken wat zij goed en minder goed aan een website vinden".

Wouter van den Berg is een van de oprichters van 2C Usability en is sinds de overname verantwoordelijk voor al het website-onderzoek binnen MetrixLab. Sinds 1999 houdt Wouter zich bezig met usability onderzoek naar websites en toepassingen, waarbij zeker sinds de geboorte van zijn eerste zoon usability – en meer in het algemeen het internet – voor kinderen zijn bijzondere aandacht hebben. Wouter is van mening dat internet vele malen gebruiksvriendelijker kan en dat volwassenen zich veel beter moeten inleven in hoe een website, online informatie en interactie op kinderen overkomt.

Eline Dijkerman is afgestudeerd kinder- en jeugdpsychologe. Tijdens haar studie heeft zij veel onderzoek met kinderen gedaan. Voor een grootschalig onderzoek naar pestgedrag van kinderen heeft zij verscheidene basisscholen bezocht en kinderen geïnterviewd. Ook binnen 2C heeft zij voor verschillende websites en digitale leeromgevingen vraaggesprekken met kinderen gevoerd.

inhoud

- 1** Inleiding – 4
- 2** Opzet en uitvoering van het onderzoek – 7
- 3** Het surfgedrag van Nederlandse kinderen (8-12 jaar) – 12
- 4** Populaire kindersites getoetst – 18
- 5** Usability-bevindingen per thema – 53
- 6** Aanbevelingen voor makers van kindersites – 71
- 7** Aanbevelingen voor ouders en leerkrachten – 76

bijlagen

- A** Internetgedrag van kinderen van 8-12 jaar
(online enquête) – 79
- B** Groepsgesprekken – 97
- C** De ideale website volgens kinderen – 106



Inleiding



Hoofdstuk 1

KLIK EN KLAAR

Een onderzoek naar surfgedrag en usability bij kinderen
stichting Mijn Kind Online + 2C Usability • mei 2008



De stichting Mijn Kind Online ontplooit tal van activiteiten om ervoor te zorgen dat kinderen veilig, effectief en succesvol gebruik kunnen maken van het internet. De kwaliteitsverbetering van websites voor kinderen speelt daarbij een belangrijke rol. Vandaar ons onderzoek naar het surfgedrag van kinderen en de usability (gebruikersvriendelijkheid) van kindersites, waar dit rapport verslag van doet.

De onderzoeksresultaten kunnen op verschillende manieren gebruikt worden. Ze geven marketeers inzicht in het surfgedrag van kinderen, ze helpen bedrijven en organisaties om nóg betere websites te creëren, en ze helpen ouders en leerkrachten bij hun taken als internet-opvoeders.

Hieronder schetsen we in vogelvlucht de ontwikkeling die kindersites de laatste tijd hebben doorgemaakt. Daarna introduceren we het concept ‘usability voor kinderen’, gevolgd door een korte toelichting op het onderzoek en de onderzoekers. De inleiding besluit met een leeswijzer, waarin de structuur van het rapport verhelderd wordt.

Tien jaar kindersites

Tien jaar geleden, in 1998, startte KidsPlanet.nl. Dat was toen een van de eerste professionele Nederlandse kinder-websites, bemand door een redactie die salaris kreeg voor het maken van online content voor kinderen. Met KidsPlanet wilde de internet-provider Planet Internet kinderen tussen 7 en 12 jaar een veilige, prettige plek op internet bieden. In 1999 riep de jury van de Gouden @penstaart KidsPlanet uit tot beste kindersite van het jaar. “Je kan er actief aan meedoen en hij ziet er vrolijk uit met veel kleuren”.

‘Actief meedoen’ hield destijds in dat je een spelletje kon spelen, dat je mee kon doen aan een prijsvraag, een kleurplaat kon uitprinten en een mailtje kon sturen naar de redactie. Gewoon een ouderwets tijdschrift dus, maar dan digitaal. Het was ‘interactie oude stijl’.

Sindsdien is er veel veranderd:

- er zijn veel meer kinderen online met snellere computers en betere internetverbindingen (waardoor ouders zich minder druk hoeven te maken over hoge telefoonkosten maar meer om ‘computerverslaving’);
- er zijn nu ontstellend veel meer websites voor kinderen, goed en slecht;
- de traditionele ‘content’-site met veel leesvoer en een beetje interactie is vervangen door de kinder-website boordevol multimedia en échte interactie.

Interactie ‘nieuwe stijl’

De interactie ‘nieuwe stijl’ houdt onder andere in dat kinderen nu zélf cartoons kunnen maken (bijvoorbeeld op de site van Nickelodeon) in plaats van alleen maar te kijken naar wat de cartoonproducenten online hebben gezet. Ze kunnen hun eigen filmpjes opsturen naar de redactie van het Jeugdjournaal. Ze kunnen met andere kinderen overal ter wereld gamen, samen, tegelijkertijd, en ze kunnen zelf spelletjes máken (bijvoorbeeld op de site van het Klokhuis).

Op dit moment draait het vooral om *content-creatie* (zelf tekst en beeld produceren) en online contact maken en onderhouden. Meisjes van 8 tot 12 communiceren onderling in virtuele werelden als Habbo Hotel en Neopets, en kleden poppen aan op Stardoll. In deze leeftijdscategorie spelen jongens vaak het *multi-user game* Runescape. Het merendeel van de 8- tot 12-jarigen kletst via MSN, zoekt via Google,



speelt spelletjes op Spele.nl en Nuspelen.nl, en bekijkt filmpjes op YouTube en Clipjes.nl, zo blijkt uit het Jongerenonderzoek 2007 van Qrius. Wat een enorme verandering vergeleken bij 10 jaar geleden!

Dat nieuwe, rijke aanbod is een hele vooruitgang. Voor kinderen is er op internet nu veel vermaak en leerzaams te halen. Er zijn tal van aantrekkelijke kindersites, die steeds vaker de voorkeur van kinderen genieten boven ander media, zoals televisie en tijdschriften.

Usability voor kinderen

Een goede kindersite moet meer dan alleen maar veilig en aantrekkelijk zijn. Hij moet ook betrouwbaar en goed bruikbaar zijn. Je moet er bijvoorbeeld snel je weg in kunnen vinden, begrijpen wat er bedoeld wordt, en niet geconfronteerd worden met onduidelijke popup-schermen.

Daarom is het des te opmerkelijker dat er tot nu toe nog weinig aandacht is geweest voor het onderwerp 'usability voor kinderen'. In Amerika en Israël is *usability* (de technische term voor gebruikersvriendelijkheid) van kindersites wel onderzocht, maar dat al weer zes jaar geleden. En Nederlands onderzoek bestaat al helemaal niet, althans niet voldoende breed van opzet om er algemeen geldende aanbevelingen uit af te kunnen leiden. De onderzoeken die er zijn, beperken zich tot specifieke en meestal ongepubliceerde site-reviews.

Het onderzoek

Reden genoeg dus voor Mijn Kind Online om dit terrein te ontginnen. Daartoe hebben we samenwerking gezocht met 2C Usability, een onderzoeks- en adviesbureau dat gespecialiseerd is in het doen van usability-onderzoek en onder andere initiatiefnemer van de Usability Award is.

2C bleek een prima partner bij het verrichten van het grootste usability-onderzoek met kinderen in Nederland en zelfs Europa tot dusver. We ontdekten mogelijkheden voor kinderwebsites om hun usability te verbeteren en we kregen inzicht in het surfgedrag van kinderen. Hoe handig zijn ze met zoeken naar informatie op internet? Dit rapport geeft daarvan een boeiend beeld.

Leeswijzer

Hoofdstuk 2 behandelt de opzet en werkwijze van het onderzoek
 Hoofdstuk 3 geeft inzicht in het surfgedrag van Nederlandse kinderen
 Hoofdstuk 4 bevat site-reviews van de 24 meest bezochte kindersites
 Hoofdstuk 5 is een sleutelhoofdstuk, met alle usability-bevindingen per thema
 Hoofdstuk 6 bevat aanbevelingen voor website-makers
 Hoofdstuk 7 bevat aanbevelingen voor ouders en leerkrachten

Bijlage A bevat de resultaten van de online enquête
 Bijlage B bevat de resultaten van de groepsgesprekken
 Bijlage C bevat wensen van kinderen voor hun ideale website



Opzet en uitvoering van het onderzoek



Hoofdstuk 2

KLIK EN KLAAR

Een onderzoek naar surfgedrag en usability bij kinderen
stichting Mijn Kind Online + 2C Usability • mei 2008



Om inzicht te krijgen in het surfgedrag van Nederlandse kinderen en hun omgang met specifieke websites, is een onderzoek uitgevoerd bestaande uit drie delen:

- een online enquête;
- groepsgesprekken;
- individuele observaties / interviews.

De online enquête en de groepsgesprekken waren bedoeld om de doelgroep en het surfgedrag in kaart te brengen. De individuele observaties / interviews vormden het eigenlijke usability-onderzoek.

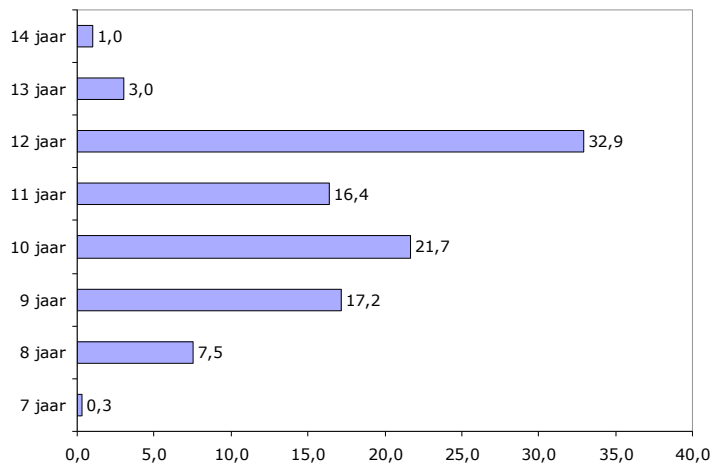
2.1 Online enquête

In november 2007 werd een online enquête uitgevoerd bij kinderen van vijf basisscholen scholen en één middelbare school (brugklas):

- Openbare basisschool It Foarhûs – Drachten;
- Openbare basisschool De Kleine Reus – Amsterdam;
- Jan Ligthart School – Tilburg;
- Christoffelschool, school voor speciaal onderwijs – Didam;
- Openbare basisschool De Communityschool – Amsterdam;
- Hendrik Pierson College - Zetten-Andelst.

De scholen waren geografisch verspreid over heel Nederland, om regionale verschillen te neutraliseren. Eén van de basisscholen was een school voor speciaal onderwijs, om ervoor te zorgen dat ook die leerlingen vertegenwoordigd waren. Aldus ontstond een representatieve steekproef.

De respondenten waren 8 t/m 12 jaar oud (met enkele kinderen die wat ouder of jonger waren maar wel in dezelfde klas zaten en dus hetzelfde niveau hadden). De onderstaande grafiek toont de leeftijdsverdeling. De gemiddelde leeftijd was 10 jaar.



Grafiek: Verdeling respondenten over de diverse leeftijdsgroepen

Van de 700 enquêtes die we ontvingen, waren er 604 geschikt voor analyse (volledig ingevuld, etc.). De verdeling over de geslachten was min of meer gelijk: 311 meisjes en 293 jongens.



Een samenvatting van de resultaten vindt u in Hoofdstuk 3. De volledige enquête met alle relevante vragen en resultaten vindt u in Bijlage A.

2.2 Groepsgesprekken

In november en december 2007 vonden vijf groepsgesprekken plaats op de bovengenoemde scholen, met telkens acht kinderen uit de groepen 6,7 en 8 van de basisschool en de eerste klas van de middelbare school. De groepsgesprekken werden geleid door interviewers van onderzoeksbureau 2C en Mijn Kind Online. Een 2C-medewerker notuleerde.

De onderstaande tabel geeft een overzicht van de verdeling van de leerlingen over de verschillende klassen.

School		Groep 6	Groep 7	Groep 8	Brugklas	TOTAAL
Amsterdam		2	3	3		8
Amsterdam			4	4		8
Drachten			4	4		8
Tilburg			4	4		8
Zetten					8	8
TOTAAL		2	15	15	8	40

Tabel: Verdeling respondenten over de verschillende klassen.

In de groepsgesprekken kwamen de volgende thema's aan de orde:

- de omgang met internet
- aanmelden & Privacy
- reclame
- "Wat doe je als ... ?"
- de ideale kinderwebsite

De discussie werd op gang gebracht door middel van open vragen. Vervolgens werden er specifieke vragen gebruikt om dieper in te gaan op de onderwerpen die de leerlingen uit zichzelf naar voren brachten.

Zoals gezegd waren deze groepsgesprekken mede bedoeld 'voor eigen gebruik', om de onderzoekers in de gelegenheid te stellen de individuele observaties / interviews optimaal voor te bereiden. Voor zover de resultaten interessant zijn voor een groter publiek, zijn die opgenomen in dit rapport. Een relevante selectie is verwerkt in hoofdstuk 3 en een volledig overzicht is opgenomen in de bijlagen B en C.



2.3 Individuele observaties / interviews

Het usability-onderzoek, oftewel het onderzoek naar de omgang met specifieke websites en de problemen die daarbij kunnen optreden, werd uitgevoerd in november 2007 en januari 2008, door middel van individuele observaties en interviews.

Hieronder volgt een nadere toelichting op de werkwijze die daarbij gehanteerd is, waarbij ook wat dieper wordt ingegaan op usability-testing bij kinderen.

Kinderen en usability

Over de manier waarop volwassenen omgaan met websites is inmiddels al veel bekend, maar usability voor kinderen is nog tamelijk onontgonnen terrein. In 2002 testte de Nielsen Norman Group Amerikaanse en Israëlische kinderwebsites met 60 kinderen (*Usability of Websites for Children, 70 Design Guidelines*). Nielsen kwam onder andere tot de conclusie dat kinderen klikken op advertenties. Op zijn website useit.com zegt Nielsen hierover: “Unlike adults [...] kids tend to view ads as content, and click accordingly”.

Drie jaar daarna deed hetzelfde bedrijf een uitgebreide test met tieners tussen 13 en 17 jaar (*Teenagers on the web*). “Teenagers don't like to read a lot on the Web. They get enough of that at school.”

Over de manier waarop Nederlandse kinderen websites gebruiken, tastten we tot nu toe nog redelijk in het duister. Er wordt wel steeds vaker met kinderen op usability getest (voor de ontwikkeling van specifieke websites) maar er was nog geen generiek onderzoek gepubliceerd. Het huidige onderzoek is dus het eerste in zijn soort.

Testen met kinderen

Testen met kinderen gaat ongeveer hetzelfde als bij volwassenen. De proefpersonen voeren opdrachten uit op websites, zoals “Probeer op deze website uit te vinden hoe hoog de Eiffeltoren is” en vertellen zo goed mogelijk hoe hen dat vergaat.

Een verschil met testen bij volwassenen is dat kinderen moeilijker hun doen en laten onder woorden kunnen brengen. Kinderen antwoorden sneller “Weet ik niet” op vragen, of hullen zich in stilte, zich concentrerend op hun surf-activiteit. Ze moeten dus een handje geholpen worden. Dat gaat als volgt:

- eerst worden ze op hun gemak gesteld. Niet met concrete opdrachten op de computer, maar met vragen over hun hobby's en hun internetgebruik. Ze krijgen de kans hun favoriete site te laten zien en uit te leggen wat daar zo leuk aan is;
- de kinderen worden niet al te dwingend benaderd. Zo voelen ze zich vrij en ontspannen, zodat het risico op ‘dichtklappen’ geminimaliseerd wordt;
- de kinderen worden zo min mogelijk voorgezegd, maar daar waar nodig (als ze vast komen te zitten) wel een beetje geholpen;
- net als volwassenen die aan een usability test meedoen, zijn ook kinderen geneigd om de testcoördinator een plezier te doen door het ‘goed’ te willen doen. Dat is niet de bedoeling. Het gaat er immers om om problemen op websites aan het licht te brengen en daar moet je juist fouten voor maken. Het kind krijgt dus te horen dat het helemaal niet erg is om fouten te maken, sterker nog: dat het juist goed is om fouten te maken.

Uitvoering van het usability-onderzoek

‘Gevoed’ door het kwantitatieve onderzoek (de online enquête) en de groepsgesprekken konden de individuele tests worden uitgevoerd. De proefpersonen waren afkomstig van de bovengenoemde scholen.



Voor het onderzoek werden 50 kinderen geselecteerd. We vroegen daartoe aan hun leerkrachten om een evenwichtige verdeling te maken waarin alle typen kinderen vertegenwoordigd waren, variërend van online bollebozen tot kinderen met weinig internet-ervaring.

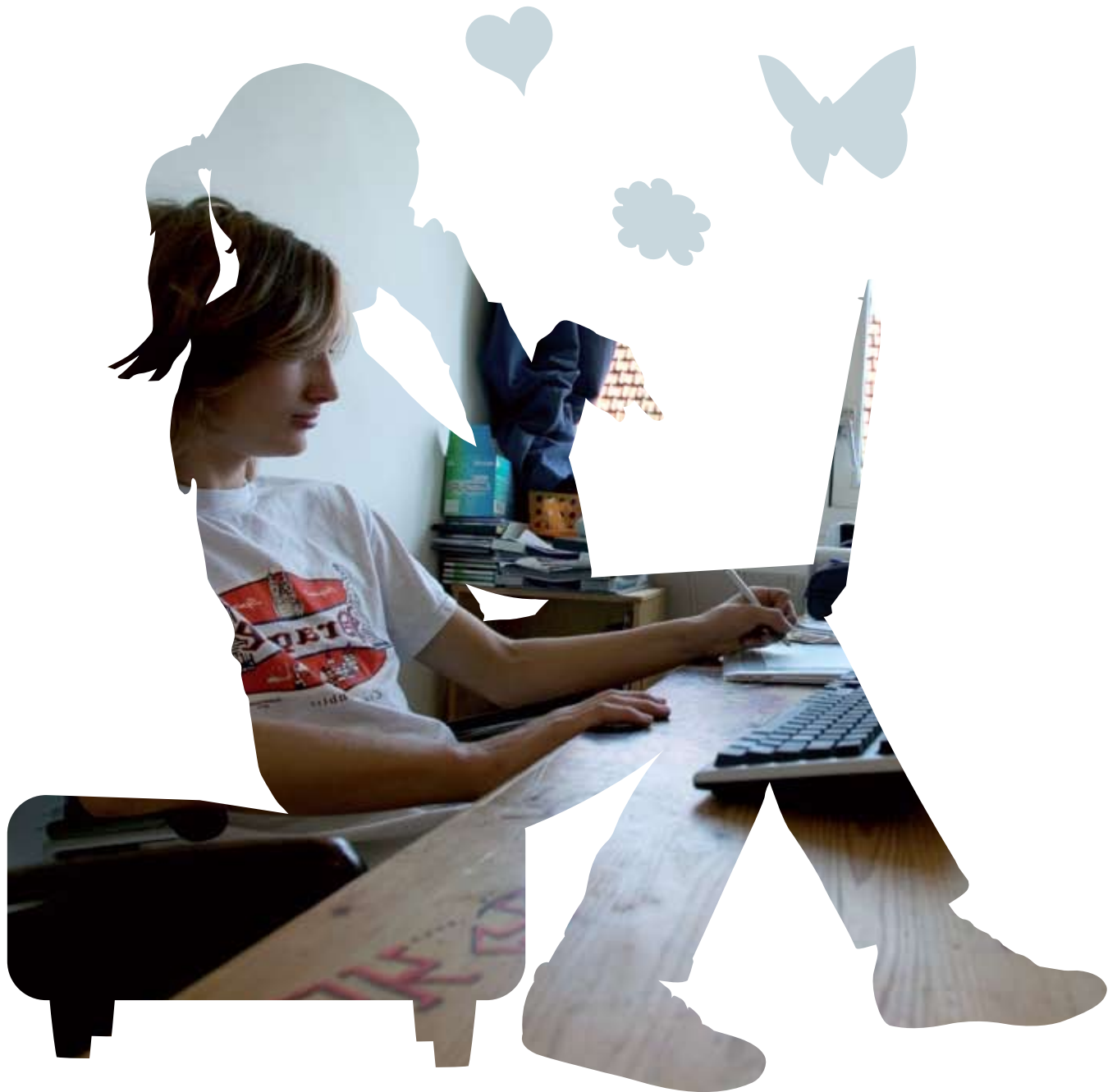
Voorafgaand aan de test kregen de proefpersonen enkele algemene vragen over hun computergebruik en internetervaring. Het eigenlijke onderzoek bestond uit een vrije surfopdracht en een aantal concrete opdrachten. De tests vonden plaats op de betrokken scholen en werden uitgevoerd door twee onderzoekers van het bureau 2C Usability.

De resultaten vindt u terug in de volgende twee hoofdstukken:

- Hoofdstuk 4 waarin de 24 populairste kindersites afzonderlijk beschreven zijn;
- Hoofdstuk 5 waarin de usability-bevindingen per thema geordend zijn.



Het surfgedrag van Nederlandse kinderen (8-12 jaar)



Hoofdstuk 3

KLIK EN KLAAR

Een onderzoek naar surfgedrag en usability bij kinderen
stichting Mijn Kind Online + 2C Usability • mei 2008



Het surfgedrag van Nederlandse kinderen kan beschreven worden aan de hand van de volgende hoofdvragen:

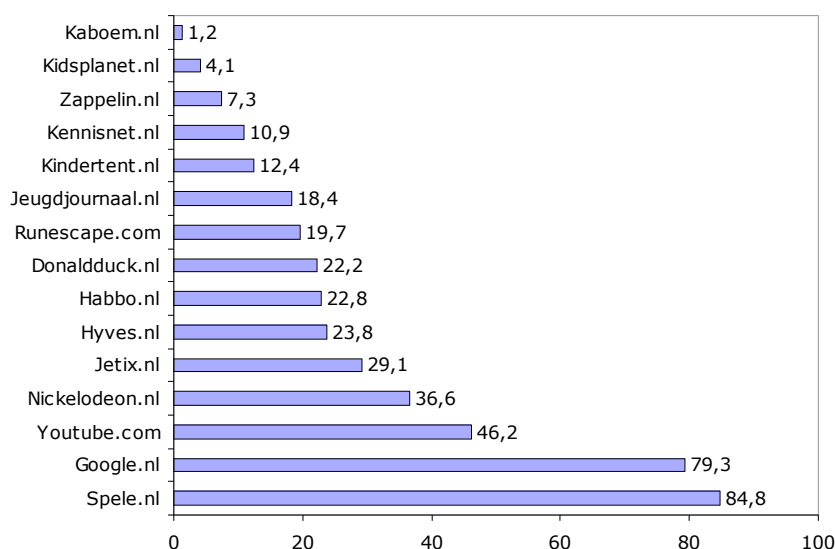
- welke websites bezoeken ze?
- hoe lang zijn ze dagelijks online?
- wat is de invloed van ouders en school?
- wat zijn hun web-vaardigheden?

Het antwoord op die vragen is grotendeels gebaseerd op de online enquête onder 600 Nederlandse kinderen en daar waar nodig aangevuld met uitkomsten van de groepsgesprekken. Voor een beschrijving van de achterliggende methodologie: zie Hoofdstuk 2.

Hieronder volgt een samenvatting van de resultaten. Een volledig overzicht van alle relevante bevindingen vindt u in Bijlage A.

3.1 Welke websites bezoeken ze?

De onderstaande grafiek toont de belangrijkste websites die bezocht worden door Nederlandse kinderen van 8 tot 12 jaar.



Grafiek: de belangrijkste websites in kaart gebracht (percentages bezoekers 8-12)

Spelletjes-sites zijn het populairst

- Bijna 85% van de kinderen tussen 8 en 12 jaar speelt mini-spelletjes (ook wel ‘browser games’ genoemd), zoals ‘Pinguïn meppen’, op de verzamelsite www.spele.nl.
- Andere populaire spelletjessites zijn: spelletjes.nl, speeleiland.nl, funnygame.nl, spelle.nl, spel.nl en speelzolder.nl.



Websites van televisiezenders

- De websites van de televisiezenders Nickelodeon en Jetix worden vooral bezocht door 8-jarigen.
- De belangrijkste website van de publieke omroepen is Jeugdjournaal.nl

Educatieve sites

- Educatieve sites zijn weinig populair.
- De belangrijkste educatieve site is Kennisset.nl

Websites die niet voor hen zijn bedoeld

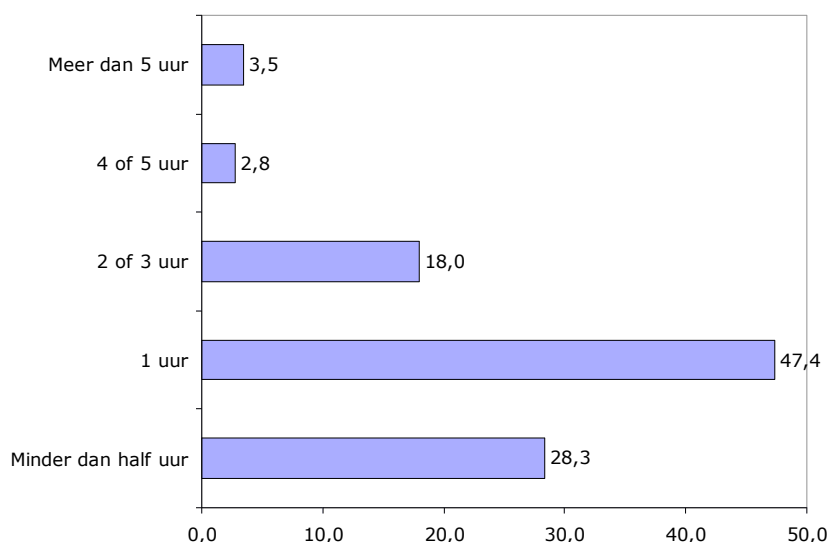
- Bijna 90% van de 12-jarigen gebruikt Google om te zoeken naar informatie op internet. Bij de 8-jarigen is dat iets minder dan 50%.
- Zo'n 40% van de 12-jarigen zegt op Hyves actief te zijn, en circa één op de zes 10-jarigen.
- De helft van de 10- tot 12-jarigen bezoekt de video-site YouTube.
- Ongeveer 20% procent van de 8-jarigen is gast van Habbo Hotel, een virtuele wereld die mikt op kinderen vanaf 12 jaar. Van de 10-jarigen zegt een derde Habbo-lid te zijn.

Verschillen tussen meisjes en jongens

- Meisjes gaan naar websites als Nickelodeon.nl, Zappelin.nl en Kennisset.nl.
- Jongens surfen meer naar filmpjes en bezoeken sites als Runescape.com, een virtuele wereld die de middeleeuwen nabootst en waarin je als ridder opdrachten vervult.
- Meisjes communiceren meer. Ze bezoeken vaker websites als Hyves en Kindertent.

3.2 Hoe lang zijn ze dagelijks online?

De onderstaande grafiek laat zien dat bijna de helft van de kinderen ongeveer 1 uur per dag gebruik maakt van internet. Er zijn maar weinig kinderen die boven de 3 uur per dag uitkomen.



Grafiek: internet-gebruik per dag (percentages)



3.3 Wat is de invloed van ouders en school?

In de groepsdiscussies waren de ouders er niet bij maar het leek wel alsof ze bij hun kinderen op de schouder zaten. Kinderen op de basisschool laten zich voor een groot deel nog door hun vader en moeder sturen. Ook op internet. Wat valt op?

Kinderen krijgen regels voor internet

Er zijn een aantal algemene regels die voor bijna alle kinderen wel gelden:

- Ze mogen niet naar gewelddadige en seksgerelateerde websites kijken.
- Ze mogen niet te lang achter de computer zitten.
- Ze mogen geen persoonsgegevens op internet prijsgeven.

Met name de oudere kinderen moppen over de internetregels. Een verbod op RuneScape wordt belachelijk gevonden en een tijdslot op de computer vinden ze ook 'stom'. Maar als hun gevraagd wordt welke regels zij met hun kinderen zouden afspreken als zij vader of moeder zouden zijn, dan bedenken ze nagenoeg dezelfde regels als die van hun eigen ouders.

Controle thuis en op school

- Bijna een derde van de kinderen mag alleen internetten als één van de ouders thuis is.
- Op school mag driekwart van de kinderen alleen internetten als er een juf of meester bij is.

Hoe ouder het kind, hoe meer vrijheid

Oudere kinderen genieten meer vrijheid (van hun ouders) op het internet dan jongere kinderen. Kinderen van 11 en 12 mogen vaker internetten wanneer ze dat willen.

Jongens krijgen meer ruimte

Jongens mogen van ouders vaker dan meisjes zelfstandig bepalen of zij internet op gaan. Het lijkt alsof meisjes meer worden beschermd. Voor meisjes is het gebruik van internet in de regel meestal alleen toegestaan wanneer één van beide ouders thuis is.

