



Inhoudsopgave

Inleiding	4
1 Social media	5
1.1 <i>Wat is social media?</i>	5
1.2 <i>De geschiedenis van de social media</i>	5
1.3 <i>De werking van social media</i>	5
1.4 <i>Varianten van social media</i>	6
1.4.1 Facebook	6
1.4.2 Twitter	6
1.4.3 YouTube	6
1.4.4 Hyves	7
1.4.5 Habbo	7
1.4.6 Whatsapp	7
1.5 <i>Voor- en nadelen</i>	8
1.6 <i>Verschillen en overeenkomsten</i>	9
1.7 <i>Conclusie</i>	10
2 Net-generatie	11
2.1 <i>Jongeren van de 21^{ste} eeuw</i>	11
2.1.1 Eigenschappen	12
2.1.2 Eigen weg	12
2.2 <i>Vaarwel boek!</i>	13
2.2 <i>Mediagebruik</i>	13
2.2.1 Intensief gebruik	13
2.3 <i>Kenmerken van Net-generatie</i>	14
2.3.1 Netwerken als lifestyle	14
2.3.2 In het echt én virtueel	15
2.3.3 Multitasking	15
2.3.4 'Twich speed'	15
2.4 <i>Conclusie</i>	16
3 Aantrekkingskracht en invloed	17
3.1 <i>De digitale samenleving van nu</i>	17
3.2 <i>Digital natives</i>	18
3.3 <i>Succes</i>	19
3.4 <i>Steeds jonger</i>	19
3.5 <i>Virtuele én echte vrienden</i>	19
3.6 <i>Conclusie</i>	20
4 De leef- en ontwikkelwereld van het oude kind	21
4.1 <i>De ontwikkeling van het kind</i>	21
4.2 <i>Van kind naar tiener</i>	21
4.3 <i>Sociaal-emotionele ontwikkeling</i>	21
4.4 <i>Anticiperende socialisatie</i>	21
4.5 <i>Sociale identiteit</i>	22
4.6 <i>Conclusie</i>	22
5 Gunstig of gevaar?!	23

<i>5.1 Nadelen</i>	23
5.1.1 Non-verbale communicatie	23
5.1.2 Kwetsbaar	23
5.1.3 Misbruik en privacy	23
5.1.4 Cyberpesten	24
5.1.5 SMS	25
5.1.5 Zwarte kant	26
<i>5.2 Voordelen</i>	27
5.2.1 Onderwijsgerelateerd	27
<i>5.3 Conclusie</i>	27
6 Tips en trucs	29
6.1 <i>Mijnkindonline.nl en mediaopvoeding.nl</i>	29
6.2 <i>Tips vanuit de literatuur</i>	29
6.3 <i>Hoe ga je met internet om?</i>	30
6.4 <i>Conclusie</i>	31
7 Eindconclusie literatuur	32
8 Praktijkonderzoek	33
8.1 <i>Inleiding</i>	33
8.2 <i>Opzet praktijkonderzoek</i>	33
8.2.1 Soort onderzoek en onderzoeksgroep	33
8.2.2 Methode en instrumenten	33
8.2.3 Validiteit en betrouwbaarheid	34
8.3 <i>Onderzoeksresultaten</i>	34
8.3.1 Resultaten enquête	34
8.3.2 Resultaten interviews	38
8.4 <i>Conclusie</i>	40
9 Eindconclusie	42
10 Evaluatie van het onderzoek	44
10.1 <i>Bevindingen</i>	44
10.2 <i>Discussie</i>	44
10.3 <i>Generaliseerbaarheid</i>	45
10.4 <i>Aanbevelingen</i>	45
11 Samenvatting	46
Bibliografie	47
Boeken, kranten en tijdschriften	47
Bijlagen	
<i>Bijlage 1</i>	<i>Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.</i>
<i>Bijlage 2</i>	<i>Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.</i>
<i>Bijlage 3</i>	<i>Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.</i>

Inleiding

Hierbij presenteer ik mijn afstudeeronderzoek over social media. Een actueel onderzoek, want je leest tegenwoordig veel over het gebruik van social media in de kranten of je ziet berichten op de tv. Dit onderwerp boeit mij omdat ik overal om me heen de social media zie groeien. Met de komst van de smartphones is dit helemaal in een rap tempo gegaan. Meer dan 1 op de 7 mensen op de wereld heeft een account op Facebook.¹ Dat zijn zo ongelooflijk veel mensen! Al die mensen willen graag op de hoogte gehouden worden van de News Feeds van hun vrienden, maar ook het laatste nieuws lezen op bijvoorbeeld Nu.nl.

Als leerkracht vind ik het essentieel om goed op de hoogte te zijn van de ontwikkelingen en trend van de social media. Kinderen in de klas nemen er deel aan en dat zal alleen maar meer worden. Wij, als leerkrachten, moeten kinderen leren omgaan met deze nieuwe media. Mijn onderzoeksvraag is dan ook:

Welke invloed hebben de social media op de sociaal-emotionele ontwikkeling van een kind (8-12 jr.) en hoe kunnen kinderen veilig met sociale media om leren gaan?

Ik behoor zelf tot de *Net-generatie*, dus ik gebruik in mijn onderzoek een selecte groep kinderen van 8-12 jaar. Ik verwacht dat de social media zoveel invloed verkregen hebben door de laagdrempeligheid van het communiceren. Het is makkelijk om jeugd te bereiken via de social media, maar het is ook makkelijk voor jongeren zelf om te communiceren via social media. Hierbij denk ik aan Facebook, Hyves en Twitter, maar er zijn veel meer social media. In het eerste deel ga ik meer in op welke varianten er van social media zijn en wat de verschillen/overeenkomsten zijn, waarna ik meer vertel over de Net-generatie. Waarom wordt deze generatie zo genoemd en wat zijn kenmerken van deze generatie staan hierin centraal. Hierna zal ik verder ingaan op de aantrekkingskracht en invloed van social media. Deze invloed heeft alles te maken met de leef- en ontwikkelingswereld van het oude kind, dus hier wijd ik ook een gedeelte van het literatuuronderzoek aan. De social media is een grijs gebied voor veel leerkrachten. Dit hoop ik duidelijker te maken in het gedeelte over de voordelen en nadelen van de social media. Ik sluit mijn literatuuronderzoek af met tips vanuit de literatuur om kinderen veilig om te leren gaan met social media.

Uit de literatuur is gebleken dat het cruciaal is om kinderen te onderwijzen over de social media, maar op welke manier kunnen leerkrachten dit doen? In mijn praktijkonderzoek heb ik d.m.v. een enquête en interviews geprobeerd antwoord te krijgen op de praktijkvraag:

Op welke manier kunnen leraren kinderen leren social media-bekwaam te worden?

Door dit onderzoek kan ik meer aan de praktijk bijdragen als het gaat om het gebruik van social media in de klas of op schoolniveau. Ik kan de kinderen helpen met het leren verantwoord om te gaan met social media, ik kan ouders en verzorgers informeren over de invloeden van social media en uiteraard kan ik door dit onderzoek de social media ook inzetten in mijn eigen onderwijs. Dit past ook bij mijn visie. Ik vind het belangrijk dat kinderen zich vrij voelen in wie ze zijn en ze dat ook in de klas kunnen zijn. De actuele ontwikkelingen binnen de belevingswereld van jeugd en jongeren wat betreft social media, kunnen het kind een onveilig gevoel in de klas geven. Door mijn verdieping in de invloed en gebruik van social media door kinderen van 8-12 jaar, kan ik hier beter op inspelen. Er wordt veel verteld over het feit dat de social media een slechte invloed hebben op de jeugd, maar ik wil ook de positieve kanten onderzoeken. Kinderen zijn regelmatig te vinden op de social media, wij als leerkrachten moeten ze hierin bijstaan en helpen. Hen social media-bekwaam maken.

¹ http://www.agf.nl/nieuwsbericht_detail.asp?id=89406

² <http://www.vandale.nl/opzoeken?pattern=media&lang=nn>

1 Social media

In dit hoofdstuk behandel ik het begrip *social media* en geef ik een korte uitleg over de varianten van *social media* die het meest door kinderen van de basisschool gebruikt worden.

1.1 Wat is social media?

Het begrip '*social media*' bestaat uit twee woorden: sociaal en media. Vanuit het woordenboek wordt sociaal als volgt omschreven: **1 in groepsverband, met soortgenoten levend: (...) 2 maatschappelijk, de menselijke samenleving betreffend: (...)** (Coenders, 1998, p. 1160). Sociaal betekent de omgang met en onder mensen, communiceren neemt hierin een grote rol. Medium wordt omschreven als **middel tot overbrenging van informatie** (Coenders, 1998, p. 769) en media wordt omschreven als **publiciteitsorganen: pers, radio en televisie** (Coenders, 1998, p. 768) en van Dale voegt aan de publiciteitsorganen ook internet toe.² De woorden *sociaal* en *medium* samen betekenen een medium waarop wederzijdse informatie-uitwisseling mogelijk is. De pers, radio en televisie is eenzijdig, maar met het huidige medium internet is deze wederzijdse uitwisseling wel mogelijk.

'*Social media*' is een verzamelnaam voor verschillende internetsites waarop gebruikers informatie kunnen uitwisselen en waarbij er geen of nauwelijks invloed is vanuit de redactie.³ De informatie die wordt uitgewisseld kan op diverse manieren overgebracht worden; via tekst, foto, video en geluidsopname. Wat juist kenmerkend is voor de *social media* zijn de onderlinge conversatie en interactie.⁴

1.2 De geschiedenis van de social media

De geschiedenis van de social media wil ik illustreren d.m.v. een tijdbalk. (Hooge, 2012) Deze tijdbalk kunt u vinden in bijlage 1.

De tijdbalk laat zien dat de social media ontstonden in 1971. Deze tijdbalk is daarin niet helemaal exact, want het begon allemaal in 1969 (Eduard, 2013). Op 29 oktober 1969 werd namelijk de Universiteit van Los Angeles digitaal verbonden met het researchinstituut van Stanford. Dit netwerk werd 5 december uitgebreid met een aantal andere universiteiten. Dit netwerk werd ook wel ARPANET genoemd. Naarmate de jaren verstreken werd ook het netwerk steeds groter. Docenten en studenten gingen met elkaar communiceren (e-mailing) en digitaal gegevens delen. Hiermee was *social networking* ontstaan.

1.3 De werking van social media

De bezoeker van de website heeft de grootste rol, want hij zorgt voor de inhoud van die website. Denk aan een statusupdate op Facebook, een *tweet* via Twitter, een filmpje op YouTube, enz.

In §1.1 is reeds beschreven wat het begrip *social media* betekent en waar deze betekenis vandaan komt. Dit verduidelijkt ook meteen waarom de social mediawebsites zo in trek zijn. Mensen gaan op zoek naar andere mensen die van dezelfde dingen houden en dezelfde

² <http://www.vandale.nl/opzoeken?pattern=media&lang=nn>

³ <http://www.social-media.nl>

⁴ <http://socialmediasucces.nl/social-media-informatie/>

dingen doen; de zogenaamde 'peers'. Men gaat dus op zoek naar mensen met gelijkwaardige normen en waarden. Wanneer er op een bepaalde site een 'kritieke massa' bereikt is, kan het *sneeuwbaaleffect* optreden. Dit houdt in dat steeds meer mensen ook willen weten wat er op die site gebeurt en wat er mogelijk is. Steeds meer mensen komen op de site af en melden zich bij de site aan. Websites die dit sneeuwbaaleffect hebben meegemaakt zijn bijvoorbeeld: Facebook, LinkedIn, YouTube, Twitter, Hyves, MySpace, maar ook Schoolbank en NuJij.⁵

1.4 Varianten van social media



1.4.1 Facebook

In 2004 werd 'The facebook' opgericht door Mark Zuckerberg. In eerste instantie was dit alleen bedoeld voor de Harvard-universiteit, maar nog geen twee jaar later is het uitgegroeid tot een wereldwijde website waar volgens een meting op 4 oktober 2012 één miljard mensen lid van zijn. Dat betekent dat één op de zeven mensen op de wereld Facebook heeft!

Facebook is een internationale site waarop je een eigen profiel aan kunt maken. De naam zegt het eigenlijk al, je zet een pagina van jezelf online waarop je laat zien wie je bent en wat je doet. Dat maakt het ook zo populair, omdat je al deze informatie kunt delen met anderen zoals je mooiste vakantiefoto's, je lekkerste eten of je favoriete muziek.

Via Facebook kun je vrienden worden met andere gebruikers. Dit kunnen allerlei mensen zijn; familie, vrienden, collega's of mensen die je helemaal niet kent. De enige eis is dat ze zelf ook een eigen Facebookpagina hebben.



1.4.2 Twitter

Twitter is in 2006 voor het eerst actief, nadat het in eerste instantie opgezet was als onderzoeksproject. Het is opgezet als een vorm van microblogging (versturen van een korte tekst). Het doel van Twitter is om via beknopte informatie te laten weten wat je doet. De bedoeling is dan dat geïnteresseerden die jou volgen (ook wel Followers) je berichten kunnen lezen en hierop reageren.



1.4.3 YouTube

YouTube is in 2005 ontstaan en gemaakt door drie medewerkers van PayPal. Het bedrijf groeide snel en in 2006 stond de site tussen de top 10 van meest bezochte websites. Eind 2009 werd YouTube door een Amerikaans blad uitgeroepen tot website van het decennium.

YouTube is een website waarop gebruikers video's plaatsen en waarop iedereen filmpjes kan bekijken. Je moet je wel registreren als je zelf een filmpje op YouTube wilt zetten. Wil je gewoon een filmpje bekijken, dan hoeft dat niet. De filmpjes op YouTube worden *online gestreamd*. Dat betekent dat je het niet eerst hoeft te downloaden voordat je het wilt bekijken. Het filmpje wordt namelijk gedownload terwijl je aan het kijken bent.

⁵ <http://www.social-media.nl>



1.4.4 Hyves

Hyves is een Nederlandse sociaalnetwerksite, vergelijkbaar met het internationale Facebook en MySpace. Het idee is dan ook hetzelfde als bij deze sites: je maakt een profiel aan van wie je bent en met dit profiel kun je online communiceren met andere hyvers. Zonder profiel heb je ook geen toegang tot de profielen van andere gebruikers.

Hyves is in 2004 opgericht en is zeer gemakkelijk in gebruik. Een profiel aanmaken doe je door simpele vragenlijsten in te vullen en afbeeldingen te uploaden.



1.4.5 Habbo

Habbo is een virtueel hotel waar je rond kan lopen. Hiervoor moet je wel jezelf registreren. Dit kun je doen door je aan te melden via de social media: Facebook, Hyves of Twitter. Na registratie kun je je eigen kamer indelen zoals je zelf wilt en kun je meubels plaatsen. Om bepaalde meubi (meubelen) te kopen, moet je betalen met *credits*. Deze *credits* moeten echter wel met 'echt' geld gekocht worden. De waarde van een credit is €0,14 en de kosten van meubi kan variëren tussen 1-25 *credits*.

De virtuele openbare ruimten zijn gelijk aan de werkelijke openbare ruimten in een hotel. Zwembaden, lobby's, ontvangstruimtes en theaters zijn hier voorbeelden van.

Via de chatrooms kun je berichten sturen naar vrienden en andere gebruikers. Ook kun je via de chatroom kijken wie van je vrienden online is en kun je naar dezelfde ruimte gaan als waar hij zich bevindt.



1.4.6 Whatsapp

De historie van Whatsapp begint bij twee medewerkers van Yahoo! Inc. 'In de toekomst bezit iedereen een smartphone met internet', waren de gedachten van deze medewerkers en vonden daarom dat er een vervanging moest komen voor het sms'en. Het woord Whatsapp komt uit het Engels; het is een mengeling van 'What's up en app. What's up betekent 'hoe gaat het' in het Engels en app komt van applicatie.

Whatsapp is een goede manier om contact te houden met al je vrienden via je smartphone. Je kunt er berichten, foto's, geluidsbestanden en video's mee verzenden en ontvangen. Een groot voordeel is dat het gratis is, mits je internetverbinding op je telefoon hebt via WiFi of mobiel internet. Iedereen in je contactenlijst die ook de app op hun telefoon geïnstalleerd hebben kun je berichten sturen. Het is ook mogelijk om groepsgesprekken te starten met een groep vrienden. Zo heb je met één berichtje al je vrienden binnen het groepsgesprek bereikt.

Doordat Whatsapp gebruik maakt van je databundel (of via WiFi) hoef je geen sms'jes meer te versturen. Je belbundel hoef je dus alleen nog maar aan te schieten als je wilt bellen. (Hilgers & Zadelhoff van, 2012)

1.5 Voor- en nadelen

De hierboven beschreven *social media* hebben ook zo hun voor- en nadelen. Hieronder staat een overzicht van welk sociaal medium welke voor- en nadelen hebben.

