



# #MEDIAWIJSHEID IN DE KLAS

SAMEN AAN DE SLAG!

Patrick Koning

# INHOUDSOPGAVE

VOORWOORD	3
AANLEIDING	4
INLEIDING	6
HOOFDSTUK 1	
WAAROM IS MEDIAWIJSHEID BELANGRIJK?	13
1.1 Een stukje wereldgeschiedenis	13
1.2 21ste-eeuwse vaardigheden	22
1.3 Verschillende actoren	24
HOOFDSTUK 2	
WAT IS MEDIAWIJSHEID?	37
2.1 Definitie van mediawijsheid	37
2.2 Mediawijsheid-competentiemodel	38
HOOFDSTUK 3	
HOE MAAK IK JONGEREN MEDIAWIJS?	53
3.1 Pedagogische uitgangspunten	53
3.2 Didactische uitgangspunten	58
3.3 Kennismaking met mediawijsheid	72
3.4 Consumeren	81
3.5 Participeren	105
3.6 Producers	133
HOOFDSTUK 4	
HOE BEOORDEEL IK MEDIAWIJSHEID?	179
4.1 Beoordelen van losse opdrachten	179
4.2 Beoordelen van een integrale eindopdracht	181
4.3 Mediawijsheidcertificaat	191

HOOFDSTUK 5	
HOE INTEGREER IK MEDIAWIJSHEID IN DE VAK- OF BEROEPSCONTEXT?	193
5.1 Pedagogische uitgangspunten	194
5.2 Didactische uitgangspunten	194
5.3 Consumeren	195
5.4 Participeren	196
5.5 Producers	202
5.6 Beoordeling	203
HOOFDSTUK 6	
HOE WORD IK ALS DOCENT MEDIAWIJS?	211
6.1 Twee docentrollen	211
6.2 Inzet van internet in de klas/groep	213
6.3 Hoe blijf ik bij?	220
6.4 Tot slot	224
HOOFDSTUK 7	
HOE IMPLEMENTEER JE MEDIAWIJSHEID?	227
7.1 Implementeren in vogelvlucht	227
7.2 Visie, missie, beleid, doelstellingen en strategie	229
7.3 Mediawijsheid als apart vak of volledig geïntegreerd?	233
7.4 Moment van aanbieden van mediawijsheid	234
7.5 Lesmateriaal en elektronische leeromgeving	235
7.6 Internet, internetapparaten en internetapplicaties	235
7.7 Mediawijsheidprotocol	238
7.8 Opleiden van docenten en permanente kennisdeling	240
GEBRUIKTE BRONNEN	244
OVER DE AUTEUR	250

# INLEIDING

## MISSIE: IEDEREEN MEDIAWIJS!

Technologische innovaties hebben de wereld sterk veranderd. Via nomaden, handelsroutes, schepen en vliegtuigen slaagde de mensheid erin drie dimensies te ontginnen: het land, het water en de lucht. Daardoor werd de wereld kleiner.

Aan het eind van de 20ste eeuw maakten innovaties op het gebied van ICT (Informatie en Communicatie Technologie) het mogelijk om ook de vierde dimensie te ontginnen: het internet. Het internet heeft de wereld (nog) kleiner gemaakt. Sterker nog, het begrip plaats is in onze tijd niet meer van belang. Jongeren gebruiken het internet om informatie te consumeren, bijvoorbeeld via google.nl. De hele wereld ligt aan hun voeten. Ze participeren in sociale netwerken waarmee ze zich over de hele wereld met gelijkgestemden verbinden. Daarnaast produceren ze grote hoeveelheden informatie die ze met de hele wereld delen.

Iedere technologische innovatie brengt veranderingen met zich mee. In de loop van de geschiedenis veranderen en verdwijnen beroepen en komen er nieuwe bij. Ook aan het begin van de 21ste eeuw gebeurt dit, alleen sneller dan ooit en met ingrijpende gevolgen. Het tempo waarin technologische innovaties elkaar opvolgen, is enorm toegenomen. Binnen één mensenleven vinden meerdere technologische innovaties plaats. De jongere die nu studeert, zal in zijn loopbaan meerdere werkgevers hebben en meerdere beroepen uitoefenen. Een deel van deze beroepen is op dit moment nog niet eens uitgevonden!

## “Jongeren zijn optimistisch, zien mogelijkheden en benutten die volop.”

Deze nieuwe dynamiek vraagt van de professionals van morgen meer dan alleen vakmanschap. Aanvullende competenties zijn nodig, zoals samenwerken, communiceren, ICT-geletterdheid, sociale en culturele vaardigheden, creativiteit, kritisch denken en probleemoplossend vermogen. Met deze 21ste-eeuwse competenties kun je je aanpassen aan de steeds sneller veranderende situatie. In bovenstaande opsomming staat ICT-geletterdheid, oftewel mediawijsheid. Echter ...

Uit eigen ervaring en de onderzoeken die ik lees, weet ik dat er op het gebied van mediawijsheid een wereld te winnen valt. Het is cruciaal dat jongeren leren om enerzijds meer kansen van het internet te benutten en anderzijds beter om te gaan met de bedreigingen van het internet. Meer mediawijsheid is nodig, zowel in de persoonlijke en maatschappelijke context als in de context van vak en beroep.

## HET MEDIAWIJSHEID-COMPETENTIEMODEL®

Het Mediawijsheid-competentiemodel laat zien dat internetgebruik uiteen te rafelen is in drie soorten activiteiten: consumeren, participeren en produceren.

De voor consumeren benodigde competenties zoeken, filteren en beoordelen zijn eenvoudig aan te leren. Voor participeren zijn iets complexere competenties nodig: verbinden, benutten en bewaken. Producteren vereist complexe competenties: publiceren, evalueren en reflecteren.