3.4 Wat zijn hun web-vaardigheden?

Het is een veelgehoorde fabel dat kinderen tovenaars op de computer zijn, bij machte om alle digitale hobbels te nemen en zelfs hun ouders online aan het handje te nemen. Ze zijn de digitale generatie die opgroeit met nieuwe media, wordt gezegd. Ze zouden de Generatie Einstein zijn, gezegend met prima informatievaardigheden en uitstekend in staat om te multitasken. Voor kinderen tussen 8 en 12 jaar klopt dat beeld in elk geval niet wat betreft het zoeken naar informatie op internet, laat ons onderzoek zien.

Ongeduldig

Kinderen tussen 8 en 12 jaar verwachten met één succes als ze online surfen. Ze zijn nog ongeduldiger dan volwassenen. Daardoor gaat er veel fout.



Lezen op internet

- Kinderen lezen niet online. Ze willen niet lezen, als ze zoeken verwachten ze dat hun oog ergens meteen op valt. Ze willen onmiddellijk succes op een website.
- Ze kunnen ook niet goed lezen en schrijven. Ze zitten immers nog midden in het leerproces van lezen en schrijven.
- Doordat ze nog midden in hun taalontwikkeling zitten, hebben ze een relatieve handicap. Veel zoekopdrachten mislukken of doen kinderen stranden op plekken die niet voor hen zijn bedoeld. Dat gebeurt vanzelfsprekend vooral bij jonge kinderen, maar niet alleen bij hen. Ook 11- en 12-jarigen spellen domein-namen verkeerd, variërend van nikkelodeon.nl (met KK in plaats CK) tot jeugtjournaal.nl (met een T in plaats van een D). Ze komen dan terecht op zogeheten tikfoutdomeinen, oftewel websites die gevuld zijn met advertenties die worden gepresenteerd als normale links. Sinds kort is jeugtjournaal.nl overigens in bezit gekomen van het echte Jeugdjournaal, waardoor die spelfout niet meer tot ontsporingen leidt.

Zoeken op internet

- Kinderen zijn niet in staat een goede zoekstrategie uit te stippelen. Te hopen valt dat scholen daar aandacht aan gaan besteden.
- Zelden letten ze op de relevantie en betrouwbaarheid van internet-informatie. Meestal hebben ze ook niet geleerd waar je naar moet kijken om de relevantie en betrouwbaarheid te toetsen. Ook hier ligt een belangrijke taak voor het onderwijs
- Kinderen verwachten dat internet informatie op een presenteerblaadje serveert, ook als het fout gaat. Google geeft bij een verkeerd ingevoerde zoekopdracht immers aan: 'Bedoelde u soms ...?'
- Hun ongeduld zit in de weg. Veel kinderen lezen wel degelijk de tekst bij de beschrijving van een zoekresultaat in Google, maar te vluchtig. Razendsnel klikken ze door waardoor ze de kern missen.
- Jongens zijn sneller afgeleid, meisjes zijn geconcentreerder.
- In Google zoeken naar afbeeldingen gaat vaak wel goed. Plaatjes herkennen is een stuk makkelijker dan teksten interpreteren.

Informatie beoordelen

Kinderen komen op internet een overdaad aan ongestructureerde informatie tegen. Maar ook als hun zoektocht op één website plaatsvindt, krijgen ze veel informatie op zich afgevuurd. Een website biedt een rijkdom aan keuzes die voor kinderen moeilijk te maken zijn. Welke informatie is bij een gerichte zoektocht belangrijk? Op welke termen moet worden gelet in de navigatie-structuur? Welke woorden moeten worden gelezen? Hoe is de relatie tussen beeld en tekst? Dat moeten kinderen allemaal nog leren.

Reclame

- Kinderen zijn gespitst op reclame. Ze gaan reclame uit de weg door bijvoorbeeld afbeeldingen aan de rechterkant als advertentie te bestempelen en ze te negeren. Dat leidt ertoe dat redactionele content soms ten onrechte als reclame wordt gezien en vice versa. Ook normale plaatjes op een pagina met veel tekst zien kinderen vaak als advertentie-uiting. Bannerblindheid heeft in deze leeftijdsgroep al wortel geschoten (en schiet ook dóór...).
- Als een website veel afbeeldingen bevat en als banners daardoor niet als zodanig opvallen, dan wordt er wel op advertenties geklikt.
- Ze vinden internet-reclame 'stom', al begrijpen ze wel dat een website niet zonder reclame kan. Advertenties zijn populair omdat ze 'in de weg zitten'.



- De frustratie ontstaat doordat kinderen per ongeluk op reclame klikken. Dat gebeurt bijvoorbeeld als ze denken te klikken op de link ‘ga direct naar het spelletje’ maar klikken op de advertentie die er direct boven staat.
- Reclame raakt steeds meer verweven met redactionele inhoud, zo constateerden we eerder al in ons dossier ‘Gratis! (maar niet heus)’, Daardoor is het moeilijk om reclame te herkennen. Het huidige usability-onderzoek bevestigt dat.
- Kinderen missen het kritische bewustzijn om te doorzien wat een commerciële boodschap is en wat niet, wijzen de usability-interviews uit.

Persoonlijke gegevens

- Kinderen zijn voorzichtig met het geven van persoonlijke gegevens. Zelden geven ze hun voor- en achternaam en woonadres prijs. Meestal vullen ze valse gegevens in.
- Als ze naam en mailadres moeten achterlaten om verder te kunnen, dan twijfelen ze. Waarom is dit nodig?, vragen ze zich af. Ze snappen het niet.
- Onbegrip gaat samen met irritatie over registratieprocedures waarbij persoonlijke gegevens ingevuld moeten worden. Met name kinderen van 8 en 9 haken af. Ze vinden het te ingewikkeld.
- Er is een duidelijk verschil in gedrag tussen kinderen die regels krijgen en niet. De ‘wijze’ kinderen zijn vooral de kinderen die van hun ouders of van school horen dat sommige zaken op internet niet mogen. Nooit je privé-gegevens geven, is er één. Kinderen zonder regels laten wel hun 06-nummer achter in een advertentie voor ‘gratis’ ringtones.
- Hoe terughoudend kinderen ook zijn, soms laten ze zich toch verleiden. Ze vinden dat het geen kwaad kan om het mailadres van vriendjes op te geven als ze daarmee kans maken op het winnen van een prijs. *“Soms vul ik het mobiele nummer van mijn vriendin op een website voor een gratis ringtone.”*



Populaire kindersites getoetst



Hoofdstuk 4

KLIK EN KLAAR

Een onderzoek naar surfgedrag en usability bij kinderen
stichting Mijn Kind Online + 2C Usability • mei 2008



In dit hoofdstuk beschrijven we de 24 populairste websites en de manier waarop kinderen daarmee omgaan. De websites zijn alfabetisch geordend.

Let op: veel van de hier beschreven sites zijn inmiddels al weer vernieuwd of aangepast. Dat betekent dat sommige bevindingen niet meer gelden. We noemen ze toch, omdat het ons niet gaat om de websites op zich, maar om datgene wat wel en niet werkt bij kinderen.

4.1 Cinekidstudio



Afbeelding 4.1: De website www.cinekidstudio.nl

Cinekidstudio, de website van het kinderfilmfestival Cinekid, is bedoeld voor (oudere) kinderen vanaf ongeveer 12 jaar. Ondanks deze leeftijd en de bijbehorende internet-ervaring vinden kinderen het moeilijk om deze website te bereiken. Geen enkel kind kon zonder hulp www.cinekidstudio.nl bereiken. Ze hebben vooral moeite om 'cinekidstudio' correct te spellen.

Cinekidstudio is een interactieve omgeving waarin kinderen zelf actief en creatief kunstenaar kunnen worden en zelf mediaproducties kunnen maken. Het is onderdeel van de website van Cinekid (www.cinekid.nl), een groot kindermediafestival.

Voor kinderen is de informatie op de site hier en daar onoverzichtelijk, waardoor ze maar heel beperkt zien wat er te doen is. Sommige 'Acties' vallen wel op, maar de meeste mogelijkheden van deze website worden door veel kinderen niet begrepen. Ook zien kinderen het navigatiemenu rechts boven vaak over het hoofd.

Deze website gebruikt veel verschillende lettertypes en kleurencombinaties voor letters en achtergronden. Die zorgen ervoor dat de site er vrolijk uitziet, maar veel teksten zijn daardoor niet meer te lezen. Kinderen waarderen wel het filmpje dat zich op de homepage afspeelt. Maar ze zien het bedieningsmenu van het filmpje niet, waardoor het voor veel kinderen niet duidelijk is dat je het filmpje ook kunt stoppen, of dat het geluid harder of zachter kan.

Op deze website bevinden zich verder een aantal onduidelijke hyperlinks. Er staat bijvoorbeeld een tekst: 'Lees in het stappenplan hoe je moet beginnen', waarbij 'het stappenplan' een hyperlink is. Dit wordt door veel kinderen niet gezien, en zij raken vervolgens gefrustreerd doordat zij het stappenplan



niet terug kunnen vinden op deze website. Ook herkennen niet alle kinderen de ‘>>Oké, ik doe mee!’-links direct als links.

Om iets te kunnen doen op de website (bijvoorbeeld een tekening maken met de Cinekid leeuw) moet je inloggen. Kinderen zien en begrijpen de inlogknop, maar kunnen niet terugvinden waar op de site zij een account kunnen aanmaken.

Het inlogmenu klapt uit als je erop klikt en klapt pas dicht als je opnieuw op login klikt. De meeste kinderen hebben hier moeite mee. Als kinderen besluiten om een account aan te maken, moeten zij voor dat account ook hun adresgegevens invullen. Veel kinderen vragen zich af waarom, en haken af. Sommigen haken af omdat zij hun persoonlijke gegevens niet op internet mogen invullen, anderen omdat zij niet begrijpen waarom hun woonadres van belang is voor dit account.

4.2 Clipjes.nl



Afbeelding 4.2: De website www.clipjes.nl

Clipjes.nl is een website die bedoeld is voor alle leeftijden, en werd door vrijwel alle kinderen tijdens de individuele interviews genoemd. Het is een van hun favoriete sites. Het gaat kinderen niet zozeer om de clips zelf, maar om de muziek. Kinderen zeggen deze website te gebruiken in combinatie met andere websites (bijvoorbeeld spelletjes-websites), waarbij zij de muziek op de achtergrond laten spelen.

Op deze website wordt veel reclame gemaakt voor ‘gratis’ ringtones die niet gratis zijn. Veel kinderen weten dat zij op deze manier opgelicht worden, maar velen weten dat niet. Nogal wat kinderen geven toe dat zij graag een gratis ringtone willen ontvangen op hun mobiele telefoon, maar omdat zij van hun ouders geen gegevens mogen invullen op internet, doen ze dat vervolgens ook niet. De kinderen van wie de ouders geen regels stellen, zijn wel geneigd hun gegevens in te vullen. Zij hebben niet door dat ze dan aan een abonnement vastzitten.

De gratis ‘Nametone’ is voor de meeste kinderen niet interessant, dit wordt over het algemeen als reclame gezien. De Nametone en de Ringtone reclame wisselen elkaar af. Bij de specifieke



kinderliedjes wordt consequent alleen de Nametone gepresenteerd. Kinderen kijken echter naar meer clips dan alleen die van de specifieke kinderliedjes.

4.3 Donald Duck

Donald Duck is gericht op jongens en meisjes van 8 tot 14 jaar. Veel kinderen bezoeken deze site graag, vooral jongens. Op de website is informatie te vinden over Donald Duck en het gelijknamige stripblad. Daarnaast kunnen er onder meer spelletjes worden gespeeld en moppen worden gelezen.

Opvallend is dat veel kinderen, jong en oud, een spatie in de URL gebruiken om naar de website te gaan. Zij weten nog niet dat URL's (website-adressen) nooit spaties kunnen bevatten. Dit soort regels lenen zich goed voor behandeling door ouders en/of school.



Afbeelding 4.3: De website www.donaldduck.nl

Kinderen vinden het leuk dat er van alles gebeurt als zij er met de muis overheen bewegen. Het is echter niet voor alle kinderen duidelijk welke elementen klikbaar zijn. Velen hebben moeite met het uitklapmenu. Met name jongere kinderen zijn nog redelijk onervaren muisgebruikers. Omdat zij nog niet zo vloeiend zijn in het gebruiken van de muis is het voor hen moeilijk om de juiste link aan te klikken (die vaak al verdwenen is omdat zij met de muis van het menu afgegaan zijn).

De metaforische menu-indeling met 'kamers' en ander ruimtes (die bij websites voor volwassenen al lang in onbruik is geraakt) maakt het voor kinderen onduidelijk waar zij bepaalde zaken kunnen verwachten.

Voor de meeste kinderen is het wel duidelijk dat je spelletjes kunt spelen in de 'speelkamer', en dat je naar Donald Duck kunt mailen via de 'brievenbus'. Het is daarentegen *niet* duidelijk waarom je in de 'woonkamer' informatie voor je spreekbeurt terug zou kunnen vinden.





Afbeelding 4.4: Menu-indeling www.donaldduck.nl

Reclame voor zaken die met Donald Duck te maken hebben, zoals voor Disney-koekjes, wordt door veel kinderen niet als reclame gezien. Dat geldt ook voor de reclame voor het tijdschrift (Donald Duck), die veelvuldig terug te vinden is op deze website.

4.4 Efteling



Afbeelding 4.5: De website www.efteling.nl

De Efteling is een populair attractiepark. Het park is gericht op alle leeftijden. De website lijkt dat echter niet te zijn en is weinig kind-vriendelijk.



De website bevat veel elementen die verraden dat er weinig rekening is gehouden met kinderen als bezoekers. Moeilijke woorden en lange zinnen maken de teksten moeilijk leesbaar. De hoofdnavigatie wordt door veel kinderen niet gezien. Degenen die de hoofdnavigatie wél zien, hebben moeite met dit menu.

Voor veel kinderen is het onduidelijk waar je de informatie over evenementen/attracties in De Efteling kan vinden. Wanneer zij toch op de pagina ‘Attracties’ terechtkomen, is het hun vaak niet helder dat zij rechts bovenin met een pulldown menu een attractie kunnen kiezen.

De website gebruikt veel woorden die kinderen niet kennen of die voor hen lastig te interpreteren zijn. Een voorbeeld hiervan is ‘Gezellige bedrijvigheid’ bij de drukke-dagen-kalender.

September		Oktober	
M	1 8 15 22 29	M	6 13 20
D	2 9 16 23 30	D	7 14 21
W	3 10 17 24	W	1 8 15 22
D	4 11 18 25	D	2 9 16 23
V	5 12 19 26	V	3 10 17 24
Z	6 13 20 27	Z	4 11 18 25
Z	7 14 21 28	Z	5 12 19 26

■ rustig
■ gezellige bedrijvigheid
■ druk

Afbeelding 4.6: Drukke-dagen-kalender op www.efteling.nl

4.5 Google



Afbeelding 4.7: De website www.google.nl



Google is weliswaar niet bedoeld voor kinderen maar ze maken er wel veel gebruik van. Kinderen gebruiken Google voor school, informatie over hobby's (voetbal, huisdieren etc.) en hun idolen. Het populairst onder kinderen is de mogelijkheid om afbeeldingen te zoeken.

Het selecteren van de link naar de (voor hen) beste website uit een lijst met resultaten, vinden veel kinderen lastig. Hier ligt duidelijk een taak voor ouders en school.

Bepaalde zoektermen die voor kinderen heel gewoon zijn, leiden tot andere resultaten dan ze verwachten. Een berucht voorbeeld is zoeken naar 'poes' of 'poesjes', bij het maken van een werkstuk over huisdieren.

Gesponsorde Koppelingen

[Voor Meer Leesplezier](#)

Kies uit de mooiste kado's en lees met veel plezier bij SLB Leesmappen
www.sbleesmappen.nl

[KattenGemak](#)

Nooit meer uw kattenbak verschonen?
KattenGemak kunt u nu gratis testen
www.kattengemak.nl

[Gratis SeksFilmpjes](#)

Kom nu gratis complete films downloaden. Kom nu gratis genieten.
www.ErotiekDownloaden.com

[+18 Films Gratis](#)

Gratis complete films in echt alle categorieën. Complete films gratis!
www.HeteDownloads.com

[Uw bericht hier?](#)

Afbeelding 4.8: gesponsorde koppelingen bij zoeken naar 'Poes' op www.google.nl.

Veel kinderen lezen overigens wel eerst de informatie bij de links voordat zij die aanklikken, en sommigen kunnen daaruit opmaken dat een aantal links niet voor hen zijn bedoeld. Voor andere kinderen is het echter vaak moeilijk om dit in te schatten, en zij maken hier nog veel fouten in. Doordat kinderen geneigd zijn erg snel te klikken op links die voorbijkomen, verschijnen dikwijls websites die zijn niet zoeken, of niet willen bezoeken.



4.6 Habbo Hotel



Afbeelding 4.9: De website www.habbo.nl

Het Habbo Hotel is een razend populaire online community voor kinderen van 12 tot 16 jaar oud, maar er komen ook veel jongere kinderen. Kinderen moeten zich aanmelden en kunnen een 'Habbo' (een eigen karakter) maken, waarmee zij in een virtueel hotel kunnen rondlopen. Ook kunnen de bezoekers een eigen 'Habbo kamer' maken (letterlijk een kamer, waar ze gekochte, digitale meubels kunnen plaatsen en rond kunnen lopen).

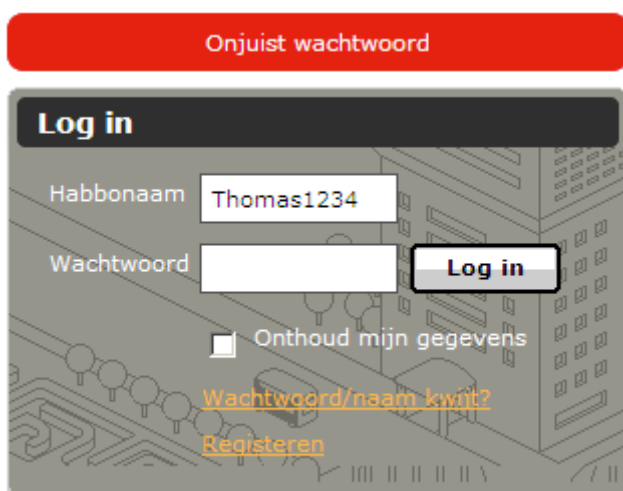
Met echt geld kunnen credits worden gekocht, waarmee kinderen bijvoorbeeld meubels kunnen kopen om in hun 'Habbo kamer' te plaatsen. Een aantal spelletjes op de website zijn alleen te spelen met deze gekochte credits. Veel kinderen vinden het niet leuk dat ze deze credits moeten kopen. Een aantal gaf aan dat zij het zonde vinden om hun zakgeld daarvoor te gebruiken. In Habbo Hotel kan trouwens ook worden gespeeld zonder geld.

Op de site staat: "Voor je met Habbo kunt beginnen, heb je Shockwave nodig. Dit programma is gratis en veilig te downloaden". Veel kinderen mogen echter van hun ouders niets downloaden, en kunnen dus geen Habbo account aanmaken. De popups over Shockwave als vereiste worden door kinderen gesloten zonder dat zij de melding lezen. Vervolgens begrijpen ze niet waarom het registreren is mislukt.

Andere problemen met de registratieprocedure worden veroorzaakt doordat kinderen foutmeldingen niet lezen of niet begrijpen. Zij proberen bijvoorbeeld spaties te gebruiken in gebruikersnamen of wachtwoorden, of zij willen hun voornaam gebruiken als gebruikersnaam terwijl deze al bij een ander kind in gebruik is. De foutmeldingen die hierop volgen, worden over het hoofd gezien of niet begrepen.

Als – bij het inloggen – het wachtwoord niet goed is ingevuld, verschijnt er een foutmelding bovenaan in beeld. Kinderen lezen deze melding niet, maar gaan ervan uit dat zij een verkeerde gebruikersnaam ingevuld hebben en proberen het opnieuw.





Afbeelding 4.10: Foutmelding zonder duidelijke relatie met de ingevulde velden.

4.7 Hyves

Hyves is een website die zich richt op 16 jaar en ouder, en is in eerste instantie bedoeld om contact te maken respectievelijk te onderhouden met vrienden en bekenden. De laatste tijd zijn er echter steeds meer basisschoolkinderen die Hyves gebruiken. Als iemand in de klas een Hyves-account heeft, volgt de rest snel, al is Hyves voor de meesten wel erg ingewikkeld.



Afbeelding 4.11: De website www.hyves.nl

Wat onder andere te moeilijk is voor de meeste kinderen, is het aanmaken van een account. De kinderen uit onze testgroep die een account op Hyves hadden, waren voor het opzetten daarvan meestal geholpen door oudere broers en zussen, vriendjes of vriendinnetjes. Een enkeling had hulp gekregen van een ouder.



Kinderen weten niet hoe zij zelf foto's online kunnen plaatsen. Ook hierbij krijgen zij hulp van ouders, broers of zussen. Zij stellen dat de foto's die zij online hebben geplaatst alleen door vrienden bekeken kunnen worden. Zij begrijpen dat hun Hyves-account een stukje van henzelf is, en willen niet dat vreemden daar gemakkelijk kunnen binnendringen. Een aantal kinderen plaatst alleen foto's van zichzelf op Hyves waarop zij niet heel gemakkelijk te herkennen zijn.

Verzoeken tot contact ('vriendenverzoeken') van mensen die zij niet kennen, worden door kinderen *niet* klakkeloos geaccepteerd. Zij zoeken eerst uit of ze deze mensen kennen (of dat het misschien vrienden/bekenden zijn van een broer/zus). Als dat niet het geval is, accepteren zij deze personen niet als 'vriend'.

4.8 Jetix



Afbeelding 4.12: De website www.jetix.nl

De website van Jetix richt zich op kinderen tot 12 jaar. Die kunnen er spelletjes doen en informatie zoeken over de verschillende programma's van het Jetix televisiekanaal. Deze programma's kunnen ook online worden bekeken. De homepage van de website van Jetix is druk. Alles beweegt en knippert, waardoor kinderen snel afgeleid raken.

Het menu bovenaan de pagina wordt door veel kinderen in eerste instantie niet gezien, of althans niet geïnterpreteerd als menu. Misschien is dat mede te wijten aan de ronde icoontjes, die sterk lijken op Kijkwijzer-pictogrammen, en dus eerder als 'informatie' dan als bedieningselementen begrepen zullen worden. Pas nadat kinderen met hun muis over het menu bewegen, en zien dat er 'iets' gebeurt, hebben ze in de gaten dat de iconen klikbaar zijn. De namen die in beeld verschijnen als je over het menu beweegt met de muis, bijvoorbeeld Club, Connect, Blox, Microsites en VOD, bieden echter onvoldoende uitleg en nodigen niet uit tot klikken. Kinderen begrijpen hierdoor niet wat ze op deze website kunnen doen en vinden het dus al snel niet interessant meer.





Afbeelding 4.13: Hoofdmenu op basis van iconen op www.jetix.nl

Kinderen denken dat ze op de website van Jetix geen informatie kunnen vinden over de programmering van het televisiekanaal. De sub-navigatie onder het hoofd-item 'tv' zien ze niet. De letters zijn te klein en de kleurencombinatie van letters en achtergrond zorgt ervoor dat deze tekst niet opvalt. De enkeling die wél ziet dat er iets staat, kan het moeilijk lezen.

Rechts op de homepage bevinden zich een aantal selectie-tools, bijvoorbeeld voor spelletjes (zie afbeelding 4.14). Met behulp van een dropdown-menu kan een spelletje gekozen worden. Dit is voor kinderen niet duidelijk.



Afbeelding 4.14: Spelletjes selecteren op de homepage.

Op de pagina van het gekozen spelletje kunnen kinderen ook andere spelletjes kiezen. Ook dit zien veel kinderen niet, net als de mogelijkheid die zich helemaal onderaan de pagina bevindt, onder alle reacties die gegeven zijn naar aanleiding van het spelletje. Kinderen nemen niet de moeite om zo ver naar beneden te scrollen, omdat zij niet verwachten dat daar nog iets nieuws te vinden zal zijn.



4.9 Jeugdjournaal



Afbeelding 4.15: De website www.jeugdjournaal.nl.

Het Jeugdjournaal richt zich op kinderen van 9 tot 12 jaar. Het journaal en de bijbehorende website (10.000 unieke bezoekers per dag) zijn bedoeld om kinderen in aanraking brengen met het nieuws en daar op leeftijds-adequate manier uitleg over geven. Op de site wordt het laatste nieuws prominent in beeld gepresenteerd. Ook kunnen kinderen hun mening geven over het nieuws en oude afleveringen van het jeugdjournaal bekijken.

Voor veel kinderen is het moeilijk om de URL van het jeugdjournaal correct in te typen. Veel voorkomende fouten zijn 'jeugtjournaal' (met een T), 'jeugdjournaal' (zonder U) en 'jeugdjaurnaal' (met AU). Vervolgens komen ze dan op een site die doorgaans niets met het jeugdjournaal te maken heeft. Veelal gaat het om linkdump-pagina's van tikfoutpiraten (zie het MKO-rapport 'Gratis! maar niet heus' voor meer informatie over dit fenomeen). Sommige kinderen begrijpen dat ze niet op de goede website zitten, "omdat het er niet leuk genoeg uitziet", of omdat het niet lijkt op de huisstijl van het Jeugdjournaal die ze kennen van de televisie. Laatste nieuws: het Jeugdjournaal is er in geslaagd om het domein 'jeugtjournaal' (met een T) te verwerven, waardoor kinderen die deze tikfout maken, toch naar de juiste website geleid worden.

Het menu op de website van het jeugdjournaal wordt niet door alle kinderen herkend als menu (zie afbeelding 4.16). Daardoor hebben ze het idee dat er geen menu aanwezig is en zoeken ze informatie zonder gebruik te maken van het menu.



Afbeelding 4.16: Menu niet als zodanig herkenbaar, op www.jeugdjournaal.nl.



Als kinderen bijvoorbeeld de opdracht krijgen om op zoek te gaan naar het jeugdjournaal van gisteren, navigeren zij niet via het menu naar de videohoek. De meeste kinderen klikken op de homepage op de link 'Laatste Jeugdjournaal', omdat het duidelijk is dat je hier filmpjes kunt bekijken. Er staat op deze pagina geen link naar andere afleveringen van het jeugdjournaal, dus de kinderen zijn ervan overtuigd dat je op deze website geen oudere afleveringen kunt bekijken.

Nadat het menu eenmaal is ontdekt, doen de kinderen niets met 'Uitleg' en 'Actie'. Ze begrijpen niet wat er gaat gebeuren als ze daarop zouden klikken, en kiezen voor een ander pad.

Het concept en de term 'homepage' is bij een aantal kinderen bekend. Zij hebben echter moeite de link 'Begin' hiermee te associëren, en slechts een enkeling gebruikt de 'beginknop' dan ook om terug te keren naar de homepage.

Filmpjes die op de website bekeken kunnen worden, verschijnen in een nieuw venster. Op zich is dat prettig voor de kinderen, omdat ze zich op deze manier volledig op het filmpje kunnen concentreren en niet afgeleid worden door andere zaken op de pagina. Sommige kinderen hebben echter moeite met dit soort popup-vensters, bijvoorbeeld wanneer ze er per ongeluk naast klikken. Dan wordt het oorspronkelijke venster weer het actieve venster en kan het extra venster onzichtbaar worden (doordat het achter het hoofdvenster verdwijnt). Dit probleem doet zich overigens niet voor bij gebruik van de Krowser (de kinderbrowser van Ouders Online) omdat daarin altijd maar één venster beschikbaar is. Kinderen kunnen daarin dus nooit 'verkeerd klikken', terwijl ze wél video's in popup-vensters kunnen bekijken. De popup wordt dan beeldvullend getoond en terugkeren naar het oorspronkelijke venster kan gewoon met de Terug-knop van de browser.

4.10 Kaboem



Afbeelding 4.17: De website www.kaboem.nl

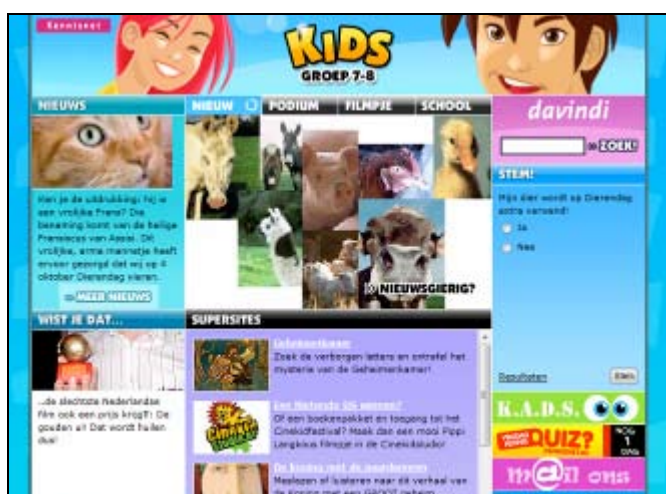
Kaboem is een commerciële website (gelieerd aan uitgeverij Sanoma) voor kinderen van 12 tot 16 jaar. Kinderen kunnen op deze site onder andere een eigen profiel aanmaken. Dit eigen profiel biedt de mogelijkheid om een 'eigen website' te maken, berichten te plaatsen op het forum en te reageren op 'nieuwsberichten'.