	Voordelen	Nadelen
Facebook	- Gemakkelijk oude vrienden terugvinden - Contacten opnemen met gelijkgestemden (zelfde interesses, ed.) - Snel bereik van een breed publiek, wat voor bijvoorbeeld internetmarketing een uitkomst kan bieden	- Weinig privacy - Geen 'echte' vriendschap; met een simpele muisklik ben je al vrienden - Berichten zijn soms banaal; een Facebook-update dat je bijvoorbeeld op de wc zit
Twitter	- Erg actueel - Contact met vrienden, collega's en (oud)klasgenoten - Mogelijkheid tot discussiëren, waardoor er meningsvorming ontstaat	- Veel onzin - Een netwerk opbouwen gaat langzaam en vergt veel energie - Informatieoverload; wanneer er een netwerk is, is er teveel informatie om bij te houden
YouTube	- Grootste zoekmachine voor video's - Video's zijn vanaf YouTube te verspreiden over Twitter, Facebook en Hyves - Verborgen upload mogelijk; alleen met een link is er toegang tot het filmpje	- Muziek kan makkelijk via YouTube gedownload worden (rechtenschending) - Waarborgen van persoonsgegevens; niet iedereen wil via YouTube op een filmpje staan
Hyves Habbo	Hierbij gelden dezelfde voor- en nadelen als bij Facebook	
	- Ervaring in het virtueel ondernemen - Wereldwijd nieuwe contacten opdoen	- Eigen kamer inrichten kost veel geld - Meubels zijn alleen te kopen met credits die geld kosten - Account kan gehackt worden wanneer te zien is dat je 'rijk' bent
Whatsapp	- Snelle communicatie - Gratis versturen van berichten, foto's en filmpjes - Mogelijkheid tot vormen van groepsgesprekken; met één berichtje je vriendengroep bereiken	- Internetverbinding is noodzakelijk - Alleen mogelijk op een smartphone via de Whatsapp-app

1.6 Verschillen en overeenkomsten

De beschreven *social media* hebben elk hun eigen functie. De algemene deler is wel de wederzijdse communicatie, die tekenend is voor het begrip *social media*. Toch zijn er verschillen en overeenkomsten bij deze *social media*. Een duidelijk overzicht van de voor- en nadelen van de beschreven *social media* bij §1.4:

Eigenschappen	Facebook	Twitter	YouTube	Hyves	Habbo	WhatsApp
Privéberichten sturen	✓	✓		✓	✓	✓
Groepsberichten sturen	✓			✓		✓
Chatten met onbekenden					✓	
Multimedia uploaden	✓	✓	✓	✓		✓
Multimedia delen	✓	✓	✓	✓		✓
Persoonlijke profielpagina	✓	✓		✓	✓	
Vrienden toevoegen/volgen	✓	✓		✓	✓	
Bloggen	✓	✓		✓		
Status updaten	✓			✓		✓
Direct reageren op statusupdate	✓			✓		
Privacygevoelig	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Gebruik via computer	✓	✓	✓	✓	✓	
Gebruik via smartphone	✓	✓	✓	✓		✓

Wat gelijk opvalt in dit overzicht is de vele mogelijkheden van Facebook en Hyves. Deze komen geheel overeen en alleen het chatten met onbekenden is niet mogelijk. Althans niet mogelijk, je kunt via de chat van desbetreffend medium praten met je 'vrienden'. Maar zoals al in de nadelen beschreven staat, ben je door een simpele muisklik al vrienden. Wat is nog de betekenis van een vriendschap als het zo makkelijk aan te klikken is? Hier ga ik later nog verder op in. YouTube is het medium met de minste vinkjes. De overdracht van multimedia is ook vrij eenzijdig, maar door de makkelijke manier van uploaden en de reacties die op een video gegeven kunnen worden wordt het medium toch beschouwd als *social media*.

Waar ik naar toe wil met dit overzicht is de privacygevoeligheid. Bij elk behandelde medium is dit aangevinkt.

- Bij Facebook en Hyves gaat het om de profielpagina die je moet aanmaken met persoonlijke gegevens.
- Bij Twitter gaat het om wat je tweet, dit kan namelijk privacygevoelig zijn.
- Bij YouTube kun je gemakkelijk video's uploaden, maar wil iedereen die in de video voorkomt wel op YouTube staan?
- Bij Habbo heb je een persoonlijke kamer die je kunt inrichten naar eigen smaak. Het chatten onderling met onbekenden in je eigen of andere kamer kan persoonlijk worden en dus ook privacygevoelig.
- Bij Whatsapp is het redelijk privé. Op je eigen telefoon, met je eigen nummer, heb je contact met mensen waarvan jij ook het nummer hebt. Maar ook via dit medium kan privacygevoelige informatie verstrekt worden.



1.7 Conclusie

Het sociale netwerk ontstond in de jaren '70. Doordat Universiteiten via het netwerk gegevens met elkaar konden delen, ontstonden de eerste vormen van *social networking*. Door de komst van het internet is het *social networking* overgegaan in de *social media*. Facebook is een van de grootste en meest bekende social media-site, maar er zijn vele sites waarop de *social media* aanwezig zijn. Enkele voorbeelden van *social media* zijn Facebook, Twitter, YouTube, Hyves, Habbo en Whatsapp. Dit is slechts een selectie uit een ontelbaar groot aantal social media-sites.

Al deze *social media* hebben voor- en nadelen en voor elk medium is dit weer anders. Ieder medium heeft zo zijn kracht, maar ook zijn zwaktes. Door de meest gebruikte sites met elkaar te vergelijken, blijkt dat de privacygevoeligheid bij alle media een aandachtspunt is. Is het een zwakte van de *social media*? Ja, want door de makkelijke communicatie wordt de *social media* veel gebruikt door jongeren en zelfs kinderen. Deze (jonge) mensen zijn zich er niet (altijd) van bewust wat er gebeurt met de informatie die op internet belandt. Alles wat je op internet zet komt er heel moeilijk of zelfs nooit vanaf. We moeten hen helpen om hier verantwoord mee leren om te gaan. 'Hen', de Net-generatie.

2 Net-generatie

Voordat ik verder inga op het gebruik van de (social) media, wil ik eerst meer uitleggen over de jongeren van de huidige generatie. Dat wordt in dit hoofdstuk behandeld.

2.1 Jongeren van de 21^{ste} eeuw

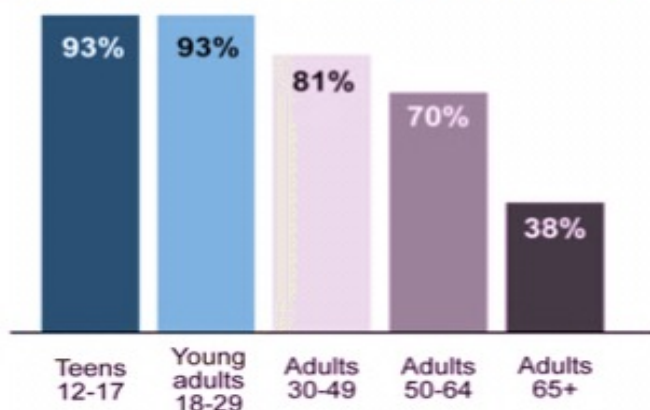
De generatie van de huidige jongeren wordt ook wel Generatie Einstein genoemd. Dit begrip is bedacht door Jeroen Boschma en Inez Groen en hebben hierover dan ook een boek geschreven. De Generatie Einstein kent vele namen: Net-generatie (Schilperoort & Huizinga, 2001), Wifi-generatie (Pijpers & Haan de, 2011), Homo Zappiens (Veen & Vrakking, 2006), enz. Ik houd het in dit onderzoek bij de Net-generatie. Dit begrip is afgeleid van het woord internet en dit houdt dus in dat het een generatie is die veel bezig is en opgegroeid is met het internet. Ik hou dit begrip aan, omdat dit de groep omvat die ik wil onderzoeken. Ook vind ik dit het beste begrip waaraan je duidelijk kunt zien om welke groep mensen het gaat.

Jeugd die vanaf jongs af aan gebruik maakt van internet-computers, en hier vanzelf vaardig mee worden, behoren tot deze generatie.

De Net-generatie is slimmer, sneller en socialer dan de voorgaande generaties, zo stellen de Boschma en Groen. Dat komt door de komst van nieuwe en vooral snelle media als het internet, games en mobiele telefoons. Door deze veranderingen moeten de deelnemers van de maatschappij flexibel en creatief zijn. Er moeten vaardigheden op de computer en internet aanwezig zijn. Tegenwoordig moet je een unieke persoonlijkheid hebben om iets unieks te kunnen toevoegen aan bedrijven en instellingen. Zulke persoonlijkheden hebben voor henzelf goed duidelijk wie ze zijn, wat ze kunnen en zijn niet bang om fouten te maken. Vanaf jongs af aan hebben deze mensen een gezond ego en zelfbeeld opgebouwd. De Net-generatie bevat zulke mensen. Waarom is deze Generatie slimmer, sneller en socialer? Dit heeft vooral te maken met de technologie. De Net-generatie heeft veel sneller in de gaten hoe iets werkt. Wanneer je naar de kinderen van 1-4 jaar kijkt, zijn er al kinderen die met hun vingers over het tv-scherm 'swipen', net als wat ze kunnen doen op een tablet of smartphone. Ze zijn als het ware slimmer in de technologie dan oudere generaties. Waar de oudere generaties de instructieboekjes en handleidingen erbij pakt, heeft de Net-generatie door de ondervinding al door hoe iets werkt.

Ook zijn veel kinderen van de Net-generatie socialer, zo stellen Boschma & Groen op blz. 17 in hun boek. Door het makkelijke contact via media, zijn ze meer in gesprek met elkaar dan aanvankelijk wordt gedacht. Vaak heeft het online en offline een groot vriendennetwerk en is het gewend om in groepsverbanden te werken. Men ziet de Net-generatie vaak als 3xG: genot, gemak en gewin (Boschma & Groen, 2010, pp. 7-13). Echter, deze generatie heeft juist vele positieve punten die ik verder zal beschrijven.

Who's online? The internet by age groups



Deze tabel laat duidelijk zien dat de Net-generatie het meest actief is op internet in vergelijking met oudere generaties

2.1.1 Eigenschappen

Door verschillende teksten met elkaar te vergelijken ben ik tot de conclusie gekomen dat Veen & Jacobs de meest volledige, overeenkomende eigenschappenlijst hebben. De eigenschappen van de Net-generatie zijn (pp. 17-21):

- *Netwerken als lifestyle*: ze hebben meerdere netwerken en vinden dit ook normaal.
- *In het echt én virtueel*: ze kunnen zich geen leven zonder digitale communicatiemiddelen voorstellen. Ze hebben een face-to-face identiteit, maar ook een online identiteit.
- *Multitasking*: ze kunnen veel meer informatie verwerken in dezelfde tijd dan generaties voor hen, omdat ze meerdere taken tegelijk kunnen doen.
- *'Twitch speed' en niet-lineair denken*: ze denken en verwerken informatie met een snelheid die moeilijk bij te houden is voor ouderen. Onmiddellijke behoeftebevrediging is belangrijk; op een vraag wordt een snel antwoord verwacht. Ze hebben een korte spanningsboog en zijn gewend aan sterk stimulerende visuele informatie.
- *Nieuwe taal*: er worden veel afkortingen gebruikt, bijna telegram-achtig.
- *Technologie als lucht*: een leven zonder de huidige technologie is ondenkbaar. Technologie blijft echter wel een hulpmiddel, deze moet zich aanpassen aan hen i.p.v. andersom.
- *Inverse opvoeding*: deze kinderen groeien op met computers en kunnen op een bepaalde leeftijd zelfs hun ouders wegwijs maken op het internet.
- *Zelfbesturing geeft zelfvertrouwen*: door het internet kunnen ze zichzelf ontwikkelen tot onafhankelijk en zelfsturend individu. Dit inzicht in eigen kracht geeft zelfvertrouwen.
- *Meerdere identiteiten*: via bijvoorbeeld chatrooms wordt geëxperimenteerd met sociaal gedrag in online omgevingen en zo vindt persoonlijkheidsontwikkeling plaats.
- *Samenwerken*: ze lijken zich méér onderdeel van een geheel te voelen dan generaties voor hen. Er wordt liever in teams gewerkt dan individueel.

'Die eigenschappen bezit die deze wereld heel hard nodig heeft: zelfbewustzijn, creativiteit, inventiviteit, slim technologiegebruik, maar ook een gezonde dosis wantrouwen, kennis van de wereld en vooral een heel eigen mening daarover (...).'
(Boschma & Groen, 2010, p. 123)

Een gezonde dosis wantrouwen, hierbij zet ik toch mijn vraagtekens. Juist omdat de generatie hierin opgevoed moet worden doe ik dit onderzoek. Ik vind dat de huidige generatie geen dosis wantrouwen bezit waarmee ze onbezorgd het internet op kunnen gaan.

2.1.2 Eigen weg

De Net-generatie staat veel positiever in het leven dan voorgaande generaties. Door het maken en volgen van je eigen weg en eigen keuzes ontstaat geluk. Niets is te gek of onbereikbaar, zij geloven in hun eigen toekomst. Hierdoor nemen ze dan ook weinig aan van de 'goede bedoelingen' van de ouders, docenten of de overheid. Ze maken dan ook een eigen keuze in vrienden, vrijetijdsbesteding en toekomst, ook als het om de tijdsbesteding van voorgaanden gaat. (Boschma & Groen, 2010)

2.2 Vaarwel boek!

Zoals hierboven al is beschreven, maken jongeren veel gebruik van 'nieuwe' media via de (spel)computer en mobiele telefoons. Ze gebruiken dit om samen te werken, zich creatief te uiten en te ontspannen.

Volgens het CPB (Centraal Plan Bureau) blijkt dat vooral jongeren het lezen vaarwel zeggen, in tegenstelling tot wat Bosch & Groen beweren. Dit blijkt uit cijfers. (Huysmans, Haan de, & Broek van den, 2004). In de periode van 1990 tot 2000 zijn er minder boeken gelezen door scholieren en studenten in Nederland (van 46% naar 26%). Nederlandse jongeren van 12 tot 19 jaar blijken zelfs nog maar minder dan 1 minuut per dag in de krant te lezen. Dit heeft een aantal redenen; de kranten stinken, de inkt geeft af, ze hebben een onhandig formaat, ze zijn onoverzichtelijk en de stukken zijn altijd anoniem. (Veen & Jacobs, ICT en Onderwijs, Leren van jongeren, 2004). Jongeren van deze generatie geven liever de voorkeur aan het lezen van berichten via het internet.

2.2 Mediagebruik

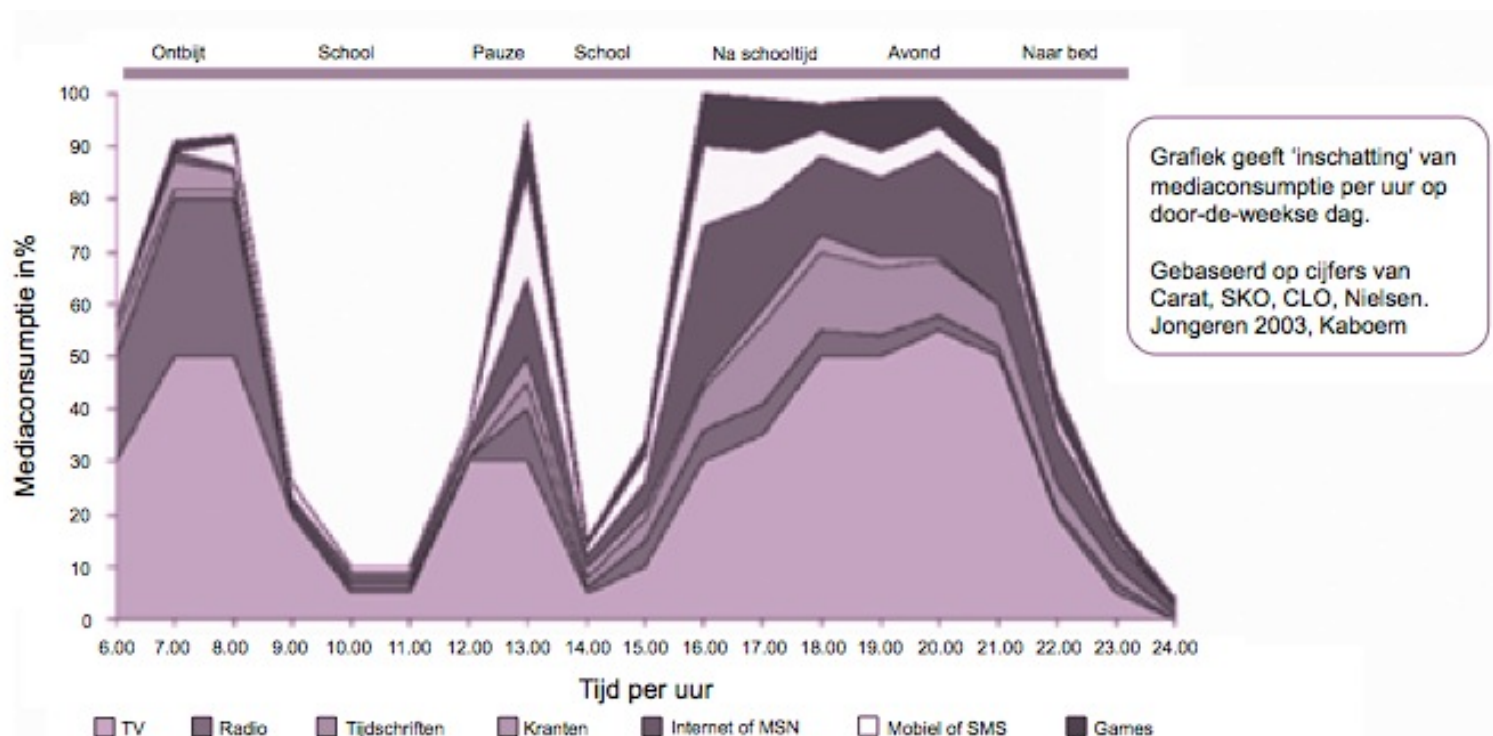
2.2.1 Intensief gebruik

De jeugd van tegenwoordig is opgegroeid met de media: ***"This is the first generation born with a mouse in their hands and a computer screen as a window on the world. Tweens understood icons before they could read. Now they surf the Net with an ease and a speed that belongs only to those who are at home in cyberspace."*** (Lindström & Seybold, 2003, p. 2)

Internet is onmisbaar tegenwoordig, helemaal bij de jongeren. Oblinger en Oblinger (2005) omschrijven de plaats van het internet in het leven van de Net-generatie als volgt: ***"One of the most striking attributes is the attitude toward the Internet. For the Net Gen, the Internet is like oxygen; they can't imagine being able to live without it."*** (Oblinger & Oblinger, 2005, p. 20) Met 'Net Gen(eration)' bedoelen ze de Net-generatie. De huidige generatie heeft namelijk meerdere benamingen die allen gebruikt worden.