→ Zie ook bladzijde 38 en 39.



Jongeren zijn optimistisch, zien mogelijkheden en benutten die volop. Ze gebruiken het internet om informatie te zoeken. Maar ze beseffen niet altijd dat de gevonden informatie onjuist kan zijn. Ze gebruiken social media om zich te verbinden met anderen en posten erop los. Ze beseffen echter niet altijd dat informatie die vandaag grappig is later problemen kan opleveren. Sommigen gebruiken het internet om te produceren. Zonder enig besef van auteursrecht maken ze apps of posten dagelijks vlogs op hun eigen videokanaal.

Ouders ergeren zich aan het mediagebruik van hun kinderen, wat thuis strijd geeft. De cijfers op school lijden eronder. Ouders zien dat hun kinderen op jonge leeftijd geconfronteerd worden met pornografische of gewelddadige video's. Ze maken zich zorgen over de invloed hiervan op hun kind. Ouders zien ook dat hun kinderen te vaak privé-informatie openlijk delen op het internet. Overigens zien ouders ook voordelen van het internet. Ze willen dat hun kinderen het internet positief gebruiken, bijvoorbeeld om in de picture te komen bij een bedrijf. Ouders zoeken de balans tussen sturen en loslaten.

Werkgevers klagen erover dat hun medewerkers niet mediawijs zijn. Ze zien dat medewerkers niet veilig omgaan met bedrijfsgegevens en e-mail. Werken met PowerPoint en een webbrowser lukt nog wel, maar kennis van beveiligingsrisico's ontbreekt. Ook kennis van copyright ontbreekt; werknemers maken lukraak gebruik van foto- en beeldmateriaal. Allemaal bedrijfsrisico's waar een werkgever niet op zit te wachten.

Werknemers hebben ook hun zorgen. De wereld om hen heen verandert in rap tempo. Het gaat steeds sneller. Kennis van vandaag is morgen verouderd. Beroepen die nu nog heel gewoon zijn,

*Diverse partijen hebben allemaal hun eigen kijk op mediawijsheid.*

# WAAROM IS MEDIAWIJSHEID BELANGRIJK?

## HOOFDSTUK I

Waarom is mediawijsheid belangrijk?



Email

Mediawijsheid

Mediawijsheid

Mediawijsheid

Mediawijsheid

Mediawijsheid

Mediawijsheid

Mediawijsheid

Mediawijsheid

Mediawijsheid

Mediawijsheid

Mediawijsheid

Mediawijsheid

Mediawijsheid

Mediawijsheid

Mediawijsheid

Mediawijsheid

Mediawijsheid

Mediawijsheid

Mediawijsheid

Mediawijsheid

Mediawijsheid

Mediawijsheid

Mediawijsheid

Mediawijsheid

Mediawijsheid

## WAAROM IS MEDIAWIJSHEID BELANGRIJK?

In dit hoofdstuk lees je waarom mediawijsheid belangrijk is.

Een reis door de tijd leidt tot heldere inzichten:

- › Elke technologische innovatie brengt veranderingen met zich mee. Hierdoor veranderen beroepen, verdwijnen beroepen en komen er steeds nieuwe beroepen bij.
- › Het tempo waarin technologische innovaties elkaar opvolgen, is fors toegenomen. Een mens is in zijn leven getuige van meerdere baanbrekende innovaties. Wie nu studeert, zal in zijn loopbaan meerdere werkgevers hebben en meerdere beroepen uitoefenen. Een deel van deze beroepen is op dit moment nog niet uitgevonden.
- › Hoor technologische innovaties is de wereld zo klein geworden dat het begrip plaats niet meer van belang is. Het internet met zijn oneindige communicatiemogelijkheden is de gamechanger. De hele wereld ligt aan onze voeten.

Deze nieuwe dynamiek vraagt van de professionals van morgen meer dan alleen vakmanschap. Om zich te kunnen aanpassen aan de steeds veranderende situatie zullen ze aanvullende competenties moeten hebben. Mediawijsheid is één van de vaardigheden voor de 21ste eeuw.

Verderop in dit hoofdstuk leer je dat jongeren, ouders, werkgevers, werknemers en docenten allemaal hun eigen kijk op mediawijsheid hebben. Daarbij worstelen ze allemaal met de kansen en bedreigingen van het internet.

## I.1 EEN STUKJE WERELDGESCHIEDENIS

Om te kunnen begrijpen waarom mediawijsheid belangrijk is, bekijken we de ontwikkeling van de mensheid. Deze ontwikkeling – vanaf de eerste nomaden tot de 21ste-eeuwers – wordt met een mooie metafoer beschreven door William Knoke.



### ONLINE MATERIAAL

Met de aanschaf van het boek *Mediawijsheid in de klas* krijg je toegang tot downloadable content op [mediawijsheidindex.nl/dlc](https://mediawijsheidindex.nl/dlc). Hier vind je bijvoorbeeld de hyperlinks naar het achtergrondmateriaal, de gebruikte video's en de internetapplicaties waarnaar ik verwijs. Gebruik de downloadcode: **MWINDeKLAS**.

▶ ONLINE MATERIAAL

In zijn boek [Plaatsloze nieuwe wereld](#) schetst hij de ontwikkeling van een nuldimensionale naar een vierdimensionale wereld.

**! HERKENBAAR!****Zo'n 2600 jaar geleden deed Socrates onderstaande uitspraak:**

"Onze jeugd heeft tegenwoordig een sterke hang naar luxe, heeft slechte manieren, minachting voor het gezag en geen eerbied voor ouderen. Ze geven de voorkeur aan kletspraatjes in plaats van training ... Jonge mensen staan niet meer op als een oudere de kamer binnenkomt. Zij spreken hun ouders tegen, houden niet hun mond in gezelschap ... en tiranniseren hun leraren."

