

Voor ouders en
andere opvoeders
van jongeren van
11-16 jaar



Opvoed-
handreiking
Media

Driestar *onderwijsadvies*



Driestar educatief

Colofon

Deze handreiking is een uitgave van het lectoraat Nieuwe media in vorming en onderwijs en maakt onderdeel uit van een viertal handreikingen voor ouders rondom het mediawijs opvoeden van kinderen, tieners en adolescenten. Deze handreikingen zijn ook goed te gebruiken voor iedereen die werkt met jongeren, zoals aan docenten, hulpverleners, jeugdwerkleiders, catecheten.

In deze handreiking worden cijfers genoemd en gegevens gebruikt uit diverse onderzoeken naar het gedrag van kinderen of jongeren. Deze gegevens zijn niet normerend bedoeld. Ze zijn gegeven als achtergrond en hebben de intentie om inzicht te geven in de ontwikkelingen die jongeren (in Nederland) doormaken en de manier waarop nieuwe media in hun leefwereld gebruikelijk zijn.

Lectoraat Nieuwe media in vorming en onderwijs, Sjaak Jacobse

Driestar hogeschool, november 2016

Wijs met **media**?

Joyce (14) is het zat. Stampvoetend staat ze voor me: 'Iedereen in mijn groep heeft een nieuwe smartphone, en ik moet het doen met een afdankertje uit anno Noach. Ik loop hier compleet mee voor schut!' Uit de manier waarop ze doet, zie ik hoe belangrijk het voor haar is. Was het wel verstandig om vooraf aan te geven: 'Je krijgt pas een smartphone als je 15 bent?'

Wijs met **media**!

Zorgen hebben we ons eigenlijk nooit gemaakt om Micha (12). Hij gaat rustig zijn gang, stelt zich bescheiden op en veroorzaakt geen problemen. Nou ja, tot gisteravond dan. Micha blijkt online bekend te staan als 'Gunhawk' en een compleet andere persoonlijkheid aan te nemen. Uit een telefoontje van ouders van een vriend van Micha hoor ik dat hij online geniet van gewelddadige games en zich bedient van grof en plat taalgebruik. Wat is er aan de hand met Micha?

Jongeren en media; een combinatie waar niet iedere opvoeder gelukkig van wordt. Op een wat cynische toon wordt er over 'screenagers' gepraat i.p.v. 'teenagers'. Is het echt zo dat jongeren vergroeid zijn met hun scherm? Wat trekt hen? Waarom boeit de online omgeving zo? Hoe past dit in hun ontwikkeling en op welke manier kunnen opvoeders hieraan richting geven?

De tienerleeftijd, in deze handreiking gaat het over jongeren van 11 tot 16 jaar, is een fase waarin jongeren een belangrijke ontwikkeling doormaken. Ze leren vaardigheden aan die bepalend zijn voor hun toekomst. Ze ontdekken de grondhouding waarmee zij als christen in het leven staan.

Kortom: als het gaat om de combinatie media en opvoeding is de tienerleeftijd niet alleen een leeftijd van 'gedoe', maar ook een kans om een jongere een verantwoord burger, leerling, dieenaar en pelgrim te maken; op weg naar een beter Vaderland.

Het doel hiervan is dat een jongere, als schepsel van God, op een goede manier gebruik leert maken van de middelen die God gegeven heeft en in zijn of haar omgeving een zoutend zout en een lichtend licht zal zijn.

Mediaopvoeding

“Je kunt er niet meer omheen.” Die uitdrukking horen we regelmatig als het gaat over de smartphone, Minecraft, Facebook of Snapchat. Is het waar, kunnen we er niet omheen? Dat is maar de vraag.

Een van de belangrijkste taken van opvoeders en ambtsdragers is kinderen en jongeren de weg te wijzen en daarop bij de hand te nemen. Die weg is de smalle weg, als het gaat om ons leven voor Gods aangezicht, zoals de Heere Jezus ons daartoe aanspoort in Mattheüs 7. Dat betekent ook een smalle weg als het gaat om allerlei keuzes in het dagelijks leven. We ontzeggen onszelf en onze kinderen wat schadelijk en gevaarlijk voor hen is. Gaat het om zaken die risico's met zich meebrengen, dan nemen we het zekere voor het onzekere en laten we ze links liggen. Dreigt er groot gevaar, dan blijven we zelfs ver uit de buurt. Dat doen we bij kleding, speelgoed, voedsel, reizen, hobby's - en dus ook bij media.



Maar er zit een andere kant aan. Het 'we kunnen er niet meer omheen' is ook een gevaarlijke uitdrukking. Er klinkt een verontschuldiging in door, alsof we die smartphone en nieuwe media gebruiken omdat het nu eenmaal niet anders kan. Maar zeggen we dat ook over al die andere dagelijkse dingen waar gevaren aan verbonden zijn of die discussies hebben opgeroepen? "Tja, ik ben met de auto hè. Je kunt tegenwoordig haast niet meer zonder." Of: "Sorry, ik ontkom er niet meer aan, ik gebruik nu ook e-mail."

Door in deze trant over media te praten, in ons gezin, op een verjaardag, vanaf de kansel of op de catechisatie, geven we kinderen en jongeren tussen de regels door een negatieve boodschap mee. Kennelijk zijn media een noodzakelijk kwaad, iets wat we liever zouden missen. Bovendien blijkt daaruit dat we als opvoeders ook zwichten voor groepsdruk. Welk signaal pikt een kind daaruit op? "O, dus m'n moeder moppert op mij omdat de dominee kritiek heeft op YouTube?" "En waarom zit pa zelf de hele tijd op z'n laptop?" Mediaopvoeding vraagt om gewetensvorming, maar verwarrende signalen werken daarbij averechts.

