



Allochtone ouders en de digitale generatiekloof

een handreiking voor mediacoaches en
opvoedingsprofessionals

**MEDIA
4!
ME**

Een uitgave
van
Media4ME,
2012



Feiten & cijfers allochtone ouders en internet

- ▶ Wat wil de allochtone ouder?
- ▶ Hoe bereik je allochtone ouders?
- ▶ Een stappenplan
- ▶ Taal en materiaal
- ▶ Interculturele competenties



Mira Media is een intercultureel kenniscentrum voor media en diversiteit dat fungeert als schakel tussen de media en de multiculturele samenleving. Mira Media geeft groepen die niet hoorbaar en zichtbaar zijn in de media een eigen stem en gezicht. Mira Media werkt 'bottom-up' in nauwe samenwerking met de groepen zelf. Dit gebeurt door talentontwikkeling, het versterken van mediawijsheid en mediavaardigheden en de ontwikkeling van mediaprojecten die deze groepen direct betrekken bij maatschappelijke kwesties.



Media4ME is een project van Mira Media, dat in samenwerking met ClickF1, de Haagse Hogeschool en de Vrede van Utrecht wordt uitgevoerd. Media4ME heeft tot doel het sociaal gebruik van media en ICT-tools in wijken te bevorderen. Media4ME verzorgt daarom expertworkshops voor wijkprofessionals over de inzet van ICT als instrument voor interculturele communicatie in de wijk. Voor wijkbewoners ontwikkelt het een scholingsaanbod gericht op het versterken van mediavaardigheden.



Mediawijzer.net heeft tot doel mediawijsheid in Nederland te bevorderen. Mediawijzer.net is een netwerkorganisatie waarin meer dan 700 organisaties, bedrijven en instellingen op het gebied van mediawijsheid zich hebben verenigd. De netwerkpartners bieden voorlichting, lesmateriaal, workshops, handboeken, projecten en doen onderzoek naar mediawijsheid onderwerpen. www.mediawijzer.net



Het is iedereen toegestaan deze publicatie te kopiëren, distribueren, vertonen, en op te voeren, en om afgeleid materiaal te maken dat hierop is gebaseerd, maar uitsluitend als de auteurs en de publicatie hierbij als bron worden genoemd.



Voorwoord

1. Aanleiding 3

2. Wat willen allochtone ouders? – Feiten, cijfers en beleving 6

2.1. Verschillen allochtonen en autochtonen volgens het CBS

2.2. Praktische ervaringen

2.3. Opvoedingsvragen van allochtone ouders

3. Hoe bereik je allochtone ouders? – Een stappenplan 10

Stap 1 – Benader sleutelfiguren

Stap 2 – De selectie van de sleutelfiguren

Stap 3 – Kies zorgvuldig de locatie voor de cursus

Stap 4 – Hou voorbereidende gesprekken

Tips voor het bereiken van allochtone ouders 13

4. Waar moet je voorlichting aan voldoen? 14

4.1. Taal en materiaal

4.2. Interculturele competenties

Tips voor de voorlichting aan allochtone ouders 16

Mediaorganisaties en bronnen 21

Voorwoord

De 'Facebookmoord', tientallen kinderen gechanteerd door een online-pedofiel; ouders horen via kranten en journaals regelmatig over de risico's van digitale media voor kinderen. Tegelijk zien ze hoe hun kinderen gretig gebruik maken van hun smartphones, gameconsoles en van het aloude vertrouwde televisietoestel. Geen wonder dat elke ouder zich afvraagt of media nu wel of niet gevaarlijk zijn voor kinderen en vooral hoe zij hun kinderen thuis daarin kunnen begeleiden. Allochtone ouders verschillen daarin niet of nauwelijks van autochtone ouders. Elke ouder wil graag dat zijn of haar kind gelukkig opgroeit, plezier beleeft, het goed doet op school en een fijne vriendenkring heeft. Ook daarin verschillen allochtone en autochtone ouders niet van elkaar. Ouders kunnen wel van elkaar verschillen in wat ze dan onder een leuke vriendenkring verstaan, welk schoolniveau ze goed genoeg voor hun kind vinden en waaraan en hoe kinderen plezier kunnen beleven. Ouders moeten daarin hun eigen keuzes maken, die zij vinden passen bij hun eigen opvoedidealen. De ouders moeten daarbij verder keuzes maken over welke media hun kinderen mogen gebruiken, welke beelden ze mogen zien en welke niet, op welke leeftijd de kinderen toe zijn aan een eigen telefoon etc. Het zijn allemaal vragen die horen bij mediaopvoeding.

Met de hele dag door zoveel verschillende media om ons heen, thuis en buiten op straat, en een mobiel altijd binnen handbereik, is het voor de moderne ouder niet makkelijk om aan mediaopvoeding te doen. Het is goed dat er nu ook aandacht is voor hoe de allochtone ouder aankijkt tegen media in het leven van hun kinderen, hoe zij dat mediagebruik willen begeleiden, en wat deze ouders nodig hebben om dat te kunnen. Het blijkt immers dat allochtone ouders onvoldoende worden bereikt wanneer het gaat om mediaopvoeding. De vraag en het aanbod sluiten niet genoeg aan op elkaar. Kennis hierover is van belang voor professionals in de lichte opvoedondersteuning als het Centrum voor Jeugd en Gezin, of voor mediacoaches in de bibliotheek en in het onderwijs.

Deze brochure biedt een waardevolle aanvulling op onze kennis over mediaopvoeding.