Het is veel kinderen niet duidelijk wat zij op deze website kunnen doen. Het rode menu aan de bovenkant valt niet op, en kinderen begrijpen niet waarom er aan de rechterkant 'zo vaak dezelfde foto's staan'. Dat zijn foto's (van bijvoorbeeld George Bush of Viola Holt) die horen bij profielen van kinderen. Het is onduidelijk wat klikbaar is binnen de grijze tekstvakjes. Kinderen klikken in eerste instantie op de afbeeldingen en wachten tevergeefs op een nieuwe pagina. Als dit te lang duurt, hebben zij pas door dat er niets gebeurt en klikken zij op de titel.

Ook is het niet duidelijk hoe je je moet aanmelden. Onder de mogelijkheid om in te loggen staat een link 'Gratis lid worden'. Kinderen associëren dit niet met het aanmaken van een account op een website, maar met het lid worden van een club in de offline wereld.

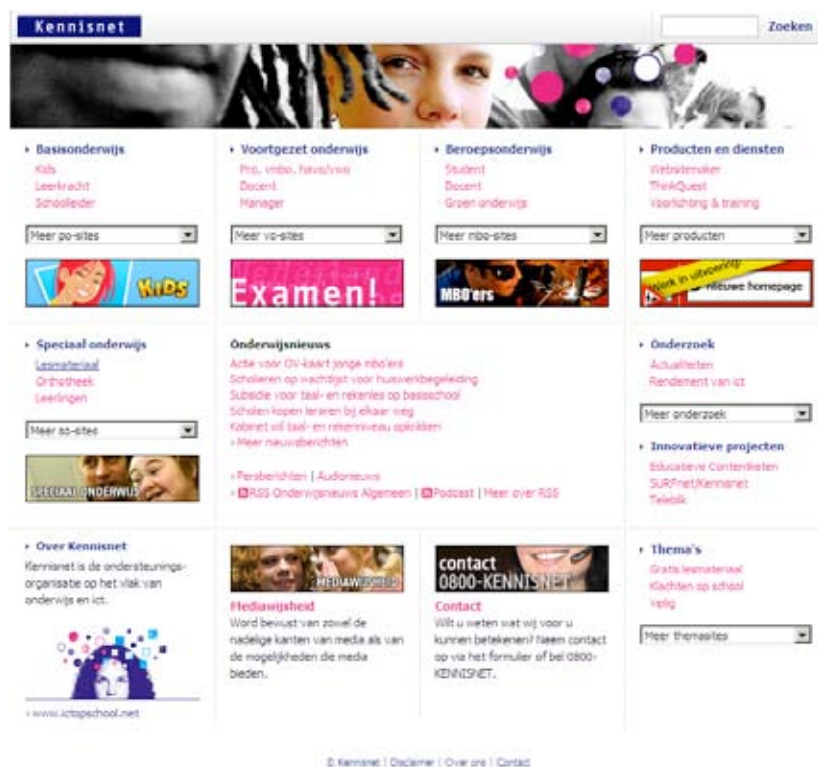
4.11 Kennisnet



Afbeelding 4.18: Het kids-onderdeel van www.kennisnet.nl

De website Kennisnet.nl heeft aparte onderdelen voor kinderen en leerkrachten in het basisonderwijs, het voortgezet en het beroepsonderwijs. Kennisnet is een educatieve website waar kinderen informatie kunnen opzoeken, bijvoorbeeld voor werkstukken en spreekbeurten. Er is ook een gedeelte met informatie over en voor het speciaal onderwijs, met links naar websites die speciaal gericht zijn op de bijbehorende leerlingen. Als kinderen gevraagd wordt naar het gedeelte voor basisscholieren op Kennisnet te gaan, surfen ze eerst naar www.kennisnet.nl (zie afbeelding 4.19).





Afbeelding 4.19: Homepage www.kennisnet.nl

Vervolgens moeten ze lang zoeken. Het is voor de meeste kinderen niet duidelijk wat voor soort site het is. De homepage wordt ‘saai’ gevonden en kinderen geven aan dat zij er thuis niet lang op zouden blijven rondkijken. Pas na verloop van tijd wordt de link ‘Kids’ gezien. De kinderen uit groep 8 vinden zichzelf geen ‘kids’ meer, en zoeken verder naar een link die wél bij hen past. Heel jonge kinderen kennen het woord ‘kids’ niet goed en hebben daarom ook moeite met deze link.

Als kinderen op ‘Kids’ klikken, komen ze eerst op een tussenpagina. Op deze pagina kunnen ze kiezen uit drie verdelingen naar groepen (groep 7/8, groepen 4/5/6 of groep 1/2/3). De pagina is duidelijk en maakt een herkenbare splitsing voor de kinderen. Jonge kinderen hebben wel de neiging om in de onderdelen voor oudere kinderen te gaan kijken. Als zij dit doen, komen ze op een pagina die niet voor hen bedoeld is. Vervolgens hebben ze moeite om in het onderdeel te komen dat wél voor hen gemaakt is.





Afbeelding 4.20: Het onderdeel 'Leren' op www.kennisnet.nl

Kinderen focussen voornamelijk op het gedeelte van de pagina onder 'Leren' (zie afbeelding 4.20). Hier staan allerlei vakken waarin kinderen les krijgen. Als je een vak aanklikt, verschijnen er links waar informatie over een bepaald onderwerp gevonden kan worden. Kinderen begrijpen niet hoe zij nu andere dan de gepresenteerde informatie kunnen vinden. De link 'vind meer in Davindi' wordt niet gezien. En als hij al gezien wordt, wordt hij niet begrepen. Ook de link om terug te gaan naar het totaaloverzicht van de vakken ontsnapt aan de aandacht van de kinderen, net als de link 'Tip zelf een link!'.

Als een externe link wordt aangeklikt, komt er een waarschuwing in beeld dat je de website van Kennisnet gaat verlaten. Geen enkel kind leest de tekst in deze melding, maar klikt op het kruisje van de melding. Het is de kinderen vervolgens niet duidelijk waarom zij niet doorgaan naar de gewenste informatie. De kinderen die het wél lezen, weten niet zo goed wat zij hiermee aan moeten, omdat zij door deze waarschuwing niet zeker zijn of zij wel naar een website gaan die voor hen bestemd is.

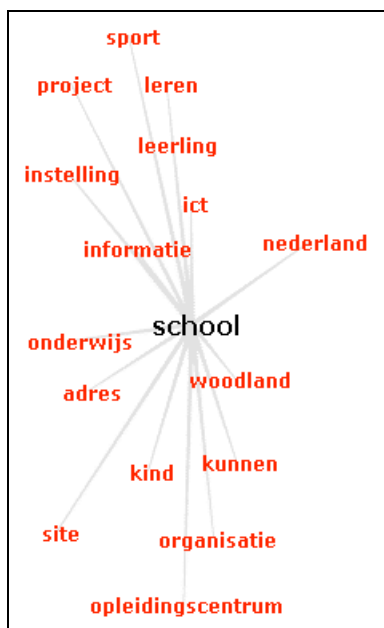




Afbeelding 4.21: Waarschuwing bij het verlaten van Kennisnet

De oudere kinderen – vanaf ca. groep 7 – gebruiken de zoekmachine om informatie op te zoeken. De ‘woordspin’ (zie afbeelding 4.22) op de resultatenpagina is voor veel kinderen echter niet duidelijk. Rechts van de resultaten staat ‘Kiezen wat je zoekt’ (bedoeld om de zoekresultaten te verfijnen), wat door geen enkel kind werd opgemerkt.





Afbeelding 4.22: 'Woordspin' bij zoekresultaten.

Op Kennisnet staat zó veel informatie dat heel veel niet gezien wordt. Rechts in beeld, onder het kopje 'Meteen aan de slag!', staan bijvoorbeeld nuttige links voor kinderen met betrekking tot computergebruik, en wordt de mogelijkheid geboden een eigen website of filmpje te maken. Dit zien kinderen niet, omdat er te veel verschillende links worden aangeboden waar kinderen uit moeten kiezen.

Als je de link 'website maken' aanklikt, ga je naar een scherm waar veel informatie staat over hoe je een website moet maken. Het is hier onduidelijk dat de onderstreepte teksten hyperlinks bevatten. Het filmpje dat loopt naast de andere informatie is erg verwarrend voor kinderen, omdat zij steeds afgeleid raken. Er wordt teveel informatie in een keer aangeboden. Kinderen zeggen dat zij op basis van de informatie die zij daar krijgen, geen website kunnen maken.



4.12 Kindertent



Afbeelding 4.23: De website www.kindertent.nl

Kindertent is bedoeld voor kinderen van 9 tot 15 jaar. Zij kunnen hier een eigen website aanmaken, met elkaar chatten en berichtjes uitwisselen via een forum. Ook kunnen zij reageren op nieuwsberichtjes op de site. In de online enquête wordt Kindertent genoemd, maar de kinderen die individueel worden geïnterviewd kennen de site veelal niet. Ze kijken er dus blanco tegenaan.

Het is voor veel kinderen niet direct duidelijk wat je op deze website kunt doen. Veel jonge kinderen denken dat de gehele website uit reclame bestaat, omdat er veel afbeeldingen te zien zijn. Rechts boven naast het beeldmerk staat de tekst 'Gratis je eigen website'. Weinig kinderen zien die tekst.

Links bovenaan op de homepage staat een welkomsttekst. Deze tekst omschrijft wat er op de site allemaal te doen is. Kinderen lezen dit stukje tekst niet. Daardoor hebben zij geen beeld van de mogelijkheden van de website.

De achtergrondstijlen die onderaan op de homepage staan, zijn onduidelijk. Kinderen die de bedoeling van deze site niet begrijpen, denken dat het gewone afbeeldingen zijn. Een aantal kinderen zien het als achtergronden voor hun bureaublad. Een enkeling denkt dat het andere websites zijn.

De indeling van de website van Kindertent is op zich erg helder. Het is voor kinderen echter zeer onduidelijk wat zij precies op de website kunnen doen en wat er zo leuk aan is. Het is daarom van belang dat Kindertent aangeeft wat kinderen precies op de website kunnen doen en wat de meerwaarde van de website is. Dit moet in één oogopslag duidelijk zijn. De huidige zin 'Gratis je eigen website' valt kinderen onvoldoende op waardoor zij de website snel oninteressant vinden.



4.13 Het Klokhuis



Afbeelding 4.24: De website www.hetklokhuis.nl

De website van Het Klokhuis is bedoeld voor kinderen van 8 tot 12 jaar en hoort bij het televisieprogramma 'Het Klokhuis' van de NPS. Op de website kun je o.a. uitzendingen van Het Klokhuis bekijken, informatie over een aantal onderwerpen opzoeken, en zelf reportages maken.

Bezoekers hebben de mogelijkheid via de 'Sketch Maker' een sketch te produceren. Zo kunnen kinderen een filmpje maken waarin de personages van Het Klokhuis meespelen. Het leuke van de Sketch Maker is dat je die kunt gebruiken zonder je te hoeven aanmelden of inloggen. Pas aan het eind, als kinderen de sketch willen opslaan, wordt om een gebruikersnaam en wachtwoord gevraagd. Hierdoor is het gebruik van de Sketch Maker erg laagdrempelig. Wel hebben kinderen moeite om de verschillende functies van de sketchmaker te doorgronden, waardoor zij hulp nodig hebben in het gebruik. Zodra iemand alle mogelijkheden van de Sketch Maker laat zien, raken kinderen zeer enthousiast. Maar zonder assistentie komen ze aan alle leuke *features* simpelweg niet toe, waardoor de Sketch Maker minder interessant wordt.

Een aantal kinderen gebruikt een spatie als zij de URL van Het Klokhuis intypen. Omdat zij niet begrijpen dat dit niet kan, snappen zij evenmin waarom zij niet op de juiste site terechtkomen.

Op de homepage van Het Klokhuis staat groot in beeld: 'Kijk', 'Lees', 'Doe', etc. Kinderen proberen hier op te klikken, terwijl dit niet kan. Als je met de muis over deze teksten beweegt, verschijnt er een menu waar wel op geklikt kan worden.





Afbeelding 4.25: Menu bij Doe op Klokhuus.nl.

Op de website van Het Klokhuis kun je zien wat er deze week in het televisieprogramma gaat komen. De onderwerpen van vandaag en morgen zijn duidelijk in beeld in gebracht. Voor veel kinderen is het echter niet duidelijk hoe ze de onderwerpen van de rest van de week te zien kunnen krijgen. Hiervoor moeten zij twee verschillende navigatie methodes gebruiken, eerst een week selecteren en vervolgens een dag. Beide methodes zijn dermate creatief bedacht, dat kinderen zelfs na enig proberen niet de juiste informatie kunnen vinden.



Afbeelding 4.26: Ingewikkelde navigatie op Klokhuus.nl



4.14 Nemo



Afbeelding 4.27: De website www.e-nemo.nl.

Nemo is het grootste science-center van Nederland, waar bezoekers op allerlei manieren met wetenschappelijke en technologische dingen aan de slag kunnen. Het is leuk voor alle leeftijden, maar richt zich in het bijzonder op de (school)jeugd. Op de website is, naast algemene informatie (bijvoorbeeld openingstijden, prijzen, etc.), informatie terug te vinden over wat er allemaal te doen valt.

Als kinderen de website van Nemo willen bezoeken, typen ze in eerste instantie vaak www.nemo.nl in. Dit is echter de website van de Nederlandse Mortel Organisatie. De kinderen die nog niet zo handig zijn in het gebruiken van een zoekmachine, weten vervolgens niet hoe zij de website van Nemo, op www.e-nemo.nl, kunnen vinden.

De site bevat een zoekmachine. Op de homepage staat die in het midden van de pagina, op andere pagina's rechtsboven. Het zoekveld op de homepage wordt meestal over het hoofd gezien, op de overige pagina's niet. Waarschijnlijk komt dat doordat de plaatsing rechtsboven vrij standaard is. Daar verwachten kinderen hem dan ook.



4.15 Nickelodeon



Afbeelding 4.28: De website www.nickelodeon.nl.

De website van Nickelodeon is bedoeld voor kinderen van 6 tot 12 jaar. Voor de jongere kinderen is de website erg uitgebreid, er wordt te veel informatie aangeboden voor deze groep. Bovendien is het woordgebruik voor deze groep kinderen vaak te moeilijk en zijn de teksten vaak te lang. De oudere kinderen binnen deze doelgroep vinden de website over het algemeen kinderachtig vanwege de vele afbeeldingen van programma's voor kleinere kinderen. Misschien dat de website van Nickelodeon daarom is vernieuwd. Sinds februari 2008 heeft de site een nieuwe vormgeving en is een aantal van de door ons geconstateerde problemen verholpen.

Alle kinderen hebben moeite met het correct intypen van de naam Nickelodeon. Zij typen bijvoorbeeld www.nikkelodeon.nl. Doordat zij een lang woord moeten intikken dat zij normaal gesproken niet gebruiken, maken zij sneller tikfouten.

Kinderen die voor het eerst op deze website komen, zien direct dat je er spelletjes kunt spelen en dat je mee kunt doen aan prijsvragen. Een aantal kinderen weet dat je bij 'TV' kunt kijken naar online televisie. Naar 'Fun', 'Magazine', en 'Weblog' kijken de kinderen niet omdat zij niet weten wat zij er kunnen verwachten.

Links naar andere gedeeltes van de website zijn op dezelfde manier vormgegeven als de reclames. Daardoor worden zij door kinderen ook als reclame gezien, en vervolgens genegeerd. Op die manier missen veel kinderen een groot deel van de website. Toch zeggen zij deze website erg leuk en mooi te vinden, ondanks de grote hoeveelheid reclame.

Het maken van een account ervaren veel kinderen als te moeilijk. Ook zeggen ze vaak dat zij hun gegevens niet achter mogen laten van hun ouders.

Kinderen zijn in staat om informatie over series op te zoeken, maar kunnen de tijdstippen waarop de programma's worden uitgezonden, niet vinden. Die gegevens zijn niet gekoppeld, terwijl kinderen dat wel verwachten.

De 'Back'-knop leidt niet altijd naar de vorige pagina. Dit is zeer verwarrend.



4.16 Nieuws uit de natuur



Afbeelding 4.29: Het onderdeel 'Nieuws uit de natuur' op www.schooltv.nl

Het televisieprogramma 'Nieuws uit de Natuur' is bedoeld voor basisschool-kinderen uit groep 5 en 6. Het is een programma van SchoolTV, en wordt tijdens schooltijden uitgezonden. Op de website van het televisieprogramma kunnen kinderen oude afleveringen bekijken, spelletjes spelen en meedoen aan prijsvragen.

De homepage van de website komt zeer druk over. Als je met de muis over het menu beweegt, bewegen de afbeeldingen. Kinderen vinden dit de eerste paar keer erg leuk, daarna niet meer.

Kinderen kunnen op de website hun mening over een bepaalde stelling geven. Daar gaat dan wel een groot stuk tekst aan vooraf, die door veel kinderen niet wordt gelezen.

Sommige pagina's bevatten afbeeldingen als achtergrond, zoals het beeldmerk van 'Nieuws uit de Natuur' met daarboven een paar boomblaadjes (zie afbeelding 4.30). De teksten lopen daar overheen, waardoor ze soms moeilijk leesbaar zijn.



Afbeelding 4.30: Teksten slecht leesbaar door achtergrond-afbeelding.

Op de website staan meerdere links om televisiefragmenten terug te kijken. Wanneer deze links aangeklikt worden, opent een nieuw venster waarin je het fragment kunt afspelen. Omdat het venster beeldvullend is, raken kinderen niet afgeleid en is dit voor hen een prettige manier om het te bekijken. Vooral de wat jongere kinderen en onervaren internetters begrijpen echter niet altijd dat er een nieuw venster is geopend. Zij kunnen daardoor geen gebruik meer maken van de 'Back'-knop en weten



meestal niet waarom dat niet kan. (Zoals eerder gezegd doet dit probleem zich niet voor bij gebruik van de Krowser, de kinderbrowser van Ouders Online.)

4.17 RuneScape



Afbeelding 4.31: De website www.runescape.com.

RuneScape is een spel dat online gespeeld wordt met meerdere (soms honderden) spelers tegelijkertijd. In een online wereld moeten spelers karakters ('poppetjes') besturen en daarmee allerlei missies volbrengen. Het karakter groeit naarmate het spel vordert. Het spel is in eerste instantie bedoeld voor kinderen vanaf 13 jaar. RuneScape is echter zeer populair bij jongere kinderen, onder andere omdat het gratis gespeeld kan worden, in tegenstelling tot veel andere spellen van dit type.

Alle teksten op RuneScape zijn in het Engels. De meeste kinderen begrijpen dus niet wat er staat, waardoor zij veel van de informatie missen. Zo begrijpen kinderen ook de lange teksten niet die verschijnen als er een nieuwe account wordt aangemaakt. Dat maakt het voor veel kinderen moeilijk om een account aan te maken. Ook ontdekken ze vanwege de taalbarrière niet alle mogelijkheden.

Om RuneScape te kunnen spelen moet er software geïnstalleerd worden op de computer. Veel kinderen mogen van hun ouders geen software op de computer installeren, en sluiten de pop-up. Dat het spel vervolgens niet werkt, is voor veel kinderen niet duidelijk.

Kinderen delen vaak een karakter met vriendjes. Zij beschikken over elkaars inloggegevens en kunnen zo allebei met het karakter spelen. Kinderen hebben niet in de gaten dat het delen van inloggegevens ook gevaren met zich meebrengt. RuneScape is een spelletje waarbij je virtueel geld moet verdienen om bepaalde spullen voor het karakter te 'kopen'. Af en toe wordt op accounts ingebroken en geld 'gestolen'. Veel kinderen zijn zich er niet van bewust dat dit kan gebeuren als zij persoonlijke gegevens met vriendjes delen.



4.18 Schoolbieb



Afbeelding 4.32: De website www.schoolbieb.nl

Schoolbieb is een educatieve website en heeft aparte gedeeltes voor leerlingen van de basisschool, het voortgezet onderwijs, het beroepsonderwijs en docenten. Eigenaar van Schoolbieb.nl is de Vereniging van Openbare Bibliotheken Nederland. Kinderen kunnen er informatie opzoeken over onderwerpen die voor hun leeftijd relevant zijn.

Tijdens onze test deed zich de ongelukkige situatie voor dat er een mededeling over het menu werd geprojecteerd (zie afbeelding 4.33), waardoor de kinderen niet wisten wat ze op deze site konden doen. De meesten wisten niet dat dit soort teksten weggeklikt kan worden met het kruisje rechtsboven.



Afbeelding 4.33: Menu onzichtbaar door mededeling.

Kinderen die geen of weinig ervaring hebben met het zoeken van informatie op educatieve websites, maken in eerste instantie geen gebruik van de zoekmachine. Het is voor hen niet duidelijk dat zij op een vrij gemakkelijke manier op kunnen zoeken wat zij willen vinden.



De kinderen die wél gebruik maken van de zoekmachine om de gewenste informatie te zoeken, kunnen deze informatie niet altijd terugvinden. De kinderen is bijvoorbeeld gevraagd op deze website te zoeken hoe hoog de Eiffeltoren is. Zij die gebruik maakten van de zoekmachine, vulden 'Eifeltoren' (met één F in plaats van twee) in het zoekveld in. Dit geeft 3 onduidelijke zoekresultaten, in tegenstelling tot de 29 zoekresultaten die het woord 'Eiffeltoren' geeft.

Als kinderen via het menu links op zoek gaan naar informatie is het voor hen niet altijd duidelijk welke optie zij moeten kiezen. Ze verwachten informatie over de Eiffeltoren soms bij 'Frans', soms bij 'Aardrijkskunde'. Als voor 'Aardrijkskunde' wordt gekozen moeten zij opnieuw een keuze maken tussen een aantal onderwerpen waarvan het niet duidelijk is waaronder de Eiffeltoren terug te vinden zal zijn. Uiteindelijk moeten kinderen heel vaak klikken voordat zij bij de juiste informatie terechtkomen.

4.19 Spele.nl en FunnyGames



Afbeelding 4.34: De website www.spele.nl.

De website Spele.nl is veruit de populairste kindersite. Van alle kinderen die deelnamen aan de online enquête, zei maar liefst 85% dat ze deze website regelmatig bezoeken.

Kinderen hoeven niet na te denken hoe de URL gespeld moet worden, het is een kort woord om te typen, en er is een ruime keuze aan spelletjes beschikbaar. Het gewenste spelletje wordt aangeklikt en kan direct gespeeld worden. Is het spelletje niet leuk, dan is het zeer eenvoudig om terug te gaan naar het hoofdmenu om een nieuw spelletje te selecteren en te spelen. Kinderen kunnen de spelletjes die zij zoeken eenvoudig terugvinden en worden niet afgeleid door bewegende afbeeldingen op de homepage. Alle spelletjes worden in lijsten onder elkaar gepresenteerd waardoor het lijkt alsof er oneindig veel spelletjes zijn. Dit idee wordt versterkt doordat onderaan elke kolom een link staat naar 'Meer Nieuw/Populair/Race' et cetera.

Kinderen kunnen zich aanmelden voor spele.nl, maar dit valt absoluut niet op. Het is ook niet duidelijk waarom je jezelf zou aanmelden voor deze site. Ook zonder aanmelden kunnen alle spelletjes gespeeld worden, dus kinderen zien daar ook geen voordeel in.



Een andere spelletjessite waar veel kinderen komen, is www.funnygames.nl. Van de bezoekers daarvan is 32% tussen de 5 en 12 jaar oud, en 44% tussen de 13 en 19 jaar. Ook FunnyGames presenteert de spelletjes in kolommen en categorieën. Hierdoor lijkt het ook hier alsof er oneindig veel spelletjes beschikbaar zijn (mede door de links naar ‘Meer sport/race/denk/vecht games’ etc.).

De zoekfunctie op FunnyGames is iets minder duidelijk aanwezig dan de zoekfunctie van Spele.nl. Een aantal kinderen ziet de zoekfunctie zelfs helemaal niet, waardoor het moeilijker is om een spelletje te zoeken. De naam van de website is iets ingewikkelder en het duurt een stuk langer om die in te typen, vooral voor kinderen die nog veel moeite hebben met het typen van de juiste letters.



Afbeelding 4.35: De website www.funnygames.nl.

Beide websites lijken zo veel op elkaar dat de onderstaande problemen voor zowel Spele.nl als voor FunnyGames.nl gelden.

Als een spelletje geselecteerd is, moet je even wachten voordat het spelletje geladen wordt. Terwijl het spelletje nog aan het laden is verschijnt er vaak reclame in beeld. De kinderen hebben dat niet altijd door. Ze zien vooral reclames met veel kleurtjes en grappige poppetjes aan voor het spelletje zelf. Als er dan staat ‘Klik hier!’ doen kinderen dat ook. Vooral zeer-moeilijk-lerende kinderen hebben hier moeite mee; zij begrijpen niet dat zij op reclame klikken in plaats van op het spelletje zelf.

Er staat veel reclame voor volwassenen (Monsterboard, KLM, Intermediair) op spelletjeswebsites. Deze wordt door de kinderen meestal wel als reclame herkend. De reclame van Peugeot is echter moeilijker als reclame te herkennen, omdat kinderen uitgenodigd worden een spelletje te gaan spelen als zij op de link klikken.

Veel spelletjes zijn in een andere taal, bijvoorbeeld Japans of Chinees en Engels. Kinderen begrijpen de teksten niet, en weten niet wat er allemaal in beeld staat. Kinderen weten daardoor niet hoe het spelletje gespeeld moet worden. Belangrijker nog is dat kinderen niet zien of begrijpen waarop zij klikken.

Veel kinderen begrijpen het verschil nog niet tussen ‘nieuwe’ en ‘populaire’ spelletjes. Deze worden direct naast elkaar gepresenteerd en kinderen verwarren deze twee soorten dan ook gemakkelijk met elkaar.



4.20 Spelletjes.nl en Speeleiland.nl



Abbeelding 4.36: De websites www.spelletjes.nl en www.speeleiland.nl.

De websites spelletjes.nl en speeleiland.nl zijn ook sites waar spelletjes gespeeld kunnen worden. Deze websites zien er anders uit dan spele.nl en funnygames.nl en zijn beide ook minder populair. Van de ondervraagde kinderen zegt 85% regelmatig spele.nl te bezoeken; voor speeleiland.nl ligt dat aandeel op 21% en voor spelletjes.nl op 10%.

In vergelijking tot spele.nl en funnygames.nl valt op dat op spelletjes.nl en speeleiland.nl veel meer afbeeldingen te zien zijn. Die afbeeldingen worden vaak als reclame gezien, vooral als ze in de rechterkolom staan, maar ook als ze gegroepeerd zijn. Omdat de homepage van spelletjes.nl al reclame bevat, worden de afbeeldingen op deze site eerder voor reclame aangezien. Kinderen beschouwen per saldo een groot gedeelte van de site als reclame, en voor hen lijkt het er daarom op alsof er minder spelletjes te spelen zijn dan op Spele.nl of FunnyGames.nl. De website Speeleiland.nl is voor kinderen sowieso minder interessant omdat de homepage veel te druk is.

Ook op deze twee spelletjessites staat veel reclame voor volwassenen (Monsterboard, KLM, Intermediair). Kinderen herkennen dit probleemloos als reclame.

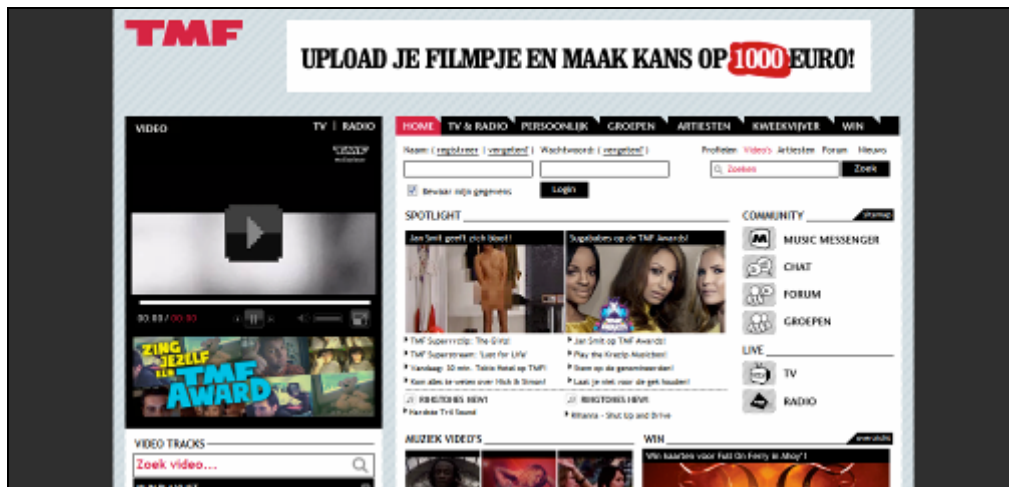
Veel spelletjes op deze sites zijn in een andere taal, bijvoorbeeld Japans of Chinees en Engels. Kinderen begrijpen de teksten niet, en weten niet wat er allemaal in beeld staat. Kinderen weten daardoor niet hoe je het spelletje moet spelen, maar belangrijker nog is dat kinderen niet zien of begrijpen wat zij aanklikken.