Bij mediaopvoeding past een heel andere grondhouding. Het lectoraat Nieuwe media in vorming en onderwijs heeft een model ontwikkeld dat uitgaat van pelgrimschap. Als christen gebruiken we media niet tegen wil en dank, maar omdat ze ons kunnen helpen op onze levensreis. Niet onbeperkt, maar matig, zodat ze ons niet afleiden of hinderen op die reis. Helpen ze ons niet en dwarsbomen ze die reis juist, dan moeten we ze links laten liggen.

Ons mediagebruik zal altijd tonen waar ons hart ligt: of dat toebehoort aan de satan of aan Koning Jezus. Mediagebruik is dus een zaak van het hart en daarmee biedt de mediaopvoeding van schoolkinderen gouden aangrijpingspunten om met kinderen te spreken over het meest wezenlijke van het leven: over geloof en bekering, over het dienen van God en over de tijdelijkheid van ons bestaan. We mogen mediaopvoeding daarom zien als een kans om onze kinderen toe te rusten om weerbaar te staan in een gebroken wereld. Een kans ook om onze kinderen voor te leven in hoe zij, juist via internet, elkaar kunnen helpen en iets voor een ander kunnen doen. Dat past heel mooi bij de leeftijdsfase van het schoolkind, waarin de sociaal-emotionele ontwikkeling een grote stap neemt en waarin kinderen steeds meer gericht raken op de ander, op hun naaste.

Pelgrim, dienaar, leerling en burger

In deze handreiking worden praktische tips over mediaopvoeding gegeven, gezien vanuit de specifieke ontwikkeling die schoolkinderen doormaken. Daarnaast benadrukt de handreiking het belang om vanaf jonge leeftijd in de opvoeding in alles te werken aan het meegeven van een christelijke levenshouding aan onze kinderen. Want deze levenshouding is bepalend voor de manier waarop het kind (later) zal handelen en nieuwe media zal gebruiken. Kinderen ontwikkelen deze levenshouding door steeds te kijken naar de manier waarop ouders, verzorgers, andere opvoeders en andere kinderen media gebruiken. Omdat het media-gebruik van deze personen kan verschillen is het gesprek over Bijbels mediagebruik een belangrijk onderdeel van de mediaopvoeding.

In het Media Attitude Model is de levenshouding van waaruit een christen media dient te gebruiken, omschreven aan de hand van vier metaforen. Dat zijn de metaforen van pelgrim, burger, leerling en dienaar. In ons hele mediagedrag zouden we moeten tonen dat we een pelgrim, burger, leerling en dienaar zijn, leert het model ons. De praktische uitwerking van deze houdingen zal in deze handreiking centraal staan. Een korte introductie:



Pelgrim

De pelgrim is de reiziger, die zich bewust is van een hoger levensdoel en van zijn reis naar de eeuwigheid. Daarom sleept hij geen onnodige ballast mee in zijn rugzak. De christelijke vorming begint al in de jongste kindertijd: kinderen leren gewoonten als Bijbellezen en gezinsgebeden kennen. Kinderen imiteren het gedrag van hun opvoeders. Zijn hun opvoeders ware pelgrims?



Burger

De pelgrim is ook burger. Tijdens zijn reis is hij medeverantwoordelijk voor de samenleving waar hij deel van uitmaakt. Hij heeft daarin een roeping, een opdracht. Hij moet bouwen en bewaren

en dat vereist studie, arbeid en oriëntatie op de wereld om hem heen. Kinderen moeten de wereld leren ontdekken door fysieke waarnemingen. De ontwikkeling van de zintuigen staat voorop en dit vraagt variatie in spel en bezigheden.



Leerling

De pelgrim is ook leerling. Die houding staat haaks op de prikkelcultuur van deze eeuw, die ons verleidt om altijd online te zijn en die ons daarbij voortdurend afleidt. De leerling verdiept zich, richt zijn aandacht volledig op één onderwerp of persoon en waardeert de woordcultuur. Het lezen van boekjes met jonge kinderen is belangrijker dan het samen gebruiken van de smartphone. En kinderen moeten leren om één ding tegelijk te doen en dit ook af te sluiten voordat ze aan een andere taak beginnen.



Dienaar

De pelgrim is ook dienaar. Hij is niet alléén op reis, maar voelt zich verbonden met anderen, cijfert zichzelf weg en bevordert het welzijn van die ander. Hij gebruikt media niet asociaal maar sociaal. Voor jonge kinderen betekent het dienaar zijn dat ze van jongs af aan worden gestimuleerd om oog te hebben voor de ander. Sociale interacties leren hen om rekening te houden met elkaar.

Het Media Attitude Model is ontwikkeld om opvoeders te helpen. Het bevat geen handreikingen voor het omgaan met Minecraft of Snapchat, maar boort een diepere laag aan: wie ben ik als opvoeder, wie ben ik als mediagebruiker en wat vraagt de Heere God van mij op mijn reis naar de eeuwigheid? Deze vragen staan aan de basis van de handvatten in deze opvoedingshandreiking. Maar het echte vertrekpunt is dat van de pelgrim, die als Christen in het boek van John Bunyan de stad Verderf wil verlaten en op reis is naar de Stad die fundamenten heeft. De vreeze des Heere is daarmee het beginsel van de mediawijsheid.