Prof. dr. Peter Nikken

Bijzonder hoogleraar Mediaopvoeding

Erasmus School of History, Culture, and Communication



Aanleiding

Ontwikkelingen op internet en in andere media gaan snel. Voor menig ouder is het lastig om deze ontwikkelingen constant te volgen en daarover met de kinderen in gesprek te blijven. Het gevolg is dat er steeds meer vraag is naar informatie en ondersteuning. Scholen spreken tijdens ouderbijeenkomsten daarom vaker met ouders over wat kinderen kunnen tegenkomen op het internet en hoe zij hiermee als opvoeders kunnen omgaan. Er worden voorlichtingsmateriaal en internetplatforms ontwikkeld om ouders over internetontwikkelingen te informeren. Maar in hoeverre worden allochtone ouders goed bereikt?

In 2010 publiceerde het CBS een rapport¹ over het internetgebruik van niet-westerse allochtonen. Uit dit rapport kwam naar voren dat het internetgebruik van niet-westerse allochtonen nauwelijks te onderscheiden is van dat van autochtonen.

Bij Mira Media bestond de kennis dat allochtone ouders minder snel de weg weten te vinden naar hulp bij hun opvoedvragen. Het CBS-rapport riep bij Mira Media de vraag op of allochtone ouders evenredig deelnemen aan op ouders gerichte activiteiten zoals ouderbijeenkomsten en de voorlichting over mediawijsheid in het bijzonder. Uit een eerste inventarisatie onder bekende aanbieders op dit terrein bleek het volgende:

¹ CBS, Sociaaleconomische trends, 2e kwartaal 2010



- De belangrijkste aanbieders en uitvoerders van ouderbijeenkomsten en voorlichtingstrajecten hebben weinig of geen ervaring met allochtone en interculturele groepen.
- Er is, naast het meer algemene CBS-rapport, weinig informatie beschikbaar over het internetgebruik binnen de diverse etnische gemeenschappen en over de mogelijke sociale en maatschappelijke effecten van het internetgebruik binnen het gezin.
- De bestaande voorlichtingsmiddelen zijn veelal gericht op de gemiddelde 'autochtone' Nederlandse ouder.
- De meeste ouderbijeenkomsten worden bijna niet door allochtone ouders bezocht. Een uitzondering vormen de allochtone ouders van de derde generatie.
- Mediawijdsheid maakt geen onderdeel uit van inburgeringscursussen en van programma's opvoedingsondersteuning.

De uitkomsten van deze inventarisatie leidden tot het project 'Digitale generatiekloof in allochtone gezinnen', dat in 2011 en 2012 door Mira Media in samenwerking met Pharos is uitgevoerd.

In het project 'Digitale generatiekloof in allochtone gezinnen' spraken Mira Media en Pharos met groepen ouders uit verschillende etnische minderheidsgroepen over het eigen mediagebruik en dat van hun kinderen. De gesprekken onderstreepten de uitkomsten van het CBS rapport en toonden aan dat bij de allochtone ouders dezelfde opvoedingsvragen leven over het internetgebruik van hun kinderen als bij de autochtone ouders. De gesprekken lieten niet alleen zien dat het bestaande voorlich-

tings- en ondersteuningsaanbod niet is afgestemd op deze groepen én dat het überhaupt de allochtone ouders niet bereikt.

Deze conclusies zijn besproken met Mediawijzer.net en het Nederlands Jeugdinstituut (NJI). Dit leidde tot gezamenlijke expertmeetings met het mediawijsheid netwerk en tot deze brochure voor professionals die met allochtone ouders werken. De brochure biedt niet alleen informatie over het mediagedrag van allochtone ouders en kinderen maar geeft ook tips over hoe ouders kunnen worden bereikt en hoe een voorlichtings- en ondersteuningsaanbod intercultureel ingevuld kan worden.

Marokkaanse vader Mohamed in Utrecht Kanaleneiland

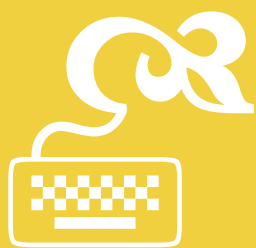
over internet en opvoeding:

'Als ouder kan je je machteloos voelen'

'Ouders hebben een digitale achterstand, ze hebben vaak geen ervaring met internet. Als de ouders aan de kinderen om uitleg vragen, zeggen die "We hoeven niets uit te leggen want jullie hebben er toch geen verstand van". Ouders voelen zich daardoor machteloos. Ze zijn ook trots, dus laten ze het erbij.

De overheid heeft het gebruik van internet gestimuleerd, maar ze hebben niet aan de ouders gedacht. Dat is jammer. Ik denk dat ze eerst ook aan ouders cursussen hadden moeten geven, zodat ouders iets aan de opvoeding van hun kinderen kunnen toevoegen.

Het zou goed zijn als er regelmatige bijeenkomsten voor ouders gehouden worden waar basiscursussen worden gegeven. Cursussen voor vaders? Ik denk dat vaders daarin ook geïnteresseerd zijn. Het gaat immers om hun kinderen. Ze vinden het belangrijk te weten hoe ver het met hun kinderen staat. Ik kan mij goed voorstellen dat als je vader vraagt "waar ben je mee bezig"? en je vraagt om te komen eten terwijl je net leuk aan het internetten bent, dat je kind dan denkt "je weet toch niet waar ik mee bezig ben". Je kind haalt zijn schouders op en gaat verder achter de computer. Als ouder voel je je dan machteloos.'



Wat willen allochtone ouders?