Ten tijde van onze test was zoeken op Spelletjes.nl onduidelijk, omdat er twee zoekmachines op het scherm stonden. Veel kinderen begrepen niet wat het verschil was daartussen (de ene zocht via Google en de andere rechtstreeks). Inmiddels is dit probleem opgelost.

Als kinderen de zoekmachine op www.speeleiland.nl willen gebruiken om een spelletje te zoeken, moeten ze eerst de tekst die in de zoekmachine staat ('Spel') weghalen. Omdat ze dat niet gewend zijn, zien veel kinderen de zoekmachine over het hoofd.



4.21 TMF



Afbeelding 4.37: De website www.tmf.nl

De muzikzender TMF richt zich op kinderen van 13 tot 19 jaar. Op de website is het o.a. mogelijk om muziek te bekijken/beluisteren en informatie te zoeken over artiesten. Ook is het mogelijk om een persoonlijk profiel aan te maken voor een 'eigen website' op TMF.nl.

Op de homepage van TMF.nl staat links in beeld, onder de plaats waar filmpjes bekeken kunnen worden, een zoekmachine om video's te zoeken. Veel kinderen zien die over het hoofd. Als ze een specifieke video willen bekijken, klikken ze eerst op 'Artiesten', om vervolgens de artiest in de lijst op te zoeken.

Ook is het mogelijk een *playlist* samen te stellen met zelfgekozen liedjes of afleveringen van tv-programma's. Deze mogelijkheid wordt door kinderen niet begrepen.

Er staat veel informatie op de homepage van TMF.nl, waardoor kinderen gemakkelijk het overzicht kwijtraken en niet volledig bevatten wat er allemaal mogelijk is. Overigens is de layout inmiddels al weer gewijzigd.



4.22 Willem Wever



Afbeelding 4.38: De website www.willemwever.nl.

Willem Wever is een informatief televisieprogramma voor kinderen van 9 tot 12 jaar. Ze kunnen er vragen stellen en het programma probeert een antwoord te vinden op deze vragen. Op de website staan alle vragen die al eens gesteld zijn, met het antwoord daarbij. Ook is het hier mogelijk om oude afleveringen online te bekijken en spelletjes te spelen.

Je kunt op de website van Willem Wever een vraag stellen. Als kinderen met de muis over de link schuiven, verschijnt er een knop met 'Stel je vraag!'. Kinderen vinden dit erg leuk en proberen dit meerdere keren uit. Als zij erop klikken, behoort er een popup te verschijnen, maar op veel computers wordt deze geblokkeerd. Kinderen zien dit niet. Vervolgens vinden ze het vervelend dat er niets is gebeurd en raken ze snel afgeleid door andere dingen op de website.

Als je met de muis over het menu bovenaan de pagina beweegt, bewegen de menu-items. Kinderen gebruiken dit menu vrij regelmatig en storen zich eraan als de links elke keer weer blijven bewegen en geluidjes maken. De eerste keer vinden ze het leuk, maar daarna gaat het irriteren.





Afbeelding 4.39: Kleine letters op Willemwever.nl.

Op een aantal plaatsen zijn de lettertjes zeer klein, waardoor de desbetreffende teksten moeilijk leesbaar zijn. Ook de teksten HOME en INFO worden niet gezien, omdat de lettertjes zo klein zijn én omdat gebruik gemaakt is van kapitalen (hoofdletters). Daarnaast zorgen de kleurencombinaties van tekst en achtergrond ervoor dat sommige teksten erg moeilijk leesbaar zijn vanwege gebrek aan contrast.

De zoekmachine is pas zichtbaar als naar beneden gescrold wordt, en kinderen zien die dan vaak over het hoofd. Zij verwachten hem juist bovenaan de pagina; volgens hen is een zoekmachine altijd ergens bovenin terug te vinden.

Veel kinderen typen een woord in om een zoekopdracht te geven. Vervolgens proberen zij een categorie te kiezen. Zoeken met behulp van een zoekterm is echter niet mogelijk in combinatie met het zoeken op categorieën. Voor veel kinderen is dit niet duidelijk. Als ze bijvoorbeeld op 'konijn' zoeken en dan voor de categorie 'dieren en planten' kiezen, begrijpen kinderen niet waarom er geen zoekresultaten terug te vinden zijn over konijnen, maar wel over andere dieren. Zij denken vervolgens dat er op de website van Willem Wever geen informatie over konijnen is, terwijl dat wel het geval is.



4.23 Z@PP



Afbeelding 4.40: De website www.zapp.nl.

De website van Z@PP is bedoeld voor de kinderen uit groep 7 en 8. Voor deze doelgroep worden onder de naam Z@PP op Nederland 3 op doordeweekse dagen vanaf drie uur 's middags televisieprogramma's uitgezonden. Dus direct wanneer kinderen thuiskomen van school. Ook in het weekend kunnen ze naar Z@PP kijken. Voor de jongere kinderen is er Z@ppelin.

Op de homepage staat in het midden bovenin een foto van een groepje jongeren. Rechts daarvan zitten twee uitschuifmenu's waarmee kinderen onder andere de muziek van een animatie aan en uit kunnen zetten. Deze uitschuifmenu's vallen echter totaal niet op. Zelfs als de menu's uitgeschoven zijn vallen zij niet genoeg op vanwege de gebruikte kleurencombinaties. De uitschuifmenu's hebben namelijk dezelfde kleuren als de achtergrond waar zij overheen schuiven. De teksten die erin staan, zijn te klein om de aandacht te trekken.



Afbeelding 4.41: Kleine onduidelijke menu's op zapp.nl.

In de tv-gids kunnen kinderen kijken wat er op televisie is, en hoe laat de programma's beginnen. In de linkerkolom staat hoe laat het programma op televisie te zien zal zijn, en in de meest rechtse kolom staat een omschrijving van wat er te zien zal zijn. In de middelste kolom staat een afbeelding van het programma in de vorm van een televisie. Als je met de muis over deze afbeeldingen beweegt,



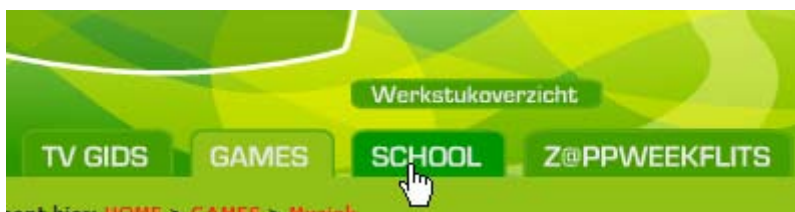
verandert de cursor in een handje, wat volgens de kinderen normaal gesproken betekent dat je erop kunt klikken. Als ze dat doen gebeurt er echter niks.

Deze website maakt gebruik van *breadcrumbs* (broodkruimels). De functie daarvan is dat je kunt zien waar je op de website bevindt, met het pad daar naartoe. Op Zapp.nl zijn de kruimels moeilijk leesbaar vanwege het kleurgebruik (rood op groen).



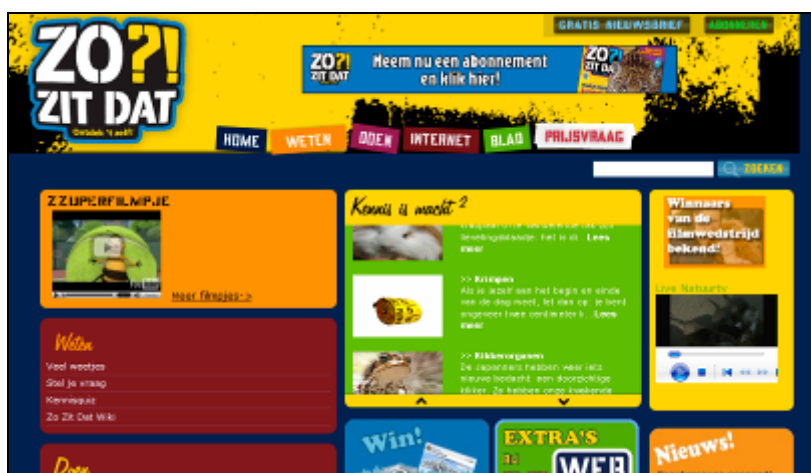
Afbeelding 4.42: Moeilijk leesbare breadcrumbs op zapp.nl: Home > Games > Muziek

Het hoofdmenu van Zapp.nl bestaat uit een uitklapmenu dat door kinderen over het hoofd wordt gezien. Dat geldt ook voor de uitgeklapte links. De kleuren van het uitklapmenu zijn vrijwel dezelfde als die van de achtergrond waar de menu's overheen schuiven. Hoe meer items uitschuiven, hoe makkelijker zij te zien zijn. Boven 'School' klapt 'Werkstukoverzicht' uit. Omdat dit maar één item is, is dit heel slecht te zien.



Afbeelding 4.43: Uitklappen van één item boven het hoofdmenu-item 'school' op zapp.nl.

4.24 Zozitdat



Afbeelding 4.44: De website www.zozitdat.nl.

Zo Zit Dat?! (tijdschrift en website) is bedoeld voor kinderen van 8 tot 13 jaar. De website zozitdat.nl hoort bij het tijdschrift Zo Zit Dat?! Het is een educatieve website, kinderen kunnen hier o.a. op zoek gaan naar weetjes, zelf vragen stellen die misschien in het blad of op de website terug zullen komen, of een abonnement nemen op het tijdschrift. Het is ook mogelijk om spelletjes te spelen.

Het lettertype van de kopjes én de gebruikte kleurencombinaties van letters en achtergrond zorgen ervoor dat veel kinderen informatie of links niet kunnen lezen of überhaupt niet eens zien. Ook de (beperkte) grootte van het lettertype leidt ertoe dat sommige teksten voor kinderen erg moeilijk te lezen zijn. Kinderen zijn nog niet zulke goede lezers, waardoor het belangrijk is om teksten op websites goed leesbaar te presenteren. Leesboekjes voor kleine kinderen hebben niet voor niets zulke grote letters...

Proefjes en Weetjes kunnen op deze website per e-mail verstuurd worden naar vriendjes en vriendinnetjes. De titel van dit stukje is 'Tell a Friend'. Een groot aantal kinderen is nog niet zo vertrouwd met de Engelse taal dat zij kunnen begrijpen wat dit betekent.

Als een kind het proefje of weetje naar een vriendje of vriendinnetje wil sturen, staat er drie keer de mogelijkheid om een e-mailadres van een vriend in te vullen. Een aantal kinderen denkt dat je drie keer hetzelfde e-mailadres in moet vullen. Zij veronderstellen dat het ter controle is om zeker te zijn dat het proefje naar het goede e-mailadres gestuurd wordt.

Afbeelding 4.45: Tell a friend op zozitdat.nl.



Usability-bevindingen per thema



Hoofdstuk 5

KLIK EN KLAAR

Een onderzoek naar surfgedrag en usability bij kinderen
stichting Mijn Kind Online + 2C Usability • mei 2008



In dit hoofdstuk worden de usability-bevindingen beschreven per thema, zoals navigatie, taalgebruik, en artwork. Daarnaast wordt ook het bewustzijn van kinderen ten aanzien van het internet behandeld. Met name de manier waarop ze omgaan met reclame en persoonlijke gegevens komt daarbij aan de orde.

De meeste usability-problemen zijn oplosbaar. Daar waar mogelijk worden dus ook aanbevelingen gedaan om de beschreven problemen te vermijden. In de volgende hoofdstukken zullen deze aanbevelingen nogmaals op een rijtje worden gezet, eerst voor website-bouwers (bij wijze van handleiding voor het maken van gebruikersvriendelijke kindersites) en daarna voor ouders, als instructie om hun kinderen te begeleiden.

5.1 URL

De meeste kinderen hebben moeite met typen. Het duurt lang voordat ze de goede letters hebben gevonden. Doordat hun fijne motoriek nog niet volledig ontwikkeld is, gebeurt het ook vaak dat ze per ongeluk meerdere toetsen tegelijk indrukken. Dat maakt het moeilijk om een URL van een website in te tikken. Hoe langer de URL, hoe meer er mis kan gaan, en hoe moeilijker het voor de kinderen is om op de juiste website terecht te komen.

Kinderen bleken vooral veel moeite te hebben met het foutloos typen van de URL's van sites als Cinekidstudio, Jeugdjournaal, Kennisnet en Nickelodeon. Niet alleen de jongere kinderen, maar ook de kinderen uit groep 8 en zelfs de brugklas, voor wie de websites bedoeld zijn.

Op de vraag om te surfen naar de site van het Jeugdjournaal, tikten sommige kinderen www.jeugdjournaal.nl (zonder de D) waardoor ze op een commerciële linkdump-pagina van een tikfout-piraat terecht kwamen. De tikfout-variant www.jeugtjournaal.nl (met een T) is inmiddels in handen van het Jeugdjournaal zelf, waardoor dát in ieder geval niet meer fout kan gaan.

- Leg tikfout-domeinen vast bij de Stichting Domein Registratie Nederland (www.sidn.nl) en voorkom zo dat 'domeinkapers' dit doen en kinderen confronteren met onwenselijke inhoud. Laat deze domeinen verwijzen naar de juiste website, zodat kinderen altijd op de juiste plek terecht komen.

Wanneer zij niet de exacte URL van een website weten, proberen kinderen vaak de naam in te typen, gevolgd door '.nl'. Voor de websites van Nemo en het Klokhuis werkt dit niet (moet zijn: www.e-nemo.nl en www.hetklokhuis.nl). Kinderen komen dan op een andere website terecht, vaak zonder dat ze dat in de gaten hebben. Zeker als ze niet weten wat ze van de website moeten verwachten, is het voor de kinderen niet duidelijk dat ze op een verkeerde website terecht zijn gekomen. Ze begrijpen die websites niet en ervaren ze ook niet als leuk, en dus zullen die kinderen er niet nog een keer naar teruggaan.

- Houd de URL's van kinderwebsites zo kort en eenvoudig mogelijk, sluit aan bij de (merk)naam van de site, vermijd meerdere woorden in de URL en vermijd onbekende woorden.

Kinderen die handig zijn met Google, proberen via die route alsnog de juiste website te vinden. Dat lukt dan vaak wel. Kinderen die niet weten dat dit mogelijk is, komen zelden op de gewenste site terecht.



Kinderen begrijpen ook nog niet welke technische restricties een rol spelen bij het gebruik van internet. Zo komt het vaak voor dat kinderen een spatie gebruiken als ze een URL intypen (bijvoorbeeld www.donald_duck.nl en www.het_klokhuis.nl). Dat is iets wat ouders en leerkrachten de kinderen kunnen leren.

5.2 Hoofdmenu

Op websites die specifiek voor kinderen gemaakt zijn, ziet de hoofdnavigatie er vaak heel aantrekkelijk uit. Het hoofdmenu wordt bijvoorbeeld opgeleukt met icoontjes, animaties of vrolijke kleurtjes. In principe vinden kinderen dit erg leuk. Althans, in eerste instantie. Vooral bewegende elementen gaan hen na enige tijd vreselijk irriteren. Een ander (groot) nadeel van dit soort ‘originale’ hoofdmenu’s is dat ze vaak niet als menu herkend worden. Of dat ze door het kleurgebruik niet eens opgemerkt worden.

Veel websites maken gebruik van uitschuif- of uitklapmenu’s. Als met de muis over een menu-item bewogen wordt, klapt er een keuzelijst uit, die weer verdwijnt als de muis van het item afgehaald wordt. Kinderen hebben echter nog veel moeite met het gebruiken van de muis; hun fijne motoriek is nog niet zo goed ontwikkeld en ze hebben nog niet zoveel ervaring in het gebruiken van een muis. Uitklapmenu’s zijn daardoor veelal te moeilijk voor kinderen. Als de kinderen een item willen selecteren in het uitgeklapte menu, gaan ze regelmatig per ongeluk met de cursor van het item af, waardoor het menu weer inklappt.

- Houd het hoofdmenu herkenbaar en eenvoudig. Het moet gemakkelijk terug te vinden zijn, en functionaliteit is ook voor kinderen belangrijker dan hoe het eruit ziet. Vermijd het gebruik van animaties als hierdoor de functionaliteit afneemt.

Op een aantal websites valt het hoofdmenu niet goed op. Er worden bijvoorbeeld lettertypes gebruikt die er leuk uitzien, maar die de leesbaarheid van de tekst niet bevorderen. Of de lettertjes zijn te klein, of ze bestaan louter uit kapitalen (hoofdletters), die minder ‘reliëf’ hebben dan onderkast letters (kleine letters). Ook het kleurgebruik van de tekst en de achtergrond zorgt er vaak voor dat het menu niet opvalt.

Op een aantal websites staat het menu heel klein bovenaan de pagina. Zodra er ook maar een beetje naar beneden wordt gescrolld, wordt het menu dan al niet meer gezien. De kinderen kunnen de gewenste informatie op de site niet bereiken omdat ze nergens naartoe kunnen navigeren zonder het menu.



Afbeelding 5.1: Het hoofdmenu van www.kaboem.nl wordt gemakkelijk over het hoofd gezien.

- Het hoofdmenu moet altijd duidelijk zijn. Kinderen die de website voor het eerst bezoeken, moeten direct kunnen zien waar het hoofdmenu is, zodat ze weten hoe ze naar de gewenste informatie kunnen navigeren.

Ook kan het zijn dat sommige termen in het menu niet genoeg aanspreken of niet voldoende zelfverklarend zijn. Op de site van het Jeugdjournaal bijvoorbeeld, kunnen spelletjes gespeeld worden



onder ‘Actie’. Kinderen weten niet wat zij onder ‘Actie’ kunnen verwachten, en weten dus niet dat ze daar ook spelletjes kunnen spelen. Ditzelfde geldt bijvoorbeeld voor ‘Weblog’ op de website van Nickelodeon en ‘Microsites’ en ‘Blox’ op de website van Jetix.

- Gebruik voor menu-items termen die aanspreken en zelfverklarend zijn, zodat kinderen weten wat ze kunnen verwachten. Vermijd vage, moeilijke en Engelse termen, maar ook ‘te creatieve’ en ‘te originele’ benamingen.

De website van Donald Duck (en het bijbehorende hoofdmenu) wordt vergeleken met een huis. Dat is een bekende – maar inmiddels al enigszins verouderde – metaforische benadering van websites. In de ‘speelkamer’ kunnen spelletjes gedaan worden, en bij de ‘brievenbus’ kan post naar Donald Duck verstuurd worden. In principe vinden kinderen dit erg leuk (net zoals ze Jan Klaassen en Katrijn nog leuk kunnen vinden, ondanks de gedateerdheid daarvan.) Het nadeel is echter dat bepaalde informatie niet duidelijk terug te vinden is, of dat de metaforen geforceerd kunnen worden. Een voorbeeld hiervan is de spreekbeurtinformatie. Kinderen (en andere gebruikers) weten niet dat ze die informatie kunnen vinden in ‘de woonkamer’.

5.3 Animaties en geluidjes

Animaties en geluidjes, bijvoorbeeld in menu’s, worden in eerste instantie zeer gewaardeerd. Als ze goed gemaakt zijn, vinden kinderen ze leuk. Maar als kinderen wat langer op een website blijven, en steeds weer diezelfde animaties en/of geluidjes tegenkomen, gaan ze die zeer irritant vinden.

Daarnaast zijn animaties vaak erg druk en leiden ze gemakkelijk de aandacht af. Dit geldt ook voor filmpjes die (automatisch) afgespeeld worden zodra een pagina geopend wordt. Kinderen vinden ze in eerste instantie wel leuk, maar het wordt vervelend als een filmpje steeds weer opnieuw begint te spelen als je terugkomt op de bijbehorende pagina.

- Animaties en geluidjes kunnen beslist een toegevoegde waarde hebben. In principe worden ze gewaardeerd door kinderen. Maar overdrijf het niet, omdat ze snel kunnen vervelen. Bedenk ook dat functionaliteit altijd belangrijker wordt gevonden dan (multimediale) effecten.

Dingen die uit zichzelf iets doen, zonder dat je daar als gebruiker invloed op hebt, leveren bijna altijd een negatieve gebruikerservaring. Dit basisprincipe van de usability geldt ook voor kinderen. Filmpjes die uit zichzelf beginnen te spelen moeten dus ook uitgezet of gepauzeerd kunnen worden. Vanzelfsprekend moet je ook het geluid harder en zachter kunnen zetten, etc.

- Breng de bedieningselementen van filmpjes duidelijk in beeld, zodat kinderen controle kunnen uitoefenen over datgene wat ze overkomt.

Filmpjes worden vaak gestart in een nieuw venster. Voordeel daarvan is dat de kijker niet wordt afgeleid en zich volledig kan concentreren op het filmpje. Nadeel is echter dat kinderen zich niet altijd realiseren dat er een nieuw venster is geopend, met alle nadelige gevolgen van dien. Ze begrijpen bijvoorbeeld niet hoe ze weer terug kunnen gaan naar de vorige pagina. De ‘Back’-knop werkt dan immers niet meer (tenzij gebruik wordt gemaakt van een speciale kinderbrowser zoals de Krowser van Ouders Online). Ook kan een simpele klik op het onderliggende venster het popup-venster naar de achtergrond verplaatsen, waar het niet meer zichtbaar is. Ook dát wordt overigens voorkomen bij gebruik van de Krowser.



- Laat filmpjes liever niet in een nieuw venster starten en zorg dat er zo min mogelijk afleiding is rondom het filmpje.

Soms wordt op een site tekst en uitleg gegeven met behulp van gesproken taal. Veel kinderen vertelden echter dat ze vaak geen audio beschikbaar hebben op hun PC. In dat geval hebben ze niet of nauwelijks door dat er een uitleg wordt gegeven. Daarom willen ze graag dat eventuele uitleg óók beschikbaar is als leesbare tekst, ook om ingewikkelde dingen nog eens na te kunnen lezen.

- Geef bij gesproken toelichtingen altijd een geschreven variant erbij. Want veel kinderen maken gebruik van internet zonder dat hun computer over geluid beschikt of het geluid staat gewoon niet aan.

5.4 Leeftijds-afhankelijke elementen

Kinderen zijn zich heel erg bewust van hun leeftijd. Daarom bezoeken ze niet graag websites die – in hun ogen – te kinderlijk zijn. Een woord als ‘kids’ is voor basisschoolleerlingen uit groep 7 en 8 al onverteerbaar. Omgekeerd bezoeken ze juist wél veel websites die in principe bedoeld zijn voor volwassenen (zoals Hyves en Google) mits zulke sites maar niet al te veel tekst en moeilijke woorden bevatten, zoals de Wikipedia.

Kinder-sites die zich richten op een te brede leeftijds-range, missen hun doel. Zeker wanneer er geen keuzes worden gemaakt, en er een soort gemiddelde wordt gezocht, zijn zulke sites niet aantrekkelijk voor kinderen. Voor de jongsten zijn ze dan te moeilijk en voor de oudsten te kinderachtig. Dat blijkt behoorlijk nauw te steken.

- Maak een duidelijke keuze voor de beoogde leeftijdsgroep, maak de groep niet te breed, en pas het woordgebruik en het artwork etc. daar op aan. Waak voor kinderachtigheid. Spreek kinderen op een directe, niet kinderachtige manier aan. Onderschat ze niet. Kinderen van 11 en 12 jaar willen niet als kinderen worden aangesproken.



Afbeelding 5.2: Kinderen van 11 à 12 (groep 7 à 8) vinden zichzelf geen kids meer. Waarop moeten ze dan klikken? (www.kennisnet.nl).



5.5 Taal en tekst

Veel kinderen hebben moeite met het taalgebruik op sommige websites. Ook staan er vaak lange zinnen op websites voor kinderen. Omdat kinderen nog geen volleeerde lezers zijn, nemen ze niet de moeite om lange teksten te lezen. Kinderen kunnen teksten beter lezen als de zinnen kort zijn en als er niet al te veel moeilijke woorden worden gebruikt.

- Vermijd lange teksten, gebruik korte zinnen, en gebruik geen moeilijke woorden.

Veel kinder-sites maken gebruik van lettertypes die er leuk en flitsend uitzien, maar helaas soms moeilijk leesbaar zijn. Ook wordt op veel websites een (te) klein lettertype gebruikt. De leesvaardigheid van kinderen is nog niet dusdanig ontwikkeld dat ze met gemak kleine letters kunnen lezen. Het is verstandiger om op websites voor kinderen grotere letters en een duidelijk lettertype te gebruiken. Lange teksten in een klein lettertype nodigen niet uit om te gaan lezen.

- Gebruik bij voorkeur een eenvoudig, schreefloos font, bijvoorbeeld de Verdana, en maak de letters lekker groot.
- Bedenk dat onderkast-letters beter leesbaar zijn dan kapitalen, vanwege het sterkere reliëf.

Kleine kinderen spreken nog geen Engels. Sites die Engelse termen gebruiken, bijvoorbeeld in koppen of menu's, worden dus niet goed begrepen. De desbetreffende tekstjes of koppen worden gewoon genegeerd.

- Gebruik liever geen Engelse termen. Doe je dat wel, dan worden ze meestal genegeerd.

5.6 Kleurgebruik en achtergronden

Kinder-sites vertonen vaak allerlei vrolijke kleuren, zowel voor de teksten als voor de achtergrond. Daardoor kan de site er vrolijk uitzien, maar kan de leesbaarheid wel in het gedrang komen. Als het contrast te klein is, kunnen delen van websites totaal onopvallend worden. Op een enkele website vonden we achtergrond-afbeeldingen waar de tekst overheen liep.

- Zet teksten op een contrasterende ondergrond, zodat ze goed leesbaar blijven.





Afbeelding 5.3: Zwarte tekst op een paarse ondergrond is moeilijk leesbaar (www.zozitdat.nl).

- Zorg dat eventuele achtergrond-afbeeldingen niet in conflict komen met de leestekst.

5.7 Hyperlinks

Kinderen klikken graag op afbeeldingen, en doen dat ook liever dan het klikken op tekstlinks. Ten eerste zijn afbeeldingen groter, waardoor het motorisch gezien makkelijker is om erop te klikken. Ten tweede verwachten kinderen ook dat afbeeldingen klikbaar zijn. Is dat niet het geval, dan weten ze vaak niet waarop ze dan wél moeten klikken.

- maak het kinderen zo gemakkelijk mogelijk en maak afbeeldingen zo veel mogelijk klikbaar.



Afbeelding 5.4: Kinderen probeerden deze afbeelding aan te klikken, terwijl dat geen hyperlink was (www.cinekidstudio.nl)

Ontwerpers van kindersites hebben sterk de neiging om origineel en non-conformistisch te werk te gaan, en originele oplossingen te zoeken. Een traditionele tekstlink, blauw en onderstreept, is dan al



snel te saai. Het gevolg daarvan is echter wel dat veel links niet meer als zodanig herkenbaar zijn, en het surfen gefrustreerd wordt. Slechts een beperkt aantal kinderen probeert net zo lang allerlei dingen aan te klikken tot ze iets tegenkomen wat inderdaad klikbaar is.

- Wees terughoudend bij het ontwerpen van originele hyperlinks. De kans is groot dat ze niet als link herkend worden.

Het feit dat een muispijl verandert in een handje als iets klikbaar is, is bij veel kinderen bekend. Op sommige sites verandert de muispijl echter in een handje als er helemaal niet geklikt kan worden. Dat is verwarrend.

- Probeer zo veel mogelijk aan te sluiten bij bestaande conventies en verwachtingspatronen. Laat de muispijl dus niet veranderen in een handje als er niet geklikt kan worden.

5.8 Reclame

De populairste kinder-sites (zoals Spele.nl en Clipjes.nl) zien er in vergelijking met andere websites saai en eenvoudig uit. Veel website-makers denken dat kinderen een website pas leuk vinden als die heel kleurig is en veel afbeeldingen en filmpjes bevat. Het gevaar hiervan is dat kinderen veel van deze dingen ten onrechte voor reclame aanzien.

Let op: de usability-onderzoeker Jakob Nielsen constateerde in 2002 dat kinderen klikken op alles wat maar knippert en beweegt, dus ook op praktisch alle reclame-banners. Deze bevinding konden we anno 2008 niet meer reproduceren. Kinderen lijken inmiddels al bijna net zo immuun voor banners te zijn geworden als volwassenen.

Toch kunnen kinderen moeilijk onderscheid maken tussen datgene wat wel en geen reclame is. Reclame vinden ze niet interessant, en ze zeggen daar dan ook niet op te willen klikken. Anders gezegd: kinderen storen zich niet aan reclame. Ze negeren gewoon alles waarvan ze denken dat het reclame is. Desondanks leiden knipperende en/of bewegende reclames wel de aandacht af.

Hoe dan ook is het ethisch gezien wel aan te bevelen om een duidelijk onderscheid aan te brengen tussen reclame en redactie, bijvoorbeeld met het woord “Advertentie”. Dat reclame als zodanig herkenbaar moet zijn, is ook vastgelegd in een nieuwe Europese richtlijn, die binnenkort geïmplementeerd zal worden in de Nederlandse wet.

- Maak een duidelijk onderscheid tussen reclame en redactie, door het woord “Advertentie” bij reclame-uitingen te zetten.

Let op: de rechterkant van het scherm wordt door veel kinderen genegeerd, omdat ze ervan uitgaan dat daar reclame staat. Pas dus op met het rechts plaatsen van eigen hyperlinks (ten behoeve van de site-navigatie) omdat kinderen die links niet snel zullen opmerken.





