



MEDIA WIJSHEID

Mediawijsheid in de lerarenopleiding

Verslag innovatieproject Word (onder)mediawijzer,
probleemstelling, competentiemodel, onderzoek en
verbetersuggesties.

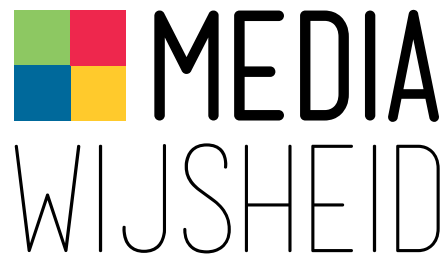
GEBRUIK

COMMUNICATIE

KRITISCH BEGRIP

WIJSHEID





Mediawijsheid in de lerarenopleiding

Verslag innovatieproject Word (onder)mediawijzer,
probleemstelling, competentiemodel, onderzoek en
verbetersuggesties.

Dirk Bogaert
Sonja De Lange
Tim Somers
Thomas Smets
Sofie Vonck

Dirk Bogaert

HUBrussel, coördinator

Sonja De Lange

HUBrussel

Tim Somers

Extern medewerker

Thomas Smets

Thomas More Kempen

Sofie Vonck

HUBrussel

©2014 HUBrussel

Warmoesberg 26

1000, Brussel

dirk.bogaert@hubkaho.be

Layout door Maxime Tolbecq, www.climbthemountain.be

Bedrukking door ABCopy, Sint-Genesius-Rode

Publicatie in het kader van het innovatieproject 'word(onder)mediawijzer' i.o.v.
het Departement Onderwijs.

INHOUDSTAFEL

6	Inleiding
11	Probleemstelling en doelstellingen van het project
21	Onderzoek competentiemodellen
35	Het competentiemodel 'Mediawijsheid in de lerarenopleiding'
	Toelichting competentiemodel
	Beschrijving competenties
	Verklarende woordenlijst in het competentiemodel
	Het competentiemodel 'mediawijsheid in de lerarenopleiding'
87	Mediawijsheid meten in de lerarenopleidingen BaLO HUB en TMK
	Aanpak/tools
	Mediawijsheid meten in de opleiding Bachelor
	Lager Onderwijs HUBrussel
	Mediawijsheid meten in de opleiding Bachelor Lager Onderwijs
	Thomas More Kempen
127	Resultaten van het project 'Word (Onder)Mediawijzer'
	Nabeschouwingen, outcome
	Disseminatie
	Verbetersuggesties:
151	Bijlagen
155	Bronnen

INLEIDING



Deze publicatie is het resultaat van het innovatieproject ‘Word (onder)mediawijzer’ dat werd uitgevoerd in 2013 in opdracht van het Departement Onderwijs. Zoals de titel doet vermoeden werd de aanvraag ingediend door twee lerarenopleidingen bachelor lager onderwijs, HUBrussel en Thomas More Kempen. Van dit boek is een digitale versie te vinden op www.mediawijsonderwijs.be. Op deze website vindt u een meer mediawijze en up-to-date weergave van het proces en de resultaten.

De oproep die aan de basis ligt van het project omschrijft het uitgangspunt. De conceptnota mediawijsheid (Smet en Lieten, 2012) legt de focus op het verhogen van de mediawijsheid van onder andere leraren. Er wordt daarbij uitgegaan van de volgende omschrijving: *“Mediawijsheid is het geheel van kennis, vaardigheden en attitudes waarmee burgers zich bewust en kritisch kunnen bewegen in een complexe, veranderende en gemediatiseerde wereld. Het is het vermogen tot een actief en creatief mediagebruik dat gericht is op maatschappelijke participatie.”* Lerarenopleidingen hebben een belangrijke taak m.b.t. de professionalisering van toekomstige leerkrachten. De mate waarin mediawijsheid nu reeds deel uitmaakt van het curriculum is vaak eerder beperkt. Het vakoverschrijdende aspect komt bovendien te weinig aan bod.

Het is de bedoeling dat er wordt ingezet op de competentieverhoging van lerarenopleiders rond één van volgende deelaspecten:

• Zelf media actief gebruiken met specifieke aandacht voor beeldgeletterdheid.

• Kritisch over media reflecteren en bewust worden van de impact die media hebben.

Daarbij dienen telkens drie invalshoeken behandeld te worden:

• De deskundigheidsbevordering van het korps in de lerarenopleiding zelf.

• De educatieve transfer, m.a.w. de methodieken en materialen waarmee mediawijsheid overgedragen kan worden naar de studenten uit de lerarenopleiding.

• (Innovatieve) methoden om mediawijsheidscompetenties te evalueren.

INLEIDING

De projectaanvraag Word-Onder-Media-Wijzer vult aan in welke richting het project moet verlopen: Uit recent gepubliceerde rapporten blijkt dat afgestudeerde of beginnende leerkrachten zich incompetent voelen om verschillende media te gebruiken in hun lessen (Bamford:2007) en dat er vanuit het werkveld gepleit wordt voor meer audiovisuele cultuur in de lerarenopleidingen (Goegebuer 2004). Verder wordt de noodzaak beklemtoond om een multimediaal curriculum op te bouwen en om leerkrachten en begeleiders multimediaal te vormen, zodat zij op hun beurt deze soort geletterdheid ook een plaats kunnen geven in hun dagelijkse onderwijspraktijk (Canon Cultuurcel 2012).

De opbouw van deze publicatie geeft het proces weer dat de projectgroep heeft doorgemaakt. Eerst werd een algemeen kader geschetst waarbinnen het het project zou verlopen. Vanuit de probleemstelling van de oproep en de aanvraag werden doelen en methodes vastgelegd. De kernopdracht van het project is een onderzoek naar de mediawijsheid in de participerende lerarenopleidingen met als doel aanbevelingen te formuleren om de eigen (en andere) opleidingen mediawijzer te maken

Vanuit literatuur en digitale bronnen werd bekeken welke de meest geschikte tools zijn om een zelfonderzoek uit te voeren. Een kritische analyse van verschillende modellen leverde een inspirerend competentiemodel op in aansluiting met de lerarenopleidingen. Vanuit dit competentiemodel werden twee tools ontwikkeld die het mogelijk maken de participerende opleidingen door te lichten: een reeks doelstellingen met betrekking tot mediawijsheid voor de lerarenopleiders en een vragenlijst voor studenten in de lerarenopleiding. Door de diverse doelstellingen aan de opleidingen voor te leggen en te vragen aan welke competenties aandacht besteed wordt en tegelijkertijd aan de studenten te vragen waar zij zwak of sterk in zijn, werden sterke kanten en aandachtspunten voor de opleidingen vastgesteld en swot-analyses gemaakt.

Een laatste hoofdstuk in deze publicatie somt enkele relevante aanbevelingen op die voortvloeiden uit het proces dat de projectgroep doorgemaakt heeft en uit de concrete outcome van het project. Hierin worden enkele concrete 'verbetersuggesties' rond mediawijsheid aangereikt zowel op macro- als meso- en microniveau.

PROBLEEMSTELLING EN DOELSTELLINGEN VAN HET PROJECT

PROBLEEMSTELLING

Het onderwijs en de samenleving zijn onlosmakelijk met elkaar verbonden en grijpen voortdurend op elkaar in. Enerzijds is het de maatschappelijke opdracht van het onderwijs om leerlingen te vormen tot burgers. Anderzijds oefent de samenleving invloed uit op het onderwijs. Doordat de maatschappij voortdurend in beweging is en verandert, staat het onderwijs voor verschillende uitdagingen. Eén van deze uitdagingen is aansluiting te zoeken bij de gemediatiseerde samenleving waar we vandaag in leven.

De komst van nieuwe technologieën en media leiden tot sociale veranderingen en hebben een grote invloed op het dagelijks functioneren. Kinderen en jongeren groeien met de (nieuwe) media op en zetten deze in om te participeren aan de samenleving. De jongerencultuur is doordrongen van games, online toepassingen en sociale netwerksites. Het internet is op dit moment het medium dat de meeste invloed uitoefent op de leefwereld en de identiteit van kinderen (Lieten & Smet, 2012; ongepubliceerde ontwerpnota beeldgeletterdheid, 2013). Meer dan ooit treden jongeren zelf op als mediamaker via het internet, sociale netwerksites, Youtube en dergelijke meer (Lieten, 2009). Iedereen kan zich erbij aansluiten, zijn stem laten horen, inhoud toevoegen en mee beslissen over zaken die daar aan de orde zijn (Zwanenberg & Pardoën, 2010). De media brengen dus niet alleen de wereld tot bij ons, wij zelf produceren ook actief media-inhoud. De tijd

van de 'prosumer', consument en producent in één, is aangebroken (Segers & Bauwens, 2010; Lieten & Smet, 2012). Een massale input van (bewegende) beelden en informatie is hiervan het gevolg.

In tegenstelling tot de huidige maatschappelijke trend vindt het onderwijs moeilijk aansluiting met deze gemediatiseerde wereld. Dit is een problematische vaststelling. Hoewel heel wat jongeren vandaag behendige mediagebruikers zijn, kunnen zij niet bewust en doordacht omspringen met de massale input van beelden en informatie (Goegebuer, 2004), risico's van (online) mediagebruik, commerciële valkuilen, enzovoort. Kinderen en jongeren moeten specifieke kennis, vaardigheden, attitudes verwerven om mediawijs te kunnen deelnemen aan de samenleving. Willen leraren dus hun maatschappelijke opdracht vervullen dan moeten zij hun leerlingen bewust en kritisch leren omgaan met deze verscheidenheid aan media en de massale input van beelden en informatie. Dit geldt bij uitbreiding ook voor de lerarenopleiders. Lerarenopleidingen hebben een belangrijke taak met betrekking tot de mediawijze professionalisering van toekomstige leerkrachten. Dat dit echter geen sinecure is, blijkt uit recente onderzoeksresultaten waarin enkele prangende problemen naar voor worden geschoven.

PROBLEEMSTELLING

Het eerste probleem is de beperkte mate waarin mediawijsheid deel uitmaakt van het curriculum (Vermeersch et al., 2012; Lieten & Smet, 2012). Het is voor lerarenopleiders onbekend wat mediawijsheid juist inhoudt en welke mediawijsheidscompetenties daarbij horen.

Het gevolg hiervan – en meteen een tweede probleem – is dat afgestudeerde leerkrachten onvoldoende geschoold zijn in het omgaan met nieuwe media. Hierdoor voelen ze zich niet vaardig genoeg om media te integreren in het lesgebeuren (Goegebuer, 2004; Bamford, 2007; Vermeersch et al., 2012; Lieten & Smet, 2012). Media worden hoofdzakelijk ingezet om de leerinhoud te illustreren (a.h.v. film, documentaire, nieuws enzovoort) of als didactisch hulpmiddel (zoals PowerPoint-presentaties). Docenten vinden dat ze tekort schieten inzake kennis over de mogelijkheden van verschillende media, over de draagwijdte en de invloed van media, over de vormgeving van beelden (bv. kader, ritme, montage,...), enzovoort. Verder dan het louter technisch gebruik van audiovisuele middelen zoals dvd, videocamera, smartboard, I Pads, enzovoort gaat het vaak niet (Goegebuer, 2004).

Hetzelfde fenomeen zien we terugkeren bij de lerarenopleiders. Zij voelen zich zelf niet competent genoeg om met nieuwe media om te gaan waardoor het hen vaak aan een mediawijze houding ontbreekt (Vermeersch

et al., 2012). Ze gaan vooral uit van hun eigen traditionele lineaire media-ervaring terwijl de huidige generatie kijkt, denkt en redeneert op een meer creatieve, multidisciplinaire en laterale manier (Lieten & Smet, 2012). Ze zijn zelf vragende partij om mediagerelateerde opleidingen of nascholingen te volgen (Goegebuer, 2004).

Deze probleemanalyse is herkenbaar in de context van de betrokken lerarenopleidingen Hogeschool Universiteit Brussel en Thomas More Kempen.. We vullen de bovenstaande problemen aan met moeilijkheden die beide hogescholen ervaren.



Het ontbreekt de opleiding aan een overkoepelende en gedragen visie op mediawijsheid waardoor er geen concrete vertaling is naar de praktijk. Hiermee samenhangend voelen we de nood aan een duidelijke definiëring van mediawijsheid en het begrippenarsenaal er rond (over welke media gaat het we als we over mediawijsheid spreken? Welke kennis, vaardigheden en attitudes dekt het begrip 'wijsheid', enzovoort). Daarnaast heerst er onduidelijkheid over de manier waarop mediawijsheidscompetenties getoetst / gemeten moeten worden.

PROBLEEMSTELLING



Als lerarenopleidingen lager onderwijs merken we op dat mediawijsheid niet expliciet is opgenomen in de eindtermen van het lager onderwijs maar dat er wel voldoende aanknopingspunten zijn in wereldoriëntatie (mens en maatschappij), muzische vorming (media), Nederlands en in de leergebied overschrijdende eindtermen ICT (Segers, 2013). Wanneer we de basiscompetenties van de leraar screenen, vinden we in het curriculum veel minder verwijzingen naar mediawijsheid. Hierdoor is er een discrepantie tussen de mediawijsheidscompetenties waarover een afstuderende leerkracht moet beschikken en de mediawijze kennis, vaardigheden en attitudes die dezelfde student moet doorgeven aan zijn leerlingen.



Door de onduidelijkheid (beschreven in het eerste punt) en de discrepantie tussen de voorschriften voor het curriculum van de lerarenopleidingen en de eindtermen van het lager onderwijs is het doorgeven van mediawijsheid in de opleiding sporadisch, niet consequent en vaak enkel onbewust aanwezig. Studenten mediawijzer maken wordt daarnaast voornamelijk gezien als een opdracht voor de muzische vakken terwijl het eerder een opdracht moet zijn van de gehele opleiding.



Deze maatschappelijke opdracht is niet alleen onduidelijk voor de docenten maar ook voor de studenten. Ze zijn zich onvoldoende bewust van de maatschappelijke nood en de missie naar kinderen toe is onhelder. Daardoor gaan ze media vooral op een illustratieve manier gebruiken. We merken hierdoor een kloof tussen de leefwereld van onze studenten waar (massa)media een groot deel van uitmaken en de (weinig prikkelende) manier waarop ze media in hun onderwijspraktijk gebruiken. Mediawijsheid is met andere woorden onvoldoende geïntegreerd in het pedagogisch en didactisch handelen van onze afstuderende studenten



Het ontbreekt de opleiding aan materiaal om op een uitdagende manier audiovisuele en digitale media te integreren in de lespraktijk.