Je maakt je zorgen omdat je kind op het internet geconfronteerd wordt met gekleurde of onjuiste informatie, pornografische foto's, commerciële advertenties, gewelddadige video's of onethische sites die verleiden tot schadelijk gedrag (zoals [pro-anorexia-sites](#)). Iets van een kritische houding ten opzichte van informatie mis je bij je kind. Het zou mooi zijn als het de beschikbare media zou gebruiken om te leren. En leert in te schatten welke informatie wel en welke niet betrouwbaar is. Zodat je kind betere werkstukken kan maken voor school en misschien wel eens een 8 voor geschiedenis kan scoren. Er is nog meer dat je zorgen baart. Je kind zet alle gebeurtenissen in zijn leven gewoon op Instagram en Facebook. Foto's van de vakantie in zwembroek of bikini. Door een wildvreemde getagde foto's waarop je zoon of dochter tongzoenend en/of laderzart staat. Zou het niet mooi zijn als je kind zich nu al positief ging profileren, zodat het straks niet hoeft te zoeken naar een baan. Nee joh, je zoon of dochter wordt gevraagd om te solliciteren via [LinkedIn](#). En niet bij één maar zelfs bij drie bedrijven.

Als ouder zoek je naar de balans tussen sturen en loslaten, want je vindt het belangrijk om je kind op te voeden tot een zelfstandig functionerend individu dat bewust beslissingen neemt. Maar hoe doe je dat als je met internet en social media veel minder vertrouwd bent dan je kinderen? Hoe voed je je kinderen op tot mediawijze mensen die verstandige keuzes maken?

### 1.3.3 WERKGEVERS

Als werkgever word je regelmatig geconfronteerd met werknemers die niet zo wijs met digitale media omgaan. Met alle problemen van dien ... Laatst nog gebruikte een medewerker in zijn rapport onjuiste informatie die hij gevonden had op een onbetrouwbare website. Wat bleek toen je hem feedback gaf? Hij had nooit geleerd om kritisch te kijken naar informatie en om zichzelf vragen te stellen als: Wie is de schrijver? Hoe betrouwbaar is hij? Welke andere bronnen geven dezelfde informatie weer? Zijn er bronnen die andere informatie geven? Gelukkig had je het rapport nog kritisch doorgelezen voordat het naar de klant ging. Je overwoog de medewerker te ontslaan tot je bedacht dat hij je enkele weken eerder een goed advies had gegeven over de aanschaf van een nieuwe tv. De medewerker had je daarbij zelfs een linkje gestuurd naar een video van de [Consumentenbond](#) op YouTube. Je besluit de medewerker een kans te geven.

Diezelfde medewerker heeft je trouwens ook geholpen om een LinkedIn-profiel aan te maken en connecties te maken met een aantal belangrijke klanten. Je kreeg daar veel positieve reacties op en bent vorige week bij een oude klant op gesprek geweest. Mogelijk levert dat gesprek zelfs een nieuwe opdracht op. Heel anders is het met die medewerkster van het callcenter, die laatst op Twitter te keer was gegaan over een van jouw klanten. Ze had deze klant een paar keer aan de lijn gehad. Ze baalde zo van zijn gedrag dat ze stoom afbles in een beledigende tweet. Binnen een kwartier nadat de tweet was geplaatst, had je deze klant boos aan de telefoon. Het kostte een dagdeel om de klant te bellen, te bezoeken en excuses te maken. Zo heb je de klant weten te behouden.

**ONLINE MATERIAAL**

Met de aanschaf van het boek Mediwijzeheid in de klas krijg je toegang tot downloadable content op [mediawijzeheidindeklas.nl/dlc](http://mediawijzeheidindeklas.nl/dlc). Hier vind je bijvoorbeeld de hyperlinks naar het achtergrondmateriaal, de gebruikte video's en de internetapplicaties waarnaar ik verwijs. Gebruik de downloadcode: **MWVnDeKLAS**.

**! HERKENBAAR!****Stagiair onvoldoende digitaal vaardig****05 februari 2013**

Praktijkopleiders vinden hun stagiairs niet digitaal vaardig genoeg. Jongeren mogen dan handig zijn met hun smartphones. Veilig omgaan met bedrijfsgegevens en e-mail is heel wat anders. Bedrijven zijn overigens streng voor hun stagiairs: het gebruik van sociale media onder werktijd is niet acceptabel. Zo blijkt uit onderzoek onder praktijkopleiders in opdracht van Ecabo.

**Office lukt wel**

Het schort aan digitale kennis en vaardigheden, is het algemene oordeel van de stagebedrijven. Het maken van een Powerpoint-presentatie en het omgaan met diverse browsers lukt de meerderheid van de stagiairs nog wel. Ook het werken met pakketten als Office springt er positief uit: bijna driekwart van de leerlingen heeft daar redelijk tot veel ervaring mee.

**Risico's slecht ingeschat**

Maar dan komen de minder fraaie kanten. Leerlingen hebben vaak weinig kijk op de beveiligingsrisico's, vinden stagebegeleiders. Kennis over ongewenste e-mail ontbreekt. En ook over copyrights en het juiste gebruik van foto- en beeldmateriaal weten ze erg weinig. De helft van de leerlingen weet bovendien niet hoe ze om moeten gaan met het verstrekken van (privé) gegevens.

