

Opvoeden tot weerbaarheid in een multimediale wereld

OPVOEDING, MULTIMEDIA, WEERBAARHEID

Hans Van Crombrugge

De werelden van kinderen en jongeren worden steeds meer georganiseerd, bezet door en gecentreerd rond de multimedia. Moeten ouders zich neerleggen bij de feitelijke bezetting van de wereld door techniek, commercie en geweld? Is opvoeding niet juist weerstand bieden? Maar hoe doe je dat dan? Auteur Hans Van Crombrugge legt uit dat de opdracht van ouders er niet in bestaat de wereld zomaar door te geven, noch deze buiten te sluiten, maar wel aan de hand van hun waarden en opvattingen over een zinvol leven deze ontwikkelingen filteren, om zo een zinvolle gezinswereld te ontwerpen waarin kinderen kunnen groeien en zelf weerbaar worden.

KINDEREN WILLEN ERBIJ HOREN

‘Maar dat doet iedereen, mama!’ ‘Je bent de enige papa die dat niet toelaat!’ ‘Bij alle gezinnen is dat doodnormaal. Alleen bij ons weer niet!’ Ouders kennen dergelijke reacties van hun kinderen. Of het nu gaat om een televisie in huis halen, de aanschaf van de nieuwste multifunctionele mobiele telefoon, het hebben van een eigen pc waarover kindlief vrij kan beschikken, de afspraken inzake internettoegang, het *chatten*, het frequenteren van sociale netwerk, het uitgaan met vrienden, het bedrag van het zakgeld, het al dan niet bezoeken van popconcerten, de keuze van kleding, enzovoort. Als een kind iets wil verkrijgen van zijn ouders, is een veel gebruikt argument dat iedereen dat doet of heeft. En als een kind met iets niet (langer) akkoord is, heet het dat ‘niemand’ nog zoiets aandoet aan zijn zoon of dochter.

We kunnen kinderen niet verwijten dat ze dergelijke argumenten geven. Natuurlijk willen ze erbij horen, ‘normaal’ zijn, meedoen met de groep. Niet alleen voor jongeren zijn de *peers* belangrijke referentiefiguren, ook op jongere leeftijd richten kinderen zich naar leeftijds-

genootjes. Deze vrienden zijn niet alleen de speelkameraden uit de buurt en op school, maar allerlei virtuele kinderen en jongeren die ze kennen van radio, televisie, kinderbijlagen in de krant, de *Joepie*, websites. In deze leefwerelden regeren de Justin Biebers en de Ketnet-wrappers. Hier horen en zien kinderen en jongeren wat 'in' is en wat men mooi vindt, hoe men zich kleedt, wat men doet als men *cool* wil zijn. Deze werelden zijn ondenkbaar zonder de nieuwe sociale communicatiemedia en informatietoepassingen.

NIEUWE WERELDEN

Vele ouders weten niet hoe ze met deze ontwikkelingen moeten omgaan. Dit heeft niet alleen te maken met het feit dat vele ouders gewoon onzeker zijn over het 'nieuwe': zelf zijn ze opgegroeid zonder deze media. Ook ervaren ze dat ze niet mee zijn met wat allemaal mogelijk is. Wat hun kinderen en jongeren in hun werelden allemaal meemaken, boezemt hen wellicht ook angst in. Kinderen en jongeren weten heel goed dat hun ouders onwetend en onzeker zijn. Dat de evoluties in de leefwerelden van kinderen en jongeren evenwel niet neutraal zijn,

De multimediale wereld cultiveert een ander soort mens: de consument die allerlei zaken wil hebben alleen maar omdat het bestaat en omdat anderen het hebben.



Bron: Fotolia

voelen ouders ook aan. In de leefwerelden van kinderen en jongeren is er bijvoorbeeld een ongekende verwevenheid van commercie en cultuur, van economische belangen van volwassenen en (vermeende) interesses van kinderen en jongeren. De werelden lijken in hoge mate geconstrueerd vanuit economische belangen en opgezet met commerciële bedoelingen. Sommige jongerenculturen zijn gelanceerd zoals een kledingslijn gelanceerd wordt. Kinderen en jongeren zijn ontdekt als consument en de reclamejongens en -meisjes maken gretig gebruik van de dynamieken van jongerenculturen.