DOELSTELLINGEN

Vanuit het besef dat we niet alle problemen kunnen aanpakken met behulp van één project stellen we een algemene doelstelling voorop die uitgaat van de gezamenlijke maatschappelijke opdracht die lerarenopleidingen momenteel hebben: het maken van een mediawijze opleiding en het vormen van mediawijze leerkrachten. Om dit mogelijk te maken willen we lerarenopleidingen handvatten aanreiken om deze algemene doelstelling te bereiken binnen de eigen context.

Om deze algemene doelstelling te bereiken, stellen we enkele subdoelen voorop.

1. Tools ontwerpen waarmee opleidingen zichzelf wat betreft mediawijsheid kunnen doorlichten.
2. Een vragenlijst ontwerpen waarmee de studenten hun mediawijsheidcompetenties in kaart kunnen brengen.
3. Praktijkvoorbeelden tonen van mediawijze activiteiten.
4. Voorbeelden geven van mogelijke workshops mediawijsheid voor studenten en docenten.
5. Aanbevelingen formuleren om lerarenopleidingen mediawijzer te maken.

ONDERZOEK COMPETENTIEMODELLEN

ONDERZOEK COMPETENTIEMODELLEN



In dit hoofdstuk vertrekken we vanuit de definitie en missie van mediawijsheid zoals Lieten en Smet (2012) formuleerden in de ‘Conceptnota Mediawijsheid’. Nadien gaan we in de literatuur op zoek naar verschillende (competentie)modellen mediawijsheid. Van daaruit ontwikkelen we een eigen competentiemodel dat aansluit bij de definitie en missie van mediawijsheid van Lieten en Smet.

Mediawijsheid heeft de laatste jaren in het Vlaamse beleid veel aandacht gekregen. De ministers voor Media en voor Onderwijs en Vorming Lieten en Smet (2012, p. 10) publiceerden recent de ‘Conceptnota Mediawijsheid’. Mediawijsheid wordt in deze tekst omschreven als “het geheel van kennis, vaardigheden en attitudes waarmee burgers zicht bewust en kritisch kunnen bewegen in een complexe, veranderende en gemediatiseerde wereld. Het is het vermogen tot een actief en creatief mediagebruik dat gericht is op maatschappelijke participatie”.

Positief aan deze definitie is dat er een kader wordt gecreëerd dat mediawijsheid ruimer bekijkt dan de louter technische knoppenkunde. De nadruk komt meer te liggen op de ‘wijze’ omgang met media (Vermeersch et al., 2012). Meer specifiek bedoelt men hier een bewuste en kritische

houding ten opzichte van klassieke en nieuwe media, participatie (Youtube, blogs, webcam, enzovoort) en creatie-elementen die naast de praktische gebruiksvaardigheden worden belicht (Lieten & Smet, 2012).

De missie van het mediawijsheidsbeleid is dat alle burgers zich bewust, kritisch en actief kunnen bewegen in de steeds evoluerende gemediatiseerde samenleving. Om deze missie te bereiken, legt deze conceptnota de focus op het stimuleren en verhogen van de mediawijsheidscompetenties van burgers. Deze competenties moeten worden gezien als een samenspel van kennis, vaardigheden en attitudes (Lieten & Smet, 2012). In de conceptnota omschrijven Lieten en Smet wat ze verstaan onder kennis, vaardigheden en attitudes maar het ontbreekt de nota aan een specifieke omschrijving van mediawijsheidscompetenties. Dit maakt het als opleiding moeilijk om deze missie na te streven. Om dit probleem op te vangen zijn we in de specifieke vakliteratuur op zoek gegaan naar verschillende modellen met als doel een competentiemodel te ontwikkelen dat aansluit bij de lerarenopleiding. We haalden onze inspiratie uit Nederland.

MODEL 1: CIRKELMODEL

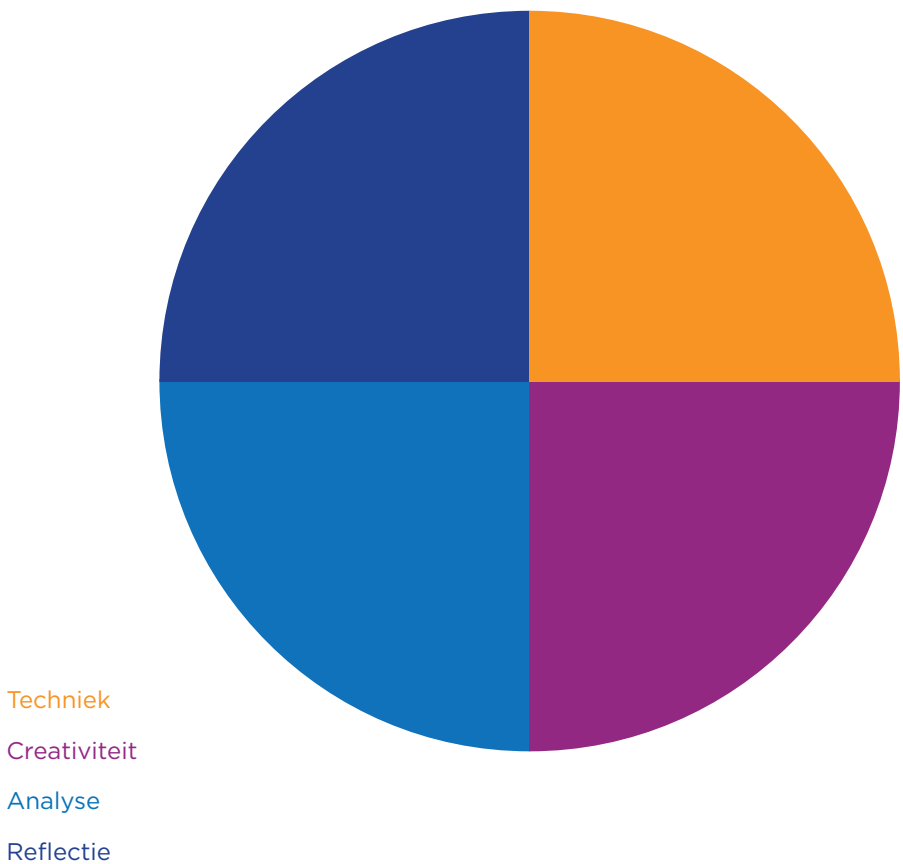
(ZWANENBERG EN PARDOEN, 2010)



Zwanenberg en Pardoën (2010) ontwikkelden een cirkelmodel dat verdeeld is in vier gelijke kwadranten. Elk kwadrant staat voor een mediawijsheidsaspect: techniek, creativiteit, analyse en reflectie. Deze aspecten bestrijken samen het gehele veld van mediawijsheid. De gelijke verdeling van de vier mediawijsheidsaspecten is wat zij de ideale verhouding noemen: een kind is mediawijs als het al die aspecten in gelijke mate beheerst.

Bij de uiteenzetting van het model richten de auteurs zich op het basisonderwijs. Aangezien dit model ook heel wat kansen biedt binnen het kader van de hogeschool maken we een vertaling naar deze context. Je kan als hogeschool met dit model de huidige situatie omtrent mediawijsheid in kaart brengen. Wat doen we al? Welke docenten hebben veel kennis? In welke vakken wordt aandacht besteed aan media en op welke manier? Komt wat we nu in kaart hebben gebracht overeen met de visie die we hebben op een mediawijs onderwijs? Door de Mediawijsheidscirkel op deze manier in te vullen en te vergelijken met de wenselijke situatie, wordt snel duidelijk waar de knelpunten, uitdagingen en mogelijkheden liggen. Zo wordt het gemakkelijker om na te denken over te maken keuzes. Naast een generiek model, is het ook zinvol om per opleidingsniveau aparte mediawijsheidscirkels te maken

(Zwanenberg & Pardoën, 2010). Ten slotte kunnen studenten aan de hand van dit model hun eigen mediawijsheidscompetenties in kaart brengen.



MODEL 2: RAAMWERK MEDIAWIJSHEID

(VAN DER HAGEN ET AL., 2011)



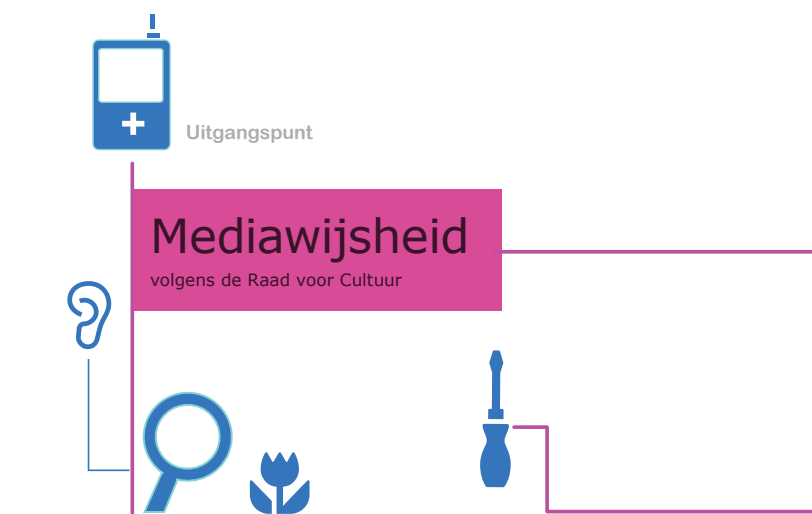
Van der Hagen et al. (2011) ontwikkelden een raamwerk dat handvatten biedt aan organisaties om een eigen instrument te creëren dat mediawijsheid meet. De projectleden nemen de definitie van mediawijsheid volgens de Raad voor Cultuur uit Nederland als uitgangspunt: [Mediawijsheid is] het geheel van kennis, vaardigheden en mentaliteit waarmee burgers zich bewust, kritisch en actief kunnen bewegen in een complexe, veranderlijke en fundamenteel gemedialiseerde wereld (Raad voor cultuur, 2005).

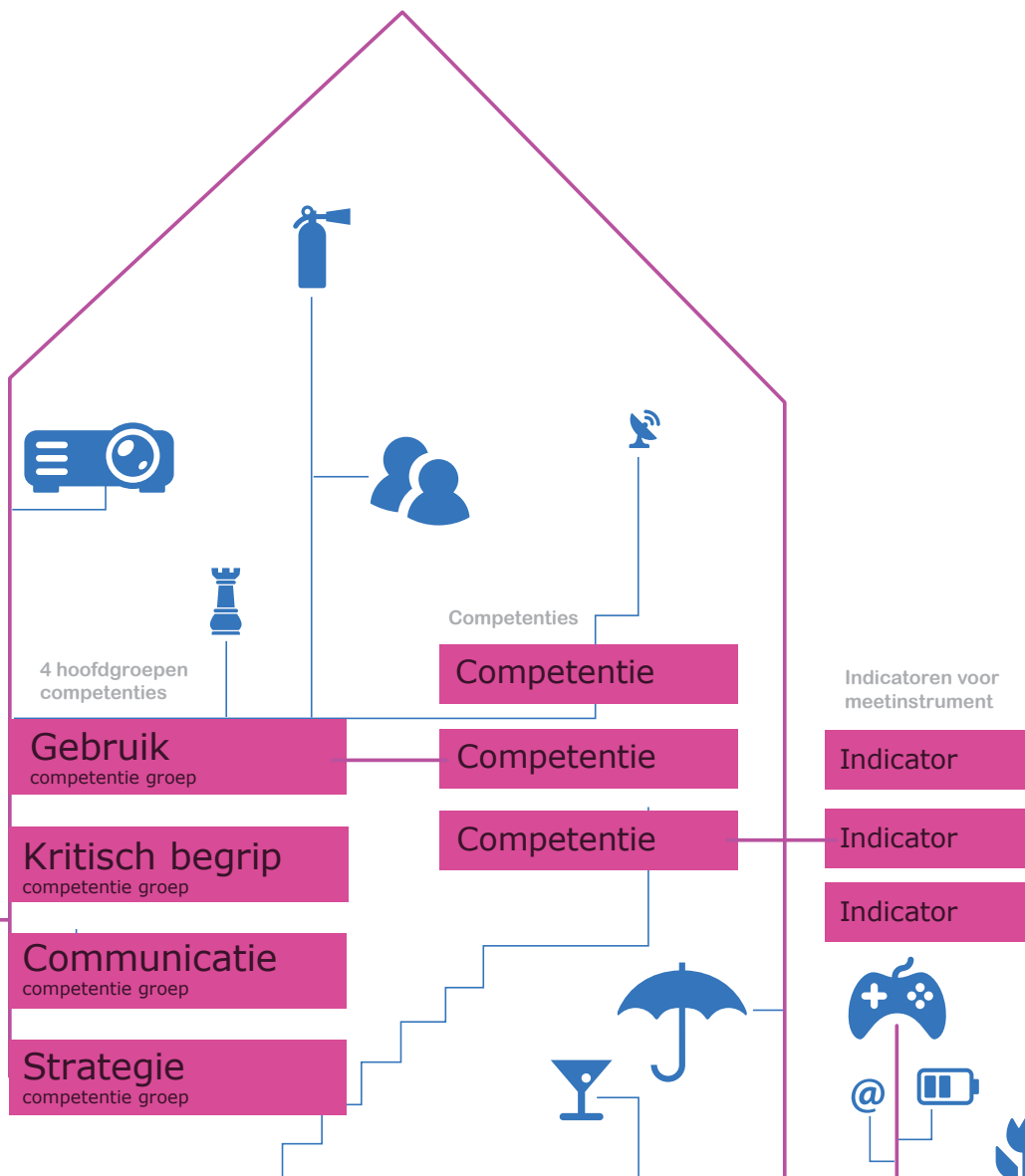
De projectgroep vertaalde deze brede definitie in navolging van internationaal onderzoek naar vier groepen competenties: gebruik, kritisch begrip, communicatie en strategie.

Gebruik	Technisch gebruik en het bedienen van media(-apparaten).
Kritisch begrip	Het kritisch analyseren en evalueren van media-inhoud en het eigen mediagedrag en het begrijpen van de rol van media als instituut in de samenleving en het eigen leven.
Communicatie	Actief, creatief en sociaal mediagebruik.
Strategie	Gemaakte keuzes bij het mediagebruik, begrijpen welk medium voor welke functie het meest geschikt is en zelfkennis.