Afbeelding 5.5: De informatie in deze blokjes wordt door alle kinderen voor reclame aangezien (www.zozitdat.nl)

- Kinderen denken vaak dat alles wat zich aan de rechterkant van het scherm bevindt, reclame is. Plaats daarom geen eigen links naar andere delen van de website aan de rechterkant van het scherm, omdat dit gedeelte door kinderen vaak genegeerd wordt.

Reclame die gerelateerd is aan het onderwerp van de site, beschouwen de meeste kinderen niet als reclame (bijvoorbeeld reclame voor Disney koekjes op de website van Donald Duck, of reclame voor Honig Jungle Pasta van Zoop op de website van Zoop).

- Ouders leren hun kinderen reclame te herkennen op televisie. Ze zouden ook meer aandacht moeten besteden aan het herkennen van reclame op het internet, zodat kinderen hier beter in worden en dus minder vaak op reclame klikken als ze dat niet van plan waren.

Op veel websites waar kinderen regelmatig naar kijken, staat 'volwassenen'-reclame, zoals voor Monsterboard, Intermediair, KLM en Bertolli. Deze reclame wordt door alle kinderen herkend als reclame. Dat is echter anders wanneer die reclames melding maken van de mogelijkheid om spelletjes te spelen, of als de reclame zelf in de vorm van een spelletje gegoten is. Dan wordt de reclame niet of nauwelijks beschouwd als reclame.



Afbeelding 5.6: Reclame voor Telfort - ziet eruit als een spelletje en wordt niet als reclame herkend (www.spelletjes.nl)



5.9 Scrollen

Uit onderzoek van de Nielsen Norman Group (in Amerika en Israël) kwam naar voren dat kinderen niet of nauwelijks scrollen. De kinderen uit ons eigen onderzoek scrollen echter wel, zowel horizontaal als verticaal. In een nieuw geopend venster scrollen kinderen zelfs eerder dan dat zij het venster maximaliseren.

De kinderen uit ons onderzoek houden op met scrollen wanneer zij verwachten geen nieuwe zaken meer tegen te komen. Als kinderen een tijdje scrollen en telkens weer dezelfde informatie zien, stoppen zij ermee, en gaan ze elders op zoek. Ze verwachten niet nog iets te vinden wanneer ze nog verder naar beneden scrollen.

- Zorg dat kinderen niet te lang hoeven scrollen op een pagina. De meeste kinderen hebben geen problemen met scrollen, maar raken gemakkelijk afgeleid als ze te lang moeten scrollen. Ook haken kinderen vaak af omdat zij niet verwachten dat ze de gezochte informatie lager op de pagina nog tegen zullen komen.

5.10 Zoeken

Als kinderen een zoekmachine gebruiken, voeren ze meestal één enkel woord in als zoekterm. Voor een artiest gebruiken ze vaak de voor- en achternaam. Slechts een enkeling tikt een hele vraag in (“Wanneer is Robbie Williams jarig?”).

Zoeken via zoekmachines als Google is erg moeilijk voor kinderen, maar ze proberen het wel. Er zijn vaak te veel mogelijkheden waar ze uit kunnen kiezen. Sommige kinderen geven aan dat ze wel eerst de omschrijving lezen voordat ze op een link klikken, zodat ze niet per ongeluk op een site komen die niet voor hen bedoeld is. Het is echter niet altijd even duidelijk welke sites wel en welke niet voor kinderen bestemd zijn. Ze maken hier nog gemakkelijk veel fouten in.

- Leer kinderen hoe ze voor hen bedoelde websites kunnen herkennen in lijsten met zoekresultaten. Hoe meer bedreven ze hierin zijn, hoe minder snel ze per ongeluk op websites komen die niet voor hen bedoeld zijn.

De meeste kinderen kunnen goed onderscheid maken tussen dingen die wel en niet voor hen bedoeld zijn. Dat lukt hen nog beter als ze tips en adviezen krijgen, zodat ze weten waar ze op moeten letten. Kinderen kunnen echter vrij gemakkelijk via onschuldige zoektermen op verkeerde websites terecht komen. De meeste kinderen zijn zich niet bewust van de gevaren van het internet en verwachten in eerste instantie niet dat ze op ‘verkeerde’ websites terecht kunnen komen. Hoe beter ze onderscheid kunnen maken tussen websites die wel en niet voor hen bedoeld zijn, hoe kleiner de kans dat ze op verkeerde sites terechtkomen.

- Maak kinderen ervan bewust dat het internet gevaren met zich meebrengt. Vertel hen dat niet alleen, maar maak het onderwerp ruim bespreekbaar. Als kinderen vervolgens ‘rare’ dingen tegenkomen, zullen ze daar zelf eerder over beginnen.

Kinderen klikken de links aan die voor hen het meest aantrekkelijk zijn. Dit zijn echter niet altijd de juiste links. Als bijvoorbeeld ‘Klokhuis’ opgezocht wordt via Google, is voor kinderen de derde link (met de tekst ‘Welkom bij Klokhuis’) interessanter dan de eerste en de tweede (resp. met de tekst



‘NPS – Het Klokhuis’ en ‘Het Klokhuis Streams – Archief’). De eerste twee links associëren ze niet met het Klokhuis, vanwege de vage termen die in de titel staan. Kinderen kiezen de link op basis van wat voor hen het meest aantrekkelijk eruit ziet.

- Gebruik geen vage of onduidelijke termen in de link die te zien is via zoekmachines. Kinderen toetsen de link wel op betrouwbaarheid, maar doen dat op wat voor hen het meest aantrekkelijk eruit ziet en wat hen het meest aanspreekt. Vage of onduidelijke termen geven kinderen het idee dat de link niet voor hen bedoeld is.

Kinderen maken weinig gebruik van (interne) zoekmachines. Op spelletjeswebsites gebruiken ze af en toe de bijbehorende zoekmachine om een bepaald spel op te zoeken, maar de meeste kinderen begrijpen nog niet volledig hoe zoeken met een zoekmachine werkt. Doordat ze de verkeerde zoektermen gebruiken, kunnen kinderen vaak niet vinden wat ze zoeken.

Veel zoekmachines op websites geven geen alternatieven als er een onbekend of verkeerd gespeld trefwoord wordt ingevuld. Aan te raden is om ervoor te zorgen dat dat wel gebeurt.

- Laat zoekmachines ook resultaten geven als er een niet correct gespelde term ingevuld wordt en laat bij voorkeur ook alternatieve spellingen produceren (“Bedoelde u Eiffeltoren in plaats van Eifeltoren?”)

Kinderen die handig zijn in het gebruik van zoekmachines, gaan ook actief op zoek naar een zoekmachine op een website wanneer ze informatie niet kunnen vinden. De eerste plaats waar ze die zoeken, is rechtsboven op de pagina. Als ze de zoekmachine daar niet vinden, denken ze dat de pagina geen zoekmachine bevat en staken ze het zoeken.

Wanneer (interne) zoekmachines net zo werken als Google, leveren ze voor kinderen de minste problemen op. Hoewel ze een aantal regels kennen voor het gebruik van de Google zoekmachine, hebben ze er nog wel moeite mee. Zo probeerde een aantal kinderen hele zinnen in te vullen bij zoekmachines die maar op één woord werken.

Op sommige websites kan op trefwoorden of categorieën gezocht worden. Veel kinderen typen een trefwoord en kiezen vervolgens een categorie, terwijl dit niet samen gebruikt kan worden.

- Als u een eigen zoekmachine wilt gebruiken, probeer dan zo veel mogelijk aan te sluiten bij de conventies van Google.

Educatieve websites (zoals Kennisnet en Schoolbieb) zijn erg afhankelijk van de bijbehorende zoekmachines. Kinderen die weten hoe een zoekmachine werkt, kunnen snel vinden wat ze nodig hebben. Maar veel kinderen kunnen nog niet zo goed met een zoekmachine overweg, en kunnen hier wel wat hulp bij gebruiken. Voor deze kinderen is het prettig als ze op de website tekst en uitleg krijgen over de bediening en de werking van de zoekmachine.

- Leg kort en duidelijk uit hoe je het beste resultaat kunt verkrijgen met de zoekmachine van uw website.



5.11 Berichten en foutmeldingen

De popup-blokker van Internet Explorer (de gele balk bovenaan het scherm), wordt door kinderen nooit gezien. Doordat ze deze melding missen, begrijpen kinderen niet dat er een popup geblokkeerd wordt, waardoor datgene wat ze wilden doen, niet werkt (meestal een spelletje).

Foutmeldingen op websites worden niet gelezen, omdat kinderen niet begrijpen wat er staat. Het sluiten van een foutmelding gebeurt meestal met behulp van het kruisje. Soms vragen kinderen een ouder of leerkracht wat ze ermee moeten doen. Het gebeurt zelden dat kinderen een foutmelding proberen te sluiten door op 'OK' te klikken.

Kinderen denken dat spelletjes die niet geladen worden vanwege een geblokkeerde popup of een ontbrekende plugin, kapot zijn. Ze begrijpen niet dat het spelletje wel verschenen was wanneer ze de daarvoor benodigde plugin gedownload hadden. Kinderen zoeken de oorzaak dus niet bij zichzelf, maar bij de website of het spelletje.

Eén van de redenen waarom kinderen alle meldingen op websites 'wegklikken', is omdat ze niets mogen installeren van ouders en/of leerkrachten. Hierdoor zijn ze bijzonder alert op het (niet) downloaden en installeren. Voor websites als Habbo.nl en Runescape.com moet een extra plugin gedownload worden voordat je kunt spelen. Een aantal kinderen kan dit dus niet doen omdat ze dit niet mogen.

Foutmeldingen die zich voordoen tijdens een aanmeldproces, worden vaak onduidelijk gepresenteerd. In ieder geval: onduidelijk voor kinderen. Het probleem is veelal dat de foutmeldingen bovenaan het aanmeldformulier verschijnen. Hierdoor denken kinderen dat ze een verkeerde gebruikersnaam hebben ingevuld (omdat het desbetreffende veld doorgaans bovenaan staat), en gaan ze een andere naam bedenken. Meestal was de gebruikersnaam wel goed, maar het wachtwoord niet. Of de Algemene Voorwaarden waren niet geaccepteerd (door middel van aanklikken).

- Plaats foutmeldingen bij aanmeldformulieren pal boven (of naast) het gedeelte waar de foutmelding betrekking op heeft. Een foutmelding die betrekking heeft op het wachtwoord moet dus bij het wachtwoord-veld staan, en niet helemaal bovenaan het aanmeldformulier.

Op sommige kindersites verschijnt er een waarschuwing als je de website gaat verlaten. De meeste kinderen lezen deze melding niet en sluiten hem direct met behulp van het kruisje. De kinderen die de melding wél lezen, schrikken ervan en worden onzeker of ze nu wel of niet naar de site van hun keuze kunnen gaan. Voor hen is het niet duidelijk of de website waar ze naartoe wilden, wel voor hen bedoeld is en daarom beginnen ze er maar helemaal niet aan. Met als gevolg dat ze de informatie die ze wilden hebben, niet bereikt wordt.

- Geef geen waarschuwingen dat de website verlaten wordt. Ze worden ofwel meteen weggeklikt, of ze scheppen onrust en verwarring.



5.12 Accounts aanmaken en inloggen

Kinderen vinden het niet prettig als ze zich op een website moeten aanmelden om – bijvoorbeeld – een spelletje te spelen. Eerst moeten ze toestemming vragen aan een ouder, die hen vervolgens moet helpen en dat duurt allemaal te lang. Maar sommige sites zijn volgens kinderen wel de moeite waard om er een account voor te maken, zoals Hyves.nl, Habbo.nl, Runescape.com en Neopets.nl. Vaak worden accounts voor deze websites met hulp van een ouder, vriendjes/vriendinnetjes of broers/zussen aangemaakt.

- Maak websites voor kinderen zo toegankelijk en laagdrempelig mogelijk, door (als het kan) geen gebruik te maken van aanmeld- en inlogprocedures. Content en functies moeten bij voorkeur direct toegankelijk zijn.

Veel kinderen (en hun ouders) begrijpen niet waarom bepaalde gegevens soms nodig zijn. Zo is het voor veel kinderen (en voor ons) bijvoorbeeld niet duidelijk waarom er zo vaak adresgegevens ingevuld moeten worden. Het aanmaken van een account wordt dan al snel afgebroken. Een aantal kinderen verzint adresgegevens in plaats van dat ze hun eigen gegevens invullen. De meeste kinderen begrijpen dat ze een vinkje bij de algemene voorwaarden moeten zetten, maar weten niet wat erin staat en waarom ze deze moeten aanvinken.

Op veel websites is de mogelijkheid om een account aan te maken of om in te loggen niet altijd even gemakkelijk terug te vinden. Teksten als ‘Gratis lid worden’ of ‘Registreren’ worden vaak niet herkend als mogelijkheid om een account aan te maken.

- Laat duidelijk zien waar op de site een account aangemaakt kan worden. Ook moet het verschil duidelijk zijn tussen nieuwe en bestaande gebruikers van de website, oftewel het verschil tussen aanmelden en inloggen.

Veel kinderen lukt het meestal niet om zelf een account op een website aan te maken. Ze lopen vaak al vast bij het kiezen van een gebruikersnaam. Ze vullen vaak in eerste instantie hun eigen naam in, die dan al bezet blijkt te zijn. Wat ook veel voorkomt, is dat kinderen spaties gebruiken in hun eigen naam (ze willen dan bijvoorbeeld ‘voornaam achternaam’ opgeven als gebruikersnaam). De kinderen begrijpen niet dat in een gebruikersnaam geen spatie mag voorkomen.

Kindersites maken vaak gebruik van een ‘Check beschikbaarheid’-knop. Deze knop checkt of de gekozen gebruikersnaam beschikbaar is en stelt eventueel alternatieve gebruikersnamen voor. De meeste kinderen begrijpen de functie van deze knop niet. Als een naam beschikbaar is, komt hiervan met rode letters een melding in beeld te staan. Rood wordt geassocieerd met fout, dus de positieve feedback wordt niet herkend.

- De ‘Check beschikbaarheid’-knop is een handige optie, mits deze door de kinderen goed begrepen wordt. De mogelijk positieve feedback van deze knop moet niet in het rood weergegeven worden, omdat het dan een foutmelding lijkt.



Afbeelding 5.7: Positieve feedback in rode letters wordt gezien als foutmelding (www.neopets.com).

Ook het verzinnen een goed wachtwoord kost kinderen veel moeite. Wachtwoorden moeten bijna altijd aan een bepaald aantal kenmerken voldoen (bijvoorbeeld: minimaal 6 tekens, minimaal 1 cijfer, etc.). Veel kinderen begrijpen dit niet. Vervolgens komt er een foutmelding in beeld. Veel kinderen lezen de foutmelding niet en gaan er blind vanuit dat die betrekking heeft op de gebruikersnaam. Van de kinderen die wél zien dat de foutmelding betrekking heeft op het wachtwoord, denkt een aantal dat het wachtwoord een tweede keer niet goed is getypt.

Sommige kinderen denken dat niet alleen de gebruikersnaam uniek moet zijn, maar ook het wachtwoord. Deze kinderen menen dat een wachtwoord net als een gebruikersnaam iets is wat maar één keer door één iemand gebruikt kan worden. Daardoor verzinnen ze hele rare, onlogische wachtwoorden, die ze vervolgens snel weer vergeten.

De meeste kinderen weten niet uit hun hoofd wat hun gebruikersnaam en/of wachtwoord is. Thuis hebben ze op de computer ingesteld dat deze gegevens bewaard worden. Veel kinderen weten daardoor niet wat ze moeten doen als ze hun gegevens kwijt zijn, en proberen een nieuwe account aan te maken als het ze niet meer lukt om in te loggen. De meeste kinderen weten niet dat ze op de meeste websites vrij eenvoudig hun wachtwoord kunnen opvragen.

Veel kinderen verwarren het aanmaken van een account met inloggen (als je al een account hebt). Een grote groep kinderen probeert bijvoorbeeld in te loggen zonder dat ze ooit een account aangemaakt hebben. Ze begrijpen nog niet dat dat eerst had moeten gebeuren. Ook proberen sommige kinderen hun wachtwoord aan te passen door in het inlogscherf een ander wachtwoord in te typen. Deze kinderen begrijpen vervolgens niet hoe het kan dat hun wachtwoord niet is veranderd. Dit brengt ook nog eens de verwarring met zich mee dat de kinderen niet meer weten wat nou het juiste wachtwoord was.

Kinderen begrijpen niet altijd even goed dat ze de gegevens van de accounts die zij aanmaken beter voor zichzelf kunnen houden. Veel kinderen delen accountgegevens met elkaar. Een website waarbij dat vaak gebeurt, is www.runescape.com. Soms zijn er zo veel kinderen die de gegevens van elkaar weten, dat niet meer te achterhalen is wie wat doet. Zo kan een kwaadwillend kind dus ongestoord zijn gang gaan.

- Blijf onderstrepen dat kinderen niet hun gegevens op internet achterlaten. Ook niet, of zelfs juist niet, als zij hiermee iets gratis kunnen krijgen. Van de kinderen die heel expliciet het verbod gekregen hebben om hun persoonsgegevens op internet achter te laten, doet het merendeel dit ook niet.



De Sketchmaker/Sketchmixer van Het Klokhuis is een goed voorbeeld van hoe je kinderen kunt uitnodigen om een account aan te maken. Met de Sketchmaker maken kinderen eerst een eigen sketch met de personages van Het Klokhuis in de hoofdrollen. Pas aan het einde van het proces wordt de kinderen gevraagd in te loggen of aan te melden als zij hun sketch willen opslaan. Op deze manier kunnen kinderen ongestoord aan de slag. En als zij erg tevreden zijn over het eindresultaat, is het ook aantrekkelijker en de moeite waard om een account aan te maken.

- Overweeg om pas aan het einde van een proces een account aan te laten maken (om daarmee extra mogelijkheden te creëren).

5.13 Eigen profielen

Kinderen die nog weinig ervaring hebben met internet, begrijpen het concept van profielen nog niet. Voor veel kinderen is niet duidelijk dat zij hiermee ook vrij gemakkelijk een eigen website kunnen maken.

Op veel websites waar het mogelijk is een ‘eigen website’ te maken, bevinden zich achtergrondstijlen. Kinderen weten niet waar deze voor dienen. Sommigen denken dat het andere websites zijn, anderen denken dat het afbeeldingen zijn die je bijvoorbeeld kunt gebruiken om als achtergrond van je bureaublad te gebruiken.

- Geef duidelijke tekst en uitleg over de mogelijkheden.

5.14 Internetten is geen leren

Kinderen moeten de hele dag op school verplicht van alles lezen en leren. Als zij in hun vrije tijd internet gebruiken, willen ze plezier hebben en niet nóg meer hoeven lezen en leren. Daarnaast kunnen kinderen nog trage lezers zijn, en dikwijls fouten maken. Hierdoor lezen ze op websites het liefst zo min mogelijk.





Afbeelding 5.8: Lange teksten worden niet gelezen (www.nieuwsuitdenatuur.nl).

Omdat kinderen zo min mogelijk willen lezen en leren op websites, slaan zij uitleg vaak over en proberen ze zelf uit te vinden hoe iets werkt. Pas als dit na lange tijd nog steeds niet gelukt is, gaan ze op zoek naar instructies. Deze worden echter ook maar half gelezen. De belangrijkste woorden worden eruit gepakt en op basis daarvan wordt een beeld gevormd van wat de tekst ongeveer zou kunnen betekenen.

Websites met veel informatie en lange teksten worden slecht bekeken. Hoewel een groot aantal kinderen informatie opzoekt op het internet, gebruiken relatief weinig kinderen hier de Wikipedia voor. Kinderen beoordelen aan de hand van de leesbaarheid van een website of die voor hen bedoeld is of niet. Zo wordt bijvoorbeeld een website met daarop spreekbeurtinformatie over de schrijfster Francine Oomen gezien als de website van Francine Oomen, terwijl deze website in werkelijkheid van een ander kind is. De teksten op deze website staan echter in een taal die makkelijk leest, en de site geeft antwoord op de vragen die kinderen hebben, waardoor hij erg aanspreekt.

- Houd teksten op kinder-sites kort en bondig. Grote stukken tekst worden niet gelezen, en vormen zelfs het signaal 'niet bedoeld voor kinderen'. Moeilijke woorden, lange zinnen en grote stukken tekst zijn voor kinderen niet uitnodigend om te gaan lezen.

Voor veel kinderen is het moeilijk om algemene 'internetregels' te leren, omdat iedere website en iedere zoekmachine zijn eigen werking heeft. Hierdoor is het voor kinderen moeilijk om te weten welke 'regels' wanneer van toepassing zijn. De meeste kinderen vinden het niet erg om te leren hoe een site werkt, als dat maar eenvoudig en snel kan. Zij geven echter de voorkeur aan sites waarvan ze de werking niet vooraf hoeven te leren.

- Ga bij het maken van websites zoveel mogelijk uit van conventionele oplossingen. Zeer vernieuwende dingen kunnen voor kinderen erg leuk zijn, maar zijn vaak moeilijk te begrijpen.



5.15 Snelheid

In de begintijd van de usability-adviezen, toen iedereen nog trage PC's en trage modems gebruikte, werd altijd gehamerd op het bouwen van snel ladende pagina's (met weinig tekst, weinig plaatjes, geen omvangrijke stylesheets, geen ingewikkelde javascripts, enzovoorts). Met de komst van breedband-internet, via ADSL en de kabel, zijn dit soort adviezen wat in onbruik geraakt, maar dat is niet helemaal terecht. Het is nog steeds van belang om snelle pagina's te maken!

Kinderen zijn over het algemeen niet erg geduldig en snel afgeleid. Dat is een van de redenen dat Spele.nl zo populair is bij jonge kinderen. Kinderen typen de naam van de website in en binnen twee of drie keer klikken kunnen ze een spelletje spelen. Ook kunnen ze eenvoudig en met weinig klikken wisselen tussen spelen.

Sommige websites hebben even nodig om te laden. Als kinderen thuis een eigen computer hebben, is die vaak niet al te nieuw. Ook de computers die op school gebruikt worden, zijn niet allemaal even snel. Dat kan betekenen dat het soms even duurt voordat een website reageert. Als kinderen op een link geklikt hebben, en het even duurt voordat de website laadt, klikken ze vaak de link nog een keer. Wanneer het dan nog steeds te lang duurt, klikken ze nog een keer. Kinderen hebben over het algemeen niet het geduld om te wachten tot de website helemaal geladen is.

- Zorg dat uw site goed toegankelijk is voor trage computers en trage verbindingen. Ook onder slechte omstandigheden moeten pagina's snel kunnen laden, omdat kinderen zeer ongeduldig zijn.

Een ander aspect van 'snelheid' is dat kinderen snel moeten kunnen vinden wat ze zoeken. De site moet zodanig zijn opgezet dat dat kan. Kinderen hebben namelijk niet het geduld om lang te blijven zoeken. Als het zoeken te lang duurt, denken kinderen dat de gewenste informatie niet gevonden kan worden. Veel kinderen geven de zoektocht dan op.

- Zorg dat kinderen metéén kunnen vinden wat ze nodig hebben. Zorg dus voor een goede site-structuur, goede menu's en een goede zoekmachine.

5.16 Gegevens invullen

Veel ouders (en vaak ook de school) verbieden kinderen om hun gegevens achter te laten op internet. Die boodschap komt goed aan, want de meeste van de door ons ondervraagde kinderen doen dit ook niet. Veel kinderen zien er echter geen gevaar in om hun voornaam in combinatie met hun achternaam in te vullen voor bijvoorbeeld gebruikersnamen.

Wat voor een aantal kinderen wel aantrekkelijk is, is de reclame van de 'gratis' ringtone, die prominent in beeld staat op bijvoorbeeld www.clipjes.nl. De meesten van hen weten dat ze beter niet hun telefoonnummer kunnen invullen, maar een klein aantal doet het wel.

Het is belangrijk om kinderen erop te blijven wijzen dat ze niet zomaar hun gegevens moeten achterlaten op internet, ook niet – of zelfs juist niet – als ze daarmee iets gratis kunnen krijgen. Deze 'gratis' dingen zijn namelijk zelden echt gratis.



- Vraag niet om persoonlijke gegevens als dat niet nodig is. Laat kinderen alleen gegevens invullen die ook daadwerkelijk van belang zijn voor het aanmeld-proces. Als er om gegevens gevraagd wordt waarvan de kinderen niet weten waarom die nodig zijn, haken ze gemakkelijk af tijdens het aanmeld-proces. Bovendien brengt het verstrekken van privé-gegevens hun privacy in gevaar.
- Moedig kinderen aan om een *nickname* te gebruiken in plaats van hun echte naam en wijs hen op de noodzaak hun privacy te beschermen.

De meeste kinderen denken er goed bij na dat de gegevens die ze invullen op hun ‘eigen websites’ zoals Hyves-pagina’s, Kindertent-pagina’s en Kaboem-pagina’s door meerdere mensen bekeken kunnen worden. Sommige kinderen zetten alleen foto’s online waarop ze niet te herkennen zijn. Ook zeggen veel kinderen dat zij hun foto’s alleen beschikbaar maken voor toegevoegde vrienden, en dat vreemden deze foto’s niet kunnen zien. Als iemand zegt een vriend te willen worden, controleren de meeste kinderen eerst of dit een bekende is (hetzij van de kinderen zelf, hetzij van vriendjes/vriendinnetjes of broers/zussen). Als dit niet het geval is, wordt het ‘vriendenverzoek’ niet aangenomen en krijgt deze persoon dus ook geen toegang tot het privé-gedeelte.



Aanbevelingen voor makers van kindersites



Hoofdstuk 6

KLIEK EN KLAAR

Een onderzoek naar surfgedrag en usability bij kinderen
stichting Mijn Kind Online + 2C Usability • mei 2008



In dit hoofdstuk worden de usability-aanbevelingen voor website-bouwers (zie hoofdstuk 5) op een rijtje gezet. U kunt dit lezen als een handleiding voor het maken van gebruikersvriendelijke kindersites.

6.1 Algemene aanbevelingen

- Houd de URL's van kinderwebsites zo kort en eenvoudig mogelijk, sluit aan bij de (merk)naam van de site, vermijd meerdere woorden in de URL en vermijd onbekende woorden.
- Leg tikfout-domeinen vast bij de Stichting Domein Registratie Nederland (www.sidn.nl) en voorkom zo dat 'domeinkapers' dit doen en kinderen confronteren met onwenselijke inhoud. Laat deze domeinen verwijzen naar de juiste website, zodat kinderen altijd op de juiste plek terecht komen.
- Moedig kinderen aan om een nickname te gebruiken in plaats van hun echte naam en wijs hen op de noodzaak hun privacy te beschermen.
- Vraag niet om persoonlijke gegevens als dat niet nodig is. Laat kinderen alleen gegevens invullen die ook daadwerkelijk van belang zijn voor het aanmeld-proces. Als er om gegevens gevraagd wordt waarvan de kinderen niet weten waarom die nodig zijn, haken ze gemakkelijk af tijdens het aanmeld-proces. Bovendien brengt het verstrekken van privé-gegevens hun privacy in gevaar.

6.2 Toegankelijkheid

- Maak websites voor kinderen zo toegankelijk en laagdrempelig mogelijk, door (als het kan) geen gebruik te maken van aanmeld- en inlogprocedures. Content en functies moeten bij voorkeur direct toegankelijk zijn.
- Overweeg om pas aan het einde van een proces een account aan te laten maken (om daarmee extra mogelijkheden te creëren).
- Zorg dat uw site goed toegankelijk is voor trage computers en trage verbindingen. Ook onder slechte omstandigheden moeten pagina's snel kunnen laden, omdat kinderen zeer ongeduldig zijn.
- Zorg dat kinderen metéén kunnen vinden wat ze nodig hebben. Zorg dus voor een goede site-structuur, goede menu's en een goede zoekmachine.
- Geef bij een profielsite of bij faciliteiten als 'Maak hier je eigen website' duidelijke tekst en uitleg over de mogelijkheden.



6.3 Interaction design

- Maak het kinderen zo gemakkelijk mogelijk en maak afbeeldingen zo veel mogelijk klikbaar.
- Wees terughoudend bij het ontwerpen van originele hyperlinks. De kans is groot dat ze niet als link herkend worden.
- Probeer zo veel mogelijk aan te sluiten bij bestaande conventies en verwachtingspatronen. Laat de muispijl dus niet veranderen in een handje als er niet geklikt kan worden.
- Laat duidelijk zien waar op de site een account aangemaakt kan worden. Ook moet het verschil duidelijk zijn tussen nieuwe en bestaande gebruikers van de website, oftewel het verschil tussen aanmelden en inloggen.
- Zorg dat kinderen niet te lang hoeven scrollen op een pagina. De meeste kinderen hebben geen problemen met scrollen, maar raken gemakkelijk afgeleid als ze te lang moeten scrollen. Ook haken kinderen vaak af omdat zij niet verwachten dat ze de gezochte informatie lager op de pagina nog tegen zullen komen.
- Geef geen waarschuwingen dat de website verlaten wordt. Ze worden ofwel meteen weggeklikt, of ze scheppen onrust en verwarring.
- De ‘Check beschikbaarheid’-knop (om te laten controleren of een bepaalde gebruikersnaam nog beschikbaar is) is een handige optie, mits deze door de kinderen goed begrepen wordt. De mogelijk positieve feedback van deze knop moet niet in het rood weergegeven worden, omdat het dan een foutmelding lijkt.
- Plaats foutmeldingen bij aanmeldformulieren pal boven (of naast) het gedeelte waar de foutmelding betrekking op heeft. Een foutmelding die betrekking heeft op het wachtwoord moet dus bij het wachtwoord-veld staan, en niet helemaal bovenaan het aanmeldformulier.