Vele van die kinder- en jongerenculturen zijn verbonden met grote commerciële belangen. Onderzoekers hebben in kaart kunnen brengen hoe deze werelden van kinderen en jongeren ofwel door de commercie bezet werden en gecultiveerd, ofwel door de commercie zelf gecreëerd werden. In deze werelden is consumptie de *core-business*: kinderen en jongeren zijn immers niet alleen ontdekt als consument, hun

Het voorleven en het goede voorbeeld geven, brengen ons bij een ander cruciaal principe: het bieden van alternatieven.

identiteitsvorming zelf staat of valt met het consumeren van bepaalde dingen: het al dan niet hebben van iets bepaalt wie je bent. En hierbij gaat het niet alleen om kleding. De communicatiemedia zelf en het gebruik ervan lijken wel alle aandacht van kinderen en jongeren op te eisen. Niet elke mobiele telefoon, niet elke muziekdrager, niet alle oortjes, niet alle sites zijn *cool*.

Het consumptisme lijkt er ook een te zijn van overconsumptie. Met de gsm kan je communiceren, maar ook foto's maken en muziek afspelen. Het hebben van een dergelijke multifunctionele telefoon is evenwel geen reden om niet te beschikken over andere communicatiemedia. De jongere heeft naast de gsm, ook zijn pc nodig om te *chatten*, deel te nemen aan fora, op *facebook* te zitten. Wat meer is, blijkbaar kunnen en moeten jongeren (en steeds meer kinderen) met alle media tegelijk aan de slag zijn. Terwijl de televisie opstaat, zit men te *chatten*, sms-jes te versturen, luistert men naar muziek en zit men te *gamen*. Hoeveel kinderen en jongeren hebben niet een eigen televisie op de kamer, naast een muziekinstallatie, een *personal* computer en gameconsoles zoals *playstation*. En zoals seks en geweld verkoopt bij volwassenen, zo ook bij kinderen en jonge-

ren. De leefwerelden van kinderen en jongeren lijken erg gewelddadig en seksueel geladen te zijn.

VELE VRAGEN EN VELE ANTWOORDEN

Ondanks deze argwaan en wellicht omwille van hun onwetendheid en onzekerheid, lijken vele ouders weinig daadwerkelijke weerstand te kunnen bieden aan deze ontwikkelingen. Vele ouders volgen hun kinderen en jongeren. Ook ouders willen dat hun kinderen erbij horen. En blijkbaar heeft iedereen dat alles nodig. Maar kunnen kinderen en jongeren dan zonder deze media niet communiceren, spelen, zichzelf ontplooien, de wereld verkennen? En heeft iedereen dat alles wel altijd en overal nodig om op te groeien en gelukkig te zijn?

Ouders die zich willen informeren over deze kwesties, worden geconfronteerd met een veelheid van informatie die bovendien ook niet eenduidig is. Er lijken twee kampen te zijn. Sommige bronnen geven aan dat de techniek gewoon niet gestopt kan worden. Het gebeurt hoe dan ook. 'So what?' Het zijn toch maar media. Men stelt dat ouders zich geen zorgen hoeven te maken. Er zouden geen onderzoeksgegevens zijn inzake negatieve gevolgen van de vele media. Hierbij voegen zich zij die menen dat de samenleving ten onrechte allerlei maatschappelijke en individuele problemen toeschrijft aan de media. In een vlag van *moral panic* zoekt men een zondebok en vindt men die in de media die evenwel alleen maar een informatiedrager zouden zijn. Daartegen-

over staan tal van negatieve geluiden. Meer en meer lijken er kinderen te zijn die verslaafd zijn aan media (televisie, *gamen*). Ook blijken *games* en filmpjes op internet wel degelijk sommige gebruikers te inspireren tot geweld of ongevoeliger te maken voor de gevolgen van agressie en geweld. Gebruikers met honderden vrienden kunnen wel degelijk erg eenzaam zijn en sociaal geïsoleerd leven en problemen hebben met sociaal contact. Overmatig gebruik van pc zou in verband gebracht kunnen worden met verhoogde risico's op epileptische aanvallen. En steeds meer wetenschappers wijzen op de gevaren van straling van gsm's en draadloos internet. Niet alleen zijn er allerlei anonieme invloeden op allerlei gebied (gedrag, houding,