MODEL 2: RAAMWERK MEDIAWIJSHEID

Per groep ontwikkelde het projectteam een reeks van praktisch meetbare competenties waarbij media centraal staan en die de competentiecluster omvatten. De competenties vertalen zich nadien in indicatoren. Deze geven aan welke kennis, vaardigheden of mentaliteit nodig zijn om te kunnen meten of de mediawijsheidscompetentie beheerst wordt. De competenties in het raamwerk zijn medium- en doelgroeponafhankelijk. De opportuniteit hierin ligt dat je het raamwerk kan aanpassen aan de specifieke doelgroep waar je als organisatie mee werkt. In ons geval is dat de lerarenopleiding.



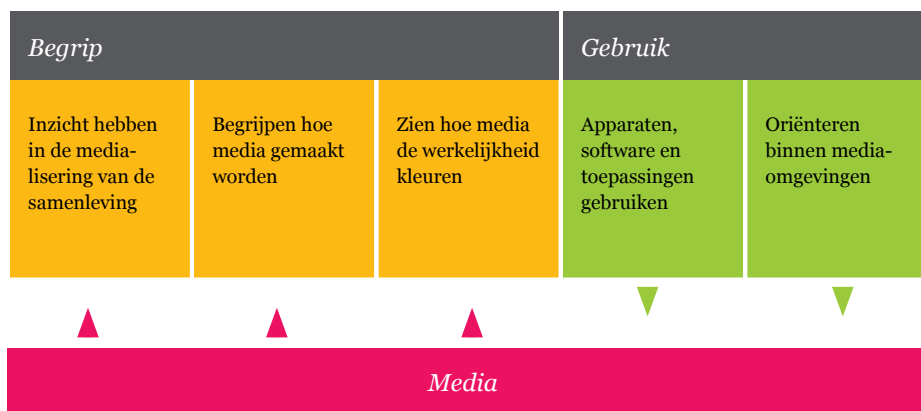


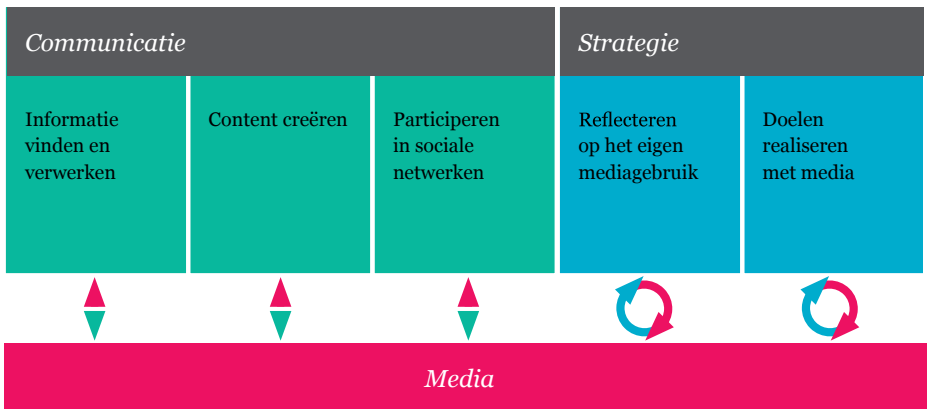
MODEL 3: 10

MEDIAWIJSHEIDSCOMPETENTIES

(MEDIACOMPEX.NL, 2012)

Dit model houdt dezelfde vierdelige groepsindeling aan als het raamwerk van hierboven. De ontwikkelaars van dit model reduceerden echter de mediawijsheidcompetenties tot slechts 10 competenties. Het ontbreekt dit model aan indicatoren waardoor het voor de opleiding minder bruikbaar is dan het raamwerk. Positief aan dit model is dat het visueel sterk uit de hoek komt door de groepen onder te verdelen in kleuren, net als bij het eerste model.





CONCLUSIE

Uit een diepgaande analyse van deze verschillende modellen haalden we inspiratie voor het ontwikkelen en inzetten van een competentiemodel mediawijsheid dat de definitie en missie van mediawijsheid, zoals geformuleerd in de conceptnota (Lieten & Smet, 2012), omsluit. De sterktes van de drie modellen integreerden we in één model. Alle modellen delen mediawijsheid op in 4 clusters. Inhoudelijk verkiezen we het raamwerk mediawijsheid. We behouden de eerste drie competentieclusters (gebruik, kritisch begrip en communicatie) en de laatste competentiecluster 'strategie' vervangen we door 'wijsheid'. In het volgende hoofdstuk kan u de invulling van de competentieclusters met bijhorende competenties en indicatoren nagaan. Elke cluster geven we, zoals in model 1 en 3, een kleur zodat het visueel sterk is. Dit maakt ons model aantrekkelijker en functioneel. In ons model wordt elke competentiecluster als evenwaardig beschouwd: een student is mediawijs als hij/zij de competentieclusters in gelijke mate beheerst. Het logo 'mediawijsheid' (zie titelpagina) geeft deze evenwaardigheid trouwens aan.

Na de inhoudelijke en visuele vormgeving gebruiken we het ontwikkelde competentiemodel, net als bij het cirkelmodel, om de opleiding door te lichten zodat het duidelijk wordt waar de knelpunten, uitdagingen en mogelijkheden liggen. We doen dit aan de hand van een SWOT-analyse.

Ten slotte gebruiken we het idee van het eerste model om studenten aan de hand van dit model hun eigen mediawijsheidscompetenties in kaart te brengen. We ontwerpen hiervoor een vragenlijst die de verschillende competenties dekt. Op die manier kunnen ze gericht ondersteund worden in hun mediawijze professionalisering.

HET COMPETENTIEMODEL
'MEDIAWIJSHEID IN DE
LERARENOPLEIDING'

TOELICHTING COMPETENTIEMODEL



In dit hoofdstuk volgt een uiteenzetting over onze visie op mediawijsheid in de lerarenopleiding en het daaruit volgende competentiemodel . De competenties worden uitvoerig toegelicht en veel voorkomende termen verklaard.

VISIE OP MEDIAWIJSHEID



Het competentiemodel 'mediawijsheid in de lerarenopleiding' is gericht op de studenten en afstuderenden in de lerarenopleidingen.



Het vertrekt van de definitie uit de conceptnota mediawijsheid (Lieten & Smet 2012): Mediawijsheid is het geheel van kennis, vaardigheden en attitudes waarmee burgers zich bewust en kritisch kunnen bewegen in een complexe, veranderende en gemediatiseerde wereld. Het is het vermogen tot een actief en creatief mediagebruik dat gericht is op maatschappelijke participatie.



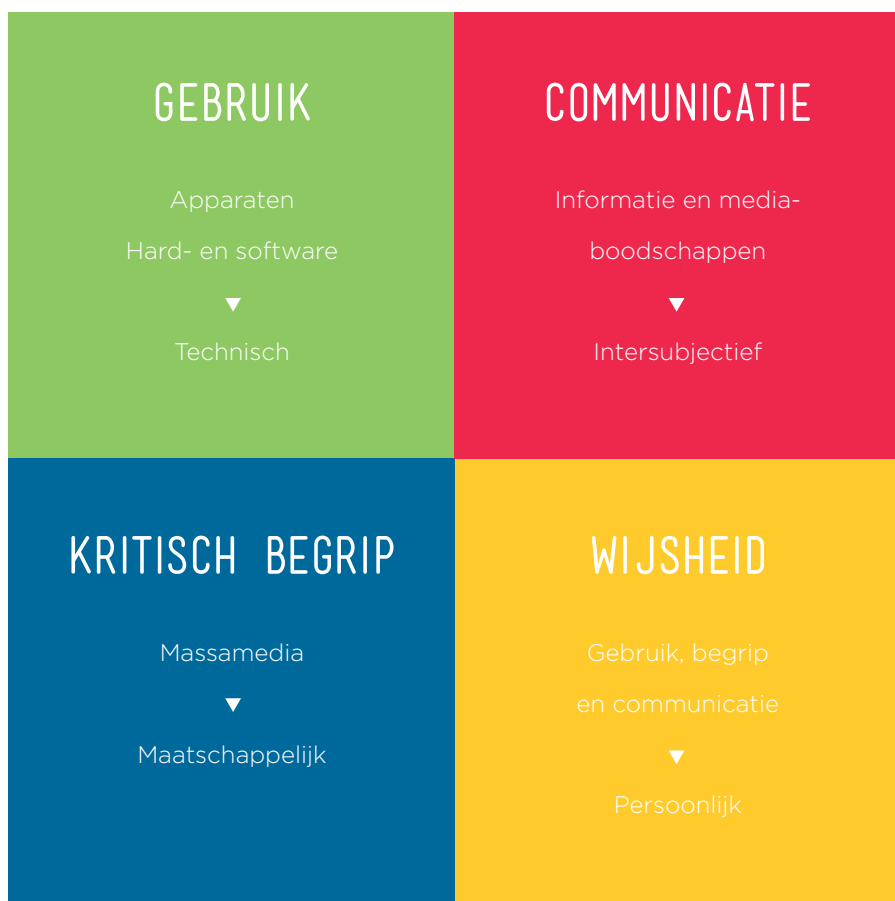
Over welke media gaat het in dit model? Omwille van werkzaamheid ervan werd het begrip media niet al te breed opgevat. Taal, muziek, beweging, beeld, ..., de 'klassieke media', zijn heel belangrijk maar worden niet behandeld in het competentiemodel. 'Nieuwe media' (film, foto, audio, www, ...) gebruiken om resultaten in de klassieke media vast te leggen, krijgen wel een plaats. Lees ook in de verklarende woordenlijst bij dit model wat met 'media' precies bedoeld wordt.

VISIE OP MEDIAWIJSHEID



De eigen accenten van dit model spelen in op het karakter van de lerarenopleidingen. Zo krijgt het aspect communicatie veel aandacht en wordt de cluster 'strategie' in vele modellen bij ons 'wijsheid' genoemd. Daardoor ligt de nadruk meer op reflectie en attituden. In een kunstopleiding of een opleiding journalistiek zullen de accenten wellicht anders liggen.

STRUCTUUR VAN HET MODEL





Drie niveaus.

1. De clusters: gericht het begrijpen van mediawijsheid
2. De competenties: gericht het begrijpen van de competentiecluster
3. De indicatoren: indelen van de competentie in 'zichtbare' inhoudelijke aspecten.



Twee verwerkingen van de indicatoren.

1. Doelstellingen: bedoeld voor de docententeams van de opleidingen als instrument om vast te stellen aan welke competenties gewerkt wordt.
2. Vragenlijst: bedoeld als input voor een online zelfbevragingstool waardoor de studenten hun eigen mediawijsheid inschatten.

OPMERKINGEN



Clusters 1, 2 en 3 hoeven niet noodzakelijk in die volgorde.



Elke cluster eindigt met een competentie gericht naar de didactische praktijk.

SAMENGEVAT

4

clusters

15

competenties

3

niveau's

30

indicatoren

2

verwerkingen

61

doelen en vragen

G1

Apparaten, hard- en software kunnen gebruiken

G11 Technische handelingen verrichten die nodig zijn om media-apparatuur en software te bedienen.

G111 Media-apparatuur en software gericht bedienen.

G112 Media-apparatuur en software gericht instellen.

G113 Aansluitingen tussen media-apparaten (camera's, computers) aanleggen.

G12 Beperken van gebruiksrisico's verbonden aan apparaten, hard- en software.

G121 Beperken van gebruiksrisico's met betrekking tot hardware.

G122 Beperken van gebruiksrisico's met betrekking tot software.

G123 Beperken van gebruiksrisico's met betrekking tot toegang door derden.

G13 Oplossen van hard- en softwareproblemen

G131 Beschikken over methodes om hard- en softwareproblemen op te lossen

G2**Zich vlot oriënteren binnen media-omgevingen**

G21 Inzicht hebben in de samenhang van mediatoepassingen.

G211 Inzicht hebben in mogelijke extensies van bestanden en de toepasbaarheid ervan.

G212 Inzicht hebben in de compatibiliteit van hardware en software.

G22 Gericht kiezen tussen mediatoepassingen en apparaten.

G221 Gericht kiezen tussen (media-)apparaten.

G222 Gericht kiezen tussen allerlei software.

G3

Het gebruik van mediatoepassingen en apparaten verwerken in de didactische praktijk.

G31 Zelf mediatoepassingen en apparaten gebruiken in de eigen klaspraktijk.

G311 Mediatoepassingen gebruiken bij het voorbereiden en aanbieden van lesmateriaal.

G32 De leerlingen allerlei mediatoepassingen leren gebruiken.

G321 Gebruik van mediatoepassingen en apparaten aanleren in de eigen klaspraktijk.

G33 Een mediawijze leeromgeving creëren voor het gebruik van mediatoepassingen en apparaten in de eigen lespraktijk.

G331 Een mediawijze leeromgeving creëren voor het gebruik van mediatoepassingen en apparaten in de eigen klaspraktijk.

C1

Informatie vinden en verwerken

C11 Informatie opzoeken en naar betrouwbaarheid inschatten.

C111 Met zoekrobots en aan de hand van effectieve zoektermen geschikte informatie opzoeken.

C112 Aan de hand van diverse methoden nagaan of de gevonden informatie betrouwbaar is.

C12 Allerlei informatie gericht opslaan en markeren.

C121 Een mappenstructuur met daarin een efficiënte naamgeving van mappen en bestanden ontwerpen.

C122 In allerlei soorten bestanden relevante informatie naar belang en bruikbaarheid markeren.

C2

Mediaboodschappen beschouwen

C21 Zien op welke manier de vormgeving van een mediaboodschap betekenis geeft aan de media-inhoud.

C211 Een mediaboodschap volgens een aantal kijk- en luistersleutels analyseren.

C212 De relatie tussen de vormgeving van een mediaboodschap en haar betekenis begrijpen.

C22 Leren van het mediagebruik van kunstenaars.

C221 Via het werk van kunstenaars een brede waaier van artistieke mediatoepassingen leren kennen.

C222 Respect en waardering opbrengen voor de manier waarop kunstenaars met de media omgaan.



Mediaboodschappen creëren

C31 De vormgeving van de eigen media-inhoud op de boodschap afstemmen.

