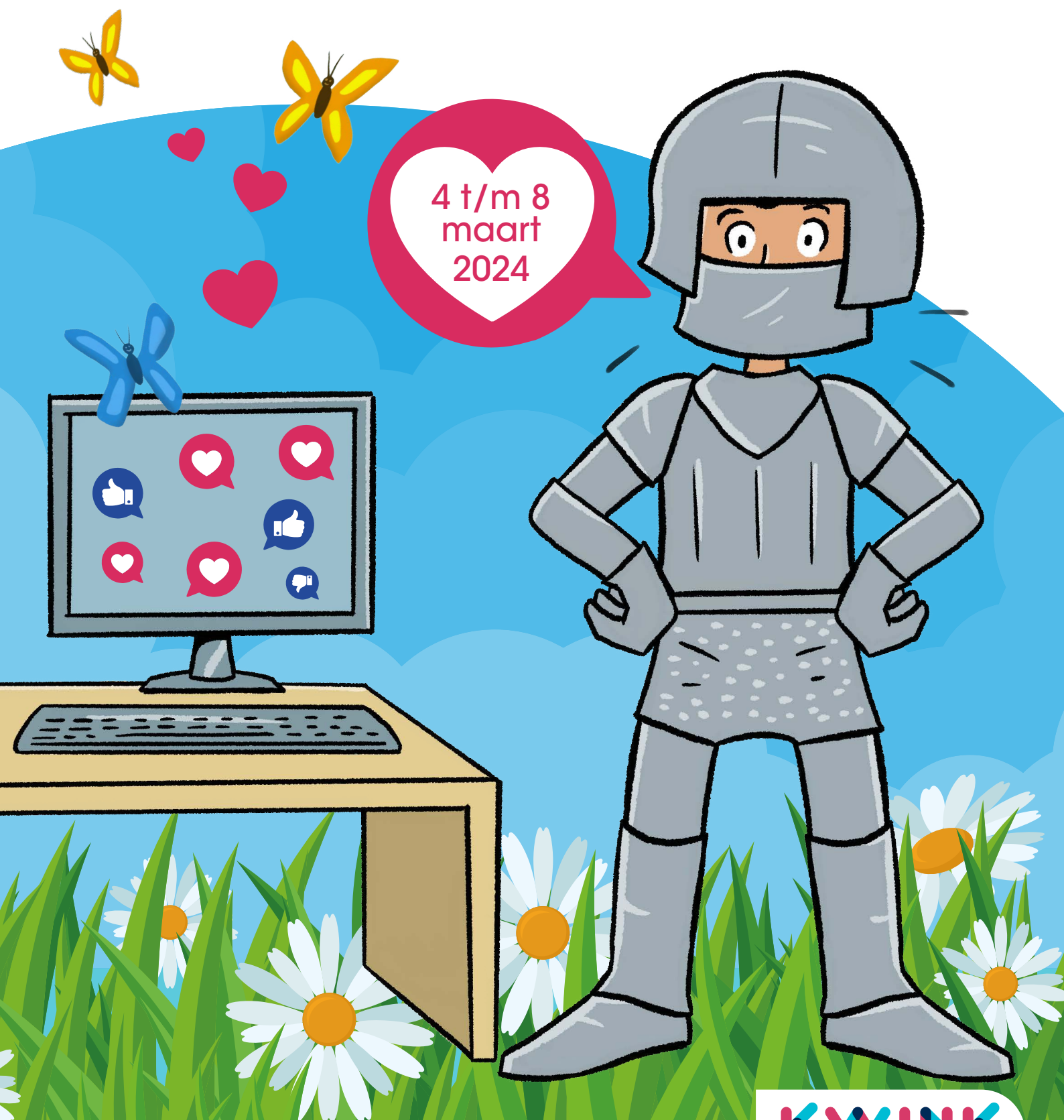


Weerbaar online



Colofon

Idee en teksten: Gerard van Midden

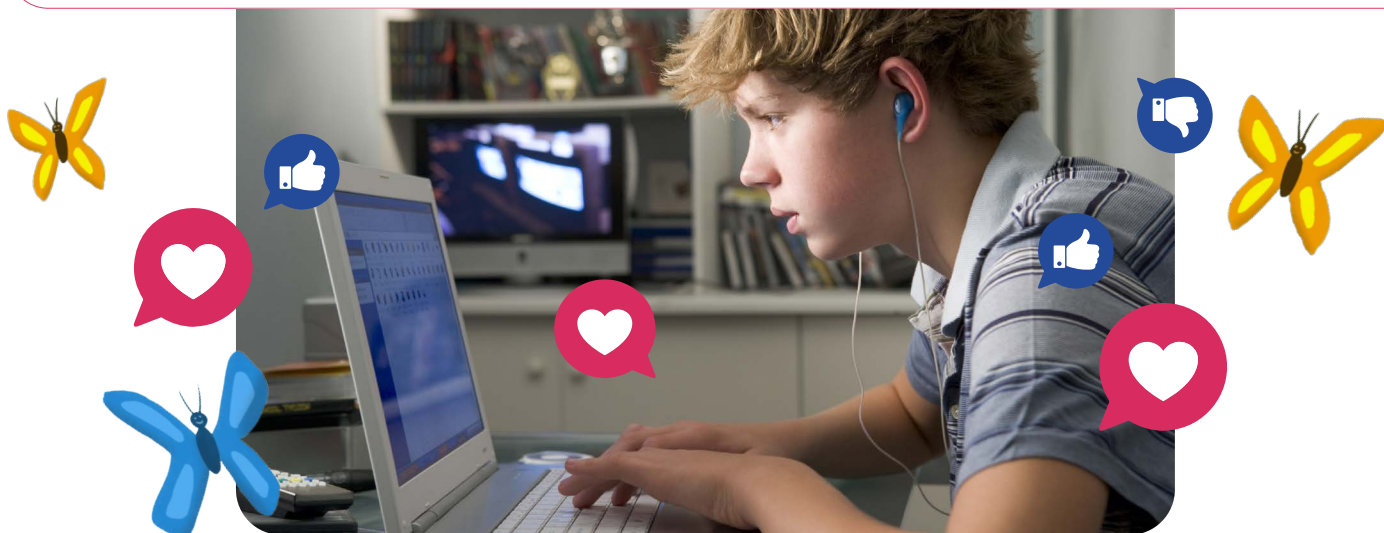
Illustraties: Adriaan Bijloo

Eindredactie: Brenda de Wilde

Vormgeving: Studio Michelangela, Utrecht

Fotografie: Dreamstime (P. 4, 8, 11, 15, 19)

Een aantal keer per jaar verschijnt *Kwink* &. Deze uitgaves worden samengesteld door de makers van Kwink, vooral aansluitend bij bekende themaweken in het basisonderwijs, zoals de Week Tegen Pesten (september), de Week van de Mediawijsheid (november) en de Week van de Lentekriebels (maart). Dan wordt de algemene doelstelling van de themaweek verbonden met specifieke SEL-doelstellingen. Altijd inhoudelijk onderbouwd en met concrete lessen of activiteiten voor de leerkracht.