Bron: Liesbeth Pulinckx

waardeaanvoelen, kijk op de wereld), sommige individuen maken ook gebruik van de mogelijkheden van de media voor criminele praktijken: niet alleen is er *cyberpesten*, kinderen en jongeren zijn ook gemakkelijke slachtoffers van lokkers.

In deze verscheidenheid van opinies vinden ouders ook niet steeds antwoord op al hun vragen. Vele ouders vragen zich immers af of deze evoluties wel waardevol en zinvol zijn. Het is niet omdat kinderen niet agressiever worden door het spelen van gewelddadige *games*, dat het aanbieden van dergelijke *games* verantwoord is. De waarde van een activiteit valt niet samen met het effect. Mogen en moeten ouders er niet voor zorgen dat kinderen hun tijd doorbrengen met wat zij als zinvolle en waardevolle activiteiten ervaren? Als de cultuur van kinderen en jongeren zo consumentgecentreerd is, mag je dan als ouder niet een andere opvoeding voorstaan, waarin juist een andere logica dan deze van commercie speelt: een van belangeloze inzet in plaats van een van eigenbelang? Moeten ouders zich neerleggen bij de feitelijke bezetting van de wereld door techniek, commercie en geweld? Is opvoeding niet juist weerstand bieden? Maar hoe doe je dat dan?

WEERBARE OUDERS, WEERBARE KINDEREN

Ouders die in staat zijn deze moeilijke problemen oplossingsgericht aan te pakken, zijn wat men noemt weerbare ouders. Deze ouders

rondom **gezin**

sluiten de werkelijkheid die allerlei vragen oproept niet uit, maar proberen inzicht te krijgen in wat gaande is en proberen te komen tot een oordeel betreffende de zinvolheid en waardevolheid van de veranderingen in de wereld. Daartoe moeten ze zich niet alleen informeren over wat in de leefwerelden van kinderen en jongeren gebeurt, maar moeten ze ook bewust zijn van wat ze zelf echt belangrijk vinden – wat echt zinvol en waardevol is – in hun leven en dat van hun gezin. Weerbare ouders zijn niet die ouders die op grond van hun principes en waarden de dingen zonder meer beoordelen en onderbrengen in de categorie zinvol of waardeloos. Deze ouders zijn bereid hun opvattingen over wat een goed leven is te onderzoeken in het licht van hoe de wereld waarin ze leven verandert. Op grond daarvan maken deze ouders keuzen en nemen ze beslissingen over wat ze wel of niet onder welke omstandigheden in het leven van hun gezin en van hun kinderen toelaten en vooral hoe ze daarmee zullen omgaan. Dit veronderstelt een houding van kritische openheid: men mag niet naïef zijn, maar men mag ook niet *a priori* alles afwijzen. De ontwikkelingen in de multimedia en de wijze waarop deze de leefwerelden van kinderen en jongeren veranderen houden reële gevaren in, maar ze bieden ook nieuwe mogelijkheden. Opdracht van de ouders is niet de wereld zomaar doorgeven, noch deze buitensluiten, maar wel aan de hand van hun waarden en opvattingen over een zinvol leven deze ontwikkelingen filteren om zo een zinvolle gezinswereld te ontwerpen waarin kinderen kunnen groeien en zelf weer-

baar worden. Uiteindelijke bedoeling is immers kinderen een besef van zin en waarde mee te geven, alsook de kracht om zelf onderscheid te maken tussen zin en onzin, waardevolheid en waardeloosheid, om zo zelf keuzes te maken en beslissingen te nemen over hoe ze met wat zullen omgaan met gezien het grote aanbod van multimedia.