De jongeren zijn niet meer gefascineerd van de media, net zoals oudere generaties niet meer gefascineerd zijn van de beschikbaarheid van elektriciteit. Voor het eerst in de geschiedenis is er een generatie die beter gewend is aan, meer kennis heeft meer 'geletterd' is dan hun ouders wat betreft het gebruik van de innovatie die centraal staat in de maatschappij. Deze kinderen en jongeren leren, spelen, communiceren, werken en creëren 'communities' op een heel andere manier dan hun ouders. Jongeren beschikken nu over krachtige middelen voor onderzoek, analyse, zelfexpressie, invloed en spel.

De volgende figuur geeft een geschat beeld hoe het mediagebruik onder de jongeren is.



BRON: VEEN & JACOBS, 2004, P.14

Volgens het figuur is het (zelf)mediagebruik onder jongeren op school het minst (gelukkig) en staan ze 's morgens op met de televisie en de radio. De tv blijft de gehele dag een belangrijk medium, maar later op de dag verandert het gebruik doordat internet, mobiel communiceren en games opkomen. Kranten worden bijna niet gelezen, tijdschriften vooral 's middags. Wanneer het mediagebruik in de klas wordt meegeteld, verandert deze grafiek uiteraard. (Veen & Jacobs, ICT en Onderwijs, Leren van jongeren, 2004)

2.3 Kenmerken van Net-generatie

2.3.1 Netwerken als lifestyle



Leven in netwerken is kenmerkend voor de Net-generatie. Overal om je heen zie je jongeren op hun mobiel zitten om de laatste nieuwtjes te lezen, te gamen of te communiceren. En dit beeld zal zeker niet afnemen, want het aanbod van mobiele apparaten wordt steeds groter. Deze apparaten kenmerken zich niet alleen door draagbaarheid en sociale interactiviteit, maar ook door gevoeligheid voor context. Ze kunnen namelijk reageren op gesimuleerde of echte data afhankelijk van locatie, omgeving, tijd, connectiviteit en individualiteit. Deze mobiele technologieën maken het mogelijk om tegenwoordig niet meer alleen te leren op een bepaalde plek, maar overal te leren. Hierdoor leer je niet alleen meer binnen de collegezaal, maar ook daarbuiten. (Veen & Jacobs, ICT en Onderwijs, Leren van jongeren, 2004)

2.3.2 In het echt én virtueel

Altijd online kunnen zijn en met anderen kunnen praten via het internet is voor veel jongeren een lifestyle. Het is ondenkbaar voor hen om zonder te leven. Denk maar aan het versturen van een email. Maar naast de email zijn er ook andere programma's gekomen wat het online communiceren mogelijk maakt. Instant messaging is hier een voorbeeld van. Msn bijvoorbeeld is het gemeenschappelijke communicatie-gereedschap en het mechanisme voor socialisatie en tijdverdrijf: ***“Talking to buddies online has become the information age way for teens to hang out and beat boredom.”*** (Oblinger & Oblinger, 2005, p. 23). In Nederland zijn er meer dan 6 miljoen gebruikers van msn, vooral jongeren. Jongeren communiceren met elkaar via dit medium, maar ook via andere (virtuele) media. Habbo is een wereld, zoals hiervoor beschreven, waar men virtueel kan rondhangen en praten met andere gebruikers. Hangen aan de bar, bij het zwembad op het hoteldak of in de disco.



WEBLOGS.NRC.NL

De Net-generatie heeft vaak een face-to-face identiteit en een online identiteit. Face-to-face kan iemand heel anders zijn dan online. Mijn broertje kwam met een opmerking die hier mooi op aansluit: *“Op Facebook is hij wel oké en tijdens de chat ook, maar in het echt is hij echt een nerd.”* Vaak heeft de Net-generatie online vrienden en vrienden die je echt kunt aanraken. Online kun je namelijk veel makkelijker contacten aangaan en verbreken, maar de conversaties zijn volgens deze generatie net zo waardenvol als de face-to-face conversaties. (Veen & Jacobs, ICT en Onderwijs, Leren van jongeren, 2004)

2.3.3 Multitasking

Snelheid en variatie is een kenmerk van het mediagebruik van jongeren. Ze gebruiken geprinte, audiovisuele en digitale media naast en door elkaar. *Multitasken* wordt dit ook wel genoemd; het snel switchen tussen informatiedragers. Tijdens het *whatsappen*, *pingen*, internetten of *tweeten* is ook vaak een achtergrondgeluid aanwezig, afkomstig van televisie, radio of muziek. Het kan voorkomen dat het geluid van de televisie uitstaat en dat de tv alleen fungeert als raam van de wereld. Het gaat dan om de bewegende beelden. Voor ouders is dit soms onbegrijpelijk en zeer irritant, maar het is absoluut geen onverschilligheid of ongeconcentreerd bedoeld. (Hermes, Naber, & Dieleman, 2012). Op deze manier kunnen zijn boodschappen vlug scannen en onderzoeken. Hetgeen wat ze interessant vinden onthouden ze, maar wat ze niks vinden wordt meteen weggegooid. Daarom zijn de jongeren ook kritische kijkers en zijn de strategieën van commerciële producenten makkelijk te doorgronden. (Heimgartner, 2008)



VROUW.BLOG.NL

2.3.4 'Twich speed'

De Net-generatie kenmerkt zich door de snelheid die ouderen nauwelijks kunnen volgen. Ze reageren snel en verwachten snelle reacties en antwoorden op vragen van vrienden, maar ook van diensten (Oblinger & Oblinger, 2005). De Net-generatie wordt daarom ook wel de *instant generation* genoemd,

omdat het minder geduld heeft. Er is behoefte aan snelheid en onmiddellijke behoeftebevrediging. Kinderen en jongeren willen dat het nú gebeurt, dat problemen nú worden opgelost, nú iets aanschaffen, nú iets weten. Ze hebben een hekel aan wachten en verveling, waardoor ze een korte spanningsboog hebben en gewend zijn aan sterk stimulerende visuele informatie. (Veen & Jacobs, ICT en Onderwijs, Leren van jongeren, 2004)

2.4 Conclusie

De Net-generatie, kinderen die opgegroeid zijn met het internet. Voor hen is het internet normaal en niet meer weg te denken. Er is veel onderzoek gedaan naar deze generatie. De kinderen zouden socialer, slimmer en sneller zijn. Eigenschappen van deze generatie zijn netwerken als lifestyle, in het echt én virtueel, multitasking, 'twitch speed' en niet-lineair denken, nieuwe taal, technologie als lucht, inverse opvoeding, zelfbesturing geeft zelfvertrouwen, meerdere identiteiten, samenwerken, zelfbewust, vol zelfvertrouwen, empathisch, creatief en samenwerkend. Ze zien hun eigen weg naar geluk en werken hier ook naar toe. Hierdoor staat deze generatie positief in het leven.

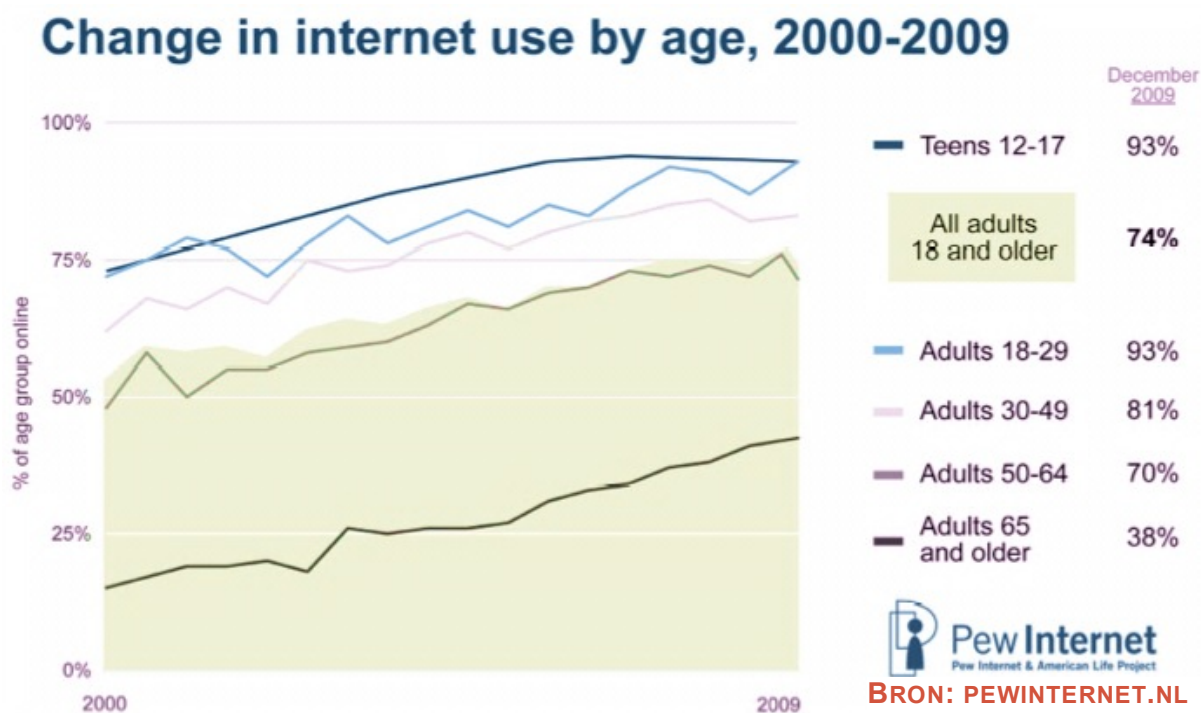
De generatie zit veel op het internet en haalt hier ook zijn informatie vandaan. Er worden steeds minder kranten en boeken gelezen. Veel informatie wordt via het internet verstrekt, op welke manier dan ook. Door de toegankelijkheid van deze informatie, maakt het dat de kinderen kunnen switchen tussen verschillende media; het multitasken. De kinderen en jongeren hechten veel waarde aan internet en de bijkomende (virtuele) wereld. Waar komt deze interesse en waarde vandaan? Dit heeft te maken met de aantrekkingskracht en invloed van het internet.

3 Aantrekkingskracht en invloed

Dat de media en *social media* invloed heeft op kinderen, jongeren en volwassenen is alom bekend. Maar waar komt die invloed vandaan en waarom voelen kinderen zich aangetrokken tot het internet? Deze vraag staat in dit hoofdstuk centraal.

3.1 De digitale samenleving van nu

Wanneer er naar de samenleving gekeken wordt, is deze ook steeds meer digitaal.



Bovenstaande grafiek is een mooie aanvulling op deze statement. Maar kijk ook eens naar het dossier WikiLeaks, de Project X-feesten (Facebook), Twitter in Tunesië en Egypte en allerlei andere spectaculaire gebeurtenissen in de afgelopen twee jaar. Internet is ons dagelijks leven, onze cultuur, onze manier van denken en onze manier van naar de wereld kijken aan het veranderen. De samenleving digitaliseert. De overheid maakt steeds meer gebruik van e-loketten, gameconsoles hebben net als de meeste telefoons toegang tot het internet, scholen communiceren met ouders via online(leer)platformen en zelfs via de social media kun je tegenwoordig al rouwen.

Kinderen en jongeren hebben altijd internet gekend en is dus niks nieuws. Zij zijn eigenlijk de zogeheten *digital natives* (Hecke van, 2012), wat betekent dat ze zijn opgegroeid met internet. Het *offline* en *online* leven heeft een versmelting gehad, waardoor de jongeren als het ware '*inline*' leven. Dat betekent dat waar je ook bent, je altijd in contact staat met het internet. Toen ik nog in de tienerjaren zat, kon ik even online gaan via de inbelverbinding. Dit kon niet te lang, want zo kon er niet gebeld worden met de telefoon. 'Vroeger' zei ik: 'ik kom zo online', maar



MEDIAWIJZER.NET

tegenwoordig hoeven jongeren dit niet meer te zeggen want alles gebeurt online.

Tegenwoordig heeft 97% van de tienjarigen de beschikking over een computer en heeft 96% hiervan internet.⁶ Hoewel de tieners het internet slechts gebruikt als communicatief instrument, zitten tienjarigen toch met grote schaal op netwerksites (Hecke van, 2012).

Veel kinderen en jongeren gebruiken de *social media* als communicatiemiddel en middel om informatie te delen. Discussies die bijvoorbeeld op school zijn begonnen, worden via de social media verder besproken.

Het schoolplein is niet meer dé ontmoetingsplaats voor kinderen en jongeren. Chatten en email zijn normale manieren geworden om mensen te leren kennen. (Sjöberg, 1999)

3.2 Digital natives

Als je een kind of tiener vraagt of hij/zij zich een leven zonder de media kan voorstellen, zal hij/zij als volgt kunnen antwoorden: *'Ik begrijp niet hoe je je vroeger kon vermaken. Wat moet je zonder computer, zonder internet en zonder msn?'* Laatst kwam ik een plaatje tegen die bij deze opmerking volledig aansluit en ik toch even moet laten zien.

Ik ben zelf in januari '90 geboren, maar ik kan me goed aansluiten bij het meeste wat genoemd wordt.

Voor de huidige jeugd zijn nieuwe media een bron van vermaak én een onmisbare schakel in de communicatie. Virtuele werelden waar veel in gespeeld wordt zijn Stardoll.nl en Habbo. Op Youtube.com worden filmpjes bekeken, die soms ook door henzelf erop worden gezet. Justin Bieber is een voorbeeld van zo'n tiener die hiermee ook erg beroemd is geworden. Ze plaatsen foto's van zichzelf op Hyves en 'krabbelen' op elkaars pagina over foto's die met hun camera of telefoon gemaakt zijn. (Pijpers & Haan de, 2011)



BRON: FACEBOOK.NL

De huidige smartphones zijn namelijk niet meer om alleen mee te bellen of te sms'en. Integendeel, tegenwoordig kun je al kiezen of je een internet- of minutenabonnement wilt. Het sms'en is vervangen door *pingen* en *whatsappen*. Een gratis online communicatie-app (applicatie) waar je via internetverbinding een gesprek aangaat met iemand van je contactenlijst die ook dezelfde app op zijn telefoon geïnstalleerd heeft.

⁶ http://www.apestaartjaren.be/sites/default/files/Apestaartjaren3_onderzoek_digitaal.pdf

Kortom: voor kinderen en jongeren zijn de 'nieuwe' media de gewoonste zaak van de wereld.

3.3 Succes

Het succes van internet onder kinderen en jongeren is te danken aan een aantal ontwikkelingen: (Pijpers & Haan de, 2011, p. 14)

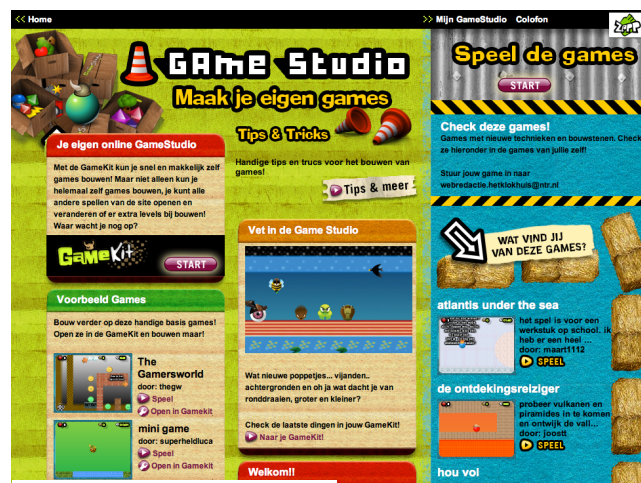
- Communicatiediensten als MSN (Windows Live Messenger) komen op.
- Web 2.0; de mogelijkheid om zelf informatie toe te voegen aan het web. Kinderen kunnen online zelf stukjes schrijven, foto's en video's plaatsen, enz.
- Het convergeren van de televisie, telefonie en audiovisuele media, waardoor de verschillen aan het verdwijnen zijn. Kinderen kunnen bijvoorbeeld met hun telefoon op internet surfen en op kandidaten in televisieshows stemmen en televisieprogramma's op de computer bekijken.
- De toenemende beschikbaarheid van content. Er is steeds meer informatie in de vorm van tekst, beeld en geluid waardoor iedereen zich op elk moment overal kan informeren en amuseren.