“Klinkt mooi, maar hoe maak ik het concreet voor mijn kind van 3?”

Een terechte vraag. Een basishouding is niet iets wat je 'doet', maar wat om doordenking vraagt. Om hierbij te helpen is het boekje 'Pelgrim in Medialand' uitgegeven waarin de vier facetten van de basishouding van een christen praktisch uitgewerkt worden (zie de leestips achter in deze handreiking).

Leestip!

Hoe ontwikkelt een jongere zich?

“Kleintjes worden groot” denk je als je Maarten ziet. Je merkt dit niet alleen aan de snelheid waarmee je zijn garderobe moet vervangen, maar ook aan de manier waarop hij zich gedraagt. Hij doet anders, heeft een andere ‘look’. Maar is hij ook anders?

In de leeftijdsfase van 11 tot en met 16 jaar maken jongeren een stormachtige ontwikkeling door van pre-puber naar jonge adolescent. Naast de lichamelijke ontwikkeling, waarin ze een seksueel rijpingsproces doormaken, vindt er ook een belangrijke cognitieve, sociaal-emotionele en morele ontwikkeling plaats. Jongeren hebben het gevoel dat ze spreekwoordelijk in een achtbaan zitten. “Wegens interne verbouwing, tijdelijk gesloten” is dan ook een motto dat bij veel jongeren in deze fase past. Welke ontwikkeling maakt een jongere door? Welke relatie is er met (de behoefte tot) het gebruik van nieuwe media?

Lichamelijk

Jongeren maken in deze leeftijdsfase een flinke groeispurt door. Bij meisjes begint deze groeispurt tussen hun 11e en 13e jaar, bij jongens een of twee jaar later. Niet alleen hun letterlijke groeien, maar ook de ontwikkeling van sekse-specifieke kenmerken, kan jongeren onzeker maken over hun lichaam. Dat kan zichtbaar worden in slungelig en onhandig gedrag of het zich terug willen trekken in een voor hen veilige situatie. Jongeren in deze leeftijd gaan vaak experimenteren met hun uiterlijk. Ze doen dit om te ontdekken wie ze zelf zijn, hoe anderen hen zien en om uit te vinden hoe zij zichzelf willen presenteren. Sociale media, en role-playing games bieden jongeren volop de gelegenheid om te experimenteren met uiterlijk en gedrag en worden daarom door hen als erg belangrijk ervaren.

Verstandelijk

Ten opzichte van de kinderleeftijd leert een jongere te denken in mogelijkheden. Wat ze zien, horen en voelen, zetten ze af tegen wat mogelijk(er)wijs ook had kunnen gebeuren. Een jongere heeft er plezier in allerlei oplossingen voor dezelfde situatie



te bedenken. Het lukt ook steeds beter om abstract te denken. Hierdoor ontwikkelt een jongere een mening over vrienden, de politiek, maatschappij en andere religies en kan hij deze in diverse situaties toepassen.

In deze leeftijd ontwikkelt zich ook het vermogen om naar zichzelf te kijken en gedachten, gevoelens en emoties bij zichzelf en anderen goed te onderscheiden. Daardoor ontwikkelt de jongere steeds meer een eigen identiteit en kan hij of zij hierop reflecteren. Overigens geldt wel dat tienermeisjes dit in de regel veel eerder kunnen dan tienerjongens. Veel jongeren gebruiken nieuwe media om te oefenen met het neerzetten van eigen identiteit. Bloggen, vloggen (video-dagboek) over iets wat je raakt of waarin je goed bent, past helemaal in dit plaatje.

Sociaal-emotioneel

Doordat een jongere meer zelfstandig leert denken en handelen, gaat hij ook zijn ouders vanuit een andere positie bekijken. Een jongere vraagt om meer autonomie en wil meebeslissen. Hij gaat de feilbaarheid van zijn ouders zien, wordt kritisch en krijgt oog voor sterke en zwakke karaktertrekken van zijn ouders. Als gevolg van deze ontwikkeling richt een jongere zich meer op leeftijdsgenoten en andere opvoeders dan de ouders. Voor een jongere is ruimte om eigen keuzes te maken belangrijk. Als jongeren dit onvoldoende ervaren, kunnen ze ruimte opeisen door zich af te zetten. Dit is niet altijd gemakkelijk voor

ouders.

Jongeren ontwikkelen in deze fase vaak hechte vriendschappen. Jongeren zijn in deze leeftijd in staat om zich aan de buitenwereld te presenteren en om sociale relaties aan te gaan buiten de vertrouwde omgeving. Wel blijft een jongere zich voortdurend met leeftijdsgenoten vergelijken en leert hij van positieve en negatieve feedback van vrienden.

Sociale media vervullen voor veel jongeren de rol van katalysator in dit proces. Mee-doen, bevestigd worden en geïnformeerd zijn, zijn daarbij erg belangrijk.

Moreel

Rond het tiende levensjaar vindt er een omslag plaats in de morele ontwikkeling van de jongere. Waardering en goedkeuring vanuit de sociale omgeving (vrienden, docenten, ouders) beïnvloeden sterk hun gedrag. Een jongere wil doen wat verwacht wordt, omdat hij een goede relatie wil onderhouden met de personen om zich heen. Daarom let hij goed op het gedrag en de houding van anderen en probeert aan hun verwachtingen te voldoen. De mening en verwachtingen van anderen worden erg belangrijk. Een jongere wil in gedrag en uiterlijk niet afwijken van de groep waarmee hij zich vergelijkt (peer group). Groepsdruk gaat een rol spelen.

