

De inzet van Facebook in het hoger onderwijs

Het gebruik van Facebook als communicatiemiddel binnen een onderwijsmodule op NHL Hogeschool

Auteurs: Geert Jan van Dam en Renny Poelstra

Geert Jan van Dam en **Renny Poelstra** zijn verbonden aan de opleiding Communicatie van de NHL hogeschool als docent marketingcommunicatie respectievelijk corporate communication. In hun zoektocht naar beter onderwijs voeren ze met enige regelmaat praktijkonderzoeken uit met en voor studenten. Een van de onderzoeken heeft betrekking op het gebruik van sociaal media in de klas. In dit onderzoek gaat het over het gebruik van Facebook.

Referentie: Dam, G.J van, Poelstra, R.C. (2013). Facebook in het NHL onderwijs. Leeuwarden: Sowijs, NHL Hogeschool

Korte samenvatting

Achtergrond

Uit onvrede met het gebruik van de digitale leeromgeving BlackBoard zijn we binnen NHL Hogeschool gestart met communicatie via Facebook. Samen geven we een tweedejaarsmodule managementtalent aan ongeveer dertig studenten. We wilden graag weten hoe studenten op het gebruik van Facebook reageren, hoe ze participeren en of ze zich meer betrokken voelen bij de les. We wilden graag de interactie met studenten bevorderen en op een gemakkelijke manier actuele artikelen, blogs en filmpjes plaatsen. Ook waren we benieuwd of studenten uit zichzelf items zouden plaatsen. We hebben als leeromgeving gekozen voor een besloten Facebookpagina. Dit omdat bijna alle studenten op Facebook zitten en omdat we via het besloten karakter een veilige leeromgeving willen bieden.

Resultaten & Conclusies

Bijna alle studenten geven aan social media vooral te gebruiken voor ontspanning en informatie. De meerderheid vond de geplaatste items vooral informatief en voelde zich meer betrokken bij de module. Daarnaast heeft de meerderheid actief bijgedragen aan de community. Op twee studenten na geven de studenten de voorkeur aan Facebook boven Blackboard.

De praktijk

Wij vinden het gebruik van Facebook door de directe interactie met studenten en de mogelijkheid om altijd actuele informatie te plaatsen enorm stimulerend. We zijn blij met de serieuze toon van de gesprekken en de grotere betrokkenheid. Wij gaan er zeker mee door en proberen in een volgend onderzoek het gebruik te optimaliseren.

Aanleiding

Begin oktober 2013 zijn we gestart met een aantal experimenten met 'blended learning' (Wikipedia, 2013) binnen de opleiding Communicatie van NHL Hogeschool. Het gaat om het gebruik van social media in de communicatie met studenten. Als leeromgeving hebben we gekozen voor Facebook als platform. Waarom Facebook? Uit eerder onderzoek binnen de NHL was gebleken dat Facebook het meest gebruikte online platform is voor studenten Communicatie (Sowijs, 2012). Voor een meer algemeen overzicht van wat social media zijn en hoe ze gebruikt kunnen worden verwijzen we naar *De Essentie van Social Media* van De Vries, & Vollenbroek, (2012). Hieronder vertellen we over onze ervaringen. Uit het feit dat we Facebook nog steeds en steeds meer gebruiken in onze colleges blijkt wel dat het voor onse een duidelijke meerwaarde heeft. Allereerst de aanleiding en setting van ons praktijkonderzoek.

Context

Een van de modules die wij samen met een collega verzorgen in het tweede jaar van de opleiding is de keuzemodule Managementtalent. Deze module bestaat uit drie afzonderlijke collegeblokken; over talentontwikkeling, over personal branding en over conflicthantering. De onderliggende rode draad is de professionele ontwikkeling van studenten, het profileren van de eigen identiteit en de confrontatie met anderen. Immers, pas in de ontmoeting met anderen wordt de eigen identiteit zichtbaar. Als basisliteratuur gebruiken we de Talentenwijzer, het Canvasmodel You, de Brand Key en Kilmans' conflictmodel.