C311 Een geschikt medium kiezen om een boodschap over te brengen.

C312 De vormgeving van de media-inhoud afstemmen op de boodschap.

C32 Op een creatieve manier met de media omgaan.

C321 Experimenteren met de media om de mogelijkheden tot artistieke expressie te leren kennen.

C322 Nieuwe media gebruiken om expressies in de traditionele media vast te leggen.

C323 Media met elkaar combineren in functie van een sterkere boodschap.

C4

Mediaboodschappen delen

C41 Op diverse manieren mediaboodschappen delen.

C411 De hedendaagse presentatietools beheersen en ze inzetten in functie van de boodschap.

C412 Diverse manieren beheersen om grote bestanden online door te geven.

C413 Via opslag en synchronisatiediensten samenwerken.

C5

Optimaal participeren in sociale netwerken

C51 Respectvol, dynamisch en veilig participeren aan sociale netwerken.

C511 De omgangsregels, normen en waarden van een online gemeenschap correct toepassen.

C512 Actief gebruik maken van 'social bookmarking tools'.



De media-communicatie-competenties toepassen in de didactische praktijk.

C61 In het onderwijsaanbod aandacht hebben voor divers en origineel mediamateriaal.

C611 Diverse mediaboodschappen (films, foto's, audio, ...) aanbieden tijdens activiteiten met leerlingen.

C612 Het mediagebruik van kunstenaars gebruiken als inspiratie voor het eigen didactisch handelen.

C62 Tijdens de onderwijsactiviteiten de leerlingen relevante media-communicatie-competenties bijbrengen.

C621 Leerlingen informatie leren opzoeken en verwerken.

C622 Leerlingen mediaboodschappen leren beschouwen.

C623 Leerlingen mediaboodschappen leren creëren.

C624 Leerlingen mediaboodschappen leren delen.

C625 Kinderen wegwijs maken in het veilig gebruik maken van internet.

KRITISCH BEGRIP

B1

Inzicht hebben in de werking en het belang van de media in de samenleving

B11 Bewust zijn van de processen van mediatisering en hun effecten.

B111 Meepraten over de tendensen en gevolgen van de mediatiseringsprocessen in het dagelijks leven, onderwijs en de samenleving.

B12 Begrijpen hoe media tot stand komen.

B121 Teksten, beelden en geluiden beoordelen aan de hand van het motief van de producent bij de consument.

B122 Inzien hoe de doelgroepkeuze van invloed is op de vorm en de inhoud van media.

B123 Inzicht hebben in het productieproces van media (televisieprogramma's, kranten, websites, ...).

B13 Zien hoe media de werkelijkheid kleuren.

B131 Bij mediaboodschappen beseffen dat beelden, teksten en geluiden zo combineerd worden dat ze een voorstelling van de werkelijkheid zijn maar niet de werkelijkheid zelf.

B2

De rol van wetgeving en de overheid bij mediagebruik en -productie begrijpen.

B21 Kennis hebben over de wetgeving in verband met auteursrecht en privacy.

B211 Kennis hebben over de wetgeving in verband met het auteursrecht.

B212 Kennis hebben over de privacywetgeving.

B22 Weten wanneer mediaboodschappen voor een bepaalde leeftijdsgroep schadelijk kunnen zijn..

B221 Gepast geluids- en beeldmateriaal en games selecteren aan de hand van leeftijdsgerichte classificatieschema's.

B23 Kennis hebben over de wijze waarop de overheid invloed heeft op de media.

B221 Weten dat de overheid aan de hand van subsidies en censuur invloed uitoefent op de inhoud en vormgeving van mediaboodschappen.

KRITISCH BEGRIIP

B3

Het kritisch begrip i.v.m. de media toepassen in de didactische praktijk.

B31 Zelf een kritische begrip van de media tonen in de eigen lespraktijk.

B311 Tijdens activiteiten een kritische ingesteldheid ten opzichte van media aan de kinderen tonen.

B32 De leerlingen kritisch begrip van de media aanleren.

B311 Opdrachten en werkvormen hanteren waardoor kinderen een kritisch begrip van media ontwikkelen.



Reflecteren op de eigen mediawijsheidscompetenties.

W11 Reflecteren over het eigen mediagebruik, kritisch begrip en communicatie met media.

W111 Het eigen technische mediagebruik inschatten.

W112 De eigen communicatieve mediacompetenties inschatten.

W113 Het eigen kritisch begrip van de media inschatten.

W2

Het eigen mediamenu kennen

W21 Mediakennis en -vaardigheden optimaliseren om eigen doelstellingen te realiseren.

W211 Weten welke mediavaardigheden men kan verbeteren en hoe men hieraan moet werken.

W212 Weten wanneer hulp te vragen als de eigen competenties niet toereikend zijn.

W22 Inzicht hebben in de mate waarin en de manier waarop men media zelf wil gebruiken.

W221 Weten wanneer men van welke media gebruik wil maken en wanneer niet.

W222 Keuzes maken om het eigen mediahandelen te optimaliseren.



Een mediawijze professionele houding verwerven

W31 Een mediawijze professionele houding verwerven i.v.m. gebruik, communicatie en kritisch begrip.

W311 Een brede waaier van media inzetten om de wereld aan de leerlingen te ontsluiten

W312 Een veelzijdig mediagebruik bij leerlingen in het belang van hun ontwikkeling nastreven.

W313 Een kritische houding i.v.m. (massa)media bij leerlingen nastreven.

BESCHRIJVING COMPETENTIES

GEBRUIK



APPARATEN, HARD - EN SOFTWARE KUNNEN GEBRUIKEN

Media-apparatuur bedienen vraagt om een aantal technische handelingen. Zowel de apparaten als hun software moeten gericht bediend en ingesteld worden. Om bijvoorbeeld een apparaat op te starten, moet men een bepaalde sequentie van handelingen uitvoeren gaande van knoppen indrukken tot het selecteren van de juiste opties in een menu. Daarnaast moet men regelmatig media-apparaten op elkaar aansluiten, waarbij opnieuw zowel technische handelingen moeten worden gesteld (bijvoorbeeld de juiste kabels in de juiste poorten stoppen) alsook softwarematige handelingen verricht.

Aan het gebruik van apparaten en hun toepassingen zijn ook gebruiksrisico's verbonden. Apparaten kunnen schok-, temperatuur-, spannings- of vochtgevoelig zijn. Bij verschillende toestellen worden andere stroomnetadapters meegeleverd. Ook tal van schadelijke softwareprogramma's (zoals virussen) kunnen voor problemen zorgen; onder andere schade aan het besturingssysteem en aan persoonlijke bestanden.

Gebruikers moeten ook rekening houden met risico's met betrekking tot toegang door derden. Zo kunnen computers uitgerust worden met een 'firewall' om hackers toegang te ontfangen en bieden vele apparaten standaard de mogelijkheid om een code in te schakelen om ongewenste toegang te voorkomen.

ZICH VLOT KUNNEN ORIËTEREN BINNEN MEDIA - OMGEVINGEN

Mediatoepassingen komen voor in allerlei soorten formaten en die zijn niet allemaal zomaar te combineren. Daarom moet een gebruiker inzicht hebben in bijvoorbeeld de extensies van bestanden en met welke programma's die gecombineerd kunnen worden. Wanneer hij ervoor kiest om een 'file' in een bepaalde extensie op te slaan, heeft dat namelijk gevolgen voor de toepasbaarheid ervan: een PDF-bestand kan moeilijk door een student bewerkt of aangepast worden, terwijl dit bij een Word-file makkelijk kan. Daarnaast kan ook de compatibiliteit van hardware en software een rol spelen bij het al dan niet kunnen openen of bewerken van een bestand. Zo kan men op een iPad de 'flash-based' videofragmenten van bepaalde websites zonder speciale apps onmogelijk openen.

Op basis van deze inzichten zal een gebruiker dus gericht moeten kiezen welk apparaat of welke multimediatoepassing hij voor een bepaalde taak zal gebruiken.

HET GEBRUIK VAN MEDIATOEPASSINGEN EN APPARATEN VERWERKEN IN DE PRAKTIJK

In de klaspraktijk kan een student/leerkracht het zijn gebruik van mediatoepassingen en apparaten demonstreren in de lessen. Daarnaast kan/moet ook de vertaling naar de leerlingen gemaakt worden. Men moet hen ook aanleren hoe deze apparaten en toepassingen werken en gecombineerd kunnen worden. Hiertoe en ook om een mediawijze leeromgeving te kunnen creëren zijn heel wat inhoudelijke en didactische competenties nodig.



COMMUNICATIE



INFORMATIE VINDEN EN VERWERKEN

In de huidige samenleving is informatie in overvloed beschikbaar. Publieke en commerciële omroepen zenden 24 uur per dag uit. Dagelijks rollen er in België en Nederland ongeveer vijf miljoen kranten van de persen. De bibliotheken lenen jaarlijks miljoenen boeken uit. De cijfers van het informatie-aanbod op internet zijn nog astronomischer. Naast het passieve informatie-aanbod op websites komt er ook veel informatie tot ons via RSS-feeds, diensten als Summify en Scoop it, en sociale netwerken als Facebook, Netlog, Twitter en LinkedIn (Mediawijzer.net, 2012). Naast geschreven info zijn er al evenveel filmpjes, afbeeldingen, foto's, muziekstukken, geluiden en geluidsopnames te streamen of te downloaden vanuit omgevingen als Picasa, Youtube, Vimeo, Soundcloud ...



Als student moet je met zoekrobots en aan de hand van de juiste zoektermen informatie verzamelen, vergelijken, via blogs en fora de betrouwbaarheid van de info kunnen nagaan. Favoriete websites en zoekstrategieën kan je opslaan in leeslijsten of als bladwijzers in bladwijzermappen. Het eigen maken van informatie heeft ook te maken met mappenstructuren op je computer, een efficiënte naamgeving van bestanden. Ook het markeren van relevante info binnenin bestanden en omgevingen is een belangrijke vaardigheid.

MEDIABOODSCHAPPEN BESCHOUWEN

'The medium is the message' schreef Marshal McLuhan (1964) al bijna 50 jaar geleden. Hiermee bedoelde hij dat het communicatiemiddel een beslissende stempel drukt op de betekenis van de boodschap. Enkel al de keuze van het medium bepaalt dus mee de inhoud van de boodschap. Boodschappen zijn gedachten, gevoelens, informatie die mensen aan elkaar willen doorgeven. Mediaboodschappen worden via de nieuwe media doorgegeven maar kunnen ook in de 'klassieke' media (woord, beeld, dans, muziek) gemaakt zijn.



Een mediaboodschap beschouwen doe je door ernaar te kijken en/of te luisteren, door ze te lezen, vast te stellen wat je erbij voelt en denkt. Je probeert te achterhalen hoe de vormgeving die gedachten en gevoelens heeft teweeg gebracht. Uiteindelijk bepaal je wat je met deze boodschap verder aankan. Probeer je zelf iets dergelijks? Reageer je hierop? Hoe ga je de boodschap 'vertalen' voor jezelf, de anderen, in een ander medium, op een ander niveau,...? Van dit proces moet je je als student bewust zijn want je laat ook de leerlingen deze processen doormaken.

Bij het beschouwen van mediaboodschappen moet je de conventies begrijpen die bij de vormgeving gehanteerd worden en begrijpen hoe dit invloed heeft op de inhoud: welke achtergrond wordt gebruikt (bijvoorbeeld groene achtergrond is ecologisch), welke lettertype bij krantenkoppen, welke achtergrondmuziekjes,...

Ook is het belangrijk in contact te komen met hedendaagse mediawijze kunst (kunst die op een eigenzinnige manier met de media omgaat) en deze te leren interpreteren als reactie en reflectie op de gemediatiseerde samenleving.

MEDIABOODSCHAPPEN CREËREN

Mediaboodschappen creëren is je gedachten, gevoelens en informatie vormgeven in functie van de betekenis die je voor jezelf en voor de anderen wil geven. Het is van belang dit op aantrekkelijke en overtuigende manier te doen. Want de huidige mediasamenleving is een visuele samenleving, waarin één beeld vaak meer zegt dan duizend woorden (Mediawijzer.net, 2012). Ook het combineren van verschillende media, zoals geluid, beeld en tekst, kan de presentatie van de boodschap beïnvloeden (Van der Hagen et al., 2011).

Mediawijs zijn betekent hier: een functionele en aansprekende vormgeving kiezen om je boodschap optimaal over te brengen (Mediawijzer.net, 2012). Dat kan door het gebruik van kleuren, lettertypes, afbeeldingen, schema's en filmmateriaal, popups, een uitnodigend ontwerp van je welkom-pagina, een gepaste schrijfstijl, de juiste lengte en van teksten, filmpjes en geluidsfragmenten, ... Je kan met beelden en filmmateriaal de aandacht trekken, teksten zo maken dat ze provocerend, uitdagend zijn (Van der Hagen et al., 2011). Zo zal bijvoorbeeld voor een leerkracht een blog over het thema Halloween in de klas er anders uitzien dan een site met info over mogelijke middelbare scholen voor de kinderen.

Een leerkracht zal de nieuwe media vaak inzetten om activiteiten van de kinderen in de 'klassieke' media (muziek - beeld - dans- taal) vast te leggen



en te delen. Een filmpje over een project moet kort en uitnodigend zijn voor collega's in andere scholen, maar mag lang duren voor wie aan het project participeerde. Een flyer voor een tentoonstelling door een zesde klas ziet er anders uit dan een uitnodiging voor het grootouderfeest in het eerste leerjaar.

Hoe geef je als student je digitaal portfolio vorm? Welke lettertypen kies je? Welke kleuren, welke ondersteunende muziek, hoe is je bladschikking, wat laat je eerst zien, laat je veel afbeeldingen zien of weinig, wat is de 'toon' van deze boodschap? Om mediaboodschappen goed te creëren zal je als student en leerkracht blijvend moeten experimenteren met de media om zodoende de mogelijkheden tot artistieke expressie te leren kennen.