[BRON: ECABO.NL, 5 FEBRUARI 2013]

# 2 WAT IS MEDIAWIJSHEID?



## WAT IS MEDIAWIJSHEID?

In dit hoofdstuk leer je het Mediawijsheid-competentiemodel kennen. Mediawijsheid is van belang bij de drie hoofdvormen van internetgebruik: consumeren, participeren en produceren. Voor deze vormen van internetgebruik zijn specifieke mediawijsheidscompetenties vereist. In het model zie je dan ook drie competenties bij consumeren, drie bij participeren en drie bij produceren. Je krijgt vervolgens een helder beeld van wat consumeren, participeren, produceren en de bijbehorende competenties inhouden. Je ziet welke kansen en bedreigingen er zijn en hoe die concreet kunnen worden omgezet in effectief gedrag (gedragsindicatoren). Daarbij wordt ook duidelijk hoe de competenties functioneren binnen de verschillende contexten: de persoonlijke, maatschappelijke en vak- of beroepscontext. Het model kent een opbouw in complexiteit. Consumeren is betrekkelijk eenvoudig, participeren vraagt al meer van de internetgebruiker, terwijl produceren de meest complexe activiteiten omvat.

### 2.1 DEFINITIE VAN MEDIAWIJSHEID

Er bestaan al veel definities van mediawijsheid. Ik houd het hier bij de definitie die de Raad voor Cultuur in 2005 voorstelde in zijn publicatie [Mediawijsheid: de ontwikkeling van nieuw burgerschap](#):

*"Het geheel van kennis, vaardigheden en mentaliteit waarmee burgers zich bewust, kritisch en actief kunnen bewegen in een complexe, veranderlijke en fundamenteel gemedialiseerde wereld."*

Wat betekent dit in gewoon Nederlands? Mediawijsheid is alles wat je nodig hebt om te kunnen (over)leven in een wereld vol media.

Deze brede definitie roept wel vragen op. Welke kansen en bedreigingen zijn er bij het gebruik van media? Welke competenties heb je nodig om te kunnen overleven? Wat zijn deze competenties precies (beschreven in concreet effectief gedrag)? Wat moet je kennen en kunnen? Het Mediawijsheid-competentiemodel geeft antwoord op deze vragen en maakt concreet wat mediawijsheid inhoudt.

#### ! WIST JE DAT?

Dertig jaar geleden werd het eerste mobiele telefoongesprek gevoerd. In 1984 was het niet zo'n big deal. Het was een klein berichtje ergens op pagina vijftien in de krant. Dertig jaar geleden had niemand kunnen denken dat wat de pioniers van Vodafone aan het doen waren, zo'n grote impact op de wereld zou hebben.

[BRON: DUTHCOWBOYS.NL, 27 DECEMBER 2014]









### 3.3 KENNISMAKING MET MEDIAWIJSHEID

Voordat je aan de opdrachten toekomt, moet je jongeren eerst motiveren om überhaupt met mediawijsheid aan de slag te gaan. Ze vinden zichzelf al mediawij, terwijl ze dat niet of in beperkte mate zijn. Hun gevoel dat ze mediawij zijn, belemmert het leerproces. Hoe je dit obstakel kunt wegemen, is het onderwerp van de volgende paragrafen.

#### Het doel hierbij is:

*Jongeren inzicht geven in het belang van mediawijsheid, de mate waarin ze mediawij zijn en de onderdelen van mediawijsheid, zodat ze gemotiveerd(er) zijn om met mediawijsheid aan de slag te gaan.*

In onderstaande paragrafen vind je opdrachten om de kennismaking met mediawijsheid inhoud te geven.

#### 3.3.1 BELANG VAN MEDIAWIJSHEID



Heiding

ONLINE MATERIAAL

Hoe laat je jongeren het belang van mediawijsheid inzien? Je maakt een goede start als je een of meer van onderstaande video's gebruikt:

- › 'Amazing Mindreader' op Safeinternetbanking.be;
- › 'Veilig internetten heb je zelf in de hand' van Postbus 51;
- › 'Think Before You Post' op YouTube van missingkids.com;
- › 'Facebook Folles Preview' op YouTube van DocZone.

Vervolgens vraag je de jongeren naar het thema en de boodschap van de video's en naar eigen ervaringen die daarmee te maken hebben.

Daarnaast kun je krantenknipsels gebruiken om te laten zien hoe bijvoorbeeld stagebedrijven, een eurocommissaris en de KNAW de mediawijsheid van jongeren beoordelen. Elke dag zijn geschikte nieuwsberichten te vinden. Daarbij geldt: hoe actueler, hoe beter.



#### ONLINE MATERIAAL

Met de aansluit van het boek Mediawijsheid in de klas krijg je toegang tot downloadbare content op mediawijsheid.deklas.nl/dlc. Hier vind je bijvoorbeeld de hyperlinks naar het achtergrondmateriaal, de gebruikte video's en de internetapplicaties waarnaar ik verwijs. Gebruik de downloadcode: **MWJNdeKLAS**.

#### Stagiair onvoldoende digitaal vaardig

Praktijkopleiders vinden hun stagiairs niet digitaal vaardig genoeg. Jongeren mogen dan handig zijn met hun smartphones. Veilig omgaan met bedrijfsgegevens en e-mail is heel wat anders. Bedrijven zijn overigens streng voor hun stagiairs: het gebruik van sociale media onder werktijd is niet acceptabel. Zo blijkt uit onderzoek onder praktijkopleiders in opdracht van Ecabo.

#### Risico's slecht ingeschat

Maar dan komen de minder fraaie kanten. Leerlingen hebben vaak weinig kijk op de beveiligingsrisico's vinden stagebegeleiders. Kennis over ongewenste e-mail ontbreekt. En ook over copyrights en het juiste gebruik van foto- en beeldmateriaal weten ze erg weinig. De helft van de leerlingen weet bovendien niet hoe ze om moeten gaan met het verstrekken van (privé) gegevens.