Bij dit ‘filteren’ van de werkelijkheid en het onderscheiden van mogelijkheden en gevaren, betrekken de ouders best zoveel mogelijk de kinderen en de jongeren. Kinderen en jongeren zijn een belangrijke bron van informatie: ouders kunnen veel van hen leren. Door kinderen en jongeren aan te spreken en te betrekken bij het maken van keuzen, worden kinderen en jongeren bovendien ook in een andere positie ‘gedwongen’. Door hen te vragen naar het hoe en waarom, worden ze letterlijk voor hun verantwoordelijkheid geplaatst. Ze mogen en moeten antwoorden geven waarom ze wat doen. Dit kan overigens niet zonder dat de ouders ook verantwoording afleggen voor hun houding en gedrag. Zowel ouders als kinderen krijgen zodoende zowel inzicht in de technische mogelijkheden van de media, als ook in de ervaringen, gedragingen en houdingen van kinderen, jongeren en ouders betreffende deze

Door kinderen en jongeren aan te spreken en te betrekken bij het maken van keuzen, worden kinderen en jongeren in een andere positie ‘gedwongen’.



Bron: www.kuleuven.be/Thomas

nieuwe multimediale werelden. In de gesprekken durven ouders zich kwetsbaar opstellen. Ze geven immers aan de kinderen mee dat ze onwetend zijn inzake bepaalde ontwikkelingen. Deze gesprekken zijn echter ook momenten waarin vertrouwen tussen ouders en kinderen gecultiveerd wordt. Je geeft als ouder immers het vertrouwen aan je kinderen door hen de kans te bieden jou iets te leren. Tegelijk brengen ouders hun ervaringen en hun overtuigingen over zin en waarde als kritische toets in het gesprek, waardoor hun kinderen ook bewuster kunnen groeien in hun waardebesef en zoeken naar zin. Dergelijke gesprekken – hoe moeilijk ook – zijn de beste leerschool voor alle betrokkenen om weerbaar te worden. Hier worden alle betrokkenen *au sérieux* genomen.

VERANTWOORDELIJKE OUDERS

We moeten evenwel niet naïef zijn. Dergelijke opvoedende gesprekken zijn op vele punten ook problematisch. Vooreerst zal je als ouder vele keuzes moeten maken vooraleer kinderen

betrokken kunnen worden. Vaak zijn dat wel geen echte keuzes vooraf: het worden maar uitdrukkelijke keuzes wanneer kinderen of de omgeving feitelijk gegroeide gewoonten in vraag stellen. Misschien heb je geen televisie in huis omdat je als koppel daar totaal geen behoefte aan had. Op momenten dat je kind bij andere gezinnen televisie kijkt of met vriendjes niet kan meepraten over kinderprogramma's, worden ouders voor de keuze geplaatst of ze ook een televisie in huis zullen nemen. Op dat moment zullen ze moeten oordelen of iets waaraan zij geen behoefte hebben, voor het kind toch niet belangrijk kan zijn. Stel dat je als koppel destijds uitdrukkelijk gekozen hebt om geen televisie in huis te halen omdat je vreest eraan verslaafd te geraken en dat je leven gedictieerd zou worden door de televisie, dan kan je op grond van deze overtuiging met recht beslissen dat dit des te meer geldt voor kinderen en dat er dus zeker geen televisie in huis mag komen. Het is evenwel ook goed mogelijk dat je overtuigd geraakt van de waarde van bepaalde kinderprogramma's en dat je beslist televisie in huis te halen, en het gebruik beperkt tot datgene waarvoor de televisie in huis gehaald werd.

