



“Elk pedagogisch-
didactisch beleids-
plan zou mediabeleid
moeten bevatten”

Denise Bontje

Media in de kinderopvang

Hoewel de titel wellicht anders doet vermoeden, is Sardes geen voorstander van intensief gebruik van media met jonge kinderen. Wel is het belangrijk dat kinderopvangorganisaties mediabeleid ontwikkelen. Mediaopvoeding is niet alleen een taak van de ouders, maar ook van de kinderopvang. Dit wordt in toenemende mate erkend, maar welke rol kan de kinderopvang daarin vervullen? Denise Bontje presenteert vijf stappen om in de kinderopvang met mediaopvoeding aan de slag te gaan.

Waarom zou de kinderopvang meer aandacht besteden aan mediaopvoeding? Er zijn daarvoor verschillende redenen¹¹:

- Erkennen is beter dan negeren. Natuurlijk zijn media, zeker in de kinderopvang, niet nodig voor jonge kinderen, maar ze groeien op in een steeds digitaler wordende wereld. Door op jonge leeftijd met mediaopvoeding te beginnen en bewust met media om te gaan, kun je kinderen het goede voorbeeld geven.
- Mediaopvoeding is de basis voor werken aan mediawijsheid. Door het goede voorbeeld te geven en media met jonge kinderen bewust te gebruiken en erover te praten, begeleid je het kind bij de eerste stappen in de digitale wereld en leg je een basis voor mediawijsheid.
- De kinderopvang is een inspiratiebron voor ouders. Ouders zijn zich niet altijd bewust van de noodzaak van mediaopvoeding, het belang

van voorbeeldgedrag en van de mogelijkheden die media bieden. Door media in de kinderopvang activerend in te zetten (samen, bewust en met een link naar andere activiteiten), kun je ouders inspireren.

- Mediaopvoeding doe je samen met ouders. Het is een gezamenlijke verantwoordelijkheid van opvang en ouders om het goede voorbeeld te geven en kinderen wegwijs te maken in een wereld vol media.

Stap 1: bewustwording

Het begint met bewustwording. Professionals en ouders moeten zich bewust worden van het belang van mediaopvoeding. De noodzaak ervan moet breed worden gedragen. Het gaat erom dat iedereen over hetzelfde praat als het gaat over mediaopvoeding en over media. Wat is mediaopvoeding nou eigenlijk? Wat kun je als kinderopvang doen?

Inzicht in het eigen mediagebruik is een belangrijke eye-opener: welk beeld krijgen

kinderen door het voorbeeld van de volwassenen om hen heen? Hoe kunnen we kinderen van jongs af aan op een bewuste en activerende manier met media leren omgaan? De erkenning van het belang van mediaopvoeding en van de rol van de kinderopvang daarbij, is de basis om er daadwerkelijk mee aan de slag te gaan.

Stap 2: werken aan visie en beleid

Nadenken over een visie op media is de tweede stap: wat vinden we als organisatie belangrijk als het gaat om de inzet van media? Over welke media gaat het? Welke media of content willen we in de kinderopvang gebruiken en welke liever niet? Waarom?

Het is belangrijk dat niet alleen bestuurders, maar ook managers en medewerkers nadenken over de kernwaarden van media: wat is belangrijk bij de inzet van media als het gaat om jonge kinderen? Denk bijvoorbeeld aan beperkte beeldschermtijd, geschikte media, en een combinatie tussen online en offline spel. Het is goed om hierin keuzes te maken. De visie op media moet immers aansluiten bij de visie op (de ontwikkeling van) het kind.

De tweede vraag is hoe de kernwaarden zich tot elkaar verhouden. Wat vinden we als organisatie het meest belangrijk? Het antwoord op deze vraag geeft richting aan een visie op media en biedt een kader voor gesprekken met ouders en medewerkers.

Een visie moet worden gedeeld, maar moet ook worden vertaald in beleid en werkafspraken. Elk pedagogisch-didactisch beleidsplan zou niet alleen voorleesbeleid, maar ook mediabeleid moeten bevatten. De vertaling naar werkafspraken is nodig om ervoor te zorgen dat medewerkers ook naar het mediabeleid handelen.