3.4 Steeds jonger

EU Kids Online laat een nieuwe trend zien: kinderen beginnen steeds jonger met internetten. Hierdoor worden de sites die eerst door jongeren gebruikt werden, steeds meer door kinderen ook gebruikt. Bijvoorbeeld: Hyves was oorspronkelijk bedoeld voor studenten, maar nu zitten er steeds meer basisscholieren op.

Kinderen van zes jaar beginnen al met het spelen van minispelletjes. Spele.nl is een site waar deze spelletjes worden aangeboden. Er komen steeds meer sites voor deze casual games. Je kunt als 4-jarige al via *Littlest Petshop* een spel via internet spelen. Hier heb je wel een code voor nodig die je kunt vinden op de halsband van een knuffel die je koopt in de winkel. (Pijpers & Haan de, 2011)

Tegenwoordig kunnen kinderen via gamestudio.nl van het Klokhuis een eigen game maken en deze op de site plaatsen zodat andere kinderen deze game ook kunnen spelen. De interesse voor social media komt bij kinderen rond de negen jaar.⁷



BRON: GAMESTUDIO.NL

3.5 Virtuele én echte vrienden

Zoals ik al eerder heb beschreven, heeft de Net-generatie vaak een echte identiteit en een virtuele identiteit. De werkelijke wereld en de virtuele wereld lijken steeds meer op elkaar en de verschillen vervagen.

Ouderen gebruiken de social media om contact te houden met vrienden via Facebook, te skypen naar een kennis in Australië, emailen om privégesprekken te voeren en LinkedIn om contact te houden met collega's. Het is een aanvulling op hun dagelijks netwerk, een soort

⁷ <http://www.mediaopvoeding.nl/achtergrondinfo/7-9-jaar>

handig gereedschap. Kinderen zijn hierin echter anders. Wanneer de kinderen meer geïnteresseerd raken in de buitenwereld, worden ze nieuwsgierig en zijn ze constant op zoek naar nieuwe contacten. Het is dan ook denkbaar dat de virtuele vrienden geen aanvulling, maar een realiteit zijn. Iemand die ze toegevoegd hebben na het spelen van een online spelletje, kan net zo goed een vriend zijn als een vriend die ze kennen uit de klas. (Cleijn, 2011)

3.6 Conclusie

Internet is niet meer weg te denken. Dat komt doordat de samenleving helemaal geïnfiltreerd is door het internet. Overal om je heen zie je het gebruik van internet. De kinderen zien dit ook en zijn daar gevoelig voor. Jeugd die opgegroeid is met internet worden ook wel *digital natives* genoemd. Zij spelen in virtuele werelden op het internet en gebruiken telefoons om contact te houden en te leggen met vrienden. Door de constante ontwikkeling van de technologie, voldoet internet steeds meer aan de eisen. Hierdoor wordt het gebruiksvriendelijker en zie je dat er steeds jongere kinderen op internet zitten. Als het om vrienden gaat, hechten zij net zoveel waarde aan virtuele vrienden als aan 'tastbare' vrienden. De leef- en ontwikkelingswereld van het kind speelt hierin een grote rol.

4 De leef- en ontwikkelwereld van het oude kind

Maar waarom voelt de jeugd zich zo aangetrokken tot de social media? Dat heeft vooral te maken met de leefwereld en belevingswereld van de jeugd. In dit hoofdstuk ga ik daarom de belevingswereld en de leefwereld van een tiener en puber beschrijven.

4.1 De ontwikkeling van het kind

Kinderen komen allerlei problemen tegen. Problemen met ouders, leeftijdsgenoten, school en de rest van de wereld. Tussen hun zesde en twaalfde levensjaar ontwikkelen kinderen allerlei competenties om deze problemen te doorstaan en ze een plek te geven. De sociale ontwikkeling zorgt er voor dat de vraag 'wie ben ik' steeds verder naar voren komt. Voor kinderen komt er in deze fase veel op hen af. Op de vraag 'wie ben ik' kan op social media gemakkelijk antwoord gegeven worden door vragen op hun profielpagina te beantwoorden. Bijvoorbeeld wat de hobby's zijn en waar de interesses van de kinderen liggen.

4.2 Van kind naar tiener

Wanneer je in de leeftijd komt van 10+, word je steeds vaker beschouwd als tiener of puber. In deze fase van het leven kom je in de *prepuberteit*. Je bent namelijk niet alleen puber door je leeftijd, maar ook door de verandering die je doormaakt. De verandering die hoog op het prioriteitenlijstje staat tijdens de puberteit is de sociale identiteit. Vragen als '*Wat vinden mensen van mij*' en '*Hoe ben ik een goed mens in de ogen van de maatschappij*' gaan steeds meer een rol spelen. (Delfos, 2008)

4.3 Sociaal-emotionele ontwikkeling

Als puber maak je een sociaal-emotionele ontwikkeling door. Het gaat hierbij vooral om het vormen van een eigen identiteit. Dat is een lastige klus, want de puber moet zich gaan losmaken van zijn ouders en na gaan denken over wie hij zelf is en wat hij belangrijk vindt in het leven. Tot aan je puberteit ben je volgestopt met de normen en waarden, opvattingen en ideeën van je ouders. Volgens Freud het zogenaamde *spiegelego*, wat een afspiegeling van het *superego* van je ouders is.

Als puber ga je je afvragen of jij het wel eens bent met het *superego* van je ouders. Het gebeurt dan ook vaak dat de puber het *spiegelego* van zich afschudt en zijn eigen gang gaat. Hierdoor merk je dat de puber geneigd is om te doen wat hij wil en trekt zich minder aan van hoe het hoort. Zo experimenteert de puber als het ware met zijn gedrag op de maatschappij en vormt hieruit zijn eigen normen en waarden. Op deze manier ontwikkelt de puber zelf zijn identiteit en *superego*. Dit *superego* lijkt overigens veel op het *spiegelego* wat de puber als kind heeft meegekregen. (Jong de & Vocht de, 1999)

De normen en waarden van een puber worden als het ware door zijn omgeving gevormd en hierbij komt het begrip *anticiperende socialisatie* om de hoek kijken. Hieronder ga ik hier verder op in.

4.4 Anticiperende socialisatie

Bij de overgang van kind naar tiener (of puber) gaat het ook om het veranderen van interesse. Een tiener wil graag bij een andere referentiegroep horen. Het gaat bepaalde kleding niet meer dragen, 'want dat is kinderachtig'. Het wil niet meer meedoen met

bepaalde spelletjes, 'want dat is kinderachtig'. Door bepaalde kleding te dragen en aan bepaalde activiteiten wel of niet mee toe doen kan je bij de 'tienergroep' gaan horen.

Het bij de tienercultuur gaan horen, vergt het een en ander van de tiener. Je moet namelijk wel de normen en waarden leren kennen van de nieuwe cultuur. Het overnemen van deze normen en waarden gebeurt via een proces, genaamd *anticiperende socialisatie* (Vincke, 2007). Bij sommige kinderen gebeurt dit proces op tijd, maar het kan ook voorkomen dat het te laat begint. Dit heeft te maken met de omgevingsfactoren. Hoe meer een kind of tiener omgaat met tienerculturen en subculturen, hoe groter de kans is dat het anticiperende socialisatieproces op tijd plaatsvindt. Dit proces gaat samen op met het veranderen van de kleding, muziekkeuze, activiteiten, non-verbale communicatie, enz. Je bent dus pas een tiener wanneer je het kind-zijn achter je laat en jezelf gaat bekijken, vergelijken en beoordelen vanuit een referentiekader van een tiener.

4.5 Sociale identiteit

De sociale identiteit wordt gevormd door te kijken wat de maatschappij waardeert en wat niet. Kinderen kunnen in deze fase erg gevoelig zijn voor idolen en figuren uit de media, omdat normen en waarden nog nauwelijks een rol spelen in het virtuele milieu. De commercie speelt daarentegen wel een grote rol in en het kind loopt een risico om ongetoetste normen te zien, maar geen kans krijgt om dit te toetsen bij hun ouders. Ouders zijn uiteraard betrokken bij hun kind, maar er wordt zelden gevraagd de activiteiten op het internet. Vaak gaat het over school, vrienden en sport. Ouders kunnen echter wel een grote invloed uitoefenen op de kinderen wat betreft normen en waarden, maar zijn hiervan nog te weinig bewust en voelen zich vaak machteloos.

Een belangrijke activiteit van deze fase is het vormen van vriendschappen. De vriendschappen worden snel gemaakt, snel verbroken en snel weer hersteld. Het virtuele milieu geeft natuurlijk met internet ontzettend veel mogelijkheden om te communiceren. Dag en nacht, in Nederland of in welk ander land dan ook. (Delfos, 2008)

4.6 Conclusie

Als kinderen tieners worden, komt de vraag 'Wie ben ik?' steeds meer naar boven. Tieners gaan kijken naar andere tieners en vergelijken zichzelf hiermee. Op deze manier kan een kind een tiener worden; door zich aan te sluiten bij de tienercultuur.

Bij de vraag 'Wie ben ik?' komt ook de verandering naar de puberteit kijken. Tieners gaan experimenteren met gedrag; wat kan wel en wat kan niet. Ze laten het spiegelego van hun ouders achter en gaan hun eigen gang.

Tijdens de vorming van de sociale identiteit zijn de tieners gevoelig voor andere meningen. Ze willen graag bevestiging zien en horen. De social media wordt hier vaak bij gebruikt. Mooie foto's en stoere filmpjes zorgen voor veel reacties die de onzekerheid van de tieners weer kan sussen.

5 Gunstig of gevaar?!

In dit hoofdstuk ga ik verder in op de gevolgen van het gebruik van social media. Zowel de voordelen als de nadelen zullen worden behandeld.

5.1 Nadelen

5.1.1 Non-verbale communicatie

Een groot nadeel van communiceren via internet is het missen van de non-verbale communicatie. Mimiek, stem, gebaren, uitdrukking van je gezicht, houding, kleuren, geuren, allerlei factoren bepalen de aard van het gesprek en je bedoelingen. Dit gaat automatisch, zonder dat je het weet. Als je met iemand via msn praat, kunnen sommige dingen heel anders overkomen dan dat ze bedoeld zijn. De signalen ontbreken dus. Als je je gesprekspartner nog nooit in werkelijkheid gezien of gesproken hebt, is het zeer moeilijk je een beeld te vormen van die persoon. Iemand kan een tekst typen, maar dat vertelt je feitelijk niets over de werkelijke bedoelingen van die persoon en wat dat voor iemand is.



De *emoticons*, de gezichtjes met emoties, kunnen die rol van non-verbaliteit ook niet overnemen. Hierdoor worden dingen soms overdreven beschreven en vervangt de overdrijving de non-verbale uiting. Doordat dingen anders over kunnen komen, is bijvoorbeeld het cyberpesten ontstaan. Kinderen die gepest worden spenderen meer tijd op het internet, terwijl ze daar vaak nog erger gepest worden. (Delfos, 2008)

ONDERDE18.VRIJESCHOOLDENHAAG.NL

5.1.2 Kwetsbaar

Tegenover het positieve van meer intimiteit en openhartige gesprekken staan pesterijen en bedreigingen. Vooral de eenzame jongens (10-16 jaar) zijn 'kwetsbaar'. (Eijnden van den & Vermulst, 2007). Ze hopen op contact, maar gebruiken bijvoorbeeld niet de goede taal of codes waardoor ze gepest worden. Tijdens het chatten voelen ze zich vaak kwaad of gefrustreerd.

In de virtuele wereld kan iemand iedere vorm aannemen. Een jongen, een meisje, een dier, enz. Kinderen hebben nog te weinig ervaring om dit goed te kunnen beoordelen. Kinderen hebben van nature een groter vertrouwen en zijn daardoor een makkelijke prooi voor kwaadwillenden.

5.1.3 Misbruik en privacy

De digitale kinderlokker is er nog steeds, maar hier wordt niet meer zoveel voor gevreesd dan voorheen. Dit komt waarschijnlijk door het feit dat ouders, maar ook jongeren zelf, zich meer bewust zijn geworden van dit risico en hier dus meer alert op zijn. Alleen komen er nu andere vormen van misbruik naar voren, zoals de privacykwestie. Social media zijn gebaat bij belangrijke en persoonlijke gegevens van zoveel mogelijk gebruikers, waardoor ze het moeilijker maken om deze gegevens af te schermen. Welke jongere leest de privacyvoorwaarden nou? Hij wil toch meedoen met de anderen om zich heen. Wanneer hij later toch wat informatie af wil schermen, moet hij diep in de instellingen van het eigen profiel duiken om te bepalen wie wel of geen toegang heeft tot de door hem geplaatste informatie. Een voorbeeld hiervan is de wijziging die Facebook in september 2010 heeft doorgevoerd.

Een op het oog kleine aanpassing van de manier waarop met friend requests wordt omgegaan, heeft eigenlijk grote gevolgen. Als er een verzoek binnenkwam van iemand die je 'vriend' wilde worden, kon je voorheen als facebookgebruiker bevestigend of ontkennend antwoorden door te klikken op *confirm* of *ignore*. *Ignore* betekende feitelijk: 'Nee, ik wil jou niet als vriend.' Inmiddels is de *ignore*-knop vervangen door *not now*. Je denkt dat je daarmee klaar bent, maar wat er eigenlijk gebeurt is dat Facebook op dat moment die persoon, die je dus niet als vriend hebt willen toevoegen, automatisch lid maakt van al jouw publieke (*everyone*) posts in de *News Feed*. Dit betekent dat iemand je toch kan volgen terwijl jij je daar waarschijnlijk niet bewust van bent. Echt blokkeren kan wel, maar daarvoor moet je op zoek naar de behoorlijk ver weggestopte plek waar je dat kunt regelen.

Voor de Net-generatie zijn de social media belangrijk. Zo worden Facebook en Hyves gebruikt voor het delen van nieuwtjes met vrienden. Al die nieuwtjes zijn ook beschikbaar voor derden, tenzij je het knopje weet te vinden om dit uit te schakelen. Die informatie wordt dan ook gebruikt voor commerciële doeleinden. Als gebruiker zou je je hiervan eigenlijk bewust moeten zijn, maar dat is vaak nog maar de vraag. Scholen signaleren problemen waar het gaat om het besef hoe groot de reikwijdte is van internet. (Hermes, Naber, & Dieleman, 2012). Wat eenmaal op internet verschijnt, is er vaak nooit meer af te halen.



5.1.4 Cyberpesten

Het klassieke pesten is ook veranderd door de komst van de social media. Tegenwoordig pesten kinderen en jongeren namelijk ook via de social media. *Cyberpesten* wordt dit genoemd. Dit neemt verschillende vormen aan: anonieme, beledigende of bedreigende mails of sms'jes, inbreken in andermans mailbox en het wachtwoord veranderen, iemand uitsluiten van

chatgroepen (msn), bewust virussen doorsturen, internetsites waarop medeleerlingen of leerkrachten met bewerkte digitale foto's belachelijk worden gemaakt. Het internet staat bekend om zijn vrijheid en reikwijdte en dat is nou precies waar de pesters gebruik van maken. (Wijffels, 2006)

Cyberpesten is veel harder dan het klassieke pesten, want ouders en leerkrachten zien er

Wist je dat?

In Groot-Brittannië krijgt een kwart van de jongeren met cyberpesten te maken, in Nederland 1 op 5 leerlingen onder de 13 jaar en 1 op 3 van 13 tot 15 jaar. (Dupont, 2004) Van de 500 jongeren tussen de 11 en 15 jaar die Planet Internet ondervroeg, gaf 65% aan dat ze anderen pesten via internet. (De Beuckelaere, 2005)

nauwelijks iets van. Door de anonimiteit die het internet kan geven, beseffen de pesters veel minder wat ze iemand aandoen. Het is ook vaak niet te achterhalen wie erachter zit. Pesters kunnen gerust een bericht intikken en op enter drukken, zonder dat het gepeste kind erachter kan komen van wie het afkomstig is. Via de nieuwe technologieën kan een pester veel makkelijker pesten. Wanneer ze een bericht versturen, zien ze nooit dat huilende of

boze kind aan de andere kant van de computer. De pester voelt zich minder schuldig, maar voor het gepeste kind is het des te bedreigender. Wat opvalt is dat jongeren het cyberpesten minder erg vinden dan het klassieke pesten.

5.1.5 SMS

Het krantenbericht hieronder is een mooie introductie op deze paragraaf. (Anoniem, (8 mei 2012). Jeugd lijdt aan stress door social media. *Metro*)

Jeugd lijdt aan stress door social media

Jongeren kunnen niet meer zonder social media, stelt de Nationale Academie voor Media & Maatschappij.