Al deze beslissingen zijn ook steeds voorwaardelijk. In principe kunnen ze steeds weer in vraag gesteld en gewijzigd worden door het gewijzigd aanbod aan media, door de opgroeiende kinderen, maar ook door de ontwikkelingen die de ouders doormaken. Weerbaarheid veronderstelt een hoge mate van bewust leven om niet rigide vast te houden aan een gemaak-

rondom **gezin**

te keuze, maar ook om je leven niet te laten bepalen door anonieme ontwikkelingen in de markt van de multimedia.

Ook is het zo dat je als ouder vaak uiteindelijk de knoop zal moeten doorhakken. Het is niet omdat je met kinderen overlegt wat de voor- en nadelen zijn van een eigen pc op de eigen kamer dat je ook komt tot een consensus. Als je niet tot een gemeenschappelijk besluit komt, moet je als ouder de knoop doorhakken. Kinderen en jongeren zullen zich daar niet gemakkelijk bij neerleggen en conflicten zijn onvermijdelijk. Wat bij dit alles wel kan helpen, zijn het hebben van een overtuiging en het geven van de redenen voor een beslissing. De kinderen moeten ervaren dat de kwestie voor de ouders echt heel belangrijk is, dat er voor hen waarden op het spel staan. Kinderen ervaren deze waardegeladenheid niet alleen door de redenen die ouders geven, maar ook en vooral door het voorbeeld dat ouders zelf geven en waarbij ze deze waarden voorleven. Als ouders geen pc op de kamer van de kinderen willen met als reden dat hierdoor de gemeenschappelijke momenten nog beperkter zullen worden, dan zal dergelijk argument alleen werken als ouders ook de gemeenschappelijke gezinsmomenten cultiveren. Als vader en moeder daarentegen

Kinderen en jongeren zijn niet alleen ontdekt als consument, hun identiteitsvorming zelf staat of valt met het consumeren van bepaalde dingen.

zelf voortdurend onbeschikbaar zijn omdat ze achter de eigen laptop of papieren zitten – weliswaar in de gemeenschappelijke *living* – dan ondergraven ze zelf hun argumentatie.

ALTERNATIEVEN BIEDEN

Het voorleven en het goede voorbeeld geven, brengen ons bij een ander cruciaal principe: het bieden van alternatieven. De werelden van kinderen en jongeren worden steeds meer georganiseerd, bezet door en gecentreerd rond de multimedia. Deze ontwikkeling biedt niet alleen mogelijkheden, maar houdt ook een reëel gevaar aan verarming van de leefwereld in: alles wordt letterlijk geïnformatiseerd. Andere vormen van ervaring, informatie, communicatie en taal komen onder druk te staan en dreigen te verdwijnen. Het (horen) vertellen van een verhaal is iets anders dan het (horen) voorlezen van een verhaal, is iets anders dan het lezen van een geschreven verhaal, is iets anders dan het (zien) spelen van een toneelstuk, is iets anders dan het bekijken van een film. Spreken met iemand die lijfelijk aanwezig is, is iets anders dan telefoneren, is iets anders dan *skypen* of een videoconferentie, is iets anders dan *chatten*, is iets anders dan sms-en. Iets fotograferen is iets anders dan snel met de gsm een beeld vastleggen, is iets anders dan een tekening maken, is iets anders dan schilderen. Spelen met vriendjes en daarbij afspraken maken, is iets anders dan op de console spelen en de instellingen naar eigen willekeur veranderen. Een virtuele wandeling doorheen

een museum op internet is iets anders dan een reëel bezoek aan een museum.

Kortom, dit alles is niet zonder meer allemaal communicatie- en informatie-uitwisseling. Niet alleen de dragers van de informatie verschillen, ook de informatie is anders. Telkens betreft het andere ervaringen en andere communicatievormen. Bovendien veranderen deze verschillen door de ontwikkelingen van de media zelf: schilderen in tijden van fotografie is niet hetzelfde als schilderen voordien. Het schrijven van een brief is iets anders in tijden van telefoon, gsm, e-mail en *chatten* dan voordien. Een gesprek op café is niet meer hetzelfde nu er internetfora zijn.