De Week van de Lentekriebels: 4 t/m 8 maart 2024

Het thema van de Week van de Lentekriebels is 'Weerbaar online'. Het gaat hierbij om het online weerbaar maken van kinderen. In de bovenbouw gaat het ook om de invloed van sociale media en hoe je kinderen beschermt tegen het onbedoeld tegenkomen van pornografische naaktbeelden.

Onder- en middenbouw

Voor de onder- en middenbouw bieden we een poster aan met tips voor activiteiten die in brede zin passen bij de algemene thematiek van de Week van de Lentekriebels. Je vindt deze activiteiten ook in dit katern.

Bovenbouw

De grootste aandacht in dit katern gaat uit naar activiteiten voor de bovenbouw. Wij vinden het gekozen thema voor de Week van de Lentekriebels voornamelijk geschikt voor deze doelgroep. Daarvoor werken we het thema uit aan de hand van een aantal cartoons.

Uitgangspunt voor die cartoons is het beeld van een kind dat vanuit een beeldscherm van een computer telkens een pijl met een internetverleiding (in tekst) op zich afgevuurd krijgt. Hoe wapent het kind zich hiertegen? Ofwel: hoe stelt het zich weerbaar op? Daarvoor reiken we de kinderen vier vragen aan, elke dag van de week een. Op vrijdag oefenen ze met alle vier de pijlen in relatie tot weerbaarheid en 'seksuele relaties'.

In de cartoons krijgt het kind telkens een deel van een letterlijk harnas (zijn bewapening) erbij.

Zijn wapen bestaat uit deze vier vragen:

- 1 Wat lees of zie ik? (maandag)
- 2 Welk gevoel krijg ik hierbij? (dinsdag)
- 3 Van wie komt het? (woensdag)
- 4 Wat doe ik? (donderdag)

Elke dag bespreek je een andere vraag ('wapen') in de groep en doe je een korte verwerking. Op de laatste dag van de Week van de Lentekriebels komt alles samen.

Relatie met sociaal-emotioneel leren

'Kwink &' ondersteunt de Week van de Lentekriebels graag, omdat wij als makers een belangrijke aansluiting met sociaal-emotioneel leren (SEL) zien. SEL staat aan de basis van een veilige school en gezonde groei van iedere leerling. Die gezonde groei heeft alles te maken met relationele vorming, een belangrijke basis van de methode Kwink.

Een goede week gewenst!

Onder- en middenbouw

Hieronder vind je alle activiteiten die ook op de poster staan.

Verschillend en toch gelijk

De kinderen gaan in tweetallen tegenover elkaar staan. Ze kijken naar elkaars ogen: welke kleur hebben die? Vervolgens kijken ze naar de oren, mond, lippen en neus. Laat de kinderen kijken hoe deze lichaamsdelen er bij elkaar uitzien. Na een paar minuten maken ze nieuwe tweetallen.

Knuffelen

Nodig: kinderen en leerkracht nemen knuffels mee.

Knuffels zijn een krachtig middel om begrippen als 'lief' en 'liefde' te verkennen. Vraag de kinderen de knuffel op schoot te nemen. Beschrijf zelf jouw knuffel. Besteed aandacht aan hoe de knuffel ruikt, voelt en eruitziet. Laat de kinderen in tweetallen ditzelfde ook aan elkaar vertellen. Stimuleer na deze opdracht rollenspelen waarbij kinderen de knuffels inzetten.



Wie ben jij?

Blinddoek een kind. Een ander kind komt voor hem staan. Door voorzichtig met de handen het hoofd te betasten probeert het geblinddoekte kind te raden welk kind voor hem staat. Geef kinderen echt de vrije keuze om hier wel of niet aan mee te doen.

Lief of liefde (alleen mb)

Er zit verschil tussen iemand lief vinden of van iemand houden (liefde). De kinderen schrijven op een briefje een situatie waarin zij iemand lief vinden of juist liefde voor iemand voelen. Daarna lopen ze door de klas. Als de leerkracht in zijn handen klapt gaan ze in gesprek met de klasgenoot die dichtbij staat. Laat de ander raden of er in deze situatie sprake is van 'lief' en 'liefde'. Na een kort gesprekje hierover gaan de kinderen weer verder totdat de leerkracht opnieuw in zijn handen klapt.

Collage

Nodig: oude tijdschriften.

Vraag kinderen een collage te maken met als thema 'Lief'. De kracht van deze opdracht zit in de nabespreking. Ga samen om de collages heen staan en vraag kinderen welke afbeeldingen ze hebben gekozen en waarom. Hang de collages op in de klas zodat ze ook zichtbaar zijn voor de ouders.

Koppie-koppie

Maak duo's. Elk duo zoekt nu een voorwerp dat ze tussen hun voorhoofd kunnen plaatsen om het op die manier naar de andere kant van de ruimte te brengen. Vertel dat ze zo vijf voorwerpen moeten verplaatsen. Ze beginnen met een relatief groot voorwerp (niet te zwaar natuurlijk). Daarna wordt het voorwerp steeds kleiner. Wat is het kleinste voorwerp dat ze op die manier willen en kunnen verplaatsen? Geef aan dat iemand altijd mag 'passen'.

Wat voelden de kinderen tijdens het uitvoeren van de opdracht? Wie heeft er gepast en waarom?

Vraag het Francis! (alleen mb)

Francis is een fictief iemand die je alles kunt vragen! Laat een paar kinderen een versierde box met deksel maken. Dit is Francis' vraagbox. Daag de kinderen uit om vragen aan Francis te stellen over relaties, vriendschappen en liefde. Die schrijven ze op kaartjes. Bespreek elke dag een paar vragen. Maak afspraken over hoe kinderen kunnen reageren op de vraag en bedenk goed wat jouw eigen rol is.

Complimentenboekje

Elk kind maakt van blanco papier een klein boekje. Op de voorkant tekent of plakt het een portret of foto van zichzelf. In het boekje zelf mogen alle kinderen van de groep opschrijven (of tekenen) wat zij leuk of mooi vinden aan de ander. Doe daar ook als leerkracht aan mee. Geef de boekjes aan het eind van de Week van de Lentekriebels mee naar huis.