[4 FEBRUARI 2013, BRON: VIVES]

#### Kroes wil meer technologie in het onderwijs

Amsterdam – het onderwijssysteem in Nederland bereidt leerlingen niet goed voor op het leven in de digitale wereld. Het leert ze vooral "vaardigheden die hun ouders nodig hadden".

Het onderwijs moet daarom flexibeler worden en meer ruimte bieden voor verscheidenheid van mensen, en ICT op school kan daarbij helpen. Dat betoogt eurocommissaris Neelie Kroes (Digitale Agenda) in haar zaterdagse column in het Financieel Dagblad. Digitale technologie moet worden ingezet om het onderwijssysteem aan te passen aan de leerlingen, waar nu nog wordt geprobeerd om alle leerlingen in hetzelfde systeem te dwingen, ongeacht hun talenten en leerbehoeften. Alleen op die manier worden genoeg toekomstige arbeidskrachten opgeleid om het groeiende Europese tekort aan ICT-personeel op te heffen, meent Kroes.

[23 FEBRUARI 2013, BRON: NU.nl]

#### KNAW: Advies Digitale geletterdheid in het VO

De Koninklijke Nederlandse Akademie van Wetenschappen heeft op 29 januari 2013 het advies "Digitale geletterdheid in het VO" overhandigd aan André de Jong, directeur-generaal Primair- en Voortgezet Onderwijs van het ministerie van OCW. In het advies pleit de KNAW voor krachtige vernieuwing van het informaticaonderwijs havo/vwo. De commissie die het advies samenstelde constateert dat, ondanks de noodzaak leerlingen voor te bereiden op de kennissamenleving en de daarbij behorende 21st century skills, het onderwijs daarin tekortschiet.

De KNAW stelt voor informatiekunde en informatica op havo/vwo te herontwerpen. Basis hiervoor is de observatie dat beide vakken tekortschieten wat betreft inhoud, kwaliteit en positie. Daarnaast wordt aandacht gevraagd voor de kwaliteit van leraren.

[29 JANUARI 2013, BRON: KNAW.nl]

Video's en krantenknipsels selecteer je op onderwerpen die dicht bij de jongeren staan. Een geschikt onderwerp is daarnaast het belang van 21ste-eeuwse vaardigheden in het algemeen en mediawijsheid in het bijzonder.

Leerlingnaam:	Afdeling:
Leerlingnummer:	Klas:

**Onderdeel 1: Consumenten**

De jongere is als consument van informatie in staat om vanuit een positief-kritische houding informatie te zoeken, te filteren en te beoordelen.

Competentie	Prestatie-indicator	Beoordeling
Zoeken	De jongere gebruikt op adequate wijze verschillende (soorten) bronnen, zodat hij/zij efficiënt en effectief informatie vindt.	
	De jongere bepaalt op adequate wijze zoekwoorden, zodat hij/zij efficiënt en effectief informatie vindt.	
Filteren	De jongere gebruikt op adequate wijze geavanceerde zoekmogelijkheden, zodat hij/zij efficiënt en effectief informatie vindt.	
	De jongere gebruikt op adequate wijze abonneer- en groepermogelijkheden, zodat hij/zij in het grote informatieaanbod de voor hem/haar belangrijke informatie vindt.	
Beoordelen	De jongere gebruikt op adequate wijze vuistregels om de betrouwbaarheid van informatie in te schatten, zodat hij/zij verantwoord voorziet in zijn informatiebehoefte.	

**Beoordeling**

(O) onvoldende,  
(T) twijfelachtig,  
(V) voldoende,  
(G) goed,  
(N) niet gezien.

**Beoordeling**

**VOLDAAN / NIETVOLDAAN**

**Feedback**
**Beoordeling**

Doarholen wat niet van toepassing is.

**Feedback**

Bij V of G altijd tips geven,  
bij O, T en N altijd tips geven  
(en tips indien mogelijk).

**Onderdeel 2: Participeren**

De jongere is als participant in staat om zich vanuit een positief-kritische houding te verbinden met voor hem/haar relevante anderen en netwerken, deze verbindingen te benutten en zijn/haar identiteit te bewaken.

Competentie	Prestatie-indicator	Beoordeling
Verbinden	Op adequate wijze verbindt de jongere zich met relevante anderen en sluit hij/zij zich aan bij interessante netwerken, zodat hij/zij zich efficiënt en effectief informeert.	
Benutten	De jongere plaatst informatie en onderhoudt zijn/haar contacten, waarbij hij/zij zich bewust is van de eventuele consequenties, zowel op de korte als de lange termijn. De jongere bouwt zijn/haar digitale identiteit positief op en zorgt ervoor dat hij/zij anderen niet schaadt.	
Bewaken	De jongere gebruikt op adequate wijze actuele identificatie- en authenticatiemiddelen, waarmee de jongere zijn/haar digitale identiteit beschermt.	
	De jongere gebruikt actuele vuistregels voor veilig internetten, zodat de jongere zijn/haar digitale identiteit en gegevens beschermt en die van anderen niet in gevaar brengt.	

**Beoordeling**

(O) onvoldende,  
(T) twijfelachtig,  
(V) voldoende,  
(G) goed,  
(N) niet gezien.

**Beoordeling**

**VOLDAAN / NIETVOLDAAN**

**Feedback**
**Beoordeling**

Doarholen wat niet van toepassing is.

**Feedback**

Bij V of G altijd tips geven,  
bij O, T en N altijd tips geven  
(en tips indien mogelijk).

“Geef als docent altijd feedback in de vorm van tops en tips. Zo stuur je het leren van jongeren.”