In deze tijd is een jongere steeds beter in staat om verantwoordelijkheid te nemen en vraagt ruimte om deze verantwoordelijkheid te mogen dragen. Eigen verantwoordelijkheid mogen dragen vergroot het zelfrespect en zelfvertrouwen van de jongere. Deze morele ontwikkeling is ook terug te zien in de manier waarop de jongere interesse krijgt voor dingen die in de maatschappij en wereldwijd spelen. Hij ontwikkelt hierover, vanuit (on)bewust geselecteerde bronnen, een zelfstandige mening. Deze bronnen kunnen heel divers zijn: van wat er op sociale media als belangrijk ervaren wordt, tot informatie die tot hen komt via allerlei Apps of door hun 'real life' sociale netwerk.





Wat doet een jongere met media?

Geschokt staart Mark naar het scherm. Het staat er echt: 'Hahaha Markieeee. Zonder boxer zie je er echt niet uit. Wij gaan je afbranden, man! Dacht jij ff lekker dat het Chantal was. Niet dus! Aan jou de keuze of je met ons mee wilt werken of dat we dit NU posten. We weten dat je online bent. 10 minuten, en flik het niet om er iemand bij te halen, want we hebben alle foto's!'

Gebruik van media

In de leeftijd van tien tot elf jaar worden jongeren steeds meer zelfstandig gebruiker van media. Ze hebben vaak vanaf groep 8 van de basisschool een eigen smartphone en kunnen zelfstandig over de tablet of laptop van thuis beschikken. In deze fase oefenen sociale media een enorme aantrekkingskracht uit op jongeren. Deze stellen hen in staat om op een andere manier contacten te onderhouden en de dingen mee te krijgen die voor het onderhouden van sociale relaties van belang kunnen zijn. Voor een jongere kan daarom elk berichtje belangrijk zijn als dit door de peergroup als belangrijk ervaren wordt. Jongeren maken in berichten overmatig gebruik van iconen (Emoticons of Emoji's). Deze hebben voor hen toegevoegde waarde doordat ze

hiermee de gevoelslading bij de tekst weergegeven. Ook helpt dit een jongere die minder taalgevoel heeft om de juiste boodschap te versturen of te ontcijferen.

Jongeren hebben een grote ontdekkingsdrang. Ze vinden veel leuk en vinden het lastig om keuzes te maken. Door de ontwikkeling in hun hersenstructuur lukt het ook lastig om zich te concentreren. Juist de vrijwel onbeperkte vrijheid die nieuwe media bieden, kan een jongere lastig aan. Jongeren zijn breed geïnteresseerd in muziek luisteren, filmpjes kijken, nieuws luisteren, informatie downloaden. Hierdoor lopen bij het gebruik van nieuwe media schoolwerk en persoonlijk gebruik vaak door elkaar heen.

Vlogs, filmpjes, series en verhalen met drama, actie én een hoog realiteitsgehalte zijn bij veel jongeren in deze leeftijdsgroep populair. Ze gebruiken deze media en games als spiegel voor hun eigen gevoelens en gedrag.

Veel jongeren vinden het prettig om nieuwe media in te zetten als ontspanning. Ze willen filmpjes bekijken, muziek luisteren en games spelen. Deze behoefte is een normaal onderdeel van hun ontwikkeling. Ze hebben hierbij wel kaders nodig. Jongens kiezen in deze leeftijd vaak voor games en filmpjes met actie, snelheid, strategie en humor. Meisjes kiezen vaker voor sociale games of volgen vloggers die iets creatiefs doen. Risicogedrag rondom gaming ontstaat in deze leeftijd bij jongens die opgaan in levensechte schietspellen (first-shooter-games), grote strategiespellen of online games waarin via online-karakters samengewerkt wordt met andere spelers (Massive Multiplayer Online Role Playing Game).

Mediakennis

In de leeftijd van 11-16 jaar gaan jongeren zich ontwikkelen van volgers tot 'early adopters'. Ze adopteren nieuwe Apps en techniek eerder dan hun ouders. Het functionele gebruik van apparaten en programma's leren ze via hun vriendengroep en netwerk. Dit betekent niet dat ze in deze leeftijd ook in staat zijn de consequenties van hun mediagebruik goed te overzien. Welke kennis moet een jongere hebben om dit wel te kunnen?

- *Online is werkelijkheid.* Alles wat je online doet, krijgt een plaats in de werkelijkheid. Foto's en berichten die je online plaatst, beïnvloeden de manier waarop je met anderen omgaat. Doe altijd de face to face check: zou ik dit 'in het echt' ook zeggen, laten zien of doen?
- *Online is permanent.* Informatie die je via sociale media deelt, kun je niet meer terughalen en kan jaren later weer opduiken. Wees kritisch met wie je welke informatie deelt.
- *Online is ook Gods wereld.* Er bestaat voor een christen geen 'schermwereld' en

een 'echte wereld'. Wat je online doet, doe je als christen en moet tot eer van God zijn.