Hartjesdag!

Sommige mensen doen veel voor jou en zijn heel lief. Ze staan dicht bij jou. Je papa, mama, broer of zus. Misschien is er nog wel iemand die je heel lief vindt?

Maak van iedereen die jij lief vindt een mooie tekening (naam erbij laten schrijven door kinderen die dat al kunnen). Klaar? Dan lopen ze door de klas en laten ze de tekening aan een klasgenoot zien. Wat zijn de verschillen/overeenkomsten? Bespreek dit hierna klassikaal.

Huisje, boompje, beestje

Iedereen woont in een ander huis met andere mensen. Sommige gezinnen zijn groot, andere juist klein. Laat de kinderen opstaan als onderstaande uitspraken op hen van toepassing zijn:

- Wie woont er met papa en mama samen in één huis?
- Wie heeft twee huizen. Eentje waarin papa en eentje waarin mama woont?
- Wie heeft een grote broer?
- Wie heeft een klein broertje?
- Wie heeft een grote zus?



- Wie heeft een klein zusje?
- Wie heeft er een huisdier?
- Wie woont er met twee (drie, vier, vijf enz.) mensen in een huis?
- Wie heeft er twee papa's?
- Wie heeft er twee mama's?

Maak de activiteit sterker door wat er besproken is in een spelhoek te laten naspelen.

Bovenbouw

Voor de bovenbouw is er elke dag van de Week van de Lentekriebels een samenhangende activiteit, specifiek over het thema 'Weerbaar online'. Elke activiteit start met een cartoon. Deze cartoon laat twee dingen zien:

- a Sociale media kunnen je verleiden ('aanvallen') om in actie te komen. Dat kan voelen als een pijl die op je afgevuurd wordt.
- b Je kunt je tegen zo'n verleiding wapenen (weerbaar opstellen). Dat kan voelen als een harnas waardoor je je kunt beschermen tegen de gevolgen van negatief gebruik van sociale media.

Dit zijn de verleidingen en 'wapens' per dag van de week:

Maandag

VERLEIDING: Sla je slag! Koop mij!

'WAPEN': Wat lees of zie ik?

Dinsdag

VERLEIDING: Doe mee! Dit is leuk!

'WAPEN': Welk gevoel krijg ik hierbij?

Woensdag

VERLEIDING: Pak je kans! Speciaal voor jou!

'WAPEN': Van wie komt het?

Donderdag

VERLEIDING: Laat jezelf zien! Stuur een foto!

'WAPEN': Wat doe ik?

Vrijdag

VERLEIDING: Casus online-bedreiging

'WAPEN': Alle vier de vragen



Maandag 4 maart

VERLEIDING: Sla je slag! Koop mij!

'WAPEN': Wat lees of zie ik?



Inhoud activiteit: verleiding om iets te kopen.

Bespreken van beeld



Gesprek

- Wat zie je?
- Wat is je eerste impuls?
- Wat is de verleiding?
- Wat is het effect daarvan?
- Hoe kun je je hiertegen wapenen?
- Wat betekent 'weerbaar opstellen'?

Verwerking

Maak groepjes en geef elk groepje de opdracht om een sterreclame te maken voor een nieuwe game. In de reclame moeten ze overduidelijk foute informatie geven, maar de reclame wel zo brengen dat die heel overtuigend overkomt. Laat elke reclame kort uitspelen voor de hele groep die vervolgens moet reageren op wat ze zien en horen. Welk antwoord krijgen ze op de 'wapenvraag' 'Wat lees of zie ik?'

Wapen 1

Stel altijd de volgende vraag als je iets ziet of leest op internet waarbij iemand jou vraagt iets te doen: Wat lees of zie ik?

Afsluiting

Bespreek klassikaal de volgende stelling: Reclame gericht op kinderen moet verboden worden.

Extra informatie

In het voorbeeld van vandaag bij de vraag 'Wat lees of zie ik?' gaat het over reclame voor ongezond voedsel, maar het geldt voor alle vormen van kindermarketing.

Informatie

De helft van alle kinderen en jongeren in Nederland zegt dat zij verleid worden door reclames voor ongezond eten en drinken. Dat blijkt uit onderzoek van UNICEF Nederland onder jongeren tussen de 10 en 18 jaar. UNICEF Nederland pleit voor het beperken van kinderreclames voor ongezonde producten. Dat meldt het Nederlands Jeugdinstituut.

Kinderen en jongeren worden vrijwel de hele dag geconfronteerd met reclames voor ongezonde producten. Vooral op sociale media zien ze veel reclames voor snoep en chips. Het gaat daarbij veelal om influencers die worden ingezet om ongezond eten en drinken te promoten. Ruim vier op de tien kinderen wil dat er een verbod komt op kinderreclames voor ongezonde producten, blijkt uit het onderzoek. Zij pleiten juist voor meer reclame en promotie voor gezonde voeding.

Reclame voor ongezond voedsel

Kinderen en jongeren zijn extra gevoelig voor marketingtechnieken, omdat ze nog volop in ontwikkeling zijn. Het is volgens UNICEF Nederland daarom belangrijk om de reclame voor ongezond voedsel te beperken op plekken waar veel kinderen en jongeren komen. Denk daarbij aan scholen, speeltuinen en sportlocaties. Verder beveelt UNICEF Nederland aan om het aantal kinderreclames voor ongezonde producten op radio en televisie verder te beperken.

Kindermarketing

UNICEF Nederland heeft het onderzoek aangeboden aan Maarten van Ooijen, demissionair staatssecretaris van Volksgezondheid, Welzijn en Sport. Hij kondigde eind 2022 aan dat het kabinet kindermarketing voor ongezond eten en drinken wettelijk gaat beperken. Nu het kabinet is gevallen, is nog niet duidelijk of dat plan ook daadwerkelijk wordt uitgevoerd.