Feiten, cijfers & beleving



2

Turkse moeder in Amsterdam Nieuw-West:

‘Internet is als flesvoeding, je kan niet meer zonder’

2.1. Verschillen allochtonen en autochtonen volgens het CBS

Volgens de CBS-rapportage uit 2010 gebruiken mannen het internet over het algemeen meer dan vrouwen. Ze downloaden vaker software, spelletjes, muziek en films dan vrouwen. Vrouwen gebruiken internet vaker om reizen te boeken, een baan te vinden of om te solliciteren. Dit mediagebruik geldt voor zowel autochtonen als niet-westerse allochtonen, constateert het CBS. Hoewel allochtonen sinds 2009² een inhaalslag hebben gemaakt, zijn er toch enige verschillen aan te wijzen in het internetgebruik.

Allochtonen gebruiken internet vaker om de krant te lezen, naar de televisie te kijken en naar de radio te luisteren dan autochtonen. Ook is bij hen het aandeel dat chat en via internet telefoneert groter. Allochtonen winkelen minder vaak online dan autochtonen.

Ze schaffen echter wel vaker elektronische benodigdheden, hardware voor computers en levensmiddelen aan dan autochtonen. In het online kopen van software voor de computer, goederen voor het huishouden, aandelen en het online meedoen aan loterijen of gokken zijn daarentegen nauwelijks verschillen te zien tussen de beide groepen. Het CBS-rapport maakt geen specifiek onderscheid tussen volwassenen en kinderen.

² CBS Kenniscentrum in Amsterdam bracht in 2010 een rapport uit over het internetgebruik onder allochtone ouders waaruit een achterstand bleek.

Praktische ervaringen

Mira Media en Pharos spraken met 82 allochtone ouders in groepsgesprekken over hun eigen internetgebruik en dat van hun kinderen (8 – 12 jaar). Het ging om ouders van o.a. Marokkaanse, Turkse, Afghaanse, Somalische, Pakistaanse en Kaapverdise afkomst. Het opleidingsniveau is gelijkelijk verdeeld over laagopgeleid, middelbaar opgeleid en hoogopgeleid. 79 ouders hebben thuis een computer met internetverbinding, 41 ouders beschikken over internetverbinding op hun mobiel, evenals 1/3 van hun basisschoolkinderen en 3/4 van hun tienerkinderen.

Vrijwel alle ouders hebben een computer met internet waar ze regelmatig gebruik van maken. Ze onderhouden contacten via e-mail, Skype, Facebook e.d., zoeken informatie via websites in Nederland en land van herkomst, luisteren naar muziek via YouTube en doen aankopen via bijvoorbeeld Marktplaats. De meeste ouders regelen hun bankzaken via internet.

Internetgebruik kinderen

De ouders vertellen dat hun kinderen vaak gebruik maken van computers en internet. Ze maken hun huiswerk ermee, ze chatten, luisteren naar muziek en spelen spelletjes erop. Er bestaat weinig verschil in het internetgebruik tussen autochtone en allochtone kinderen.

2.3. Opvoedingsvragen van allochtone ouders

Uit de gesprekken met de allochtone ouders blijkt dat ze dezelfde opvoedingsvragen hebben als autochtone ouders. Ze vragen zich af wat hun kinderen doen op internet, hoe ze hen kunnen controleren, welke grenzen ze kunnen/moeten stellen en hoe ze hen kunnen beschermen tegen digitaal pesten, roddelen of loverboys. De ouders ervaren dat ze na de basisschool de grip op het internetgebruik van hun pubers kwijt raken en de media-ontwikkelingen niet meer kunnen bijbenen. Ze maken zich daardoor, mede door berichtgeving in de media, soms onnodig ongerust over de invloed van sociale media op de leefstijl van hun kinderen.

De ouders willen graag weten wat media te bieden hebben. Wat zijn de gevaren van media zoals schending van privacy en seksuele intimidatie en wat zijn de kansen, bijvoorbeeld als hulpmiddel bij het huiswerk? Zij hebben behoefte aan informatiebijeenkomsten over de wijze waarop ze met hun kinderen in gesprek kunnen blijven over het internetgebruik en aan cursussen om zelf meer mediawijs te worden.

Informatiebronnen

De belangrijkste informatiebron voor allochtone ouders over de gevaren van internet zijn het NOS Journaal, het RTL Nieuws

en televisiekanalen uit de landen van herkomst. Ze kennen geen organisaties die hen bij hun vragen zou kunnen ondersteunen.

Huidig aanbod – mismatch

Er bestaat nog weinig aandacht voor allochtone ouders als voorlichtingsgroep, bleek verder uit de gesprekken. Eén van de oorzaken is dat de vraag van allochtone ouders en het aanbod van de belangrijkste aanbieders van mediawijsheid elkaar niet weten te vinden. Deze laatste organisaties werken vaak nog te aanbodgericht, terwijl het voorlichtingsmateriaal niet direct aansluit bij de leefwereld van de allochtone ouders. Maar een vraaggestuurd aanbod vraagt een andere werkwijze van de instelling.

Mediawijsheid organisaties geven gelijktijdig aan dat zij het moeilijk vinden om allochtone ouders te bereiken. Weinig allochtonen bezoeken bijvoorbeeld de computercursussen in de buurthuizen. Migrantenorganisaties op hun beurt bieden weinig cursussen aan waarin mediawijsheid centraal staat, hoewel die vraag volgens hen wel onder ouders leeft. De verschillende partijen bijeen brengen, vraagt maatwerk. Het is een arbeidsintensief proces. Wil je slagen op dit gebied dan is samenwerking met migrantenorganisaties en allochtone sleutelfiguren noodzakelijk.