6.4 Navigatie

- Houd het hoofdmenu herkenbaar en eenvoudig. Het moet gemakkelijk terug te vinden zijn, en functionaliteit is ook voor kinderen belangrijker dan hoe het eruit ziet. Vermijd het gebruik van animaties als hierdoor de functionaliteit afneemt.
- Het hoofdmenu moet altijd duidelijk zijn. Kinderen die de website voor het eerst bezoeken, moeten direct kunnen zien waar het hoofdmenu is, zodat ze weten hoe ze naar de gewenste informatie kunnen navigeren.
- Gebruik voor menu-items termen die aanspreken en zelfverklarend zijn, zodat kinderen weten wat ze kunnen verwachten. Vermijd vage, moeilijke en Engelse termen, maar ook ‘te creatieve’ en ‘te originele’ benamingen.



- Ga bij het maken van websites zoveel mogelijk uit van conventionele oplossingen. Zeer vernieuwende dingen kunnen voor kinderen erg leuk zijn, maar zijn vaak moeilijk te begrijpen.
- Kinderen denken vaak dat alles wat zich aan de rechterkant van het scherm bevindt, reclame is. Plaats daarom geen eigen links naar andere delen van de website aan de rechterkant van het scherm, omdat dit gedeelte door kinderen vaak genegeerd wordt.

6.5 Zoeken

- Gebruik geen vage of onduidelijke termen in de link die te zien is via zoekmachines. Kinderen toetsen de link wel op betrouwbaarheid, maar doen dat op wat voor hen het meest aantrekkelijk eruit ziet en wat hen het meest aanspreekt. Vage of onduidelijke termen geven kinderen het idee dat de link niet voor hen bedoeld is.
- Laat uw zoekmachine ook resultaten geven als er een niet correct gespelde term ingevuld wordt en laat bij voorkeur ook alternatieve spellingen produceren (“Bedoelde je Eiffeltoren in plaats van Eifeltoren?”)
- Als u een eigen zoekmachine wilt gebruiken, probeer dan zo veel mogelijk aan te sluiten bij de conventies van Google.
- Leg kort en duidelijk uit hoe je het beste resultaat kunt verkrijgen met de zoekmachine van uw website.

6.6 Tekstgebruik

- Maak een duidelijke keuze voor de beoogde leeftijdsgroep, maak de groep niet te breed, en pas het woordgebruik en het artwork etc. daar op aan. Waak voor kinderachtigheid. Spreek kinderen op een directe, niet kinderachtige manier aan. Onderschat ze niet. Kinderen van 11 en 12 jaar willen niet als kinderen worden aangesproken
- Kies bij voorkeur een eenvoudig, schreefloos font, bijvoorbeeld de Verdana, en maak de letters lekker groot.
- Bedenk dat onderkast-letters beter leesbaar zijn dan kapitalen, vanwege het sterkere reliëf.
- Gebruik liever geen Engelse termen. Doe je dat wel, dan worden ze meestal genegeerd.
- Zet teksten op een contrasterende ondergrond, zodat ze goed leesbaar blijven.
- Zorg dat eventuele achtergrond-afbeeldingen niet in conflict komen met de leestekst.
- Houd teksten op kinder-sites kort en bondig. Grote stukken tekst worden niet gelezen, en vormen zelfs het signaal ‘niet bedoeld voor kinderen’. Moeilijke woorden, lange zinnen en grote stukken tekst zijn voor kinderen niet uitnodigend om te gaan lezen.



6.7 Multimedia

- Animaties en geluidjes kunnen beslist een toegevoegde waarde hebben. In principe worden ze gewaardeerd door kinderen. Maar overdrijf het niet, omdat ze snel kunnen vervelen. Bedenk ook dat functionaliteit altijd belangrijker wordt gevonden dan (multimediale) effecten.
- Breng de bedieningselementen van filmpjes duidelijk in beeld, zodat kinderen controle kunnen uitoefenen over datgene wat ze overkomt.
- Laat filmpjes liever niet in een nieuw venster starten en zorg dat er zo min mogelijk afleiding is rondom het filmpje.
- Geef bij gesproken toelichtingen altijd een geschreven variant erbij. Want veel kinderen maken gebruik van internet zonder dat hun computer over geluid beschikt of het geluid staat gewoon niet aan.

6.8 Reclame

- Maak een duidelijk onderscheid tussen reclame en redactie, door het woord “Advertentie” bij reclame-uitingen te zetten.



Aanbevelingen voor ouders en leerkrachten



Hoofdstuk 7

KLIK EN KLAAR

Een onderzoek naar surfgedrag en usability bij kinderen
stichting Mijn Kind Online + 2C Usability • mei 2008



In dit hoofdstuk worden de usability-aanbevelingen voor ouders en leerkrachten (zie hoofdstuk 5) op een rijtje gezet. U kunt dit lezen als een instructie om kinderen te begeleiden op het web.

7.1 Algemene aanbevelingen

- Overweeg voor kinderen tot ca. 10 jaar het gebruik van een speciale kinderbrowser, zoals de Krowser van Ouders Online of de kinderbrowser van de stichting Mijn Kind Online (binnenkort beschikbaar). Dit soort browsers vereenvoudigt het surfen en gaat beter om met popup-vensters dan gewone browsers zoals MS Internet Explorer.
- Overweeg de aanschaf of het laten volgen van een typecursus. Kinderen kunnen geweldig veel baat hebben bij een goede typevaardigheid.

7.2 Surf-instructies

- Leer kinderen dat spaties in URL's (web-adressen) verboden zijn.
- Leer kinderen dat je foutmeldingen altijd goed moet lezen en niet meteen moet wegstippen. Als ze een melding niet begrijpen, moeten ze er iemand bijhalen die kan uitleggen wat er bedoeld is.

7.3 Zoeken en vinden

- Leer kinderen hoe ze handig kunnen omgaan met Google. Bijvoorbeeld dat ze nauwkeuriger kunnen zoeken door twee (of meer) zoektermen in te voeren in plaats van één. Of dat ze kunnen zoeken op een exacte opeenvolging van woorden door er aanhalingstekens omheen te plaatsen. Of dat ze een site kunnen vinden door zijn naam in Google in te tikken.
- Leer kinderen hoe ze voor hen bedoelde websites kunnen herkennen in lijsten met zoekresultaten. Hoe meer bedreven ze hierin zijn, hoe minder snel ze per ongeluk op websites komen die niet voor hen bedoeld zijn.
- Leer kinderen gebruik te maken van de zoekmachine die bij een site hoort. Met name bij educatieve sites is dit zeer nuttig. Vertel eventueel ook dat het met Google net zo goed – en soms zelfs beter – kan, namelijk door *site:www.sitenaam.nl* toe te voegen (waarbij je www.sitenaam.nl vervangt door de site waarin je wilt zoeken).



7.4 Media-educatie

- Leer kinderen reclame te herkennen op internet, net zoals u dat (waarschijnlijk) al doet bij reclame op de televisie.
- Blijf onderstrepen dat kinderen niet hun gegevens op internet achterlaten. Ook niet, of zelfs juist niet, als zij hiermee iets gratis kunnen krijgen. Van de kinderen die heel expliciet het verbod gekregen hebben om hun persoonsgegevens op internet achter te laten, doet het merendeel dit ook niet.
- Maak kinderen ervan bewust dat het internet gevaren met zich meebrengt. Vertel hen dat niet alleen, maar maak het onderwerp ruim bespreekbaar. Als kinderen vervolgens 'rare' dingen tegenkomen, zullen ze daar zelf eerder over beginnen



bijlage A

Internetgedrag van kinderen van 8-12 jaar (online enquête)

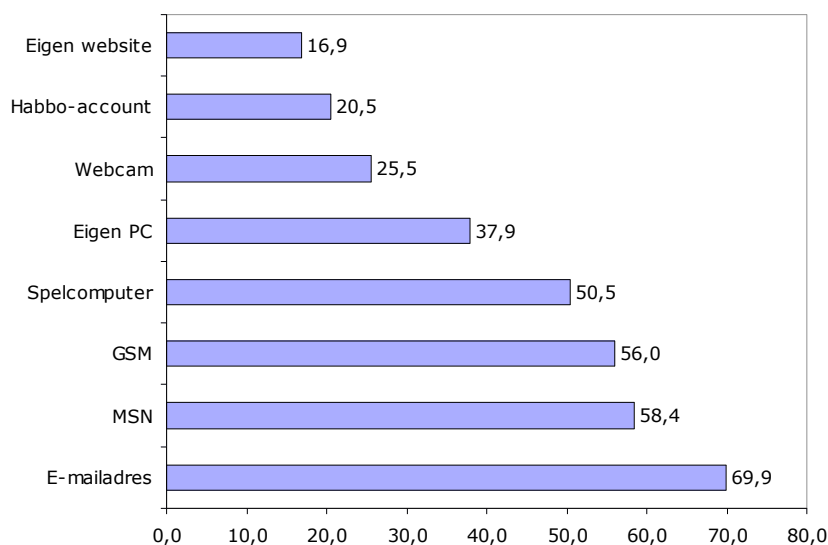


Het onderzoek waarover dit rapport verslag doet, bestond uit twee delen die achtereenvolgens zijn uitgevoerd:

- eerst een online enquête onder 600 kinderen van 8 tot 12 jaar, om het internetgedrag van de doelgroep in kaart te brengen;
- daarna het eigenlijke usability-onderzoek (dat zelf weer uit twee onderdelen bestond, namelijk groepsgesprekken en individuele observaties/interviews).

Hieronder volgen de belangrijkste vragen en bevindingen van de online enquête. De bijlage besluit met twee subgroepsanalyses (A1 en A2) waarbij de bevindingen zijn uitgesplitst naar geslacht respectievelijk leeftijd.

1. Welke van de volgende dingen heb je zelf?

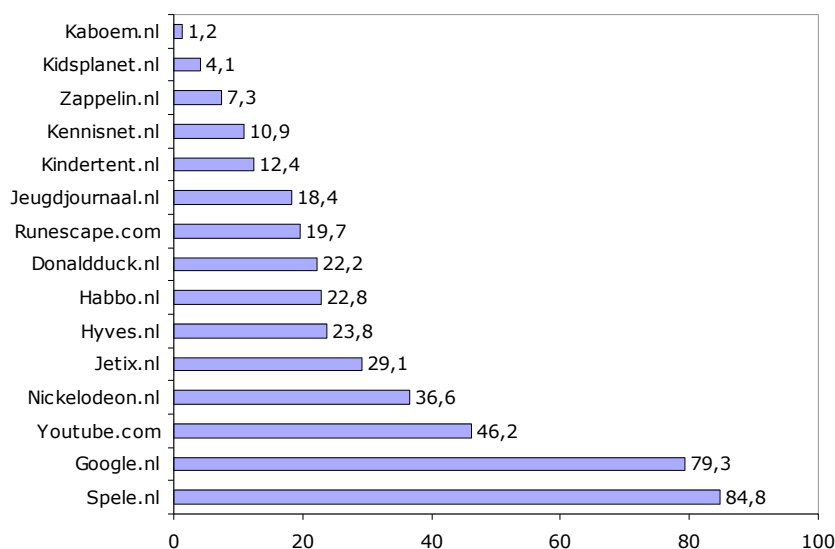


Grafiek: Percentage kinderen dat een eigen e-mail adres, MSN-account, etc. heeft.

De meeste kinderen hebben een eigen e-mailadres, een eigen MSN-account en een eigen mobiele telefoon. Circa de helft van alle kinderen heeft (ook) een eigen spelcomputer.



2. Welke van de volgende websites bekijk je wel eens?



Grafiek: Percentage kinderen dat aangeeft naar de gevraagde websites te kijken.

3. Zijn er nog andere websites die je vaak gebruikt?

De kinderen kregen ook de mogelijkheid om zelf drie andere websites te noemen die zij wel eens bezoeken. In de onderstaande tabel worden de websites vermeld die meer dan tien keer werden genoemd.

Website	Aantal vermeldingen
www.speeileiland.nl	125
www.funnygames.nl	102
www.clipjes.nl	64
www.spelletjes.nl	60
www.spelle.nl	34
www.hotmail.com	30
www.gosupermodel.nl	17
www.pokemoncrater.nl	16
www.spel.nl	15
www.neopets.nl	15
www.tribalwars.nl	12



www.stardoll.nl	12
www.uitzendinggemist.nl	12
www.marktplaats.nl	11
www.wartburg.nl	11
www.speelzolder.nl	11
www.travian.nl	10

Tabel: Overige websites waar kinderen vaak naar kijken

In de top 5 van meest genoemde websites staan vier spelletjeswebsites. Op de vijfde site (www.clipjes.nl) kunnen videoclipen van liedjes bekeken worden. Voorbeelden van websites die voornamelijk bij meisjes populair zijn, zijn www.barbie.nl en www.gosupermodel.com. Voorbeelden van websites die voornamelijk bij jongens populair zijn, zijn www.landrover.nl en www.luchtmacht.nl.

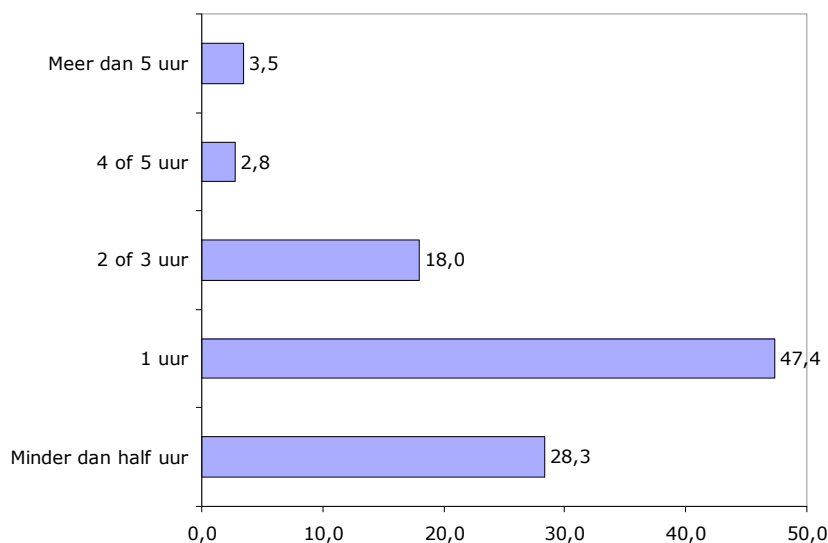
Categorie	Aantal vermeldingen
Spelletjes websites	406
Muziek gerelateerde websites	92
Websites die voornamelijk bij meisjes populair zijn	62
E-mail & Chat gerelateerde websites	53
Verzorg-websites	50
Televisie gerelateerde websites	43
Voetbal gerelateerde websites	36
Online role playing games	27
Websites die voornamelijk bij jongens populair zijn	23
Nieuws & Actualiteiten	19
Online winkels	16
Eigen websites	6
Overige websites	50

Tabel: De populairste websites naar categorie

De bovenstaande tabel toont een indeling van de genoemde websites in categorieën. Onder ‘Verzorg-websites’ vallen websites waar kinderen een fictief dier kunnen verzorgen (bijvoorbeeld www.neopets.com en www.digidier.nl). ‘Online role playing games’ zijn spellen waarbij mensen via een website met meerdere mensen tegelijk een rol of een karakter spelen. Voorbeelden zijn www.dragonfable.com en www.travian.nl.



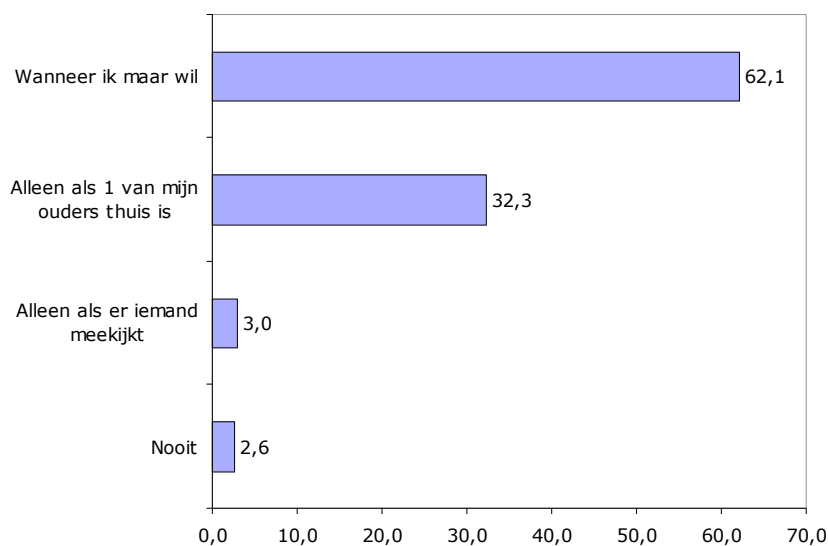
4. Hoeveel uur gebruik je internet per dag?



Grafiek: Percentageoverzicht van hoe lang kinderen per dag gebruikmaken van het internet.

In de grafiek is te zien dat bijna de helft van de kinderen ongeveer 1 uur per dag gebruik maakt van internet. Er zijn maar weinig kinderen die boven de 3 uur per dag uitkomen.

5. Wanneer mag je thuis internetten?

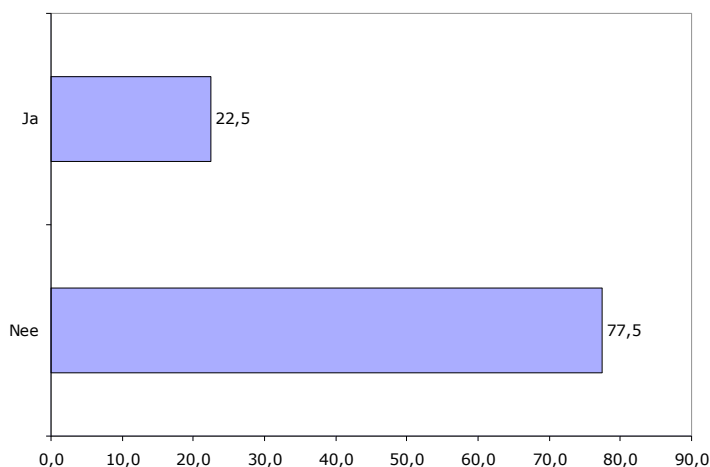


Grafiek: Internet-beleid thuis (percentages)

Wat opvalt, is dat ruim 60% van de kinderen aangeeft dat zij thuis mogen internetten, zonder dat de ouders erbij zijn. Bijna een derde van de kinderen mag alleen internetten als één van de ouders thuis is.

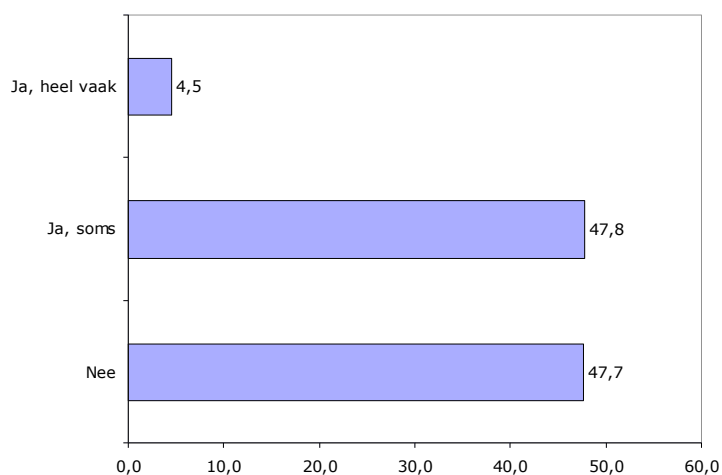


6. Mag je op school internetten zonder dat de juf of de meester erbij is?



Grafiek: Internet-beleid op school (percentages).

7. Gebruik je internet bij het maken van je huiswerk?

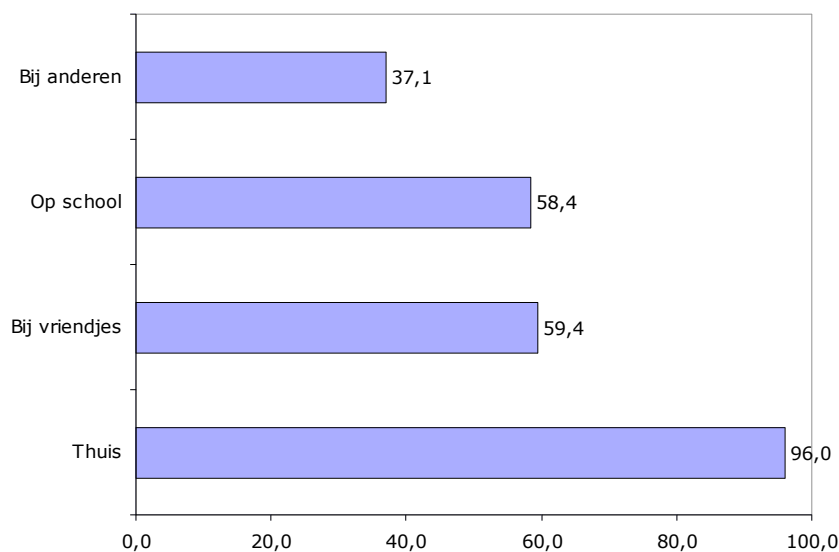


Grafiek: Internet-gebruik ten behoeve van het huiswerk (percentages)

Iets meer dan de helft van de kinderen gebruikt internet bij het maken van huiswerk.



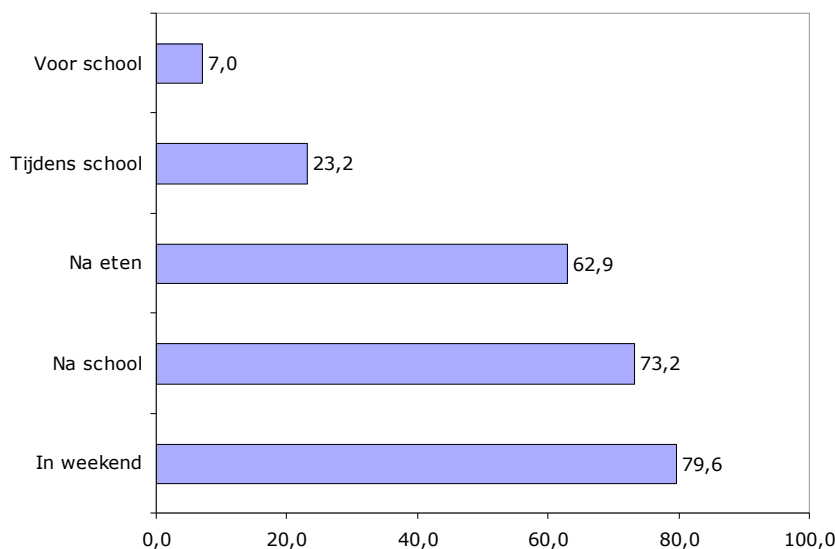
8. Waar gebruik je internet?



Grafiek: De plek waar internet gebruikt wordt (percentages)

Bijna alle kinderen (96%) maken thuis gebruik van internet. Op alle scholen is internet beschikbaar; toch zegt maar 58.4% van de leerlingen op school te internetten.

9. Wanneer gebruik je internet?

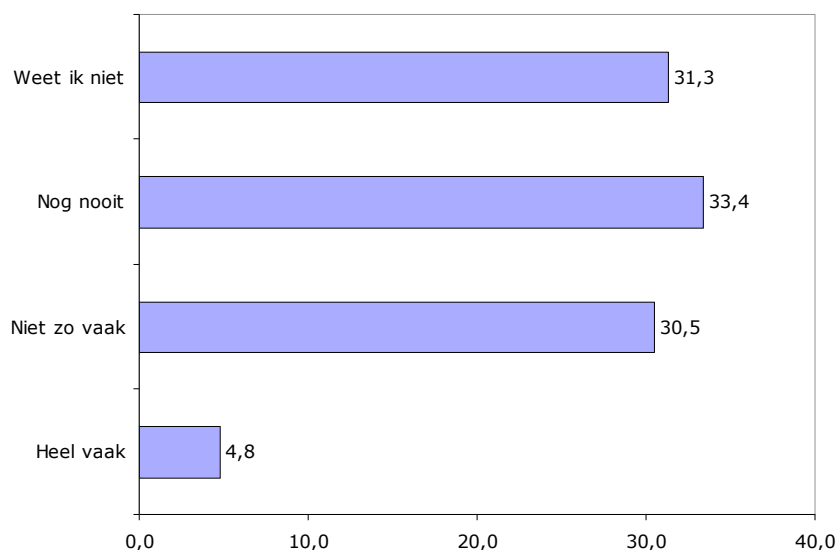


Grafiek: Het moment waarop internet gebruikt wordt (percentages)

De kinderen internetten voornamelijk na school en in het weekend. Zij doen het vooral na het eten.



10. Heb je wel eens geklikt op iets waarvan later pas duidelijk werd dat het reclame was?

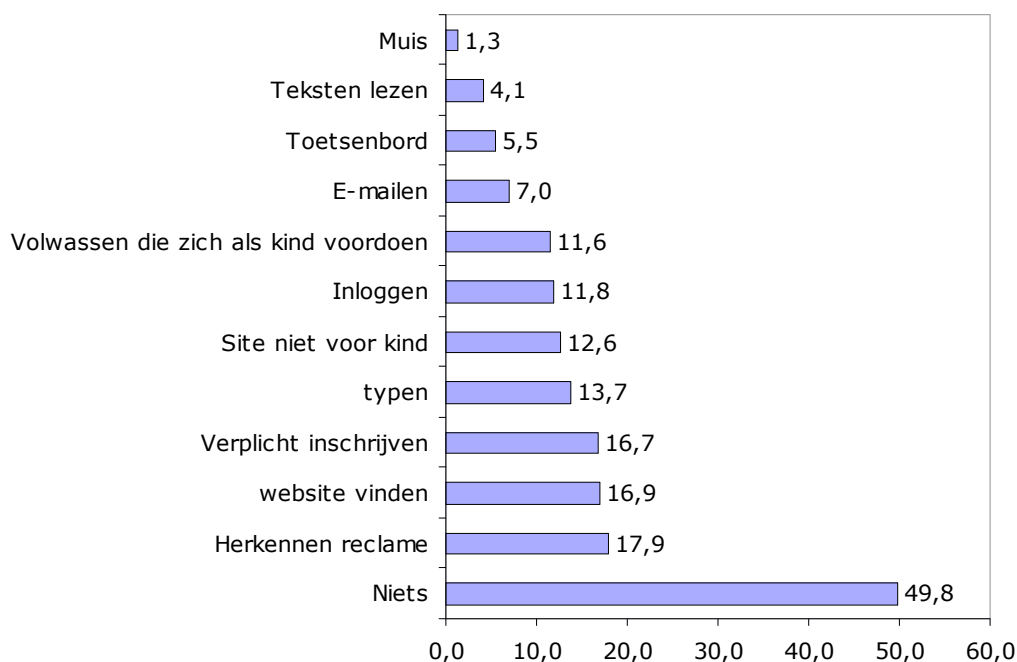


Grafiek: Onbedoeld op reclame geklikt (percentages)

Bijna een derde van de kinderen weet niet of ze wel eens op reclame hebben geklikt. Circa een derde zegt nog nooit op reclame geklikt te hebben. Wellicht wordt dit hoge cijfer veroorzaakt doordat kinderen niet altijd begrijpen dat ze op reclame hebben geklikt.



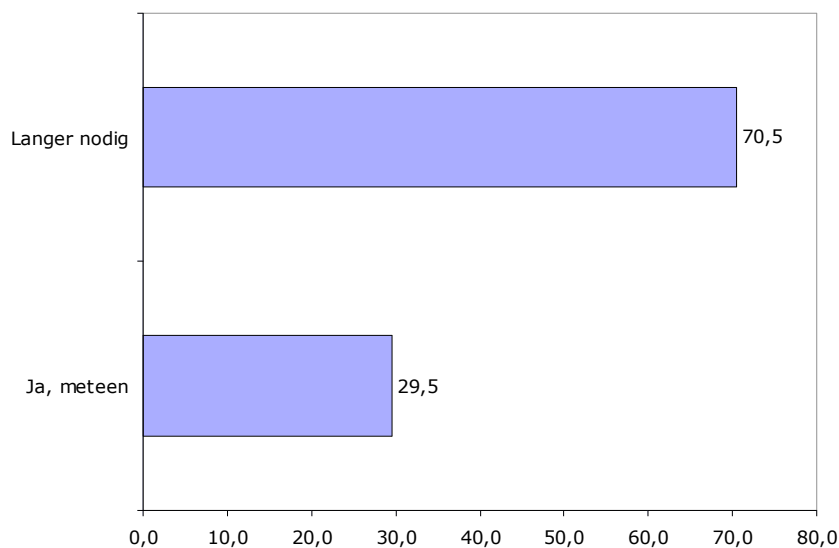
11. Wat vind je het moeilijkst op internet?



