

// SOCIALE MEDIA IN DE KLAS

Sanne Versteeg, MA
prof.dr. Anneke Smelik

// SOCIALE MEDIA IN DE KLAS

ONDERZOEK NAAR TOEPASSINGEN
VAN SOCIALE MEDIA OP DE
THORBECKE SCHOLENGEMEENSCHAP
ZWOLLE

Sanne Versteeg, MA

prof.dr. Anneke Smelik



Radboud Universiteit Nijmegen



Pre-University College Humanities
www.ru.nl/puchumanities

Zwolle en Nijmegen 2013

Student: Sanne Versteeg (MA)

Begeleiders:

dr. Wim Hilberdink

(Thorbecke Scholengemeenschap Zwolle)

Prof.dr. Anneke Smelik

(Radboud Universiteit Nijmegen)

Contactgegevens voor verdere informatie of vragen:

sanneversteeg3@hotmail.com

VOORWOORD	7
SAMENVATTING VAN HET ONDERZOEK	10
HOOFDSTUK 1:	13
// SOCIALE MEDIA EN ONDERWIJST	
VOORTDURENDE INNOVATIE	15
MEDIAWIJSHEID	16
DE JONGEREN VAN TEGENWOORDIG	17
DE WETENSCHAP	19
MEDIA EN IDENTITEIT	20
MEDIALANDSCHAP	21
NIEUWE MEDIA IN HET ONDERWIJS	23
HET TRAJECT MODERNE MEDIA OP DE THORBECKE SCHOLENGEMEENSCHAP	26
DE ONDERZOEKSVRAGEN	27
AANPAK	29
 HOOFDSTUK 2:	 31
// TOEKOMSTVISIES VOOR HET ONDERWIJS	
DE HUIDIGE GENERATIE EN DE COMPETENTIES VOOR DE TOEKOMST	32
INTIEME VERHOUDING TOT TECHNOLOGIE	34
INTERACTIVITEIT	34
BEELDCULTUUR	35
SPELEN MET IDENTITEIT	36
INFORMATIE VERWERKEN EN CONCENTRATIE	37

DELEN EN SAMENWERKEN	39
COMPETENTIES	39
DE SCHOOL VAN DE TOEKOMST	40
MAAKT DE SCHOOL ZICHZELF UITEINDELIJK OVERBODIG?	43
AUTHENTIEK LEREN: HET MEEST EFFECTIEF?	44
CONCLUSIE	47

HOOFDSTUK 3: 49

**// HET MEDIAGEBRUIK ONDER LEERLINGEN
IN KAART**

ALGEMENE GEGEVENS	50
MEDIAGEBRUIK VAN LEERLINGEN OP DE THORBECKE	53
SCHOLENGEMEENSCHAP IN ZWOLLE	
DE RESULTATEN	54
INTERPRETATIE VAN DE GEGEVENS	62
CONCLUSIE	64

HOOFDSTUK 4: 66

// DE LEERLING AAN HET WOORD

FOCUSGROEP INTERVIEWS	67
UITKOMSTEN: HUIDIGE TOEPASSING VAN SOCIALE MEDIA	69
UITKOMSTEN: MEER SOCIALE MEDIA IN DE LES?	70
UITKOMSTEN: CONCRETE IDEEËN EN TOEPASSINGSMOGELIJKHEDEN VOOR SOCIALE MEDIA IN DE LES	73
UITKOMSTEN: OVERIGE RELEVANTE INFORMATIE	75
CONCLUSIE	87

HOOFDSTUK 5: 80

// CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN

DE PROGNOSES VAN PROFESSIONALS 81

HET GEBRUIK VAN SOCIALE MEDIA ONDER JONGEREN EN KINDEREN 83

DE MENING VAN DE LEERLINGEN OVER SOCIALE MEDIA IN DE LESSEN 84

CONCLUSIES 86

AANBEVELINGEN 89

SUGGESTIES VOOR VERVOLGONDERZOEK 91

LITERATUURLIJST 93

BIJLAGEN 99

BIJLAGE1: ENQUÊTE SOCIALE MEDIA 100

BIJLAGE 2: VRAGENLIJST FOCUSGROEP INTERVIEWS 104

VOORWOORD

In Nederland zijn bijna alle kinderen en jongeren dagelijks online: per dag besteden zij zes uur aan allerlei soorten media. Zij groeien op in een gemedialiseerde wereld waarin informatie tot hen komt via de traditionele media zoals radio en televisie, maar ook steeds meer via moderne techno-logische hulpmiddelen zoals laptops, tabletten en smartphones. Vaak hebben zij televisie, laptop en smartphone tegelijkertijd aan staan. Media zijn voor jongeren een bron van informatie, communicatie en amusement. Jongeren zijn met media vergroeid en vooral met sociale media zoals Facebook, YouTube, LinkedIn en Twitter, of het Nederlandse Hyves. Ze bewegen zich dan ook gemakkelijk in de digitale netwerkmaatschappij. Allerlei benamingen doen de ronde om de huidige generatie aan te duiden: *homo zappiens*, generatie Einstein, generatie M (media), generatie C (content), de Nintendo-generatie, screenagers, de digitale generatie of Millennials.

Wat betekenen deze ontwikkelingen voor het onderwijs? Gaan jongeren anders leren? Hoe kunnen scholen inhaken op sociale media? Masterstudente Sanne Versteeg heeft in 2012 op de Thorbecke Scholengemeenschap in Zwolle een onderzoek gedaan naar mogelijke toepassingen van sociale media in het onderwijs. De Thorbecke Scholengemeenschap is in Nederland koploper op het gebied van mediawijsheid. Daarom zijn zij heel geïnteresseerd in het gebruik van sociale media in de lessen. Voor het onderzoek was de vraag leidend hoe dat op een *positieve* manier kan, zonder daarbij de risico's uit het oog te verliezen.

Het onderzoek brengt niet alleen theorie, prognoses, en onderwijsvisies in kaart, maar ook empirisch onderzoek naar het gebruik van sociale media onder leerlingen op de Thorbecke Scholengemeenschap. Daarbij is ruim aandacht besteed aan de *mening van de leerling* over de mogelijkheden om sociale media op school te gebruiken. Hoewel dit onderzoek geschreven is voor de Thorbecke Scholengemeenschap, denken wij dat het ook voor andere scholen relevant kan zijn. Daarom hebben we er dit boekje van gemaakt.

Het onderzoek is uitgevoerd door masterstudente Algemene Cultuurwetenschappen Sanne Versteeg aan de Radboud Universiteit Nijmegen, onder begeleiding van prof.dr. Anneke Smelik. Zij is hoogleraar Visuele Cultuur en was betrokken bij het opzetten van

het traject Moderne Media op de Thorbecke Scholengemeenschap. De begeleiding binnen de Thorbecke Scholengemeenschap is verzorgd door dr. Wim Hilberdink, docent Nederlands en Culturele en Kunstzinnige Vorming en coördinator van het traject Moderne Media.

Nieuwe media zijn een gegeven in de westerse cultuur, ook op school. Ouders en leraren moeten jongeren begeleiden in het gebruik van sociale media. Als u zelf niet zo handig bent met een weblog, msn, of twitter is dat geen probleem, want u hoeft niet zelf te kunnen fietsen om een kind de verkeersregels uit te leggen. Het gaat om de dialoog en de discussie. Dit boekje geeft u de nodige tips, ideeën en achtergrond-informatie om beslagen ten ijs te komen.

Sanne Versteeg, MA

prof.dr. Anneke Smelik

dr. Wim Hilberdink

SAMENVATTING

De aanleiding van het onderzoek is de toegenomen aandacht voor sociale media in het onderwijs en de tegenstrijdige berichtgeving over de effecten hiervan. We hebben de mogelijkheden onderzocht om sociale media op een positieve manier te integreren in de lessen op de Thorbecke Scholengemeenschap in Zwolle.

Uit onderzoek van wetenschappers en professionals naar toekomstvisies op het onderwijs blijkt dat de huidige generatie – ‘generatie Einstein’ – door de digitalisering en de opkomst van de netwerkmaatschappij, over andere competenties beschikt dan voorgaande generaties. Sociale media spelen een grote rol bij het leren van deze nieuwe competenties: jongeren kunnen netwerken, spelenderwijs hun identiteit verkennen, ‘prosumeren’, multitasken en op interactieve wijze kennis en informatie delen—wat dit allemaal inhoudt, wordt in de volgende hoofdstukken duidelijk.

Om goed met media om te gaan, zijn de juiste kennis en vaardigheden nodig. In het onderwijs vertaalt zich dat in een toenemende aandacht voor ‘mediawijsheid’. Omdat er vanuit de overheid wel een aanbeveling ligt om mediawijsheid op te nemen in het curriculum, maar daar geen wettelijke verplichting aan vast zit, zijn er nog maar weinig scholen die zich concreet met mediawijsheid bezig houden. En dat terwijl jongeren dagelijks veel tijd besteden aan allerlei soorten oude, nieuwe en sociale media, die ze meestal door elkaar gebruiken. Uit diverse praktijkstudies blijkt dat leerlingen minder mediawijs zijn dan vaak gedacht. Mediawijsheid op school is dan ook onontbeerlijk.

De snelveranderende samenleving stelt bovendien in de toekomst andere eisen aan afgestudeerden. Het toekomstige schoolmodel wordt flexibeler, interactiever, meer gericht op praktijkopdrachten, en op de rol van de docent als coach en begeleider. Uit onderzoek blijkt dat ‘authentiek leren’, waarbij de connectie tussen school en de leefwereld van de jongeren wordt gelegd, het meest effectief is. Sociale media bieden een mogelijkheid om een context te scheppen voor authentiek leren.

Onze hypothese was dat leerlingen enthousiast zouden zijn over het gebruik van sociale media in de les. Maar dit ligt genuanceerder. Naar aanleiding van een uitgevoerde enquête en focusgroep interviews met leerlingen op de Thorbecke Scholengemeenschap, blijkt dat zij wel zonder uitzondering veel gebruik maken van sociale media, maar dat ze dit graag privé houden. Vooral profielsites zoals

Facebook, Hyves en ook Twitter achten zij niet geschikt voor gebruik in het onderwijs, omdat zij die als hun domein voor ontspanning zien. Zij houden graag de scheidslijn tussen de privésfeer thuis en de openbare sfeer op school in stand. Wel vinden leerlingen sociale media 'cool' en maken ze graag gebruik van digitale hulpbronnen. Ook vinden ze het prettig om in de klas YouTube te gebruiken voor filmpjes, Wikipedia voor werkstukken, en een blog voor de klas om informatie bij te houden en samen te werken.

De conclusie van dit onderzoek is dat sociale media een welkome aanvulling kunnen leveren op het onderwijs, mits de docenten digitaal lesmateriaal en lesmethoden zorgvuldig kiezen en ontwikkelen. Sociale media kunnen alleen een positieve bijdrage leveren aan het onderwijs als deze een goede ondersteuning van de leerstof vormen. Voor de leerlingen is het belangrijk dat de scheiding tussen school en privé intact blijft.

HOOFDSTUK 1

//SOCIALE MEDIA EN
HET ONDERWIJS

De opkomst van internet heeft er voor gezorgd dat onze samenleving transformeert tot een digitale netwerkmaatschappij. De veranderingen gaan snel. De overgang van een agrarische naar een industriële maatschappij nam enkele eeuwen in beslag. De verandering van de industriële naar een diensten- en servicemaatschappij vond in minder dan een eeuw plaats. De overgang naar een informatie- en communicatiemaatschappij, ook wel netwerkmaatschappij genoemd, duurde maar een paar decennia. De huidige maatschappij is sterk gericht op informatie en communicatie, op digitale netwerken en voortdurend met elkaar in verbinding staan. De vele toepassingen van het computertijdperk, zoals internet, games en de sociale media, veranderen de wereld in rap tempo. De snelle transformatie van ICT brengt economische, sociale en culturele veranderingen teweeg.

Deze omwentelingen hebben ook hun weerslag op leeromgevingen, zoals de school en de universiteit. Kennis wordt nu vooral doorgegeven in netwerken (Castells: 1996). Waar de internetgebruiker eerst alleen informatie kon zoeken, zorgen e-mail, chatprogramma's, online polls, en sociale media voor steeds meer interactie. Vooral jongeren bewegen zich actief op Internet. Op Web 2.0 sites als Google, YouTube en Wikipedia, consumeert de gebruiker niet alleen passief, maar produceert ook zelf actief. De gebruiker kan informatie downloaden en ook uploaden. Hij of zij kan zelf 'content' creëren. De hedendaagse internetgebruiker is dan ook een 'prosument': zowel producent als consument. Informatie wordt vrij toegankelijk door de open en interactieve manier van kennis delen.

Onder 'Web 3.0' vallen de sociale netwerken, waar mensen onderling een netwerk creëren, zoals Facebook, LinkedIn en Twitter. Wat zijn 'sociale media' nu precies? In de praktijk vallen vaak verschillende internettoepassingen en onder sociale media, waardoor het lastig is om een sluitende definitie te hanteren. In dit onderzoek gaan we uit van de definitie zoals die geformuleerd is op de website social-media.nl:

'Social media is een verzamelnaam voor alle internet-toepassingen waarmee het mogelijk is om informatie met elkaar te delen op een gebruiksvriendelijke en vaak leuke

wijze. Het betreft niet alleen informatie in de vorm van tekst (nieuws, artikelen). Ook geluid (podcasts, muziek) en beeld (fotografie, video) worden gedeeld via social media websites. Met andere woorden, social media staat voor 'Media die je laten socialiseren met de omgeving waarin je je bevindt'. Bekende voorbeelden van internationale social media website zijn Facebook, YouTube, LinkedIn en Twitter, maar ook bijvoorbeeld WikiPedia en MySpace. Voorbeelden uit Nederland zijn Hyves, NuJij en Schoolbank.' (www.social-media.nl)

Sociale media zijn dus internettoepassingen waarbij tekst, beeld en geluid gedeeld kunnen worden door de gebruikers, met de nadruk op interactie en socialisatie. Anders dan in bovenstaande definitie, hanteren wij een duidelijker verschil tussen Web 2.0 en Web 3.0, waarbij we het laatste reserveren voor de sociale media die onderlinge communicatie tussen zelf gecreëerde netwerken mogelijk maken.

// VOORTDURENDE INNOVATIE

Digitale toepassingen veranderen voortdurend, zoals we in de snelle ontwikkeling van de sociale media hebben gezien. Ook hebben mensen steeds vaker en gemakkelijker toegang tot internet. Dit is natuurlijk vooral het geval in rijke landen, maar ook mondiaal gezien gaan de ontwikkelingen hard, omdat de technologie steeds kleiner en goedkoper wordt. Een voorbeeld: veel (oude) mobieltjes vinden hun weg naar Afrikaanse landen, waardoor arme mensen nu relatief gemakkelijker over een digitale bankrekening kunnen beschikken. Met de laptop, het tablet, de smartphone of andere technologische hulpmiddelen kunnen we op steeds meer plekken ten allen tijde inloggen, waardoor de virtuele netwerken het dagelijks leven beïnvloeden en zelfs vormgeven. De digitalisering zorgt voor een ommekeer op vrijwel alle vlakken van de samenleving. We zien dan ook dat het bedrijfsleven en de overheid deze ontwikkelingen oppikken en inzetten voor meer informatie, communicatie en efficiëntie. Dat leidt tot grootscheepse veranderingen, waarbij bijvoorbeeld financiën, belastingen en de zorg allemaal gedigitaliseerd worden.

Ook de wereld van de wetenschap digitaliseert razendsnel,

waarbij de resultaten van onderzoek via 'open access' toegankelijk gemaakt worden voor het publiek. De inhoud van hele bibliotheken wordt overal ter wereld gedigitaliseerd, zodat er gigantische hoeveelheden informatie en kennis online beschikbaar komen. Dat roept ook vragen op over de verwerking ervan: hoe vinden we onze weg door zulke grote databestanden? Hoe kan de wetenschapper, de leerling, of de leek, de data in dit giga internetwoud vinden, duiden en gebruiken?

Op lagere en middelbare scholen speelt de vraag hoe het onderwijs met digitalisering om kan gaan: wat kan het opleveren? Wat zijn de kansen en mogelijkheden? Wat zijn de problemen? En zijn er ook gevaren? In de onderwijssector is behoefte aan vernieuwing, getuige de vele initiatieven die de afgelopen jaren zijn genomen om het onderwijs te veranderen. We nemen twee ontwikkelingen waar, die in elkaar grijpen. Enerzijds is er sprake van een herstructurering van het onderwijs en anderzijds van de toepassing van lespakketten voor media-educatie of mediawijsheid.

Het hiërarchische, top-down systeem van leren in een schoolse context staat onder druk. De lesvorm van vijftig minuten waarin een leraar voor de klas staat, maakt plaats voor een interactieve en meer gelijkwaardige vorm van leren. De verbinding met de praktijk wordt sneller gelegd. Leren is niet meer zo strikt gebonden aan leeftijd, tijd en plaats; er is sprake van 'levenslang leren'. Deze toekomstvisie houdt in: een koppeling van leren aan praktijkopdrachten; het leren op projectbasis; het leren van elkaar van leerling en leraar; en het veelvuldig gebruik van moderne technieken en communicatiemiddelen (De Boe e.a.: 2011; Hilgers e.a.: 2012; Jenkins: 2009; Veen: 2009). Sommige scholen experimenteren hier al mee. Zo zijn er 'laptopscholen' waarbij het onderwijs bijna volledig digitaal verloopt. Toch is dit soort scholen een uitzondering, want op de meeste scholen is de onderwijspraktijk nog niet zo ver. Hoofdstuk 1 gaat nader in op de toekomstvisie voor de school; hier gaan we nu eerst dieper in op de andere onderwijsverandering: 'mediawijsheid'.

// MEDIAWIJSHEID

Om goed met media om te gaan, zijn de juiste kennis en vaardigheden nodig. In het onderwijs vertaalt zich dat in een toenemende aandacht voor 'mediawijsheid'. Volgens de Raad voor Cultuur is dat: 'het

geheel van kennis, vaardigheden en mentaliteit waarmee burgers zich bewust, kritisch en actief kunnen bewegen in een complexe, veranderlijke en fundamenteel gemedialiseerde wereld' (Raad voor Cultuur, 2005). Deze brede definitie is inmiddels vertaald in concretere doelen die meer toegespitst zijn op het meten van mediawijsheid bij jongeren en kinderen (Wiebenga: 2011). Tevens zijn er diverse onderzoeken gestart en verschillende initiatieven genomen, zoals het ontwikkelen van lesmateriaal, onder andere door de Stichting Leerplanontwikkeling (Smelik, Frankenhuis & van der Hagen: 2007; T. Dubbelman, A. Smelik en E. Wervers: 2005) en de stichting Mijn Kind Online (Pijpers e.a., Handboek Mediawijsheid, MKO: 2010). Ook is er meer voorlichting voor jongeren en kinderen, en voor hun ouders en opvoeders: diverse online voorbeelden zijn te vinden op www.mijnkindonline.nl en www.mediawijzer.net. Omdat er vanuit de Raad voor Cultuur wel een aanbeveling ligt om mediawijsheid op te nemen in het curriculum, maar daar geen wettelijke verplichting aan vast zit, zijn er nog maar weinig scholen die zich concreet met mediawijsheid bezighouden. De achtergrond van dergelijke initiatieven is vaak om scholen te stimuleren dit meer te doen.

// DE JONGEREN VAN TEGENWOORDIG

We leven in een mediacultuur. Voortdurend zijn we omringd door een enorme variatie aan media. Vooral jongeren maken volop gebruik van oude en nieuwe media; per dag besteden zij zes uur aan allerlei soorten media (CBS: 2011, Pijpers e.a.: 2011, Kennisnet: 2009). Zij staan er (letterlijk) mee op en gaan ermee naar bed. Media zijn voor jongeren een bron van informatie, communicatie en amusement.

Vaak hebben zij televisie, computer en mobiele telefoon tegelijkertijd aan staan. Jongeren zijn met media vergroeid. Internetten, chatten, en twitteren zijn voor een tweede natuur geworden. Vooral jongeren bedienen zich van vrijwel alle oude en nieuwe media, waarbij zij vaak ook nog eens verschillende media door elkaar gebruiken (*multitasken*). Om deze reden zijn zij misschien wel dé groep waarvoor mediawijsheid van belang is.



Lessen mediawijsheid zijn van groot belang.¹

Ouders en leraren maken zich soms zorgen over deze ontwikkelingen. Zij zijn bang de controle te verliezen over wat jongeren met die media doen. Tussen volwassenen en jongeren bevindt zich een digitale kloof, omdat jongeren zo veel handiger en sneller zijn met de media dan volwassenen. Maar het is de vraag of ouders en leraren zich terecht zorgen maken. Die zorgen kunnen deels voortkomen uit angst voor het nieuwe. En angst is meestal een slechte raadgever. Een remedie kan zijn dat volwassenen de nieuwe media zelf ook goed leren kennen, zodat ze hierover met jongeren in contact kunnen blijven.

Historisch besef kan ook helpen om de angst voor het nieuwe te bedwingen. Bij elk nieuw medium klagen volwassenen over verlies van het goede gedrag en over de negatieve invloed ervan op het gedrag van jongeren. Dat was al zo in de klassieke oudheid bij Plato. Hij maakte zich zorgen dat jongeren de orale cultuur zouden vergeten toen steeds meer leden van de elite leerden lezen en schrijven. Het schrift zou de kunst van het herinneren tenietdoen en de training van het geheugen overbodig maken. Bij de opkomst van de roman in de achttiende eeuw werd gesproken over de slechte invloed op de lezer. Vooral vrouwen zouden zich overgeven aan romantische fantasieën en de werkelijkheid uit het oog kunnen verliezen. Vrouwen mochten daarom vaak geen romans lezen van hun vader of echtgenoot. Nu behoort de roman tot de hogere cultuur en kunnen we ons een dergelijk angstige houding niet meer voorstellen. Met de komst van de moderne massamedia in de

//1 Bron afbeelding:

<http://www.onderwijsvanmorgen.nl/de-docent-terug-de-klas-in/>

negentiende eeuw, zoals fotografie en film, was het hek van de dam. Deze media brachten het beeld naar de grote massa. Toen bestond vooral de angst voor seks en geweld, waarmee de massa niet om zou kunnen gaan. Dezelfde maatschappelijke onrust ontstond met de popularisering van de televisie. En nu zien we weer precies dezelfde discussies rond internet, mobiele telefonie, computergames, en sociale media. Er is dus niets nieuws onder de zon; de discussie verschuift steeds naar andere, nieuwere, media.

// DE WETENSCHAP

Wat zegt de wetenschap nu over de invloed van de media? Het zal u vast teleurstellen, maar de wetenschap geeft geen eenduidig antwoord op deze vraag. Er zijn net zo veel onderzoeken die vaststellen dat er een negatieve invloed uitgaat van de media, als onderzoeken die zeggen dat die negatieve invloed er niet is. Er bestaat in ieder geval *geen* wetenschappelijk onderzoek waarin een direct causaal verband wordt gelegd tussen televisiekijken en het gedrag van de kijker. Hetzelfde geldt voor surfen op internet, het spelen van computergames of het gebruik van sociale media. Dat is ook begrijpelijk, want gedrag wordt beïnvloed door een groot aantal complexe factoren waarvan de omgang met de media slechts een klein aandeel vormt.

Dit betekent natuurlijk niet dat de media geen invloed zouden hebben. Die invloed is alleen nooit direct aanwijsbaar, maar veel subtieler aanwezig. Het is bekend dat jongeren de media gebruiken om hun identiteit op te bouwen. Ze spiegelen zich aan rolmodellen en aan beelden die zij op televisie of internet zien. Dat kan een positief effect hebben, omdat jongeren kunnen experimenteren met hun identiteit. Het kan ook een negatief effect hebben, als jongeren onzeker worden, omdat ze bijvoorbeeld alleen maar mooie, slanke, succesvolle mensen op tv zien. Voor volwassenen gaat het erom de invloed van media waar mogelijk op een positieve manier aan te wenden en jongeren te begeleiden in de negatieve aspecten ervan.