Stap 3: professionals ondersteunen

Als duidelijk is wat de organisatie met media en mediaopvoeding wil, is het goed om vervolgens na te denken over de ondersteuning van professionals. Het inzetten van media op zich is niet zo moeilijk, maar als pedagogisch medewer-

kers media op een bewuste en activerende manier inzetten, halen ze er meer uit. Dan zijn media een middel om kinderen te ondersteunen in hun ontwikkeling.

Daarbij is een bewuste keuze voor mediaproducten van belang (zie ook het artikel van Ilona Jens en Robieke Roesink), maar nog belangrijker is misschien wel de rol van de pedagogisch medewerker. Hoe en wanneer zetten zij media in en hoe begeleiden zij het mediagebruik? De relatie leggen met het thema of een onderwerp waarin kinderen interesse hebben, is een mooi startpunt.

Inge krijgt een broertje. Door samen het boek 'Wat zit er in je buik mama' te lezen en/of het bijbehorende wepboek te bekijken (www.digidreumes.nl), te praten over wat je nodig hebt als er een baby wordt geboren én te zorgen voor materialen die aansluiten bij het verhaal, biedt de pedagogisch medewerker aan Inge en aan de andere kinderen niet alleen meerdere contexten waarin verschillende woorden aan bod komen, maar geeft ze de kinderen ook de mogelijkheid om hun eigen spel te verrijken en de woorden zelf te gebruiken.

Stap 4: ouders betrekken

Door media op een bewuste en activerende manier in te zetten en dit te koppelen aan andere activiteiten, ondersteunen pedagogisch medewerkers niet alleen kinderen in hun ontwikkeling, maar fungeren zij ook als voorbeeld voor kinderen én hun ouders. Dit betekent ook dat de opvang ouders informeert over het mediagebruik op de groep en hen tips geeft over media zij thuis kunnen gebruiken en hoe ze dat kunnen doen.

Stap 5: een leven lang leren

De ontwikkelingen gaan door. Stilstaan betekent al snel achteruitgaan. Het is belangrijk dat de organisatie blijft kijken naar wat kinderen nodig hebben en wat de markt biedt, maar ook dat ze

kritisch blijft kijken naar de inzet van media in de groep. Doen de pedagogisch medewerkers nog wat er is afgesproken? Hoe blijven pedagogisch medewerkers qua kennis up-to-date? Er zijn genoeg manieren en websites om op de hoogte te blijven van de nieuwste ontwikkelingen. Denk daarbij aan de Toolbox mediaopvoeding van het Nji, met praktische tips, maar ook aan websites, zoals www.mediaopvoeding.nl, www.mijnkindonline.nl met achtergrondinformatie. Informatie over geschikte apps en media voor (jonge) kinderen is bijvoorbeeld te vinden op digidreumes.nl en mediasmarties.nl.

Eind 2016 is de community Kind en Media opgericht. Doel van de community is dat pedagogisch medewerkers, leerkrachten in de onderbouw en trainers kennis en ervaringen met elkaar delen. Door lid te worden van de community blijf je als organisatie up-to-date en worden medewerkers blijvend geprikkeld om aandacht te besteden aan mediaopvoeding en om media bewust en activerend in te zetten.

Op verschillende manieren ondersteunt Sardes de kinderopvang om mediaopvoeding gestalte te geven. Zo worden voor bestuurders en managers jaarlijks meerdere inspiratiesessies georganiseerd over dit onderwerp. Om medewerkers op de werkvloer bewust te maken van het belang van mediaopvoeding, worden er inspiratiebijeenkomsten voor professionals georganiseerd. Dit is de opstap naar trainingen voor pedagogisch medewerkers in de kinderopvang (Haal meer uit media voor peuters) en pedagogisch medewerkers die werkzaam zijn in de bso (Haal meer uit media in de bso). In het kader van borging verzorgt Sardes masterclasses voor beoogde interne media-coördinatoren, waarbij onder andere het beleid en coaching centraal staan. En zo is de cirkel rond. Meer informatie? Kijk op www.sardes.nl/scholing

¹¹ Bontje, D. (2015). *Mediaopvoeding, ook een taak van de kinderopvang, Digidreumesen*. Utrecht: Sardes.

“Je haalt meer uit media als je ze bewust en activerend inzet”