Marokkaanse vader in Utrecht Kanaleneiland:

*‘Ik heb geen controle.
Ik zit op een fiets zonder remmen’*

TIPS



2.4. Het gewenste aanbod

Uit onderzoek en gesprekken met allochtone ouders komt naar voren dat allochtone ouders vergelijkbare opvoedingsvragen hebben als autochtone ouders, maar dat het beschikbare aanbod niet aansluit op deze groep. Ouders hebben behoefte aan themabijeenkomsten, aan technische informatie over bijvoorbeeld het gebruik van internetfilters en aan cursussen basisvaardigheden. Ze willen graag geadviseerd worden over hoe ze computeractiviteiten samen met hun kinderen kunnen ondernemen en hoe ze hen kunnen begeleiden. Het chatten met andere ouders vinden ze leuk.

De inhoud van het aanbod moet, zoals bij andere opvoedondersteuningsprogramma's aansluiten bij de ontwikkelingsfase van het kind, en de zorgvragen van de ouders. Zo'n aanbod biedt een goed evenwicht tussen regels, controle en het geven van vertrouwen. Opvoedingsondersteuning aan allochtone ouders volgt in principe de algemene opvoedkundige lijn, maar vraagt in vorm en inhoud verfijning.

In de volgende hoofdstukken vind je de specifieke kenmerken waarmee je rekening moet houden als je voorlichting aan deze doelgroepen wilt geven. Hieronder volgt wel al een aantal aanbevelingen voor het gewenste aanbod.

Tips voor het gewenste aanbod aan allochtone ouders

► Onderwijsmodules voor ouder en kind

Ouders op de basisschool kunnen het best via de kinderen worden bereikt. Daarom zou gewerkt kunnen worden aan onderwijsmodules waarin kinderen en ouders worden gestimuleerd om het eigen en elkaars internetgebruik in kaart te brengen. Gekoppeld daaraan kun je ouderbijeenkomsten organiseren waar ook de kinderen aan deelnemen.

► Voorlichting en informatie integreren in bestaand aanbod

Het beste is om de voorlichting en de opvoedingsondersteuning rond het internetgebruik en het gedrag van allochtone kinderen te integreren in het bestaande aanbod. Het aanbod maakt op deze manier structureel onderdeel uit van bijvoorbeeld opvoedondersteuning, inburgeringscursussen, programma's van ouderkamers en de e-learningomgeving van Oefenen.nl. Dit zijn activiteiten waar veel allochtone ouders standaard aan deelnemen.

► Informatie in druk en online

Afhankelijk van de taalvaardigheid van de allochtone ouders kunnen ook folders en brochures worden gebruikt bij de voorlichting. De derde generatie allochtone ouders kan gebruik maken van het bestaande materiaal, maar de 'look and feel' van de brochure en de gebruikte praktijkvoorbeelden hierin moeten deze groep wel aanspreken. Dit geldt ook voor de informatie op internet. Voor minder taalvaardige allochtone ouders, zie de volgende hoofdstukken.

Marokkaanse vader in Panningen, Noord-Brabant:

'Alles wat je wilt weten over het geloof, over de wereld, kan je opzoeken op het internet. Ook dingen over de eigen cultuur, bijvoorbeeld documentaires over Marokko. De kinderen hebben een gebrek aan opvoeding bij ouders. Bij Islam.online kun je dingen vragen, dan krijg je meteen antwoord op vragen die jij als ouder nog niet weet. Ik dacht dat mijn dochter niets wist van islam en cultuur. Maar ze weet meer dan ik! Over huwelijk en zo. En over psychologie. Ze leren het niet van de ouders, maar ze leren het zelf. Ze zijn slimmer dan ik'



Hoe bereik je allochtone ouders?

Een stappenplan



‘Een goede manier om in contact met de ouders te komen is via “*sleutelfiguren*” uit de gemeenschap, omdat via hen vertrouwen kan worden gecreëerd’, zegt Marlon Vigelandzoon, project en IT-manager bij Digital Education Foundation Rotterdam (DEF). DEF geeft interculturele trainingen aan allochtone ouders over mediaopvoeding. DEF werkt daarvoor samen met een groot netwerk van onder meer oudercontactpersonen, scholen en migrantenorganisaties. Maar hoe zet je een dergelijke samenwerking in de praktijk op?

3

STAP

1

Benader sleutelfiguren

Het bereiken van allochtonen vraagt een andere inspanning blijkt keer op keer. In de publicatie *'Bereik alle doelgroepen optimaal. Op weg naar een cultuursensitief Centrum voor Jeugd en Gezin'* (2011) van Forum, instituut voor multiculturele vraagstukken, en Pharos staat een aantal werkwijzen dat nuttig is voor de mediacoach die allochtone ouders wil bereiken. Ook Forum wijst op de inzet van allochtone sleutelfiguren om allochtonen te bereiken.

Waar kun je allochtone sleutelfiguren vinden?

- ▶ Binnen allochtone gemeenschappen, scholen of welzijns- en migrantenorganisaties. Bij jongeren- en moedercentra, bij 'buurtmoeders' en 'wijkcontactvrouwen'. Migrantenorganisaties staan trouwens niet altijd in het telefoonboek. Via de gemeente, welzijnsorganisaties en allochtone contactpersonen kunnen contactpersonen worden achterhaald.
- ▶ Het benaderen van een 'ouderkamer' op basisscholen kan ook een goede ingang geven tot allochtone ouders en eventuele sleutelfiguren. Een ouderkamer is een voorziening op school waar ouders elkaar in een lokaal ontmoeten en informatie krijgen over onderwijs en opvoeding.

STAP

2

Het selecteren van sleutelfiguren

Voor de effectiviteit van het project is bij het inschakelen van sleutelfiguren en/of migrantenorganisaties *selectie* belangrijk. Forum adviseert om zelforganisaties en sleutelpersonen te selecteren op basis van gemeenschappelijke doelen, representativiteit, organisatievermogen, beschikbaarheid en samenwerkingsbehoefte en vooral: **kenis en kunde**.