Het is ook goed om te bedenken dat de media over de volle breedte weerspiegelen wat in de samenleving aanwezig is. De media laten niet uitsluitend de slechte dingen van de wereld zien. Het is niet alleen maar seks en geweld, moord en doodslag.

Op televisie en op internet zijn net zo goed mooie, ontroerende, kritische, kunstzinnige en diepzinnige zaken aan te treffen. Gebeuren er dan geen vervelende dingen? Jawel, maar het is de vraag of dat een nieuw gegeven is. Wordt een kind gepest met SMS-berichten of op Facebook? Ja, maar vroeger werd het gewoon op het schoolplein gepest. Kijkt een kind naar porno op internet? Vast wel, maar vroeger keek het stiekem naar pornoblaadjes. Is een kind verslaafd aan gamen? Soms, maar vroeger kon het zich niet losscheuren uit een spelletje en speelde 's avonds laat door bij een zaklantaarn onder de dekens. Met de nieuwe media komen niet opeens heel nieuwe verschijnselen de wereld binnen. Wel neemt de hoeveelheid informatie gigantisch toe. Ook is al die informatie veel toegankelijker geworden. Daarin moeten ouders en leraren jongeren begeleiden. Hoe kunnen jongeren zinnig zoeken binnen die stroom aan informatie? Hoe leren ze zin en onzin schiften? Hoe kunnen ze kritisch omgaan met de seks en het geweld die ze ongetwijfeld tegen zullen komen? Hoe leren ze zichzelf te profileren op Hyves, Facebook of Twitter? Om dat in goede banen te leiden, is mediawijsheid nodig.

// MEDIA EN IDENTITEIT

Dagelijks komt er een constante stroom aan beelden op ons af, waar we actief en passief gebruik van maken. Beelden zijn complex, omdat ze multimediaal zijn in de combinatie van tekst, beeld en geluid. Ook zijn er vele verschillende media: van film en televisie via internet en mobiele telefonie, tot sociale media. Daarnaast zijn er nog vele verschillende genres, van nieuws tot videoclip, van reclame tot games. Media worden gebruikt voor informatie, amusement en communicatie, maar zijn ook belangrijk voor betekenisgeving en identiteitsvorming (Smelik, Dubbelman, Wervers: 2005).

Als je het hebt over invloed op jongeren, dan kun je niet om dat begrip identiteit heen. Identiteit wordt door hedendaagse wetenschappers anders geduid dan vroeger. Identiteit wordt niet meer gezien als een vaststaand gegeven, maar als een proces dat voortdurend aan verandering onderhevig is. De identiteit van jongeren van nu is flexibel, dynamisch en pluriform. Die identiteit is ook in hoge mate sociaal: jongeren staan constant in communicatie

met anderen. Hun identiteit vormt een knooppunt in een netwerk; je zou zelfs kunnen zeggen dat de hedendaagse identiteit 'genetwerkt' is.

Bij onderzoek op het gebied van nieuwe media, waar de veranderingen zo snel gaan, kunnen er geen definitieve antwoorden komen over de effecten van nieuwe media op jongeren. Over het algemeen zijn wetenschappers positief. Nieuwe media helpen jongeren bij het opdoen van sociale en cognitieve vaardigheden. Ze leren op een nieuwe manier informatie en kennis tot zich nemen. Een manier die nog het meest lijkt op het associatieve karakter van hypertext. Het is minder lineair, maar wel snel en creatief. Jongeren van nu zijn communicatief, sociaal, en voelen zich vrij door het gebruik van technologie. Zij zijn 'generatie Einstein'.

// MEDIALANDSCHAP

Patti Valkenburg, hoogleraar Kind en Media, toont in het rapport 'Schadelijke media en weerbare jeugd: een beleidsvisie 2005-2010' aan waarom de samenleving steeds complexer wordt (Valkenburg: 2005). Valkenburg geeft knelpunten aan in het medialandschap van kinderen en jongeren die de kans op confrontatie met een mogelijk schadelijk media-aanbod verhogen. Valkenburg noemt zes knelpunten:

1. Commercialisering van het media-aanbod

Jongeren gebruiken vooral commerciële media, waarin de aandacht gevestigd is op Amerikaans amusement. Geweld, seks en actie zijn de kernelementen van dit type entertainment.

2. Media gebruiken voor sociale interactie

De nieuwe media leveren niet alleen informatie, amusement of educatie, zij bieden ook een interactieve rol, waarbij de jongeren kunnen voorzien in hun behoefte aan communicatie. Dat kan via MSN, maar ook via de sociale media zoals Facebook en Twitter. Deze bieden jongeren een kanaal voor communicatie, maar het kan problemen opleveren als zij niet veilig omgaan met gegevens en informatie over henzelf.

3. Media gebruiken om de persoonlijke identiteit te definiëren

Jongeren gebruiken sociale media onder andere om zichzelf te presenteren. De reacties op deze presentatie kunnen positief maar ook negatief zijn, wat gevolgen kan hebben voor het zelfbeeld van jongeren.

4. De vergrote privacy van kinderen

Jongeren beschikken over hun eigen media, waardoor de controle door ouders verloren gaat. Het mediagebruik vindt meer buiten het gezichtsveld van ouders plaats. Zo kunnen zij sneller in aanraking komen met schadelijke informatie of met mensen met verkeerde bedoelingen.

5. De vermenging van fictie en realiteit in digitale media

Jongeren moeten beelden in een context kunnen plaatsen om te bepalen of het om fictie of realiteit gaat.

6. Multitasken

Doordat jongeren allerlei media naast elkaar gebruiken, stijgt de kans op een verkeerde interpretatie of een onjuist gebruik. Jongeren zien alleen kleinere onderdelen van het geheel, waardoor ze wat ze zien, lezen en horen niet altijd in de juiste context kunnen plaatsen.



Multitasken: alles op hetzelfde moment.²

//2 Bron afbeelding:

http://schools.tdsb.on.ca/albertcampbell/logos/schoolnewspaper_nov30/images/yao-%20cartoon-multitasking.JPG

Uit de knelpunten die Valkenburg een aantal jaren geleden signaleerde, blijkt het belang van mediawijsheid. Jongeren moeten begeleid worden in het begrijpen van beelden in de oude en nieuwe media, maar ze moeten ook leren consumeren, ervaren en produceren. Dan kunnen zij zich redden in de samenleving en die mede vormgeven. Jongeren moeten mediawijs worden. En daar kan het onderwijs een grote rol in spelen.

// NIEUWE MEDIA IN HET ONDERWIJS

Het gebruik van nieuwe media in het onderwijs wordt steeds belangrijker en gaat in hoog tempo door. Sommige scholen gebruiken geen schoolboeken meer, maar tablets met digitaal lesmateriaal. De meeste scholen gebruiken echter nog wel boeken, ook al maken ze daarnaast veelvuldig gebruik van digitale leeromgevingen waar leerlingen op internet aanvullende informatie zoeken. Scholen zien steeds meer in dat diverse moderne communicatiemiddelen als een ondersteuning van het lesprogramma kunnen fungeren. Hieronder beschrijven we welke nieuwe media in het onderwijs gebruikt kunnen worden.

INTERNET

Jongeren maken massaal gebruik van het internet. De mogelijkheden van internet zijn grenzeloos, zoals informatie zoeken, filmpjes uploaden op YouTube, e-mail, chatten, websites en weblogs (Huffaker: 2004). Educatie en amusement staan dicht bij elkaar. Wanneer verschillende internettoepassingen onderdeel zijn van het onderwijs, is het voor jongeren gemakkelijker en uitdagender hun schoolwerk te doen. Bovendien staat dit medium erg dicht bij hen.

MOBIELE TELEFOONS

Hoewel de mobiele telefoon in het onderwijs op sommige scholen nog als een taboe gezien wordt, kan de mobiele telefoon bijdragen aan een prettiger leerklimaat (Katz: 2005). Leerlingen kunnen

bijvoorbeeld buiten de lessen informatie zoeken op internet met de mobiele telefoon of zij kunnen hun lesrooster op hun mobieltje bekijken. Op de PABO wordt geëxperimenteerd met de smartphone, waarmee studenten aantekeningen maken of fotograferen voor een opdracht (zie www.grassroots.nl, een project ter stimulering van ICT in het onderwijs).

GAMES

Vooral de computergame is in educatief opzicht interessant. Wanneer de game gecombineerd wordt met informatie, spreken we van *edutainment*, een samentrekking van *education* en *entertainment* (Egenfeldt-Nielsen: 2005). Het computerspel kan op verschillende manieren bijdragen aan de ontwikkeling van jongeren. Zo heeft de hoogleraar Educatie James Paul Gee bijvoorbeeld onderzoek gedaan naar de cognitieve en educatieve voordelen van computergames. Bij de meeste spellen verandert het gedrag van de spelers op een positieve manier: jongeren leren problemen doeltreffender aan te pakken en kunnen sneller en logischer handelen (Gee: 2004). Doordat spellen vaak uitdagend zijn, lang duren en bol staan van spanning en mysterie, willen jongeren ze graag en vaak spelen. Bovendien is er een nieuwe ontwikkeling om games te ontwikkelen speciaal voor het onderwijs, zogeheten 'serious gaming'.

SOCIALE MEDIA

De meest actuele trend is de toepassing van sociale media, vooral netwerksites zoals Hyves, Facebook en Twitter. Binnen het onderwijs is er de afgelopen jaren een groeiende interesse ontstaan naar de toepassingsmogelijkheden van sociale media, zowel in de lessen maar ook als een instrument om de school zelf mee te promoten. Enkele scholen begeven zich al op deze platforms en in de toekomst zullen dat er naar verwachting veel meer worden, maar nu is er nog een groot verschil in gebruik en visie tussen de scholen. Sommige docenten experimenteren met sociale media in de klas, zoals Twitter of blogs. Veel docenten doen echter nog niets met sociale media, omdat ze vooral de gevaren zien: cyberpesten, risico op ongewenste seksuele intimiteiten en sociale isolatie.

Uit onderzoek blijkt dat jongeren vaak wel goed met de computer overweg kunnen, maar toch niet voldoen aan het lyrische beeld van

de 'generatie Einstein', omdat ze mediawijze vaardigheden missen (Pijpers & Martijn: 2010). Cyberpesten en seksueel misbruik blijven reële risico's, ook al krijgen jongeren in mindere mate met de internetrisico's te maken dan vaak wordt gedacht (CPB: 2011). Het is begrijpelijk dat opvoeders en docenten zich zorgen maken over de ontwikkeling van kinderen: de verschillen tussen twee generaties lijken groter dan ooit. Tegelijkertijd heeft verzet tegen deze invloeden weinig zin, want sociale media zijn overal en hun invloed zal alleen maar toenemen.

Het zal duidelijk zijn dat de sociale media ook veel voordelen bieden, zoals: goedkope communicatie, snelle informatieverspreiding, gemakkelijke verwerving van kennis, toenemende democratie, en verbinding met de wereld. Recente voorbeelden zijn de Arabische Lente of de aandacht voor de Oegandese rebellenleider Joseph Kony, die ontstaan is door een film die zich via YouTube razendsnel verspreidde. Daarnaast bieden chatsites en diverse fora een toegankelijk platform waar mensen met vragen en problemen terecht kunnen, waardoor hulp vragen of steun vinden gemakkelijker en laagdrempelig wordt. Bovendien ervaren kinderen en jongeren sociale media als een heel erg leuke manier om sociale contacten te onderhouden. Het is niet zo dat er geen risico's verbonden zijn aan sociale media, maar de gevaren zijn doorgaans een stuk minder dan gevreesd wordt.

In dit onderzoek benadrukken we de positieve kanten van de sociale media en zoeken we naar leuke manieren om sociale media in te zetten in het onderwijs. Het blijkt namelijk dat sociale media voor kinderen en jongeren een belangrijke tijdsbesteding vormen waar zij sociale contacten opdoen en diverse belangrijke competenties ontwikkelen zoals multitasken, snel informatie opzoeken en filteren, en sociale contacten onderhouden (Veen: 2009, Kennisnet: 2009). De maatschappij zal in de toekomst dergelijke competenties verwachten. Mediawijze omgang met oude, nieuwe, en sociale media is dan ook onontbeerlijk om zinvol aan de maatschappij deel te nemen.



Jongeren leren graag online.³

// HET TRAJECT MODERNE MEDIA OP DE THORBECKE SCHOLENGEMEENSCHAP

De Thorbecke Scholengemeenschap is de eerste – en tot nu toe enige – school die een traject aanbiedt waarin mediawijsheid centraal staat: het traject Moderne Media dat is gestart in het schooljaar 2008-2009 (daarnaast biedt de Thorbecke Scholengemeenschap ook de trajecten Wetenschapsoriëntatie, Sport, Techniektraject en Fast Lane English aan). Het traject Moderne Media, dat deels in samenwerking met de Stichting Leerplan Ontwikkeling en de Radboud Universiteit Nijmegen is opgezet, heeft twee hoofddoelen:

- het leren analyseren en interpreteren van beelden
- de leerlingen leren om zelf beelden te produceren

De leerlingen krijgen daarvoor lessen in analyse, maar ook in techniek, montage en cameravoering. In het vakwerkplan van de Thorbecke Scholengemeenschap staat te lezen dat Moderne Media een antwoord probeert te geven op de vraag 'hoe scholen/instellingen zo goed mogelijk kunnen anticiperen op de invloed/inwerking van de huidige, diepgaand gemedialiseerde wereld op

//3 Bron afbeelding:

<http://www.mediawijzer.net/category/dossier/professionals/leermateriaal?page=2>

kinderen en jongeren (en hun ouders)' (Hilberdink: 2011, interne publicatie). Binnen het traject Moderne Media worden de volgende vakdoelstellingen gehanteerd:

- Vergroten van mediawijsheid van jongeren via een innovatief schoolvak
- Aanbieden van media-educatie in een contextrijke/realistische leeromgeving
- Gebruik maken van buitenschoolse contacten/expertise teneinde de kwaliteit van de leerlijn te verhogen.

In de missie en visie van de Thorbecke Scholengemeenschap wordt veel waarde gehecht aan respect voor de opvattingen van anderen in een pluriforme samenleving (www.tsgzwolle.nl). De school wil leerlingen ook actief betrekken bij ontwikkelingen in de samenleving. Vanuit die visie wil de school haar betrokkenheid bij de maatschappij kenbaar maken en inspelen op ontwikkelingen. Actief en betrokken dus. Concreet betekent dit dat de school de ontwikkelingen in de samenleving op de voet volgt en hier ook direct op in probeert te spelen. De keuze voor het traject Moderne Media getuigt van deze visie. De Thorbecke Scholengemeenschap profileert zich hierdoor als mediawijze school.

Als voorloper op het gebied van Moderne Media, zoekt de Thorbecke Scholengemeenschap steeds naar nieuwe technologische ontwikkelingen in de media. Daarom wilde de Thorbecke Scholengemeenschap graag onderzoeken hoe zij sociale media een vast onderdeel van het curriculum kan maken. Juist een school als de Thorbecke Scholengemeenschap is gebaat bij onderzoek naar ontwikkelingen op het gebied van media en cultuur, maar de resultaten zijn ook voor andere scholen interessant.

// DE ONDERZOEKSVRAGEN

Naast de groeiende aandacht voor mediawijsheid is merkbaar dat de sociale media in de aandacht staan op scholen en in de media, mede door de snelle opkomst van het gebruik van smartphones onder jongeren en de toegenomen populariteit van netwerksites zoals Hyves, Facebook en Twitter. Scholen en docenten staan

dankzij de vele tegenstrijdige berichten over sociale media voor een lastig dilemma. Hoe kan de docent op een adequate wijze inspelen op ontwikkelingen in de samenleving die vooral onder jongeren razendsnel worden opgepikt, zonder daarbij gezag en autoriteit te verliezen? Hoe kunnen leerlingen op dit gebied mediawijs gemaakt worden? Op welke wijze kunnen sociale media op een productieve, leerzame en leuke wijze ingezet worden in de les? Dit soort vragen staan centraal in dit onderzoek op de Thorbecke Scholengemeenschap te Zwolle.

De hoofdvraag van dit onderzoek luidt:

Hoe kan de Thorbecke Scholengemeenschap positief inspelen op de toename van het gebruik van sociale media onder jongeren?

Het onderzoek heeft vier subvragen als leidraad genomen:

1. Wat zijn de prognoses en analyses van professionals?

Vanuit het onderwijsveld en vanuit de wetenschap zijn diverse voorbeelden en aanbevelingen te vinden over het gebruik van sociale media in het onderwijs. Hoe gaat de school er in de toekomstuitzien? Wat zeggen deskundigen en wetenschappers? Wat wordt er al gedaan op scholen? Hoofdstuk 2 biedt een inventarisatie van diverse visies en ideeën. Hierin worden toekomstvisies voor het onderwijs belicht.

2. Wat is het gebruik van sociale media onder jongeren en kinderen? En hoe ziet het eruit bij leerlingen op de Thorbecke Scholengemeenschap?

Hoofdstuk 3 brengt bestaand onderzoek in kaart en vult dat aan met nieuwe data, die zijn verkregen aan de hand van focusgroep interviews en enquêtes onder brugklasleerlingen van de Thorbecke Scholengemeenschap. Hierdoor wordt duidelijk hoeveel tijd kinderen en jongeren aan sociale media besteden en voor welke doeleinden zij deze media gebruiken.

- # HOOFDSTUK 1
- ## // SOCIALE MEDIA EN HET ONDERWIJS
3. *Wat vinden de leerlingen van de Thorbecke Scholengemeenschap belangrijk met betrekking tot het gebruik van sociale media op school?*

Hoofdstuk 4 onderzoekt wat de leerlingen zelf vinden van het gebruik van sociale media op hun school is, en vooral ook hoe zij denken over ander, beter of meer gebruik van sociale media in de lessen. Dit hoofdstuk gaat in op de resultaten van de focusgroep interviews.

4. *Wat zijn de aanbevelingen voor Thorbecke Scholengemeenschap op basis van de in dit onderzoek verkregen gegevens?*

Hoofdstuk 5, tenslotte, probeert een antwoord te geven op de belangrijkste onderzoeksvraag: hoe kan de Thorbecke Scholengemeenschap het beste reageren en inspelen op de enorme toename van het gebruik van sociale media onder jongeren en kinderen?

// AANPAK

Veel publicaties over sociale media in het onderwijs zijn geschreven door wetenschappers, visionairs of docenten. Vanuit hun gedrevenheid en ambitie, en in het geval van de docent ook vaak vanuit ervaring, geven zij allerlei tips voor onderwijsvernieuwing. Het onderzoek is begonnen met de noodzakelijke literatuurstudie en observatie in de klaslokalen. Uit de literatuurstudie komt als opvallend gegeven naar voren dat de leerling vaak over het hoofd wordt gezien. Het leek ons daarom interessant en relevant om in kaart te brengen wat de leerlingen denken over dit onderwerp.

In dit onderzoek is dan ook gekozen om de leerling centraal te stellen. Een belangrijk deel van het onderzoek is gericht op de mening van de leerling. De leerlingen van de Thorbecke Scholengemeenschap hebben een enquête over hun mediagebruik ingevuld en deelgenomen aan een focusgroep-interview. Vanwege de beschikbare tijd en beperkte grootte van het onderzoek is

gekozen voor een afbakening in leeftijd. De beperkte grootte van het onderzoek liet het niet toe om met meerdere categorieën te werken naar leeftijdsgroep en opleidingsniveau. Het onderzoek is ingekaderd door te werken met data van een duidelijk afgebakende leeftijdsgroep en afgebakend opleidingsniveau met zijn eigen interesses en competenties.

Aan het onderzoek hebben 69 leerlingen meegewerkt in de leeftijdscategorie 12 tot 14 jaar met het opleidingsniveau havo. Om globaal informatie te verkrijgen over het mediagebruik is gekozen voor een combinatie van een schriftelijke enquête en een focusgroep-interview. De enquête is geschikt om informatie te verkrijgen die gemakkelijk in tabellen en grafieken te verwerken is. Zo ontstaat een goed beeld van de kwantitatieve aspecten van het mediagebruik, zoals welke sites jongeren bezoeken en hoeveel uur per dag ze er aan besteden. Voor de meer kwalitatieve aspecten, zoals de mening over bepaalde toepassingen of de ideeën en visies van de leerlingen, is een focusgroep-interview geschikter (Wester e.a.: 2000). De combinatie van een enquête voor kwantitatieve gegevens met focusgroep-interviews voor de kwalitatieve verdieping geeft het meest complete beeld. Het onderzoek is dus een combinatie van theorie en praktijk: literatuuronderzoek, observatie tijdens lessen, enquête en interviews.



Sociale media bieden veel mogelijkheden.⁴

//4 Bron afbeelding:

<http://genyspot.com/2011/09/21/spice-up-your-classroom-presentation-with-social-media/>

HOOFDSTUK 2

// TOEKOMSTVISIES VOOR HET
ONDERWIJS

Dit hoofdstuk gaat in op de wijze waarop de maatschappij volgens deskundigen in de toekomst zal veranderen en wat voor gevolgen dit heeft voor de school, voor de leerlingen en voor de lessen. Wat zeggen wetenschappelijke publicaties en bronnen uit de vakliteratuur over toekomstvisies voor het onderwijs?

// DE HUIDIGE GENERATIE EN DE COMPETENTIES VOOR DE TOEKOMST

Bijna alle Nederlandse kinderen en jongeren hebben toegang tot het World Wide Web, zo blijkt uit onderzoek van het CPB (CPB: 2011). Zij groeien op in een gemedialiseerde wereld waarin informatie tot hen komt via de traditionele media zoals radio en televisie, maar ook steeds meer via moderne technologische hulpmiddelen, zoals laptops, smartphones en iPads. Velerlei typeringen voor de huidige generatie circuleren in vakliteratuur: generatie Einstein, generatie M (media), generatie C (content), de Nintendo-generatie, screenagers, de digitale generatie, en Millennials (Kennisset: 2009). Wim Veen, hoogleraar Technologie en Educatie, gebruikt de term *homo zappiens* (Veen: 2006, 2009). De homo zappiens is opgegroeid met technologie en verschilt daarin wezenlijk in zijn gedrag met voorgaande generaties. De omgang met technologie en moderne media, zoals computers, internet, mobiele telefoons en sociale media, is voor deze generatie vanzelfsprekend. Jongeren kennen niet anders. Dit heeft tot gevolg dat er een hele nieuwe generatie opstaat die over andere competenties beschikt dan voorgaande generaties. Iedere generatie leert nieuwe vaardigheden en verschilt daarmee van voorgaande generaties, maar de ontwikkelingen gaan nu zo snel dat grote verschillen merkbaar zijn. Generaties volgen elkaar sneller op met verschillen in mediagebruik, omdat de technologie zo snel verandert.

De belevingswereld van kinderen en jongeren speelt zich voor een groot deel af in de virtuele wereld. Communicatie verloopt veelal via *online* gemeenschappen. De Amerikaanse hoogleraar Mediastudies Henry Jenkins spreekt in dit verband van een participatiecultuur. Dat is een cultuur waarin deelnemers geen consument meer zijn maar prosument: zij consumeren niet alleen, maar produceren ook zelf (Jenkins: 2009). Die participatiecultuur

speelt zich vooral online af, met name via sociale media waar de bezoekers interactief materiaal kunnen delen. Sociale media zorgen voor nieuwe vormen van participatie aan het sociale leven. Denk hierbij aan relatief lage grenzen voor burgerparticipatie en het delen van zelfgemaakte (kunstzinnige) creaties. Jenkins spreekt ook van een informeel mentorschap, waarbij kennis gedeeld wordt met nieuwelingen. De nieuwe technologie zorgt dus niet alleen voor een groter gebruiksgemak en plezier, maar opent ook nieuwe mogelijkheden voor participatie en netwerken.