Bron: www.unicef.nl

Dinsdag 5 maart

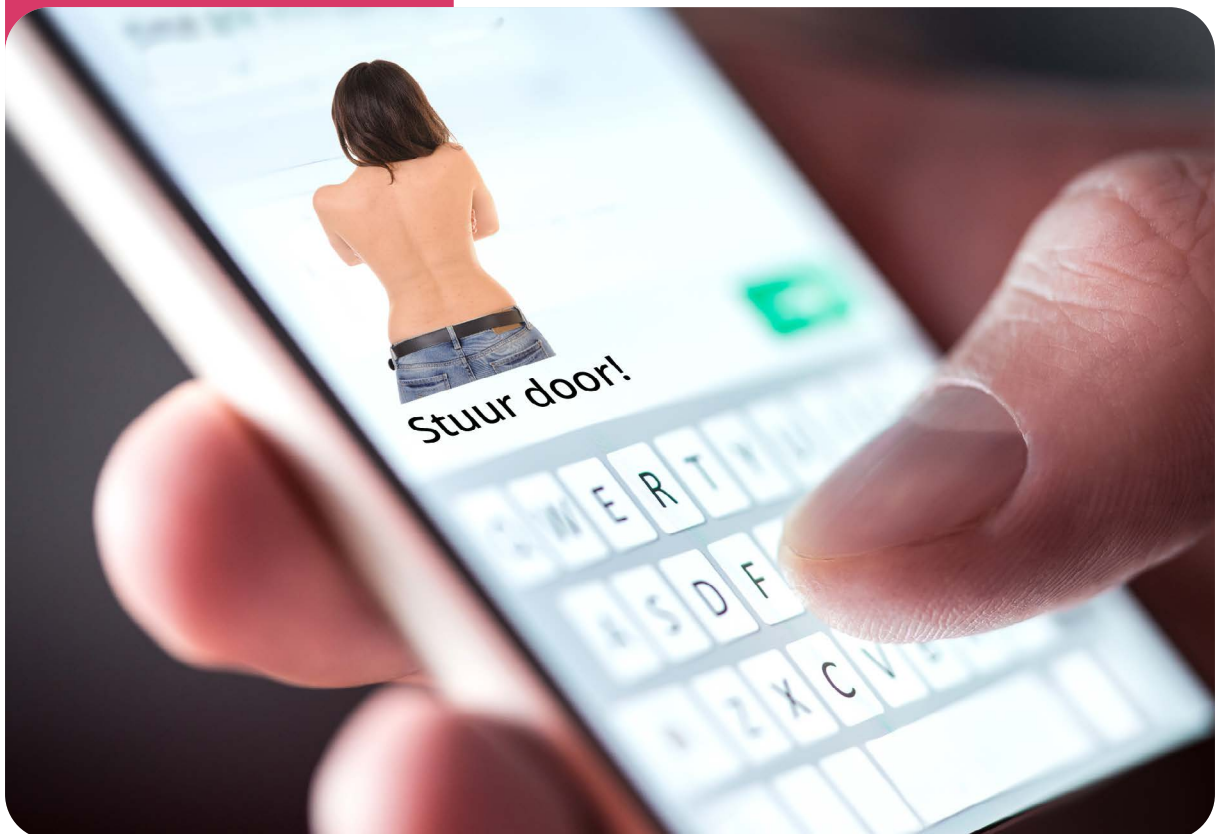
VERLEIDING: Doe mee! Dit is leuk!

'WAPEN': Welk gevoel krijg ik hierbij?



Inhoud activiteit: verleiding om aan iets mee te doen dat schadelijk is voor anderen.

Bespreken van beeld



Gesprek

- Wat zie je?
- Wat is je eerste impuls?
- Wat is de verleiding?
- Wat is het effect daarvan?
- Hoe kun je je hiertegen wapenen?

Verwerking

De kinderen maken in duo's een lijstje waarin ze het volgende omschrijven:

- Het gevoel dat ze bij het beeld krijgen.
- Het gevoel dat ze bij de oproep krijgen.
- Hoe ze zouden reageren op deze foto.
- Wat ze zouden zeggen tegen anderen die aandringen om mee te doen.

Wapen 2

Stel altijd de volgende vraag als je iets ziet of leest op internet waarbij iemand jou vraagt iets te doen: Welk gevoel krijg ik hierbij?

Afsluiting

De kinderen spelen de volgende situatie uit waarbij ze moeten reageren met de vraag van het harnas en de woorden van het gemaakte lijstje.

Situatie

De leden van een korfbalteam hebben een groepsapp. Dat vinden ze allemaal heel leuk. Totdat er op een dag een vreemde foto op de app binnenkomt. Het is een foto van Tom, de

aanvoerder van het team. Hij staat lachend op de foto, maar heeft geen sportbroek aan. De reacties op de foto stromen meteen binnen. Die gaan van 'Had je dat nou verwacht van Tom?' tot 'Wat een rare foto!'

Na een tijdje appt Francien: 'Ik stel voor dat we elkaar over een uurtje zien op het korfbalveld. Dan kunnen we het er met elkaar over hebben.' Zo gezegd, zo gedaan. Iedereen is er, behalve Tom.

- *Hoe verloopt het gesprek? Speel dit uit.*

Na een tijdje komt Tom ook.

- *Hoe gaat het gesprek verder? Speel dit uit.*

Het gesprek is klaar. Iedereen gaat opgelucht naar huis. Ook Tom.

- *Wat is er gebeurd? Speel dit ook uit.*

Nabespreking:

- Hoe gingen de gesprekken?
- Hoe waren de reacties op de foto?
- Hoe voelde Tom zich?
- Hoe ging de groep met Tom om?
- Wat waren de antwoorden op de vraag: 'Welk gevoel kreeg je bij het zien van de foto?'
- Hoe kwamen de woorden van het gemaakte lijstje bij opdracht 'Verwerking' terug?
- Hoe kan de groep zich voortaan nog beter wapenen (weerbaar opstellen) tegen dit soort berichten/foto's die ze binnenkrijgen via de sociale media?

Extra informatie

In het voorbeeld van vandaag gaat het over een foto op internet die misschien tot negatieve gevolgen kan leiden zoals cyberpesten. Bespreek onderstaande informatie met de kinderen.



Informatie

Cyberpesten is zo oud als het internet. Vroeger gebeurde het treiteren via MSN Messenger, vandaag via WhatsApp en Snapchat. Op al die platformen keren 6 vormen van online pesten steeds terug. Wat kan je daar als leraar tegen doen?

'Niet alle vormen van cyberpesten hebben evenveel impact,' zegt Heidi Vandebosch, professor Communicatiewetenschappen aan de Universiteit Antwerpen. 'Een gemeen privébericht vinden jongeren minder erg dan een gênante foto verspreiden. Maar over het algemeen heeft online pesten meer impact dan offline pesten.'

Doordat cyberpesten op afstand gebeurt, kan de pester niet goed inschatten wat zijn pesterijen teweegbrengen. Omdat hij anoniem kan blijven, durft hij grover te pesten. Als het pesten openbaar gebeurt, bijvoorbeeld op je Facebook wall, is het publiek groter.

En online pesten stopt nooit. De pesterijen gaan door als de leerling thuis zit. En zelfs als de pester zijn pesterijen staakt, kunnen die vervelende berichten, posts, foto's of filmpjes op het internet een eigen leven gaan leiden.'