Geef de sleutelfiguren en de migrantenorganisaties de rol die ze verdienen. Betrek ze bij de organisatie en de inhoud. Zorg wel voor **duidelijke afspraken** en faciliteer zo nodig op administratief en/of financieel gebied.

'Het daadwerkelijk inschakelen van sleutelfiguren voor het onderhouden van contacten en het overdragen van informatie vereist (dan ook) een aanzienlijke investering. Zorg er voor dat u rekening houdt met de tijd die een dergelijke investering vraagt'², schrijven Forum en Pharos in de eerdergenoemde publicatie.

² Bereik alle doelgroepen optimaal. Op weg naar een cultuursensitief Centrum voor Jeugd en Gezin. Pharos, Forum, Mexit. Stichting Pharos, Utrecht 2011, p.23

STAP

3

Kies zorgvuldig de locatie voor de cursus

Pharos wijst erop dat allochtone ouders gevoelig zijn voor de locatie waar een voorlichting plaatsvindt. De locatie moet bij voorkeur een **publieke, bekende plaats** zijn. Het is handig om een inlooppunt te kiezen waar al migranten komen zoals de bibliotheek, de school, de hal van het stadhuis. De ouders geven de voorkeur aan een inlooppunt vlakbij huis. Dit pleit voor een wijkorganisatie als ontmoetingspunt.

Aan de locatiekeuze gaat een proces vooraf waarin het **leggen van contact met verschillende wijkorganisaties** centraal staat. Dit om te bepalen welke organisatie het meest geschikt is om de voorlichting mee te organiseren en waar het bereik van allochtone ouders grote kans van slagen heeft. De wijkorganisaties kunnen welzijnsorganisaties zijn, zelforganisaties, moskee, kerk, brede school, ouderkamers op scholen enz.

STAP

4

Hou voorbereidende gesprekken

De neuzen van de samenwerkende partners moeten in dezelfde richting wijzen. Daarom is het houden van voorbereidende gesprekken met de wijkorganisaties belangrijk. Welke **wederzijdse verwachtingen** en verantwoordelijkheden bestaan er? Het uitspreken en vaststellen van de inzet van de betrokkenen voorkomt misverstanden. Kijk of het mogelijk is om bij bestaande initiatieven aan te sluiten.

Belangrijk is om de **sleutelfiguren te betrekken** bij deze gesprekken. Ze zijn immers niet alleen van belang voor de werving, maar ze kunnen ook als gespreksleiders ingezet worden. Wanneer het voorlichtingstraject afgelopen is, is het goed om de betrokkenheid van iedereen vast te houden door een **vervolgtraject** bij de (wijk)organisatie te plannen.

TIPS



Tips voor het bereiken van allochtone ouders



Pharos:
'Het daadwerkelijk inschakelen van sleutelfiguren voor het onderhouden van contacten en het overdragen van informatie vereist een aanzienlijke investering'



- ▶ **Leg contact** met de verschillende (wijk) organisaties. Denk aan een 'ouderkamer' op de basisschool, migrantenorganisaties, kerk en moskee, brede school, moeder- en jongerencentra etc.
- ▶ **Werk samen** met allochtone sleutelfiguren die aansluiten bij de gestelde doelen.
- ▶ **Selecteer** allochtone sleutelfiguren en organisaties op basis van gemeenschappelijke doelen, representativiteit, organisatievermogen, beschikbaarheid en vooral op kennis en kunde.
- ▶ Neem allochtone **sleutelfiguren** serieus. Betrek ze bij de organisatie en de inhoud van de voorlichting. Ze kunnen bovendien als gespreksleiders fungeren.
- ▶ Doe de **werving** van de sleutelfiguren en hun sociale netwerk, via mond-tot-mond-reclame en/of door het sturen van een brief met nabellen.
- ▶ **Organiseer** de bijeenkomst in een bekende publieke locatie in de directe woonomgeving.
- ▶ **Organiseer** een vervolgtraject om de betrokkenheid van de verschillende partijen vast te houden.
- ▶ Maak een **sociale kaart** van de wijk of stad. Let op: vele migrantenorganisaties staan niet in het telefoonboek. Bevrraag allochtone sleutelfiguren en wijkorganisaties hierover.



Waar moet de voorlichting aan voldoen?



Bamber Delver van de Nationale Academie voor Media & Maatschappij (NOMC): 'Het gebruik van te persoonlijke voorbeelden, van schokkende beelden, van grof taalgebruik en van porno worden overigens als *"not done"* door allochtone ouders beschouwd'.

4

Het bij elkaar brengen van de allochtone ouders is één kant van de medaille. De andere kant betreft de manier van voorlichting. Komt de boodschap over bij de specifieke doelgroep? Ervaring leert dat bij het geven van de voorlichting aan allochtone ouders, er een aantal specifieke aandachtspunten zijn:

- Welk voorlichtingsmateriaal gebruik je als mediacoach en hoe vul je je bijeenkomst in?
- Herkent de allochtone ouder zich in het gebruikte informatiemateriaal en de aangehaalde cases? Het multiculturele aspect ontbreekt geregeld.
- Sluit de inhoud van de voorlichting voldoende aan op de belevingswereld van de allochtone ouder? Een allochtone ouder uit een grote stad, vraagt een andere benadering dan een autochtone ouder woonachtig in een dorp.
- Het gebruik van te persoonlijke voorbeelden, van schokkende beelden, van grof taalgebruik en van porno worden als 'not done' door allochtone ouders beschouwd.