In het vorige hoofdstuk is naar voren gekomen dat mediawijsheid belangrijk is, omdat jongeren zelf moeten leren om duiding te geven aan het diverse, vaak overweldigende aanbod van beelden en indrukken. Uit al het onderzoek komt naar voren dat jongeren leren om te multitasken en dat ze media gebruiken om hun identiteit vorm te geven. Bij het onderzoek van Valkenburg (2005; besproken in het vorige hoofdstuk) ligt de nadruk op de knelpunten van nieuwe media. Recentere onderzoekers, zoals Veen (2006, 2009) en Jenkins (2009), benadrukken juist de positieve aspecten, zoals het leren verwerken van grote hoeveelheden informatie, het multitasken, het delen van informatie, het samenwerken en netwerken in de interactie met anderen. Ook wij zijn van mening dat de intense omgang met media een hoop voordelen oplevert.

Hieronder bespreken we enkele algemene kenmerken van de huidige generatie die opgroeit met internet en sociale media. Uitgangspunt is de categorisering die Veen (2009) maakt, aangevuld met Jenkins (2009), Valkenburg (2005) en artikelen uit vakbladen (voor een volledig overzicht van de gebruikte bronnen voor dit onderzoek, zie de literatuurlijst). Deze kenmerken zijn de volgende:

- Intieme verhouding tot technologie
- Interactiviteit
- Beeldcultuur
- Spelen met identiteit
- Informatie verwerken en concentratie
- Delen en samenwerken

// INTIEME VERHOUDING TOT TECHNOLOGIE

Naarmate het gebruik van technologie stijgt, verandert onze verhouding daartoe; wat vroeger eng was, vinden we nu heel gewoon of zelfs aantrekkelijk. Technologie en media zijn alomtegenwoordig, en veraangenamen het comfort van ons leven. Bovendien wordt alles steeds kleiner, mooier, en gemakkelijker te bedienen. Zelden boezemt technologie ons nog angst in; hoogstens rond mondiale ontwikkelingen, zoals de wapenwedloop of de klimaatverandering. Maar in het dagelijkse leven verhouden we ons op intieme wijze tot technologie (Smelik: 2012). We gaan zelfs affectieve relaties aan met onze apparaten: we strelen onze fiets of auto, geven toestellen een naam, praten tegen onze computer, en slaan of schoppen apparaten die het niet goed doen. En wie houdt nu niet van z'n mobieltje? In ieder geval moeten we onze smartphone aaien en strelen om 'm te bedienen en aan de praat te krijgen. Omdat kinderen en jongeren zich een groot deel van de dag bedienen van media en technologie, gaan zij er op veel natuurlijker en intiemere manier mee om dan voorgaande generaties. Spelenderwijs leren ze allerlei nieuwe modellen gebruiken. Volwassenen hebben soms nog moeite om het snel wisselende en alsmaar groeiende aanbod bij te houden, maar de huidige generatie pikt alles snel op en kiest zelf welke technologie bruikbaar is en welke niet.

// INTERACTIVITEIT

We kwamen de prosument al tegen: de internetgebruiker consumeert en downloadt niet alleen kennis en informatie, maar kan deze ook zelf produceren en uploaden. Nieuwe media zijn in hoge mate interactief: zenden en ontvangen gebeuren tegelijk. Daarin verschillen online games en sociale media van de traditionele media zoals radio en televisie. Door het actieve gebruik van deze media is interactieve communicatie voor de huidige generatie heel gewoon. Niet alleen zijn de meeste jongeren in staat om grote stromen informatie op te zoeken en te verwerken, ook plaatsen zij zelf content, inhoud, op internet. Deze content kan de vorm hebben van video's (denk hierbij aan de populaire site YouTube), van tekst en informatie (bijvoorbeeld Wikipedia), of muziek

(MySpace). Je ziet ook steeds meer dat kunstzinnige projecten en andere expressievormen via blogs of websites worden verspreid. Communicatie met een informeler karakter gebeurt voornamelijk via sociale netwerksites zoals Hyves, Facebook en Twitter. Deze media zijn bijzonder interactief, omdat er direct op elkaars berichten, foto's en video's gereageerd kan worden. Op YouTube bepaalt niet alleen het aantal views hoe populair een filmpje is, maar kan er ook een beoordeling of een bericht achtergelaten worden. Iedereen kan teksten op Wikipedia aanvullen en verbeteren. Blogs en websites dienen steeds vaker als een platform voor kunstzinnige projecten. Ze zijn ook bij trendwatchers populair, bijvoorbeeld modeblogs. Niet alleen jongeren, maar ook politici en beroemdheden maken steeds vaker gebruik van interactieve, informele netwerken, zoals Twitter en Facebook. Met sociale media kunnen we op de hoogte blijven van ontwikkelingen op vrijwel alle gebieden in de samenleving: van politiek tot sport, van mode tot muziek. Zo creëren deze nieuwe media een continue stroom van interactieve communicatie die steeds andere vormen aanneemt.

// BEELDCULTUUR

Met de opkomst van de televisie zijn voorgaande generaties gewend geraakt aan een grote hoeveelheid beelden, maar dat staat nauwelijks in verhouding tot de niet aflatende informatiestroom die tegenwoordig op ons afkomt. De huidige westerse cultuur is in hoge mate een *beeldcultuur* (Smelik: 2004). Iedere dag passeren duizenden beelden ons netvlies die doordringen tot alle aspecten van ons dagelijks leven. Vanaf het moment dat de dag begint komen beelden als een kleurrijk mozaïek tot ons: van de logo's op de kleren die we 's ochtends aantrekken, tot de foto's uit de krant die we bij het ontbijt lezen: of dat nu op papier of op ons tablet gebeurt. Van de etiketten op de potten pasta en pindakaas, tot de beelden uit het ochtendjournaal, of de irritante pop-up reclames die plotseling tevoorschijn springen als we onze mail nog even checken. Op Facebook zien gebruikers allereerst een enorm scala aan foto's van hun vrienden en van de personen of items die ze interessant vinden ('*liken*'). Daarnaast staat Facebook steeds meer reclame toe, die aan de rechterzijde van het scherm een hele kolom vult. Deze reclame is

afgestemd op de interesses van de gebruiker. Een Facebookprofiel brengt dus niet alleen beelden van de vrienden en *likes* van de gebruiker in beeld, maar ook van reclames die slim inspelen op surfgedrag en interesses. Berichten worden ook vaak voorzien van emoticons: kleine symbooltjes die een gemoedstoestand uitdrukken en daarmee extra kracht aan een boodschap kunnen geven. De beeldenstroom op sociale netwerksites is dan ook divers: foto's, links naar filmpjes of clips, reclamebeelden en icoontjes zoals emoticons.

De afgelopen decennia is de beeldcultuur zowel versneld als toegenomen. Dat komt door het intensieve gebruik van moderne dragers zoals de e-reader, laptop, smartphone, tablet, die steeds kleiner, lichter en toegankelijker worden. Maar het komt ook door de toename van bewegende beelden in de openbare ruimte; van projecties op gebouwen en video's in de bus tot het film kijken in de auto of op je smartphone. Kinderen en jongeren consumeren dan ook veel beelden door de omvangrijke stroom visuele indrukken die ze dagelijks voorbij zien komen. Maar ze communiceren ook gemakkelijk in beelden met elkaar.

Omdat de beeldcultuur zo dominant is geworden in onze maatschappij, is het belangrijk om beelden te kunnen 'lezen'. Die overtuiging ligt ten grondslag aan lessen over mediawijsheid. Jongeren bedienen zich immers van moderne media, van fotografie en film tot televisie en internet, van games en mobiele telefonie, tot sociale media. Dan zou het zonde zijn als zij niet leren om hier wijs gebruik van te maken. Ze moeten zich wel staande kunnen houden in de beeldenstorm!

// SPELEN MET IDENTITEIT

Jongeren ontwikkelen hun identiteit door te experimenteren en te improviseren. Vooral online is het voor hen gemakkelijk om te spelen met hun eigen identiteit.

Om dit spel te begrijpen, helpt het om te weten dat de traditionele opvatting van een vaststaande identiteit is gaan verschuiven in de loop van de twintigste eeuw. Hoewel er natuurlijk altijd een bepaald deel van de persoonlijkheid vastligt, vatten psychologen identiteit tegenwoordig veel dynamischer op. Mensen kunnen veranderen,

ze kunnen kiezen wie of wat ze willen worden. Identiteit is niet langer een statisch geheel, maar flexibel. De identiteit is niet definitief, maar voortdurend 'under construction' (in opbouw). Niet coherent, maar een patchwork. Niet autonoom, maar relationeel. Niet eenduidig, maar meervoudig en pluriform. En zo kunnen we nog wel even doorgaan; wetenschappers struikelen over de termen om die nieuwe, veranderlijke, identiteit te beschrijven. Bij al de definities van de hedendaagse identiteit ligt dan ook de nadruk op de mogelijkheden voor constructie, verandering en diversiteit. Dat geeft ons keuzevrijheid. Jongeren ervaren de enorme keuzevrijheid soms als een druk en belasting. Maar hoewel het lastig kan zijn om de juiste keuzes te maken uit het rijke aanbod, wil niemand meer terug naar vroegere tijden waarin je leven van wieg tot graf door de maatschappelijke omstandigheden werd bepaald.

In de genetwerkte maatschappij is alles en iedereen via massamedia zoals televisie en internet met elkaar verbonden. Jongeren hebben op internet alle middelen om beelden en teksten te bekijken, te maken en te communiceren. Jongeren zappen of knutselen online hun identiteit als het ware bij elkaar. Dat lijkt op de patchwork identiteit. Zo kunnen ze experimenteren met hun identiteit; ze maken er hun eigen verhaal of beeld van. Met hun profielsite creëren jongeren door middel van foto's, voorkeuren en interesses een beeld van henzelf naar de buitenwereld toe. In games kunnen ze een avatar kiezen (een avatar is een visuele verschijningsvorm van een persoon in de online wereld), zoals in het populaire spel *Second Life*. Ook experimenteren jongeren op sociale netwerken, fora en chatsites. De drempel om via deze online kanalen expliciet uit te komen voor de eigen mening en ideeën ligt voor veel jongeren een stuk lager dan IRL, 'in real life'. Omdat anderen daarop kunnen reageren, kunnen de jongeren hun identiteit aanpassen en opnieuw vormgeven. Dat wordt bedoeld met een relationele identiteit.

// INFORMATIE VERWERKEN EN CONCENTRATIE

Kinderen en jongeren zijn tegenwoordig heel bedreven in het filteren en selecteren van informatie. Ze zappen gemakkelijk van het ene naar het andere kanaal en destilleren ogenschijnlijk moeiteloos de relevante kennis. Vaak staan de televisie, de laptop en de smartphone



'Homo zappiens'¹⁵

tegelijk aan en verwerken jongeren meerdere informatiestromen.

Uit deze bronnen selecteren zij de relevante informatie. Jongeren bezitten de vaardigheid om te multitasken. Ze kunnen de omgeving en de media scannen en waar nodig de relevante informatie eruit filteren, vaak uit verschillende informatiestromen tegelijk.

Informatie wordt online meestal kort en bondig aangeboden. Via links kan er snel geschakeld worden naar het volgende onderwerp. Ook op televisie wordt de informatie steeds bondiger gebracht. Hierdoor zijn jongeren gewend om kort met één onderwerp bezig te zijn en kunnen zij goed schakelen naar een volgend onderwerp. Jongeren kiezen liever zelf een aanpak en een volgorde, omdat ze dat online zo gewend zijn. Als gevolg van deze werkwijze lijkt het of ze een korte spanningsboog hebben en moeite krijgen met complete en sequentiële verhalen, maar dat is niet altijd het geval. Het is voor hen moeilijker dan voor voorgaande generaties om zich langer op iets te concentreren, bijvoorbeeld een lange tekst. Maar als dit online gebeurt, bijvoorbeeld in de vorm van een game, zijn zij er wel heel bedreven in (Veen: 2009).

// DELEN EN SAMENWERKEN

Een belangrijk laatste kenmerk van de nieuwe media is dat het voor de huidige generatie vanzelfsprekend is om te delen en samen te werken op internet. Jongeren delen en verspreiden muziek, films, spellen en ander informatie online. Zo is muziek op YouTube gratis te beluisteren. De Britse rockband Radiohead had jaren geleden al in de gaten hoe het werkte: hun nieuwste album was gratis te downloaden op hun website. Liefhebbers mochten zelf bepalen of ze er een financiële vergoeding tegenover stelden of niet. Ook kunstenaars ontmoeten elkaar vaker online in plaats van fysiek. Via Skype, website of blog delen zij hun ideeën. Niet alleen kunstenaars en muzikanten delen hun artistieke kapitaal, maar kennis is voor iedereen met een internetverbinding gratis beschikbaar. Zo kan je via de vermelding #durftevragen een vraag stellen op Twitter. Het maakt niet uit over welk onderwerp het gaat; er zullen altijd genoeg twitteraars zijn die de vraag voor je kunnen beantwoorden. Ook zijn er veel sites die informatie bevatten over specifieke onderwerpen. Fans, gamers en hobbyisten delen graag hun kennis en expertise, bijvoorbeeld op sites voor computerspellen. In veel games is samenwerking met onbekenden zelfs een vereiste.

De online samenwerking maakt het mogelijk om – meestal kosteloos – kennis en expertise te delen. Ook in het zakenleven wordt hier al mee geëxperimenteerd (Olma: 2012). Het idee achter deze ontwikkeling is dat vele mensen samen sterker zijn en meer weten dan één persoon. Door jouw kennis en expertise gratis aan te bieden verlies je niets, maar win je juist veel omdat jij op jouw beurt ook weer kunt profiteren van de informatie die anderen online zetten.

// COMPETENTIES

De bovenstaande kenmerken hebben wij samengevat uit de verschillende theorieën over de netwerkmaatschappij en nieuwe media. Ze geven aan dat de manier waarop wij met beelden en informatie omgaan in onze samenleving sterk is veranderd de afgelopen decennia. De kenmerken van de huidige generatie zijn een afspiegeling van wat er in de maatschappij verandert. Al deze

kenmerken zorgen voor nieuwe competenties. Aan de hand van diverse kenmerken van sociale media, is een aantal competenties te destilleren die voor de huidige generatie onontbeerlijk zijn:

- spelenderwijs verkennen
- prosumeren
- multitasken
- op interactieve wijze (digitaal) kennis en informatie delen
- (online) samenwerken
- netwerken
- modelleren: vorm geven aan de eigen identiteit

De meeste van deze competenties ontwikkelen jongeren als vanzelf, omdat de context van de sociale media hun dat spelenderwijs leert. Doordat ze opgroeien in een beeldcultuur die zich voor een groot deel online afspeelt, leren ze gemakkelijker daarbinnen te navigeren. Toch hebben de school en de opvoeder hierin uiteraard een rol te spelen, vooral in het aanleren van mediawijze vaardigheden zoals kritisch kijken, informatie leren schiften en beoordelen, en zelf zinnige beelden produceren.

// DE SCHOOL VAN DE TOEKOMST

De taak van de school is om mensen voor te bereiden op hun rol in de maatschappij. Dat gebeurt in de eerste plaats door middel van kennisoverdracht. In de tweede plaats heeft de school een belangrijke opvoedende taak. In beide gevallen is het interessant om te kijken naar de mogelijkheden die nieuwe technologie, en met name sociale media, bieden om deze doelen te versterken en te veraangename (Mijland: 2012). Misschien dat sommige aspecten en toepassingen van sociale media een hype zijn, maar vele functies zullen blijven bestaan. In de vorige paragraaf is duidelijk geworden dat onze huidige samenleving gekenmerkt wordt door een intieme verhouding tot technologie, interactiviteit, een geïntensiveerde beeldcultuur, het spelen met identiteit en het aangaan van samenwerking. Informatie verwerken en informatie delen wordt steeds belangrijker. De competenties die daarbij belangrijk blijken te zijn, zoals multitasken, informatie delen, prosumeren en netwerken,

zullen niet alleen voor de huidige generatie belangrijk blijven. Deze kenmerken gaan in de maatschappij van de toekomst een grotere rol spelen. Juist sociale media zijn gebaseerd op veel van deze competenties.

Het staat buiten kijf dat de voortschrijdende technologisering de samenleving blijvend zal veranderen. Daarmee verandert ook het onderwijs. Wil de school aansluiting vinden bij de maatschappij, dan zal het op korte of langere termijn noodzakelijk zijn om sociale media in de lessen in te zetten. De Boe e.a. (2011) spreken in dit verband van een enorme verschuiving, die zich in de maatschappij voltrekt en waaraan ook het onderwijs niet kan ontsnappen. Scholen zullen in de toekomst meer het karakter van een open leerbedrijf krijgen. Ze gaan fungeren als directe schakel tussen de vraag uit de maatschappij en de competenties van kinderen en jongeren. De docent wordt dan een coach en begeleider die zijn vakinhoudelijke kennis inzet om uit te leggen hoe een leerling kennis en informatie kan vinden en kritisch kan beoordelen.

Ook de hiërarchie zal veranderen: de leerling en leraar leren van en met elkaar, in plaats van het traditionele model waarbij de autoriteit vooral bij de leraar ligt. Onderwijs zal in de toekomst niet langer plaatsvinden in kleine groepen die gerangschikt zijn naar leeftijd en in lessen van vijftig minuten, maar in doorlopende leerprojecten waarbij leerlingen met dezelfde interesses en competenties samenwerken aan projecten.

In deze visie spelen sociale media een belangrijke rol. De competenties en vaardigheden die online vereist zijn, lijken veel op de competenties die vereist zijn in de 'maatschappij van de toekomst'. Netwerken, omgaan met complexe en grote hoeveelheden informatie, samenwerken, selecteren, filteren, doelgericht werken en flexibel te werk gaan: dat heeft de maatschappij nodig. En dit zijn nu ook juist de kenmerken van Web 2.0 en sociale media die wetenschappers als Veen (2009), Hilgers e.a. (2012), Mijland (2012), Jenkins (2009) en Kennisnet (2009, 2011) benoemen.

De onderstaande tabel toont wat de belangrijkste verschillen zijn tussen de huidige onderwijssituatie en de situatie zoals die er in de toekomst uit zal gaan zien. Deze tabel is gebaseerd op de publicaties van De Boe ea (2011), Veen (2006, 2009), Hilgers e.a. (2012) en Kennisnet (2009, 2011).

Kenmerk	Huidige onderwijspraktijk	Toekomstige onderwijspraktijk
Leervorm	Top down: de leraar is autoriteit	Bottom- up: leraar en leerling leren van elkaar en met elkaar
Werkwijze	50 minutenrooster	Leren op projectbasis in blokken van enkele uren, leren in de praktijk
Vakken	Vakgebieden zijn gescheiden domeinen	Interdisciplinaire benadering
Kennisverwerving	Veel feiten uit het hoofd leren	Leren omgaan met grote hoeveelheden / stromen kennis
Categorisering van klassen	Op basis van leeftijd en opleidingsniveau, in klassen van 20-25 leerlingen	Op basis van interesses en competenties, in groepen van diverse grootte
Bronnen	Boeken	Alle mogelijke relevante informatie, veelal afkomstig uit digitale bronnen
Vorm	Schrift, pen, boek	Technologische applicaties, visuele bronnen, online bronnen
Uitstraling	Gesloten	Open en speels

Tabel 1: De leersituatie nu en in de toekomst

Uit deze tabel blijkt dat de school van de toekomst er heel anders uit zal gaan zien dan we nu gewend zijn. Bij het vormgeven van deze school van de toekomst is een grote rol weggelegd voor sociale media. Zowel op het gebied van organisatorische zaken als op het gebied van onderwijskundige en inhoudelijke zaken zullen sociale media onontbeerlijk worden.

Er zijn diverse initiatieven die het belang van sociale media in het onderwijs onderstrepen. Zo is er op de website www.socialmediawijs.nl een 'positief social media protocol' te downloaden. De strekking van dit protocol is dat de school zich bewust wordt van het feit dat sociale media een onlosmakelijk onderdeel uitmaken van de huidige samenleving. Het is dan ook de verantwoordelijkheid van de school om kinderen kennis te laten maken met de voor- en nadelen van sociale media. De school moet – waar nodig en mogelijk – op een positieve manier sociale media inzetten in het onderwijs.

Op de professionele netwerksite LinkedIn is er onder de naam Onderwijs 2.0 een netwerk ontstaan van docenten en professionals die tips uitwisselen en met elkaar van gedachten wisselen over de toepassingsmogelijkheden van sociale media. In vakbladen zoals

InDruk (een uitgave van Kennisnet voor managers en docenten), *Kunstzone* en *Levende Talen Magazine* zijn artikelen te vinden van docenten die sociale media gebruiken in de les. Enkele voorbeelden zijn: een vragenuurtje over muziek op Twitter onder #durftevragen; een blog voor literatuur die door leerlingen zelf is gemaakt; en de ontwikkeling van diverse apps die bepaalde aspecten van een vak, zoals de tafels voor wiskunde, gemakkelijker maken. Er is ook een groep leerkrachten en andere professionals die onder de naam Social Media Club regelmatig bijeenkomt om kennis en ideeën uit te wisselen. Zo illustreerde een docent tijdens debatavonden in Nijmegen zijn experiment met een Twitter overhoring voor Engels.

De genoemde voorbeelden zijn vaak initiatieven van docenten die experimenteren met nieuwe onderwijsmogelijkheden.

// MAAKT DE SCHOOL ZICHZELF UITEINDELIJK OVERBODIG?

Leren zal zich in de toekomst steeds meer online af gaan spelen, zo blijkt uit de publicaties over dit onderwerp die in dit hoofdstuk verwerkt zijn. Over veel onderwerpen is al heel wat informatie te vinden op internet en die schat aan kennis zal alleen maar groter worden. Als kennis overal gratis online verkrijgbaar is, betekent kennis *an sich* niet langer macht. Het gaat dan eerder om de macht om de juiste kennis te zoeken, te beoordelen, en die vervolgens eigen te maken. Bij dit proces is begeleiding nodig, maar op een andere manier dan in de huidige situatie.

In de lespraktijk blijkt het soms een probleem dat leerlingen niet allemaal in hetzelfde tempo leren. De een is al klaar terwijl de ander nog even de tijd nodig heeft en zich hierover opgejaagd voelt. Vooral bij taal- en rekenlessen is dit het geval, maar ook bij andere vakken leren niet alle leerlingen op dezelfde manier en in hetzelfde tempo. Een online lesprogramma waarmee ieder op zijn of haar niveau aan de stof kan werken, is voor sommige docenten dan ook een optie. Er zijn al diverse online lesmethodes ontwikkeld. Vooral buiten de reguliere aanbieders van lesmateriaal om zijn er gratis fora ontwikkeld waar kennis wordt gedeeld.