 Tweepeten 52  Vind ik leuk 125  Verzenden

De 13-jarige Timo kan zich slecht concentreren op zijn huiswerk als hij thuis online is. De 16-jarige Faruk laat via internet de hele dag door weten wat hij doet. Het zijn twee voorbeelden waaruit blijkt dat jongeren niet meer zonder sociale media kunnen. Dat stelt althans de Nationale Academie voor Media & Maatschappij. Veel jongeren tussen de 13 en 18 jaar lijden volgens deze organisatie aan een serieuze vorm van zogenoemde Social Media Stress. In sommige gevallen leidt dit zelfs tot de 'aandoening' Fomo – Fear of Missing Out.

"Sociale media bezorgen jongeren een sociale verplichting waar zij moeilijk onderuit komen, hen wordt immers continu gevraagd direct te reageren. Hun angst om buitengesloten te raken is logisch, gezien het feit dat jongeren in de leeftijd 13 tot 18 jaar bezig zijn hun eigen identiteit te vormen", meent directeur Liesbeth Hop van de academie. Haar organisatie heeft gisteren de campagne ikbenoffline.nl gelanceerd, waarin aandacht wordt gevraagd voor dit relatief nieuwe probleem bij de jeugd. Hop: "Wij vinden het belangrijk dat jongeren op dit punt een nieuw bewustzijn krijgen."

Wanneer je bovenstaand krantenbericht ziet, is de gehele lay-out wel ironisch als je naar de titel kijkt. Onder de titel zie je namelijk meteen dat je naar dit krantenbericht kunt verwijzen in een *tweet*, dit krantenbericht kunt *liken* via Facebook en kunt verzenden per email.

Recent onderzoek van de Nationale Academie voor Media & Maatschappij concludeert dat jongeren van 13 tot 18 jaar serieus last hebben van Social Media Stress (SMS). Door de constante maar subtiele stimuli als geluiden, pushberichten, aandacht en beloningen worden jongeren telkens naar de social



media getrokken. Wanneer ze niet meer zelfstandig kunnen stoppen, omdat ze bang zijn om buitengesloten te raken, kan dit resulteren in FOMO – Fear Of Missing Out. (Nederlandse Academie voor Media & Maatschappij, 2012)

Er wordt zelfs beweerd dat de social media een soort moderne Skinnerbox is. Bij de Skinnerbox wordt gedrag gestimuleerd door geluiden, lichtjes en beweging. Deze stimuli worden ook gebruikt in de social media. De smartphone zelf is al een stimulus, evenals de geluiden en pushberichten. (Nederlandse Academie voor Media & Maatschappij, 2012)

Ook de Volkskrant⁸ en de NOS⁹ schrijven berichten over de stress die veroorzaakt wordt door het gebruik van de social media.

5.1.5 Zwarte kant

Het Verkenninginstituut Nieuwe Technologie (VINT) van Sogeti heeft een onderzoek gedaan naar de social media en hiervan een analyse gemaakt (pp. 10-17).

1. Social media maken ons dom: door de grote hoeveelheden informatie en intelligentie handelen en gedragen wij ons als webbrowsers
2. Social media maken ons asociaal: virtueel contact neemt de plaats over van persoonlijk contact.
3. Ontstaan van oogkleppen door social media: door de informatie die in onze profielen staat verdwijnen creativiteit en innovatie. Door die informatie worden bijvoorbeeld precies die advertenties getoond waar jij interesse voor hebt. Deze personalisatie verkokert en verblindt ons.
4. Social media tasten ons geheugen aan: wij kunnen zeven dingen tegelijk onthouden, maar de hoeveelheid informatie blokkeert ons geheugen.
5. Onze geest wordt ziek: wij zijn simpelweg niet in staat om zoveel informatie tegelijk te verwerken. Ons brein gaat op slot bij een bepaalde hoeveelheid informatie en dit kan resulteren in depressie, neurose, psychose en manie.
6. Social media manipuleren: wanneer twitteraars met een goede reputatie een tweet rondsturen, zal dit meer worden verspreid en hebben daarmee dus grotere invloed op bijvoorbeeld voorspellingen.
7. Big-brother situaties worden gevoed: om gevaar te voorkomen moet het internet beter bewaakt worden, volgens het advies na de aanslag op het Noorse Utoya. Wanneer er sprake is van gevaar, kan de ene gebruiker dat als censuur en repressie zien en de ander als terecht ingrijpen.
8. Social media zetten aan tot terreur: het is mogelijk om via smartphones versleutelde berichten te versturen. De dood van Mark Duggan was zo een aanleiding voor rellen in Londen.
9. Sensatiezucht neemt grote vormen aan: het is de bedoeling dat wij berichten via de sociale media versturen die kort, maar ook krachtig zijn.
10. Social media zijn het einde van onze privacy: de nieuwe generatie geeft aan het geen enkel probleem te vinden om persoonlijke informatie te delen.

Wanneer ik dit betrek op mijzelf, vind ik de hierboven beschreven punten wel heel radicaal en generaliserend. Natuurlijk zal er een kern van waarheid in zitten als ik denk aan punt 8 in combinatie met Project X in Haren, maar er zijn ook zeker positieve kanten van de social media die ik zwaarder vind wegen dan de hierboven beschreven nadelen.

⁸http://www.volkskrant.nl/vk/nl/2664/Nieuws/article/detail/3284501/2012/07/10/Social-media-steeds-belangrijker-om-nieuws-te-vinden.dhtml?utm_source=scherm1&utm_medium=button&utm_campaign=Cookiecheck

⁹ <http://nos.nl/artikel/370646-stress-jongeren-door-sociale-media.html>

5.2 Voordelen

- Social media houdt ons op de hoogte. Door de constante aanvulling van informatie, weten wij wat er op de wereld gebeurt. Soms zie ik een bericht in de *News Feed* op Facebook verschijnen en denk ik: 'waar hebben ze het over?' Als ik dan tussen het nieuws zit te kijken, kom ik het bericht ineens tegen en weet ik waar het bericht op Facebook over ging. De actualiteitswaarde is dus hoog.
- Er kan grote onderlinge verbondenheid ontstaan binnen organisaties en scholen. Dit komt doordat het gemakkelijker wordt om samen te werken aan projecten of opdrachten via digitale platformen.
- Social media is laagdrempelig, dus voor iedereen toegankelijk. Een goede manier om mensen een stem te geven.
- Interessante contacten komen via social media gemakkelijker tot stand.
- De doelgroepen zijn makkelijker te bereiken en te definiëren. Helemaal wanneer het sneeuwbaaleffect ontstaat, beschreven in §1.3.

5.2.1 Onderwijsgerelateerd

Er zit ook zeker een didactische kracht achter de social media:

- Social media kunnen helpen bij het creëren van een krachtige en afwisselende leeromgeving. Leerlingen kunnen bijvoorbeeld via Glogster posters maken en belangrijke websites over een onderwerp verzamelen en delen. Er zijn veel voorbeelden te noemen waarin de social media een rol kan spelen in het maken van een motiverende leeromgeving.
- Muren van een school kunnen door social media doorbroken worden. Door een medium als Twitter kan binnen korte tijd een heel aantal mensen en materialen bereikt worden. Je kunt ook makkelijk samenwerken met anderen door het gebruik van Dropbox. Je kunt via Skype zelfs kinderen toch nog onderwijs laten volgen of experts interviewen.
- Leerlingen zijn door social media in staat om kennis te creëren. Zoals ik al verteld heb, is de Net-generatie goed in het scannen van informatie. Door hen aan de slag te laten gaan met het verzamelen, selecteren, verwerken en delen van informatie, kunnen ze hun eigen kennis maken.
- Er kan een breed publiek bereikt worden door de social media en leerlingen zijn hierdoor dus in staat om ook voor een groot publiek iets te publiceren. De projecten die vroeger nog op schoolniveau gemaakt werden waar ouders kwamen kijken, kunnen nu ook (deels) digitaal gemaakt worden en kinderen kunnen het aan veel breder publiek tonen. Hierdoor besteden kinderen extra veel zorg aan de producten en het werkt motiverend.

5.3 Conclusie

Er zijn veel gevolgen van social media die een nadelige invloed op kinderen hebben. Door het gebrek van emoties bij non-verbale communicatie wordt het communiceren moeilijker en kunnen er dingen gezegd worden die heel anders bedoeld zijn. Zoals eerder beschreven is, zijn tieners tijdens het zoeken naar de sociale identiteit onzeker. Hierdoor zijn ze ook juist kwetsbaar en een gemakkelijke prooi voor *cyberpesten*. Dit gebeurt vaker en meer dan men denkt.

Door de constante drang om alle nieuwsberichten te willen lezen op allerlei social media, kan er bij tieners SMS ontstaan. Social Media Stress is een gevolg van het onderliggende gevoel



iets te kunnen missen wanneer je niet constant kijkt. De social media heeft dus zeker een zwarte kant.

Onderzoek naar de voordelen van het gebruik van social media bij kinderen is schaars omdat veel onderzoeken nog lopen. Social media vormt zeker een voordeel binnen het onderwijs, omdat het een motiverende leeromgeving kan maken, het helpt muren te doorbreken, kennis te creëren en voor een breed publiek te publiceren.

6 Tips en trucs

Het vereist de nodige instructie om te begrijpen waar en hoe je als internetgebruiker voorzichtig moet omgaan met persoonlijke informatie, wat vaak op de ouders en leerkrachten valt. Dit is voor hen ook lastig, want vaak zijn zij uit een vorige generatie en beschikken zij dus niet over de juiste vaardigheden. Daarom vertel ik in dit hoofdstuk hoe je een kind, tiener of jongere hierin kunt begeleiden.

6.1 Mijnkindonline.nl en mediaopvoeding.nl

Op mijnkindonline.nl staan allerlei brochures, boeken, lesmaterialen, onderzoeksrapporten en video's over het gebruik van internet bij kinderen. Kinderen komen veel dingen tegen op internet waar ze vragen over hebben. Ze worden bijvoorbeeld verliefd op degene met wie ze veel msn 'en, ze worden lastiggevalen door andere gebruikers van Habbo, enz. Om ouders (en leerkrachten) te helpen bij het internetgebruik van hun kinderen, kunnen deze informatievoorzieningen gebruikt worden. Alle brochures kunnen gratis gedownload worden.

Tips die via Mijn Kind Online worden gegeven zijn:

- Wanneer je iets niet *in real life* doet, doe dat dan ook niet in *cyberspace*
- Onbekende vrienden verwijderen uit de contactenlijst
- Geen informatie weggeven in ruil voor games, clips, enz.

MIJNKINDONLINE.NL



Op mediaopvoeding.nl kan men terecht voor vragen over kwesties van mediaopvoeding. Als ouders en/of leerkrachten een vraag hebben kunnen ze deze op deze site stellen. Er zijn via deze site een aantal professionals aangesloten die antwoord geven op deze vraag. Vaak zijn deze antwoorden onderbouwd vanuit de literatuur en wordt er diep op ingegaan. De antwoorden zijn adviezen met soms een verwijzing naar een andere site of brochure. Ook zijn ze zo geformuleerd dat de vraagstellers er gelijk mee aan de slag kunnen.

6.2 Tips vanuit de literatuur

Voor veilig internetgebruik moet de gebruiker aan het volgende voldoen: (Hecke, 2012)

- Weerbaar
- Alert
- Kritisch

De gevaren van het internet ontstaan namelijk niet door het internet zelf, maar doordat kinderen dingen op het internet doen waar ze eigenlijk nog niet aan toe zijn. We moeten de oplossingen dus niet in de technologie zoeken, maar in de opvoeding en educatie. (Hecke van, 2012). Kinderen fietsen ook niet meteen op de weg, eerst op de stoep met de ouders erbij en zo verder. Een kind moet hierin begeleid en opgevoed worden, net als het werken met internet.

Hecke (2012) geeft de volgende tips en regels voor een veilig gebruik van internet en social media:

- Nooit informatie in een openbaar bericht opgeven waarmee je kan worden geïdentificeerd. Wanneer dit gevraagd wordt in een mail, weet zeker dat degene naar wie het gestuurd wordt, te vertrouwen is.
- Goed nadenken voor het verstrekken van persoonlijke informatie. Alles wat op het internet geplaatst wordt, is er erg lastig weer af te halen.
- Geen persoonlijke foto's publiceren op online plaatsen.
- Een pseudoniem gebruiken.
- Opties gebruiken die bestaan om te bepalen hoe persoonlijke informatie gebruikt mag worden.
- Overleg met een opvoeder wanneer er vanuit een online ontmoeting een afspraak komt.
- Niet op berichten reageren waarmee men niet prettig voelt.
- Regels en richtlijnen opstellen over het gebruik van de computer door kinderen en jongeren.
- Zet de computer in een gemeenschappelijke ruimte, bijvoorbeeld de huiskamer.
- Blijf met kinderen en jongeren praten over hun online vrienden.
- Niet alles wat online staat is betrouwbaar.

Als leerkracht word je overspoeld door de hoeveelheid aan toepassingen. Daarom is het belangrijk dat je je focust op een paar toepassingen, anders kan de social media juist heel beklemmend werken. Ook is het belangrijk dat je kinderen en ouders voorbereid op het gebruik van social media. Als leraar van jongere kinderen is het verstandig om te communiceren met ouders dat je social media gaat gebruiken in je onderwijs. (Hilgers & Zadelhoff van, 2012)

Bedenk echter wel te allen tijde dat je leraar bent en geen 'vriend'. Wees daarom terughoudend in het toelaten van kinderen (en ouders) tot je groep 'vrienden' op de social media.

6.3 Hoe ga je met internet om?

Er zijn niet alleen voor opvoeders sites om op te zoeken hoe je met het internet en media omgaat, ook voor kinderen zijn er speciale sites om wegwijs te worden op het internet.

MyBee.com is een site aangeboden door KPN voor kinderen. MyBee is een speciale internetbrowser voor kinderen. Via MyBee kun je op meerdere sites komen die speciaal voor kinderen zijn ingericht. Wat ik sterk vind, is dat er voor drie verschillende leeftijdsgroepen internetsites aangeboden worden.



MYBEE.NL



6.4 Conclusie

Er zit een zwarte kant aan social media, maar die kan minder worden door een goede mediaopvoeding. Mijn Kind Online biedt allerlei aantrekkelijke brochures aan waar ouders en leerkrachten in kunnen lezen hoe ze om kunnen gaan met bepaalde vragen van kinderen over het internet. Ook kunnen ouders en leerkrachten op mediaopvoeding.nl terecht met vragen waar ze geen antwoord op weten.

Kinderen moeten ook bij het gebruik van internet opgevoed worden, dat gaat niet zomaar. Kinderen moeten weten wat het internet inhoudt en welke gevaren erin kunnen schuilen. Je kunt ook een speciale webbrowsen downloaden voor kinderen, MyBee. Via de site van MyBee kun je bij andere sites komen die ook verantwoord voor kinderen van alle leeftijden zijn.

7 Eindconclusie literatuur

In de jaren '70 ontstond het sociale netwerk. Het begon als social networking, tegenwoordig is het social media. Heel veel mensen maken gebruik van de social media, ook jongeren en kinderen. Die jongeren en kinderen zijn opgegroeid met het internet en de social media en worden daarom ook wel de Net-generatie genoemd. Deze generatie zit veel op het internet en haalt hier ook zijn informatie vandaan. Door de toegankelijkheid van deze informatie, maakt het dat de kinderen kunnen switchen tussen verschillende media; het multitasken. Tijdens de vorming van de sociale identiteit zijn de tieners gevoelig voor andere meningen. Ze willen graag bevestiging zien en horen. De social media wordt hier vaak bij gebruikt. Mooie foto's en stoere filmpjes zorgen voor veel reacties die de onzekerheid van de tieners weer kan sussen.

Er zijn mensen die menen dat social media een nadelige invloed hebben op kinderen. Hierbij komen begrippen als cyberpesten en Social Media Stress (SMS) om de hoek kijken. Door een goede mediaopvoeding kunnen kinderen leren omgaan met de social media. Dat is niet alleen een taak van de ouders, maar ook voor de leerkrachten. Er zijn vele middelen aanwezig om kinderen hierin op te voeden en te onderwijzen.

8 Praktijkonderzoek

8.1 Inleiding

In dit hoofdstuk wordt het praktijkonderzoek behandeld. Als eerste wordt de opzet van het praktijkonderzoek uitgelegd worden. Daarna wordt het soort onderzoek en de onderzoeksgroep genoemd. Uiteraard komen de betrouwbaarheid en validiteit van dit onderzoek ook aan bod en afsluitend zullen de onderzoeksresultaten aan bod komen.

Door dit praktijkonderzoek kan ik een antwoord geven op mijn hoofdvraag:

Welke invloed hebben de social media op de sociaal-emotionele ontwikkeling van een kind (8-12 jr.) en welke methodieken kunnen gebruikt worden om kinderen veilig met sociale media om te leren gaan?

Ook geeft dit praktijkonderzoek een antwoord op de subvraag:

Op welke manier kunnen leraren kinderen leren social media-bekwaam te worden?