In opvoeding is het zaak de wereld zoveel mogelijk open te houden. Dit wil zeggen dat ouders (en ook onderwijs) juist die vormen van ervaring, verwoording, communicatie die onder druk komen te staan door de informatisering en digitalisering van de leefwereld aan hun kinderen moeten blijven aanbieden. Het argument dat iedereen zus doet en dat niemand nog zo doet, moet door de opvoeding gepareerd worden met het argument dat het juist ook anders kan en dat niet alles hetzelfde is. Het komt er niet zozeer op aan kinderen allerlei nieuwe dingen te verbieden die zich aan ons opdringen, maar wel hen in contact te brengen met vormen van communicatie en dus met ervaringswerelden die dreigen te verdwijnen. Dit is geen kwestie van nostalgie, maar wel een implicatie van de fundamentele openheid tegenover de wereld die ook verwacht wordt ten aanzien van de multimedia. In die andere com-

Mogen en moeten ouders er niet voor zorgen dat kinderen hun tijd doorbrengen met wat zij als zinvolle en waardevolle activiteiten ervaren?

municatievormen zitten ervaringen, waarden, waarheden en overtuigingen over zin die elders misschien veel minder toegankelijk zijn of zelfs afwezig. Ouders doen hun kinderen onrecht aan wanneer ze hen de mogelijkheid ontzeggen om ervaringen te hebben die voor hen zelf zo veelbetekenend waren en zijn. In plaats van alleen maar te zoeken hoe we die ervaringen kunnen aanpassen aan het *format* van de huidige media, kunnen we beter kinderen betrekken in 'onze' werelden, wel wetende dat deze niet (noodzakelijk) op dezelfde manier beleefd zullen worden. Waarom niet samen een boek lezen, samen gaan wandelen op een mooie avond in plaats van voor de televisie te zitten, samen een gezelschapsspel spelen waarbij de gsm's weggeborgen worden, zus de toelating geven altijd op de piano te oefenen, ook al kan broer dan moeilijk de muziek op zijn *iPod* horen ...

ONDERSTEUNENDE GEMEENSCHAPPEN

Het is naïef te menen dat elk gezin en elke ouder alleen en op eigen houtje weerstand kan bieden en weerbaarheid kan tonen. Gezinnen en ouders hebben nood aan ondersteuning. We zagen reeds dat ouders behoefte hebben aan informatie over de ontwikkelingen inzake

rondom **gezin**

de multimediale wereld waarin kinderen en jongeren (en volwassenen) zich bewegen. Bij ondersteuning denken we evenwel niet alleen aan dergelijke vorming, maar ook en vooral aan gemeenschappen en netwerken waarin ouders medestanders kunnen ontmoeten. Ouders leren vooral veel van elkaar. Ze hebben nood aan het uitwisselen van ervaringen, het delen van bekommernissen, het samen nadenken over zinvolle en waardevolle omgangsvormen met hun kinderen. Mogelijkheden hiertoe zijn de traditionele sociaal-culturele verenigingen en gezinsgroeperingen, maar ook de nieuwe initiatieven in het kader van opvoedingsondersteuning bieden kansen. Ook zijn in de virtuele werelden allerlei 'gemeenschappen' te vinden, waar ouders met elkaar kunnen praten over deze aangelegenheden.

Ook de kerk als gemeenschap van christengelovigen kan en moet bij dit alles een belangrijke rol spelen. Het christendom heeft een droom inzake de wereld en een opdracht mee te werken aan de verwerkelijking van die droom. We kunnen (hier) geen theologie of christelijke ethiek inzake de multimedia ontwikkelen. Wel is er een duidelijk aanvoelen bij vele christengelovige ouders dat in de multimediale werelden waarin hun kinderen en jongeren (en ook zichzelf) leven waarden gecultiveerd worden die niet stroken met hun overtuigingen. We duiden er enkele aan.