Communicatie met de studenten

Onze onvrede met Blackboard als communicatiesysteem voor studenten is de drijfveer achter ons experiment. We willen graag interactief communiceren met onze studenten omdat we ervan overtuigd zijn dat leren vooral beklijft bij een grote mate van betrokkenheid. In het bekende model van Quirke voor de doelen van interne communicatie is "zich betrokken voelen" de hoogste trede op de trap (Reijnders, 2012). Uit onderwijskundige literatuur weten we natuurlijk ook dat het met elkaar delen van kennis en het bespreken van de leerstof meer

leerrendement oplevert dan het eenzijdig zenden van een docent of andere kennisbron. (Boekaerts&Simons, 1995).

Een ander paradigma binnen de onderwijskunde is het didactische principe om aan te sluiten bij de beleavingswereld van het kind (Boekaerts&Simons, 1995). In ons geval bij de student. Uit het vorig jaar afgenomen onderzoek onder studenten van de NHL over Social media gebruik bleek dat de studenten veel gebruik maken van Facebook om onderling te communiceren (Sowijs, 2012). Een uitkomst die we tijdens de colleges regelmatig kunnen toetsen. Studenten zijn voortdurend online, via de laptop of mobiel wordt het sociale leven gecheckt, zoals ze dat ook doen in de bus, trein, café, supermarkt en op straat. Het is hun wereld.

Communicatie tussen docenten en studenten

Zoals onlangs bleek uit de rapportage van de commissie Cohen over Project X in Haren was er in die situatie sprake van twee werelden, de wereld van de autoriteiten en de wereld van de jongeren. Met natuurlijk de nodige kanttekeningen kun je zeggen dat de twee werelden elkaar in Haren nogal hardhandig ontmoeten. Met verschillende intenties en reacties en zeker met verschillende communicatieboodschappen en -kanalen. Zonder in detail op deze casus in te gaan bleek hierbij hoe krachtig Facebook, en in mindere mate Twitter, is in het verbinden en activeren van mensen (Rijksoverheid, 2013).

De twee werelden herkennen wij ook binnen de opleiding Communicatie en de NHL. Docenten gebruiken Blackboard en zenden hun informatie, studenten gebruiken Facebook in hun onderlinge communicatie. Interactie tussen docent en student vindt face to face plaats tijdens de colleges en een enkele student stelt een vraag via de mail, vaak over aanwezigheid of eisen voor de toets of opdracht, zelden over de inhoud. Na een eerder experiment met het vooraf via Facebook stellen van vragen ter voorbereiding op toets, besloten we nu onze gehele module via een besloten groep op Facebook aan te bieden en daar achteraf studenten over te bevragen. Na afloop hebben we middels een anonieme online enquête vragen over het gebruik van Facebook gesteld.

Inrichting Facebookgroep

We hebben een Facebookgroep aangemaakt op de naam Managementtalent. Wij zijn beheerders en we hebben twee studenten gevraagd vrienden met ons te worden op Facebook. We hebben gekozen voor een besloten groep, mensen kunnen alleen door de leden toegevoegd worden. De informatie die we delen is ook alleen zichtbaar voor de groep. Vervolgens hebben we deze studenten gevraagd klasgenoten toe te voegen. Niet iedere student wil bevriend zijn met een docent en zijn Facebookleven delen en dat geldt ook voor ons als docenten. Vaak is het verstandiger niet alles te weten. We kiezen bewust voor een functionele relatie. Natuurlijk bestaat er altijd de mogelijkheid om informatie, foto's en filmpjes te kopiëren en elders op het internet te plaatsen. Wij stimuleren dit ook, kennis is om te delen. Als het om vertrouwelijke informatie gaat, gaan we uit van wederzijds vertrouwen.

In de eerste week hebben we de handleiding, de literatuur en het rooster en andere huishoudelijke mededelingen geplaatst. In de daaropvolgende collegeweken aanvullend materiaal, zoals een filosofenquiz, voor het onderwerp relevante You Tube filmpjes, artikelen via Twitter en andere passende leerinhouden die we via linken met studenten deelden. Op deze manier was de collegestof voortdurend actueel. Specifiek hebben we een keer gevraagd, weliswaar op vrijwillige basis, de uitkomsten van bepaalde opdrachten in de groep met elkaar te delen.