<b>Beoordeling</b> Doorhalen wat niet van toepassing is.	<b>Eindbeoordeling</b>	
	VOLDAAN / NIETVOLDAAN	
<b>Feedback</b> Bij V of G altijd tips geven bij O,T en N altijd tips geven (en tips indien mogelijk).	<b>Toelichting</b>	
<b>Cesuur</b>		
De jongere heeft het vak Mediawijsheid met goed gevolg afgesloten indien: <ul style="list-style-type: none"> <li>› hij op 12 van de 16 criteria minimaal het niveau van gevorderde heeft behaald;</li> <li>› hij op 50% van de criteria van elk onderdeel minimaal het niveau van gevorderde heeft behaald.</li> </ul>		
<b>Datum:</b>		
<b>Naam beoordelaar:</b>		<b>Handtekening beoordelaar:</b>

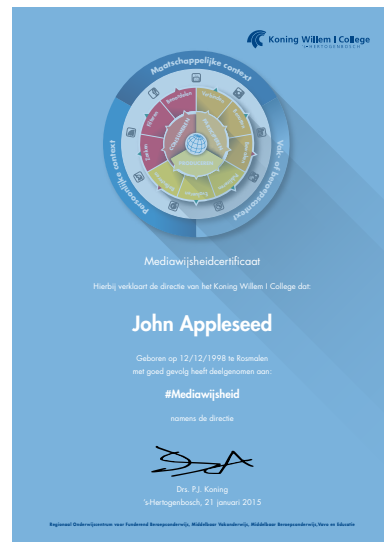
Door met een cesuur werken stuur je sterk op het maakgedrag van de jongeren. Met de hierboven gebruikte cesuur maak je vooraf duidelijk welke eisen je stelt.

“Een beoordelingsrubric heeft als voordeel dat het een objectieve beoordeling oplevert.”



### 4.3 MEDIAWIJSHEIDCERTIFICAAT

De jongere die het vak Mediawijsheid haalt, ontvangt een mediawijsheidcertificaat. Dit document onderstreept het belang van mediawijsheid en verhoogt de motivatie van de deelnemers.



Jongeren die zich willen onderscheiden, zullen zeker gevoelig zijn voor de in het vooruitzicht gestelde beloning. Dat zul je terugzien in de motivatie en inzet tijdens de lessen. Met het certificaat naast hun diploma kunnen de jongeren straks aantonen dat ze over meer mediawijsheidscompetenties beschikken dan 'gewone' kandidaten.

# 7 HOE IMPLEMENTEER JE MEDIAWIJSHEID?

## HOOFDSTUK 6

Hoe implementeer je mediawijsheid?



## HOE IMPLEMENTEER JE MEDIAWIJSHEID?

Mediawijsheid is onderdeel van het curriculum en zal als doel én als middel worden aangeboden. Dat is mijn toekomstvisie. Deze visie roept een praktische vraag op: hoe gaat de school mediawijsheid implementeren? Dat is de vraag die ik in dit laatste hoofdstuk aan de orde stel. Hierin richt ik me niet alleen tot docenten Mediawijsheid, mediawijze docenten en docenten die mediawijs willen worden. Ik hoop bijvoorbeeld dat ook leden van raden van bestuur, directeuren, managers en projectleiders dit hoofdstuk met interesse zullen lezen. Mediawijsheid is een uitdaging die ons allemaal aangaat en die we samen moeten aanpakken.



### ONLINE MATERIAAL

Met de aanschaf van het boek *Mediawijsheid in de klas* krijg je toegang tot downloadbare content op [mediawijsheidindeklas.nl/dlc](https://mediawijsheidindeklas.nl/dlc). Hier vind je bijvoorbeeld de hyperlinks naar het achtergrondmateriaal, de gebruikte video's en de internetapplicaties waarnaar ik verwijs. Gebruik de downloadcode: **MWINDeKLAS**.

## 7.1 IMPLEMENTEREN IN VOGELVLUCHT



ONLINE MATERIAAL

Implementeren van mediawijsheid in de school is geen sinecure. Hoe leid je dit complexe veranderingsproces in goede banen? Een instrument dat daarbij kan helpen, is het **triade-model** dat Theo Poesz heeft ontwikkeld. Poesz ontdekte dat voor het veranderen van gedrag drie factoren bepalend zijn:

- › motivatie – gedrag willen vertonen;
- › gelegenheid – omstandigheden om het gedrag te vertonen;
- › capaciteit – gedrag kunnen vertonen.

### Motivatie

Motivatie is volgens Poesz de leidende factor. Hij wijst er echter op dat deze positieve factor kan verminderen of zelfs kan omslaan in het tegendeel: demotivatie. Dit zal kunnen gebeuren als de capaciteit en de gelegenheid onvoldoende zijn. Het is dus belangrijk om motivatie voor de verandering te stimuleren en tegelijkertijd de optimale condities voor verandering te creëren.

Motivatie – de wil om te veranderen – ontstaat als er binnen je school draagvlak is voor de invoering van mediawijsheid. Draagvlak ontstaat niet vanzelf. Je moet er stap voor stap en doelgericht aan werken, samen met vertegenwoordigers van alle geledingen binnen de school. Het hebben van een gezamenlijke missie en visie bevordert het ontstaan van draagvlak. De mensen die gemotiveerd zijn voor de verandering vinden elkaar in de visie en missie, die ze vervolgens met overtuiging uitdragen naar hun achterban.