MEDIABOODSCHAPPEN DELEN

Mediaboodschappen zijn bijna per definitie boodschappen om te delen. Via Picasa, Vimeo, Youtube, Soundcloud, Facebook, Blogs, een eigen website, Google drive, Skydrive, Wetransfer, Dropbox, Slideshare, Wordpress of gewoon via mail kan men eigen of andere boodschappen (teksten, ingesproken berichten, muziekstukken, tekeningen, ontwerpen, filmpjes, foto's, ...) delen. Vaak deel je ze om ze verder te laten verspreiden. De huidige mediasamenleving vraagt nieuwe communicatie- en presentatievaardigheden van burgers. Je moet weten hoe je je doelgroep kunt bereiken en met welke media je je boodschap het beste kunt overbrengen. Daartoe zijn steeds meer toepassingen beschikbaar, waaronder social bookmarking tools als StumbleUpon en Pinterest (Mediawijzer.net, 2012). Ook het kunnen samenwerken via opslag- en synchronisatie diensten als Sharepoint, Evernote of Google Drive is een belangrijke vaardigheid.

Wie een presentatie geeft, kan niet meer zonder moderne presentatietools (PowerPoint, Captivate, Prezi,...) . Wie ouders en collega's deelgenoot wil maken van het klas- en schoolgebeuren houdt het best een blog op na.

OPTIMAAL PARTICIPEREN IN SOCIALE NETWERKEN

De huidige mediasamenleving is een netwerksamenleving. Via email, smartphones, online games en sociale media staan we 24/7 met elkaar in verbinding. Netwerken als Twitter, LinkedIn, Facebook,... verenigen mensen in online gemeenschappen.

Binnen deze netwerken komen via cocreatie veel wezenlijke zaken tot stand. Ben je buitengesloten van deze netwerken, dan mis je makkelijk de boot (Mediawijzer.net, 2012). Om optimaal te kunnen participeren aan sociale netwerken moet je de omgangsregels, normen en waarden van een online gemeenschap correct kunnen toepassen. Je moet weten hoe je in dergelijke omgevingen risico's kan beperken.



DE MEDIACOMMUNICATIE - COMPETENTIES VERTALEN NAAR DE DIDACTISCHE PRAKTIJK.

De competenties C1 tot C5 toepassen in de praktijk, uit zich in het aanbieden van diverse media-inhoudten tijdens activiteiten met kinderen en het gebruik van 'mediawijze' kunstwerken gebruiken als inspiratie voor het eigen didactisch handelen. Mediawijsheid betekent hier ook: relevante mediacommunicatiecompetenties tijdens de activiteiten met kinderen kunnen aanleren en kinderen wegwijs kunnen maken in het gebruik van de sociale media. Dat veronderstelt niet alleen de inhoudelijke competenties maar ook het beheersen van de didactiek in verband hiermee.



KRITISCH BEGRIP

Als we bij 'Kritisch Begrip' over media spreken dan richten we ons op de massamedia zoals kranten, radio, televisie, (mobiel) internet, enzovoort.



INZICHT HEBBEN IN DE WERKING EN HET BELANG VAN MEDIA IN DE SAMENLEVING

Dagelijks worden we geconfronteerd met informatie, boodschappen, beelden en geluiden die ons bereiken via de massamedia. Deze media-inhoud komt tot ons in kant en klare vorm. Kranten, films, reclameboodschappen, enzovoort zijn af als we ze te zien of te horen krijgen. Deze in de wereld gestuurde mediaboodschappen beïnvloeden onze eigen overtuigingen en waarden. Het is daarom belangrijk dat we bewust en kritisch met deze media-inhoud omgaan. Om deze te analyseren en evalueren moeten we begrijpen hoe mediaboodschappen tot stand komen en wat het motief van de producent is (Van der Hagen et al., 2011). Deze twee principes worden hier verder toegelicht.

Afhankelijk van het motief van de producent probeert deze het (online) kijk-, luister- en leesgedrag van de consument hiernaar te beïnvloeden. Zo kan de schrijver van een (al dan niet online) krantenartikel de lezer van zijn mening proberen te overtuigen, via reclame willen (mobiele) adverteerders de consument gevoelig maken om hun product te kopen, enzovoort. Door bewust te zijn van deze beïnvloeding en de belangen van de producent, kan je je als consument hiertegen wapenen.

Om een boodschap kritisch te beschouwen, is het essentieel dat je begrijpt hoe mediaboodschappen tot stand komen. Kennis van het communicatieproces (producent, consument, mediaboodschap) is hierbij nodig. Bij het productieproces van media nemen producenten verschillende beslissingen. Zo gaat bijvoorbeeld aan elke geconsumeerde mediaboodschap technische (bijvoorbeeld. montage van beelden en het selecteren van geluiden), strategische (bijvoorbeeld. de inhoud afstemmen op de doelgroep) en economische beslissingen vooraf (Mediawijzer.net, 2012). Door je bewust te zijn van de strategieën, beslissingen en technieken die bij het creëren van mediaboodschappen worden toegepast, kan je de beïnvloedende rol die de producent en de media spelen, doorzien.

Uitgaande van deze twee principes, kan je stellen dat een mediaboodschap geen kopie is van de werkelijkheid maar een representatie ervan. De media geven een voorstelling van de werkelijkheid vanuit een bepaald perspectief. Hun mediaboodschappen zijn dus altijd een (bij)gekleurde en vervormde weergave van de realiteit. Reclameboodschappen zijn een duidelijk voorbeeld, maar ook nieuwsberichten en sensibiliseringsboodschappen zijn vaak 'gekleurd'.

Als student/leerkracht moet je ervan bewust zijn dat je kijk-, luister- en leesgedrag beïnvloed wordt door de belangen van mediaproductanten. Je moet leren de (communicatie)strategieën te doorprikken en bewust te zijn van de wijze waarop mediaboodschappen tot stand komen. Pas dan kan je teksten, beelden en geluiden op een kritische wijze beoordelen en er bewust mee omgaan (Van der Hagen et al., 2011; Goegebuer, 2004). Door deze mediaboodschappen te doorprikken kan de student een afgewogen oordeel vormen naar waarheids- en werkelijkheidsgetrouwheid.

We kunnen concluderen dat de (massa)media een doordringende rol spelen in ons dagelijks leven. De komst van nieuwe technologieën leidt onvermijdelijk tot sociale veranderingen (de manier waarop mensen participeren aan de samenleving, met elkaar communiceren, informatie verstrekken,...). De impact hiervan op verschillende domeinen van de samenleving is niet te onderschatten.

De student moet zich bewust zijn van deze mediatiseringsprocessen en de gevolgen ervan op gebied van onderwijs, vrije tijd, de samenleving, de identiteitsontwikkeling, enzovoort. Aan deze processen zijn zowel positieve als negatieve aspecten verbonden. Door hierop te reflecteren, het bespreekbaar te maken en de verschillende meningen in overweging te nemen, verruimt de student zijn zicht op deze mediatiseringsprocessen.

B2 DE ROL VAN WETGEVING EN DE OVERHEID BIJ MEDIAPRODUCTIE BEGRIJPEN, VAN DER HAGEN ET AL., 2011

De evolutie van verschillende media betekent tegelijkertijd een uitbreiding en vernieuwing van mediaregels. Deze zorgen ervoor dat zowel mediaconsumenten als mediaproductanten beschermd worden. Beiden moeten zich aan bepaalde gedragscodes houden zodat ze geen schade berokkenen aan zichzelf en de anderen. De auteurs- en privacywetgeving is hierbij toonaangevend.

Als mediagebruiker moet je op de hoogte zijn van de auteursrechtwetgeving en bij het gebruiken en produceren van media hier naar handelen. Wanneer je zonder toestemming materiaal gebruikt of kopieert waar een copyright op rust dan overtreed je de wet. Onder deze wetgeving valt bijvoorbeeld het verbod op het illegaal kopiëren van muziek, film, games, foto's, digitale boeken enzovoort. Auteursrecht speelt ook een belangrijke rol bij het plaatsen van een filmpjes op sites zoals Youtube. Welke uitzonderingen worden er gemaakt voor het onderwijs, mag je een stukje van een



film of een muziekstuk op je site zetten, mag je een link publiceren naar een Vimeo-filmpje? Als leerkracht moet je dat weten.

Het World Wide Web zorgt ervoor dat we waar en wanneer ook informatie kunnen raadplegen, delen en verspreiden. Wie zich op het internet begeeft, laat altijd sporen na. Wanneer je een online formulier invult dan geef je persoonlijke informatie vrij. Webwinkels gebruiken bijvoorbeeld cookies om je surfgedrag te volgen om op die manier je consumentenprofiel te vervolledigen en gericht te adverteren. Op sommige sites vraagt men naar je bankkaartnummer (Portaal Belgische Overheid, 2013). Op sociale netwerksites zoals Facebook plaats je persoonlijke informatie en deel je die ook met anderen. Deze persoonsgegevens kunnen derden gebruiken (CBPL, 2013). Deze voorbeelden maken duidelijk dat het noodzakelijk is om kennis te hebben van de privacywet en hier naar te handelen.

Wanneer de student media gebruikt dan moet deze op de hoogte zijn van het privacy- en auteursrechtwetgeving. In functie van de opleiding maken de studenten filmpjes, worden sociale netwerksites gebruikt om opdrachten met elkaar te delen, maken zij een e-portfolio aan, enzovoort.

Er zijn ook mediaregels die zich specifiek richten op kinderen, jongeren en hun opvoeders. Deze regels moeten voorkomen dat kinderen en jongeren bij het bekijken van beelden schade ondervinden van grensoverschrijdende media-uitingen (N.J.I., 2013). Dit gebeurt onder andere via Kijkwijzer en PEGI (Pan European Game Information, een soort kijkwijzer voor games). Beide zijn leeftijdsclassificatieschema's die duidelijk aangeven voor welke leeftijd televisieprogramma's, films, video's, dvd's en computerspellen minder geschikt zijn (PEGI, z.j.). Daarnaast zijn er pictogrammen die de aanbeveling toelichten: geweld, angst, seks, drugs- en alcoholmisbruik, discriminatie, en grof taalgebruik.

De student moet weet hebben van deze leeftijdsclassificaties en bijhorende pictogrammen zodat hij als opvoeder geschikt beeldmateriaal voor zijn leerlingen kan selecteren.

De overheid speelt bij de productie van media-inhoud geen neutrale rol. Via subsidies of regelgeving voert zij invloed uit op de media. De openbare omroep kan via deze subsidies bijvoorbeeld topics zoals gezondheid en mediawijsheid meer in het daglicht zetten zodat mensen hier bewuster mee zouden omgaan.

HET KRITISCH BEGRIP I.V.M. DE MEDIA TOEPASSEN IN DE DIDACTISCHE PRAKTIJK

De competenties B1 en B2 toepassen in de praktijk uit zich in het aanbieden van mediaboodschappen aan kinderen en deze kritisch analyseren door het communicatieproces, de gebruikte technieken en strategieën te achterhalen. Door activiteiten aan te bieden waar kinderen zelf optreden als mediamaker en waarbij ze deze technieken en strategieën zelf moeten toepassen, krijgen zij ook zelf inzicht in dit gehele proces. De wisselwerking tussen analyseren en zelf maken, leidt ertoe dat kinderen zich bewust worden van de verschillende perspectieven van waaruit mediaboodschappen gemaakt worden. Voor de leerkracht horen hier inhoudelijke en didactische competenties bij.

WIJSHEID



REFLECTEREN OP DE EIGEN MEDIAWIJSHEIDSCOMPETENTIES

Reflecteren ten einde inzicht te hebben in het eigen mediagebruik doe je om op basis daarvan weloverwogen keuzes te kunnen maken en het eigen mediahandelen te optimaliseren.

Wat bekijk je, wat lees en beluister je? Waar laat je je door beïnvloeden? Hoe bepaalt dit jouw levensstijl en levensgeluk?

Hoe mediavaardig ben je? Wat doe je met media? Waarover, hoe, met wie waarom communiceer je via media met anderen (en waarover en met wie niet)? Waar kan ik als toekomstig leerkracht op inzetten om in en met de klas en als lid van de school en de hele onderwijsgemeenschap beter te communiceren?

HET EIGEN MEDIAMENU KENNEN

De vraag die hier centraal staat: wat is mijn plaats in het hele mediawijsheidverhaal, hoe sta ik tegenover mijn eigen mediawijsheidscompetenties, over welke mix van competenties wil ik beschikken, hoe ver kan en wil ik gaan om bepaalde media te gebruiken en mijn kritisch begrip van de media te verscherpen in functie van een doelmatige communicatie?

Waar kan ik als toekomstig leerkracht op inzetten om in en met de klas en als lid van de school en de hele onderwijsgemeenschap beter te communiceren?

EEN MEDIAWIJZE PROFESSIONELE HOUDING VERWERVEN

Als student en leerkracht moet je de fundamentele didactische en pedagogische beginselen in verband met mediawijsheid in je onderwijsvisie integreren.

Dan gaat het er bijvoorbeeld over dat je kinderen zo vroeg mogelijk met allerlei media in contact moet brengen, zowel beschouwend als creërend, dat een algemene positieve en open houding t.o.v. media nodig is, dat mediaproducten - net zo min als literaire producten - perfect hoeven te zijn, dat de processen die de leerlingen doormaken in hun mediagebruik even belangrijk zijn als de producten, dat mediagebruik als middel kan aangewend worden en ook als doel.

VERKLARENDE WOORDENLIJST VAN GEBRUIKTE TERMEN IN HET COMPETENTIEMODEL

Media

Op gebruiksniveau wordt met media meestal apparaten en toepassingen bedoeld. Computers, hardware, software, camera's, smartphones, audiotoeestellen, ... Media zijn ook doorgeefluiken van boodschappen. Om een boodschap door te geven heb je heel wat media nodig. Het kan gaan over het materiaal dat je nodig hebt om de boodschap te maken: je eigen lichaam, een potlood, een computer, je stem of een instrument, ... Maar ook het symbolysysteem waarvan je gebruik maakt: taal, muziek, film, beeld, dans, ... En tenslotte ook de drager of het toestel dat je nodig hebt om de boodschap door te geven: een stuk papier, een audio-opname, een website. Media zijn ook de massamedia: kranten, TV, radio, sociale netwerksites, ... alle initiatieven die het denken en doen van een massa mensen beïnvloeden.

Beschouwen

Beschouwen is een boodschap registreren, proberen begrijpen WAT en HOE ze betekent en bepalen hoe je ermee verder kan.

Boodschappen

Boodschappen zijn gedachten, gevoelens, informatie , ... die mensen aan elkaar doorgeven met een bedoeling. Een boodschap heeft een inhoud en een vorm.