Online en offline pesten zijn sterk verweven

'Er wordt nog altijd meer offline dan online gepest,' zegt Vandebosch. 'Cyberpesten begint vaak in de klas. Sociale relaties vormen de basis. Wie in real life wordt gepest, heeft een grotere kans om ook op het internet slachtoffer te worden.'

Ook de pesters zijn vaak dezelfde personen – er is dus geen sprake van een "revenge of the nerds" waarbij het slachtoffer online wraak neemt op de pester. Want hij moet de pester de volgende dag weer onder ogen komen.

Voor leraren is dat in feite goed nieuws: ze moeten niet compleet andere dingen doen. De aanpak die ze hanteren voor offline pesten, een goed anti-pestbeleid of een verbindende schoolcultuur, werkt ook voor online pesten. Natuurlijk moeten ze wel 'mee' zijn met de platformen waarop jongeren zich bevinden, en een beetje mediawijs. Want hoewel cyberpesten traditionele vormen aanneemt, krijgen die online een nieuwe dimensie.'

Drie veel voorkomende vormen:

1 Uitsluiten

Een WhatsApp-groep voor de hele klas, behalve die ene leerling. Deze subtiele vorm van cyberpesten kan grote gevolgen hebben. Want als zijn klasgenoten een grappig filmpje delen, kan die leerling de volgende dag niet meepraten. Gebeurt dit keer op keer, dan raakt hij geïsoleerd.

2 Beledigen

'Vet varken! Als ik jouw kop had, kwam ik nooit meer buiten.' In een berichtje of als reactie op een post, typen leerlingen soms dingen die ze niet luidop durven zeggen. Die online pesterijen komen hard aan.

3 Te kijk zetten

Via Snapchat is een pikante foto snel verstuurd. 'Hij staat maar 10 seconden online', redeneren tieners. Tot iemand een screenshot van die foto doorstuurt naar de hele klas. Die het weer doorsturen... Wanneer dat gepaard gaat met beledigende teksten ('slet', 'hoer') spreken we van 'slut-shaming'.

Bron: www.stoppestennu.nl

Woensdag 6 maart

VERLEIDING: Pak je kans! Speciaal voor jou!

'WAPEN': Van wie komt het?



Inhoud activiteit: te mooi om waar te zijn?

Bespreken van beeld - 1



Gesprek

- Wat zie je?
- Wat is je eerste impuls?
- Wat is de verleiding?
- Welk gevoel krijg je hierbij?
- Hoe kun je een verkeerde aankoop of reactie voorkomen?

Bespreken van beeld - 2



Gesprek

- Wat zien ze nu?
- Klopt dit met hun gevoel bij afbeelding 1?

Verwerking

Maak duo's. Elk duo krijgt een kopie van bijlage A met daarop zes advertentieteksten.

Opdracht:

- Wat lees je?
- Welk gevoel krijg je hierbij?
- Van wie komt het, denk je?
- Welk advies zouden ze aan anderen geven?
- Op welke advertentie zouden ze reageren en op welke niet? Waarom wel en waarom niet?

Wapen 3

Stel altijd de volgende vraag als je iets ziet of leest op internet waarbij iemand jou vraagt iets te doen: Van wie komt het?

- Van wie kan een aanbieding om een motor te kopen allemaal komen?
- Waar moet je nog meer op letten, behalve van wie het komt?

Afsluiting

Bespreek klassikaal de antwoorden van de duo's op de internetadvertenties.

Extra informatie

In het voorbeeld van vandaag bij de vraag 'Van wie komt het?' gaat het over verkoop via internet. Bespreek onderstaande informatie met de kinderen.



Informatie

Consumenten kopen steeds vaker online. Ook via sociale media. Koop jij wel eens een product via een advertentie op Instagram of Snapchat? De advertenties zien er vaak mooi en professioneel uit. Dan twijfel je misschien niet zo snel aan de echtheid van de adverteerder. Toch gebeurt het regelmatig dat mensen worden opgelicht via sociale media.

Webshop of nepshop?

Sociale media zijn aantrekkelijke kanalen voor oplichters. Ze maken een prachtige advertentie van een webshop die eigenlijk een nepshop is. Op vrijdag gaat de website online, op zaterdag en zondag wordt de advertentie via de sociale mediakanalen verspreid en doen mensen hun bestelling. De oplichters halen het geld binnen en op maandag is de webshop weer verdwenen. Je ontvangt het bestelde product nooit en het is niet mogelijk om de aanbieder aan te spreken. Alle informatie is verdwenen.

Wat kan er nog meer misgaan?

Misschien heb je zelf wel eens meegemaakt dat je iets bestelt via een advertentie op sociale media en een heel ander artikel kreeg thuisbezorgd. Of het product is van veel slechtere kwaliteit. Dat is ook oplichting.

Ook via Marktplaats gaat het wel eens mis. Al gaat het in de meeste gevallen natuurlijk wel goed. Het platform wordt door miljoenen particulieren gebruikt en meestal ontvang je precies wat je gekocht hebt. Kijk voordat je iets koopt via Marktplaats eerst eens naar de reviews die andere gebruikers hebben achtergelaten over de verkoper. Daaraan kun je meestal wel zien of die persoon te vertrouwen is.

Het is belangrijk dat je weet hoe je veilig online kunt kopen en betalen.

Tips om een nepreclame te herkennen

Wat kun je zelf doen om te voorkomen dat je wordt opgelicht via een nepadvertentie op sociale media?