- *Je bent zelf de zwakste schakel als het gaat om internetveiligheid.* Niet die Russische hackers, maar jouw gedrag vormt het grootste risico op internet: te simpele wachtwoorden, akkoord geven op voorwaarden bij Apps, bijlagen of links openen in mails waar je niet om gevraagd hebt, enz.
- *Gratis bestaat niet.* Voor elk gratis programma betaal je met je tijd of met je privacy. Adverteerders betalen om je te mogen beïnvloeden met reclame of je te mogen volgen. Vaak is dit reclame die naadloos aansluit bij je zondige hart. Wil je daar echt mee betalen?
- *Multitasken is een fabeltje.* Het lijkt aantrekkelijk om twee dingen tegelijk te doen. Onderzoek bewijst dat je beter de dingen na elkaar kunt doen dan tegelijkertijd. Per saldo kost multi-tasken je meer tijd en lever je minder kwaliteit.
- *Scherm en slapen gaan niet samen.* Een goede nachtrust is belangrijk; daarom moet je de dag 'afbouwen'. Het licht van je scherm zorgt voor afbraak van melatonine, het stofje wat ervoor zorgt dat je lekker slaapt. Doe daarom een half uur voor je gaat slapen je scherm uit!

Van welke verschijnselen op sociale media moet een jongere zich verder bewust zijn?

- Online pesten (*cyberpesten*) via sociale media.
- Een nepprofiel of account dat pedofielen gebruiken om een minderjarige te benaderen met het doel om seksueel contact te hebben. Dit wordt *grooming* genoemd.
- Een nepbericht dat uitnodigt tot delen. Vaak gaat het over een virus, een schrijnende situatie of een gratis product. Door deze *hoax* eindeloos te delen gaat dit zich gedragen als een virus.
- Internetfraude waarbij hackers 'hengelen' naar je gegevens (*phishing*). Via een serieus uitzienend bericht van bijvoorbeeld een bank of een telefoonaanbieder wordt gevraagd om een bijlage te downloaden een webformulier in te vullen of op 'akkoord' te klikken. Doe je dit, dan geef je hackers toestemming om mee te kijken of je gegevens te gebruiken.
- Het verspreiden van seksueel getinte foto's of berichten via sociale media (*sexting*). Hierbij kan gebruikgemaakt worden van afpersing of chantage (*sextorting*).

- Ongewenste berichten die je krijgt zonder dat je daarom gevraagd hebt. Vaak hebben deze een reclameboodschap (*spam*).
- Schadelijke bestanden die via mails of websites je computer besmetten en/of ongemerkt gegevens doorspelen naar onbekenden (*virussen, Trojaanse paarden, malware*).



Wat doet mediagebruik met jongeren?

Lydia is bezig met haar huiswerk. Morgen een proefwerk Duits. Ze denkt: Wat moet ik eigenlijk leren voor Duits? Even snel inloggen op de ELO. Hé, Merel heeft gereageerd op mijn statusupdate. Leuk! Trouwens, wat een coole Instagramfoto deelt zij. Zal ik nog even met haar Snapchatten? Of toch maar niet? O, ja, hoe zat dat ook al weer met Frans ... eeh Duits.

Positieve invloeden van mediagebruik

Nieuwe media hebben voor jongeren dezelfde functie die de speeltuin heeft bij de motorische ontwikkeling van jongere kinderen. Jongeren 'oefenen' via sociale media hun communicatievaardigheden en (on)bewust wat hun gedrag in groepen doet. Al doende ontwikkelen zij vaardigheden, gaan relaties aan en krijgen positieve of negatieve bevestiging van anderen. Spelenderwijs worden ze steeds vaardiger in het gebruiken van media.

Jongeren leren, door de opdrachten die ze krijgen via school, nieuwe media te integreren in hun manier van werken. Plannen, samenwerken en bijdragen aan een groter geheel heeft in een leeromgeving steeds vaker een grote digitale component. Mediavaardig worden in deze periode betekent ook vaardigheden ontwikkelen om later actief te kunnen zijn in de maatschappij.

Doordat veel mediabronnen Engelstalig zijn, hebben jongeren die intensiever media gebruiken over het algemeen een grotere Engelse woordenschat.



Jongeren genieten ervan om problemen van verschillende kanten te benaderen en op te lossen; om creatief te denken. Deze vaardigheid ontwikkelen en oefenen ze ook online. Ze gebruiken deze om te experimenteren en van elkaar te leren en te oefenen hoe bepaald gedrag over komt op anderen.

Vlogs en games vormen voor jongeren een leeromgeving. Ze kijken mee hoe ze bepaalde (creatieve of organisatorische) vaardigheden kunnen ontwikkelen en passen dit zelf ook toe. Een jongere raakt steeds meer geïnteresseerd in het grote plaatje. Nieuws, blogs, vlogs en websites zijn daarom belangrijke kanalen om buitenom de ouders dingen te weten te komen en zelf een mening te ontwikkelen.

Negatieve invloeden van mediagebruik

Een van de grootste bedreigingen voor een jongere is de beperkte mate waarin hij keuzes kan maken en prioriteiten kan stellen. De meeste jongeren vinden het onprettig om alleen te zijn en ervaren de niet ingevulde momenten als saai of vervelend. Doordat ze veel waarde hechten aan vrienden en klasgenoten wordt veel tijd 'automatisch' opgevuld met 'in contact blijven'.