Het is daarom nuttig om bij de presentatie, zeker bij intercultureel samengestelde groepen, eerst het mediagedrag onder de allochtone ouders te peilen en dat van hun kinderen. Naar welke programma's kijken ze? Wanneer doen ze dat en hoe vaak? Turkse ouders kijken bijvoorbeeld vaak naar Turkse programma's: een voorbeeld waarin het tv-programma 'Ik hou van Holland' wordt aangehaald, spreekt dan misschien niet aan.

4.1. Taal en materiaal

Extra aandacht vraagt het **taalniveau** van de allochtone ouder. Dat verschilt naar gelang de mate van integratie en opleiding. De mediacoach zal zich rekenschap moeten geven van het taalniveau van de groep waaraan hij voorlichting geeft. Wanneer binnen de groep een groot verschil in taalniveau bestaat, remt dit de voorlichting. Bij het samenstellen van de groep kun je daarmee rekening houden.

De mediacoach zal zijn voorlichting moeten aanpassen afhankelijk van de samenstelling van zijn deelnemersgroep. Allochtone ouders die bijvoorbeeld beperkt het Nederlands beheersen, zijn geholpen bij het gebruik van **korte** zinnen en van meer **audiovisueel materiaal**. Voorlichting in eigen taal of met behulp van een **tolk** kan nodig zijn.

Cultuursensitief materiaal

Taalachterstand bij allochtone ouders speelt een rol bij het lezen van het voorlichtingsmateriaal hetzij op internet, hetzij in brochures. Wanneer deze te talig is, schrikt dit deze allochtone ouders af waardoor het zijn doel mist.

Het materiaal zou bovendien meer cultuursensitief kunnen zijn. Dit vraagt het screenen van het informatieaanbod, niet alleen op taal en behandelde onderwerpen, maar ook op het fotobeleid (meer allochtone ouders en kinderen in beeld) en de gebruikte namen (niet alleen Hans maar ook Khalid). Deze aanpak zorgt dat de informatie toegankelijker wordt voor een allochtone ouder; er vindt eerder herkenning plaats. Over het algemeen geven migrantenouders de voorkeur aan mondelinge informatie boven schriftelijke informatie.

Tips bij de voorlichting aan allochtone ouders

Turkse moeder in Rotterdam-Lombardije:

'De school zou bepaalde dingen moeten doen zoals een cursus geven over opvoeding en internet voor ouders en kinderen. De ouders en kinderen moeten daarover bewuster worden. Ouders zijn ook belangrijk voor school. We moeten samenwerken om de kinderen beter te helpen in het onderwijs'

- ▶ Stel je op de hoogte van het mediagedrag van de allochtone ouders en dat van hun kinderen.
- ▶ Let op de taligheid van de voorlichting. Gebruik korte zinnen.
- ▶ Pas je tempo aan op de aanwezige taalkennis van de allochtone ouders.
- ▶ Zorg voor een interactieve presentatie.
- ▶ Vermijd het gebruik van persoonlijke voorbeelden, grof taalgebruik en porno. Dit kan de ouders in verlegenheid brengen.
- ▶ Sluit aan bij de ervaringswereld van de allochtone ouders zowel in het lesmateriaal als tijdens de presentaties.
- ▶ Screen je materiaal op interculturele elementen.



INTERVIEW

Interculturele mediacoach Ariana Ortet:

‘Wij stellen ons op als partners van de ouders’

Ariana Ortet is directeur van Digital Education Foundation (D.E.F.) in Rotterdam. Een organisatie die mediawijsheid cursussen geeft aan diverse doelgroepen als senioren en allochtone ouders.

Het ideaal:
participatie en actief burgerschap.
Vijf vragen aan Ariana.

1. Wat maakt D.E.F. uniek?

‘Wij staan dicht bij de doelgroep. De trainingen zijn maatwerk en hangen af van de intake van de partnerorganisatie, de moskee of school bijvoorbeeld. We vragen hun naar de achtergrond en de context van de groep cursisten. Want de organisatie kent haar doelgroep het beste. Wij zien daardoor beter de behoeften en vertalen die in een methodiek. Zo kan de doelgroep in eigen tempo deelnemen aan een samenleving die een steeds meer gedigitaliseerde maatschappij is.’

2. Verschilt de mediaopvoeding aan allochtone gezinnen met die aan autochtone gezinnen?

‘Inhoudelijk niet. Mediaopvoeding is een combinatie van leren over opvoedingscompetenties en het kunnen omgaan met sociale media. Het gaat om algemene competenties als luisteren naar, praten met, grenzen stellen aan en het straffen en belonen van je kinderen. Want veel maatschappelijke problemen zoals loverboys en pesten beginnen thuis, achter de computer!

Wat wel verschilt, is de aanpak. Allochtone ouders hebben extra issues als een onvoldoende taalbeheersing en het in de weg zitten van normen en waarden. Het spreken over seksualiteit bijvoorbeeld ligt binnen een islamitisch gezin gevoelig terwijl hun kind wel weet dat er loverboys bestaan. Hoe benader je dan de opvoeders? Hoe gaan ze om met hun kinderen?’

Wij proberen niet de mensen te veranderen. Die pretenties hebben wij niet. Wij stellen ons op als de partners van de ouders en wijzen hun erop wat er in Nederland van ze verwacht wordt als opvoeder. We geven aan dat ze vanuit het standpunt van het kind moeten leren kijken als ze maatregelen nemen. Het gaat dus niet alleen om mediaonderwijs maar ook om het krijgen van competenties.'

3. Hoe groot is de belangstelling voor mediaonderwijs onder allochtone ouders? Gaat het dan om etnisch homogene groepen of om interculturele groepen?