Mediaboodschappen

Mediaboodschap zijn boodschappen die via de nieuwe media doorgegeven worden maar die ook met/in de klassieke media kunnen opgesteld zijn. Zo is een dans of een dansvoorstelling volgens deze benadering geen mediaboodschap, maar een film over deze dansvoorstelling wel.

Media-inhoud

De inhoud van de boodschap die je via de nieuwe media wil doorgeven: een protest, iets laten zien wat je kan, iets wat je grappig vindt. Deze inhoud kan je doorgeven via teksten, afbeeldingen, foto's, muziek, geluidsfragmenten, ... die geplaatst/gedeeld worden in een blog, facebook, een website, ...

Creëren

Creëren is je gedachten, gevoelens, ... vormgeven in functie van de betekenis die je voor jezelf en voor de anderen wil geven.

Kijk- en luistersleutels

Kunnen allerlei zijn, bijvoorbeeld gericht op de klankeigenschappen van een muziekstuk: melodie, ritme, dynamiek, binding tekst muziek, ... Of aan de hand van beeldaspecten: lijn, vorm, kleur, textuur, Maar het kan ook in de richting van de betekenis gaan: waar denk je aan, welk gevoel geeft het je, waarvoor dient het, ... ?

MEDIAWIJSHEID METEN IN DE
LERARENOPLEIDINGEN BALO
TMK EN HUB

METHODOLOGIE

Het opzet van een onderzoek naar de mediawijsheid in de opleidingen BaLO HUB en TMK verliep in de volgende stappen:



Vanuit het competentiemodel werden doelstellingen geformuleerd waardoor elke opleiding voor zichzelf een 'nulmeting' kan uitvoeren en kan aangeven welke competenties veel aandacht krijgen, welke weinig, ... Deze nulmeting kwam tot stand uit een analyse van de invulling van het hele opleidingsprogramma door de docenten: de vakken, projecten, stages, de eindproef. Zie bijlagen.



Hetzelfde competentiemodel is het vertrekpunt van een vragenlijst waardoor studenten bewust worden van de 4 aspecten van mediawijsheid. Door de vragen te beantwoorden kunnen ze zien voor welke competenties ze als mediawijze leerkracht in spe al goed zijn, voor welke ze nog werk hebben. Zie bijlagen.



De nulmetingen in beide opleidingen en de antwoorden van de studenten bij de vragenlijst leveren het materiaal voor twee swot-analyses.



De bedoelingen van dit onderzoek is na te gaan of het proces dat we in dit project als voorbeeld stellen ook effectief is.

MEDIAWIJSHEID METEN IN DE OPLEIDING BACHELOR LAGER ONDERWIJS HUBRUSSEL

RESULTATEN NULMETING

Om een zicht te krijgen op hoe mediawijsheid in de lerarenopleiding Bachelor Lager onderwijs Hubrussel reeds aanwezig is, werd een nulmeting uitgevoerd. Uit een doelstellingenreeks n.a.v. het competentiemodel kruisten alle docenten aan welke competenties in hun vak worden nagestreefd. Daarbij gaven ze telkens een korte toelichting. De resultaten van deze nulmeting worden hieronder toegelicht.

GEBRUIK

Hoe de studenten apparaten, software en toepassingen leren bedienen/gebruiken en dan vooral de technische aspecten hiervan (G11) komt vooral aan bod in de lessen onderwijskunde, taal, muzische vorming, infokunde en in de verschillende projecten. Ze leren de verschillende apparaten en programma's gebruiken bij onder andere het monteren van filmpjes, maken van muziekcomposities, maken van een schimmenspel, werken met greenscreen, enzovoort. In onderwijskunde maken de studenten kennis met een aantal programma's die in het werkveld worden ingezet, bijvoorbeeld bij het ondersteunen van kinderen met leerstoornissen.

Rond de indicator 'Beperken van gebruiksrisico's verbonden aan apparaten en software' (G12) wordt niet gewerkt. Deze indicator werd geen enkele keer aangekruist.

Ook 'Over methodes beschikken voor het oplossen van soft- en hardwareproblemen' wordt in de opleiding niet behandeld. (G13).

Aan de ontwikkeling van de competentie 'zich vlot oriënteren binnen mediaomgevingen' (G2) wordt in verschillende opleidingsonderdelen gewerkt. Onder andere in de lessen Nederlands en taalvaardigheid, in de muzische lessen, in de lessen onderwijskunde, Frans en in verschillende projecten zijn voorbeelden te vinden van hoe de studenten deze competentie kunnen oefenen.

De competentie 'Mediaboodschappen creëren' (C3) werd het vaakst aangekruist. In de opleiding krijgen de studenten dus een sterk aanbod waarmee ze deze competentie kunnen oefenen. De media waarmee ze aan de slag gaan, zijn heel divers. Hiervoor verwijzen we naar de website waar voorbeelden terug te vinden zijn.

Aan de ontwikkeling van de competentie 'Informatie vinden en verwerken' wordt ook frequent aandacht besteed in de opleiding. Vooral de doelen om informatie te vinden (C11) worden meerdere keren aangekruist. De doelstellingen rond 'informatie verwerken zodat de informatie efficiënt kan worden teruggevonden en worden opgeslagen'(C12), krijgen echter bijna geen aandacht.

De competentie 'Mediaboodschappen beschouwen' (C2) krijgt veel aandacht. Zo worden er verschillende strategieën aangeleerd waarmee de studenten mediaboodschappen kunnen analyseren. Het gaat hier onder andere over kijk- en luistersleutels en het gebruiken van communicatieschema's.

De competentie omtrent 'Mediaboodschappen delen' (C4) werd maar een aantal keer aangeduid. Zeker de doelstelling 'via opslag- en synchronisatiediensten samenwerken' (C413) krijgt weinig aandacht. Enkel in informatiekunde en muzische vorming II wordt hier aan gewerkt.

Met de competentie waarmee studenten leren om 'optimaal te participeren in sociale netwerken' (C5) gaat de opleiding weinig aan de slag. Enkel in Informatiekunde en de lessen Taalvaardigheid wordt hier aandacht aan besteed.

De vertaling naar de klaspraktijk (C6) wordt nog niet voor alle aspecten even vaak gemaakt. De studenten krijgen vooral voorbeelden van hoe ze met mediaboodschappen hun lessen kunnen verrijken (C611). Ook hoe ze kinderen informatie kunnen leren opzoeken (C621) krijgt in een aantal opleidingsonderdelen aandacht. Er worden voorbeelden gegeven hoe de studenten de kinderen mediaboodschappen kunnen leren beschouwen en creëren (C622 en C623). Maar hoe deze boodschappen door de kinderen kunnen worden gedeeld, krijgt geen aandacht. Ook hoe kinderen kan geleerd worden om veilig gebruik te maken van het internet (C625) komt nergens aan bod.

Binnen dit domein krijgt de competentie 'Inzicht hebben in de werking en het belang van de media van de samenleving' (B1) de meeste aandacht. De doelstelling 'Meepraten over de tendensen en gevolgen van de mediatiseringsprocessen in het dagelijks leven, onderwijs en de samenleving' is een belangrijke doelstelling van het vak MMO, onderwijsbeleid, religie en zingeving en informatiekunde.

Ook hoe de vertaling naar de praktijk (B3) kan worden gemaakt, krijgt in een aantal opleidingsonderdelen aandacht. De studenten krijgen enkele voorbeelden in de opleiding van werkvormen en opdrachten waarmee kinderen kritisch begrip van media (B321) kunnen ontwikkelen. Een voorbeeld hiervan is dat de studenten wordt geleerd hoe een handleiding kritisch te screenen op stereotypering. Ze krijgen ook strategieën aangeleerd hoe mediaboodschappen te beschouwen. Bijvoorbeeld over hoe deze tot stand komen.

De competentie omtrent 'De rol van wetgeving en de overheid bij mediaproductie begrijpen' (B2) krijgt nagenoeg geen plaats in de opleiding. De studenten wordt enkel aangeleerd hoe ze gepast geluid- en beeldmateriaal en games kunnen selecteren voor hun lessen (B221).

In de opleiding wordt vooral het belang om een brede waaier van media in te zetten om de wereld aan de leerlingen te ontsluiten (W311) hoog ingeschat. Hiermee hangt samen dat ook de doelstelling 'een veelzijdig mediagebruik bij leerlingen in het belang van hun ontwikkeling nastreven' hoog scoort (W313). De lerarenopleiding vindt het namelijk belangrijk dat activerende en gevarieerde werkvormen met gevarieerde media worden ingezet tijdens de lessen.

De competentie 'Reflecteren op de eigen mediawijsheidscompetenties' (W1) komt nagenoeg nergens terug. Er wordt dus in de opleiding zo goed als niet stilgestaan bij het eigen mediagebruik, de eigen kritische begrip van de media en de eigen communicatieve mediacompetenties.

RESULTATEN PROJECTWERKING



Op de website staan filmpjes met voorbeelden van hoe we in de opleiding BaLO aan mediawijsheid werken. Per opleidingsjaar bespreken we er een aantal waarmee we telkens aangeven welke competenties aan bod kwamen. Natuurlijk is deze oplijsting niet volledig want niet alles wordt gefilmd of gedocumenteerd. Voor een ruimer overzicht van welke competenties in onze opleiding aan bod komen en welke minder of niet, verwijzen we graag naar de resultaten van de nulmeting.

1 BaLO

In de filmpjes op www.mediawijsonderwijs.nl zijn het vooral de domeinen 'Gebruik' en 'Communicatie' die worden geïllustreerd. Deze filmpjes tonen wat het experimenteren met verschillende media tijdens de contacturen, workshops of projecten opleverde. Zie bijlagen.

Voor het eerste jaar verwijzen we naar de filmpjes 'Harem' en 'Wat als?' die het resultaat zijn van een sessie rond het werken met green screen. 'Joppe wil dansen' en 'Kornelis' zijn kamishibai-verhalen die de studenten zelf maakten, zowel het ontwerpen van het verhaal als het verhaal illustreren aan de hand van kamishibai-prenten. Het is een geïntegreerde opdracht

vanuit taalvaardigheid, informatiekunde en beeldopvoeding. Wanneer het kamishibai-verhaal af is, moeten de studenten met het programma PowerPoint hun verhaal digitaal opnemen.

2 BaLO

Interessante filmpjes van opdrachten en projecten uit het tweede jaar zijn de examenopdrachten voor muzische vorming (deel muziek) , het kunstproject en het hele beeldgeletterdheidsproject. Zie bijlagen.

3 BaLO

In het derde jaar werken de studenten een project uit in een Brusselse school. Dit project staat onder andere in het teken van mediawijsheid. Zowel studenten als kinderen leren onder begeleiding van experts via verschillende media verhalen vertellen vanuit een opgelegd thema. Wat deze projecten opleverde kan je zien in de filmpjes 'Mijn straat is ook Brussel', 'Pimp my Anderlecht', 'Doosje Brussel', 'Museum Brussel' en 'De legende van Molenbeek'. Zie bijlagen

Ook wanneer de studenten hun portfolio samenstellen en presenteren, merken we dat ze meer en meer aan de slag gaan met verschillende media. Een mooi voorbeeld hiervan kan je zien in de portfoliovoorstelling van

studente Nicky, ook te vinden op de website. Zie bijlagen.

De meeste indicatoren uit de domeinen 'Gebruik' en 'Communicatie' kunnen we dus duidelijk zien in deze voorbeelden. Er zijn er echter die helemaal niet aan bod komen, nl. 'Het beperken van gebruiksrisico's verbonden aan apparaten, hard- en software' en 'het oplossen van hard- en softwareproblemen' (G12 en G 13). 'Informatie vinden en verwerken', de competentie uit Communicatie (C1) vinden we ook niet geïllustreerd in de filmpjes.

Behalve de indicator 'Begrijpen hoe media tot stand komen' (B12) vinden we dat er niet echt wordt gewerkt rond kritisch begrip in de verschillende voorbeelden op de website. Enkel het beeldgeletterdheidsproject 2 BaLO in 2013 is hierop een uitzondering, maar zelfs hiervan vonden we dat doorheen het project het accent te veel verschoof van 'begrijpen hoe media de werkelijkheid kleuren'(B13) naar het 'creëren van mediaboodschappen'(C3). Ook 'Wijsheid' komt nergens echt uitdrukkelijk ter sprake.

RESULTATEN

SCREENING OPLEIDINGSONDERDELEN (OPO'S)

Het valt op dat in het curriculum:

Geen aandacht is voor gevorderde technische vaardigheden in verband met hard- en software. (G12, G13)

Veel nadruk ligt op 'Informatie opzoeken en naar betrouwbaarheid inschatten'(C11).