Jongeren kunnen grenzeloos zijn in het gebruik van (sociale) media, het delen van berichten, luisteren van muziek of het kijken van filmpjes. Geen prioriteit stellen betekent dat ze meerdere dingen tegelijk doen. De gevolgen hiervan zijn vermoeidheid, geprikkeldheid, verminderde concentratie (en slechtere schoolresultaten) en een toenemend onvermogen om momenten van bezinning te hebben. Ook merken (intensieve) gebruikers van sociale media dat de vaardigheid om geconcentreerd te lezen en te leren (dieplezen en leren) achteruitgaat.

Sociale media lenen zich voor eenzijdig gebruik of eenzijdig gedrag. Dat betekent dat de groep bepaalt wat de regels zijn. Binnen een groep of netwerk kan er sprake zijn van grof of plat taalgebruik dat door de groep geaccepteerd wordt en steeds meer als normaal beschouwd gaat worden. Overmatig gebruik van sociale media kan ertoe leiden dat jongeren minder vaardig worden om gezichtsuitdrukkingen en lichaamstaal van een gesprekspartner te lezen. Dit zorgt ervoor dat zij zich ongemakkelijk kunnen voelen in de 'real life' contacten.

Jongeren komen onder andere via nieuwe media, in aanraking met ideaalbeelden uit de

maatschappij. Ze spiegelen deze aan hun eigen ontwikkeling. Jongeren die veel waarde hechten aan (seculiere) idealen van schoonheid, seksuele aantrekkingskracht, invloed, succes et cetera, kunnen hier sterk door beïnvloed worden en deze idealen over gaan nemen. Of ze ontwikkelen, doordat ze merken dat zij niet aan deze idealen kunnen voldoen, juist een negatief zelfbeeld.

In de ontwikkeling van de seksuele identiteit is het voor jongeren aantrekkelijk om ook online te gaan experimenteren. Sommige jongeren zien sexting als een 'veilige' manier om hun eigen seksualiteit te verkennen. Ze doen dit door seksueel getinte berichten of beeldmateriaal naar anderen te sturen zonder de mogelijke consequenties hiervan te zien. Zeker jongeren die niet zo weerbaar zijn of met een laag zelfbeeld, kunnen op deze manier snel het slachtoffer worden van kwaadwillende anderen. Daarnaast kan gewenning aan erotische beelden en seksueel taalgebruik een afstompend effect hebben, waardoor jongeren het bijzondere van een seksuele relatie zoals God die bedoeld heeft, niet meer inzien.

Mediagebruik

- 70 procent van de 12-jarigen en 90 procent van de 15-jarigen in het reformato-
risch onderwijs bezat in 2016 een smartphone.
- Vrijwel alle jongeren met een smartphone gebruiken WhatsApp om berichten te
sturen.
- Jongeren e-mailen, sms'en en bellen steeds minder. Sociale media hebben deze
functie overgenomen.
- Jongeren gebruiken Facebook minder frequent. Instagram en Snapchat winnen aan
populariteit.
- Er wordt steeds meer in beelden gecommuniceerd en minder in woorden.
- YouTube is voor jongeren een even belangrijke informatiebron als Google
- Populaire games bij jongens zijn Call of Duty, Grand Theft Auto (beiden zeer ge-
welddadig), Fifa, Age of Empires en Minecraft. Meisjes spelen vooral mobiele
games (Candy crush, Piano tiles, FarmVille), The Sims, Minecraft en Fifa. Ook is
Pokémon Go in de tienerleeftijd populair.
- Veel jongeren zijn op de hoogte van videomateriaal van vlogs van StukTV, Dylan
Haegens, Enzo Knol, Beautygloss, enz.



Begeleiden naar mediawijsheid

“Wat was het leukste dat je vandaag meegemaakt hebt op school?” Ilse grijnst: “Kijk mam, dit is echt hilarisch. Moet je zien! Dat nijlpaard ploft zomaar neer op die oppasser. Zal je gebeuren!” Ilse schiet weer in de lach. Je ziet het filmpje nu ook. Het ziet er echt uit. Dit is toch geen grap. Of wel soms? “Ilse, hoe kijk jij naar dit filmpje?” vervolg je het gesprek.

Rol en functie opvoeder

In de leeftijdsfase tussen 11 en 16 jaar treedt er een rolwisseling op. Niet langer kan een opvoeder alles vooruitzien, vooruit bedenken of bijbenen. De jongere ontwikkelt lichamelijk en verstandelijk snel, ontdekt zichzelf en anderen en leert nieuwe vaardigheden aan. Op het gebied van nieuwe media heeft de jongere nu vaak een voorsprong in informatie en vaardigheden in vergelijking met zijn opvoeder die opgegroeid is in een andere tijd en generatie. Veel opvoeders moeten wennen aan deze nieuwe situatie.

Het voor jongeren zo lang mogelijk weghouden van elke vorm van media is geen goede oplossing. Een ander veel voorkomend verschijnsel is om de mediaopvoeding daarom maar helemaal los te laten. In beide situaties is er geen sprake van een echte mediaopvoeding waarin jongeren stap voor stap leren om zelfstandig en op een verantwoorde manier nieuwe media toe te passen. Goed mediagebruik is er pas als de jongere leert om media wijs te gebruiken vanuit de levenshouding van een christen; als pelgrim, als dienaar, als leerling en als burger. Dit is in de opvoeding telkens weer het ijkpunt.