Resultaten

We hebben de enquête opgesteld in Qualtrics en na afloop van de colleges en na de beoordeling van het portfolio met de opdrachten online gezet. We hebben hiervoor gekozen om studentbeoordeling en onderzoek van elkaar te scheiden. Studenten waren ook niet op de hoogte van het feit dat we ze na afloop vragen gingen stellen over het gebruik van Facebook. Naast vragen rondom de inzet van Facebook hebben we ook nog enkele vragen gesteld over de gehele module. Deze vragen zijn in deze rapportage niet meegenomen.

Een nadeel was dat de respons beperkt was, 19 van de 27 studenten die lid zijn van de Facebookgroep hebben de vragenlijst

geopend, waarvan vijftien studenten zijn begonnen met de vragenlijst. Daarvan hebben uiteindelijk dertien studenten alle vragen over het gebruik van Facebook beantwoord.

Bijna alle studenten geven aan social media vooral te gebruiken voor ontspanning en informatie. Dit komt overeen met eerdere uitkomsten van onderzoek onder NHLstudenten (Sowijs, 2012). We hebben de studenten gevraagd hoe actief ze waren binnen de besloten Facebookgroep behorende bij de module Managementtalent. Ongeveer een derde geeft aan alleen items te hebben gelezen, een derde geeft aan zelf ook nieuwe items te hebben geplaatst en ongeveer een derde geeft aan ook reacties op andermans items te hebben gegeven. Dit wordt bevestigd door onze eigen observatie.

Een meerderheid van de studenten vond de geplaatste items vooral informatief. Ongeveer een derde van de studenten vond de items vooral inspirerend en een enkeling vond ze totaal overbodig. Tweederde van de studenten geeft aan zich door het gebruik van Facebook meer betrokken te voelen bij de module door het gebruik van Facebook. Een derde van de studenten gaf zich niet meer betrokken te voelen bij de module door de inzet van Facebook. De studenten die zich meer betrokken voelden door het gebruik van Facebook gaven ook aan niet gereageerd te hebben op items van anderen. De betrokkenheid van studenten lijkt geen relatie te hebben met het doel waarvoor zij social media gebruiken.

Het merendeel van de studenten geeft aan zich meer betrokken te voelen bij de module, door de gezamenlijke interactie tussen docenten en studenten. Een klein deel geeft aan dat zij zich juist meer betrokken voelde door de interactie tussen de studenten onderling. De studenten die zich minder betrokken voelen geven vooral aan dat Facebook niks toevoegt aan andere bestaande communicatiemiddelen. Zoals eerder gezegd lijkt hier geen verband te bestaan met of zij social media gebruiken voor informatie, ontspanning of iets anders.

De studenten geven grotendeels aan de voorkeur te geven aan een besloten groep op Facebook dan aan BlackBoard. De twee studenten die het daarmee oneens waren

hebben zelf alleen items gelezen, maar niet zelf gepubliceerd en of op items van anderen gereageerd.

Gelijktijdig met deze module zijn we ook gestart met het gebruik van Facebook in twee andere modules: de module Crisiscommunicatie en de module Bedrijfsopleidingen, beide voor vierdejaars Communicatie. De resultaten uit de evaluatie van deze modules ondersteunen het beschreven beeld uit de module Managementtalent.

Leerervaringen docenten

We gaan door met Facebook als intern communicatiemiddel met onze studenten. We vinden dat het gebruik een duidelijke meerwaarde oplevert. We zien letterlijk wat ze met onze informatie doen en hoe ze het waarderen. Studenten worden actiever in het zelf aanleveren van interessante filmpjes en artikelen en de onderlinge interactie is voor ons zichtbaar en levert aanknopingspunten op om in de colleges of online in te spelen. Het gebruik van Facebook zorgt voor meer dynamiek in de colleges, je hoeft nooit meer te updaten, je informatie is altijd actueel.

De communities blijven ook als living lab bestaan, nadat de punten allang binnen zijn. Het gebruik is dan wel minimaal, maar zou, ons inziens, met verbinding naar andere modules, kunnen uitgroeien tot een Community of Practice (Wenger, 2012). Studenten nemen het middel serieus en vinden het gelijkwaardig aan andere, voor ons meer gebruikelijke communicatiemiddelen als BlackBoard of Mail.

Rol van de docenten

Wij ervaren dat het gebruik van social media de rol van docent verandert. Je bent niet meer de enige bron van kennis maar creëert samen met de studentengroep nieuwe kennis, die zich soms beperkt tot het uitwisselen van ervaringen, maar soms ook tot verdiepende inzichten leidt. Je bent veel meer de gids geworden in een kenniswereld. Je geeft betekenis aan voorbeelden die studenten vinden, verwijst naar de bijbehorende theorie en je wijst op goede en betrouwbare bronnen.