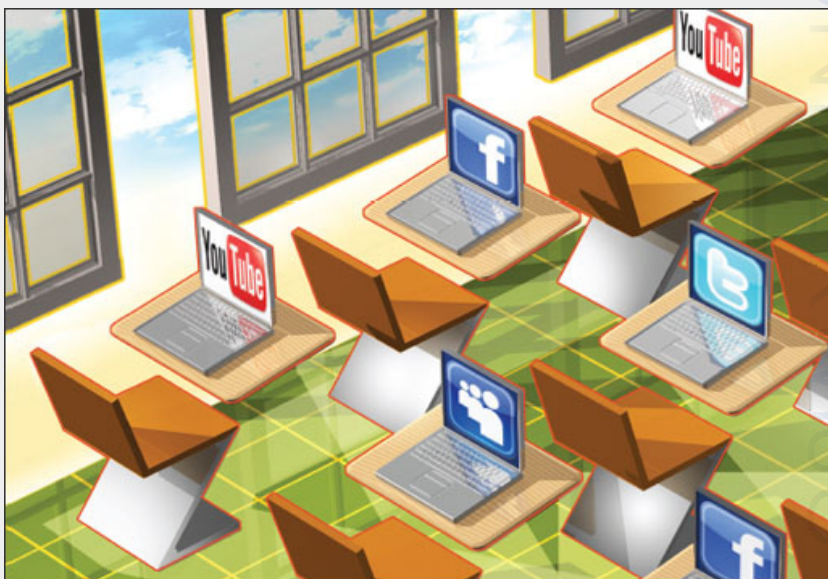
Voor scholen biedt bijvoorbeeld de KHAN Academy perspectief voor de toekomst, zo blijkt uit een artikel uit *InDruk* (2011) en een lezing van Wim Veen (inspiratiedag Mediawijzer.net

Hilversum, 2012). Dit is een digitale school vernoemd naar zijn oprichter Salamn Khan. De KHAN Academy is het beste te omschrijven als een digitale universiteit waar men over diverse (wetenschappelijke) onderwerpen online colleges kan volgen, wanneer men maar wil. De KHAN Academy is opgericht door Salamn Khan nadat zijn instructiefilmpjes voor wiskunde een enorm succes bleken te zijn op YouTube. Uit dit succes is een wereldwijd kennisnetwerk opgebouwd op het gebied van rekenen en wiskunde. In de VS groeit het particulier hoger onderwijs heel snel, omdat het gratis is en zo vlot en sociaal als Facebook (Van Dijk: 2012)

Inmiddels zijn er ook over andere vakgebieden colleges te bekijken en wordt lesmateriaal beschikbaar gesteld. In *InDruk* (najaar 2011) wordt bijvoorbeeld beschreven hoe online rekenprogramma's zijn ingezet op een basisschool in 's Schravenpolder. Dit experiment bleek bijzonder succesvol, omdat de leerlingen individueel in hun eigen tempo konden leren. De rol van de leraar is in dit geval die van begeleider en coach, en minder van kennisbron. Volgens Veen (lezing Mediawijzer 2012) zal het onderwijs in de toekomst veel meer gebruik gaan maken van dit soort digitale hulpmiddelen en zal de rol van de leraar sterk veranderen. Wat precies de rol van de leraar en school zullen worden, valt natuurlijk niet zeker te weten. Maar het is wel duidelijk dat de rol van leraar en van de school door de invloed van ICT zal veranderen. De *Vier in Balans Monitor 2011*, een uitgave van Kennisnet die de kennis van ICT in het onderwijs bundelt, stelt dat het vooral een positieve ontwikkeling is. Hierin komt naar voren dat ICT kan bijdragen aan efficiënter, effectiever en aantrekkelijker onderwijs. Het gebruik van ICT, internet en sociale media kan een aanvulling op het lesmateriaal zijn en de lessen gevarieerder en interessanter maken voor leerlingen.

// AUTHENTIEK LEREN: HET MEEST EFFECTIEF?

Wanneer het gaat over toepassingen om het onderwijs te verbeteren, is het zinvol om stil te staan bij de manier waarop jongeren leren. Wanneer is leren effectief? Uit diverse onderzoeken blijkt dat kinderen en jongeren het beste leren als ze verbanden kunnen leggen tussen de leerstof en hun persoonlijke leefwereld. Het is bekend dat ze sneller leren als ze aansluiting vinden met de wereld



*Sociale media als leermeester?*⁶

buiten de school. Hoogleraar cultuureducatie Folkert Haanstra noemt dit 'authentiek leren': betekenisvol en inzichtelijk leren in een sociale context, waarbij de relatie wordt gelegd tussen de leefwereld en ervaringen van de leerlingen met de kennis van een discipline of een vakgebied (Haanstra: 2001). In dit verband wordt een onderscheid gemaakt tussen formeel leren en informeel leren. Formeel leren speelt zich af in de klas, informeel leren in de 'echte wereld' buiten de school. Het doel is om de formele en de informele wereld meer op elkaar aan te laten sluiten.

Ook andere wetenschappers hebben onderzoek gedaan naar de leerprocessen van jongeren, waaruit blijkt dat het formele en het informele leerproces meer op elkaar aan moet sluiten. Volgens Wilson (2011) en De Waal (2011) is het voor de docent en de school zinvol om hun curriculum meer aan te laten sluiten op de leefwereld van jongeren, omdat dat betere resultaten oplevert. Zodra jongeren zien waarom ze iets leren en de kennis meteen kunnen toepassen, raken zij meer gemotiveerd. Hierdoor leren zij beter. Deze wetenschappers zijn het er dus over eens: het leerproces moet niet al te geïsoleerd in de klas plaatsvinden, maar moet ook naar buiten toe gericht zijn. Emiel Heijnen, vakdocent aan de Hogeschool voor de Kunsten Amsterdam, doet onderzoek naar de relatie tussen

//6 Bron afbeelding:

<http://www.socialmediacub-nijmegen.nl/>

nieuwe media en leren op school, en ook hij deelt deze mening. Hij benadrukt wel dat het gaat om een bepaald evenwicht. Docenten kunnen buitenschoolse praktijken niet kritiekloos overnemen, omdat een curriculum dan zijn relevantie verliest (Heijnen: 2011). Het moet niet zo zijn dat de les door de aanpak van het authentieke leren een pretpakket wordt. Docenten moeten zoeken naar een balans: de lesstof moet inhoudelijk goed zijn, maar de verbinding met de wereld buiten school moet duidelijk zijn. Het gaat erom theorie en praktijk op een zinvolle manier aan elkaar te koppelen.

Het leren in de toekomst, zoals eerder in dit hoofdstuk is besproken, heeft veel overeenkomsten met authentiek leren. In beide opvattingen gaat het immers om het creëren van een situatie, waarbij het leerproces direct aansluit bij de competenties en vaardigheden van de leerling. Ook ligt de nadruk op een directe relatie met de leefwereld buiten de school. Volgens de Amerikaanse hoogleraar Jenkins (2009) is er binnen de participatiecultuur dan ook vaak op een vanzelfsprekende manier sprake van authentiek leren. Dit is ook het geval voor zogeheten *communities of practice* (Wenger: 1988); dit zijn informele netwerken waarin mensen een gemeenschappelijke interesse of bezigheid delen. Dat kunnen amateurs of professionals zijn. De term wordt vooral gebruikt voor online gemeenschappen, waar mensen elkaar online ontmoeten en hun kennis en ervaring over een bepaalde interesse of vaardigheid delen. Deze groepen communiceren vaak via sociale media, waar zij veel van en met elkaar leren.

Het leerproces speelt zich in een informele context af buiten de school. In zijn onderzoek heeft Heijnen ontdekt dat leden van subculturen en bepaalde groepen kunstenaars (bijvoorbeeld graffiti en andere vormen van street art), als participanten een vorm van authentiek leren bedrijven in hun informele netwerken van 'communities of practice'. De school zou kunnen kijken naar mogelijkheden om het leren op deze manier vorm te geven, omdat het gebaseerd is op authentiek leren. Jenkins deed onderzoek naar de situatie in de Verenigde Staten. Hieruit blijkt dat er een grote kans ligt voor verandering in naschoolse programma's en leergroepen (Jenkins: 2009). Hij constateert dat de school als instituut erg traag is met het inspelen op dit soort ontwikkelingen. Dat geldt waarschijnlijk ook voor de Nederlandse situatie.

Op dit moment wordt er onder andere door EarlyBird (een landelijk expertisecentrum voor Engels in het basisonderwijs)

geëxperimenteerd met het inzetten van sociale media via de mobiele telefoon om een goede combinatie te vinden tussen formeel en informeel leren. Tijdens een bezoekje aan de dierentuin konden de leerlingen via hun mobiele telefoon spelenderwijs de Engelse woorden van de dieren invoeren. Sommige scholen experimenteren al met ICT-toepassingen en sociale media in het onderwijs. Op de Thorbecke Scholengemeenschap wordt voor het vak biologie een digitaal lesprogramma gebruikt. Sommige docenten experimenteren met het gebruik van bijvoorbeeld YouTube of Twitter in de les, zo is eerder gebleken. Er zijn ook enkele scholen die volledig zijn overgestapt van boeken naar tablets. Er zijn dus al diverse initiatieven opgezet om de leerstof te moderniseren en in te spelen op de veranderingen in de samenleving. Op deze manier wordt tevens de verbinding tussen de leerstof en de leefwereld van de jongeren versterkt.

Zodra erop wordt toegezien dat de leerstof uitdagend genoeg blijft, maar wel de verbinding wordt gelegd met de praktijk, zijn deze initiatieven te beschouwen als een vorm van authentiek leren. De connectie met de leefwereld van de jongeren is hierbij een belangrijk uitgangspunt. De toepassing van sociale media kan dus bijdragen aan het proces van authentiek leren en daarmee een positieve bijdrage leveren aan het onderwijs. Het is dan wel belangrijk de balans tussen 'te schools' en 'te vrij' goed te behouden.

// CONCLUSIE

Het is duidelijk dat de maatschappij sterk is veranderd en het is aannemelijk dat die verandering zich in de toekomst alleen maar sterker door zal zetten. De school zal hierin mee moeten gaan, maar dat kan niet allemaal op dezelfde manier. Voor scholen is het raadzaam om een visie te bepalen op basis van de in dit hoofdstuk geschetste ontwikkeling. Op welke manier kan ICT een hulpmiddel zijn? Bij welke vakken kan het ingezet worden? Welke docenten zijn geschikt? In hoeverre willen en kunnen zij koploper zijn op dit gebied?

De informatie in dit hoofdstuk leidt tot de volgende conclusies:

- **De maatschappij is sterk veranderd waardoor jongeren nu over andere competenties beschikken.**

De huidige generatie is opgegroeid in een digitale netwerkmaatschappij en heeft daardoor nieuwe competenties ontwikkeld. Dat zijn netwerken, spelenderwijs verkennen, modelleren van hun identiteit, prosumeren, multitasken en op interactieve wijze (digitaal) kennis en informatie delen.

- **De samenleving verandert en ook de school zal hierin meegaan.**

De rol van ICT zal groter worden, maar ook de leraar zal meer de rol van begeleider en coach krijgen en minder van autoriteit op een bepaald vakgebied. Ook de lesvorm zal veranderen.

- **Sociale media in het onderwijs kunnen bijdragen aan beter onderwijs, omdat zij authentiek leren bevorderen.**

Uit diverse onderzoeken is gebleken dat authentiek leren, een leervorm waarbij de lesstof aansluit op de wereld buiten de school, de beste manier van leren is. Gebruik van ICT en sociale media kunnen het authentieke leerproces versterken en verbeteren. Voorwaarde is wel dat de lesstof moet aansluiten op de leefwereld van jongen zonder dat het curriculum zijn relevantie verliest.

- **De school dient een visie te ontwikkelen op de toename van het gebruik van ICT, met name sociale media.**

Er zijn al diverse initiatieven opgezet om **ICT en sociale media in het onderwijs** te integreren, met over het algemeen positieve uitkomsten. Als de school met de tijd mee wil gaan, zal zij een visie moeten ontwikkelen over de wijze waarop zij hier binnen haar mogelijkheden een invulling aan kan geven.

HOOFDSTUK 3

// HET MEDIAGEEBRUIK VAN LEERLINGEN

Dit hoofdstuk bespreekt het internetgebruik van kinderen en jongeren in het algemeen en van de leerlingen van de Thorbecke Scholengemeenschap in het bijzonder. Welke verschillende sociale media gebruiken zij, hoeveel uren per dag besteden zij daaraan, en voor welke doeleinden gebruiken ze sociale media? We starten kort met algemene gegevens over het mediagebruik onder kinderen en jongeren.

// ALGEMENE GEGEVENS

In Nederland zijn kinderen en jongeren zijn steeds vaker en steeds langer online. Uit diverse cijfers blijkt dat vrijwel *alle* jongeren meerdere uren per dag online zijn en dat ze bijna allemaal beschikken over een mobiele telefoon, laptop en/of smartphone (CBS: 2011, Pijpers e.a.: 2011, Kennisnet: 2009). Kinderen hebben vaak al vanaf hun tiende of nog jonger een mobiele telefoon. Onder jongeren stijgt het gebruik van smartphones enorm. Vrijwel alle kinderen en jongeren in de leeftijdsgroep 9 -16 jaar hebben online toegang: in 2008 kon 96 procent van de 11-14 jarigen online en zelfs 100 procent van de 15-17 jarigen. Kinderen gaan ook steeds eerder online. In 2008 was maar liefst 86 procent van de 6-10 jarigen al regelmatig op het internet te vinden (CPB: 2011).

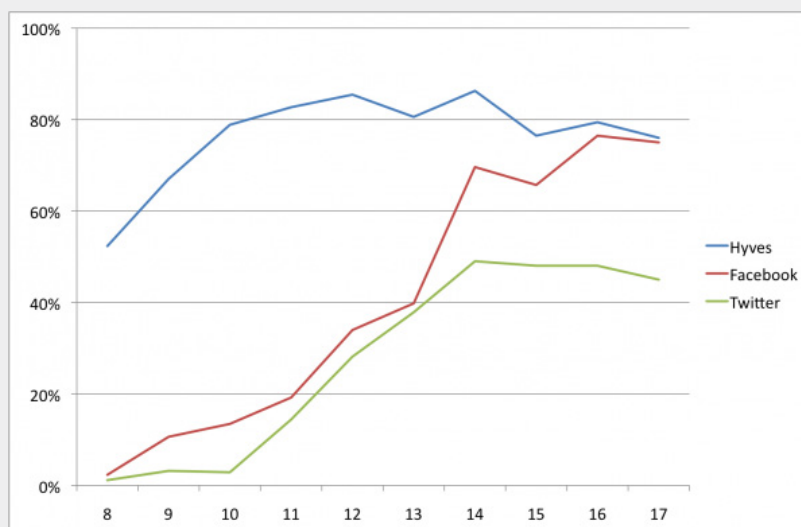
Waren enkele jaren geleden mobiele telefoons nog bedoeld om mee te bellen, nu doen leerlingen dat nauwelijks meer. Ze maken vooral gebruik van de (gratis) online communicatiemogelijkheden. Zo is het voor jongeren mogelijk om de hele dag in verbinding te staan met leeftijdsgenoten en vrienden via sociale media als Facebook, Hyves en Twitter. Sociale media winnen niet alleen via smartphones aan invloed, maar ook in de traditionele media worden zij toegepast of als verlengstuk van het programma gebruikt; denk aan de barcodes voor *apps* in kranten en tijdschriften, of het gebruik van Twitter in televisieprogramma's, zoals *The Voice of Holland*.

In een recent onderzoek dat is uitgevoerd door Stichting Mijn Kind Online en Digivaardig & Digiveilig (2012) blijkt dat kinderen en jongeren vooral op Hyves, Facebook en Twitter actief zijn.

De belangrijkste resultaten uit dat onderzoek zijn de volgende:

- Bijna vier op de vijf 8- tot 18-jarigen heeft een profiel op Hyves (79%) en bijna de helft (49%) op Facebook.
- Van de 8-jarigen beschikt meer dan de helft over een profiel op Hyves, bij de 12-jarigen geldt dat voor 85%.
- Rond de 80% van de 16-jarigen heeft een profiel op Hyves.
- Circa 75% van de 16-jarigen zit op Facebook.
- Facebook wil geen kinderen jonger dan 13 jaar, maar ze zitten er wel. Onder de 12-jarigen heeft 34% een profiel, onder de 9-jarigen is dat 11% .

De volgende tabel verduidelijkt de onderzoeksresultaten.



Tabel 2: 8- tot 18-jarigen op Hyves, Facebook en Twitter.

Bron: Hey What's app? Onderzoek van Stichting Mijn Kind Online en Digivaardig & Digiveilig (2012).

De gegevens van dit recente onderzoek bevestigen de algemene trend dat Nederlandse jongeren veel en vaak online zijn en dat sociale media een belangrijke tijdsbesteding zijn.

Toch zijn er ook nuances aan te brengen. Hoewel het aantal uren dat aan internet wordt besteed erg hoog is en de meesten ook goed

zijn in algemene ICT-vaardigheden, blijkt uit hetzelfde onderzoek van de Stichting Mijn Kind Online en Digivaardig & Digiveilig (2012) dat jongeren toch nog niet zo digivaardig en mediawijs zijn als vaak wordt gedacht. Het is dan ook de vraag of de stelling van Veen (2009) dat de huidige generatie goed kan multitasken helemaal opgaat. Ook de visie van De Boe e.a. (2011) dat voor jongeren van deze internetgeneratie een nieuw soort onderwijs nodig is, blijkt in de praktijk genuanceerder te liggen. Jongeren zijn wel handig en snel op het internet, maar vinden het moeilijk om informatie in de juiste context te plaatsen. Uit het onderzoek komt naar voren dat mediawijsheid belangrijk is. Dit wordt nogmaals bevestigd in het onderzoek *Einstein bestaat niet* van Mijn Kind Online (2010). Kinderen en jongeren mogen dan vaak handig zijn op internet, maar daarmee zijn ze nog niet mediawijs. Hier komen wij dan ook weer terug op het punt uit de twee vorige hoofdstukken: mediawijsheid is een onmisbare competentie om leerlingen op kritische en zinvolle wijze te leren hun weg te vinden in de sterk gemedialiseerde samenleving.

Kijken we nu naar de sociale media, dan komt uit het onderzoek van Kennisnet (2009) naar voren dat bijna alle jongeren een profielsite hebben waarvan een profiel op Hyves het meest populair is. De jongeren gebruiken deze media om te communiceren met vrienden, foto's en muziek uit te wisselen en te spelen met hun identiteit. Verder geven ze aan dat zij deze sociale media niet of nauwelijks gebruiken voor school. Bovendien vinden zij deze minder geschikt voor educatieve doeleinden.

Wij denken dat een reden hiervoor gevonden kan worden in het begrip 'intiem kapitaal'. De schrijfster en filosofe Stine Jensen introduceert deze term in haar boek over sociale media (Jensen: 2011). De Franse socioloog Pierre Bourdieu stelt dat er verschillende vormen van kapitaal zijn, die macht bezorgen in een sociaal veld (Bourdieu: 1993). Zo onderscheidt hij economisch kapitaal (geld en onroerend goed), cultureel kapitaal (kennis, vaardigheden en opleiding), sociaal kapitaal (netwerk en relaties) en symbolisch kapitaal (eer, prestige, imago). Jensen voegt hier 'intiem kapitaal' aan toe: dit is het idee dat in de hedendaagse samenleving via internet, maar vooral sociale media, intieme informatie op grote schaal met elkaar gedeeld wordt. Intiem kapitaal heeft dus betrekking op

waardevolle persoonlijke informatie. Intiem kapitaal geeft macht en invloed, omdat het informatie betreft die gewoonlijk alleen de mensen weten die heel dicht bij je staan. De aantrekkingskracht van sociale media, vooral de profielsites zoals Hyves en Facebook, zit 'm in het feit dat dit bij uitstek plekken zijn om intiem kapitaal met grote groepen mensen te delen.

Hoewel jongeren vaak wel weten dat de informatie die ze op internet plaatsen door veel mensen gezien kan worden, geeft het ze wellicht toch de illusie dat ze dicht bij hun digitale vrienden staan. Dit heeft dus behalve een sociologische ook een psychologische dimensie. Volgens Jensen is een profielsite niet zozeer een kopie van het echte leven, maar vervangt het deels het echte leven. Een profielsite vergelijkt zij in dit verband met een café: een ontmoetingsplaats waar je even naartoe kan gaan en waarvan je weet dat er altijd wel iemand is voor een praatje. Deze originele invalshoek op sociale media verklaart waarom het voor veel mensen een aantrekkelijk medium is, en ook de grote waarde voor kinderen en jongeren op het gebied van vriendschap en ontspanning.

Uit deze onderzoeken blijkt dat sociale media een belangrijk deel uitmaken van de leefwereld van jongeren. In het vorige hoofdstuk hebben we gezien dat authentiek leren belangrijk is, omdat het een brug slaat tussen de theorie en de praktijk. Als jongeren vrijwel allemaal veel tijd online doorbrengen, sluit het gebruik van sociale media op school goed aan bij hun leefwereld. Sociale media kunnen dus een middel zijn om authentiek leren te bevorderen.

// MEDIAGEBRUIK VAN LEERLINGEN OP DE THORBECKE SCHOLENGEMEENSCHAP IN ZWOLLE

Nu we de algemene situatie in Nederland hebben geschetst, is het tijd om te achterhalen hoe het mediagebruik van leerlingen op de Thorbecke Scholengemeenschap in Zwolle eruit ziet. Komt dit overeen met de landelijke gegevens en ontwikkelingen?

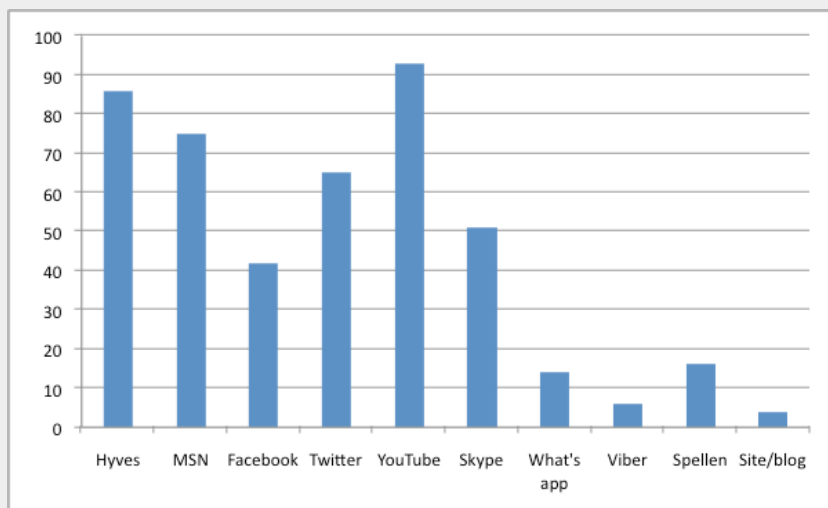
We hebben het mediagebruik van een groep brugklasleerlingen in kaart gebracht. Het betreft hier leerlingen in de leeftijdscategorie 12 tot 14 jaar. Onder 69 leerlingen zijn papieren enquêtes

uitgedeeld die zij ingevuld hebben onder toezicht. Ze mochten met elkaar overleggen, maar alleen als ze een vraag niet begrepen. De enquête is afgenomen in de vergaderkamer van de Thorbecke Scholengemeenschap, voorafgaand aan het groepsgesprek (de uitkomst van het groepsgesprek bespreken we in het volgende hoofdstuk). Van de leerlingen die de enquête hebben ingevuld, volgden er 29 het traject Moderne Media. De overige 40 leerlingen volgden een ander traject. De enquête is ter informatie opgenomen in dit boekje als bijlage 1.