Elke ervaring wordt gereduceerd tot informatie. Niet alleen worden ervaringen zo gereduceerd tot wat informeerbaar is en is het gevaar reëel dat de ervaring verdwijnt bij de (in)formatise-



Bron: <http://commons.wikimedia.org>

ring ervan. In deze wereld is geen tijd en ruimte voor doorleefde ervaring, voor stilstaan, voor aandacht, voor rust. Niets mag nog vervelend of saai zijn. De informatie moet onderhoudend zijn, ons amuseren, en veranderen moet steeds kunnen. Zappen, doorklikken, *twitteren* (kwetteren) zijn de nieuwe vormen van oppervlaktigheid, impulsiviteit, onbezonnenheid. Dit alles moet kunnen, maar als dit het model van ervaring en communicatie wordt, lijkt ons bestaan wel erg arm te worden en weinig ruimte te bieden voor religieuze ervaringen.

Een andere christelijke waarde is deze van de persoon die zijn of haar verantwoordelijkheid opneemt voor meer rechtvaardigheid in de wereld. Die persoon is iemand die zich voortdurend afvraagt – gevoelig voor en opgevorderd door het leed en onrecht in de wereld – wat hij of zij kan doen opdat iedereen een kwaliteitsvol leven zou hebben, wat hij of zij echt nodig heeft om zinvol te leven. De multimediale wereld cultiveert een ander soort mens: de con-

sument die allerlei zaken wil hebben alleen maar omdat het bestaat en omdat anderen het hebben. We willen geïnformeerd zijn om geïnformeerd te zijn, om mee te zijn: mee zijn wordt een doel op zich in plaats van dat informatie een middel zou zijn om tot een bepaald doel te komen. De vraag of de mens dat alles nodig heeft, wat de meerwaarde is voor de mensheid, in wiens belang de nieuwe ontwikkelingen zijn, wordt door de media zelf verdrongen. Dergelijke kritiek lijkt als het ware niet compatibel met deze werelden.

Bij dit alles komt dat hij of zij die niet in deze multimediale werelden voorkomt, ook niet lijkt te bestaan. Je moet de media niet alleen gebruiken om mee te zijn, je moet ook zelf aanwezig zijn in die multimediale wereld. Hij of zij die niet 'gegoogled' kan worden, bestaat voor heel veel mensen gewoon niet meer. In de virtuele wereld is er geen centrum en dus ook geen marginalen: wie er is, is er. Wie evenwel alleen buiten deze wereld leeft – en zo zijn er velen – bestaat niet, krijgt geen aandacht, vergt geen zorg. Alleen al omwille van deze laatste vaststelling, moeten christengelovige ouders in de opvoeding van de kinderen en in hun gezin de impact van multimedia beperken en alternatieve toegangen tot andere werelden openhouden en het verkennen van die werelden stimuleren. Omwille van de droom moeten de andere realiteiten dan deze van de virtuele wereld gecultiveerd worden.

INSPIRERENDE LITERATUUR

Er bestaat veel literatuur over de ontwikkelingen van de multimedia en wat het betekent op te voeden in de virtuele wereld. Een aanzet tot praktisch denken is te vinden bij:

M. DELFOS, *Virtuele ontwikkeling van de jeugd*. Amsterdam: SWP, 2009.

Meer theoretische, maar ook veel meer omvattende inzichten, synthese en analyse van onderzoek, alsook een poging tot het ontwikkelen van een kritisch perspectief, zijn te vinden bij: B. VANOBBERGEN, *Geen kinderspel. Een pedagogische analyse van de vertogen van commercialisering van de leefwereld van kinderen*. Gent: Academia Pres, 2003.

Een voorbeeld van een brochure voor ouders met vooral veel praktische informatie, is te vinden bij EXPOO, het Vlaams expertisecentrum voor opvoedingsondersteuning:

Mag ik op de computer? Mag ik tv kijken? Multimedia in de opvoeding. <http://www.expoo.be/sites/default/files/kennisdocument/multimedia.pdf>

HANS VAN CROMBRUGGE is hoofdlector en stafmedewerker aan het Hoger Instituut voor Gezinswetenschappen, een Kenniscentrum van de Hogeschool-Universiteit Brussel. (www.hig.be).