Visie en missie worden vervolgens vertaald in mediawijsheidsbeleid. Welke beleidskeuzes maak je met elkaar? Gaat de school bijvoorbeeld 21ste-eeuwse vaardigheden aanbieden, waarvan mediawijsheid dan een onderdeel is? Of gaat de school zich juist specifiek op mediawijsheid richten? En wordt hiervoor een apart vak Mediawijsheid gegeven of wordt mediawijsheid volledig geïntegreerd binnen de bestaande vakken? Of kiest de school de en-en-aanpak waar ik voorstander van ben? Bied je mediawijsheid al aan vanaf leerjaar 1 of later? Wanneer de beleidskeuzes zijn gemaakt, kunnen de beleidsdoelstellingen SMART worden geformuleerd. Vanuit een gedragen missie, visie, beleid en doelstellingen die voor alle betrokkenen duidelijk zijn, kan de motivatie om te veranderen zich verder ontwikkelen.

Visie, missie, beleid en doelstellingen behandel ik in paragraaf 7.2. De keuze voor mediawijsheid als apart vak, volledige integratie van mediawijsheid of de en-en-aanpak komt aan bod in paragraaf 7.3. Het moment waarop je jongeren mediawijsheid aanbiedt, bespreek ik in paragraaf 7.4.

### Gelegenheid

Onder gelegenheid verstaat Poiesz de omstandigheden die bepaald gedrag – de beoogde verandering – mogelijk maken. De factor gelegenheid wordt dikwijls verwaarloosd. Iedereen is enthousiast, er is motivatie, dus we gaan ervoor: zo gaat het vaak. Het is echter belangrijk om je te realiseren dat de motivatie snel zal verminderen wanneer gelegenheid ontbreekt. Bij gelegenheid gaat het om praktische zaken als tijd en middelen. Docenten die onvoldoende voorbereidingstijd krijgen, zullen niet warmlopen voor de implementatie van mediawijsheid. Goed lesmateriaal mag ook niet ontbreken. Docenten willen vanuit een kwalitatieve basis aan de slag gaan met mediawijsheid.

In paragraaf 7.5 t/m 7.7 bespreek ik de optimale omstandigheden (voorwaarden). Het lesmateriaal en de aanbieding van het lesmateriaal via een elektronische leeromgeving komen aan de orde in paragraaf 7.5. De basisvoorwaarde van 'toegang tot internet en internetapplicaties' is het onderwerp van paragraaf 7.6. Hoe belangrijk een duidelijk mediawijsheidsprotocol is, bespreek ik in paragraaf 7.7. Een mediawijsheidsprotocol heb je nodig om de 'toegang tot internet en internetapplicaties' te reguleren. In het protocol leg je regels vast waarmee je gewenst gedrag stimuleert en ongewenst gedrag afremt.

### Capaciteit

Capaciteit is de kennis die nodig is om het gewenste gedrag te kunnen vertonen. Bij capaciteit kun je denken aan goed opgeleide docenten Mediawijsheid en mediawijze docenten die de jongeren opleiden. Na het opleidingstraject in de school stopt het leerproces uiteraard niet. In de voortdurend veranderende wereld van de 21ste eeuw zullen professionals permanente kennisdeling moeten organiseren.

Het opleiden van docenten en het organiseren van permanente kennisdeling behandel ik in paragraaf 7.8.

## 7.2 VISIE, MISSIE, BELEID, DOELSTELLINGEN EN STRATEGIE

Wil je mediawijsheid succesvol implementeren op jouw school, dan heb je allereerst een duidelijke visie en missie met betrekking tot leren voor de toekomst nodig. De visie en missie vertaal je in helder beleid met doelstellingen die SMART (Specifiek, Meetbaar, Acceptabel, Realistisch en Tijdgebonden) zijn geformuleerd. Hiermee creëer je draagvlak bij alle betrokkenen. Draagvlak betekent dat je vooraf goedkeuring en ondersteuning krijgt voor het idee om mediawijsheid in te voeren op je school. Draagvlak heb je nodig omdat veranderingen bij een aantal mensen ook weerstand zullen oproepen. Er zijn altijd mensen die willen vasthouden aan ingesleten gewoontes. De video [Who moved my cheese?](#) maakt dit inzichtelijk aan de hand van een mooie metafoer. De video belicht de aanpak waarmee een organisatie met verandering kan omgaan:

- › Change Happens – accepteer dat verandering er altijd is en zal zijn.
- › Anticipate Change – verwacht veranderingen.
- › Monitor Change – houd (mogelijke) veranderingen in de gaten.
- › Adapt To Change Quickly – pas je snel aan de veranderingen aan.
- › Change – verander.
- › Enjoy Change! – geniet van de verandering.
- › Be Ready To Change Quickly And Enjoy It Again – zorg dat je klaar bent om opnieuw te veranderen en ervaar te genieten.

Bovenstaande aanpak vraagt van de betrokkenen dat zij veranderingen vanuit een positief-kritische houding benaderen (change happens en anticipate change) en tevens zicht hebben op veranderingen (monitor change). Wat dit betekent voor het verwerven van draagvlak, licht ik hieronder toe.

“Voldoende draagvlak is een randvoorwaarde voor een succesvolle implementatie van mediawijsheid.”