Grafiek: Dingen die moeilijk gevonden worden (percentages)

Bijna de helft van de kinderen zegt niets op internet moeilijk te vinden.

12. Als je voor het eerst op een website komt, weet je dan meteen of een website leuk is?

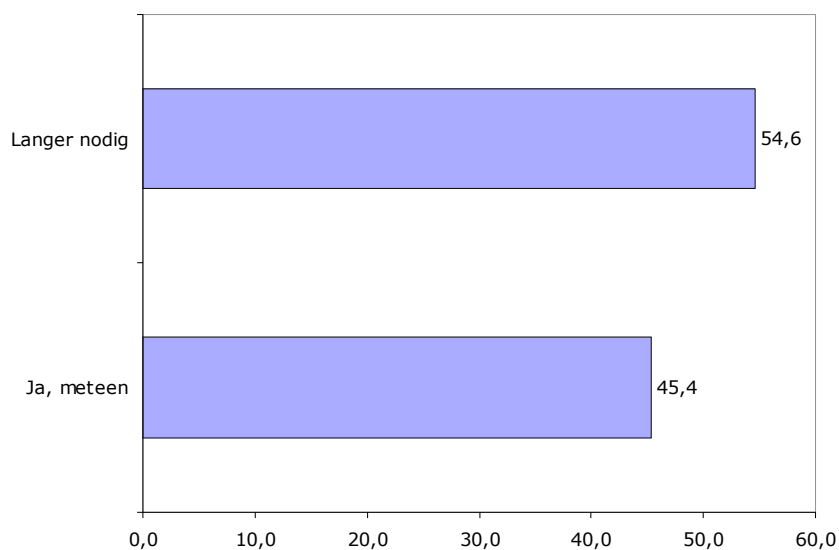


Grafiek: Herkenning website bij eerste bezoek als 'leuk' (percentages)

Bijna 30% van de kinderen kan op het eerste gezicht bepalen of zij een website leuk vinden.



13. Als je voor het eerst op een website komt, weet je dan meteen of deze website voor jou bedoeld is?



Grafiek: Herkenning website bij eerste bezoek als 'bedoeld voor kinderen' (percentages)

Van de kinderen weet bijna de helft direct of een website voor hen bedoeld is. Maar méér dan de helft moet eerst toch wat langer rondkijken.



14. Zijn er websites die je niet mag bezoeken van je ouders?

Bij het invullen van de enquête was er gelegenheid om drie websites in te vullen die de kinderen van hun ouders niet mogen bekijken. De onderstaande tabel toont een categorisering van deze websites.

Categorie	Aantal keer genoemd
Seks-gerelateerde websites	97
Forums / Chatwebsites / Online communities	37
Spelletjes websites	18
Websites met (grove) moppen	12
Websites waar online video's bekeken kunnen worden	11
Gewelddadige websites	11
Populaire kinderwebsites	10
Geld/Bank gerelateerde websites	2
Websites voor e-mail gebruik	1
Make-up	1

Tabel 3: Websites die kinderen van hun ouders niet mogen bekijken

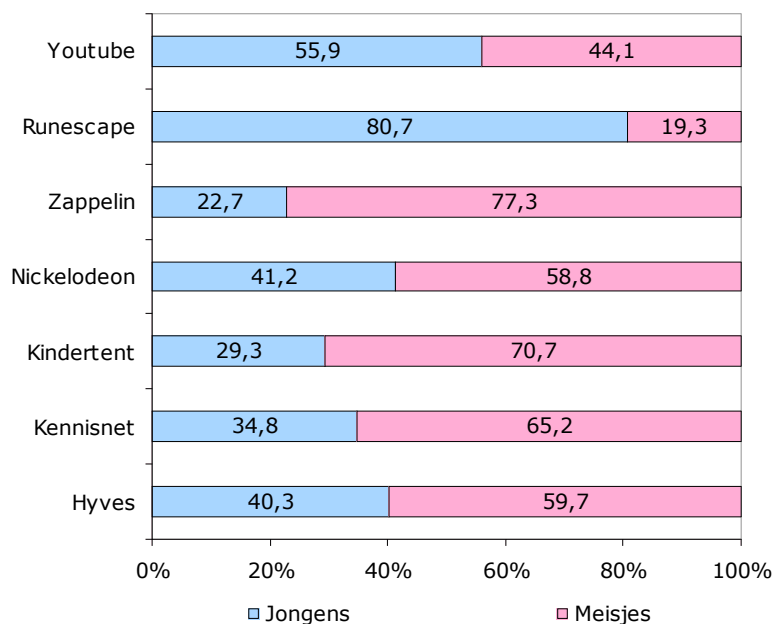
Onder 'Spelletjes websites' vallen voornamelijk websites waar spellen op staan die niet voor kinderen bedoeld zijn en websites waar gegokt kan worden. Voorbeelden uit de categorie 'Populaire kinderwebsites' zijn www.nickelodeon.nl en www.clipjes.nl.



Subgroepsanalyse A1 - jongens en meisjes

De verschillen in internet-gedrag tussen jongens en meisjes kunnen behoorlijk groot zijn. Hieronder de belangrijkste bevindingen.

1. Welke van de volgende websites gebruik je wel eens?

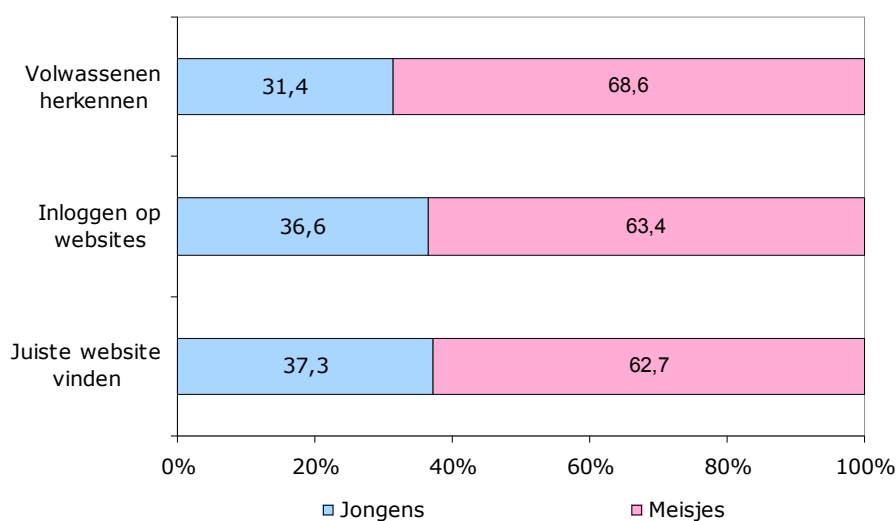


Grafiek: Verschillen tussen jongens en meisjes met betrekking tot de websites die zij bekijken.

Jongens gaan vaker naar Youtube en Runescape. Meisjes kijken vaker naar de websites van Zappelin, Nickelodeon, Kindertent, Kennisnet en Hyves.



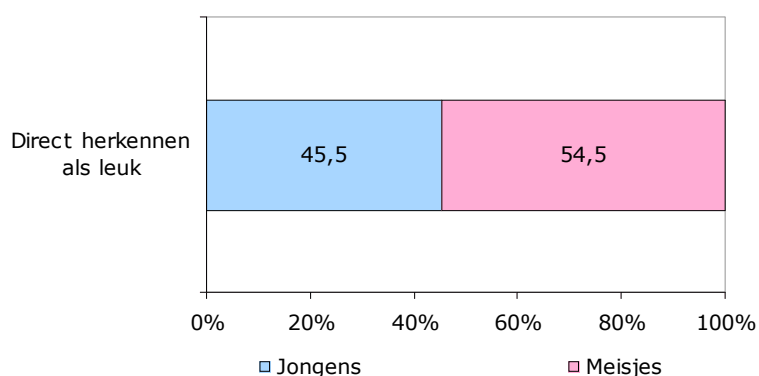
2. Wat vind je het moeilijkst op internet?



Grafiek: Verschillen tussen jongens en meisjes met betrekking tot wat zij moeilijk vinden.

Hierboven staan alleen de onderwerpen vermeld waarbij er een significant verschil is tussen jongens en meisjes.

3. Als je voor het eerst op een website komt, weet je dan meteen of een website leuk is?



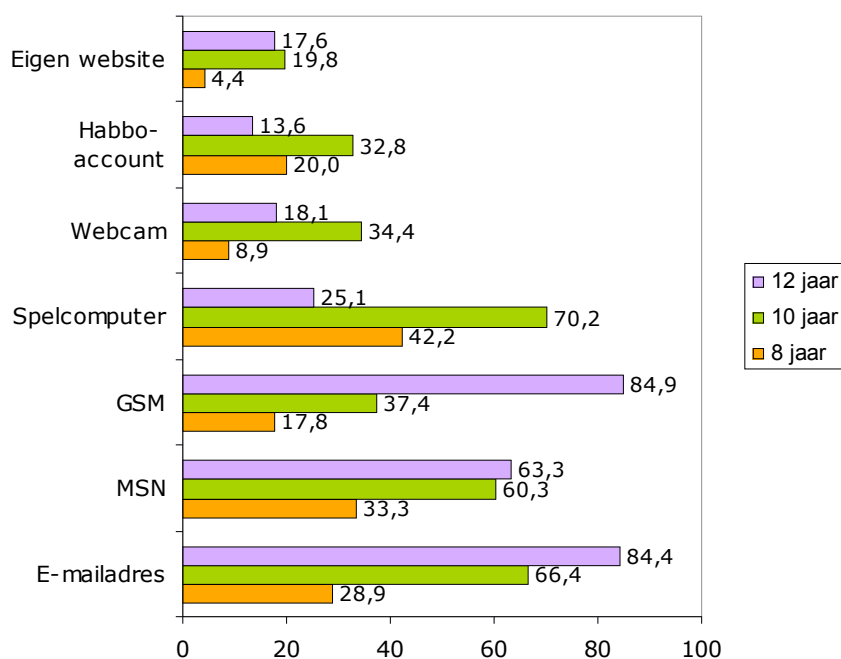
Grafiek: Verschillen tussen jongens en meisjes mbt het direct herkennen van websites als leuke websites.



Subgroepsanalyse A2 – naar leeftijd

Vanzelfsprekend bestaan er ook verschillen in internet-gedrag tussen kinderen van verschillende leeftijden. Hieronder een overzicht van de belangrijkste verschillen binnen onze doelgroep (8-12 jaar).

1. Welke van de volgende dingen heb je zelf?

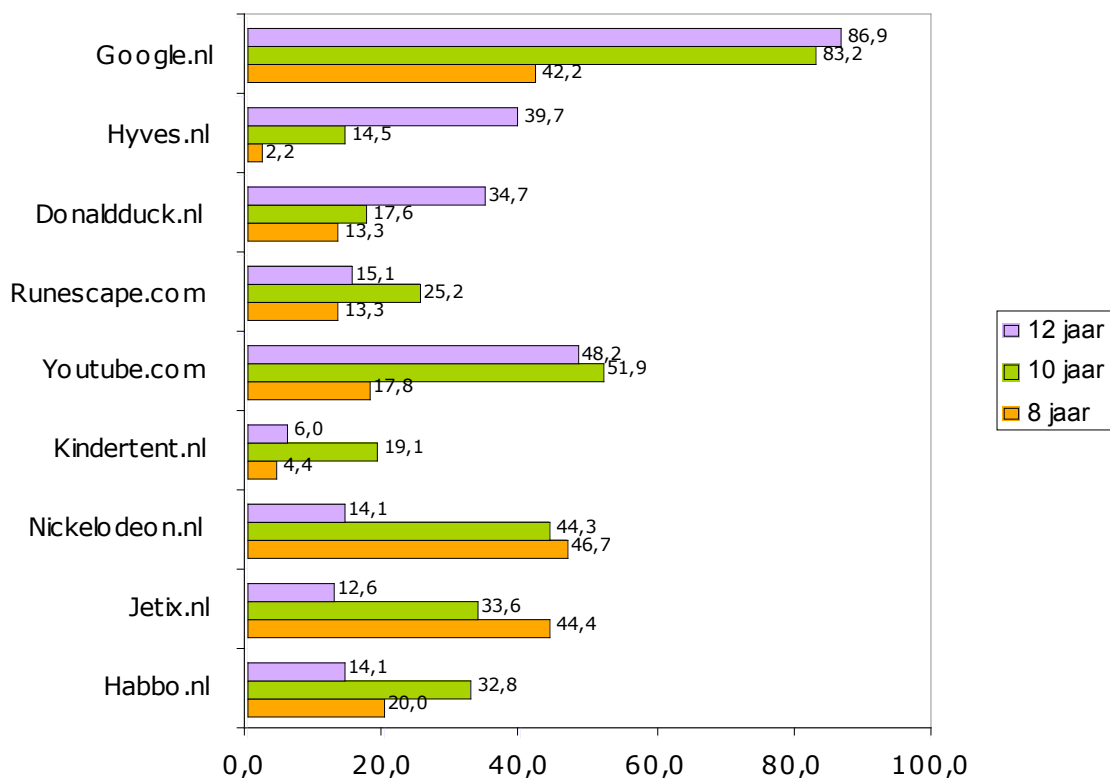


Grafiek: ICT-Faciliteiten waarover kinderen kunnen beschikken, uitgesplitst naar leeftijd

Er zijn behoorlijk grote verschillen tussen de diverse leeftijdsgroepen, als het gaat om de ICT-faciliteiten waarover ze kunnen beschikken. Elke leeftijdsgroep heeft zijn specifieke voorkeuren en mogelijkheden. Bij 8- en 10-jarigen is dat met name de spelcomputer, terwijl 12-jarigen in meerderheid over een GSM en een e-mailadres beschikken.



2. Welke van de volgende websites gebruik je wel eens?



Grafiek: Gebruik van websites, uitgesplitst naar leeftijd.

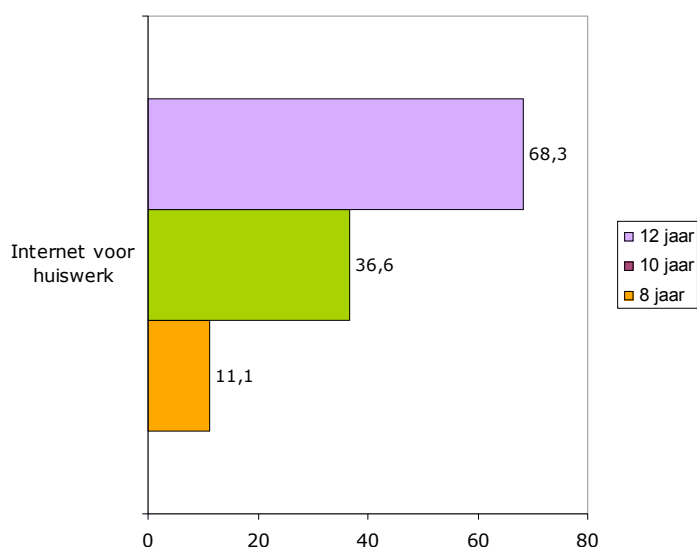
In de grafiek is te zien dat elke leeftijdscategorie een specifieke voorkeur heeft. De websites die er bij vooral uitspringen, zijn:

- 8-jarigen: www.jetix.nl;
- 10-jarigen: www.habbo.nl en www.kindertent.nl;
- 12-jarigen: www.donaldduck.nl.

Verreweg de populairste websites, met name bij de 10- en 12-jarigen, zijn www.youtube.com en www.google.nl.



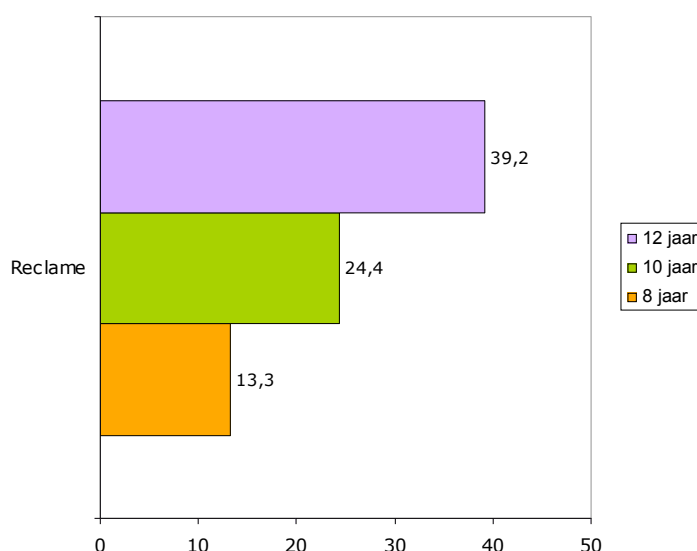
3. Gebruik je internet bij het maken van je huiswerk?



Grafiek: Het gebruik van internet voor huiswerk, uitgesplitst naar leeftijd.

De groep van 12-jarigen maakt voor het huiswerk significant vaker gebruik van internet dan de groep van 8-jarigen. Het verschil ligt voor de hand: 12-jarigen hebben, meer dan 8-jarigen, schoolgerelateerde werkzaamheden waarbij het internet nuttig kan zijn. Denk aan het maken van werkstukken en het voorbereiden van spreekbeurten.

4. Heb je wel eens op iets geklikt waarvan later pas duidelijk werd dat het reclame was?

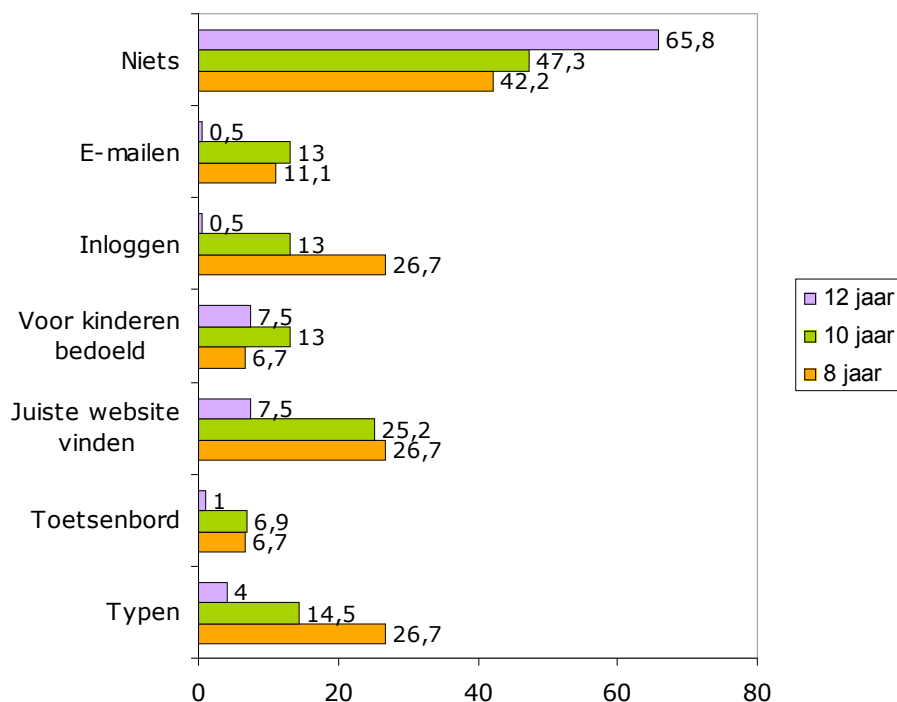


Grafiek: Onbedoeld klikken op reclame, uitgesplitst naar leeftijd.



Kinderen hebben veel moeite met het herkennen van reclame op internet. Wanneer ze iets wel als reclame herkennen, negeren ze het vaak. Vooral jongere kinderen hebben moeite iets als reclame te herkennen. Ze hebben daarom ook vaak niet door dat ze op reclame geklikt hebben.

5. Wat vind je het moeilijkst op internet?



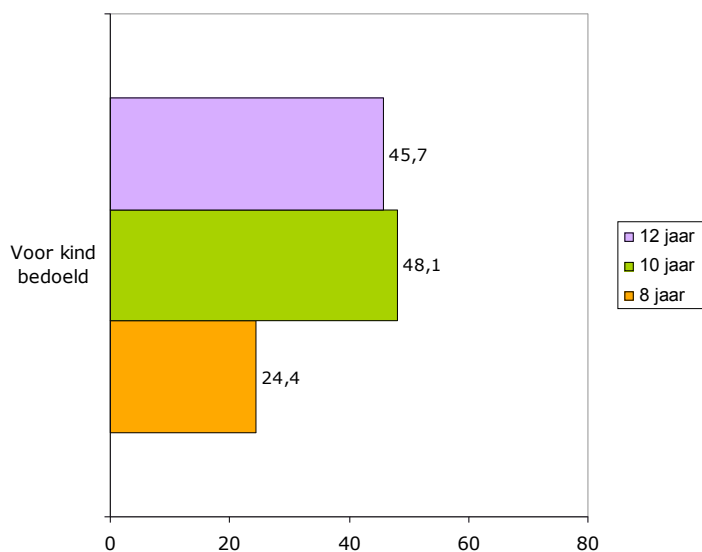
Grafiek: Wat kinderen moeilijk vinden op internet, uitgesplitst naar leeftijd.

Opvallend is dat 10-jarigen het vaker dan 8- en 12-jarigen moeilijk vinden om te weten of een website voor hen bedoeld is.

Verder vinden 8- en 10-jarigen e-mailen vaker moeilijk dan 12-jarigen. Dit heeft ongetwijfeld te maken met het feit dat zij veel minder vaak een eigen e-mail adres hebben.



6. Als je voor het eerst op een website komt, weet je dan meteen of die voor jou bedoeld is?



Grafiek: Inzicht in de bedoeling van een website, uitgesplitst naar leeftijd.

Dat 10-jarigen vaker dan 12-jarigen beweren direct te weten of een website voor hen bedoeld is, is opvallend. Eerder hebben zij immers significant vaker aangegeven dat zij het moeilijk vinden om te weten of een website voor hen bedoeld is. En verklaring hiervoor (en het toetsen daarvan) valt buiten het bestek van dit onderzoek.



bijlage B

Groepsgesprekken



Als vervolg op de online enquête (zie Bijlage A) werden vijf groepsgesprekken gevoerd met telkens acht kinderen. De groepsgesprekken waren – net als de online enquête – bedoeld om het feitelijke usability-onderzoek (de individuele observaties/interviews) zo zorgvuldig mogelijk voor te bereiden.

De gesprekken werden op gang gebracht met behulp van een aantal open vragen. Vervolgens is door middel van specifieke vragen dieper ingegaan op de onderwerpen die de kinderen uit zichzelf naar voren brachten. De volgende thema's kwamen aan de orde (de B-nummers verwijzen naar de afzonderlijke paragrafen):

- B1 - de omgang met internet;
- B2 - aanmelden en privacy;
- B3 - reclame;
- B4 - wat doe je als ... ?'
- C - de ideale kindersite.

Let op: vanwege het bijzondere karakter hebben we 'de ideale kindersite' ondergebracht in een aparte bijlage (Bijlage C).

B1 – De omgang met internet

1. Tijdsduur online

De meeste kinderen vinden van zichzelf dat ze niet veel gebruik maken van de computer. Veel kinderen zeggen dat ze regelmatig buiten spelen, en dat dit de voorkeur heeft boven internetten. Een grote groep kinderen maakt elke dag gebruik van de computer, maar veel kinderen houden het bij 'om de dag' of '2 à 3 keer in de week'.

Het merendeel van de kinderen zit per keer ongeveer 1 uur op het internet. Een enkeling zegt niet langer te mogen, maar de rest vindt een uurtje wel genoeg. De kinderen die aan een uur niet genoeg hebben, zeggen het bijvoorbeeld vervelend te vinden dat de tijd zo snel voorbij gaat als ze een spelletje aan het spelen zijn. Dit betreft dan vooral websites waarvoor je je moet aanmelden, en die redelijk uitgebreid zijn (bijvoorbeeld RuneScape, Habbo en goSupermodel).

2. Plaats van de computer

De computer waar de kinderen thuis op internetten, staat meestal in de woonkamer. Sommige kinderen hebben een computer op de eigen kamer, maar daar zit meestal geen internetverbinding op. Bij een enkeling staat de computer thuis in een aparte ruimte, in een computerhok of een computerkamer.

3. Meekijkende ouders

Als de computer in de woonkamer staat, kijken ouders vaak incidenteel mee. Het merendeel van de kinderen denkt echter dat hun ouders helemaal niet kijken wat ze op de computer doen, of heel sporadisch, als ze toevallig langs het scherm lopen. Het lijkt erop dat ouders graag de mogelijkheid hebben om hun kind in de gaten te houden, maar dit niet voortdurend doen. Op die manier gunnen ze het kind wat vrijheid om het internet te verkennen.

4. Regels voor internetgebruik

Veel kinderen melden dat er zowel thuis als op school regels gelden voor wat ze wel en niet mogen doen op het internet. Als een enkel kind vertelt dat er thuis geen regels gelden voor het



internetgebruik, heeft het meteen de volle aandacht van de rest van de groep. Veel kinderen maken dan opmerkingen als “Mag je dan echt alles? Ook naar sekssites en zo?” Daaruit blijkt dat vrijwel elk kind afspraken met zijn of haar ouders heeft gemaakt omtrent het internetgebruik, en vooral dat de kinderen dit ook niet raar vinden. Ze vinden het eerder vreemd als er geen enkele regel geldt (“Jouw ouders zijn raar, als je naar sekssites mag kijken!”).

Voorbeelden van huisregels die genoemd worden:

- niet elke dag internetten;
- niet langer dan een half uur of een uur per dag;
- geen gegevens achterlaten op internet;
- geen sekssites bezoeken;
- geen gewelddadige games spelen;
- geen software downloaden/installeren;
- niet met vreemde mannen praten.

De reacties op die regels zijn heel verschillend. Veel kinderen zijn het ermee eens dat ouders regels stellen over de tijd die je per dag mag internetten. Andere kinderen vinden het onzin dat ze maar een uur per dag mogen internetten (“Mijn vader zit elke dag veel langer dan een uur achter het internet. Alsof hij daar geen vierkante ogen van krijgt!”).

Er zijn een aantal algemene regels die voor bijna alle kinderen wel gelden. Zo mogen ze niet naar gewelddadige en seksgerelateerde websites kijken. Veel kinderen hebben thuis regels over hoe lang ze achter de computer mogen zitten. Ook melden veel kinderen dat er duidelijke regels gemaakt zijn omtrent het verstrekken van persoonsgegevens op internet.

Daarnaast worden er ook minder gangbare regels gesteld. Eén meisje vertelt bijvoorbeeld dat haar vriendenlijst op Hyves van haar vader geen jongens mag bevatten. Soms zijn ook heel specifieke (kinder-)websites verboden. Voorbeelden hiervan zijn RuneScape (vanwege de gewelddadigheid en de vreemde mensen) en Habbo (vanwege de vreemden).

Sommige regels worden gekwalificeerd als nonsens. Vooral het verbod op RuneScape vinden veel kinderen heel raar. Maar als je ze vraagt om zich voor te stellen dat ze zelf kinderen van hun eigen leeftijd hebben, dan komen ze met regels als:

- niet met onbekende mensen praten;
- niet langer dan 1 uur achter de computer;
- geen ‘slechte websites’ bezoeken;
- geen gewelddadige spellen spelen.
- praat met je ouders als je een vervelende e-mail krijgt;

Dat zijn dus ongeveer dezelfde regels als die waarvan ze het onnodig vinden dat hun ouders die gemaakt hebben.

Verder valt op dat ze geen goede definitie kunnen geven van ‘slechte websites’. Wel zijn alle kinderen het erover eens dat het onder andere om seksgerelateerde websites zou moeten gaan.

De regel dat kinderen geen gewelddadige spellen mogen spelen, verschilt per kind en per school. Het ene kind zegt dat het een dergelijke regel onzin vindt omdat er toch geen kinderen zijn die deze spellen in het echt naspelen. Andere kinderen geven dit juist als reden om deze spellen niet toe te staan voor hun eigen kinderen.

Een regel die vooral op scholen gehanteerd wordt en vrijwel niet door ouders, heeft betrekking op het doel van internet. Op de meeste scholen mogen kinderen internet alleen gebruiken voor educatieve



doeleinden. Met name de websites RuneScape en Habbo zijn op vrijwel alle scholen verboden. Het gebruik van MSN, Hyves en gelijksoortige chat-systemen is op de meeste scholen ook niet toegestaan.

5. Alleen of samen internetten

De meeste kinderen internetten het liefst in hun eentje. Ze vinden het niet erg om met een ander kind samen achter de computer te zitten, maar dan willen ze wel zelf ‘de baas zijn’, en de controle hebben over het toetsenbord en de muis. Toch doen ze met vriendjes liever andere dingen dan internetten, zoals buiten spelen.