8.2 Opzet praktijkonderzoek

8.2.1 Soort onderzoek en onderzoeksgroep

Mijn onderzoek bestaat uit twee soorten onderzoek; het survey-onderzoek en semi-gesloten interviews.

1. Survey-onderzoek
Er is een digitale enquête verspreid onder bovenbouwleerkrachten van 30 scholen. 70 leerkrachten van verschillende leeftijden hebben hierop een respons gegeven.
2. Semi-gesloten interviews
Met verschillende personen is een semi-gesloten interview gehouden. Een leerkracht van Basisschool De Springplank heeft hieraan meegewerkt, evenals een leraar van Christelijke Hogeschool Ede. Ook een ontwikkelaar van een methode voor mediawijsheid van Stichting Christelijk Primair Onderwijs Veenendaal en Omgeving heeft zijn medewerking gegeven.

De onderzoeksgroep is bovenbouwleerkrachten die binnen het bovenbouwonderwijs werkend zijn of hebben gewerkt. De leeftijd varieert van 25-65 jaar.

8.2.2 Methode en instrumenten

Dit onderzoek bestaat, zoals hierboven beschreven, uit een enquête en een semi-gesloten interview.

8.2.2.1 Enquêteering

Bijna elke leerkracht komt in het onderwijs ook het begrip social media tegen. Als ze het zelf niet gebruiken, horen ze er wel iets over via de leerlingen. De ene leerling is hierin verder dan de ander, maar uiteindelijk blijft de vraag: zijn ze social media-bekwaam?

De leerkrachten vullen de enquête online in. Hiermee hoop ik de enquête zo anoniem mogelijk te houden. Met die gedachte in mijn achterhoofd hoop ik eerlijke antwoorden te krijgen en een betrouwbaar antwoord te kunnen geven op mijn subvraag:

Op welke manier kunnen leraren kinderen leren social media-bekwaam te worden?

In bijlage 2 kunt u de vragen van de enquête vinden.

8.2.2.2 Semi-gesloten interviews

Om meer diepte te krijgen in mijn onderzoek, houd ik ook semi-gesloten interviews met verschillende leerkrachten. Ik heb gekozen voor semi-gesloten, omdat ik dan de vragen van tevoren kan opstellen, maar toch openheid in het interview kan hebben. Ik kan terugvallen op mijn eigen vragen, maar ik kan ook doorvragen op een antwoord van de geïnterviewde. De vooraf vastgestelde vragen uit het interview zijn gebaseerd op de vragen uit het interview, te vinden in bijlage 2.

8.2.3 Validiteit en betrouwbaarheid

De enquête is door de leerkrachten volledig anoniem ingevuld. Omdat de enquête online is verspreid, is er geen mogelijkheid tot overleg met andere collegae. De resultaten kunnen zij zelf ook niet meer bekijken, dat kan alleen ik. Hierdoor vergroot ik de betrouwbaarheid van de uitkomsten van de enquête.

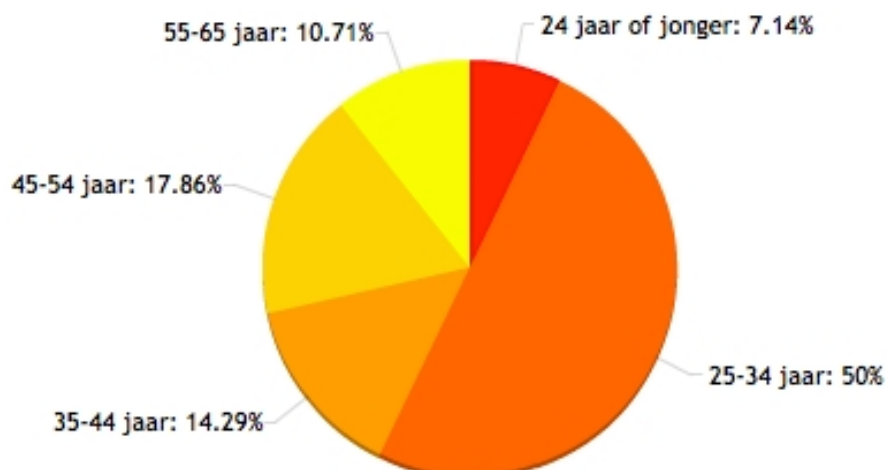
De semi-gesloten interviews zijn uiteraard niet anoniem. Om het interview toch valide te houden heb ik zo eerlijk mogelijk proberen te spreken en heb ik alle aspecten waarvan ik denk dat ze relevant zijn in de dataverzameling aan orde laten komen.

De enquête is online verspreid via www.enquetesmaken.com en deze site zorgt gelijk voor gegevensverwerking d.m.v. procenten en cirkeldiagrammen.

8.3 Onderzoeksresultaten

8.3.1 Resultaten enquête

Het eerste deel, het survey-onderzoek, bestaat uit een enquête. De enquête is ingevuld door 70 bovenbouwleerkrachten. De leeftijden lopen sterk uiteen; 7,14% is 24 jaar of jonger, terwijl 10,71% 55 jaar of ouder is. De grootste groep deelnemers is 25-34 jaar (50%). De percentages van de gehele groep staan in onderstaand cirkeldiagram.

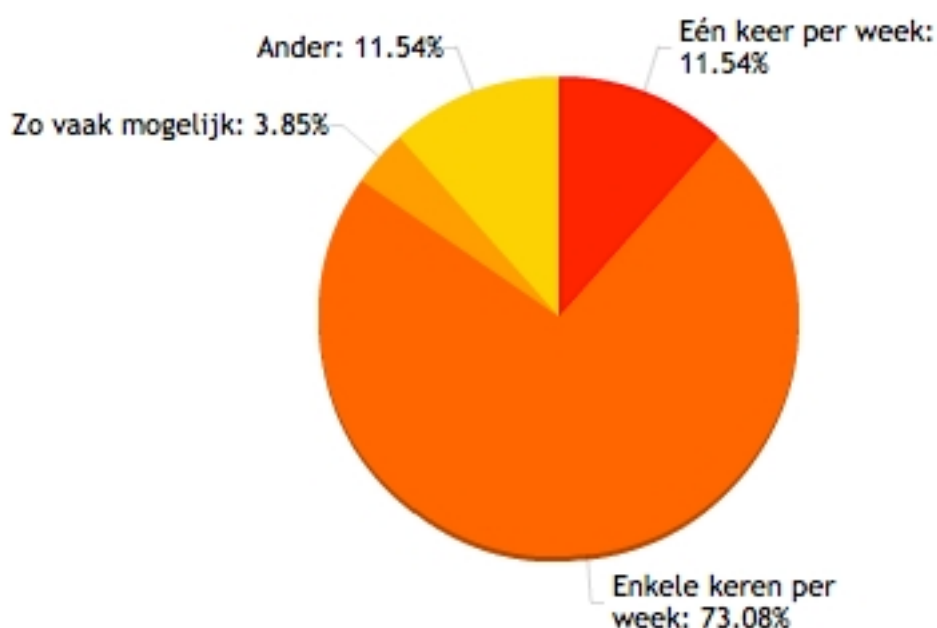


17,86% van de leerkrachten geeft langer dan 20 jaar les in het bovenbouwonderwijs, waarvan 10,72% 55-65 jaar is. Van de grootste leeftijdscategorie, 25-34 jaar, geeft 21,43% minder dan 4 jaar les binnen het bovenbouwonderwijs. 57,14% geeft 5-9 jaar les en 21,43% geeft 10-14 jaar les binnen het bovenbouwonderwijs. De groep waar door de deelnemende leerkrachten het meest aan wordt lesgegeven is groep 8 (42,42%), gevolgd door groep 6 (30,31%).

Tegenwoordig is de social media niet meer weg te denken uit de samenleving. Toch geeft 21,43% van de leerkrachten aan geen social media te gebruiken. Waar ik dan nieuwsgierig naar ben is in welke leeftijdscategorie dit voor komt en of dit iets zegt over deze leeftijdscategorie. Na de gegevensverwerking kwam ik op het volgende uit: 83,33% hiervan is 45 jaar of ouder. Ik denk dat dit te maken heeft met de 'generatiekloof'. Mensen van middelbare leeftijd en hoger voelen minder de drang om zich aan te sluiten bij social media dan anderen. 92,86% van de leerkrachten geeft echter wel aan dat ze het gebruik van social media zien bij hun leerlingen. De social media die hierbij het meeste genoemd worden zijn Facebook, Hyves, Twitter, Habbo en Whatsapp. Facebook wordt genoemd door 92,86% van de leerkrachten, Hyves 64,29%.

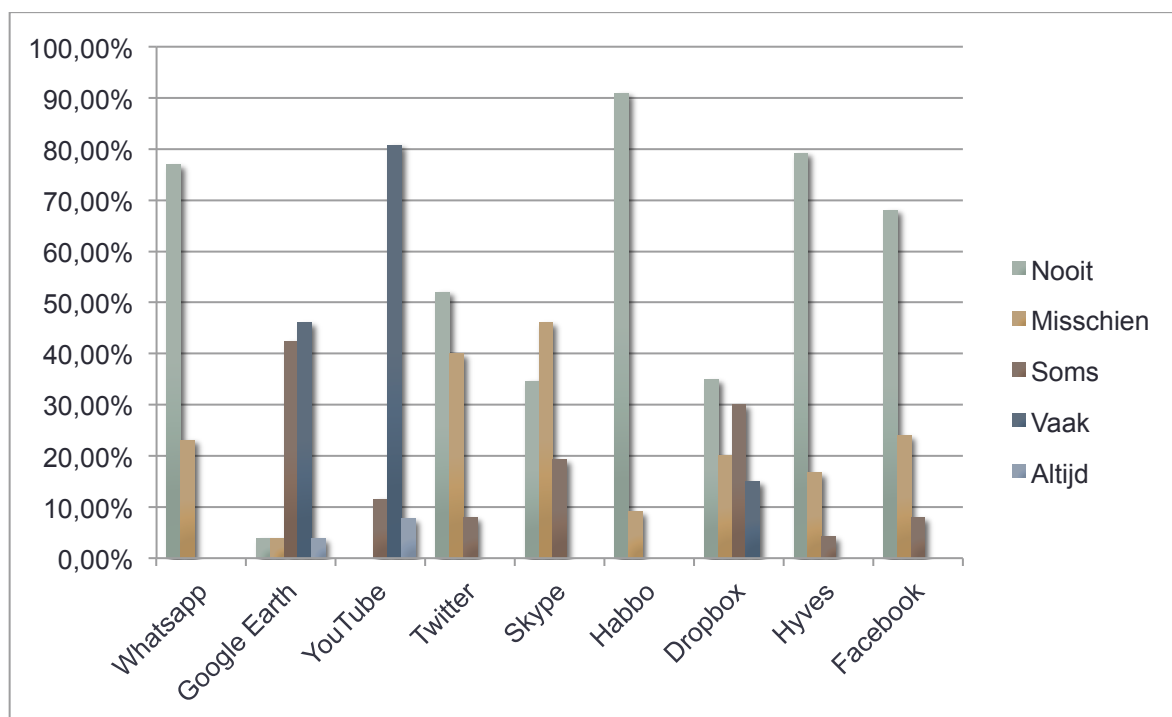
Alle leerkrachten geven aan zelf de social media in hun onderwijs te gebruiken. Ze maken allen gebruik van YouTube, andere social media worden minder gebruikt. Wat het meeste, naast YouTube, wordt gebruikt is Google Earth door 42,31% van de leerkrachten.

De frequentie van het gebruik van social media in de lessen is hieronder weergegeven in een cirkeldiagram.



Zoals te zien is, gebruikt 73,08% van de leerkrachten enkele keren per week social media in de klas. YouTube en Google Earth is daarbij de meest voorkomend in de les. Onder 'Ander' vallen de creatieve vakken en aardrijkskunde/geschiedenis. 11,54% van de leerkrachten gebruikt de social media dus bij deze vakken. Geen enkele leerkracht geeft aan nooit gebruik te maken van de social media.

Bij de vraag welke social media ze zouden kunnen gebruiken in hun onderwijs, kom ik tot de volgende uitkomst:



Opvallend is dat er een aantal social media zijn die de leerkrachten nooit zouden gebruiken binnen hun onderwijs, respectievelijk Whatsapp, Habbo, Hyves en Facebook. Whatsapp lijkt mijzelf inderdaad geen geschikt medium om mee te communiceren met leerlingen, omdat dit telefoonnummer-gebonden is. Habbo vind ik ook geen geschikt medium om met leerlingen te communiceren, aangezien het een virtuele wereld met onbekenden is. Er zijn genoeg andere media waarop je op een meer veilige manier kunt communiceren met kinderen. Hyves en Facebook worden door de meeste leerkrachten nooit ingezet in het onderwijs en ze zullen dit ook nooit doen. Ik denk dat Hyves en Facebook daarentegen juist wel kan worden ingezet. Een juf/meesterprofiel aanmaken kost niet veel moeite en leerlingen (of ouders) kunnen je op deze manier wel bereiken. Communiceren via deze media is voor leerlingen vaak toch makkelijker dan op de juf of meester af te stappen. Ook ouders kunnen bijvoorbeeld een kijkje nemen in de klas door de foto's die je plaatst.

Wat daarnaast nog opvalt is dat YouTube het enigste social medium is waarbij leerkrachten aangeven dit nooit niét te zullen inzetten in hun onderwijs. Google Earth scoort hierin ook laag, terwijl Skype best hoog scoort naar mijn mening. Dat trok dan ook mijn aandacht; waarom zeggen meerdere leerkrachten dit nooit te zullen inzetten? Stel je hebt een kind wat langdurig in het ziekenhuis ligt, dan kan Skype een uitkomst bieden door een computer met webcam in de klas te plaatsen. Op deze manier kan een leerling vanuit een bed toch meedoen met de les.

Dat de leerlingen veel op social media zitten is reeds bekend. Ze weten hoe alles werkt en kunnen makkelijk hun weg hierin vinden. Ze zijn '*social mediavaardig*', maar weten ze ook verstandig om te gaan met de social media? Vaak zijn leerlingen nog niet '*social mediabekwaam*'. Als opvoeder heb je hierin een grote rol. Het bevorderen van de social media-bekwaamheid is dan ook de taak van ouders en leerkrachten, zo stelt 62,50% van de leerkrachten. 33,33% zegt echter dat dit alleen de taak is van de ouders en 4,17% vindt dit alleen de taak van de leerkracht. 45,80% van de leerkrachten geeft aan al les te geven in het

gebruik van social media, echter 27,27% van deze leerkrachten zegt wel dat dit de taak van de ouders en opvoeder is.

Dat leerkrachten leerlingen willen helpen in het bekwaam worden binnen de social media is duidelijk, maar hoe vullen leerkrachten dit in? Op deze vraag zijn veel verschillende antwoorden gekomen.

1. Wat veel naar voren komt is het 'Diploma Veilig Internet'. Dit is te vinden op Kennisnet en de lespakketten zijn gratis te downloaden. Deze lespakketten zijn er voor de groepen 5-6 en 7-8.
2. Meerdere leerkrachten gebruiken 'Mediamasters'. Dit is een soort project, vergelijkbaar met 'De Week van de Lentekriebels'. Mediamasters heeft ook zo'n week, namelijk 'Week van de Mediawijsheid'. Hiervoor kun je je als klas (groep 7-8) aanmelden en dit jaar is het van 22-29 november. Het doel van Mediamasters is kinderen, ouders en leerkrachten te laten zien wat de kansen en gevaren zijn van media.
3. Er is een methode: SoVa 'De Vreedzame School'. Enkele leerkrachten maken hier gebruik van. Ik heb deze methode bekeken en dit gaat vooral over de omgang met elkaar. Wat specifiek naar voren komt is de communicatie en wat daaruit voortkomt. Deze methode is echter niet speciaal een middel om de kinderen social media-bekwaam te maken, maar meer een middel voor een goede (online) communicatie.
4. Ook wordt er door de leerkrachten zelf iets ontworpen. Bijvoorbeeld een Hyves-profiel waarop allerlei belachelijke en rare dingen worden neergezet door de leerkracht. Dit wordt dan laten zien in de klas waarop de leerlingen hun mening moeten geven. Wanneer de leerkracht dan aangeeft dat hij of zij dit ook op de pagina van de leerling(en) ziet, wordt de leerling zich ervan bewust wat het wel of niet op zo'n medium moet zetten. Het leerlingen laten schrikken door overdrijving wordt vaker gehanteerd. Zo willen leerkrachten ook de gevaren laten zien van de social media.
5. Er worden door verschillende instanties ook gastlessen gegeven. In Rhenen verzorgt Bureau Halt deze lessen.