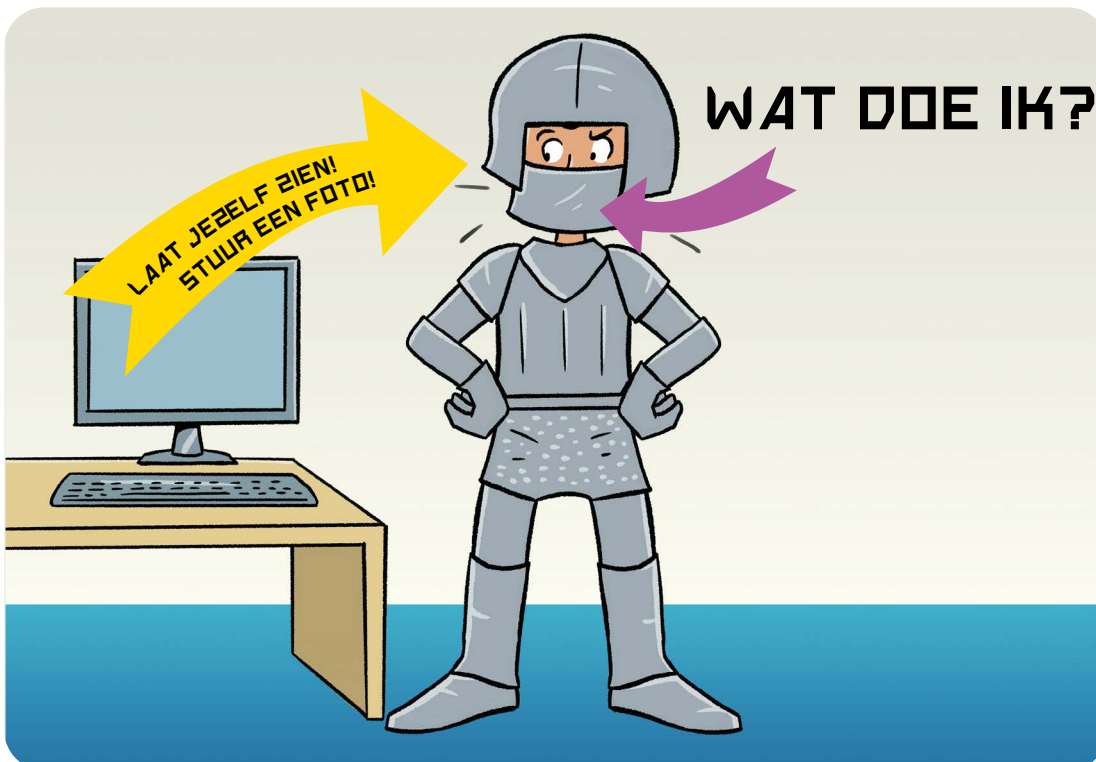
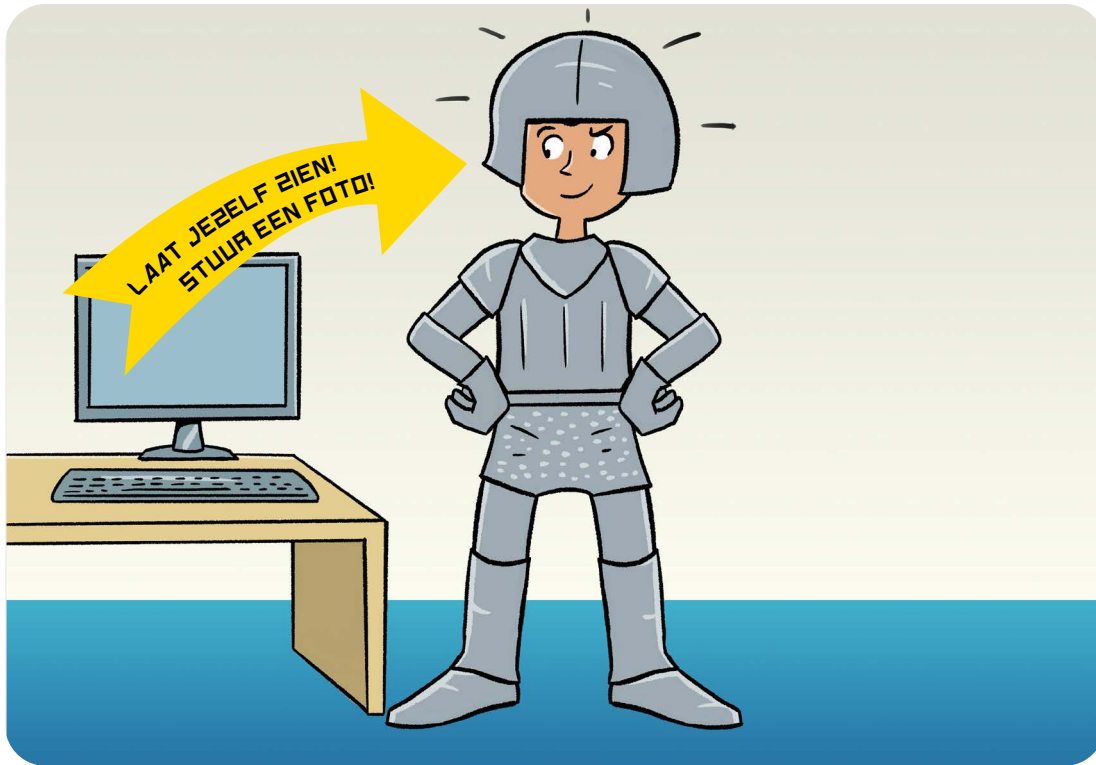
- Blijf altijd zelf nadenken. Lijkt een aanbieding te mooi om waar te zijn? Dan is dat waarschijnlijk ook zo.
- Wil je iets bestellen via een advertentie op sociale media en ken je het bedrijf niet? Check het bedrijf eerst even, voordat je je gegevens invult of betaalt. Zoek op internet naar de naam van de webshop en naar reviews. Je kunt de naam van het bedrijf googelen met 'klacht' of 'review'. Zo zie je al snel of je met een betrouwbaar bedrijf te maken hebt.
- Check de contactinformatie. Staat er een telefoonnummer of een e-mailadres? Bel het bedrijf of stuur een e-mail en kijk of ze reageren. Je kunt het adres controleren via Google Maps.
- Lees altijd de reacties onder een advertentie. Als het om een nepproduct gaat, kun je dat hier vaak al lezen.
- Kijk kritisch naar de afbeelding. Al ziet de advertentie er misschien wel professioneel uit, de afbeeldingen zijn soms wat minder. Let bijvoorbeeld op de resolutie van de foto of een watermerk op de achtergrond.
- Betaal als het kan achteraf of gebruik een creditcard of PayPal. Dan is het mogelijk om je geld terug te vragen als je het bestelde product niet ontvangen hebt.
- Maak een screenshot van de website en de contactgegevens. Als de webshop dan offline gehaald is, heb je de informatie nog. Maar als je het eigenlijk al niet vertrouwt, kun je natuurlijk beter niet bestellen.
- Rapporteer over nepadvertenties. Als je het meldt bij het socialmedia-kanaal, voorkom je dat anderen worden opgelicht. Alle sociale media hebben een knop waarmee je makkelijk een melding kunt doen.
- Geef geen grote bedragen uit voor producten die je via sociale media koopt. Vaak kun je hetzelfde product ook in een bekende winkel kopen en soms nog goedkoper ook.

Bron: www.cjgrijnmond.nl

Donderdag 7 maart

VERLEIDING: Laat jezelf zien! Stuur een foto!

'WAPEN': Wat doe ik?



Inhoud activiteit: grenzen trekken en 'nee' leren zeggen.

