



Dominik Landwehr (ed.) – Digital Kids



In dit fraaie en hippe tweetalig boekje lees je over allerlei toffe media projecten

voor jongeren. Jongeren die zich als *digital natives* online uiten door zelf *vlogs* op te nemen, animaties maken, profielen inrichten en grappige plaatjes rondsturen. Al die fenomenen zijn ondertussen voor al hele jonge kinderen een feit. Landwehr ziet met name de toenemende creatieve mogelijkheden daarvan. Voor hem is daarbij Youtube exemplarisch en niet te onderschatten: het is in zijn ogen hét eerste globale jongeren-medium en juist bij Youtube zie je zo goed het waanzinnig aantal filmpjes dat dagelijks wordt gemaakt, geüpload en bekeken. Het boekje geeft echter naast Youtube een veel bredere blik op alle creatieve uitingen die online te vinden zijn. Het is allesbehalve homogeen en makkelijk onder een noemer te brengen. In dit boekje krijg je eerder het beeld van een vrijwel wereldwijd soort corporatieve en dynamische kinderspeelplaats! En wat we daar verder als conclusie ook aan verbinden – spannend, afstompend, onbegrijpelijk, schadelijk, fantastisch of alles tegelijk – het is hoe dan ook duidelijk dat hier een interessant en alsmaar ontwikkelend fenomeen onder de loep wordt genomen. Het is geschreven door mensen die er zelf helemaal middenin staan en zich speciaal bezig houden met hoe de jongeren hierin geholpen en uitgedaagd kunnen worden.

Met kennis van TV, de werking van een smartphone, een Ipad op school, of iets opzoeken op Wikipedia heeft dit overigens helemaal niets van doen. Het gaat om het maken, volgen, en op de hoogte zijn van hele specifieke, prikkelende media-uitingen die massaal aan de jongeren worden

gericht, en die bovendien een behoorlijke groep ook daadwerkelijk bereikt. In de klaslokalen kom je het misschien juist nauwelijks tegen: specifieke youtube sterren, bepaalde voor volwassenen onvindbare apps of filmpjes, maar ook bepaalde meme's of animated GIF's – dit is blijkbaar waar het om draait, dat is waar massaal aandacht aan wordt besteed door jongeren. Maar preciezer vertellen welke dan nu precies, dat kan ook eigenlijk niet. Voor je het weet is het namelijk al weer voorbij – die snelle grappige content is iets wat maar kort blijft hangen. Heel *instant*. Dit boekje probeert desalniettemin de huidige stand van zaken een beetje te beschrijven, vooral in relatie tot de meer leerzame aspecten. Maar denk niet dat je met dit boekje weer de komende jaren helemaal *up to date* bent.

Wat in dit boekje aan bod komt is dus alles behalve een grote berg rotzooi waar je als onderwijs niets mee te maken wilt hebben. Leerzaam is het gebruik van media zeker op sommige momenten ook en daar ligt telkens in dit boek de focus. Denk aan een videogame waar je, zo denkt expert [Marc Bodmer](#), altijd op zoek moet gaan naar nuttige oplossingen wat een relevant denken kan opleveren. Maar denk ook aan de videokanalen van mensen als [CPG Grey](#), [Veritasium](#), of de flauwe maar ook leerzame [Epic Rap Battles of History](#) waar geschiedkundige figuren het tegen elkaar opnemen. Maar het is zeker niet iets wat zomaar in het onderwijs moet worden opgenomen; meestal juist niet. Wat moet je er toch mee als volwassen onderwijzer? Gewoon maar negeren? Evenals al die instructie-video's die helpen bij make-up, reparaties of technologie? En net doen alsof er geen lifestyle vloggers zijn die jongeren voorbeelden geven om bij te horen, om naar op te kijken? Of verschillende interessante online omgevingen zoals [minicraft](#) of [Vine](#), met beide een hele verschillende maar typische manier om het te gebruiken? Het is er allemaal, zeer aanlokkelijk, zeer veelzeggend, en hoe dan ook leerzaam op een bepaalde manier: een mentor-les lijkt niet te voldoen. Als docent moet je er eigenlijk wel wat mee, maar het is en blijft een jongerenwereld waar het onderwijs door volwassenen al gauw de plank finaal mislaat.

Dit boekje propageert daarom in het bijzonder een specifieke manier om er mee om te gaan: namelijk door leerlingen zelf dit soort dingen te laten maken. Zelf produceren dus. Videoproductie is een makkie geworden, een vlog kan iedereen schieten, animaties zijn best te doen, en met [Makey Makey](#), [Instructables](#), [Make:](#), Aurasma, [Actionbound](#), [Canva](#), [Scratch](#) (of de [Jr variant](#)), [Music Maker Jam](#), [Gimp](#) en nog veel meer kan je ook in 3D, met AR, tekenend, musicerend, door de stad heen, programmerend en bouwend aan de slag. En dan begrijpt de jongere meteen wat erbij komt kijken en kan je hen begeleiden bij wat daarin betekenis vol is, wat grenzen zijn, wanneer iets uit de hand loopt, enzovoorts. Dat is waar dit boekje met name op is gericht. Dit is de oproep die in dit boekje centraal staat. Laat de jongeren zelf mee-creëren binnen de grote *flux* aan online uitingen. Laat ze er onderdeel van zijn en ondersteun ze daarbij – in plaats van telkens als onderwijs het te proberen 'in te zetten' of 'behandelen'.