Toch komt het voor dat leerlingen op een 'verkeerde' site terecht komen. Hieronder versta ik sites die erotiek, geweld, drugs- en alcoholgebruik etc. aanbieden of promoten. Of het nou per ongeluk gebeurt of met opzet, deze sites bestaan en zijn vaak voor iedereen toegankelijk. 52,17% van de leerkrachten zegt een filter op school te hebben. Zo'n filter blokkeert bepaalde sites om te voorkomen dat leerlingen dus op een 'verkeerde' site terecht komen. 30,43% geeft aan geen filter te hebben op school. Er is vaak een ICT-er die zicht heeft op welke sites de kinderen bezoeken. Leerkrachten geven de voorkeur om leerlingen in zekere zin vrij te laten internetten en wanneer er toch een 'verkeerde' site wordt bezocht, wordt hier in de klas of persoonlijk verder over gepraat. In eerste instantie was ik verbaasd over deze uitslag, aangezien het toch belangrijk is leerlingen te beschermen tegen de gevaren van internet.

Waar leerkrachten aan merken dat social media ook zo z'n gevaren heeft, zijn het (cyber)pesten en het uitvechten van een ruzie. 34,78% van de leerkrachten zegt dat hij of zij merkt dat er via social media wordt gepest en 21,74% geeft aan dat het uitvechten van een ruzie ook regelmatig plaatsvindt op social media. Omdat het via social media gebeurt, hebben de ouders en leerkrachten vaak weinig zicht op wat er speelt tussen de leerlingen. Daarom is het goed ook de leerlingen te leren hoe je moet communiceren via een social medium.

Voordat een leerkracht leerlingen over de mogelijkheden en gevaren kan lesgeven, moet de leerkracht ook alle 'ins en outs' weten over het internet en de social media. Meerdere leerkrachten geven dit ook aan als tip voor het geven van onderwijs over social media. 30,45% van de leerkrachten geeft aan ook open in gesprek te gaan met de leerlingen. De kinderen hebben vaak kwesties waar ze een vraag over hebben of hebben iets meegemaakt wat ze graag willen vertellen.

8.3.2 Resultaten interviews

8.3.2.1 Hans Bakker (Docent aan de Christelijke Hogeschool Ede)

Hans Bakker gaf aan niet zelf actief te zijn op de social media, maar kijkt mee over de schouder van anderen. Toch heeft voor hem de social media een didactische uitdaging om er iets onderwijskundigs mee te doen en ziet het dan ook als een didactisch middel in het onderwijs. Hij ziet deze uitdagingen ook en hij zou het mooi vinden om hier ook iets mee te doen in het onderwijs.

Bakker merkt dat leerkrachten het moeilijk vinden om met de social media om te gaan. Hij beweert dat daardoor de kinderen ook minder serieus genomen worden. Hij ziet pas afgestudeerde studenten als een generatie die meer sturing kan geven in het team wat betreft social media, maar ook om een didactische draad door de lessen heen te creëren '**want het biedt zoveel mogelijkheden**', aldus Bakker. Dit is belangrijk om de mediavaardigheid en ook de mediaveiligheid van de leerlingen te bevorderen. Tablets, e-readers kunnen actief worden ingezet in het onderwijs. Er zijn apps en didactische mogelijkheden genoeg voor het onderwijs. Hij is wel van mening dat bijv. Facebook en Twitter gebruikt kan worden, maar hier heeft men richtlijnen voor nodig. Die richtlijnen moeten worden opgesteld in een schoolbreed beleidsplan.

De verantwoordelijkheid om leerlingen social media-bekwaam te maken vindt Bakker bij de ouders en school liggen. Ouders en leerkrachten moeten elkaar tegemoetkomen in het regels maken, alleen zo kun je de veiligheid van het kind waarborgen en het kind verantwoordelijkheid geven. Hierbij komt hij terug op het schoolbreed beleidsplan wat vastgesteld moet worden in samenspraak met de ouders.

Sites bezoeken en bespreken is de manier om ervoor te zorgen dat kinderen niet op verkeerde sites terecht komen. Begeleide confrontatie vanuit de pedagogiek is een manier om kinderen te laten ervaren hoe de gevaren op internet er uit kunnen zien. Hiermee moet je wel oppassen, aangezien niet iedere leerling dit aankan. Het is verstandig dat, wanneer je hiervoor kiest, je dit eerst communiceert met de ouders.

Als tip geeft hij mee: 'boundary crossing'. Ga eens bij andere scholen kijken die verder zijn dan de eigen school met social media. Ook moeten we op zoek gaan naar de didactische mogelijkheden van de social media. Bakker kent een aantal scholen die heel ver zijn in het gebruik van social media in het basisonderwijs. *Gegevens in overleg.*

8.3.2.2 Mark Uiterwijk (Leerkracht op Basisschool De Springplank te Rhenen)

Mark Uiterwijk heeft 9 jaar ervaring binnen het bovenbouwonderwijs, voornamelijk groep 8. Momenteel is hij ICT-coördinator en techniekcoördinator. Als ICT-er is hij al een tijdje bezig met de social media binnen het onderwijs, maar dan vooral voor het promoten van de school. De school heeft namelijk een Facebook-account en een Twitter-account. Hij heeft deze accounts aangemaakt om het voor andere leerkrachten makkelijker te maken om iets op de website te plaatsen. Wanneer een leerkracht namelijk iets op Facebook of Twitter zet via het schoolprofiel, wordt dit automatisch geüpload naar de website. Op deze manier blijft de website up-to-date en bereik je veel meer mensen dan met alleen een website. Het Facebook-profiel is echter alleen bedoeld als uitlaatklep van school om berichten, filmpjes of foto's op te posten en dus niet open voor berichten van andere Facebook-gebruikers of te gebruiken als communicatiemiddel. Alle kinderen hebben een webmail-adres gekregen en worden verwacht hiermee te communiceren.

Schoolbreed wordt de social media ingezet, maar Uiterwijk geeft aan op klasniveau hier nog niet over na te hebben gedacht. De gevaren van de social media houden hem tegen, de leerlingen moeten niet teveel vrijheid krijgen vanuit school gezien. Om de leerlingen toch veiliger te laten omgaan met de social media verzorgt Bureau Halt gastlessen bij Uiterwijk op school. Deze gastlessen gaan over mediawijsheid, internetfraude, enz. Ook maakt de school gebruik van de Kanjertraining. In groep 8 is de Kanjertraining ook toegespitst op internetgebruik.

Uiterwijk geeft aan al eens problemen te hebben gehad in de klas door de social media. Twee jongens hadden een nepprofiel van een meisje aangemaakt en daarmee hebben ze een andere jongen laten denken dat zij hem leuk vond. In de ogen van de jongens was het een grap en hadden niet echt in de gaten wat ze precies fout deden. In een klassikaal gesprek gaven andere leerlingen aan dat ze dit niet vonden kunnen en na verloop van tijd beseften de jongens ook dat het eigenlijk geen grapje was. Zo zie je maar, virtuele communicatie laat kinderen niet beseffen wat ze een ander aan kunnen doen.

In de klas zelf wordt eigenlijk geen social media gebruikt, behalve YouTube en Google Earth. De school heeft ook een YouTube-account waarmee filmpjes geplaatst kunnen worden. Deze filmpjes zijn alleen zichtbaar wanneer er een link van het filmpje is verstuurd. De leerlingen hebben geen toegang tot dit account, dus als er een filmpje gezien wil worden moet dit via Uiterwijks computer. Er zijn twee tablets aanwezig in de klas en daar zijn alle social media-apps van afgegooid. Uiterwijk ziet het nog als een grijs gebied; wat kun je in de klas halen en wat moet je thuis laten.

Om te voorkomen dat kinderen niet op een verkeerde site terechtkomen, gebruikt De Springplank een blocklist. Wanneer er bepaalde kernwoorden op een site staan, wordt deze geblokkeerd en wordt er een mail verstuurd naar de ICT-er (Uiterwijk) dat de desbetreffende leerling op een site zat waar hij of zij niks te zoeken had. De leerlingen hebben een soort contract ondertekend waarin bepaalde regels zijn opgesteld over het gebruik van internet en de media.

Kinderen op te voeden was de taak van de ouders, maar is nu de taak van school geworden, aldus Uiterwijk. Het gebruikmaken van de social media zelf door kinderen is op school niet toegestaan, maar als pedagoog hebben wij wel de verantwoordelijkheid om de leerling hier veilig mee te leren omgaan.

Als laatste geeft Uiterwijk aan het een 'must' te vinden om verstand te hebben van de social media als je in de bovenbouw lesgeeft. Zonder eigen ervaring kun je leerlingen niet onderwijzen in de social media

8.3.2.3 Kees Vermeulen (ICT-coördinator op Basisschool De Ceder te Veenendaal)

Kees Vermeulen heeft 25 jaar voor de klas gestaan, allen in de bovenbouw. Hij is het ICT-werk ingerold en nu staat hij niet meer voor de klas. Hij heeft een powerpoint-reeks ontwikkeld voor leerkrachten die hun leerlingen wat willen laten leren over het internet. Zijn doel met het ontwikkelen van deze lessen is kinderen leren over internet. D.m.v. een nep-website laat hij de leerlingen, ook aan de ouders, zien dat niet alles wat op internet staat ook echt waar is.

Hij geeft aan dat het niet alleen een verantwoordelijkheid van de ouders is, maar ook van school. Uit de ouderavond die hij georganiseerd heeft, kwam naar voren dat ouders vaak wel weten wat Facebook bijvoorbeeld is, maar dat ze geen idee hebben van hoe ze hun kind hierin moeten opvoeden.

Vermeulen vertelt dat het pesten in groep 8 via de social media nog erg meevalt. Via mijnkindonline.nl heeft hij de pestenquête gedaan en daaruit bleek dat het cyberpesten echt meeviel. Op klasstev.nl heeft hij lespakketten gevonden over mediawijsheid. Dit is echter alleen toegankelijk met een inlogcode van Kennisnet.

De Ceder heeft geen Facebook of Twitter, het staat allemaal nog in de kinderschoenen. Leerkrachten daarentegen zitten zelf wel op de social media, maar geven aan geen kinderen of ouders in hun vriendenlijst te willen hebben. Vermeulen geeft aan dat het handig is een apart account aan te maken als juf of meester. Dan krijg je een account wat helemaal afgeschermd is en wat alleen te gebruiken is door leerkracht voor leerlingen.

De Ceder heeft ook geen filter, maar er zijn wel regels opgesteld. Over het internet is vrij te surfen, ook naar sites die 'verkeerd' zijn. Toch gaat het goed volgens Vermeulen. Het is een bewuste keuze van de school, omdat je op het internet zit met een doel. Ik citeer: ***'Als je naar de Bruna gaat voor een Donald Duck, dan loop je ook naar het schap waar de Donald Duck ligt. Bij andere dingen heb je niks te zoeken, dus daar ga je ook niet naar toe.'*** De leerlingen mogen wel alleen op het internet met toestemming van de leerkracht en er moet altijd een toezichthouder in de buurt zijn.

De lessenreeks die Kees Vermeulen ontwikkeld heeft is beschikbaar voor andere scholen. *Gegevens in overleg.*

8.4 Conclusie

Uit dit praktijkonderzoek kunnen we concluderen dat elke leerkracht het gebruik van social media bij kinderen ziet. Wat het meest gebruikt wordt zijn Facebook en Hyves. Door de meeste leerkrachten wordt in het onderwijs enkele keren per week YouTube en Google Earth gebruikt. Leerkrachten vinden dit ook de meest toepasbare media voor in het onderwijs.



Leerkrachten komen cyberpesten en het uitvechten van ruzies via social media tegen in de klas. Om kinderen te helpen social media-bekwaam te worden wordt door meerdere leerkrachten gebruik gemaakt van het 'Diploma Veilig Internetten' en 'Mediamasters'. Dit zijn beiden handige hulpmiddelen om kinderen verantwoord om te leren gaan met social media. Het grootste deel van de leerkrachten is van mening dat het opvoeden hierin ligt bij de leerkracht, maar ook bij de ouders. Door hier samen afspraken in te maken kun je een kind een veiligere omgeving bieden om zich wegwijs te maken op de social media.

9 Eindconclusie

In de eindconclusie van dit onderzoek zal ik antwoord geven op de hoofdvraag en de praktijkvraag op basis van de informatie uit de literatuur en het praktijkonderzoek.

De hoofdvraag:

Welke invloed hebben de social media op de sociaal-emotionele ontwikkeling van een kind (8-12 jr.) en hoe kunnen kinderen veilig met sociale media om leren gaan?

De praktijkvraag:

Op welke manier kunnen leraren kinderen leren om social media-bekwaam te worden?

De social media is niet meer uit de samenleving weg te denken. Volwassenen maken er gretig gebruik van, maar ook de kinderen zijn steeds vaker actief op de social media en deze kinderen worden steeds jonger. Leerkrachten geven aan het in groep 5 al te zien.

Uit het onderzoek blijkt dat de social media wel degelijk een invloed hebben op de kinderen van 8-11 jaar. De Net-generatie, kinderen en jongeren die opgegroeid zijn met het internet, bevindt zich vaak op social media, zo vaak dat het geen kwestie meer is van offline of online zijn, maar van inline zijn. Altijd en overal is er een mogelijkheid om op de social media te communiceren. Deze communicatie verloopt niet altijd op een vriendelijke manier. 34,78% van de leerkrachten merkt dat het cyberpesten voorkomt in hun klas, evenals het (digitaal) uitvechten van een ruzie (21,74%). Dit digitaal pesten en ruziën gebeurt op een veel hardere manier dan in real-life, omdat de kinderen alleen naar een beeldscherm kijken. Ze zien de persoon aan de andere kant van het beeldscherm niet en zien dus ook niet wat het teweegbrengt.

Doordat er altijd een mogelijkheid is om te communiceren, is er ook de angst iets te missen (Fear Of Missing Out). Dit heeft te maken met de sociaal-emotionele ontwikkeling van het kind, de prepuberale fase van een tiener. Tieners willen graag bij hun referentiegroep horen en dat maakt hen deels onzeker. Door henzelf constant op de hoogte te stellen op de social media, blijven ze up-to-date en weten ze precies wat anderen van hen wel of niet verwachten.

Zoals hierboven beschreven is, zitten kinderen veel op de social media en daarom is het verstandig ze hierin ook op te voeden. Meer dan de helft van de leerkrachten is het ermee eens dat dit zowel een taak van de leerkrachten als van de ouders is. Voor beiden zijn er verschillende hulpmiddelen om hun kinderen verantwoord om te laten gaan met de social media. Via mijnkindonline.nl en mediaopvoeding.nl wordt er antwoord gegeven op kwesties die spelen bij kinderen en social media, aangekaart door ouders of leerkrachten. Ook is op deze sites informatie te vinden over allerlei ins en outs van de social media. Specifiek voor leerkrachten is er 'Diploma Veilig Internetten' en 'Mediamasters'. Dit zijn projecten in de klas die de leerkracht ondersteunen in het lesgeven over social media. Ook bieden sommige instanties, zoals Bureau Halt, gastlessen aan om de kinderen meer over de social media te leren.

Social media zijn een grijs gebied voor veel leerkrachten. In hoeverre kun je dit in het onderwijs gebruiken dat het nog te verantwoorden is, want de social media kunnen ook 'gevaarlijk' zijn. Toch kunnen de social media helpen bij het creëren van een krachtige en



afwisselende leeromgeving en zijn kinderen door social media in staat om zelf kennis te creëren. Vooralsnog is het verstandig om de kinderen op te voeden en les te geven in de social media, want niet alles wat op internet staat is conform de waarheid.

10 Evaluatie van het onderzoek

10.1 Bevindingen

Dit onderzoek heeft mij verschillende dingen opgeleverd. Voordat ik in dit gedeelte verder inga op de discussie, generaliseerbaarheid en aanbevelingen, wil ik eerst mijn bevindingen op een rijtje zetten:

Vanuit de literatuur heb ik het volgende gevonden waarvan ik denk dat het handige tools voor leerkrachten zijn om te gebruiken:

1. *BoekTweePuntNul: Web 2.0, Social Media, Webtools*. In dit boek staan 200 social mediasites die het meest bruikbaar zijn. Ze zijn niet allen in het onderwijs in te zetten, maar er staan zeker een heel aantal goede sites tussen die wel te gebruiken zijn. Eenvoudig te bestellen via boektweepuntnul.nl
2. *HandBoekTweePuntNul: Sociale media in het onderwijs*. In dit boek staat uitgelegd wat de social media zijn en hoe dit in te zetten is binnen de klas en op schoolniveau. Eenvoudig te bestellen via boektweepuntnul.nl
3. *Inspiratieboek Sociale media op de basisschool: de leerkracht maakt het verschil*. In dit boek wordt op 21 vragen antwoord gegeven over hoe je social media met succes kunt inzetten in het onderwijs. Gratis te downloaden via mijnkindonline.nl of als luxe versie te koop.

Vanuit het praktijkonderzoek kan ik het volgende aanbevelen:

1. Het Diploma Veilig Internetten. Dit zijn lespakketten voor groep 5/6 en 7/8 over de social media. Te downloaden via Kennisnet.
2. De week van de Mediamasters. Een projectweek bedoeld voor groep 7/8 waarin kinderen, ouders en leerkrachten leren wat de mogelijkheden en gevaren zijn van social media.
3. Om kinderen te onderwijzen over de social media, is het essentieel hier zelf ook verstand van te hebben. Leerkrachten die dit nog niet hebben, raad ik aan zich hier meer in te verdiepen. Bijvoorbeeld d.m.v. de hierboven beschreven boeken.