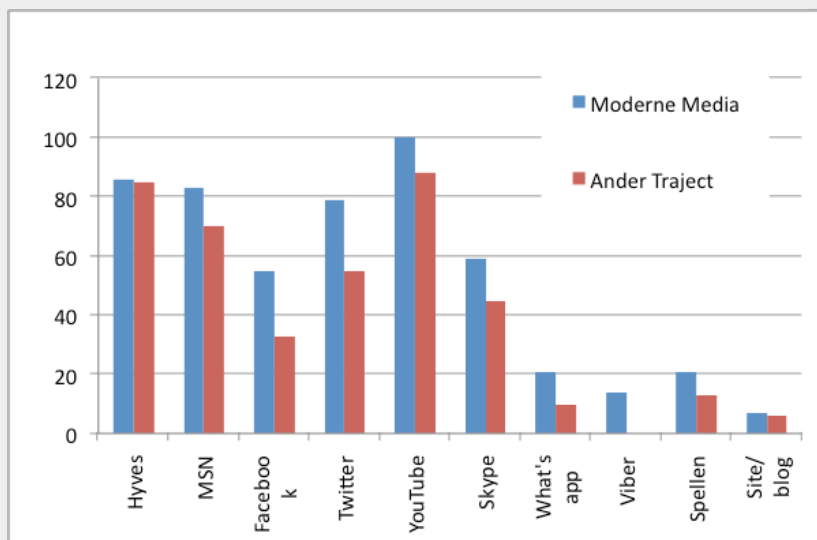
Bij de uitwerking van de enquête is onderscheid gemaakt tussen de leerlingen die het traject Moderne Media volgen en de leerlingen die een ander traject volgen. Voor de Thorbecke Scholengemeenschap is het immers relevant om te weten of er verschillen waar te nemen zijn, en zo ja welke verschillen er zijn. Bij de uitwerking van de vragen zijn steeds twee tabellen gemaakt, tabel *a* en *b*, waarvan *a* het totale beeld laat zien van alle gegevens bij elkaar en tabel *b* het onderscheid naar traject weergeeft.

// DE RESULTATEN

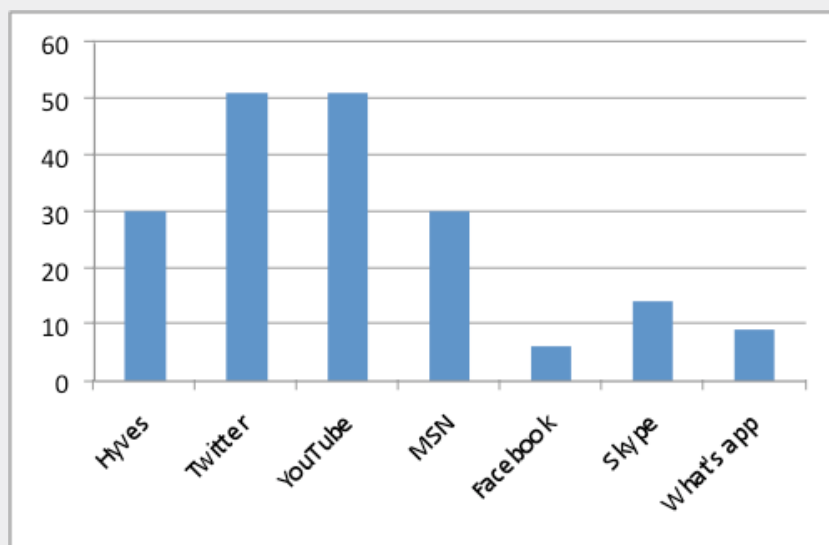
In de tabellen op de volgende pagina's zijn de resultaten van de enquête verwerkt. In de eerste vier tabellen (1a en 1b; 2a en 2b) is te zien welke sociale media de leerlingen gebruiken, en ook welke zij daarvan het *meest* gebruiken.



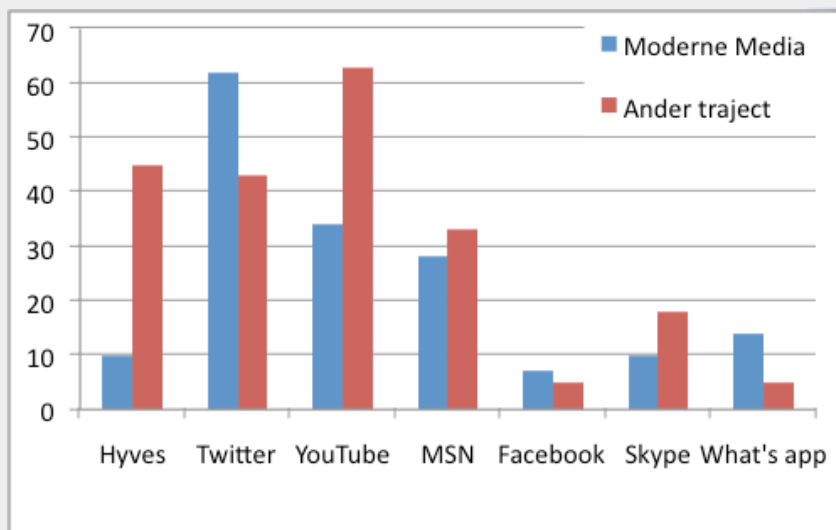
Tabel 1a: overzicht van de sociale media die brugklasleerlingen van de TSG gebruiken, zonder onderscheid naar traject (aantallen in procenten).



Tabel 1b: overzicht van de sociale media die brugklasleerlingen van de TSG gebruiken, met onderscheid naar traject (aantallen in procenten).



Tabel 2a: overzicht van de sociale media die brugklasleerlingen van de TSG het meest gebruiken, zonder onderscheid in traject (aantallen in procenten).

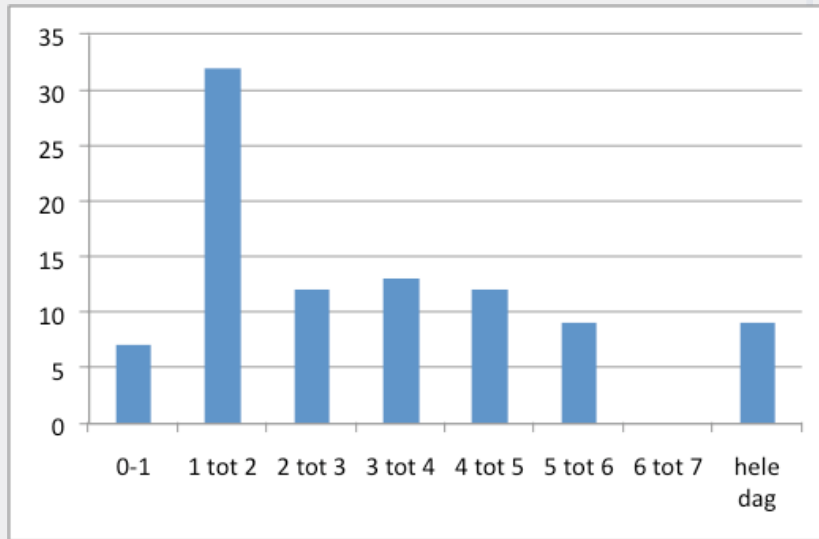


Tabel 2b: overzicht van de sociale media die brugklasleerlingen van de TSG het meest gebruiken, met onderscheid in traject (aantallen in procenten).

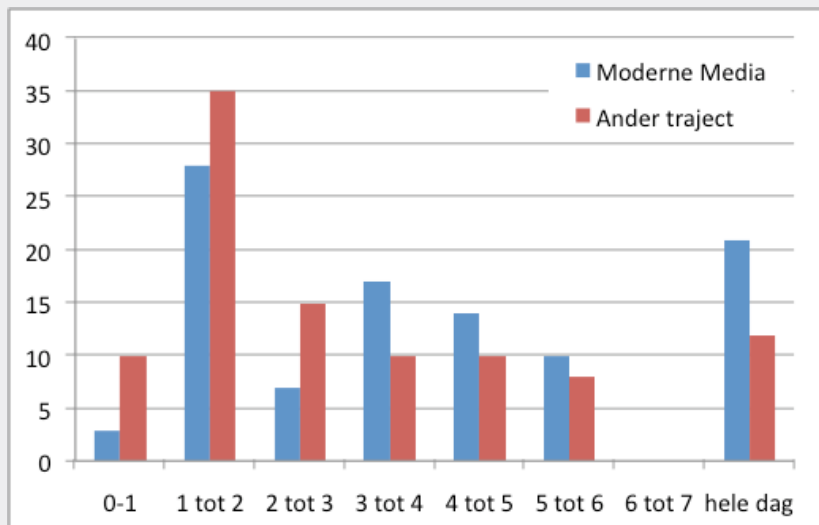
Uit de resultaten blijkt dat het gebruik van sociale media bij de leerlingen van de Thorbecke Scholengemeenschap in grote lijnen overeenkomt met het landelijke beeld. Maar liefst 100 % van de leerlingen maakt gebruik van sociale media, waarvan 86 % iedere dag. De populairste sociale media zijn YouTube, Twitter, MSN en Hyves.

De verschillen tussen de trajecten zijn niet bijzonder groot, maar het is wel duidelijk dat de leerlingen die het traject Moderne Media volgen, in het algemeen iets meer gebruik maken van sociale media, vooral van YouTube en Twitter. Kijken we naar welke media het meest aantal uren gebruikt worden, dan valt op dat de leerlingen van het traject Moderne Media minder vaak YouTube aankruisen, maar wel aangeven vaker Twitter te gebruiken.

In onderstaande tabellen is te zien hoeveel uren de leerlingen aan sociale media besteden.



Tabel 3a: aantal uren dat de brugklasleerlingen van de TSG per dag besteden aan sociale media, zonder onderscheid in traject (aantallen in procenten).

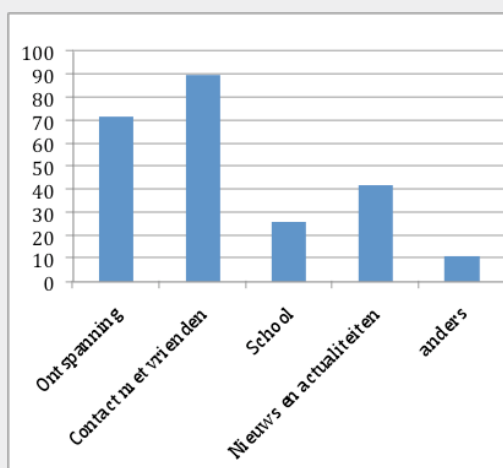


Tabel 3b: aantal uren dat de brugklasleerlingen van de TSG per dag besteden aan sociale media, met onderscheid in traject (aantallen in procenten).

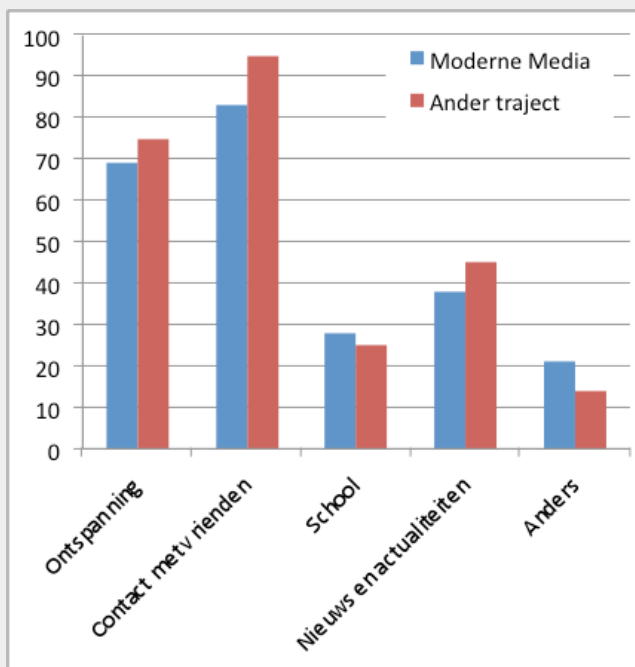
Ook hier is onderscheid gemaakt tussen de leerlingen die het traject Moderne Media volgen en zij die een ander traject volgen. Onder de leerlingen van Moderne Media is de groep die aangeeft dat ze de hele dag (7 of meer uur) gebruik maakt van sociale media significant groter dan bij de overige leerlingen. Onder hen is de groep van 1 tot 2 uur per dag weer iets groter.

Het onderzoek laat verder zien dat er redelijk grote verschillen zijn wat het aantal uren betreft dat de leerlingen per dag besteden aan sociale media. De grote meerderheid gebruikt sociale media iedere dag (86%), maar er is toch ook een groep van 14% die niet iedere dag gebruik maakt van deze moderne communicatiemiddelen. De grootste groep leerlingen is 1 tot 2 uur online (32%), gevolgd door de groepen die 3 tot 4 uur (13 %), 2 tot 3 uur (12%) en 3 tot 4 uur online zijn (12 %). Opvallend is dat er geen leerlingen zijn die 6 tot 7 uur per dag aan sociale media besteden, maar dat wel een redelijk grote groep aangeeft de hele dag met sociale media bezig te zijn (9%). Zij gebruiken hun smartphone, maar ook de computer of laptop thuis om zo voortdurend te kunnen communiceren met leeftijdsgenoten, vooral via Twitter en What's app.

In de enquête hebben we ook gevraagd welke functies de sociale media voor de leerlingen hebben. De leerlingen konden in de enquête de functies ontspanning, contact met vrienden, school en/of nieuws, en actualiteiten aankruisen. De leerlingen mochten meerdere functies aankruisen. Daarnaast was er ruimte om zelf een functie te noemen die er niet bij staat. Deze functies zijn ondergebracht in de categorie 'anders'.



Tabel 4a: functies van sociale media, zonder onderscheid in traject (aantallen in procenten).



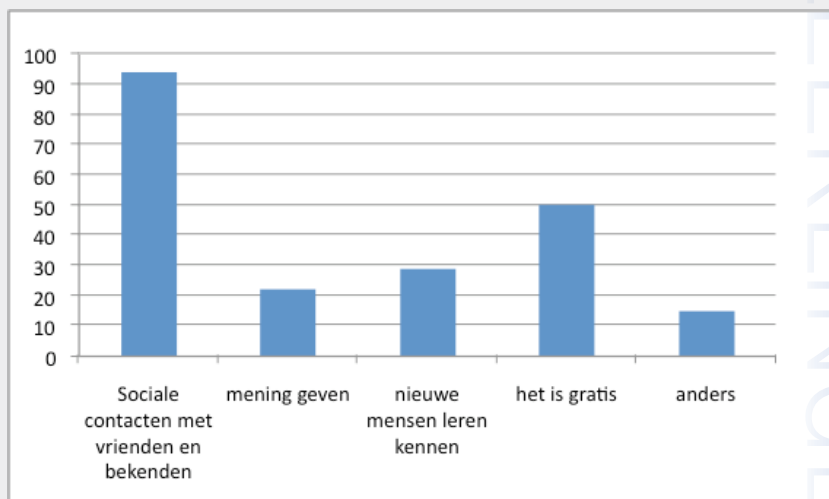
Tabel 4b: functies van sociale media, met onderscheid in traject (aantallen in procenten).

Contact met vrienden en ontspanning zijn de belangrijkste functies van het gebruik van sociale media. In de categorie 'anders' werden de volgende functies genoemd:

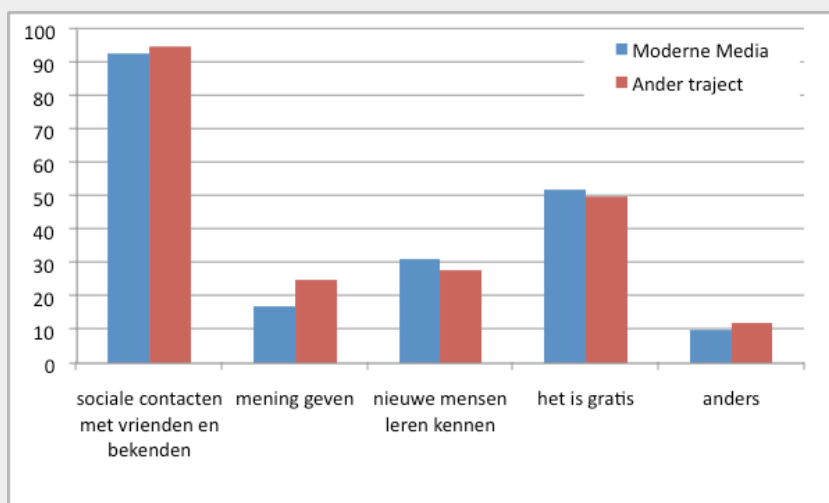
- voor de lol
- iets opzoeken
- hobby's
- even niet aan school hoeven denken
- verveling

Er is hier geen opvallend verschil te zien tussen de leerlingen van het traject Moderne Media en de andere trajecten.

Naast de functies is ook gevraagd naar de elementen die de leerlingen leuk of minder leuk vinden. In de enquête konden zij een aantal opties aankruisen die ze leuk vinden aan sociale media. Die opties zijn: de sociale contacten met vrienden en bekenden, het geven van een mening, nieuwe mensen leren kennen, en dat het gratis is. Ook hier konden de leerlingen meerdere opties aankruisen. Er was tevens ruimte voor de leerlingen om zelf aan te geven wat ze nog meer leuk vinden aan sociale media.



Tabel 5a: leuke aspecten van sociale media, zonder onderscheid in traject (aantallen in procenten).

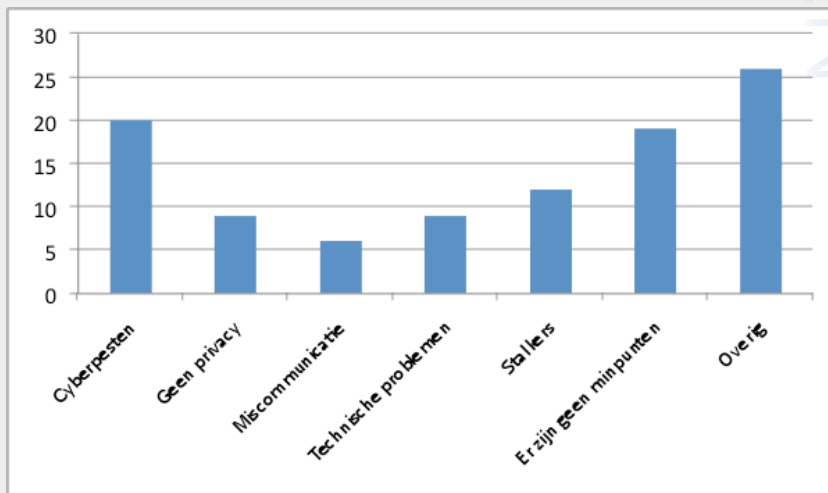


Tabel 5b: leuke aspecten van sociale media, met onderscheid in traject (aantallen in procenten).

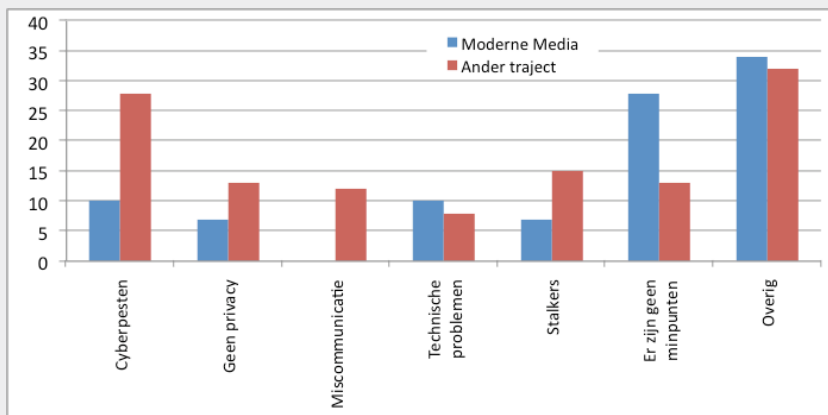
De sociale contacten met vrienden en bekenden is verreweg het populairste motief: voor 94 % van de leerlingen is dit een leuk aspect van sociale media. Dat het gratis is, speelt voor 50% van de leerlingen ook een rol. Naast de genoemde opties geven de leerlingen aan dat sociale media 'cool' zijn, dat ze het lekker vinden om even niet aan school te hoeven denken en dat ze graag een spelletje online spelen. Het luisteren van muziek wordt ook door een

enkeling genoemd. Deze aspecten vallen in de tabel in de categorie 'anders'. Ook bij dit deel van het onderzoek is geen opmerkelijk verschil te zien tussen de leerlingen van het traject Moderne Media en de andere trajecten.

Hoewel dit onderzoek zich richt op de positieve aspecten van sociale media, hebben we in het eerste hoofdstuk beloofd de negatieve aspecten niet uit het oog te verliezen. De leerlingen is dan ook gevraagd om aan te geven wat zij minder leuk vinden aan sociale media. Hier zijn geen opties aangegeven in de enquête. De leerlingen kregen de ruimte om zelf iets op te schrijven. De meest genoemde nadelen zijn in tabel 6a en 6b weergegeven.



Tabel 6a: minder leuke aspecten van sociale media, zonder onderscheid in traject (aantallen in procenten).



Tabel 6b: minder leuke aspecten van sociale media, met onderscheid in traject (aantallen in procenten).

Hoewel de leerlingen hier niet konden kiezen uit voorgedrukte opties zijn er toch een paar aspecten naar voren gekomen die zij niet leuk vinden aan sociale media. Cyberpesten en het gebrek aan privacy vinden zij een nadeel. 14 % geeft aan dat cyberpesten een minpunt is, maar van die 14% geven bijna alle leerlingen aan dat ze zelf niet gepest worden.

Omdat de antwoorden zo uiteenlopend waren, is de categorie 'overig' groot. Hieronder staan enkele antwoorden die in deze categorie genoemd zijn:

- 'je weet niet wie er aan de andere kant zit'
- 'spam'
- 'een virus'
- 'twitterslotjes'
- 'bedreigingen'

Er is ook een grote groep die géén nadelen ziet in het gebruik van sociale media. Maar liefst 13 % geeft aan dat ze geen dingen kunnen bedenken die ze niet leuk vinden aan sociale media. Bij deze uitkomsten valt het op dat de groep leerlingen die aangeeft dat zij geen noemenswaardige nadelen zien in sociale media het grootst is onder de leerlingen die het traject Moderne Media volgen.

// INTERPRETATIE VAN DE GEGEVENS

Uit bovenstaande tabellen komt naar voren dat alle brugklasleerlingen van de Thorbecke Scholengemeenschap in Zwolle graag gebruik maken van sociale media. Dat doen ze vooral omdat ze het simpelweg *leuk* vinden. Ze hechten veel waarde aan het contact met vrienden en bekenden die ze online ontmoeten. Even via MSN overleggen over het huiswerk, kletsen over een gebeurtenis op school, muziek uitwisselen via YouTube of *tweets* versturen: het zijn voor hen allemaal manieren om met elkaar te communiceren. Daarnaast vinden veel leerlingen het een groot voordeel dat sociale media gratis zijn. Een berichtje via een profielensite of MSN kost niks, terwijl de kosten voor de mobiele telefoon vaak erg hoog zijn.

Alle leerlingen die meewerkten aan het onderzoek hebben online toegang en ze maken allemaal gebruik van sociale media. YouTube, Twitter, Hyves, MSN en Facebook zijn het populairst. Daarnaast worden ook Skype, What's App en sites voor spelletjes genoemd.

Hoewel 100% van de leerlingen sociale media gebruikt, is er een groot verschil in het aantal uren dat ze eraan besteden. De grootste groep besteedt gemiddeld 2 uur per dag aan sociale media, dat is 32%. Daaropvolgend komt de groep die 2 tot 3 uur per dag gebruik maakt van sociale media. Er is ook een groep die de hele dag, 7 of meer uren, aan sociale media besteedt. Deze groep is bijna net zo groot als de groep die er 2 tot 3 uur per dag mee bezig is (9% tegenover 12%).