Als pleitbezorgers komen mensen van [Swiss Mechatronic Art Society](#) aan het woord. Ze richten zich dan wel vooral op gadgets en robotjes maar maken duidelijk hoe speels, leuk en toch leerzaam dit kan zijn en waarom 'labs' en 'makerspaces' of anderszins creatieve omgevingen daarvoor met minimale middelen heel succesvol kunnen worden ingericht.

Beste leraren en docenten: laat de jongeren dus vooral creatief en daarmee ook selectief aan de slag gaan onder begeleiding: daag ze uit, en leer vooral ook van hen! Daar is de onderwijscontext juist zo geschikt voor. [Rösch](#) weet als geen andere de daarvoor benodigde *vibe* onder woorden te brengen. Hij lijkt grote sympathie te voelen voor de creatieve kids en begint zijn essay met een citaat uit "[We, the Web Kids](#)" van Cerzki die het gedachtegoed van deze jonge creatievelingen probeert te verwoorden.

Dit is waar we in het onderwijs gebruik van kunnen maken. Hij ziet de jongeren als pioniers en wil de volwassene in de rol van mentors en hulp krijgen. De volwassene brengt levenservaring, stelt kritische vragen en geeft een compliment op zijn tijd: essentieel juist voor wat de jongeren doen, omdat zij niet altijd de (sociale) gevaren inzien of zelfreflectie beheersten. En Rösch theoretiseert dat als een *media-geletterdheid* of zelfs een heuse [media-pedagogiek](#) wat een hele brede en emancipatoire invulling moet krijgen opdat de jongere zich goed raad weet met al die digitale trends en online media. Zoals socioloog [Franz Joseph Röhl](#) laat zien in een korte geschiedenis van de receptie van nieuwe media in de pedagogie, beginnend ongeveer bij de kritische uitspraken van [Gedike](#) over de nadelen van het gebruik van schoolboeken, moeten we ons dan niet te krampachtig laten leiden door de ‘angst voor het beeld’.

En ondanks al deze terechte oproepen kan dit boek niet zonder een kritische noot. Dit boekje is bij al het bovenstaande toch ook een directe promotie van allereerst [Digital Brainstorming](#) – een cultuur-tak van een supermarktketen ([Migros](#)) – als dé zogenaamde plek voor ‘digitale cultuur en mediakunst’ – maar ook ten tweede het daaraan gekoppelde <http://bugnplay.ch/> (een soort zitserse poging een variant te maken op [lego-league](#) en [u19 – create your world](#) van Ars Electronica). Juist Digital Brainstorming en Bugnplay zijn namelijk exponenten van dit meer creatief omgaan met digitale technologie en staan centraal in waar dit boek je over informeert. Het boek wil daarnaast graag internationaal het Zwitserse media-kunst wereldje uitdragen: diverse [publicaties](#) gingen dit boekje in die zin al voor. Het is daarmee te lezen als één grote geavanceerde reclamefolder. Dat is toepasselijk: die online wereld staat bol van promotie en reclame, en het is niet verkeerd om samen te brengen, te organiseren. Maar het is natuurlijk ook vercommercialiseren, een complete levensindustrie gericht op competitie, verbetering, en vooruitgang, zoals Katharina Nill beschrijft. En dat is dan weer erg onwenselijk als je het bekijkt vanuit groepen die eerder in [dezelfde boekenreeks als dit boek](#) aan bod kwamen, zoals bijvoorbeeld [etoy](#), [UBERMORGEN.COM](#) en [!Mediengruppe Bitnik](#). En juist dát geluid lijkt desalniettemin onmisbaar als je aan de ‘digital kids’ wilt laten zien hoe juist binnen online media en digitale cultuur ook gezocht wordt naar niet commerciële of promotionele vormen van organisatie en ontwikkeling. Dus laten we die uitingen wel degelijk op waarde schatten, meer dan in dit boekje gebeurt, om niet ongemerkt en ongewild de bizarre *bubble* van leuke online toepassingen voor jongeren als miljoenenindustrie tegelijk als werkelijkheid en ideaal te versterken. Laat dat de kritische noot zijn bij dit boekje.

Categorie

1. 2016
2. Creativiteit
3. Eigentijds onderwijs
4. Experiment
5. Kinderen
6. Recent
7. Technologie
8. Toekomstgericht

Tags

1. commercie
2. community
3. instructie

- 4. interactie
- 5. internet
- 6. media

Datum aangemaakt

30 november 2017

Auteur

de-redactie

default watermark