'De belangstelling is groot. Wij hebben zelfs een wachtlijst. Het gaat vooral via mond-tot-mondreclame. Wij werken veel met zwarte scholen en dan gaat het om interculturele oudergroepen. Een interculturele oudergroep kan heel goed werken. De verschillende ouders wisselen ervaringen met elkaar uit en zien dat er niet één maar meerdere oplossingen zijn. Zo kunnen ze de oplossing kiezen die bij hen past. De ouders komen overeen in hun wens het beste voor hun kinderen te willen.

Wij houden onze trainingen in het Nederlands. We wonen in Nederland. Maar we zorgen zo nodig wel dat er stagiaires of vrijwilligers aanwezig zijn die kunnen vertalen. We houden verder het materiaal laagdrempelig dat wil zeggen meer audiovisueel en praktijk gericht. Maar elke groep is uniek, elke training daarom ook.'

4. Over welke eigenschappen en vaardigheden moet een interculturele coach beschikken?

'De basis voor een interculturele coach is het respect kunnen geven en open staan voor andere referentiekaders. Het gaat om mensenkennis en affiniteit hebben met de doelgroep. Een valkuil is dat je soms zo focust op wat je wilt overbrengen dat je het groepsproces vergeet en de context waarbinnen de training wordt gegeven. Het geven van een training is geen exact vak. Het is constant in beweging en verloopt in samenspraak met de doelgroep.'

5. Welke ontwikkeling zie je als het gaat om allochtone gezinnen?

'Kinderen komen op een steeds jongere leeftijd in contact met internet. De behoefte aan snelle hulp neemt daardoor toe. Voor allochtone gezinnen geldt geregeld dat zij extra belemmeringen ervaren vanwege hun achtergrond. Standaardoplossingen werken dan niet. Het is jammer dat door bezuinigingen er minder aandacht is voor mediaonderwijs voor specifieke groepen als allochtone ouders, maar ook voor senioren en laaggeletterde volwassenen.'

4.2. Interculturele competenties

Je hebt de allochtone ouders bereikt, je materiaal is in orde, de locatie is gekozen, maar hoe verloopt de voorlichting in de praktijk? Wat doe je als een Marokkaanse ouder je hand niet wilt schudden? Hoe ver kun je doorvragen wanneer hij ja zegt, terwijl je het gevoel hebt dat hij het niet begrijpt? Wat moet je doen als een Somalische moeder zich aanmeldt voor de cursus, maar steeds niet komt opdagen?

Het begeleiden van allochtone of gemengde groepen vraagt interculturele vaardigheden.

Er bestaat geen vast recept voor interculturele communicatie. Wat goed voor jou is, kan anders ervaren worden door de ander. Gaandeweg ontwikkelen we een antenne door bewust met elkaar te communiceren. Het is een kwestie van aftasten.

Er bestaan verschillende theorieën over het aangaan van een interculturele dialoog. Maar wat over het algemeen terugkomt in de verschillende modellen is dat iemand open moet staan, open-minded is, voor anderen en nieuwe ideeën en ervaringen. Je bent nieuwsgierig naar de andere cultuur en je kunt je verplaatsen in anderen. Als je die affiniteit niet hebt dan wordt het moeilijk om een dergelijk proces aan te gaan.

Belangrijk is het besef van het eigen referentiekader, het bewust zijn van de eigen culturele ontwikkeling en aannames. Het gaat bij deze dialoog bovendien om het scherp kunnen waarnemen van je eigen gedrag en dat van de ander bij bepaalde gebeurtenissen. Je moet kunnen omgaan met de soms totaal verschillende reacties. Het kan je onzeker maken en zelfs tot een cultuurshock leiden.

De kunst is om dit verschil, als het nodig is, bespreekbaar te maken. De manier om dit te doen is om de beide gedragingen te beschrijven en geen veroordeling uit te spreken of andermans reactie als niet relevant af te doen. Het tonen van betrokkenheid is daarbij van belang. Volgens Ariana Ortet van Digital Education Foundation (zie het interview) gaat interculturele competentie om het respect kunnen tonen, je bewust zijn van je eigen referentiekader, open kunnen staan voor de ander en om mensenkennis. Verschil van inzicht is niet bij voorbaat terug te voeren op cultuurverschil. Het kan soms ook gewoon gaan om een meningsverschil.

Wanneer je een interculturele dialoog goed aangaat, leidt dit tot een basis waarop je als interculturele mediacoach verder kunt gaan. Het leidt uiteindelijk tot nieuwe creativiteit en het creëren van commitment. De mediacoach hoeft het niet eens te

worden met zijn cursist, als er maar wel een gemeenschappelijke grond ontstaat waarop beiden verder kunnen gaan. In Nederland gaat men bijvoorbeeld makkelijk om met naaktheid, schaars geklede vrouwen, seks sowieso. In veel niet-westerse culturen spreekt men daar niet openlijk over en is het zelfs een taboe. Dit betekent dat je een manier moet vinden waarop je bepaalde zaken die daarmee gerelateerd zijn zoals seksuele voorlichting of loverboysproblematiek bespreekbaar kunt maken. Zo'n gezamenlijke grond kan zijn de opvoeding van het kind. Ouders moeten het besef krijgen dat jij als mediacoach hun hulp, instrumenten kunt bieden waarmee ze hun kind kunnen bijstaan in moeilijke onderwerpen.