Er is in het onderzoek onderscheid gemaakt tussen de leerlingen die het traject Moderne Media volgen en de leerlingen die dat niet doen. Het onderscheid tussen de leerlingen Moderne Media en leerlingen van andere trajecten is in dit verband zinvol, omdat het laat zien dat er op sommige punten een verschil is waar te nemen. Over het algemeen blijkt dat leerlingen Moderne Media iets meer en vaker gebruik maken van sociale media. Vooral Twitter wordt door hen vaker genoemd. Ook vertegenwoordigen zij een groot deel van de groep die aangeeft meerdere uren per dag met sociale media bezig te zijn, soms wel 7 uur of meer, in feite dus de hele dag. Bij de vraag of er ook nadelen aan sociale media kleven geeft een grote groep aan dat zij helemaal geen nadelen zien aan het gebruik van sociale media. Van deze groep was het aantal leerlingen dat het traject Moderne Media volgt aanzienlijk groot. Zij geven dus vaker aan geen nadelen te zien.

Het verschil tussen de trajecten kan verklaard worden door het feit dat leerlingen van het traject Moderne Media vaker gebruik maken van laptop of computer op school. In dit traject wordt immers meer met media gewerkt. Hierdoor kunnen ze in de 'verleiding' komen om ook vaker privé met deze media bezig te zijn. Omdat ze mediawijzer zijn en meer leren over diverse media is de drempel om sociale media te gebruiken misschien wat lager. Daarnaast kan het ook zo zijn dat leerlingen die dit traject kiezen al op voorhand meer sociale media gebruiken, omdat media toch al meer hun interesse hebben.

Belangrijker dan de verschillen zijn de overeenkomsten. Alle leerlingen zijn bekend met sociale media. Over het algemeen zijn de leerlingen veel en vaak online en maken zij in hoge mate gebruik van sociale media. Zij doen dit vooral in de privésfeer. Communicatie met leeftijdsgenoten en ontspanning zijn de belangrijkste drijfveren. De leerlingen gebruiken sociale media in verhouding niet zo veel voor school.

// CONCLUSIE

Dit hoofdstuk heeft allereerst onderzoek in kaart gebracht over mediagebruik van kinderen en jongeren in Nederland in het algemeen. Hieruit blijkt het volgende:

- **Kinderen en jongeren zijn veel en vaak online.**

Vrijwel alle jongeren zijn meerdere uren per dag online. Ze beschikken bijna allemaal over een mobiele telefoon, laptop en/of smartphone.

- **Jongeren maken veel gebruik van sociale media.**

Sociale netwerksites als Hyves, Facebook en Twitter zijn populair. Ze gebruiken die sites voor communicatie en interactie met leeftijdsgenoten.

- **Jongeren zijn minder digivaardig dan gedacht.**

Jongeren zijn vaak erg bedreven in het gebruik van nieuwe media maar kunnen de informatie niet altijd in een goede context plaatsen. Ze zijn niet zo mediawijs als vaak wordt verondersteld.

We hebben niet alleen gekeken naar de landelijke gegevens. Ook hebben we zelf onderzoek naar het gebruik van sociale media uitgevoerd onder 69 brugklasleerlingen van de Thorbecke Scholengemeenschap in Zwolle. Uit dat onderzoek komt het volgende naar voren:

- **Alle leerlingen maken gebruik van sociale media.**

Dit sluit aan bij het landelijke beeld dat vrijwel alle jongeren online zijn. Bij de leerlingen zijn de sites YouTube, Twitter, MSN, Facebook en Hyves het meest populair.

- **Sociale media bieden voornamelijk ontspanning en sociale contacten.**

De belangrijkste rol van sociale media voor de leerlingen op de Thorbecke Scholengemeenschap is ontspanning en contacten

onderhouden met vrienden en bekenden. Dit komt overeen met de rol die sociale media spelen bij jongeren in het algemeen. Ze vinden het ook fijn dat het gratis is. Sociale media worden niet zo vaak gebruikt voor school.

- **De meerderheid besteedt 2 uur per dag aan sociale media, maar een grote groep ook meer.**

Er is een verschil in het aantal uren dat leerlingen aan sociale media besteden. De grootste groep is 1 tot 2 uur online, gevolgd door 2 tot 3 uur. Een redelijk grote groep geeft aan 7 of meer uur gebruik te maken van sociale media: de hele dag dus.

- **Leerlingen Moderne Media zijn iets actiever en positiever wat betreft sociale media.**

De leerlingen die het traject Moderne Media volgen, zijn iets vaker en langer online en zien minder vaak nadelen. De verschillen zijn verder niet zo groot tussen de trajecten.

HOOFDSTUK 4

// DE LEERLING AAN HET WOORD

In dit hoofdstuk laten we de leerlingen van de Thorbecke Scholengemeenschap zelf aan het woord om een beter beeld te krijgen van hun leefwereld. In dit boekje hebben we al aardig wat toekomstvisies van wetenschappers en professionals de revue laten passeren. Daarbij valt op dat leerlingen zelf maar weinig aan het woord komen. Sociale media zouden een mooie ingang kunnen zijn, omdat wij verwachten dat dit aansluit bij hun leefwereld. Het leek ons daarom interessant en relevant om te onderzoeken wat leerlingen zelf vinden van het gebruik van sociale media in de les.

// FOCUSGROEP INTERVIEWS

Het toekomstbeeld dat in eerdere hoofdstukken is geschetst, laat zien dat de samenleving sterk verandert door technologie en dat sociale media hierin een grote rol spelen. Voor een deel is dat al aan de hand, met name in het bedrijfsleven. Het onderwijs zal in de toekomst zeker veelvuldig gebruik maken van moderne communicatiemiddelen zoals laptops en online lesmateriaal. De eerste initiatieven zijn op diverse scholen al ingezet. Pionierende scholen experimenteren met sociale media in het onderwijs.

Het is niet altijd gemakkelijk om te weten hoe het onderwijs op deze ontwikkelingen kan inhaken. De technologische transformaties gaan snel en de sociale media zoals we die nu kennen, zullen misschien over tien jaar al weer veranderd of zelfs minder relevant zijn. Zo is het de vraag of Twitter dan nog steeds even populair is, en welke andere sociale media erbij komen of daarvoor in de plaats komen (Mijland, 2011). Het is dus begrijpelijk dat scholen met de vraag worstelen hoe zij het beste kunnen inspelen op de sociale media.

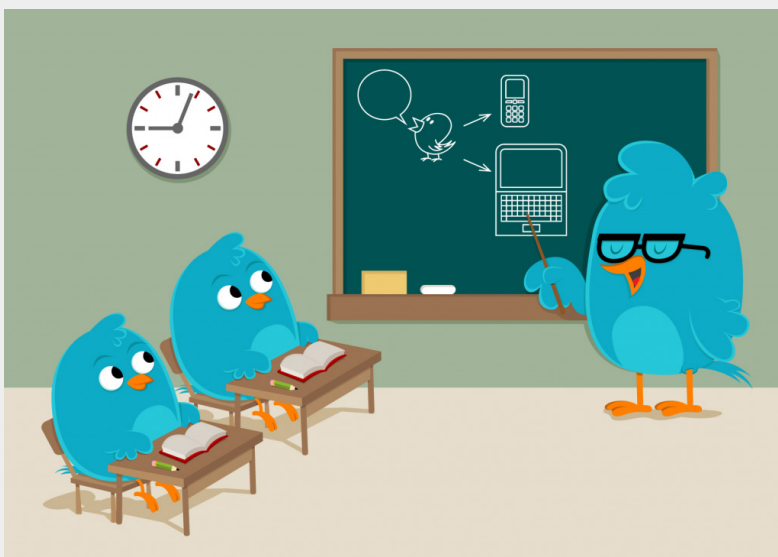
In dit boekje hebben we enkele toekomstvisies van wetenschappers en professionals besproken. Daarbij valt op dat leerlingen zelf maar weinig aan het woord komen. In hoofdstuk 2 is naar voren gekomen dat authentiek leren de beste vorm van leren is. Authentiek leren is leren in een context waarbij de lesstof wordt gekoppeld aan de leefwereld van de leerlingen. Omdat zij dan direct verbanden zien, begrijpen ze de materie beter en leren ze zelf de stof toe te passen in de praktijk. Om te onderzoeken hoe authentiek leren in de school toegepast kan worden, is het interessant om eerst te kijken

hoe die leefwereld van de leerlingen eruit ziet. Door leerlingen zelf aan het woord te laten krijgen we daar een beter beeld van. Sociale media zouden een mooie ingang kunnen zijn, omdat wij verwachten dat dit aansluit bij hun leefwereld. Het leek ons daarom interessant en hopelijk ook relevant om te onderzoeken wat leerlingen zelf vinden van het gebruik van sociale media in de les.

Om daar achter te komen, hebben we op de Thorbecke Scholengemeenschap in Zwolle zes focusgroep interviews afgenomen met in totaal 69 brugklasleerlingen in de leeftijdscategorie 12-14 jaar. Dit is dezelfde groep leerlingen die ook de enquête heeft ingevuld. Deze interviews vonden plaats in kleine groepjes van gemiddeld tien leerlingen in de vergaderkamer van de Thorbecke Scholengemeenschap. Het gesprek is opgedeeld in grofweg drie fasen:

- Eerste deel: korte introductie over het onderwerp om 'er in te komen', waarbij de huidige situatie op school het uitgangspunt vormt. Hierbij zijn de volgende vragen gesteld:
 - Gebruiken jullie sociale media?
 - Gebruiken jullie sociale media voor of op school?
 - Maken jullie docenten gebruik van sociale media voor school?
- Tweede deel: hierin is de leerlingen gevraagd naar de voordelen, de positieve aspecten, en het nut van het gebruik van sociale media in het onderwijs. De centrale vraag hier was:
 - Vind je dat sociale media een grotere rol moeten spelen in de lessen?
- Laatste deel: hierin is leerlingen gevraagd om concrete ideeën en voorbeelden te bedenken hoe sociale media een versterkende rol kunnen spelen in het onderwijs, met als leidende vraag:

Als jij leraar was en je wilde je lessen beter maken, hoe zou je sociale media dan gebruiken? - Bedenk wel dat je de stof beter over wilt brengen; het moet geen pretles worden.



Welke middelen maken de les leuker?

// UITKOMSTEN: HUIDIGE TOEPASSING VAN SOCIALE MEDIA

Alle leerlingen die deelnamen aan de enquête en aan het interview gebruiken sociale media; dit gegeven was ook al naar voren gekomen uit de enquête. Op de vraag of zij sociale media voor school gebruiken, antwoordt ongeveer de helft van de leerlingen dat dit niet het geval is. Er dus een enorm groot verschil tussen het gebruik van sociale media voor school en privé. De leerlingen die aangeven dat ze sociale media wél voor school gebruiken, zeggen dat het meestal gaat om navraag over het huiswerk. Ze vragen bijvoorbeeld dan even aan andere leerlingen via What's app, Twitter of MSN wat de opdracht is.

Het valt op dat leerlingen voor het maken van huiswerk over het algemeen niet veel gebruik maken van internet, omdat alle informatie die ze nodig hebben doorgaans gewoon in de boeken staat. Iets opzoeken op internet is dan 'extra' werk, en daar hebben de meesten geen zin in. Voor het schrijven van werkstukken maken ze wel gebruik van internet, waarbij vooral Wikipedia en Google populaire sites zijn voor het opzoeken van informatie.

Hoewel sociale media nog niet in de lessen worden gebruikt, zijn er wel enkele docenten op school die incidenteel internet voor hun

//7 Bron afbeelding:

<http://www.powerpr.nl/2012/03/leerlingen-geven-het-voorbeeld-bij-social-media-in-het-onderwijs/#.T3rDBmEZr2B>

lessen gebruiken. Met name voor de vakken biologie en in mindere mate ook Nederlands en Frans wordt internet nu en dan ingezet. Voor het vak biologie gebruikt de docent digitaal lesmateriaal en wordt er vaker met internet gewerkt. De leerlingen zijn erg positief over het online boek van biologie en geven aan dat ze dat ze het werken op de computer leuk vinden. Bij Frans krijgen zij wel eens via YouTube een liedje te horen met onregelmatige werkwoorden. Als ze het op die manier horen, vinden ze het leuker en onthouden ze het beter.

// UITKOMSTEN: MEER SOCIALE MEDIA IN DE LES?

Omdat leerlingen veel en vaak online zijn en omdat er zo veel gepleit wordt voor meer toepassing van sociale media in het onderwijs, ligt het in de lijn der verwachting dat de leerlingen ook bijzonder enthousiast zouden zijn over meer sociale media in de les. Tot onze verrassing blijkt uit het focusgroep-interview dat dit wat genuanceerder ligt, omdat zij sociale media als hun privédomein beschouwen.

Toch antwoordt bijna iedereen met een volmondig 'ja' op de vraag of er meer gebruik gemaakt moet worden van sociale media in de les. Dit lijkt op het eerste oog verwarrend, maar het gaat leerlingen dan vooral om ontspanning ná het huiswerk. Even op internet in de les als beloning voor snel werk dus. Sociale media betekenen in eerste instantie voor leerlingen *ontspanning* en geen *inspanning*.

De meeste leerlingen geven te kennen dat een filmpje op YouTube een leuke aanvulling is op de lesstof. Dat helpt om beter te leren en het leren ook leuker te vinden. Dit blijft wel heel erg in de sfeer van 'leuk' hangen, alsof ze met de like-knop op Facebook aan de gang zijn. Hoewel het leerlingen zeker leuk lijkt om meer met sociale media te doen, zien zij daarin geen duidelijke verbinding met lessen of met school. Het kan zijn dat leerlingen zich daar zelf nog geen voorstelling van kunnen maken en niet voorbij de huidige functie van sociale media kunnen kijken, die zich nu immers vooral in de privésfeer afspeelt.

Ook zijn er wat negatieve aspecten. Sommige leerlingen willen niet per se meer sociale media in de les, omdat ze bang zijn om

te veel afgeleid te raken. Omdat ze al zeer actief zijn op internet en veel wachtwoorden en codes hebben voor verschillende sites, lijkt het ze niet handig om daar voor school nog meer bovenop te krijgen. Verder zeggen sommigen het vermoeiend te vinden om zo veel achter de computer te zitten. In onderstaand kader zijn enkele illustrerende citaten verwerkt.

Citaten leerlingen over sociale media in de les
Over sociale media in de les: 'Het is leuk maar je leert er niets van' 'Ik weet niet wat het nut daarvan is, van sociale media in de les' 'Ik denk dat we dan gewoon zijn afgeleid in de les' 'Ja, het is leuk maar hoe dan?' 'Net als Skype of YouTube of zo, dat zou ik dan wel gebruiken. Twitter of Hyves zou ik niet doen.' 'Ik denk dat ik liever gewoon leer (...) als ik ook nog naar al die sites moet (...) mijn hele agenda staat vol met sites, met gebruiksnamen en wachtwoorden en zo...' 'Sociale media, nee, dat is niet voor school' 'Het wordt leuker, want nu is het zo saai' 'Het is veel makkelijker, want je kunt altijd even snel een vraag stellen [over Twitter]. Je hoeft dan niet te wachten tot de les' 'In de les zou ik het niet doen. Thuis wel' 'De les hoeft niet beter'

Tabel 1: citaten over sociale media in de les

Een enkeling vertelt dat het wel handig zou zijn als de docent Twitter heeft, zodat vragen over de stof of het huiswerk direct beantwoord kunnen worden. Dit lijkt meer te maken te hebben met de behoefte om snel een antwoord op vragen te krijgen dan met het medium, want in alle groepen komt juist sterk naar voren dat een docent op Twitter eigenlijk helemaal niet zo prettig is. Leerlingen ervaren het als heel vervelend als docenten die ook op Twitter, Hyves of Facebook een profiel hebben, hun leerlingen kunnen ‘volgen’, en hun buiten de les om kunnen vragen hoe ver ze al zijn met het huiswerk.

Wel willen leerlingen graag een platform waar ze terecht kunnen voor vragen over de stof, het huiswerk en het rooster. Voor een belangrijk deel wordt in deze behoefte voorzien door de elektronische leeromgeving Teletop, een platform waar ze kunnen mailen met docenten, hun rooster kunnen bekijken en ook met elkaar contact kunnen zoeken. Daarbij is het van belang dat docenten

dit goed bijhouden, want leerlingen vinden het lastig dat niet alle docenten even snel zijn met het plaatsten van informatie op Teletop. Ze willen graag snel antwoord op een vraag en lijken behoefte te hebben aan een platform waar ze 24 uur per dag met hun vragen terecht kunnen. Een docent op Twitter of een profielsite lijkt ze in eerste instantie een logische oplossing voor dit probleem, maar bij nader inzien vinden ze dit toch te veel een inbreuk te zijn op hun privéleven. Hoewel de meesten zich bewust zijn van het feit dat de informatie op deze fora inzichtelijk is voor iedereen, beschouwen ze het toch als hun privédomein. In alle zes groepen komt sterk naar voren dat ze daar liever geen docenten in toe laten. Ook bemoeienis van ouders is niet wenselijk.

Enkele citaten uit deze gesprekken zijn in onderstaande tabel weergegeven.

Citaten leerlingen over docenten op sociale media, met name profielsites en Twitter
'Ik denk dat ik er knettergek van zou worden' 'Dan heb je een privéleven en dan ziet die docent dat en dan gaat 'ie zich daar ook nog eens mee bemoeien, ik vind echt niet dat alles wat je doet zeg maar met school te maken moet hebben' 'Het is ook stom want dan gaan ze bijvoorbeeld vragen: heb je je huiswerk af?' 'Dan kom je thuis, lekker rustig, en dan komt de docent eraan' 'Toch wel apart, Twitter van je docent. Je weet dan toch dat ze alles van je kunnen lezen.' 'Ik ken iemand die een Twitteraccount aangemaakt had om haar zoon en dochter in de gaten te houden.' – Maar de ouders hadden dat, moet je nagaan als de leraren dat hadden...'

Tabel 2: citaten over docenten op sociale media

De algemene conclusie over dit onderdeel van de groepsgesprekken is dat leerlingen het gebruik van sociale media in de lessen in eerste instantie allemaal een leuk idee vinden. Dit komt vermoedelijk omdat ze sociale media associëren met plezier en ontspanning. Als ze er langer over nadenken, blijkt in tweede instantie dat leerlingen bang zijn dat hun privéleven en school door elkaar gaan lopen als sociale media een onderdeel van lessen worden. Dit is veruit het meest gehoorde argument om sociale media juist uit school te weren. Inmenging in de privésfeer vanuit de school, met name door leraren op bijvoorbeeld profielsites, wordt als zeer onwenselijk ervaren. Verder zijn leerlingen bang om snel afgeleid te worden en zo niet

aan hun schoolwerk toe te komen. Ook zijn ze zelf al zo actief op internet dat ze er niet graag meer sites of toepassingen bij willen. Het is duidelijk dat leerlingen over het algemeen het nut van sociale media in de les niet inzien en zich moeilijk een voorstelling kunnen maken hoe dat in zijn werk moet gaan.

Daar komt een belangrijk gegeven bij: uit de gesprekken blijkt dat de leerlingen helemaal niet ontevreden zijn over het onderwijs. Een enkeling noemt de lessen saai, maar de meesten vinden de lessen juist goed zoals ze nu zijn. De prettigste lesmethode vinden leerlingen een afwisseling tussen boeken, af en toe iets opzoeken op internet, en soms een filmpje op YouTube.

// UITKOMSTEN: CONCRETE IDEEËN EN TOEPASSINGSMOGELIJKHEDEN VOOR SOCIALE MEDIA IN DE LES

Uit de bovenstaande resultaten komt naar voren dat leerlingen sociale media leuk vinden, maar dat ze die vooral sterk associëren met hun privéleven en er daarom nu niet bepaald direct een rol voor weggelegd zien in het onderwijs. Om ze verder na te laten denken over de vraag op welke wijze sociale media een rol zouden kunnen spelen in de lessen is hun gevraagd om concrete voorbeelden te bedenken. Wat zouden zij doen als ze docent waren en hun leerlingen echt iets wilden leren over een onderwerp?

Hoewel de leerlingen dit soort vragen lastig vinden om te beantwoorden, kwamen opvallend genoeg uit alle zes gesprekken soortgelijke antwoorden. Leerlingen vinden sociale media als Twitter en profielsites niet erg geschikt om iets mee te doen in de lessen. Toch passeren veel concrete ideeën de revue:

- Een Wordfeud competitie voor Nederlands.
- Een methode voor gymnastiek waarbij leerlingen op de computer oefeningen na kunnen doen, naar het voorbeeld van de Wii.
- Leerlingen hebben een sterke behoefte om te communiceren over de lesstof buiten de lessen om. Ze geven steeds weer

aan dat ze het fijn vinden om ergens terecht te kunnen met vragen over de stof. Vier van de zes groepen noemen in dit verband een soort klassenwebsite of blog; een site waar leerlingen en leraren informatie uit kunnen wisselen, waar huiswerk en het rooster op staan, en waar ze zelf aan opdrachten kunnen werken en taken kunnen verdelen. De mentor zou deze site kunnen beheren en zorgen dat die ook goed up-to-date blijft. Het nu gebruikte medium Teletop voorziet deels in deze behoefte, maar de leerlingen willen een meer interactieve en minder saaie plek waar ze met vragen over school terecht kunnen. Sommigen willen een dergelijke site gebruiken om samen aan opdrachten te werken en werk te verdelen, bijvoorbeeld het maken van samenvattingen.

- Skype of chatprogramma's lijken de leerlingen ook nuttig, bijvoorbeeld om zo contact te leggen met kinderen van een andere nationaliteit en een vreemde taal te oefenen, of met iemand te spreken die de oorlog heeft meegemaakt.

In onderstaande tabel staan de meest relevante citaten over dit aspect vermeld.

Citaten leerlingen over concrete toepassingsmogelijkheden sociale media
'Het is fijn als ze [de docenten] zo huiswerk opgeven.' 'Je zou met Wordfeud een wedstrijd op kunnen zetten, bijvoorbeeld voor Nederlands.' 'Ik denk een beetje aan een soort website, een klassenwebsite alleen voor ons.' '[het is leuk] ... als je met kinderen uit Engeland kunt chatten.' 'Dit lijkt me ook leuk: chatten met iemand die de oorlog heeft meegemaakt.' 'Als iedereen samenvattingen op de site [klassenwebsite] zet, (...) dan kun je beter samenwerken.' 'Bij gym kun je bijvoorbeeld al die oefeningen op internet zetten.' 'Een online klassenboek is wel cool.' 'De les opnemen en thuis terugkijken.' 'Filmpjes zijn wel vet, en je leert er ook nog van zoals Klokhuis. Of zelf een film ontwerpen waar je dan dingen uit kan halen, bijvoorbeeld bij Moderne Media.'

Tabel 3: citaten over concrete toepassingsmogelijkheden

// UITKOMSTEN: OVERIGE RELEVANTE INFORMATIE

In bijna alle interviews kwamen er steeds een paar thema's terug die de moeite waard zijn om te vermelden.

- *Online lesmateriaal.* De leerlingen waarderen online lesmateriaal; dit komt in alle gesprekken terug. Het voorbeeld op de TSG is het digitale lesboek voor het vak biologie. De meesten ervaren deze lesmethode als bijzonder prettig en geven aan extra gemakkelijk te leren.
- *Informatie zoeken op internet als aanvulling bij opdrachten en werkstukken.* In drie gesprekken vertellen leerlingen dat ze het prettig vinden om zelf informatie op internet op te zoeken, omdat ze er dan extra veel van leren. Het leeraspect zit voor deze leerlingen in het feit dat ze zelf actief op zoek moeten gaan naar feiten en dat maakt ze naar eigen zeggen scherper en kritischer. Het gaat hier vooral om grotere opdrachten en werkstukken.
- *Laptops op school.* In bijna alle groepen komen ook laptopscholen ter sprake. Daar zijn de leerlingen enthousiast over, vooral omdat ze dan niet met boeken hoefden te sjouwen. Maar hier zijn de meningen verdeeld: de helft lijkt het fijn om de hele dag les te krijgen met een tablet, de andere helft leert liever uit een boek. Nogal wat leerlingen zijn bang zijn om 'vierkante ogen' te krijgen, als ze nog meer uren achter een scherm zitten. Alle leerlingen geven wel aan dat ze liever typen in plaats van schrijven.
- *Mediawijsheid.* In alle gesprekken komt mediawijsheid ter sprake, zowel impliciet als expliciet. Impliciet blijkt dat de leerlingen behoorlijk mediawijs zijn, omdat ze zich bewust zijn van de nadelen die het posten van berichten op internet kan hebben. Zo weten leerlingen dat iedereen het kan lezen en dat het meestal voor altijd op internet staat. Ook zeggen ze bij het zoeken naar informatie op internet niet alles klakkeloos over te nemen, maar te kijken naar de bron. Wikipedia is

als betrouwbare bron favoriet. De meeste leerlingen letten goed op of Google het 'vinkje' voor betrouwbare sites geeft. Mediawijsheid komt expliciet ter sprake bij twee gesprekken. Daarbij melden leerlingen dat ze het fijn zouden vinden om les te krijgen in wat betrouwbare informatie is en hoe je met Twitter om kunt gaan. Het ging om leerlingen die niet het traject Moderne Media volgen.