Gesprekstips

- Praat regelmatig met elkaar over het gebruik van media en de omgangsregels rondom het gebruik hiervan. Doe dit open en vraag aan de jongere hoe hij vindt dat iedereen om moet gaan met media. Bespreek samen wat wenselijk is en wat niet. Betrek hier op een positieve manier de levenshouding van een christen bij.
- Vertaal met elkaar de Tien Geboden heel praktisch naar de online omgeving en beperk dit niet alleen tot het zesde en zevende gebod. Wat vraagt



God in ons hele leven? Hoe blijkt dit uit de manier waarop we techniek gebruiken? Illegaal downloaden, copyrightscheiding, roddel, onwaarheid, eren van gezagsdragers enz. kunnen heel praktische gesprekstema's zijn.

- Leer een jongere om op basis van belangrijkheid prioriteiten te stellen. Welke dingen vindt hij écht belangrijk? Hoeveel tijd wil hij besteden aan school, hobby en ontspanning? Hoeveel tijd wil hij besteden aan anderen? Hoeveel tijd aan de kerk, Bijbellezen en bidden? Zet hierbij de dingen niet tegenover elkaar maar naast elkaar.
- Help een jongere om bepaalde programma's, series of filmpjes die in zijn of haar sociale omgeving populair te duiden door ze samen te bekijken. Door open en uitnodigende vragen te stellen leert de jongere een (eigen) Bijbels gefundeerde mening hierover te vormen en hier woorden aan te geven. Geef hierbij ook ruimte voor eigen opvattingen.
- Wees bij overmatig of ongewenst mediagebruik voorzichtig in het geven van negatieve en veroordelende reacties. Een jongere zal de (natuurlijke) neiging om

dingen te verzwijgen of stiekem te doen daardoor meer gaan ontwikkelen.

- Toon interesse voor de sociale omgeving van de jongere. Met wie is hij of zij bevriend? Welke contacten zijn belangrijk voor zijn of haar meningsvorming? Hoe gaan ze online en offline met elkaar om? Versterken ze elkaar in positief gedrag of in negatief gedrag? Maak dit desgewenst ook bespreekbaar.
- Blijf met jongeren in gesprek over media-invloeden en de manier waarop je jezelf hier tegen kunt beschermen. Leg uit waarom je als opvoeder (ook voor jezelf) een internetfilter nodig hebt en hoe je omgaat met reclameprikkelers en de eindeloze berichtenstroom die op je afkomt.
- Bespreek met elkaar berichten die langs komen via de krant, een tijdschrift, of via social media rondom nieuwe media en vraag jongeren hierop te reageren. Jongeren zullen veel berichten 'overtrokken' vinden. Zoek samen naar de kern waar het om gaat en vraag hoe zij dit tegen komen en hiermee omgaan.

Tip

Praat met andere opvoeders over mediaopvoeding. Welke keuzes maken zij? Wat zijn daar de achterliggende gedachten? Respecteer elkaars zienswijzen en waak ervoor om als opvoeders niet tegen elkaar uitgespeeld te worden.



Handelingstips

- *Goed voorbeeld:* Een jongere leert meer uit het gedrag dan uit de woorden van opvoeders. De manier waarop opvoeders zelf media gebruiken is bepalend voor hun mediaontwikkeling.
- *Wees nieuwsgierig:* Veel opvoeders vinden het zelf ook ingewikkeld om nieuwe media te gebruiken vanuit een bewuste levenshouding als christen. Ga daarom open het gesprek aan en stel je open voor de zienswijze van deze jongere. Verdiep je in de mediawereld van een jongere. Leer door zijn ogen te kijken en door zijn oren te luisteren. Dit doe je door je eigen oordelen op te schorten en door uitnodigende en belangstellende vragen te stellen. Laat een jongere vertellen hoe sociale media werken, wat er leuk aan is, wat ze tegen komen en hoe daarmee omgegaan wordt. Stel open vragen en wees niet bij voorbaat negatief.
- *Vanuit kwetsbaarheid naar kracht:* Mediagebruik vormt in veel gezinnen een van de strijdpunten. Probeer situaties te voorkomen waarbij er over en weer geen begrip meer is en realiseer je dat in elk conflict met een jongere ook een mogelijkheid zit van écht contact van hart tot hart. Dat begint met zelf transparant zijn over je kwetsbaarheid als opvoeder en de manier waarop je als christen in het leven staat. Een open gezinscultuur is hierbij erg belangrijk, net als de ruimte hebben voor een openhartig gesprek.
- *Geef en vraag verantwoordelijkheid:* Creëer een positieve speelruimte waarbinnen een jongere zelf verantwoordelijkheid kan dragen. Doe dit door hem uit te dagen om zelf te vertellen hoe media goed gebruikt kan worden. Maak als opvoeder zelf de stap van 'controle' naar 'verantwoording vragen'. Toon zelf voorbeeldgedrag door transparant te zijn over je eigen mediagebruik.
- *Werk toe naar zelfstandigheid:* Werk bij een jongere toe naar steeds meer zelfstandigheid. Geef stapsgewijs meer ruimte om online actief te zijn (bijvoorbeeld door aankopen te mogen doen), maar werk ook toe naar het moment dat een jongere zelf verantwoordelijkheid leert nemen voor zijn of haar online gedrag. Stimuleer jongeren om vanaf hun 16e binnen een vertrouwde vrienden groep ook gebruik te gaan maken van App's waarin jongeren elkaar helpen om zich aan de afspraken te houden (Accountability). Denk hierbij ook aan het project Yona (www.yona.nu).
- *Maak concrete afspraken:* Maak met elkaar afspraken over wanneer en waar een jongere media mag gebruiken en wat hij of zij online mag doen. Help een jongere hierdoor om heldere keuzes te maken. Voor jonge jongeren kan het een heldere

regel zijn om de smartphone niet mee te nemen naar de plaats waar huiswerk wordt gemaakt. Of leer jongeren aan om aan het eind van de avond de telefoon weg te leggen en uit te schakelen voor het slapen gaan. Wees ook ten aanzien van de zondag klip en klaar welk mediagebruik hier wel en niet bij past.

