

# Mediacollege Amsterdam: LOB en doorstroom naar mbo

*In gesprek met Peter Nass*

**Loopbaanoriëntatie en begeleiding (LOB) is een heel wezenlijk bestanddeel in het vmbo-onderwijs aan het Mediacollege in Amsterdam. Peter Nass, decaan & docent lichamelijke opvoeding: “Het Mediacollege is voor het grootste deel mbo--school; ons vmbo vormt de natuurlijke kweekvijver voor ons mbo. De sleutel voor een goede, interne doorstroom van leerlingen is goed LOB-onderwijs.”**

De basis voor goed LOB-onderwijs is gelegd door het management van het Mediacollege, licht Peter Nass nader toe. “Het management, en wij als decanen uiteraard ook, hebben LOB tot één van onze belangrijke speerpunten gemaakt. Met twee doelen: 1. Het bevorderen van een vlotte, interne doorstroom naar het mbo (56 procent gaat verder aan het Mediacollege mbo) en 2. Het bestrijden van het aantal vroegtijdige schoolverlaters.”

## Extra taaktijd

Het Mediacollege voegt de daad bij het woord. Peter Nass: “Er worden ruimschoots mensen en middelen vrijgemaakt voor goed LOB-onderwijs. De financiering deugt, mentoren hebben extra uren gekregen om hun mentoraat zinvol in te vullen. Op jaarbasis hebben zij 160 uur extra taaktijd gekregen; onderverdeeld in 80 uur om LOB-activiteiten voor te bereiden én 80 uur om hun normale werk te doen. Dat heeft effect, want we horen mentoren niet meer zeggen dat ze niet aan LOB toekomen, omdat ze omkomen in het werk. Die tijd is voorbij.”

Het Mediacollege Amsterdam is een vakschool voor media. De school telt 2.300 mbo en 300 vmbo-leerlingen. Je zou kunnen zeggen dat vmbo-leerlingen in een heel vroeg stadium, direct na de basisschool, al hebben gekozen voor een specifieke beroepsrichting. “Uit de aanzienlijke doorstroom naar het mbo zou je dat wellicht kunnen concluderen”, zegt Peter Nass, “maar er zijn toch ook genoeg leerlingen die na vier jaar vmbo onderwijs aan het Mediacollege voor geheel iets anders kiezen.

Dat kan en mag ook natuurlijk. Wij laten onze leerlingen daarom in de tweede klas kennismaken met andere sectoren en andere beroepen buiten de media. Niet het gehele veld aan profielen, maar voldoende om te ontdekken dat er ook andere keuzes in het arbeidzame leven te maken zijn.”



## Weloverwogen keuze

In het leerplan LOB staan per leerjaar talrijke LOB-handelingsopdrachten omschreven. Direct in het eerste jaar wordt de leerling uitgedaagd om over zichzelf en zijn interesses en kwaliteiten na te denken. Zo dient er onder andere voor het gehoor van eigen ouders en mentor een persoonlijke presentatie te worden gegeven, richt de leerling ook zijn of haar eigen digitale profiel in en wordt uit drie favoriete beroepen een droomberoep gekozen waarover een werkstuk wordt gemaakt. In het onderdeel Mediawijsheid komen het online imago, cyberpesten en social mediagebruik op school aan de orde.

“Later geven mbo-docenten in de klassen 3 en 4 van het vmbo ook voorlichting. Vaak geholpen door studenten die eerder bij ons het vmbo hebben gedaan. LOB duurt vier jaar en uiteindelijk kiest de leerling in het 4e leerjaar voor een vervolgopleiding. Wij zeggen tegen de leerlingen: maak een weloverwogen keuze, wik voor-- en nadelen tegen elkaar af en zorg dat je de keuze voor jezelf kunt verantwoorden.”

## Peppels

Het Mediacollege gebruikt Peppels.net als digitaal loopbaanportfolio. In Peppels maken de leerlingen verslagen van al hun opdrachten en ervaringen. Peter Nass: “Peppels is nadrukkelijk geen methode,- maar dient puur ter borging van de handelingsopdrachten van de leerlingen. Het is een leuk systeem voor leerlingen en heeft een social-media--achtig format dat de jeugd aanspreekt. De leerlingen zijn eigenaar van hun loopbaanportfolio en mogen dit desgewenst meenemen naar hun vervolgopleiding. Anders gezegd: LOB stopt niet in klas 4 aan het einde van de rit. Onze docenten bekijken de dossiers wel, maar alleen om te kijken of aan een opdracht is voldaan of niet. Voldoendes of onvoldoendes worden niet gegeven!”