In onderstaande tabel zijn enkele illustratieve citaten verwerkt over de bovengenoemde punten.

Overige relevante citaten van leerlingen I
Over online lesmateriaal '[over biologie] ... ja dat is leuker, staat wel veel online maar uiteindelijk print je die stencils toch gewoon uit.' '[over biologie] dat zijn ook leuke opdrachten, dan leren we er ook meer van.' 'Bij Frans zoekt ze [de lerares] steeds liedjes op met onregelmatige werkwoorden, dan leer je het wel.' 'In boeken opzoeken, dat is best wel moeilijk. Hier vul je gewoon de zoekterm in en zie je allemaal sites.' – 'Ja, dat is heel handig.' Over informatie zoeken op internet 'Als ik iets even niet weet ga ik op de laptop en mijn moeder zegt dan: kijk in het woordenboek. Maar ik zoek het liever op internet op, dat is veel handiger.' 'Op het net staat niet altijd betrouwbare informatie. Ik kijk wel op Wikipedia en zo.' 'Als ik informatie wil opzoeken, gebruik ik internet en het boek, allebei.' 'Als ik op internet naar informatie zoek is dat vaak wel leuker, boeken zijn toch een beetje saai.' 'Als je zelf dingen opzoekt dan ga je ze ook beter begrijpen. Ik vind het veel leuker om zelf dingen op te zoeken dan om naar een saai verhaal van een leraar te luisteren.' Over laptopscholen: 'Als we een laptop hebben (...) dan ga je waarschijnlijk ook heel andere dingen doen' 'Voor sommigen is het ook helemaal niet fijn om een laptop te hebben. Je kijkt gewoon op het grote bord, of je kijkt gewoon in je boek, dat is veel fijner.' 'Ik kan niet van een laptop dingen in mijn hoofd stampen.' 'Ik krijg er last van mijn ogen van.' – 'Ja dan krijg ik hoofdpijn.' 'Ze moeten 'm elke dag mee, maar gebruiken 'm bijna nooit. (...) Het werkte niet' 'Dan ga je waarschijnlijk ook heel snel andere dingen doen' 'Een vriend van mij die zit op zo'n school en die vind dat helemaal niet handig.' 'Dan wordt de hele wereld zo'n techno-wereld (...) dat vind ik echt ... helemaal niks.' 'Je kunt het toch ook gewoon pratend doen, daar hoeft je toch geen laptop voor te hebben?'

Overige relevante citaten van leerlingen II

Over mediawijsheid

'Als ik dat wil weten [of een bron betrouwbaar is] vraag ik het aan de docent.'
 'Een goede site heeft een groen blokje, gecontroleerd of zo. Ik gebruik ook sites die anderen goed vinden.'
 'Als we nou eens twitterles krijgen?' – 'Twitterles?' – 'Ja, dat ze je gaan leren hoe je beter met twitter om kunt gaan.' – 'Ja, daar heb ik wat aan, dat je weet wat privé is en andere dingen.'
 'Ik vind dat je moet leren wat je wel en niet op internet zet.' – 'Ja dat vind ik ook handig. Maar dat hebben we bij biologie al gehad.'
 'Sociale media lessen, gewoon, dat ze je leren hoe je met die dingen om moet gaan. Als je niet weet hoe het werkt kan zo maar iedereen alles zien.' – 'Dat hoeft je toch niet te leren?'

Tabel 4: overige relevante citaten

// CONCLUSIE

We hadden verwacht dat leerlingen heel enthousiast zouden zijn over sociale media in de les, maar dat beeld blijkt in de praktijk wat genuanceerder te liggen. Uit de focusgroep-interviews met de brugklasleerlingen van de Thorbecke Scholengemeenschap over het mogelijke gebruik van sociale media in de lessen komt naar voren dat leerlingen graag privé en school gescheiden willen houden. Leerlingen gebruiken sociale media nu vooral voor privé doeleinden zoals communicatie en ontspanning. In de gesprekken zeggen ze liever geen docenten op Twitter of Hyves te zien, omdat die dan hun privéleven kunnen volgen. Het belangrijkste bezwaar of angst van leerlingen is dan ook een verdwijnende scheidslijn tussen de privésfeer thuis en de openbare sfeer op school. Deze scheiding willen ze liever goed bewaken.

Daarnaast blijkt dat leerlingen zich nog niet zo goed een beeld kunnen vormen hoe sociale media concreet in de lessen te gebruiken zijn. Wel geven ze aan dat ze mediagebruik in de les, zoals online lesmateriaal, filmpjes van YouTube, of het gebruik van bijvoorbeeld Wikipedia een goede aanvulling vinden. Sociale media zijn 'cool'. Ze kunnen een aanvulling zijn op bestaande lesmethoden en lesmateriaal, mits op de juiste wijze en met mate ingezet.

De onderstaande tabel vat samen wat leerlingen wel en niet prettig vinden.

Leerlingen willen wel:	Leerlingen willen niet:
Online lesmateriaal	De leraar op profielsites zoals Hyves en Facebook
Ondersteuning van online bronnen zoals YouTube, Wikipedia en in sommige gevallen MSN/Skype	De leraar als 'volger' op Twitter
Een combinatie van leervormen: zowel online als het fysieke boek	Te veel prikkels omdat ze dan te snel afgeleid zijn
Een platform waar ze de hele dag terecht kunnen voor vragen, bijvoorbeeld een klas-senwebsite die goed wordt bijgehouden	Te veel uren voor school online, i.v.m. 'vierkante ogen' en een over-daad aan sites en wachtwoorden
De meerderheid leert het liefst uit een boek	Versmelting privé en school

Tabel 5: wat willen leerlingen wel en niet met sociale media in de les

HOOFDSTUK 5

// CONCLUSIES & AANBEVELINGEN

De aanleiding van dit onderzoek is de toegenomen aandacht voor mediawijsheid en de opkomst van sociale media. Mediawijsheid wordt een belangrijkere competentie in onze beeldcultuur. Daarnaast gaan sociale media een steeds grotere rol spelen in de maatschappij. In dit onderzoek staat de volgende hoofdvraag centraal:

Hoe kan de Thorbecke Scholengemeenschap positief inspelen op de toename van het gebruik van sociale media onder jongeren?

Om tot een volledig antwoord te komen, hebben we een aantal deelvragen geformuleerd die we hier nog even herhalen:

- 1. Wat zijn de prognoses en analyses van professionals?*
- 2. Wat is het gebruik van sociale media onder jongeren en kinderen eruit? En hoe ziet het eruit bij leerlingen op de Thorbecke Scholengemeenschap?*
- 3. Wat vinden de leerlingen van de Thorbecke Scholengemeenschap belangrijk met betrekking tot het gebruik van sociale media op school?*
- 4. Wat zijn de aanbevelingen voor Thorbecke Scholengemeenschap op basis van de in dit onderzoek verkregen gegevens?*

In dit laatste hoofdstuk geven we een antwoord op de hoofdvraag van het onderzoek. Eerst herhalen we kort de bevindingen van de eerdere hoofdstukken om vervolgens tot een conclusie en aanbevelingen te komen.

In hoofdstuk 1 is naar voren gekomen dat onze huidige samenleving in een rap tempo is veranderd. De opkomst van internet heeft er voor gezorgd dat onze samenleving snel transformeert tot een digitale netwerkmaatschappij. Kennis wordt steeds meer doorgegeven in netwerken. Waar de internetgebruiker eerst alleen informatie kon zoeken, zorgen e-mail, chatprogramma's, online polls, en sociale media voor steeds meer interactie. Sociale media zijn internettoepassingen waarbij tekst, beeld en geluid gedeeld kunnen worden door de gebruikers, met de nadruk op interactie en socialisatie. De samenleving is veranderd en dat heeft zijn weerslag op scholen. Het hiërarchische top-down systeem van leren in een

schoolse context staat onder druk. Scholen vragen zich af hoe zij met digitalisering om kunnen gaan: wat zijn de mogelijkheden en kansen en wat zijn de mogelijke gevaren? In de onderwijssector is behoefte aan vernieuwing, getuige de vele initiatieven die de afgelopen jaren zijn genomen om het onderwijs te veranderen.

Om goed met media om te gaan, zijn de juiste kennis en vaardigheden nodig. In het onderwijs vertaalt zich dat in een toenemende aandacht voor mediawijsheid: *'het geheel van kennis, vaardigheden en mentaliteit waarmee burgers zich bewust, kritisch en actief kunnen bewegen in een complexe, veranderlijke en fundamenteel gemedialiseerde wereld* (Raad voor Cultuur, 2005). Uit diverse onderzoeken is gebleken dat jongeren wel vaardig zijn op internet en vaak goed en snel met nieuwe media overweg kunnen, maar vaak mediawijze vaardigheden missen. Jongeren moeten begeleid worden in het begrijpen van beelden, maar ze moeten ook leren consumeren, ervaren en produceren. Jongeren moeten mediawijs worden en daar kan het onderwijs een grote rol in spelen.

De Thorbecke Scholengemeenschap in Zwolle is voorloper op het gebied van Moderne Media en profileert zich als mediawijze school. Dat betekent dat de school ook steeds op zoek moet gaan naar nieuwe technologische ontwikkelingen in de media. Daarom wilde de Thorbecke Scholengemeenschap graag onderzoeken hoe zij sociale media een vast onderdeel van het curriculum kan maken. De eerste stap in het onderzoek was een inventarisatie van de prognoses van professionals en wetenschappers. Hieronder zullen we kort samenvatten wat uit dat onderzoek naar voren is gekomen.

// DE PROGNOSES VAN PROFESSIONALS

Uit hoofdstuk twee bleek dat de maatschappij sterk is veranderd en het is aannemelijk dat die verandering zich in de toekomst alleen maar sterker door zal zetten. De school zal hierin mee moeten gaan, maar dat kan natuurlijk niet allemaal op dezelfde manier. Voor scholen is het raadzaam om een visie te bepalen op basis van de in dit boekje geschetste ontwikkelingen. Op welke manier kan ICT een hulpmiddel zijn? Bij welke vakken kan het ingezet worden? Welke docenten zijn geschikt? In hoeverre willen en kunnen wij koploper zijn op dit gebied?

De informatie uit het tweede hoofdstuk leidt tot de volgende conclusies:

- **De maatschappij is sterk veranderd waardoor jongeren nu over andere competenties beschikken.**

De huidige generatie is opgegroeid in een digitale netwerkmaatschappij en heeft daardoor nieuwe competenties ontwikkeld. Dat zijn netwerken, spelenderwijs verkennen, modelleren van hun identiteit, prosumeren, multitasken en op interactieve wijze (digitaal) kennis en informatie delen.

- **De samenleving verandert en ook de school zal hierin meegaan.**

De rol van ICT zal groter worden, maar ook de leraar zal meer de rol van begeleider en coach krijgen en minder van autoriteit op een bepaald vakgebied. Ook de lesvorm zal veranderen.

- **Sociale media in het onderwijs kunnen bijdragen aan beter onderwijs omdat zij authentiek leren bevorderen.**

Uit diverse onderzoeken is gebleken dat authentiek leren, een leervorm waarbij de lesstof aansluit op de wereld buiten de school, de beste manier van leren is. Gebruik van ICT en sociale media kunnen het authentieke leerproces versterken en verbeteren. Voorwaarde is wel dat de lesstof moet aansluiten op de leefwereld van jongen zonder dat het curriculum zijn relevantie verliest.

- **De school dient een visie te ontwikkelen op de toename van het gebruik van ICT, met name sociale media.**

Er zijn al diverse initiatieven opgezet om ICT en sociale media in het onderwijs te integreren, met over het algemeen positieve uitkomsten. Als de school met de tijd mee wil gaan, zal nagedacht moeten worden over deze ontwikkelingen en over de wijze waarop zij hier binnen haar mogelijkheden een invulling aan kan geven.

// HET GEBRUIK VAN SOCIALE MEDIA ONDER JONGEREN EN KINDEREN

Uit onderzoek in hoofdstuk drie over het mediagebruik van kinderen en jongeren in Nederland in het algemeen, blijkt het volgende:

- **Kinderen en jongeren zijn veel en vaak online.**
Vrijwel alle jongeren zijn meerdere uren per dag online. Ze beschikken bijna allemaal over een mobiele telefoon, laptop en/of smartphone.
- **Jongeren maken veel gebruik van sociale media.**
Sociale netwerksites als Hyves, Facebook en Twitter zijn populair. Ze gebruiken die sites voor communicatie en interactie met leeftijdsgenoten.
- **Jongeren zijn minder digivaardig dan gedacht.**
Jongeren zijn vaak erg bedreven in het gebruik van nieuwe media maar kunnen de informatie niet altijd in een goede context plaatsen. Ze zijn niet zo mediawijs als vaak wordt verondersteld.

We hebben niet alleen gekeken naar de landelijke gegevens. Ook hebben we zelf onderzoek naar het gebruik van sociale media uitgevoerd onder 69 brugklasleerlingen van de Thorbecke Scholengemeenschap in Zwolle. Uit onderzoek in hoofdstuk vier komt het volgende naar voren:

- **Alle leerlingen maken gebruik van sociale media.**
Dit sluit aan bij het landelijke beeld dat vrijwel alle jongeren online zijn. Bij de leerlingen zijn de sites YouTube, Twitter, MSN, Facebook en Hyves het meest populair.
- **Sociale media bieden voornamelijk ontspanning en sociale contacten.**
De belangrijkste rol van sociale media voor de leerlingen op de Thorbecke Scholengemeenschap is ontspanning en contacten onderhouden met vrienden en bekenden. Dit komt overeen met de rol die sociale media spelen bij

jongeren in het algemeen. Ze vinden het ook fijn dat het gratis is. Sociale media worden niet zo vaak gebruikt voor school.

- **De meerderheid besteedt 2 uur per dag aan sociale media, maar een grote groep ook meer.**

Er is een verschil in het aantal uren dat leerlingen aan sociale media besteden. De grootste groep is 1 tot 2 uur online, gevolgd door 2 tot 3 uur. Een redelijk grote groep geeft aan 7 of meer uur gebruik te maken van sociale media: de hele dag dus.

- **Leerlingen Moderne Media zijn iets actiever en positiever wat betreft sociale media.**

De leerlingen die het traject Moderne Media volgen, zijn iets vaker en langer online en zien minder vaak nadelen. De verschillen tussen de trajecten zijn verder niet zo groot.

// DE MENING VAN DE LEERLINGEN OVER SOCIALE MEDIA IN DE LESSEN

Tijdens het bestuderen van de onderzoeken viel ons op dat de mening van leerlingen eigenlijk nooit aan bod kwam. Dat vonden wij jammer, omdat we benieuwd zijn naar hun visie op sociale media in het onderwijs. Bovendien is in het kader van authentiek leren de leefwereld van jongeren erg belangrijk, omdat leren beter gaat in een betekenisvolle omgeving die duidelijk de verbanden tussen de lesstof en de leefwereld van de leerlingen legt.

We hadden verwacht dat leerlingen heel enthousiast zouden zijn over sociale media in de les, maar dat beeld blijkt in de praktijk wat genuanceerder te liggen. Uit de focusgroep interviews met de brugklasleerlingen van de Thorbecke Scholengemeenschap over het mogelijke gebruik van sociale media in de lessen komt uit onderzoek van hoofdstuk vier naar voren dat leerlingen vooral privé en school gescheiden willen houden. Leerlingen gebruiken sociale media nu vooral voor privé doeleinden zoals communicatie en ontspanning. In de gesprekken zeggen ze liever geen docenten op Twitter of Hyves te zien, omdat die dan hun privéleven kunnen volgen. Het belangrijkste bezwaar of de angst van leerlingen is dan ook een

verdwijnde scheidslijn tussen de privésfeer thuis en de openbare sfeer op school. Deze scheiding willen ze liever goed bewaken.

Daarnaast blijkt dat leerlingen zich nog niet zo goed een beeld kunnen vormen hoe sociale media concreet in de lessen te gebruiken zijn. Wel geven ze aan dat ze mediagebruik in de les, zoals online lesmateriaal, filmpjes van YouTube, of het gebruik van bijvoorbeeld Wikipedia een goede aanvulling vinden. Sociale media zijn 'cool'. Ze kunnen zeker een aanvulling vormen op bestaande lesmethoden en lesmateriaal, mits op de juiste wijze en met mate ingezet.

Uit het onderzoek is naar voren gekomen dat leerlingen sociale media niet altijd even geschikt vinden. Dit zijn volgens leerlingen de negatieve punten:

- De leraar op profielsites zoals Hyves en Facebook
- De leraar als 'volger' op Twitter
- Te veel prikkels omdat ze dan te snel afgeleid zijn
- Te veel uren voor school online, i.v.m. 'vierkante ogen' en een overdaad aan sites en wachtwoorden
- Versmelting privé en school

De leerlingen hebben ook een aantal aspecten genoemd die ze wel prettig vinden wat betreft sociale media in de les. Dit zijn volgens leerlingen de positieve punten:

- Online lesmateriaal
- Ondersteuning van online bronnen zoals YouTube, Wikipedia en in sommige gevallen MSN/Skype
- Een combinatie van leervormen: zowel online als het fysieke boek
- Een platform waar ze de hele dag terecht kunnen voor vragen, bijvoorbeeld een klassenwebsite die goed wordt bijgehouden.



Niet alle lessen en/of leraren worden even geschikt gevonden voor sociale media...⁸

// CONCLUSIES

Aan het eind van ons onderzoek is het hoog tijd om met conclusies en aanbevelingen te komen. De conclusies zijn de volgende. In onze sterk gemedialiseerde samenleving is de manier van informatie delen en de omgang met kennis veranderd, mede door het toenemende gebruik van sociale media. Jongeren pikken deze ontwikkelingen snel op, maar zijn niet zo mediawijs als vaak wordt gedacht omdat zij de informatie niet altijd in de juiste context kunnen plaatsten. Mediawijsheid is dan ook een belangrijke competentie voor jongeren.

Mediawijsheid is een belangrijke competentie

Het beeld van 'homo zappiens' dat van de huidige generatie ontstaat lijkt deels te kloppen, gezien het aantal uren dat de leerlingen achter de computer zitten, en gezien het gemak in gebruik en de diversiteit aan functies die deze media voor ze bieden. Toch geven veel leerlingen ook aan dat ze soms moe worden van de computer en dat

//8 Bron afbeelding:

<http://pinterest.com/pin/177751516513263523/>

ze niet altijd zo goed weten hoe ze nu precies met sociale media om moeten gaan, bijvoorbeeld Twitter. De aandacht die de Thorbecke Scholengemeenschap in Zwolle aan mediawijsheid besteedt, is daarom absoluut zinvol.

Leerlingen zijn soms minder mediawijs dan we denken

De veranderingen in de maatschappij roept bij scholen de vraag op hoe zij daar op in kunnen spelen. Uit diverse onderzoeken is gebleken dat de digitalisering alleen maar verder doorzet. Dat heeft tot gevolg dat we ons in de toekomst op een andere manier tot kennis en informatie zullen verhouden: minder hiërarchisch en statisch, maar dynamisch, open en interactief. Kennis, beelden en informatie komen sneller en via meerdere bronnen tegelijk in een continue stroom op ons af. Jongeren ontwikkelen door deze verandering andere competenties zoals netwerken en multitasken, en zijn gewend om online te communiceren en kennis te delen.

Scholen moeten inspelen op de digitale netwerkmaatschappij

Scholen zullen hun manier van lesgeven aan moeten passen aan deze omwenteling in de maatschappij. Het is gebleken dat authentiek leren effectief is: leren in een context waarbij de lesstof een verbinding aangaat met de leefwereld van de jongeren zodat zij deze beter kunnen duiden. Sociale media maken onderdeel uit van de leefwereld van jongeren en zijn daarom mogelijk een geschikt medium om ook in het onderwijs een grotere rol te laten spelen.

Authentiek leren is de toekomst: aansluiting zoeken bij de leefwereld van leerlingen

Jongeren in Nederland zijn veel en vaak online. Ze maken veel gebruik van sociale media zoals Hyves, Facebook en Twitter. Ze gebruiken deze interactieve netwerksites vooral om te communiceren met leeftijdsgenoten en voor de ontspanning. Het delen van intiem kapitaal, informatie uit de privésfeer, speelt hierin een grote rol. De Thorbecke Scholengemeenschap, bekend om hun traject Moderne Media waarin mediawijsheid een grote rol speelt, was specifiek benieuwd naar de mogelijkheden om sociale media op een positieve

manier te integreren in het onderwijs. Dat hebben we in enquêtes en interviews onderzocht. Uit de enquêtes die zijn afgenomen onder leerlingen van de Thorbecke Scholengemeenschap komt een vergelijkbaar beeld naar voren als uit de landelijke onderzoeken. Alle leerlingen maken gebruik van sociale media, gemiddeld 2 uur per dag, maar sommigen ook de hele dag. Sociale media bieden voor hen ook voornamelijk ontspanning en sociale contacten. De leerlingen die het traject Moderne Media volgen zijn hierin iets actiever en hebben een positiever beeld over het gebruik van sociale media.

Nederlandse jongeren zijn veel en vaak online en maken veel gebruik van sociale media; leerlingen die mediawijsheid in hun pakket hebben doen dat nog meer, maar ook kritischer

De leerlingen van de Thorbecke Scholengemeenschap zien sociale media als hun privédomein en vinden het niet fijn vinden als dat te veel mengt met school, bijvoorbeeld door een leraar op Twitter, hoewel ze sociale media op school wel 'cool' vinden. Ze kunnen zich moeilijk een beeld vormen van de rol die sociale media kunnen gaan spelen in de lessen omdat zij het te sterk met ontspanning en privé associëren, maar geven wel aan dat ze het leuk vinden als het meer gedaan wordt met interactief lesmateriaal, bijvoorbeeld YouTube. Ook geven zij aan dat ze privé al zo veel online zijn dat ze er voor school liever niet te veel uren bij willen, want dat geeft te veel prikkels. Zodra de grenzen tussen privé en school gehandhaafd worden en wanneer met mate geïmplementeerd, kunnen sociale media een aanvulling zijn, aldus de leerlingen.

De combinatie van bovenstaande conclusies schept de verwachting dat leerlingen graag sociale media op school willen en kunnen gebruiken

De uitkomsten van ons onderzoek nuanceren echter het idee dat scholen meer moeten doen met sociale media. Omdat authentiek leren effectief blijkt te zijn en sociale media een belangrijk deel uitmaken van de leefwereld van jongeren, was onze verwachting dat de leerlingen erg enthousiast zouden zijn over het gebruik van sociale media in de les. In eerste instantie zijn ze dat ook, maar na verder doorvragen is gebleken dat zij eigenlijk toch liever niet willen

dat school en privé te veel door elkaar loopt.