Interculturele competentie vraagt om:

- ▶ Kennis van eigen culturele bagage
- ▶ Kennis van andere culturen en effecten van migratie
- ▶ Het hebben van een onbevooroordeelde, open houding
- ▶ Erkennen dat wat je weet subjectief en individueel van aard is
- ▶ Zich bewust zijn van verborgen dimensies, blinde vlekken
- ▶ Durven met je eigen onzekerheid om te gaan

4.3. De randvoorwaarden

Welke randvoorwaarden zijn onmisbaar om het aanbod aan allochtone ouders in de praktijk te brengen? Het geven van voorlichting aan allochtone ouders vraagt van de mediacoaches en professionele opvoeders zowel interculturele als mediawijsheid

competenties. Het bevorderen van de deskundigheid van deze groepen op deze terreinen is dan ook noodzakelijk. Het is daarom nodig om een apart scholingsaanbod voor deze professionals te ontwikkelen.

Voorlichtingsbijeenkomsten alleen zijn niet voldoende. Het is belangrijk dat binnen de verschillende allochtone gemeenschappen er ouders opstaan die op hun beurt andere ouders kunnen adviseren. Deze ouders kunnen als sleutelpersonen worden ingezet bij het organiseren van meer doelgerichte activiteiten. Vaak zijn deze ouders al actief als contactpersoon voor de school of als vrijwilliger bij zelforganisaties. Deze 'cyberouders' in spe kunnen met een speciale cursus worden bijgeschoold.

Samenwerking in de keten

Tot slot: voor een goede informatievoorziening aan ouders op lokaal niveau is het essentieel dat de diverse betrokken partijen goed met elkaar kunnen samenwerken. Mediacoaches binnen de bibliotheek, opvoeddeskundigen in Centra voor Jeugd en Gezin, cyberouders in het onderwijs, sleutelfiguren in allochtone gemeenschappen en anderen die een rol spelen bij het opvoeden van kinderen moeten naar elkaar kunnen verwijzen, elkaar versterken en aanvullen³. Bij dit proces hebben overigens, volgens Ed Klute van Mira Media, gemeenten op lokaal niveau een belangrijke sturende rol te spelen. 'Ik zou een beroep willen doen op gemeenten en de VNG (Vereniging van Nederlandse Gemeenten) om te bevorderen dat het netwerk rond gezinnen beter ingezet wordt. Bibliotheken zijn bijvoorbeeld nu de "officiële" loketten voor mediawijsheid. Ze zouden meer samen moeten optrekken met organisaties als Centra voor Jeugd en Gezin, scholen, buurtcentra, moskeeën zodat ouders hier terecht kunnen voor hun vragen over mediaopvoeding.'

³ Zie ook de inaugurele rede op 9 juni 2011 van bijzonder hoogleraar Mediaopvoeding Peter Nikken aan de Erasmus Universiteit Rotterdam (On media, children and their parents, Amsterdam: SWP books, 2012).



Websites voor mediaopvoeding

Mira Media is een projectorganisatie op het gebied van media en interculturaliteit: www.miramedia.nl.

Pharos is een landelijke kennis- en adviescentrum met expertise op het gebied van de gezondheidszorg voor migranten, vluchtelingen en mensen met beperkte gezondheidsvaardigheden: www.pharos.nl.

Het mediawijsheid expertisecentrum is een netwerkorganisatie die als doel heeft mediawijsheid onder burgers te vergroten: www.mediawijzer.net

Tips en meer informatie:

Meer informatie en ideeën over het gebruik van media in wijken? Kijk op media4me.org
Informatie over interculturele mediaopvoeding: www.digitaleducation.nl.

Het Nederlands Jeugdinstituut biedt achtergrondinfo over mediaopvoeding in het webdossier van: nji.nl/mediaopvoeding.

De website van het mediawijsheid expertisecentrum biedt dossiers, nieuws en actualiteiten over mediawijsheid in Nederland: www.mediawijzer.net.

Op www.mediaopvoeding.nl staan handige tips of kunnen er vragen gesteld worden aan één van de experts.

Expertisecentrum jeugd en media www.mijnkindonline.nl.

Ouders vinden ook veel informatie en hulp voor de mediaopvoeding bij www.kijkwijzer.nl, www.pegi.info, www.mediasmarties.nl.

De website van het instituut voor multiculturele vraagstukken Forum, biedt achtergrondinformatie over migrantengroepen: www.forum.nl/Themas/Thema_Jeugd

Op LinkedIn worden in de groep "Digitale Generatiekloof in Allochtone Gezinnen" actuele ontwikkelingen besproken.

Voor meer informatie over de vorming van een netwerk van interculturele mediacoaches en de screening van het mediawijsheid materiaal e.klute@miramedia.nl.

Gebruikte bronnen:

Publicaties:

'Bereik alle doelgroepen optimaal. Op weg naar een cultuursensitief Centrum voor Jeugd en Gezin', Pharos, Forum, Mexit. Stichting Pharos, Utrecht 2011

Digitale generatiekloof in allochtone gezinnen, Marjolijn van Leeuwen, Pharos, Utrecht 2012

Websites

Digital Education Foundation Rotterdam (DEF): www.digitaleducation.nl

LinkedIn groep 'Digitale generatiekloof in allochtone gezinnen'

Media4ME: www.media4me.org

Colofon

Productie: Mira Media

Coördinatie: Ed Klute

Tekst: Mercita Coronel in opdracht van Mira Media

Adviezen: Peter Nikken – Nederlands Jeugdinstituut

Vormgeving: DAVstudio Fenna Westerdiep, Amsterdam, www.davdigital.com

Foto's: o.a. Pharos en Shutterstock

ISBN/EAN: 978-90-814662-3-3

Mede mogelijk gemaakt door financiële ondersteuning van:

ZonMw

Europees Integratiefonds

Mediawijzer.net