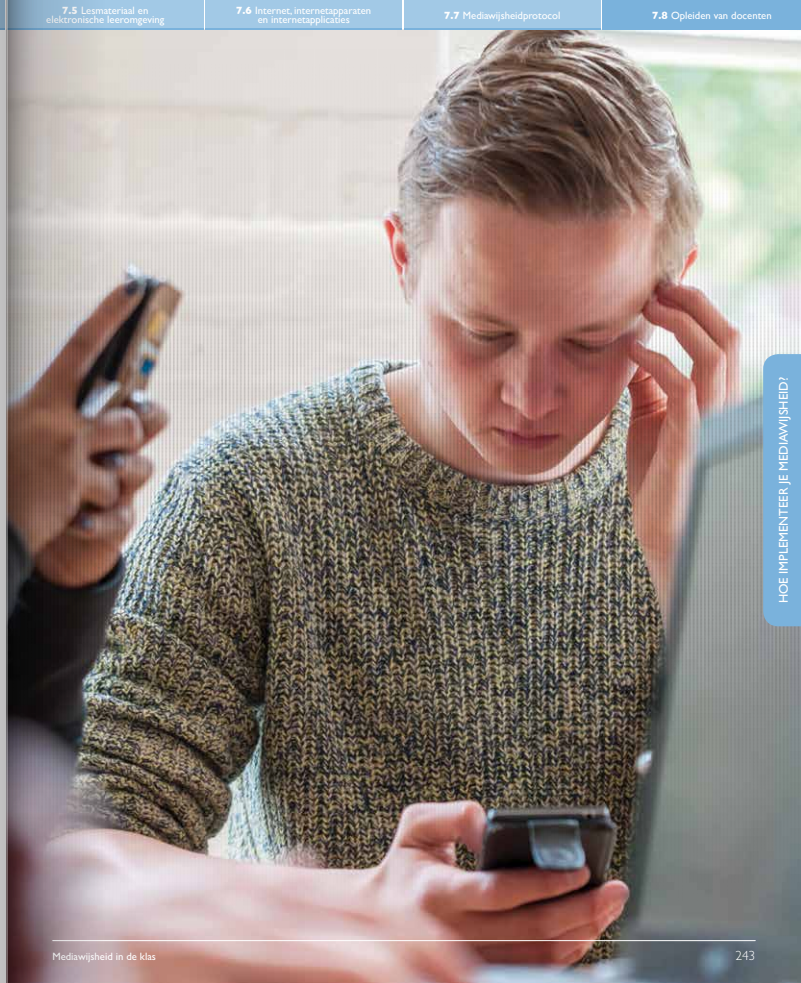


### ONLINE MATERIAAL

Als vervolg op de mini-conferentie, die een formeel karakter heeft, kun je MediawijsheidCafé's organiseren. Op het Koning Willem I College is het fenomeen MediawijsheidCafé een succes. Dat heeft alles te maken met het informele karakter ervan. Deelnemers hoeven niet stil te zitten aan tafeltjes en lang te luisteren of te kijken. In plaats daarvan nemen ze deel aan korte, inspirerende workshops. Steeds volgens een beproefde opbouw: laten ervaren, korte uitleg en een afsluitend gesprek (met echte vragen) over de transfer naar de eigen praktijk van de aanwezige docenten. Een workshop duurt maximaal dertig minuten, daarna bezoek je weer een andere workshop. De workshops worden gegeven door enthousiaste docenten uit de eigen school. Wat het nog leuker maakt: tijdens de workshops worden hapjes en drankjes geserveerd.



Het is goed om ieder MediawijsheidCafé een thema mee te geven. Denk bijvoorbeeld aan 'ultieme motivatie in de klas met Gamification', 'beeldend aan de slag met jongeren' of 'sociaal aan de slag met jongeren'. Na drie rondes met workshops is het tijd om ruimte te bieden voor spontane ontmoetingen en kennisdeling in het café. De ervaring op het Koning Willem I College leert dat drie maal per jaar een MediawijsheidCafé van 16:30 uur tot 18:30 uur (met uitloop tot 19:00 uur) goed werkt. Hiermee bied je voldoende inspiratie binnen de schaarse tijd die docenten buiten de lessen beschikbaar hebben.



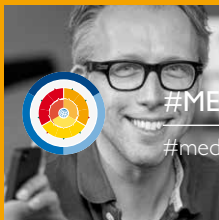


Jongeren maken intensief gebruik van het internet. Via de smartphone zijn hun Facebook-vrienden en de rest van de wereld voortdurend binnen handbereik. Internet voorziet in een basisbehoefte van jongeren: verbondenheid. Het feit dat jongeren het medium internet dagelijks gebruiken betekent echter niet dat ze ook mediawijs zijn. Volwassenen – ouders, opvoeders, docenten – moeten jongeren helpen mediawijs te worden, zodat ze bewust met het internet en zijn ontelbare applicaties kunnen omgaan.

Hoe maak je jongeren mediawijs? Dit boek biedt docenten hulp. Het bevat bijvoorbeeld een complete methode Mediawijsheid met kant-en-klare opdrachten. Ook biedt het handvatten voor docenten die mediawijsheid in hun vak- of beroepscontext willen integreren. Met dit boek kun je als docent aan de slag! Maar let op: het begint precies waar het moet beginnen. Hoe kun je jongeren positief-kritisch benaderen? Hoe ga je open het gesprek met ze aan? Dat is de eerste stap die je bewust moet zetten. Ook daar helpt het boek je bij!

Patrick Koning is gefascineerd door het internet, vanaf het moment dat hij er in 1990 mee in aanraking kwam. Na zijn studie Bedrijfsgerichte Informatica werkte hij zo'n acht jaar in de ICT-wereld. In 2003 stapte hij van het bedrijfsleven over naar het onderwijs. Als senior leraar/trainer/ontwikkelaar bij het Koning Willem I College is Koning dagelijks bezig om leren en doceren te ontrafelen in pedagogiek, didactiek en technologie. Binnen het Koning Willem I College is hij verantwoordelijk voor de ontwikkeling en implementatie van het vak Mediawijsheid. Zijn ervaringen deelt hij regelmatig via Twitter (@pjkoning) en op zijn edublog: [LerenOnttrafeld.nl](http://LerenOnttrafeld.nl).

[mediawijsheidindeklas.nl](http://mediawijsheidindeklas.nl)  
[lerenonttrafeld.nl](http://lerenonttrafeld.nl)  
kwlc.nl



## #MEDIAWIJSHEID IN DE KLAS

#mediawijsheidindeklas

ISBN 978-90-78300-06-9



9 789078 300069 >