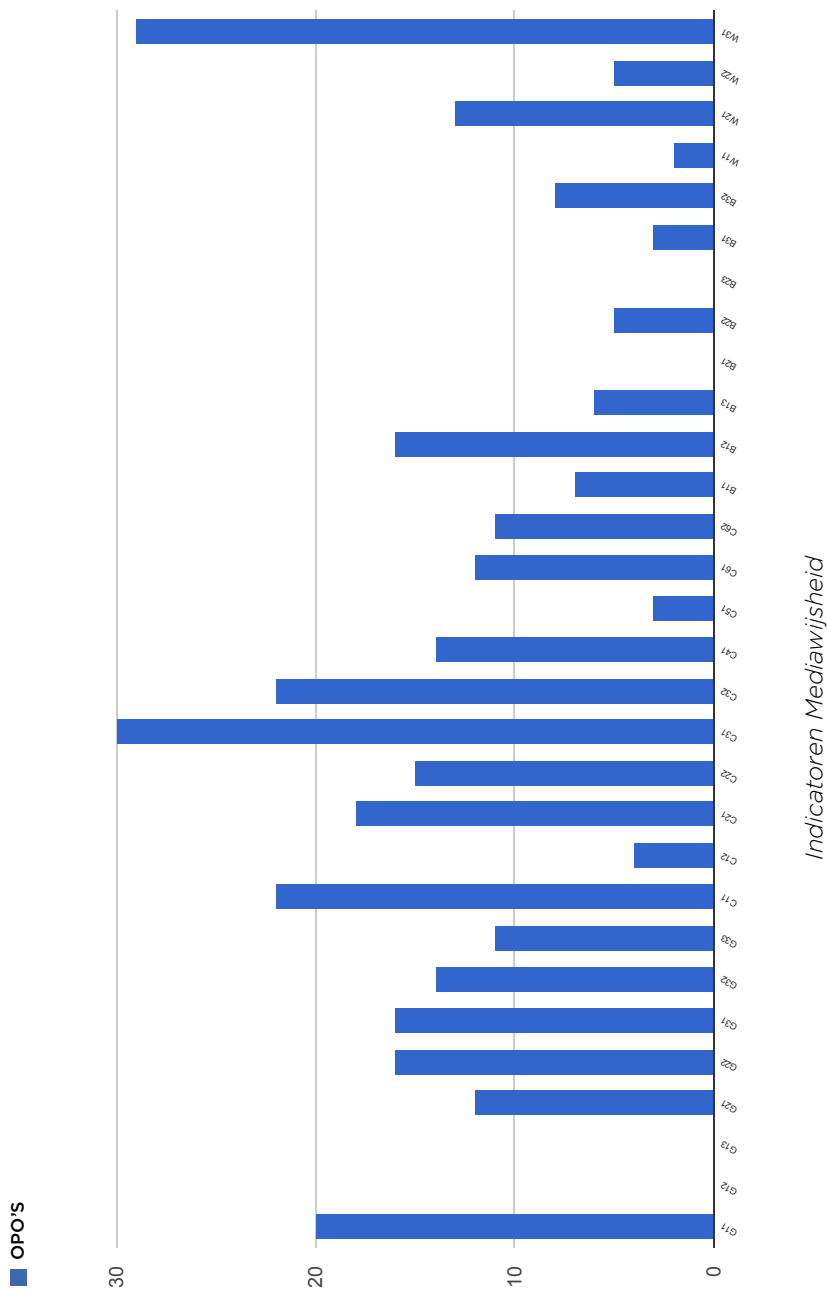
Er een groot accent ligt op 'Boodschappen creëren'. (C31)

Heel weinig aandacht gaat het 'Respectvol, dynamisch en veilig participeren aan sociale netwerken'. (C51)

Er geen kennis nagestreefd wordt over 'de rol van de wetgeving en de overheid i.v.m. media'. (B21, B23)

Er weinig aanbod is wat betreft 'kritisch begrip van de media in de didactisch praktijk'. (B3)

Er weinig aanzetten gegeven worden tot reflectie (W1) maar wel tot een 'mediawijze professionele houding' (W3)



RESULTATEN

STUDENTENBEVRAGING 1, 2, 3 BALO

Het valt op dat:

De resultaten dezelfde trend volgen als bij de screening van van het curriculum.

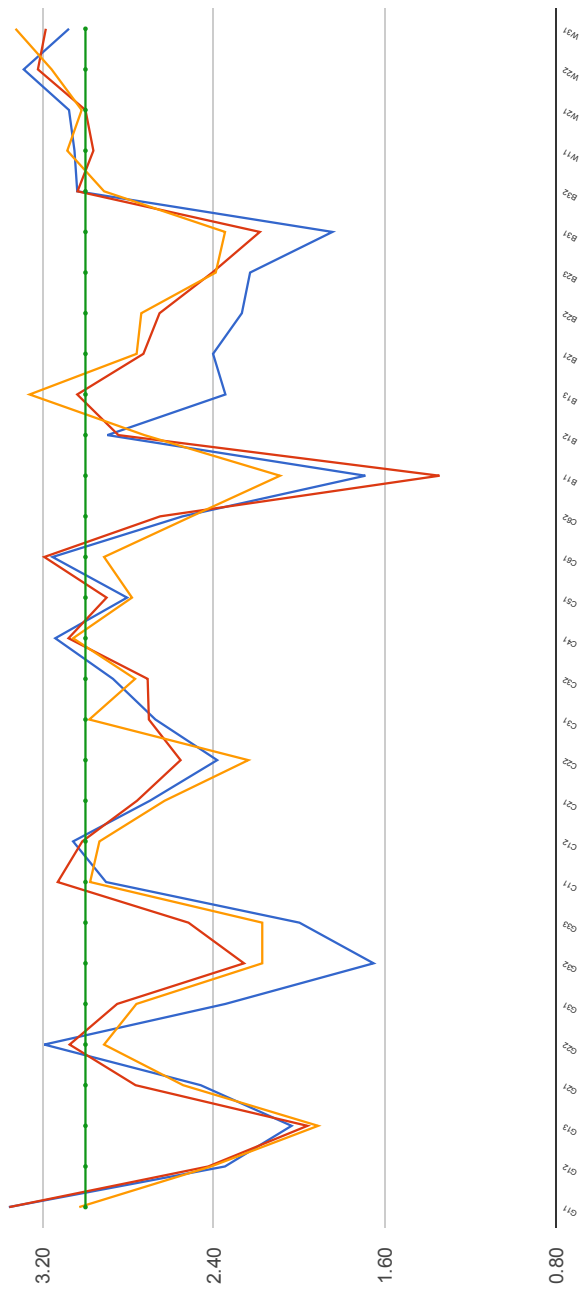
Er algemeen waar weinig verschil tussen de scores van 1, 2 en 3 BaLO. er maar zelden de norm van 3 op 4 gehaald wordt.

De studenten zich zichzelf wat betreft de didactische competenties niet hoog inschatten. (G32, G33, G62)

De communicatie- en wijsheidscompetenties algemeen goed scoren. (C, W)

De studenten zichzelf i.v.m. 'kritisch begrip' ronduit onvoldoende geven. (B)

STUDENTENBEVRAGING HUBRUSSEL



Indicatoren Mediawijsheid

SWOT - ANALYSE

Strenghts

De site www.muzischleren.com alsook de projectpagina's op www.mediawijsonderwijs.be tonen dat de de opleiding BaLO HUB veel aandacht heeft voor muzisch leren. Deze soort van leren verloopt vaak via projecten waarin het gebruik van allerlei media gestimuleerd wordt.

Opportunities

De stad en het Brussels gewest bieden vele mediawijze leerkansen en ook mogelijkheden tot samenwerking met mediagerichte organisaties.

Weaknesses

Aangezien de opleiding BaLO HUB een erg praktijkgerichte opleiding is, krijgen mediawijze kennis en vaardigheden die niet onmiddellijk bruikbaar zijn voor de stages vaak onvoldoende aandacht. Er is ook te weinig overleg tussen het opleidingsonderdeel informatiekunde en de andere 'vakken' en initiatieven.

Threats

Het organigram en van de hogeschool zorgt ervoor dat het materiële aspect soms moeilijk verloopt. De ontwikkelingen in de mediasector verlopen snel. Er zijn dus even snelle procedures nodig om hierop vlot te kunnen inspelen. De kostprijs om constant de vernieuwingen te volgen, ligt erg hoog. Het vraagt drastische keuzes wat betreft het beleid. Dit laatste is geen evidentie omdat de basiscompetenties voor de beginnende leraar zo veelzijdig en alomvattend zijn dat mediawijsheid een te kleine plaats dreigt te hebben in het geheel van de opleiding.

RESULTATEN WORKSHOPS

Eén van de doelstellingen die we met onze projectgroep vooropstelden, was nascholing organiseren waarmee we ingaan op eventuele noden omtrent werken rond mediawijsheid in onze lerarenopleiding.

Uit een bevraging op verschillende onderwijsteam-vergaderingen, bleek dat er een sterke interesse was in 'hoe Ipads in te zetten in eigen lessen en in de lagere school'. In dit kader organiseerden we een workshop gegeven door Kurt Klynen van het ICT-atelier.

Deze workshop werd als zeer interessant ervaren. Op vraag van de docenten komt er een vervolgopleiding ten einde de het gebruik van de iPad te leren kennen en toepassen in de eigen praktijk

MEDIAWIJSHEID METEN IN DE OPLEIDING BACHELOR LAGER ONDERWIJS THOMAS MORE KEMPEN

RESULTATEN NULMETING

De lerarenopleiding Bachelor in het Lager Onderwijs van Thomas More Kempen doorloopt momenteel een curriculumaanpassing waarbij eveneens de cursussen van de twee campussen (Turnhout en Vorselaar) op elkaar afgestemd worden. Dit is echter een proces dat meerdere jaren zal duren. Vanaf academiejaar 2013-2014 worden de veranderingen volledig doorgevoerd in het eerste jaar van de opleiding. In dat uitgebreide veranderingsproces een bevraging doen, is dan ook niet eenvoudig. Voor het eerste jaar van de opleiding zijn alle inhouden en competenties identiek, maar voor vakken uit het tweede en het derde jaar zijn er nog wat discrepanties tussen de campussen mogelijk.

De resultaten moeten dus eerder beschouwd worden als een 'algemeen beeld', ter illustratie. Verder zijn er allerlei initiatieven toegevoegd doorheen het academiejaar (bijvoorbeeld: de 'multimediale boekenweek' en een praktijkatelier mediawijsheid in het tweede jaar - zie bijlagen), die nog niet in deze nulmeting zijn opgenomen. De aangekochte iPads worden ondertussen ook meer en meer gebruikt door de docenten en ingezet in allerlei aspecten van hun lessen. Ook die elementen zijn nog niet mee opgenomen in deze nulmeting. De 'huidige toestand' van de opleiding (bij het in druk gaan van deze publicatie), zal dan ook positiever zijn dan wat hierna beschreven wordt. De huidige en toekomstige acties worden verderop toegelicht.

GEBRUIK

Uit de bevraging bleek voor deze competentie dat alle doelstellingen aan bod komen, uitgezonderd het beperken van gebruiksrisico's met betrekking tot soft- en hardware (G121; G122 > G12). Vooral het vak ICT-vaardigheden heeft een groot aandeel in het verwerven ervan.

Het gericht bedienen en instellen van media-apparatuur en software (G111; G112 > G11) zijn de competenties die veruit in het grootste aantal opleidingsonderdelen aan bod komen. Dat uit zich vooral in het gebruik van PowerPoints, (oefen)websites, videofragmenten en digibordgebruik. Daarnaast wordt ook het gebruik van mediatoepassingen bij het voorbereiden van de lessen in meerdere vakken vereist (G311 > G31).

Uit de bevraging komen voor deze competenties vooral het opzoeken van geschikte informatie (en het gebruik van zoekrobots daarbij) (C111 > C11) alsook het gebruik van diverse materialen in de praktijk (C611 > C61), naar voren als sterke punten. Ook het zoeken van het juiste medium om een boodschap over te brengen en het afstemmen van de media-inhouden op die boodschap (C311; C312 > C31) blijkt in verschillende vakken aan bod te komen. Verder gaan studenten, door de verschillende opleidingsjaren heen, aan de slag met een e-portfolio waarop ze hun eigen bestanden moeten bijhouden (C411; C412 > C41). Het aanleren om mediaboodschappen te creëren en te delen (C621 > C62), wordt ook toegelicht, maar de regels, normen en waarden van een online gemeenschap (C511; C512 > C51) komen nog onvoldoende/niet aan bod. Ook het veilig internetgebruik bij kinderen aanleren (C625 > C62), verdient nog bijkomende aandacht.

Bij de competenties die verband houden met het kritisch begrip, ontbreken opvallend de inhouden i.v.m. het kleuren van de werkelijkheid door mediaboodschappen (B131 > B13), kennis over auteursrecht en privacy (B211; B212 > B21) alsook kennis over de leeftijdsgebondenheid van eventueel 'schadelijke' materialen (B221 > B22). Het kleuren van de werkelijkheid en de kennis over privacywetgeving is ondertussen grotendeels bijgewerkt door de projecten zoals in de inleiding beschreven werd. Een andere positieve noot is de aandacht die vanuit beleid rond leerzorg besteed wordt aan de kennis van leerstoornissen door media en de kritische benadering ervan. Voor de praktijkonderdelen wordt er dan weer vooral een kritische ingesteldheid verwacht als voorbeeldgedrag voor kinderen (B311 > B31).

Hier lopen vooral de bachelorproef en de praktijkvakken voorop om het merendeel van deze doelstellingen na te streven. Het weten wanneer welke media (niet) te gebruiken (W221 > W22); een brede waaier aan media inzetten om de wereld aan de kinderen te ontsluiten en een veelzijdig mediagebruik bij leerlingen in het belang van ontwikkeling nastreven (W311; W313 > W31), kwamen het meest voor. Keuzes maken om het eigen mediahandelen te optimaliseren ontbrak bij alle vakken (W222 > W22).

RESULTATEN PROJECTWERKING EN WORKSHOPS

De multimediale boekenweek (reeds in uitvoering)

Een volledige beschrijving van het project 'de multimediale boekenweek', inclusief oplijsting van alle competenties waaraan gewerkt wordt, kan u vinden in bijlage.

Zoals de beschrijving van het project aangeeft, kwamen door de implementatie van deze actie zeer veel mediawijsheids-competenties tegelijk aan bod. Daarnaast krijgen studenten tegelijkertijd een voorbeeld van hoe mediawijsheid vakoverschrijdend aan bod kan komen en daarbij vooral als middel tot leren i.p.v. als doel kan fungeren.

Implementatie in nieuwe vak 'leergebiedoverschrijdende eindtermen' (voor de toekomst)

In academiejaar 2013-2014 kon de 'multimediale boekenweek', in het kader van dit onderzoeksproject, ruimte krijgen 'naast' de bestaande vakken. In de toekomst zal bekeken worden hoe we dit met bestaande vakken (Nederlands – leesbevordering; ICT – werken met nieuwe media...) kunnen samenvoegen. Daarnaast zijn gesprekken aan de gang om het luik mediawijsheid mee op te nemen in het onderdeel ICT van het nieuwe vak 'leergebiedoverschrijdende eindtermen', dat in het tweede jaar van onze opleiding zal worden ingericht. (Ter info: de eindtermen ICT sluiten nauw aan bij de na te streven mediawijsheids-competenties)

Didactisch atelier mediawijsheid (reeds in uitvoering)

Omwille van de praktische haalbaarheid werd bovengenoemde 'multimediale boekenweek' enkel uitgewerkt voor de eerstejaars van de opleiding BaLo. De tweedejaarsstudenten kregen een didactisch atelier rond mediawijsheid. Daarin werd onder andere het competentiemodel toegelicht; kwamen de verschillende reclametechnieken aan bod en werd er samen met de studenten onderzocht hoe iPads ingezet kunnen worden in de eigen lespraktijk.