B2 - Aanmelden en privacy

1. Aanmelden op een website

Alle kinderen uit ons onderzoek hebben zich wel eens aangemeld op een website. De websites die ze daarbij het meest noemen, zijn Hotmail, MSN en Hyves, RuneScape, Habbo en goSupermodel. Je aanmelden voor een website lijkt voor de meeste kinderen de normaalste zaak van de wereld te zijn.

Eén jongen vertelde dat hij vroeger zijn gegevens niet wilde invullen, omdat dat te veel tijd kostte. Hij stelde dat hij naar een website gaat om een bepaald spelletje te kunnen spelen, niet om zijn naam en adres in te vullen. Zijn oudere broer heeft hem uitgelegd dat dankzij zijn (gebruikers)naam zijn punten in het spelletje bewaard zouden blijven. Dat begreep hij toen wel, maar hij wist op dat moment nog niet waarom hij ook zijn e-mailadres moest invullen. Zijn broer vertelde hem toen dat je dan weer heel makkelijk je wachtwoord terug kunt krijgen als je dat vergeten bent.

Dit voorbeeld bevat een aantal onderdelen die in het hele onderzoek veel naar voren kwamen.

- Allereerst beschrijft deze jongen waarom hij naar een website gaat, namelijk om een spelletje te spelen. Kinderen gebruiken het internet met een specifiek doel. Als het lang duurt of te moeilijk is om dit doel te bereiken, haken ze af. Zo vertraagt het aanmelden de mogelijkheid om het spel te spelen, en is ook niet duidelijk waarom deze jongen zijn gegevens moet invullen om het spel überhaupt te kunnen spelen.
- Vervolgens vertelt de jongen dat hij zijn (oudere) broer om hulp heeft gevraagd. Kinderen leren veel van oudere broers en zussen, en leren op hun beurt weer veel aan jongere broers of zussen. Anderzijds ervaren ze broers en zussen ook wel als lastpakken.
- Veel kinderen vertellen dat hun broers en zussen hun MSN-wachtwoord weten (bijvoorbeeld omdat ze geholpen hebben het account aan te maken). Deze oudere broers en zussen loggen wel eens in op dat account, en doen zich dan voor als het jongere broertje of zusje. Ook proberen oudere broers en zussen volgens veel kinderen vaak mee te kijken naar wat hun jongere broertjes en zusjes doen op internet. Vervolgens plagen ze hen daarmee.

2. Het invullen van persoonsgegevens

Dat je soms je persoonsgegevens moet opgeven, is voor een aantal kinderen een reden om geen accounts aan te maken. Dit lijkt met name het geval bij jongere kinderen. Bijna alle oudere kinderen (groep 8 en ouder) vullen – als persoonsgegevens gevraagd worden – expres onjuiste gegevens in. Sommige kinderen noemen dan een andere provincie, stad of zelfs land. In hun ogen leven zij zo de regel dat ze geen persoonsgegevens in mogen vullen, dus goed na.



3. Het invullen van gegevens van anderen

Kinderen vullen zeer gemakkelijk e-mailadressen van vriendjes of vriendinnetjes in. Een voorbeeld is het Willie Wortel-spel. Als kinderen dit spel een aantal keren gespeeld hebben, moeten ze e-mailadressen van minimaal drie vriendjes/vriendinnetjes invullen om het nog eens te mogen spelen (zie afbeelding 3.1). Dit spel is inmiddels door uitgever Sanoma van de site gehaald, na kritiek in het MKO-dossier ‘Gratis! (maar niet heus)’.

UITNODIGEN **Duckstad Sport**

JE MAG HET SPEL 3 KEER SPELEN. WIL JE HET DAARNA NOG EEN KEER SPELEN OM NOG MEER KANS TE MAKEN OP EEN VAN DE PRIJZEN, DAN MOET JE EERST 3 VRIENDINNETJES UITNODIGEN.

DAARNAAST KUN JE GRATIS DE ALLEREERSTE DIGITALE DONALD DUCK DOWNLOADEN!

NAAM E-MAIL

NAAM E-MAIL

NAAM E-MAIL

TERUG OK!

© DISNEY - © LUDATIC

Afbeelding: Adressen van vrienden verstrekken om zelf het spel nog een keer te kunnen spelen.

De meeste kinderen hebben er geen enkel probleem mee om e-mailadressen van vriendjes of vriendinnetjes voor dit soort doeleinden te gebruiken. Eén meisje zegt wel eens het telefoonnummer van een vriendinnetje in te vullen in een ‘gratis ringtone’-reclame, zodat haar vriendinnetje dan die gratis ringtone krijgt en zelf kan kiezen of ze deze wil hebben of niet.

B3 – Reclame

Als je kinderen vraagt wat reclame is, schetsen ze de reclame zoals die op de televisie getoond wordt. Ze vinden het heel lastig om te beschrijven hoe reclame op websites eruit ziet. Een veelgenoemd voorbeeld is het moeten invullen van een adres voor iets wat gratis lijkt, maar waarvan later blijkt dat dit niet het geval is.

Twee websites waarop veel reclame te zien is, en die zeer populair zijn onder kinderen, zijn de websites van Jetix en Nickelodeon. Wanneer je kinderen vraagt of ze wel eens reclame op deze websites gezien hebben, twijfelen ze eerst wel een beetje, maar uiteindelijk komen de meeste kinderen tot de conclusie dat er geen reclame op deze websites te zien is.





Afbeelding: Kinderen menen dat er geen reclame te zien is op deze website.

NB: Dit is de Jetix-site zoals die eruit zag in december 2007. Inmiddels heeft Jetix advertenties duidelijk herkenbaar gemaakt met een bijschrift.

1. Klikken op reclame

Veel kinderen zeggen dat ze wel eens ‘per ongeluk’ op reclame klikken. Vaak gebeurt dit op websites waar ze een spelletje gaan spelen. Een aantal kinderen meent dat ze soms eerst een reclamefilmpje moeten bekijken voordat een spelletje gespeeld kan worden. Vaak staat onder zo’n filmpje een link om de reclame over te slaan. De link ‘Klik hier’ wordt door veel kinderen als zodanig beschouwd. Dit is echter vaak een reclamelink die naar een andere pagina leidt.

Omdat veel kinderen niet goed kunnen omschrijven wat reclame op het internet is, klikken ze er vermoedelijk vaker op dan ze denken.

2. Mening van kinderen over reclame

Kinderen ervaren reclame niet als heel erg storend. Ze noemen reclame ‘stom’, maar vinden het niet erg als er reclame op een website staat. Sterker nog, ze geven aan dat er op de ideale kinderwebsite best wel wat reclame mag staan (zie Bijlage C). Als ze per ongeluk op reclame stuiten, klikken ze snel verder, zonder dat ze dit erg vervelend vinden.

3. Verkeerde websites

De geraadpleegde kinderen zeggen dat ze zelden een verkeerd adres intypen. Maar vrijwel allemaal kennen ze voorbeelden van websites waar je terecht komt als je een tikfout in een URL maakt. Een voorbeeld is de website van het Jeugdjournaal. Veel kinderen tikken de URL van het Jeugdjournaal verkeerd in, en komen zo op een foute linkdump-pagina van een tikfout-piraat.





Afbeelding: In december 2007 kwam je hier terecht als je 'Jeugdjournaal.nl' (met een T) tikte

De geraadpleegde kinderen herkennen de bovenstaande linkdump-site heel goed (wat betekent dat ze vaker dan ze willen toegeven adressen verkeerd intypen) en ze weten ook wel hoe ze naar de goede website moeten komen, namelijk door 'Jeugdjournaal' correct te spellen. Op de vraag of ze nog een andere manier weten om goed terecht te komen, noemen veel kinderen de zoekmachine Google.

Een derde mogelijkheid is volgens de kinderen: in het zoekveld aan de linkerkant (op de reclamepagina) 'Jeugdjournaal' intypen. Wanneer ze dat doen, komen ze echter op een pagina met links naar andere foute websites.

Ten slotte opperen de kinderen nog de mogelijkheid om op de link 'Jeugdjournaal' te klikken. Ook dit is echter geen goede manier om naar de website van het Jeugdjournaal te gaan.

B4 - 'Wat doe je als ...?'

Tijdens de groepsgesprekken hebben we een aantal stellingen voorgelegd in de vorm 'Wat doe je als ...?'. Hieronder bespreken we de reacties hierop.

1. ...als er een foutmelding in beeld verschijnt die je niet helemaal begrijpt?

De meeste foutmeldingen worden door kinderen gewoon niet gelezen. Sommige kinderen proberen het wel, maar ze begrijpen ze dan toch vrijwel nooit. Soms wordt de hulp van volwassenen ingeroepen.

Het gebeurt zelden dat kinderen 'OK' klikken wanneer ze niet weten wat een foutmelding precies inhoudt. Zelfs als ze de foutmelding wel helemaal begrijpen, klikken ze ook minder snel op 'OK' dan op het kruisje ('sluiten') of op 'Annuleren'. Kinderen hebben vaak op school of thuis de regel dat ze niet zomaar op 'OK' mogen klikken, en de meeste kinderen houden zich daar ook aan.



2. ...als het niet lukt om de juiste website te vinden?

Een aantal kinderen zegt snel af haken, als het niet lukt om de juiste website te vinden. Als ze van vriendjes/vriendinnetjes of broertjes/zusjes hebben gehoord van websites, vragen ze hun om de juiste URL, vaak via MSN. Het is dan vrij gemakkelijk om via het venster van MSN naar de goede website te gaan.

Als ze de exacte naam van een URL kwijt zijn, weten de meeste kinderen wel dat ze die vrij gemakkelijk met behulp van Google kunnen opzoeken. Sommige kinderen maken hier veelvuldig gebruik van. Een groot aantal geeft zelfs aan geen URL's uit het hoofd te weten, en altijd Google te gebruiken om websites te bezoeken.

3. ...als je op een website komt waarvan je niet zeker weet of die voor kinderen bedoeld is?

De meeste kinderen verlaten direct een website wanneer ze niet zeker weten of die wel voor hen bedoeld is. Velen van hen maken onderscheid tussen twee soorten websites die niet voor kinderen bedoeld zijn, namelijk:

- Websites met veel informatie voor volwassenen;
- Websites die met seks, geweld, racisme e.d. te maken hebben.

Kinderen beoordelen websites aan de hand van afbeeldingen en teksten, en maken zo een inschatting of een website voor hen bedoeld is. Dit houdt in dat ze websites met veel afbeeldingen en weinig tekst als kinderwebsites beschouwen, en websites met weinig afbeeldingen en veel teksten als websites voor volwassenen. Een website als Wikipedia wordt door veel kinderen dus niet gezien als een website voor kinderen, en daardoor maken weinig kinderen er gebruik van.

Kinderen vinden het niet erg om op websites als Wikipedia terecht te komen en ze kijken er soms ook even op rond. Is de site niet leuk of interessant genoeg, dan verlaten ze hem snel weer.

Websites uit de tweede categorie (met aanstootgevende of expliciete inhoud) worden door de meeste kinderen direct gesloten door op het kruisje te klikken. Veel kinderen zeggen dat ze niet met anderen hoeven te overleggen of de website wel of niet geschikt is, omdat ze dit zelf ook wel kunnen bepalen. Een aantal kinderen twijfelt wel eens of websites voor hun bedoeld zijn, en vraagt dan hulp aan ouders.

4. ... als je niet zeker weet of het 'veilig' is om je aan te melden of in te loggen?

De meeste kinderen loggen niet in als ze niet zeker weten of het veilig is. Betrouwbare informatiebronnen zijn vriendjes/vriendinnetjes of broers/zussen. Ouders worden in dit verband minder vaak geraadpleegd. In een aantal gevallen gebeurt dat omdat de kinderen zich van de ouders überhaupt niet mogen aanmelden op sites.

Als kinderen het niet zeker weten en het ook niet bij vriendjes/vriendinnetjes of broers/zussen kunnen checken, doen ze het gewoon niet. Ze vullen dan hun gegevens niet in en gaan iets anders doen. Veel kinderen kunnen sowieso niet goed aangeven wanneer het voor kinderen veilig is om zich aan te melden of om in te loggen op een website.



5. ... als er een melding verschijnt dat je iets moet installeren?

Kinderen zien meldingen dat er iets geïnstalleerd moet worden, vaak als foutmeldingen. Ze lezen de tekst in deze blokjes niet, en het ontgaat ze dat er iets geïnstalleerd moet worden, bijvoorbeeld om een spelletje te kunnen spelen.

Een beperkt aantal kinderen installeert alles op de computer wat hun gevraagd wordt. Deze kinderen hebben al op meerdere websites gezien dat ze software of plug-ins moeten installeren, en hebben hier naar eigen zeggen nog nooit problemen mee gehad.

6. ... als je aan het chatten bent en iemand plotseling vervelende of vieze dingen typt?

Veel kinderen weten uit eigen ervaring of van vriendjes en vriendinnetjes dat er tijdens het chatten vervelende dingen kunnen gebeuren. Een veel genoemd voorbeeld is dat er om persoonsgegevens wordt gevraagd. Ook geven ze voorbeelden van grof taalgebruik en noemen ze een aantal keren een e-mail waarin staat dat er iets ergs zal gaan gebeuren met een geliefd familielid als deze mail niet wordt doorgestuurd.

De meeste kinderen zeggen dat ze in zo'n geval het gesprek direct afbreken door op het kruisje te klikken. Dat doen ze ook als iemand naar hun wachtwoord of gebruikersnaam vraagt. Een aantal kinderen heeft wel eens meegemaakt dat ze uitgescholden zijn omdat ze deze gegevens niet wilden verstrekken.

In dit verband noem verscheidene kinderen de website goSupermodel als een voorbeeld van een goede aanpak. Het is daar niet mogelijk om persoonsgegevens te verstrekken aan een ander. Zo is het onmogelijk je telefoonnummer in te typen, omdat er in plaats van getallen alleen maar sterretjes (***) verschijnen. Datzelfde gebeurt met scheldwoorden. Veel kinderen vinden dit erg goed en zouden dit ook graag op andere websites zien.

Er zijn maar weinig kinderen die hun ouders erbij halen wanneer dit soort dingen gebeuren. Sommigen willen er *juist* niet met hun ouders over praten, omdat ze bang zijn dat die dan websites gaan verbieden. Veel kinderen vinden van zichzelf dat ze er goed mee om kunnen gaan. Het bewijs daarvan is dat ze zelf snel de website verlaten of gesprekken afsluiten. Als ze hun ouders daarbij zouden betrekken, zou hen dat nodeloos ongerust maken.



bijlage C

De ideale website volgens kinderen



In de groepsgesprekken (zie Bijlage B) hebben de kinderen een poging gedaan hun ideale site te schetsen. Hieronder een samenvatting van de belangrijkste resultaten.

1. Gewenste elementen

Muziek

Volgens alle kinderen is muziek iets wat absoluut thuishoort op de ideale kindersite. Ze vinden het belangrijk om muziek te kunnen luisteren en (video)clips te kunnen bekijken. Het moet mogelijk zijn om tijdens het spelen van spelletjes of het bekijken van andere gedeelten van de website muziek (als achtergrond) te beluisteren.

Spelletjes

Vrijwel alle kinderen zijn het erover eens dat er op de ideale kindersite spelletjes beschikbaar moeten zijn. Als voorbeeld noemen ze onder andere de spelletjes van Spele.nl en FunnyGames.nl.

De kinderen zijn het niet eens over de wenselijkheid van gewelddadige spelletjes. Een groot aantal kinderen beschouwt dit als hun favoriete genre, en ze zouden het erg jammer vinden als de ideale website geen 'vechtspelletjes' bevat. Andere kinderen zijn hier erg op tegen, omdat ze vrezen dat kinderen de gewelddadigheden gaan naspelen in het echt.

Humor

Veel kinderen vinden dat de ideale website een ruime dosis humor moet bevatten. Ze zien dan ook graag grappige filmpjes en grappige afbeeldingen op de website. Ook vinden veel kinderen het leuk als er moppen op de website staan. Wat dit betreft lijkt de ideale website dus sterk op datgene wat veel kinderen verwachten van een schoolkrant.

Berichtjes achterlaten en chatten

Veel kinderen vinden dat je op de ideale kindersite berichtjes moet kunnen achterlaten. Ze omschrijven dit als het 'krabbelen' op Hyves. Dit is erg populair in deze leeftijdscategorie, omdat het voor veel kinderen belangrijk is om naast het contact *in real life* ook *online* nog contact te kunnen hebben met hun vriendjes en vriendinnetjes.

Ook chat-faciliteiten zijn zeer gewild op de ideale kindersite. De meeste kinderen willen dat echter alleen maar met bekenden; er is niet veel behoefte om met vreemden te chatten, al vindt een enkeling het juist wél leuk om met andere kinderen in contact te komen.

Foto's van bekende mensen

Kinderen vinden het leuk als hun ideale website veel afbeeldingen en foto's van bekende mensen bevat. Ook willen ze foto's zien van voetbalclubs, voetballers, zangers en zangeressen en acteurs en actrices. De jongens in de hogere leeftijdsgroep kiezen uiteraard voor mooie bekende vrouwen op de website, en de meisjes willen beslist ook mooie bekende mannen zien.

Snelheid

Een absolute vereiste voor de ideale website is dat hij snel geladen kan worden. Kinderen vinden het heel vervelend als ze lang moeten wachten tot een pagina geladen is. Vanzelfsprekend realiseren ze zich niet dat dit op gespannen voet staat met hun multimediale verlangens over filmpjes, etc.

2. Ongewenste elementen

Reclame

De meeste kinderen zien het liefst zo min mogelijk reclame op hun ideale website. Ze begrijpen echter wel dat het nodig is, "omdat de website anders niet kan bestaan". De meeste kinderen vinden wel dat deze reclame toegespitst moet zijn op henzelf en hun eigen belevingswereld.

Betalen

Op de ideale website willen kinderen absoluut niet betalen. Hierbij refereren ze aan RuneScape en Habbo. Op deze websites is het mogelijk om dingen te kopen met echt geld. Enkele kinderen willen



hieraan wel hun zakgeld besteden, maar het merendeel niet. Veel kinderen hebben inmiddels al enkele malen ervaren dat zichzelf of hun vriendjes en vriendinnetjes gehackt kunnen worden, en dat ze op die manier hun spullen kwijt kunnen raken.

Hackers

Veel kinderen hebben al ervaring opgedaan met hackers die hun virtueel beroofd hebben (zie boven, bij 'Betalen'). Ze delen vaak wachtwoorden met vriendjes en vriendinnetjes, die die gegevens op hun beurt weer uitwisselen met andere vriendjes en vriendinnetjes. Op deze manier hebben veel mensen toegang tot een account van een specifiek kind, en is niet meer te achterhalen wie op het account inlogt: het kind zelf of een ander.

'Kinderlokkers'

Veel kinderen vertellen over 'kinderlokkers' die actief zijn op websites voor kinderen. Ze hebben dan tijdens het chatten wel eens meegemaakt dat iemand deed alsof hij dezelfde leeftijd had als de kinderen, maar later veel ouder bleek te zijn. De kinderen zijn het er daarom over eens dat het op de ideale kindersite onmogelijk moet zijn voor volwassenen (of oudere jongeren) om zich voor te doen als jonge kinderen.

Eigen foto's

Vrijwel alle kinderen voelen niets voor hun eigen foto op de ideale kindersite. Ook foto's van vriendjes en vriendinnetjes of andere klasgenoten willen ze liever niet zien. Wel zien ze graag foto's van bekende mensen (zie aldaar).

3. Inloggen

Veel kinderen vinden dat je eerst zou moet inloggen, om toegang te krijgen tot de ideale site. Een klein aantal kinderen vindt dat niet, omdat het onhandig is. De eerste groep ziet het inloggen als een afbakening van het eigen terrein. Daarnaast is dan achterhaalbaar wie een bericht heeft achtergelaten, of wie er aan de chat heeft deelgenomen..

Ook vinden veel kinderen het belangrijk dat ze met een inlogsysteem punten en hoogste scores kunnen bewaren.

De kinderen zien in dat het hebben van een account betekent dat dat account gehackt kan worden. Dit is een reden waarom enkele kinderen niet geporteerd zijn van inloggen. Toch kiezen ze er uiteindelijk wel voor.

4. Leerzame elementen

Leerzame elementen worden bijna unaniem afgewezen. De kinderen willen simpelweg niet leren in hun vrije tijd. Op hun ideale website willen ze alleen maar leuke dingen kunnen doen.

Slechts een enkel kind is voorstander van informatieve spelletjes. Dit geeft aan dat het leuk is om een spelletje te doen en tegelijkertijd iets te leren. Voorwaarde is wel dat het spelletje er aantrekkelijk uit moet zien.

Een beperkt aantal kinderen wil informatie kunnen opzoeken. Die informatie moet volgens de kinderen (alle kinderen) wel gelardeerd worden met heel veel afbeeldingen, bij voorkeur foto's.

5. Leeftijdscategorieën voor de ideale website

De ondervraagde kinderen noemen de volgende leeftijdscategorieën:

- 10 – 14 jaar
- 10 – 16 jaar
- 12 – 14 jaar
- 12 – 16 jaar



- 10 – 18 jaar

Opvallend is dat de kinderen hun eigen leeftijdsgroep steeds als ondergrens nemen. Ze vrezen dat de website wel erg kinderachtig wordt, als die ook voor jongere kinderen geschikt zou zijn.

6. Naamgeving

De ideale website moet een korte, eenvoudige naam hebben. “Hoe korter en eenvoudiger de naam is, hoe makkelijker je die naam kunt onthouden”, aldus de kinderen. Ook kunnen ze dan makkelijker aan vriendjes/vriendinnetjes vertellen over deze website, en kost het de vriendjes en vriendinnetjes minder moeite om de website ook daadwerkelijk te bezoeken. Als voorbeeld van een eenvoudige, korte, en goed te onthouden naam, noemen de kinderen Spele.nl.⁷

7. Scheiding jongens - meisjes

Overeenkomsten

De kinderen vinden dat op de jongens-site, en de meisjes-site dezelfde spelletjes moeten komen te staan. Een enkel meisje is van mening dat er geen gewelddadige spelletjes op de meisjeswebsite hoeven te staan, maar andere meisjes vinden dit wel leuk.

Verschillen

In eerste instantie zeggen kinderen dat ‘de ideale website’ interessant moet zijn voor zowel jongens als meisjes. Maar na een tijdje blijkt dat de jongens en de meisjes het niet eens kunnen worden over de mogelijkheden op de site.

Eén van de probleempunten is de kleur, maar ook de inhoud en de mogelijkheden verschillen nogal tussen de jongens en de meisjes. De uiteindelijke conclusie luidt dat er niets anders op zit dan de website te splitsen in twee verschillende gedeeltes (één voor jongens en één voor meisjes) of gewoonweg twee aparte websites te maken.

Jongenswebsite

De meeste jongens willen ‘vechtspelletjes’ op hun ideale website. Een groot aantal jongens vindt dat er op de ideale kinderwebsite afbeeldingen van voetballers en voetbalteams moeten staan. Ook vinden veel jongens dat er afbeeldingen van auto’s op de website moeten staan. Jongens uit de brugklas geven aan dat ze ook afbeeldingen van mooie bekende vrouwen willen zien.

Meisjeswebsite

Op de ideale kinderwebsite zien meisjes graag ‘opmaak-spelletjes’ (waarbij het mogelijk is om een vrouwelijk poppetjesgezicht op te maken). Ook vinden ze het leuk om een eigen karakter (‘poppetje’) te kunnen creëren, zoals op de website goSupermodel.

8. Overige onderwerpen

Gewenste inhoud

Incidenteel waren er de volgende verzoeknummers voor de ideale kindersite:

- optische illusies;
- zelf ringtones maken;
- zelf spelletjes maken en kunnen spelen;
- links naar andere leuke websites;
- een banner die aftelt tot oud- en nieuw;
- een prijsvraag;
- de mogelijkheid om het geluid van spelletjes uit te zetten.

Eén school heeft een heel uitgebreid idee over de ideale kinderwebsite, die in de uitwerking meer een online spel lijkt dan een website. De kinderen willen dat je een karakter hebt, waarmee het mogelijk is



om in een online wereld rond te lopen. Dit karakter hoort bij je eigen account. De jongens hebben een karakter zoals in het spel RuneScape en de meisjes hebben een karakter zoals in het spel goSupermodel.

Spelers beschikken over een eigen huis, en het karakter gedraagt zich als een mens. Oftewel, het karakter heeft slaap en eten nodig, anders gaat het dood. Als het eten op is, moeten spelers eten kopen in de supermarkt. Als het geld op is en er is geen eten, moeten spelers een bijbaantje zoeken en wat geld verdienen. Het karakter is bestuurbaar met de pijltoetsen en als het lopen te lang duurt, moet het karakter ook de bus kunnen pakken.

De kinderen menen dat reclame op deze website heel makkelijk te verwerken is. Zo kan bijvoorbeeld Albert Heijn reclame maken in de supermarkt waar spelers eten kopen of werken als bijbaantje. Wat de kinderen hier schetsen is dus eigenlijk een kinderversie van Second Life. Sommigen vergelijken het ook wel met 'The Sims'.

Ongewenste inhoud

Eén gespreksgroep vond dat de ideale kindersite absoluut geen links naar 'verkeerde websites' mag bevatten. Onder 'verkeerde websites' worden niet alleen sites verstaan die kinderen eigenlijk niet mogen bekijken, maar ook linkdump-pagina's van tikfoutpiraten.

9. Lichtende voorbeelden

De kinderen die we spraken, prefereren een combinatie van:

- goSupermodel, RuneScape, Hyves, Spele, YouTube & Habbo Hotel.
- Hyves, Google & YouTube
- goSupermodel, RuneScape & Hyves
- Spele, Hyves, Google & YouTube
- Hyves, Google, YouTube & Kindertelefoon

Vrijwel alle kinderen noemen Hyves, Google en YouTube als websites waar de ideale kindersite op moet lijken. Ook Spele, RuneScape en goSupermodel zijn populaire websites die in dit verband vaak genoemd worden.

Opvallend is dat de kinderen in de brugklas allemaal ook de website van de Kindertelefoon noemen. Ze vinden dat er op de ideale kinderwebsite ook een mogelijkheid moet zijn om over problemen te chatten met anderen, en daar informatie over op te zoeken.

De ideale kinderwebsite mag voor veel kinderen zeker niet op Habbo.nl lijken. Veel kinderen hebben negatieve ervaringen met Habbo. Op het moment van de groepsdiscussies was Habbo negatief in het nieuws vanwege grootschalige diefstal van meubels uit het Habbo-hotel. Veel kinderen vertelden dat ze zelf de dupe zijn geworden van deze diefstal, of dat ze iemand kenden wiens meubels wel eens waren gestolen.



Colofon

Klik en klaar

Een onderzoek naar surfgedrag en usability bij kinderen

is een uitgave van:

Stichting Mijn Kind Online

Postbus 30000, 2500 GA Den Haag

KvK Haaglanden 27169250

Postbank 7816696

e-mail: redactie@mijnkindonline.nl

website: www.mijnkindonline.nl

Contact

Heeft u vragen over het onderzoek dan kunt u contact opnemen met Remco Pijpers, remco.pijpers@mijnkindonline.nl, 06-51436711.

De **Stichting Mijn Kind Online** is een kennis- en adviescentrum op het gebied van jeugd en (nieuwe) media. De activiteiten van de Stichting zijn met name gericht op opvoeders en kinderen. Mijn Kind Online doet onderzoek, verzorgt ouderavonden en trainingen over media-opvoeding, geeft medialessen aan kinderen en jongeren, publiceert boeken en ontwikkelt campagnes (zoals InternetSOA.nl). Speerpunt van Mijn Kind Online is kwaliteit van media voor kinderen en jongeren. De Stichting is een initiatief van KPN en Ouders Online en werkt onafhankelijk. Ze werkt samen met een keur aan deskundige partners, waaronder Digibewust, het instituut Beeld en Geluid, Kennisnet en Kidsweek.

2C Usability is een onderzoeks- en adviesbureau dat onderzoek doet naar en adviseert over vraagstukken waarbij de gebruiker centraal staat. Doel van de onderzoeken is om websites en diensten beter af te stemmen op de wensen van de gebruikers. 2C onderzoekt de gebruikersvriendelijkheid, gebruikerservaring ('user experience') en bruikbaarheid van communicatiemiddelen zoals websites, maar ook van diensten en producten. 2C is marktleider op het gebied van usability onderzoek en advies en werkt voor meer dan 200 klanten, waaronder Fortis, KPN, Abn Amro, diverse ministeries en andere overheidsdiensten. 2C Usability vormt sinds oktober 2007 onderdeel van MetrixLab, een internationaal opererend online marktonderzoeksbureau. Zie: www.2c.nl.

Auteurs / onderzoekers

- Remco Pijpers (Mijn Kind Online)
- Thomas Martijn (2C)
- Maartje Bosman (2C)
- Wouter van den Berg (2C)
- Eline Dijkerman (2C)

Eindredactie

- Henk Boeke
- Jacq Zinken

Vormgeving omslag en tussenbladen

Carline Vrielink (De Ruimte Ontwerpers)

Mark Schalken (De Ruimte Ontwerpers)

Foto's

Hans de Bruijn

Tekeningen

Arnoud van den Heuvel

Dit onderzoek was mede mogelijk dankzij een financiële bijdrage van