Bespreken van beeld

Als een jongen op snap zegt: stuur een foto van jezelf. Wilt hij gwn je body zien schat 🐱



Gesprek

- Wat wil deze jongen duidelijk maken?
- Wat vind je van zijn waarschuwing?
- Het kan ook spannend zijn om een foto van jezelf op te sturen. Wat is daar het gevaar van?
- Maakt het voor jou verschil als een meisje vraagt om een foto van jezelf op te sturen? Vertel erover.

- Wat lees of zie ik?
- Welk gevoel krijg ik hierbij?
- Van wie komt het?

Krijgen ze positieve antwoorden op hun eigen vragen? En... weten ze ook zeker van wie de vraag komt en vertrouwen ze diegene? Pas dan kunnen ze een afgewogen beslissing nemen.

Verwerking en wapen 4

Stel je voor dat jij een verzoek via sociale media krijgt om een foto van jezelf te sturen. Wat doe je dan?

Laat de kinderen hier spontaan op reageren. Stimuleer ze ook om de volgende vragen te stellen voordat ze hoe dan ook iets doen:

Afsluiting

Laat kinderen in duo's een banner maken voor internet waarin ze op een positieve manier waarschuwen voor het zomaar insturen van een foto. Welk beeld kiezen ze? Welke tekst? Laat de banners klassikaal presenteren. Hang de resultaten goed zichtbaar in het lokaal op.

Vrijdag 8 maart

VERLEIDING: Casus online-bedreiging

'WAPEN': Alle vier de vragen

Verwerking

Bespreek de volgende casus in twee delen.

Casus - start

Een meisje van 12 krijgt via sociale media alsmat berichtjes van een jongen. Het zijn zoveel berichtjes dat het op stalken gaat lijken. De jongen bedreigt haar omdat ze geen naaktfoto's wil sturen.

Bespreek de vier 'wapens':

- Wat lees of zie ik?
 - Welk gevoel krijg ik hierbij?
 - Van wie komt het?
 - Wat doe ik?
- Wat leveren de antwoorden op?
 - Bij welk antwoord gaan de kinderen twijfelen wat ze moeten doen?
- Bij welk antwoord weten ze zeker dat ze geen foto moeten sturen?
 - Wat kunnen ze doen tegen de bedreigingen van de jongen?
 - Welke vraag van de vier 'wapens' vinden de kinderen de belangrijkste in dit geval?

Casus - vervolg

Het meisje heeft de vier 'wapens' niet ingezet. Ze heeft de jongen zijn zin gegeven en een foto gestuurd. Alleen van haar borsten. Haar hoofd staat er niet op. De jongen heeft de foto op internet gezet. Dat heeft hij verteld aan een vriendin van het meisje. De jongen wil niet zeggen op welke site hij de foto gezet heeft. Het meisje kent de jongen niet. Probleem, want nu staat er een naaktfoto van haar op internet. Wat moet ze doen? Welke tips hebben de kinderen voor het meisje?

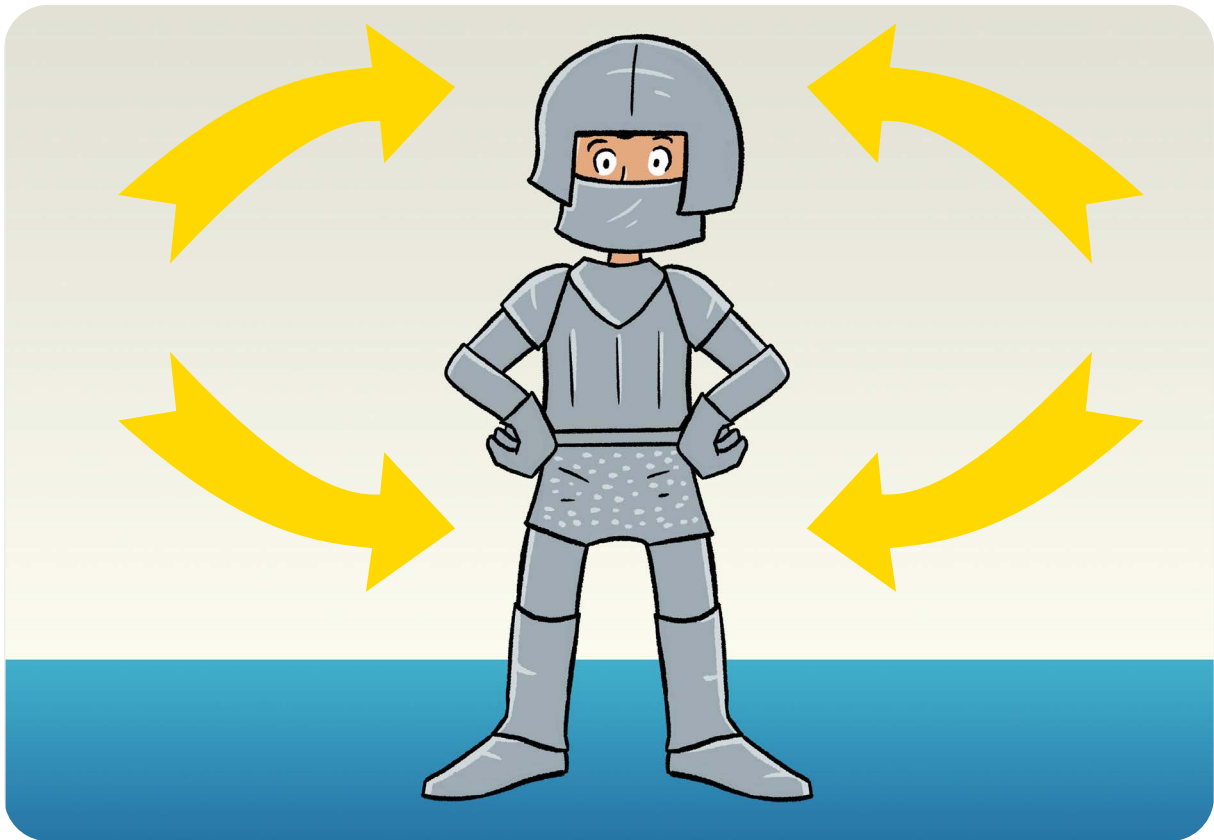
Informatie voor de leerkracht om mogelijke antwoorden te bespreken

- Blokkeer en verwijder deze jongen en verbreek het contact.
- Bespreek het met je ouders of een andere volwassene die jij vertrouwt.
- Bespreek het op school met je leerkracht of een vertrouwenspersoon.
- Zoek jezelf via Google. Op naam maar eventueel ook op afbeelding.
- Stel een Google Alert in, dan krijg je vanzelf een melding wanneer er iets over jou op internet verschijnt.
- Schakel professionele hulp in, bijvoorbeeld door contact op te nemen met Helpwanted.nl.
- Verzamel bewijs. Maak bijvoorbeeld screenshots van de foto maar ook van de gesprekken waaruit blijkt dat hij het op internet heeft gezet.
- Ga naar de politie en doe aangifte van smaad. (Smaad houdt in dat jouw imago wordt geschaad doordat een foto van jou wordt verspreid.)