10.2 Discussie

Wat heeft dit onderzoek opgeleverd voor wat er tot nu toe al bekend is over dit onderwerp? En waar kunnen vraagtekens geplaatst worden?

Er is al veel onderzocht over de social media. In algemene zin, maar ook met een onderwijsgerichte visie. Er komen negatieve punten naar voren die deels bevestigd zijn, maar ook punten die ontkracht zijn.

Het is belangrijk om in te zien dat de social media niet alleen meer door middelbare scholieren, studenten en volwassenen wordt gebruikt, maar ook door kinderen. Bij veel kinderen is de social media niet meer uit hun leven weg te denken en daarom is het essentieel hen social media-bekwaam te maken.

Er zijn een aantal punten die ter discussie gezet kunnen worden m.b.t. de betrouwbaarheid:

1. De enquête is afgenomen onder 70 leerkrachten uit het bovenbouwonderwijs. Dat is echter een te kleine groep om een uitspraak te kunnen doen over leerkrachten in heel Nederland.

2. De leerkrachten vulden de enquête anoniem via het internet in. Hierbij is de kans aanwezig dat leerkrachten onderling praatten over de enquête en overlegden wat ze invulden.
3. De interviews zijn gehouden met leerkrachten in verschillende functies. Hierdoor heb ik geen vergelijkingsmateriaal met anderen in hun functie.
4. De enquête en de interviews zijn gehouden in de omgeving Rhenen, Veenendaal, Ede. De uitspraken in dit onderzoek zijn dus alleen betrouwbaar voor deze omgeving.

10.3 Generaliseerbaarheid

Dit onderzoek is enkel uitgevoerd op christelijke basisscholen in de omgeving Rhenen, Veenendaal en Ede. De huiselijke milieus zijn te verschillend om hier een uitspraak over te doen.

Doordat alle leerkrachten een christelijke visie hebben, zouden de uitspraken in dit onderzoek niet voor leerkrachten in heel Nederland gelden. Hiervoor zou de onderzoeksgroep een veel grotere groep bovenbouwleerkrachten moeten zijn uit verschillende plaatsen en van verschillende basisscholen. De ondervraagde groep is te klein en met een te eenzijdige visie om dit onderzoek generaliseerbaar te laten zijn voor een grotere menigte.

10.4 Aanbevelingen

Er is nog veel meer te onderzoeken over de social media. Hier volgt een lijst met mogelijkheden voor vervolgonderzoeken:

- Hoe communiceren kinderen en jongeren met elkaar via het digitaal netwerk? Heeft dit grote gevolgen voor de manier waarop kinderen communiceren? Met een volgend onderzoek is hier dieper op in te gaan.
- Uit dit onderzoek is gebleken dat er leerkrachten zijn die niet actief zijn op de social media. Wat houdt hen tegen? Hoe willen ze kinderen onderwijzen over social media als ze hier zelf geen weet van hebben? Onderzocht moet worden hoe leerkrachten die niet actief zijn op social media toch kinderen kunnen onderwijzen, aangezien dit essentieel is. Ook is belangrijk om te onderzoeken hoe het 'grijze gebied' van de social media duidelijker gemaakt kan worden voor de leerkrachten.
- Zoals in dit onderzoek is vermeld hebben de social media ook onderwijsgerelateerde voordelen. In een volgend onderzoek kan worden ingegaan op hoe de social media actief in het onderwijs kan worden ingezet.

11 Samenvatting

De samenleving is doordrenkt met de social media. Scholieren, studenten en volwassenen worden vaak gezien als de grootgebruiker, maar steeds jongere kinderen maken ook gebruik van de social media. In dit onderzoek ging ik met behulp van een enquête en interviews op zoek naar een antwoord op de volgende vraag:

Welke invloed hebben de social media op de sociaal-emotionele ontwikkeling van een kind (8-12 jr.) en hoe kunnen kinderen veilig met sociale media om leren gaan?

De social media bleek wel degelijk invloed te hebben. In de prepuberale fase vergelijken tieners zich steeds meer met anderen. Ook zijn de social media een uitgewezen plek om als beginnende tiener met de vaardigheden zelfpresentatie en zelfonthulling te oefenen (Haan & Pijpers, 2010, pp. 93-94). Door constante stimuli van geluiden, pushberichten, aandacht en beloningen wordt de tiener telkens aangezet om te blijven kijken. Wanneer dit niet mogelijk is, kan er Fear Of Missing Out (FOMO) ontstaan. Tieners worden angstig dat ze iets missen, waardoor ze gestresst kunnen raken (Social Media Stress). Ook komt cyberpesten en het uitvechten van ruzies via social media vaker voor dan men denkt. Daarom is het essentieel kinderen en tieners social media-bekwaam te maken. Hierbij kom ik bij mijn praktijkvraag:

Op welke manier kunnen leraren kinderen leren om social media-bekwaam te worden?

Hierbij heb ik enquêtes verstuurd en interviews gehouden. Uit dit onderzoek kwamen goede resultaten. Meer dan de helft van de leerkrachten is het ermee eens dat ouders en leerkrachten de taak hebben om kinderen social media-bekwaam te maken. Dit kan op verschillende manieren. Ouders en leerkrachten kunnen gebruik maken van mijnkindonline.nl of mediaopvoeding.nl, leerkrachten kunnen via Kennisnet een cursus Veilig Internetten doen waarna de kinderen een diploma krijgen. Ook kunnen leerkrachten een projectweek met Mediamasters doen. Dit is echter alleen gespecificeerd voor groep 7/8.

Bibliografie

Boeken, kranten en tijdschriften

- Anoniem. (2012, mei 8). Jeugd lijdt aan stress door social media. *Metro*.
- Baane, R., & Houtkamp, P. K. (2011). Het nieuwe werken ontrafeld, Over Bricks, Bytes & Behavior. Assen: Koninklijke van Gorcum BV.
- Bas, J. d. (2011). Lessen in mediawijsheid, Omgaan met nieuwe media op de basisschool. Amersfoort: ThiemeMeulenhoff.
- Bongaards, B. S. (2009). Vakbekwaam onderwijzen. Groningen: Noordhoff Uitgevers.
- Boschma, J., & Groen, I. (2010). In *Generatie Einstein: slimmer, sneller en volwassener*. Utrecht: A.W. Bruna Uitgevers B.V.
- Cleijn, C. (2011). In *Sociale media... voor kids*. Culemborg: Van Duuren Media.
- Coenders, H. (1998). In *Kramers Handwoordenboek Nederlands*. Houten: Het Spectrum B.V.
- De Beuckelaere, B. (2005, februari 3). Imago. Tieners pesten meer en grover in cyberspace. *De Morgen*, 23.
- Delfos, M. (2008). In *Virtuele Ontwikkeling van de Jeugd*. Amsterdam: SWP.
- Duivestein, S., & Bloem, J. (2012). *De zwarte kant van social media*. Opgehaald van Sogeti ViNT: <http://vint.sogeti.com/wp-content/uploads/2013/01/De-Zwarte-Kant-van-Sociale-Media-MF.pdf>
- Dupont, P. (2004, december 4). Pestkoppen gebruiken cyberspace om leeftijdsgenoten het leven zuur te maken. *De Morgen*, 9.
- Eijnden van den, R., & Vermulst, A. (2007). Online communicatie, compulsief internetgebruik en het psychosociale welbevinden van jongeren. In J. Haan de, & C. Hof van 't, *Jaarboek ICT en samenleving. De digitale generatie*. Amsterdam: Boom.
- EU Kids Online. (2012). *EU Kids Online*. Opgeroepen op Januari 4, 2013, van LSE Media and Communications : <http://www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/Home.aspx>
- (2004). In S. Faber, *Draaiboek Pedagogisch klimaat en groepsproblemen, Sfeerverbetering, omgaan met 'de lastige groep'* (2e herziene druk ed., p. 33). Voorhout: STEVIN Uitgeverij - Adviesbureau.
- Facebook. (2013). *Newsroom Facebook: Key Facts*. Opgeroepen op Januari 6, 2013, van Facebook: newsroom.fb.com/Key-Facts
- (1996). In D. Goleman, *Emotional Intelligence: Why It Can Matter More Than IQ*. London: Bloomsbury Publishing Plc.
- Gregson, K. (2007). Children's websites. In J. Arnett (Ed.), *Encyclopedia of children, adolescents and the media* (pp. 873 - 875). Thousand Oaks: Sage.

Haan, J. d., & Pijpers, R. (2010). In J. d. Haan, *Contact! Kinderen en nieuwe media* (1e druk ed., pp. 16-17). Houten: Bohn Stafleu van Loghum.

Hecke van, J. (2012). In *Internet als methodiek in de jeugdzorg*. Apeldoorn: Garant.

Heimgartner, R. (2008). *Actie = Reactie? Een aanpak in overheidscommunicatie gericht op jongeren in de 21ste eeuw*. Opgeroepen op Januari 14, 2013, van HBO-Kennisbank: <http://hbo-kennisbank.nl/nl/page/hborecord.view/?uploadId=utrechthogeschool%3Aoi%3Arepository.h.u.nl%3A16740>

Helpwanted. (Onbekend). *Vraag en antwoord: Wat is een cyberlokker?*. Opgeroepen op Januari 4, 2013, van Help Wanted, site voor jongeren: <http://www.helpwanted.nl/faq/?v=1&cid=7>

Henke, L. (1999). Children, advertising and the Internet: An exploratory study. In D. Shumann, & E. Thorson, *Advertising and the World Wide Web* (pp. 73-79). Mahway: Erlbaum.

Hermes, J., Naber, P., & Dieleman, A. (2012). In *Leefwereld van jongeren*. Bussum: Coutinho.

Hilgers, L., & Zadelhoff van, T. (2012). In *BoekTweePuntNul200*. Leiden: Educos i.s.m. Van Buurt Boek.

Huijskens, C. (2010). Code Sociale Media. In J. Bouman, H. Kraak, & F. Kromer (Red.). Amsterdam: Bertram + de Leeuw Uitgevers.

Huysmans, F., Haan de, J., & Broek van den, A. (2004). *ICT en onderwijs, leren van jongeren*. Opgeroepen op Januari 14, 2013, van Sociaal Plan Bureau: <http://www.scp.nl/publicaties/boeken/9037701299/AchterDeSchermen.pdf>

Hyves. (2004-2013). *Over Hyves: Hyves in cijfers*. Opgeroepen op Januari 6, 2013, van Hyves: hyves.nl/about/facts/

Jong de, J., & Vocht de, H. (1999). In *Menswetenschappen in de verpleegkundige beroepsuitoefening*. Houten: Bohn Stafleu Van Loghum.

Kallenberg, T., Koster, B., Onstenk, J., & Scheepsmas, W. (2007). In *Ontwikkeling door onderzoek; een handreiking voor leraren*. Utrecht/Zutphen: ThiemeMeulenhoff.

Kanjertrainingen. (2013). *Welkom op de kanjersite!* Opgeroepen op 5 13, 2013, van Kanjertrainingen: www.kanjertraining.nl

Kraut, R., Kiesler, S., Boneva, B., & Cummings, J. H. (2002). Internet paradox revisited. *Journal of Social Issues*, 2002 (58), 49-74.

Kraut, R., Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S. M., & Scherlis, W. (1998). Internet paradox: A social technology that reduces social involvement and psychological well-being? *American Psychologist*, 1998 (53 (9)), 1017-1031.

LeerWiki. (2013). *Wat is een trendwatcher*. Opgeroepen op 5 13, 2013, van LeerWiki, De community met Inhoud: http://www.leerwiki.nl/Wat_is_een_trendwatcher



- Leest, C. v. (2011, Maart). *Psychologie Magazine, Over de zin en onzin van sociale media*. Opgeroepen op Mei 13, 2013, van <http://www.psychologiemagazine.nl/web/Artikelpagina/Over-de-zin-en-onzin-van-sociale-media.htm>
- Lindström, M., & Seybold, P. (2003). In *Brandchild: remarkable insights into the minds of today's global kids and their relationships with brands*. London: Kogan Page.
- Looy, F. H. (2008). *Gezond gedrag in de basisschool*. Groningen: Wolters-Noordhoff.
- Mesch, G. (2001). Social relationships and Internet use among adolescents in Israel. *Social Science Quarterly*, 2001 (82), 329-340.
- Nederlandse Academie voor Media & Maatschappij. (2012). *Jongeren lijden aan Social Media Stress (SMS)*. Opgeroepen op januari 15, 2013, van http://www.vosabb.nl/uploads/media/Sociale_media_en_stress.pdf
- Nikken, P. (2002). *Kind en Media: Weet wat ze zien*. Amsterdam: Boom.
- Noord-Brabant, P. B. (2001). *Curriculum media-educatie*. Tilburg.
- Oblinger, D., & Oblinger, J. (2005). Is It Age or IT: First Steps Toward Understanding the Net-generation. In D. Oblinger, & J. (. Oblinger, *Educating the Net-Generation* (p. 20). Educause.
- Pijpers, R., & Haan de, J. (2011). In *Contact!* Houten: Bohn Stafleu van Loghum.
- Qrius. (sd). *Jongerenonderzoek 1997*. Amsterdam: Qrius.
- RTL Nederland. (2012). *Editie NL: 40 dagen zonder social media*. Opgeroepen op Januari 4, 2013, van RTL XL: <http://www.rtl.nl/xl/#/u/59757cb2-04a0-435b-a961-76c56580c2cc>
- Schilperoort, N., & Huizinga, H. (2001). In *Internet*. Amsterdam: Adfo Specialists Group.
- Sjöberg, U. (1999). The rise of the electronic individual: A study of how young Swedish teenagers use and perceive Internet. *Telematics and Informatics* 16, 113-133.
- Stigterman, E. (2010). *De Succesvolle Internetmanager, Een gefaseerde aanpak voor een moderne gepersonaliseerde website*. Zaltbommel: Stigterman.
- (2004). In J. Surowiecki, *The Wisdom of Crowds: Why the Many Are Smarter Than the Few and How Collective Wisdom Shapes Business, Economies, Societies and Nations*. Garden City: Doubleday.
- Turkle, S. (2011, September 25). Gesprek op 2. (D. Bunschoek, Interviewer) NTR, VPRO, IKON.
- Twittermania. (2012, December 18). *Cijfers: Twitter heeft bijna 200 miljoen actieve gebruikers*. Opgeroepen op Januari 6, 2013, van Twittermania: twittermania.nl/2012/12/twitter-heeft-200-miljoen-actieve-gebruikers/
- Valkenburg, P. (2008). *Beeldschermkinderen, Theorieën over kind en media*. Amsterdam: Boom Uitgevers.



Valkenburg, P., & Peter, J. (2009). The effects of Instant Messaging on the quality of adolescents' existing friendships: A longitudinal study. *Journal of Communication*, 59, 79-97.

Van Dale. (2013). *Opzoeken*. Opgeroepen op Januari 11, 2013, van Van Dale: <http://www.vandale.nl/opzoeken>

Veen, W., & Jacobs, F. (2004). *ICT en Onderwijs, Leren van jongeren*. Opgeroepen op Januari 14, 2013, van Universiteit van Utrecht: [http://igitur-archive.library.uu.nl/DARLIN/2006-1031-200140/Leren_van_jongeren\(01102005\).pdf](http://igitur-archive.library.uu.nl/DARLIN/2006-1031-200140/Leren_van_jongeren(01102005).pdf)

Veen, W., & Vrakking, B. (2006). In *Homo zappiens. Growing up in a digital age*. London: Network Continuum Education.

Vincke, J. (2007). In *Sociologie. Een klassieke en hedendaagse benadering*. Gent: Academia Press.

Wijffels, W. (2006). In *Hoe coach ik mijn klas?: een basisgids voor klassenmanagement*. Tiel: Lannoo.

Wikipedia. (2012, December 31). *Wikipedia, de vrije encyclopedie*. Opgeroepen op Januari 11, 2013, van <http://nl.wikipedia.org/>

Websites

(?), E. (2013, Januari 10). Opgehaald van Reputatie Coaching: <http://www.reputatiecoaching.nl/de-geschiedenis-van-social-networking/>

Hooge, H. de (2012, Oktober 2012). Opgehaald van Dutch Cowboys: <http://www.dutchcowboys.nl/socialmedia/26188>

Lenhart, A., e.a. (2010, Februari). *PewInternet*. Opgehaald van <http://pewinternet.org/Reports/2010/Social-Media-and-Young-Adults/Part-1.aspx>

http://www.agf.nl/nieuwsbericht_detail.asp?id=89406

<http://www.social-media.nl>

<http://socialmediasucces.nl/social-media-informatie/>

<http://www.social-media.nl>

http://www.apestaartjaren.be/sites/default/files/Apestaartjaren3_onderzoek_digitaal.pdf

<http://www.mediaopvoeding.nl/achtergrondinfo/7-9-jaar>

http://www.volkskrant.nl/vk/nl/2664/Nieuws/article/detail/3284501/2012/07/10/Social-media-steeds-belangrijker-om-nieuws-te-vinden.dhtml?utm_source=scherm1&utm_medium=button&utm_campaign=Cookiecheck

<http://nos.nl/artikel/370646-stress-jongeren-door-sociale-media.html>