Het is ook vooral snel, vaak hebben de meeste studenten binnen een dag je voorbeelden gezien en geliked of een reactie gegeven. Maar het maakt je ook kwetsbaarder. Mooi beschreven in een onlangs gelezen blog (Huynen, 2013). Mensen zijn, in hun interactie met anderen voortdurend bezig met het opvoeren van een performance, in de interactie met anderen speelt iedereen een rol. Afhankelijk van de setting kan de rol veranderen. Zo speel je als docent voor de klas een andere rol als wanneer je samen bent met je collega's of thuis in je gezin. Een belangrijk onderscheid is daarbij het verschil tussen frontstage en backstage. Een bekend voorbeeld is de ober in een chique restaurant; hij speelt zijn rol met de juiste woorden en attributen met verve in de eetzaal (frontstage), maar achter de schermen, waar de gasten hem niet kunnen zien of horen, kan de ober even ontladen en ontspannen in een andere rol met zijn collega's (backstage). Parallel met de rol van docent, performance voor de klas, ontladen met de collega's.

In het nu nog reguliere onderwijs was het scheiden tussen deze werelden niet zo moeilijk, een gesloten deur of gebruik van formele communicatie (Blackboard), zorgt wel voor voldoende afstand. Samen in een Facebookgroep is het bewaken van die afstand veel moeilijker. Doordat je je online profileert ben je ook zichtbaar geworden. Studenten kunnen je volgen op Twitter, zien wat je doet op Facebook en op Google dingen over je achterhalen. Dat maakt het moeilijk om frontstage en backstage te scheiden, of te wel je offline identiteit moet overeenkomen met je online identiteit anders is er een serieus risico op gezichtsverlies of op onbetrouwbaar overkomen. Door een andere relatie ben je kwetsbaar in je reputatie.

Wij willen daar mee leren omgaan, omdat het voor ons de enige mogelijkheid is om aan te sluiten bij hun wereld en weer echt leren mogelijk te maken. We gaan door met onze experimenten, nu op grotere schaal en komen in een volgend Whitepaper met onze belevenissen in een ander Social Media Pattern, Twitter in het onderwijs.

Literatuurlijst

Boekaerts, M. & Simons, R.J. (1995) Leren en instructie. Het boek over leren en onderwijzen, Van Gorcum, 2012

Huynen, J. (2013) Het probleem met "online identiteit". <http://www.42bis.nl/2013/03/het-probleem-met-online-identiteit>, geraadpleegd op 21 maart 2013

Reijnders, E. (2010) Basisboek interne communicatie. Van Gorcum, 2010

Rijksoverheid (2013) Twee werelden, you only live once, Commissie Project X Haren

Schuler, D. (2008). Liberating voices: A pattern language for communication revolution. London: The MIT Press

Sowijs (2012) NHL21 Monitor onderzoek onder docenten en studenten van de NHL, Leeuwarden, NHL Hogeschool

Vries, S.A. de, Vollenbroek, W. (2012). De Essentie van Social Media, NHL Hogeschool

Wenger (2012) Community of practice in: Ruijters & Simons, Canon van het leren (2012) Kluwer uitgeverij

Wikipedia (2013) Blended Learning, http://en.wikipedia.org/wiki/Blended_learning geraadpleegd op 21 maart 2013

Over Sowijs

Sowijs is het social media lab van NHL Hogeschool en een initiatief van de opleiding Communicatie. Sowijs bestaat uit een lectoraat Social Media en verschillende docenten en studenten. Samen met de praktijk werken wij aan toegepast onderzoek op het gebied van social media. De kennis en kunde die we daarmee opdoen, delen we via whitepapers en symposia.

Contact

Wilt u in contact komen met Sowijs, de auteurs of wilt u kennispartner worden? Dat kan via de volgende wegen:

W: www.sowijs.nl

E: sowijs@nhl.nl

E: g.j.van.dam@nhl.nl

E: r.c.poelstra@nhl.nl

T: www.twitter.com/sowijs

T: @gjevdam

T: @rennypoeelstra