Bron: www.cdnschooltv.nl

Afsluiting

Geef alle kinderen een kopie van bijlage B (pagina 23). Laat ze in de lege pijlen de vier vragen ('wapens') schrijven. Geef de bijlage mee naar huis en stimuleer ze er thuis over te vertellen.



AANGEBODEN VOOR DE HELFT VAN DE PRIJS:

VRIJWEL NIEUWE FATBIKE.

STUUR EEN MAILTJE MET JE FOTO NAAR:

INFO@FATBIKE-AANBIEDING.NL VOOR MEER INFORMATIE.



Nu te koop: 2 kilo gesorteerde lego. Bieden vanaf 100 euro. Ik moet het helaas wegdoen omdat ik kleiner ga wonen. De hoogste bieder krijgt een reactie. Eerst verzenden, dan betalen. Ga naar marktplaats.nl.

**NU
TE KOOP!**



Dit wil je hebben!

Alle afleveringen van Donald Duck vanaf 1962.
Bel me op 06-11063392 en vertel waarom ik jou gratis de Donald Ducks moet geven.
Ik kom dan graag bij je langs.

**Te koop wegens omstandigheden:
nieuwste game van The Sims. Nu met 50% korting.
Stuur een mailtje naar de redactie van dit blad
(zie verderop in het blad) en vraag daar naar mijn
telefoonnummer. Ik kijk uit naar je reactie.**

50%

**UNIEK
AANBOD**

Uniek aanbod: schilderij van Vincent van Gogh te koop. Bieden vanaf 2000 euro. Inclusief bewijs van echtheid. Anonieme reacties worden niet geaccepteerd.
Reageren binnen zeven dagen. Stuur een mail naar: beroemde@schilders.nl.

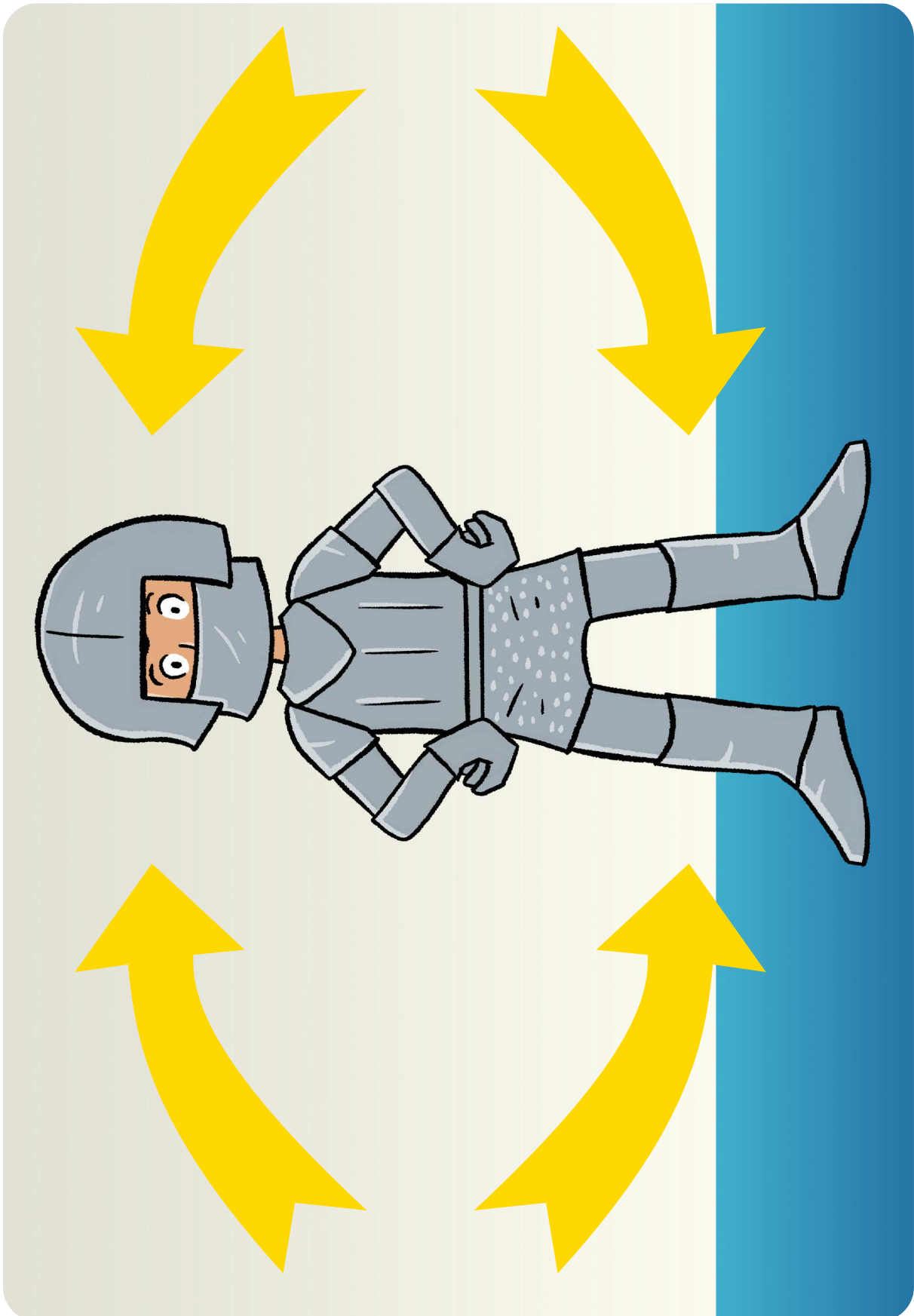


VIKING SCHAATSEN

maat 34. Leren noren, nauwelijks gebruikt, warm gevoerd, inclusief schaatsbeschermers. 39 euro. Ophalen of verzenden. Ga naar marktplaats.nl.



Schrijf in elke pijl een 'wapen' (een vraag) tegen verleidingen op internet.



Nog geen
Kwink-abonnement?
Probeer Kwink gratis uit.
Vraag een proefabonnement
aan. Dan kan de hele school
een aantal weken gratis met
Kwink aan de slag.

Ga naar:
www.kwinkopschool.nl

Tot ziens!


kwintessens

Berkenweg 11
3818 LA Amersfoort


VOOR SOCIAAL-EMOTIONEEL LEREN

www.kwinkopschool.nl