

Opinie & Debat

POPULAIRE DOCENTEN

Laat het klaslokaal geen decor worden voor onderwijsinfluencers

De onderwijsinfluencer is in opmars. Dat heeft voordelen, zoals het belichten van positieve kanten van het leraarschap. Maar na een samenwerking hier en een sponsor daar lijkt persoonlijke reclame soms belangrijker dan lesgeven.

‘Kijk mij nu eens!’, roept het personage Jamie in de Netflix-serie *Adolescence*. Het is een moment van pure woede bij hem. Hij raakt van streek, laat zijn woede de vrije loop en laat zien wat er onder de oppervlakte borrelt. De serie laat op indringende wijze zien hoe jongeren worstelen met hun identiteit in een wereld vol beeldvorming en sociale media. Het maakt pijnlijk duidelijk hoeveel invloed online zichtbaarheid heeft op hoe jongeren zichzelf zien en willen zijn.

Dat zet ons aan het denken, zeker wanneer we kijken naar onderwijsinfluencers die steeds verder afdrijven van het klaslokaal en steeds vaker inzetten op perfecte plaatjes en gesponsorde content. Want welke boodschap geven we mee aan de generatie die in onze klaslokalen opgroeit? Als zelfs hun rolmodellen in het onderwijs zich bezighouden met likes en branding, hoe behouden we dan ruimte voor echtheid, twijfel en groei?

De afgelopen jaren zien we ze steeds vaker: jonge, bevroren docenten die via TikTok of Instagram een inkijkje geven in het onderwijs. Hun creatieve en herkenbare posts laten zien hoe mooi, bijzonder en betekenisvol ons vak is. Zo laat men bijvoorbeeld een blijk van waardering (cadeau of brief) van de leerlingen zien. Ook vertellen deze onderwijsinfluencers over de grappigste antwoorden of momenten in de lespraktijk. We kijken er met een glimlach naar en delen ze met collega's, vrienden en familie.

En laten we eerlijk zijn: deze positieve verhalen zijn broodnodig. Want juist door zichtbaar te maken hoe waardevol het werk is, kunnen ze bijdragen aan het enthousiasmeren van toekomstige leraren — iets waar het onderwijs hard behoefte aan heeft.

Tegelijkertijd zien we ook een andere kant. Wat begint als oprechte inspiratie, verandert soms langzaam in iets anders. Een samenwerking hier, een sponsor daar — en plots draait de content meer om het perfecte ochtendritueel op een gesponsord matras dan om het lesgeven. De focus verschuift van onderwijs naar *personal branding*. En soms, helaas, ook ten koste van de kinderen die daarin figureren.

Deze kinderen worden bijvoorbeeld geridiculiseerd vanwege hun gedrag of kledingstijl. Daarnaast worden dialogen tussen hen en de docent opgenomen en in een



Laptop van een leerling in de klas.

Foto Marcel van den Bergh / VK



Gijs Korenblik is docent geschiedenis en maatschappijleer.



Kirsten Cuppen is voorzitter Blijf in het Onderwijs en was Leraar van het Jaar (2021).

totaal andere context geplaatst. Het wordt dus problematisch wanneer jongeren of leerlingen worden ingezet voor views en volgers. We hebben als docenten een voorbeeldfunctie, en daar hoort ook een ethisch kompas bij.

Tim Hofman liet vorige maand in het online onderzoeksprogramma *Boos* zien wat de gevolgen kunnen zijn van het leven in de spotlights van vlogcamera's. Kinderen raken overprikkeld, voelen druk om te presteren, en lopen zelfs gevaar slachtoffer te worden van seksualisering of online mis-

De focus verschuift van onderwijs naar personal branding. En soms, helaas, ook ten koste van de kinderen die in de content figureren

bruik. Uit een enquête onder tientallen orthopedagogen en kinderpsychologen bleek dat 89,66 procent vindt dat kinderen in dit soort content onvoldoende worden beschermd tegen schadelijke risico's.

Deze gevoelens werden recent nog bevestigd door de jaarcijfers van expertisecentrum Offlimits, dat onderzoek doet naar online misbruik. Zo bleek uit hun cijfers dat een derde van de foto's en video's die bij hun binnenkomen, door kinderen zelf gemaakt is. Sterker nog, driekwart van de kinderen op deze foto's is jonger dan 12 jaar.

Sociale media kunnen een krachtig middel zijn om jongeren te bereiken en het onderwijs in de spotlights te zetten. Maar laten we niet vergeten dat ze juist in deze wereld meer dan ooit behoefte hebben aan echte rolmodellen. Foute influencers (zoals Andrew Tate) maken hun opmars en vergiften de jeugd met xenofobie, desinformatie, conservatie rolpatronen en lhbt-haat.

Laten we daar als onderwijzers op inzetten, en niet op het vergaren van likes, lucratieve contracten en breinrottende content. Geen perfecte plaatjes, maar echte mensen. Geen gesponsorde boodschappen, maar eerlijke verhalen. Laat het klaslokaal geen decor worden — laat het de bron blijven.