- *Biedt alternatieven:* Stimuleer jongeren om aan de ene kant media goed in te zetten (als christen) en aan de andere kant om medialoze perioden te hebben van bezinning, rust, ontspanning en toewijding aan andere dingen. Stimuleer een hobby, sport, vrijwilligerswerk en het aangaan van echte contacten in de buurt en kerkelijke gemeente.
- *Fouten maken mag:* Alle begin is moeilijk. Dit geldt ook voor het mediagebruik van jongeren. Wordt niet meteen boos of wees niet meteen teleurgesteld als een jongere een regel overtreedt of een afspraak niet nakomt. Spreek hem er wel op aan en zeg dat u verwacht dat deze fout niet weer voorkomt.



Referenties

Angerenstein (2011). *Methodisch begeleiden. SAW Digitale content, DC67 Morele ontwikkeling en opvoeding*. Meppel: Edu'actief. Op 15 juni 2016 verkregen van: http://www.profi-leren.nl/files/saw_dc67_morele_ontwikkeling.pdf

Fieret, W. (2015). *Vorming onder spanning. Refo-jongeren in de moderne cultuur. Lectoraat Werken aan de Opdracht*. Amersfoort: Hoornbeek.

Jacobse, J.J. (2015). *Bezinning: Digitale Media. Terdege* 32(15), 34.

Kennisnet (n.d.). *Mijn Kind Online, diverse webartikelen*. Op 15 juni 2016 verkregen van: mijnkindonline.nl/leeftijd/13-18-jaar.

Lectoraat Nieuwe Media (2013). *Onderzoek mediagebruik jongeren*. Gouda: Driestar educatief.

Lectoraat Nieuwe Media (2016). *Onderzoek naar verandering in gebruik sociale media onder jongeren uit de gereformeerde gezindte*. Gouda: Driestar educatief.

Mediawijsheid.nl (n.d.). *Woordenboek Mediawijsheid*. Op 10 juni verkregen van: www.mediawijsheid.nl/buzz

Nederlands Jeugd Instituut (2015). *Media? Gewoon opvoeden! Toolbox Mediaopvoeding voor professionals. Factsheet mediagebruik 6- tot en met 8-jarigen*. Utrecht: NJI.

Nederlands Jeugd Instituut (2015). *Media? Gewoon opvoeden! Toolbox Mediaopvoeding voor professionals. Factsheet mediagebruik 13- tot en met 18-jarigen*. Utrecht: NJI.

Profi-leren (n.d.). *Morele ontwikkeling en opvoeding*. Op 10 juni 2016 verkregen van www.profi-leren.nl/files/saw_dc67_morele_ontwikkeling.pdf.

Verslavingszorg Noord Nederland (n.d.). *Populaire games*. Op 15 juni 2016 verkregen van: <http://www.vnn.nl/meer-weten-over/gamen/populaire-games/>

Meer lezen

Compernelle, T. (2015). *Ontketen je brein: hoe hyperconnectiviteit en multitasken je hersenen gijzelen en hoe je eraan kunt ontsnappen*. Amsterdam: Lannoo-Meulenhoff.

De Bruijn, S. D., (2015). *De sneltrein van de sociale media*. *Kerkblad Hersteld Hervormde Kerk*, 14-15.

De Bruijn, S. D., (2015). Een noodrem voor de sociale media. *Kerkblad Hersteld Hervormde Kerk*, 14-15.

De Bruijn, S. D., & Van Dam, H. (2017). *Pelgrim in medialand*. Apeldoorn: Uitgeverij De Banier.

Fieret, W. (2015). Vorming onder spanning. Refo-jongeren in de moderne cultuur. *Lectoraat Werken aan de Opdracht*. Amersfoort: Hoornbeeck.

Heuves, W. (2006). *Pubers, ontwikkeling en problemen*. Assen: Uitgeverij Van Gorcum.

Nederlands Jeugd Instituut (2015). *Media? Gewoon opvoeden! Toolbox Mediaopvoeding voor professionals*. Utrecht: NJI

Pardoen, J.A. (2012). *Focus! Over sociale media als grote afleider*. Amsterdam: SWP Uitgevers.

Pardoen, J.A., Pijpers, R., & Boeke, H. (2005). *Mijn kind online: hoe begeleid je je kind op internet*. Amsterdam: SWP Uitgevers.

Valkenburg, P. (2014). *Schermgaande jeugd: over jeugd en media*. Amsterdam: Prometheus.

Driestar *onderwijsadvies*



Driestar educatief

Burg. Jamessingel 2 Postbus 368 2800 AJ Gouda
T 0182-540333 info@driestar-onderwijsadvies.nl

www.driestar-onderwijsadvies.nl

Driestar onderwijsadvies adviseert en begeleidt scholen voor voortgezet en (speciaal) basisonderwijs, met inspirerend onderwijs en goede zorg als ideaal. Wij zijn een onderdeel van kenniscentrum Driestar educatief en werken nauw samen met Driestar hogeschool en Driestar managementadvies.