Uit de interviews blijkt echter dat leerlingen liever de scheiding tussen privé (sociale media, vooral de profielsites) en school (andere media) in stand houden

De toename van het gebruik van sociale media onder kinderen en jongeren lijkt op basis van de in dit onderzoek verkregen gegevens niet meteen een directe aanleiding om alle sociale media ook in de les toe te passen. Hoewel er op landelijk niveau al diverse initiatieven zijn om sociale media in het onderwijs te betrekken, en ook diverse professionals hiervoor pleiten, geven de leerlingen op de Thorbecke Scholengemeenschap aan dat zij hier niet direct een meerwaarde in zien. De leerlingen zien wel een meerwaarde in online lesmateriaal. Wat sociale media betreft is het sterk afhankelijk welke media ingezet gaan worden. YouTube, Wikipedia en blogs kunnen wel een meerwaarde hebben, maar profielsites zoals Hyves, Facebook en Twitter worden afgeraden, omdat de scheiding school/ privé in het gedrang komt. Leerlingen lijken behoefte te hebben aan een platform waar zij ongestoord zaken met leeftijdsgenoten uit kunnen wisselen zonder dat de school daar bemoeienis in heeft. Het uitgangspunt van authentiek leren, dat de leerstof beter overkomt als er verbindingen met de leefwereld van de jongeren wordt gelegd, klopt in dit verband, maar alleen als de juiste balans wordt gezocht en de grens tussen school en privé enigszins gescheiden blijft.

De school moet zoeken naar een balans tussen gebruik van nieuwe media (online lesmateriaal, een platform voor overleg) en sociale media (profielsites)

// AANBEVELINGEN

Op basis van het literatuuronderzoek en het empirische onderzoek dat we zelf op de Thorbecke Scholengemeenschap hebben uitgevoerd, komen we tot de volgende aanbevelingen over het gebruik van sociale media op school:

Het toepassen van digitale hulpbronnen in de les kan een meerwaarde bieden voor de leerlingen.

Het is belangrijk dat de juiste middelen worden gekozen. YouTube voor een filmpje, het gebruik van een klassenblog of Wikipedia voor werkstukken zijn concrete voorbeelden waarvan de leerlingen aangeven dat ze deze graag gebruiken.

De mening van de leerling kan leidend zijn maar is niet bindend.

In dit onderzoek is naar voren gekomen dat leerlingen niet meteen een meerwaarde zien in het gebruik van sociale media, maar dat wil niet zeggen dat het dan ook niet gedaan moet worden. Er zijn initiatieven bedacht, zoals Early Bird, waarin sociale media een ondersteunende rol spelen en de leerlingen erg enthousiast zijn. Jongeren kunnen zelf moeilijk hun lesmateriaal ontwerpen of consequenties overzien.

Het is belangrijk om de scheiding tussen privé en school te handhaven, maar daarnaast het onderwijs meer af te stemmen op de leefwereld van de jongeren.

Het is gebleken dat authentiek leren effectief is. Om dat te bereiken moet een balans gezocht worden tussen aansluiting bij de leefwereld van jongeren en een kwalitatief hoog niveau van de lesstof.

Gebruik van profielsites zoals Hyves, Facebook en Twitter is – althans op dit moment – af te raden, omdat de scheiding school en privé zo in het gedrang komt.

Deze sites zullen de leerlingen waarschijnlijk ook te veel afleiden. Wellicht zijn er in de nabije toekomst wel toepassingen in het onderwijs te bedenken.

Niet iedere docent, of ieder vakgebied, is even geschikt om sociale media toe te passen.

Denk goed na over wat binnen de mogelijkheden ligt. Sociale media moeten een ondersteuning zijn voor de docent en een meerwaarde bieden voor de les.

Blijf up-to-date door te overleggen en literatuur over het onderwerp te lezen.

Voor de meeste scholen en docenten is het aftasten wat goed werkt. Door ervaringen te delen en te overleggen komt een beter beeld naar voren van wat wel werkt. Dat kan door middel van sociale media, websites of boeken. Een aanrader voor docenten is BoekTweePuntNul (Hilgers e.a. 2011) waarin 125 onderwijzers en deskundigen tips geven over internettoepassingen in het onderwijs. De websites in de literatuurlijst vormen ook een goed startpunt voor docenten.

// SUGGESTIES VOOR VERVOLGONDERZOEK

Het onderzoek dat Sanne Versteeg in 2012 op de Thorbecke Scholengemeenschap in Zwolle uitvoerde, was relatief klein omdat het een onderzoekstage betrof voor een universitaire Master met slechts een beperkt aantal uren. Daarom hier een paar ideeën voor vervolgonderzoek.

1.

De onderzoeksgegevens kwamen voort uit interviews en enquêtes met 69 brugklasleerlingen van 12-14 jaar. Een eerste aanbeveling voor vervolgonderzoek is dan ook om meer data van andere leeftijdscategorieën te verzamelen. Het kan zijn dat de uitkomsten van dit onderzoek anders uitvallen als ook oudere leerlingen naar hun mening wordt gevraagd.

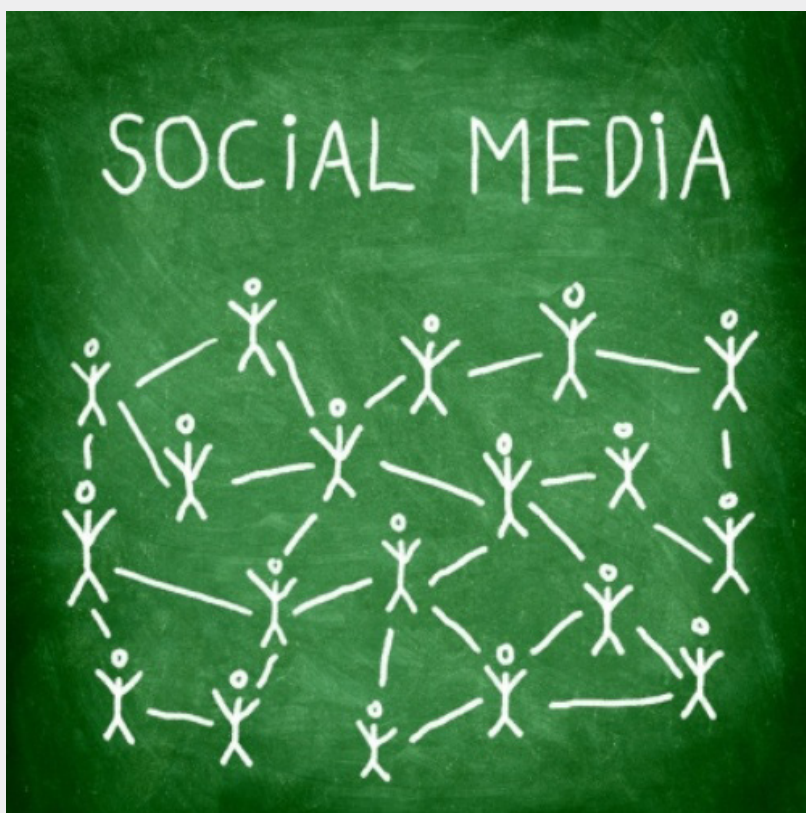
2.

Een andere voor de hand liggende aanbeveling voor vervolgonderzoek is om dit onderzoek opnieuw uit te voeren onder een grotere groep leerlingen op de Thorbecke Scholengemeenschap, maar dan leerlingen in de bovenbouw in de leeftijdscategorie 16-17 jaar. Wellicht zijn de verschillen tussen de trajecten Moderne Media en de overige trajecten hier nog duidelijker. De leerlingen die nu aan het onderzoek meededen, volgden pas een klein half jaar de lessen Moderne Media, maar er was al wel een klein verschil te zien. De vraag

is hoe groot dat verschil verderop in het traject is. Met andere woorden: is er een effect te meten van het traject Moderne Media?

3.

Het is interessant om verder onderzoek te verrichten naar de toepassingsmogelijkheden van sociale media waarbij oog is voor de scheiding tussen privé en school, maar waarbij wel aansluiting wordt gezocht met de leefwereld van jongeren. Uit dit onderzoek is gebleken dat leerlingen niet meteen de meerwaarde zien van sociale media in het onderwijs. Dat neemt niet weg dat er wel kansen liggen om op interactieve wijze, met soortgelijke middelen, aan schoolse opdrachten te werken. De mening van de leerling is waardevol, maar is geen eindoordeel. Wellicht zijn er in het kader van een vervolgonderzoek interessante en relevante toepassingen te bedenken die onder de noemer sociale media vallen en waar de leerlingen erg enthousiast over zijn.



//9 Bron afbeelding:

<http://vivesacademie.nl/opleiding/sociale-media-op-school.html>

LITERATURE OUTLIST

De Boe, Sprangers & Lernout, *Eduschock. Breinoptimizer voor leren in de toekomst*. Lannoo/Scriptum, 2011.

Bourdieu, Pierre, *The field of cultural production*. Cambridge, Polity Press, 1993.

Castells, Manuel, *The rise of the network society*. Oxford, Blackwell, 1996.

Dedain, C., '21st century skills: innoverend leren in een ict-rijke leeromgeving'. *InDruk*. Kennisnet, najaar 2011.

Dijck, José van, 'Gratis online Harvard komt ook hier concurreren'. *NRC Weekend* (Opinie & Debat) 8/9 december 2012.

Dubbelman, T., Smelik, A. & Wervers, E., *Geletterd Kijken. Werken met beelden in de nieuwe onderbouw*. Enschede: SLO, 2005.

Egenfeldt-Nielsen, S. *Beyond Edutainment: Exploring the Educational Potential of Computer Games*. IT-University of Copenhagen, 2005.

Flink, Evelien, 'Niet bang voor het lijstje'. *De Volkskrant*, 14 april 2012.

Gee, J. P., *Learning about learning from a video game: Rise of Nations*. University of Wisconsin-Madison, 2004.

Gee, J.P., *What video games have to teach us about learning and literacy*. Basingstoke, Palgrave, 2004.

Grasmeijer, Caroline, 'Twitterspreekuur over Bach'. In: *Levende Talen Magazine*, 2011, nummer 4.

De Haan & Pijpers (red), *Contact! Kinderen en nieuwe media*. Houten: Bohn Stafleu van Loghum, 2010.

Haanstra, Folkert, *De Hollandse schoolkunst*. Oratie Univ. Utrecht, Cultuurnetwerk Nederland, 2001.

Haanstra, Folkert, 'Authentieke kunsteducatie: de stand van zaken'. *Cultuur + Educatie* 31, 2011, p 8-35.

Heijnen, Emiel, 'Informeel visuele netwerken'. *Cultuur+ Educatie* 30, 2011, p 32-54.

Hilberdink, Wim. *Vakwerkplan Moderne Media*. Thorbecke Scholengemeenschap Zwolle, Interne publicatie, 2011.

Hilgers, van Zadelhof e.a., *Boek Twee Punt Nul*. Hoensbroek, Educos/ Van Buurt Boek, 2011.

Huffaker, D., 'The educated blogger: Using weblogs to promote literacy in the classroom'. *First Monday*, 2004 (9) nr. 6. Online: www.firstmonday.dk/issues/issue9_6/huffaker/index.html.

Jenkins, Henry, *Confronting the challenges of participatory culture: media education for the 21st century*. Cambridge: MIT Press, 2009.

Jensen, Stine, *Echte vrienden*. Stichting Maand van de Filosofie. Lemniscaat, 2011.

Katz, J. E., 'Mobile phones in educational settings'. K. Nyiri (red.) *A sense of place: The global and the local in mobile communication*. Vienna: Passagen Verlag, 2005, p 305-317.

KNAW, Digitale geletterdheid in het voortgezet onderwijs. Vaardigheden en attitudes voor de 21ste eeuw. Amsterdam: Koninklijke Nederlandse Akademie van Wetenschappen, 2013. Online: www.knaw.nl/publicaties

Kremer, Elise, 'Leesboek of facebook?' *Levende Talen Magazine*, 2011, nummer 4.

Mijland, Erno, 'Hyper-individualisme in een sociale wereld'. *Villa Onderwijs*, 2012.

Mijland, Erno & Mioch, Rob, 'Kennis delen, samen creëren en 'connecten''. *Villa Onderwijs*, 2012.

Mijland, Erno, 'Social media in het onderwijs. #smiho: #hype of #blijvertje'. *COS*, nummer 7, maart 2012.

Nort, E., 'Formeel en informeel Engels leren'. *InDruk*. Kennisnet, najaar 2011.

Nort, E., 'Ik KHAN rekenen'. *InDruk*. Kennisnet, najaar 2011.

Olma, Sebastian, *The serendipity machine. A disruptive business model for society 3.0*. Society 3.0 Foundation, www.society30.com

Pijpers, Remco & Martijn, Thomas, *Einstein bestaat niet*. Stichting Mijn Kind Online, 2010.

Online: <http://www.mijnkindonline.nl/1637/hoe-maak-goede-jongerensite.htm>.

Pijpers, Remco e.a., *Handboek Mediawijsheid*. Stichting Mijn Kind Online, 2010. Online: <http://mijnkindonline.nl/1632/handboek-mediawijsheid.htm>.

Raad voor Cultuur. *Mediawijsheid. De ontwikkeling van nieuw burgerschap*, 2005. Online: <http://www.cultuur.nl/Upload/Docs/mediawijsheid.pdf>.

Seeverens, Tjeu e.a., *Slimmerkunde*. Den Bosch: Malmberg, 2011.

Smelik, Anneke, *Ik, cyborg. De mens-machine in populaire cultuur*. Delft: Eburon, 2012 (ook als e-book).

Smelik, Anneke, 'Zwemmen in het asfalt. Het behagen in de visuele cultuur'. *Tijdschrift voor communicatiewetenschap* (jrg 32) nr 3, 2004: 292-304. Een andere versie van de tekst staat online: <http://www.annekesmelik.nl/Inaugurele%20rede.pdf>

Smelik, A, Frankenhuis, S & Verhagen, S., *De effecten van nieuwe media op jongeren van 12-14 jaar*. Enschede: SLO, 2007.

Sonck, Nathalie & de Haan, Jos, *Kinderen en internetrisico's*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau, 2011.

Valkenburg, P., *Schadelijke media en weerbare jeugd: een beleidsvisie 2005-2010*. Amsterdam: Amsterdam School of Communications Research, 2005.

Veen, Lukosch & de Vries, *Improving organizational learning through Networked Learning* Delft: Faculty of Technology, Policy and Management, 2009.

Veen, Wim, *Homo Zappiens*. Amsterdam: Pearson Education, 2009.

Veen, Wim, *Homo Zappiens and the need for new education systems*, TU Delft: 2009.

Online: <http://tbm.tudelft.nl/index.php?id=30949> .

De Waal, Vincent, 'Informeel leren in de kunsten: theorie en praktijk'. *Cultuur + Educatie* 31, 2011, p 4-15.

Wenger, Etienne. *Communities of practice. Learning, meaning and identity*. Cambridge University Press, 1988.

Wester e.a. (red), *Praktijkgericht kwalitatief onderzoek*. Bussum: Coutinho, 2000.

Wiebenga, F., *Het meten van mediawijsheid: een studie naar een raamwerk, meetmiddelen en toepassingen hiervan*. Mediawijzer.net, 2011.

Online: <http://www.mediawijzer.net/projects/het-meten-van-mediawijsheid-de-ontwikkeling-van-een-raamwerk-en-meetmiddelen>

Wilson, Brent, 'Het derde pedagogische gebied en leren leven in de kustwerelden'. *Cultuur + Educatie* 31, 2011, p 90-112.

Zwanenberg, Freek & Justine Pardoën, *Hey what's app*. Stichting Mijn Kind Online, 2012.

Online: <http://mijnkindonline.nl/publicaties/onderzoeksrapporten/hey-whats-app>

Overige publicaties: folders e.d.

CNV Onderwijs. *Social media protocol onderwijs*, 2011.

Online: http://www.cnvo.nl/fileadmin/user_upload/PDF/Onderwijs_social_media_richtlijnen_def.pdf

Mijland, Erno e.a. 'Gebruik de ict-leer-kracht van leerlingen', *leerlingparticipatie versnelt het gebruik van ict op school*. Zoetermeer: stichting Kennisnet, 2012.

Social media wijs. *Positief Social Media Protocol*, 2011.

Online: <http://socialmediawijs.nl/producten/positief-social-media-protocol/>

Vier in Balans Monitor. Kennisnet, 2011.

Online: <http://onderzoek.kennisnet.nl/vierinbalansmonitor>

Vives Workshopgids 2012. Haarlem: Vives Media 2012.

Vives. Vakblad ten behoeve van IC vernieuwingen binnen het onderwijs. Nummer 122, februari 2012.

BILLAGGEN

Websites

<http://mediawijsheid-vo.wikiwijs.nl>
www.moderne-media.nl
www.mediawijsheidscholen.nl
www.mediawijzer.net
www.mijnkindonline.nl
www.socialmediawijs.nl
www.frankwatching.com
www.socialmediacclubnijmegen.nl
www.wikiwijs.nl
www.kennisnet.nl
www.slo.nl
www.linkedin.com
www.social-media.nl
www.grassroots.nl
www.thorbecke-zwolle.nl

// BIJLAGE 1

Enquête sociale media

Onderzoek naar het gebruik van sociale media onder jongeren



Sanne Versteeg

Radboud Universiteit Nijmegen

Sanne.Versteeg@student.ru.nl

Hallo!

Voor je ligt een enquête over sociale media. Waarschijnlijk weet je wel wat dat zijn en gebruik je ze zelf ook. Sociale media zijn communicatiemiddelen die je op internet kunt vinden, zoals Hyves, Facebook, Twitter en MSN. De meeste jongeren hebben tegenwoordig profielsites en/of een twitteraccount. Je zult deze sites vooral gebruiken voor je sociale contacten en niet zo zeer voor school. Dat is jammer, want ook in het onderwijs kunnen deze nieuwe communicatiemiddelen een leuke aanvulling zijn op de les! Misschien heeft je docent al wel eens wat met sociale media gedaan in de klas, of heb je er een les over gehad. Ik ben bezig met een onderzoek om te kijken hoe de Thorbecke Scholengemeenschap sociale media op een leuke, positieve manier in kan zetten om het onderwijs aantrekkelijker te maken.

Deze enquête is bedoeld om meer inzicht te krijgen in jouw gebruik van sociale media. Als ik weet waar jij sociale media voor gebruikt en wat je er zo fijn en belangrijk aan vindt, kan ik dat gebruiken

om een suggestie te schrijven voor je docenten. Zij hechten veel waarde aan jouw mening! Het is daarom erg fijn dat je deze enquête in wilt vullen. Neem er rustig de tijd voor en lees de vragen goed.

Ik wil je hartelijk bedanken voor je medewerking!

Als je nog vragen hebt of me wilt spreken over mijn onderzoek kun je dat doen door me een mailtje te sturen: Sanne.Versteeg@student.ru.nl

Algemene gegevens

Ik ben..... jaar

Ik volg wel/niet het traject Moderne Media (omcirkel wat van toepassing is)

Welke sociale media en hoeveel?

Ik maak wel/niet gebruik van sociale media (omcirkel wat van toepassing is)

Indien je sociale media gebruikt, kruis dan hieronder aan welke dat zijn (meerdere antwoorden mogelijk)

.....Hyves

.....MSN

.....Facebook

.....Twitter

.....PartyPeeps

.....YouTube

.....Skype

.....Eigen blog

.....Eigen website

Anders, nl:
.....
.....
.....

Welke sociale media gebruik je het meest?

.....
.....

.....

Gebruik je de sociale media iedere dag? Ja/nee (omcirkel wat van toepassing is)

Hoeveel uur besteed je er per dag gemiddeld aan?

.....

Uur

Functies

Voor welke doeleinden gebruik je sociale media? (je mag meerdere antwoorden aankruisen)

.....Ontspanning

..... Contact met vrienden

.....School

.....Nieuws en actualiteiten

Anders, nl:

.....

Wat vindt je het leukste aan sociale media? (je mag meerdere antwoorden aankruisen)

.....De sociale contacten met vrienden en bekenden

.....Het geven van mijn mening

.....Nieuwe mensen leren kennen

.....Dat het gratis is

Anders, nl:

.....

Wat vindt je minder leuk aan sociale media?

.....

// BIJLAGE 2

Focusgroep interview Thorbecke Scholengemeenschap

Wie ben ik?

Mijn naam is Sanne Versteeg en ik ben student aan de Radboud Universiteit Nijmegen. Ik doe een onderzoek naar de toepassingsmogelijkheden van interactieve media en sociale media op jullie school. Ik ben erg benieuwd naar jullie mening hierover. Ik wil graag weten wat jullie ervaringen met deze media zijn en wat jullie er van vinden als jullie leraren meer met sociale media zouden doen in de les.

Wat ga ik doen?

Ik wil het met jullie gaan hebben over nieuwe, interactieve media en dan met name sociale media zoals twitter, hyves, MSN, blogs enzovoort. Eerst wil ik jullie een enquête in laten vullen, die ligt voor je op tafel. Daarna gaan we een groepsgesprek voeren. Ik zal jullie steeds een vraag stellen en jullie mogen daar allemaal antwoord op geven. Jullie mogen ook reageren op elkaars reactie. Het is de bedoeling dat er een discussie ontstaat. Als je iets niet begrijpt of een vraag nogmaals wilt horen moet je dat aangeven! Het gesprek wordt op een bandje opgenomen. Het kan zijn dat ik in mijn onderzoek iets citeer wat hier gezegd is, maar daar zal ik geen naam bij vermelden. Alles wat hier gezegd wordt blijft anoniem.

Hebben jullie vragen voor we gaan beginnen?

Deel 1: gebruiksdoelen

Doelen: in kaart brengen voor welke doeleinden sociale media worden gebruikt

1. Ik neem aan dat jullie internet regelmatig gebruiken voor school. Welke sites gebruiken jullie veel?
2. Gebruiken jullie sociale media ook wel voor school?
 - Overleggen jullie schoolopdrachten op chatsites (MSN) of op twitter of via andere sociale media?

- Gebruiken jullie docenten sociale media wel eens?

Deel 2: mening

Doelen: in kaart brengen wat leerlingen vinden van het gebruik van sociale media in de les en wat hun ervaringen daarmee zijn

3. Gebruiken sommigen van jullie leraren moderne media in de les? Kunnen jullie daar wat meer over vertellen?
4. Vinden jullie dat een aanvulling op de leerstof?
 - Leren jullie hierdoor nieuwe dingen?
 - Maakt het de les interessanter en leerzamer?
 - Maakt het de les leuker?
5. Denk je dat er ook nadelen zijn aan sociale media in de klas? Welke dan?
 - Wordt het te veel een 'pretles'?
 - Is het praktisch haalbaar, heeft iedereen bijvoorbeeld een pc?
 - Kunnen jullie de smartphones gebruiken? Laat de techniek in de school dat toe?
6. Vinden jullie dat alle docenten en alle vakken even geschikt zijn om met nieuwe en sociale media te werken? Waarom wel/niet?

Deel 4: ideeën van leerlingen

Doelen: in kaart brengen hoe leerlingen denken dat sociale media gebruikt kunnen worden in de les of als aanvulling daarop

7. Als jullie een les mochten bedenken waarin sociale media een rol speelde, hoe zou dat er dan uit zien?
 - hebben jullie ideeën om sociale of nieuwe media in de les toe te passen?

- Hebben jullie ideeën om sociale media te gebruiken bij het maken van opdrachten of huiswerk? Wat denken jullie bijvoorbeeld van een site of een blog waar je vragen kunt stellen? Of vragen via twitter of een chatsessie? Zijn er naast de sociale media nog andere nieuwe media die naar jullie mening geschikt is om op school, in de les of tijdens het huiswerk maken te gebruiken?
8. Wat vinden jullie er van als de school op zich, dus via de website, twitter of facebook zou gebruiken?