Zelfreflectie door studenten (reeds in uitvoering en toekomst)

Op vrijwillige basis probeerde een groot aantal eerstjaarsstudenten de ontwikkelde zelfbevragingstool uit (in functie van de optimalisering daarvan). Toch wordt er door de verantwoordelijken van de reflectielijn mee nagedacht over het systematisch inbouwen van deze bevraging in elk van de drie jaren van de opleiding.

Mediatheekwerking iPads (reeds in uitvoering en toekomst)

Mede dankzij budgetsteun gegenereerd uit dit project heeft de hogeschool sterk geïnvesteerd in de aankoop van iPads voor de lerarenopleiding. Het praktische beheer van deze toestellen (buiten de projectdagen) verloopt door de mediatheken op beide campussen. Studenten en docenten kunnen zo toestellen vlot ontfemen en reserveren, wat ondertussen al veel gebeurt! De mediatheken staan ook in voor het veilig beheer van de toestellen, ook wat betreft aankoop van programma's (apps). Voor dat laatste wordt er een werkgroep samengesteld die op regelmatige basis zal evalueren in welke nieuwe toepassingen best geïnvesteerd kan worden. Per mediatheek zal er ook één toestel gereserveerd worden voor docenten, gekoppeld aan een speciale account met budget, zodat elke vakdocent voor zijn leergebied kan onderzoeken welke meerwaarde bepaalde toepassingen kunnen hebben. (Zie ook verder: docentenwerking)

Docentenwerking (reeds in uitvoering en toekomst)

De collega-docenten werden van in het begin mee betrokken bij dit onderzoek. Op teamvergaderingen werd geregeld een terugkoppeling gedaan naar verschillende activiteiten alsook vorderingen van het onderzoek. Alle vakverantwoordelijken hebben deelgenomen aan de docentenbevraging, waarbij ze eerst uitleg kregen over het competentiemodel.

Tevens zullen extra vormingen aangeboden worden om docenten vertrouwd te maken met de werking van de iPads. Een eerste vorming zal vooral gaan over basisgebruik, maar daarna zal per vakgroep bekeken worden op welke noden ingespeeld kan worden om de toestellen zo functioneel mogelijk in te zetten en ze een meerwaarde te laten vormen voor de lessen en stages. Met allerlei ludieke acties worden docenten aangemoedigd open te staan voor het gebruik van nieuwe media(apparaten). Zo was er de actie 'een iPad onder de kerstboom', waarbij docenten zelfstandig een iPad konden uittesten tijdens de kerstvakantie 2013.

RESULTATEN

SCREENING OPLEIDINGSONDERDELEN (OPO'S)



Deze resultaten sluiten aan bij die van de nulmeting (p. 121). In die beschrijving wordt verwezen naar het niveau van de doelstelling en haar bovenliggende indicator. Deze tabel geeft enkel info op het niveau van de indicatoren. Door de clustering van doelstellingen, treedt er echter regelmatig een compensatie-effect op.

Sterk aanwezig in de opleiding:



Technische handelingen verrichten die nodig zijn om media-apparatuur en software te bedienen (G11); gericht kiezen tussen mediatoepassingen en apparaten (G22); zelf mediatoepassingen en apparaten gebruiken in de eigen klaspraktijk (G31).



Informatie opzoeken en naar betrouwbaarheid inschatten (C11) en deze informatie gericht opslaan en markeren (C12); de vormgeving van de eigen media-inhoud op de boodschap afstemmen (C31); op diverse manieren mediaboodschappen delen (C41) en in het onderwijsaanbod aandacht hebben voor divers en origineel mediamateriaal (C61).



De fundamentele didactische beginselen in verband met mediawijsheid eigen maken (W31).

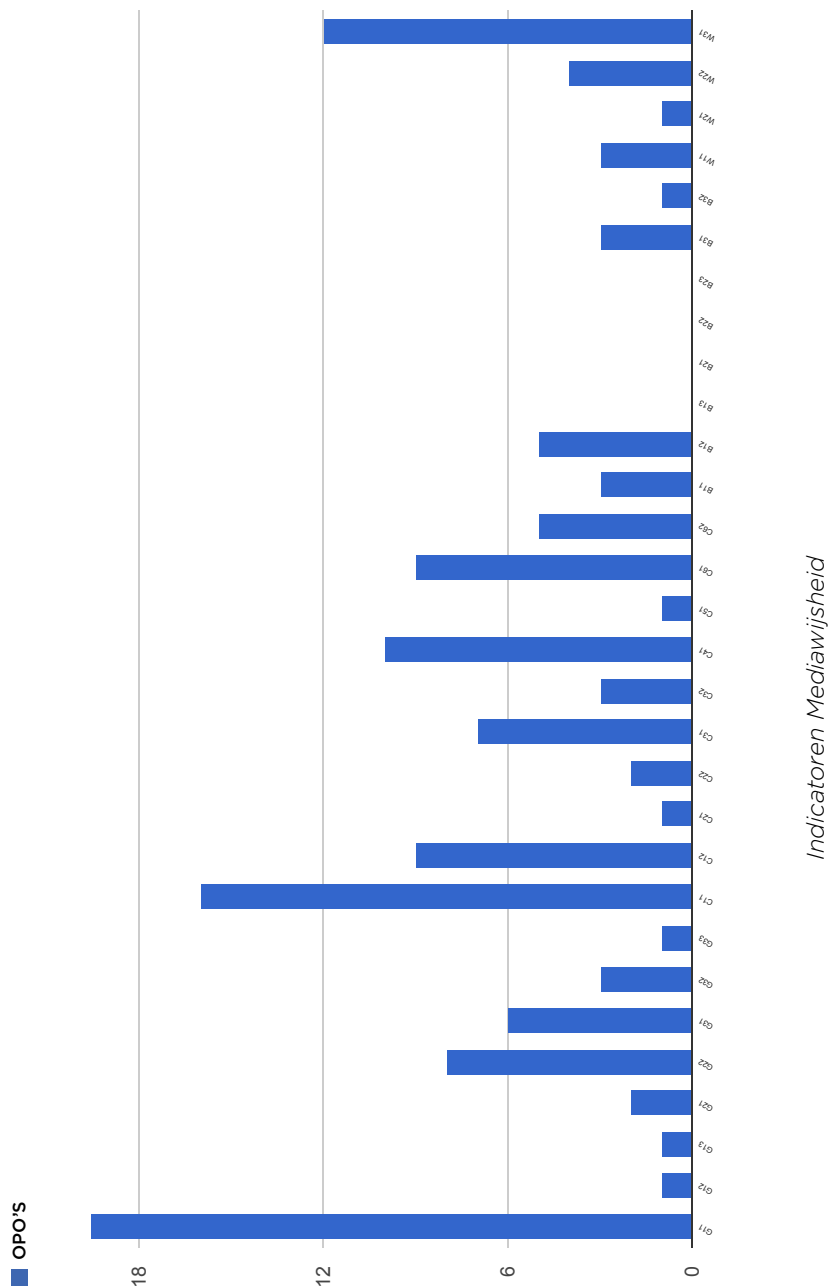
Verdiene meer aandacht:

Het beperken van gebruiksrisico's verbonden aan apparaten, hard- en software (G12); oplossen van hard- en softwareproblemen (G13) en een mediawijze leeromgeving creëren voor het gebruik van mediatoepassingen en apparaten in de eigen lespraktijk (G33).

Respectvol, dynamisch en veilig participeren aan sociale netwerken (C51) en zien op welke manier de vormgeving van een mediaboodschap betekenis geeft aan de media-inhoud (C21).

Zien hoe media de werkelijkheid kleuren (B13); kennis hebben over de wetgeving in verband met auteursrecht en privacy (B21); weten wanneer mediaboodschappen voor een bepaalde leeftijdsgroep schadelijk kunnen zijn (B22); kennis hebben van de wijze waarop de overheid invloed heeft op de media (B23) en de leerlingen kritisch begrip van de media aanleren (B32).

Media optimaal weten in te zetten om eigen doelstellingen te realiseren (W21).



Aanwezigheid in het curriculum

RESULTATEN

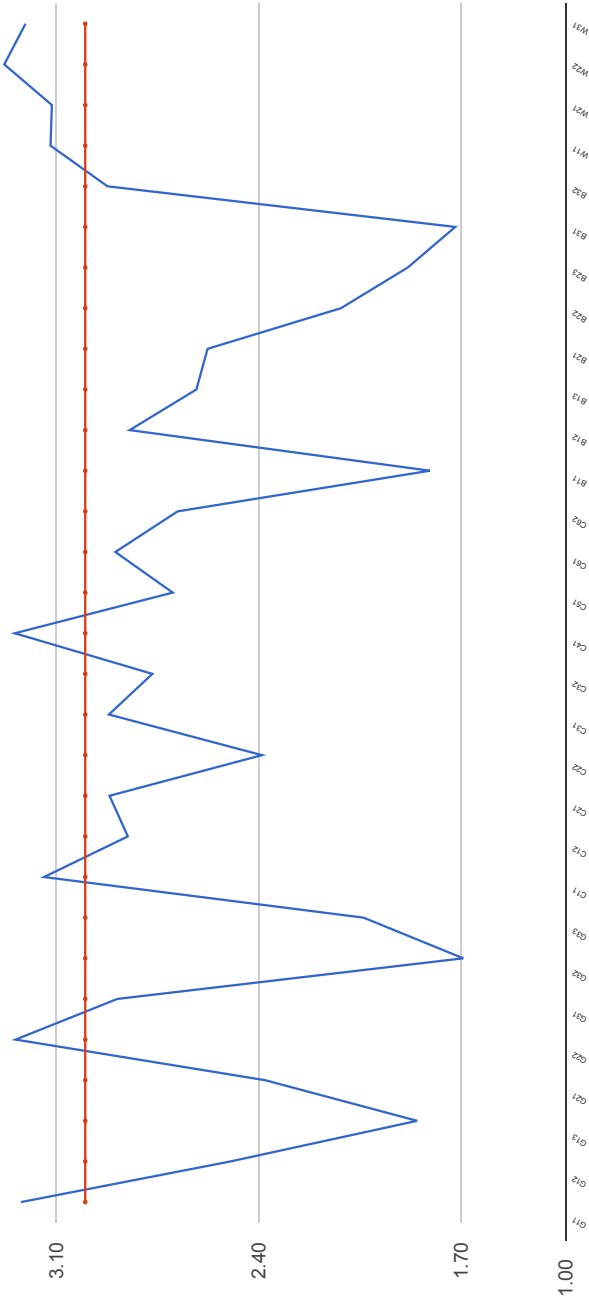
STUDENTENBEVRAGING TMK

De resultaten van de studentenbevraging en de analyse van de opleidingsonderdelen komen sterk overeen. Hieruit kan het opleidingsteam besluiten trekken i.f.v. het bijsturen van een aantal ontbrekende/zwakke mediawijsheidscomptenties. Een belangrijke kanttekening: de analyse van de studentenbevraging informeert over de studenten 1 BALO Turnhout (einde van semester 1). Vakken uit een latere opleidingsfase zijn nog niet afgelegd. Het is onrealistisch te verwachten dat studenten voor alle vakken de norm al halen (= doel na drie jaar opleiding). Zo valt de lage score voor vb. G32 te verklaren doordat zij nog maar beperkte tijd voor de klas hebben gestaan!

Deze studenten hebben wél 'de multimediale boekenweek' doorlopen. De werking ervan is o.a. zichtbaar in de resultaten voor wijsheid en kritisch begrip; bijvoorbeeld B13. De hoge scores betreffende wijsheid, kunnen een gevolg zijn van het uitgedaagd worden (in het project en in de vakken) om na te denken over media en mediagebruik. De grote piek in W22 kan een combinatie zijn van: moeten werken met media doorheen het project; zien van (praktijk)voorbeelden en de typisch tijdsgebonden hoeveelheid aan media en mediatoepassingen. De hoge score voor W31 is iets waar je als lerarenopleiding trots op kan zijn. Dit wijst erop dat projecten (bijvoorbeeld de multimediale boekenweek) lonen en geeft hoop dat deze studenten het belang van mediawijsheid (nu en later) inzien.

STUDENTENBEVRAGING THOMAS MORE KEMPEN

■ TMK1 ■ NORM



Indicatoren Mediawijsheid

SWOT - ANALYSE

Strenghts

Uit de docentenbevraging in combinatie met de analyse van de workshops/acties blijkt dat het overgrote deel van de doelstellingen minimum één keer nagestreefd wordt bij onze studenten. Een stevige inbedding in de afzonderlijke vakken, aangevuld met een sterke vakoverschrijdende aanpak zorgt ervoor dat studenten tegelijkertijd een good practice krijgen om later in hun eigen lespraktijk toe te passen.

Opportunities

Het huidige proces van curriculumaanpassing met cursusaanpassing per leergebied biedt een mooie kans om de inbedding in de verschillende vakken te verwezenlijken! Daarnaast kan mee bekeken worden hoe een leerlijn mediawijsheid plaats kan krijgen in dat nieuwe curriculum.

Weaknesses

Een aantal van de doelstellingen werd nu bereikt door de voor het project opgezette acties/workshops; maar het is natuurlijk belangrijk te waken over een continuering hiervan! Daarnaast moeten de doelstellingen liefst meermaals bereikt worden om goed bij alle studenten door te dringen.

Threats

Uit gesprekken met de vakdocenten ICT blijkt de waardering voor de aandacht binnen onze opleiding die mediawijsheid door dit onderzoeksproject krijgt, maar eveneens wordt de zorg naar het behoud van een degelijke, systematisch onderwezen basiskennis betreffende 'gebruik' geuit. De collega's erkennen het grote belang van de andere clusters, maar vragen om voldoende ruimte en omkadering te blijven krijgen om te kunnen werken aan de basiskennis ICT-vaardigheden (Word, Excel...) van de studenten. Mediawijsheid zomaar opnemen in uren die voorzien zijn voor ICT, is volgens hen geen haalbare optie. Idealiter sluiten alle inhouden uit hun vakken aan bij de mediawijze projecten die binnen de opleiding worden opgezet; zoals nu het geval was bij het 'leren monteren op een iPad' en de 'multimediale boekenweek'.

RESULTATEN VAN HET
PROJECT 'WORD ONDER
MEDIAWIJZER'

NABESCHOUWINGEN EN OUTCOME

PROCES PROJECTGROEP

WORD ONDER MEDIAWIJZER



Na het uitvoeren en afwerken van een dergelijk project kan een projectgroep zich afvragen of ze wel de juiste weg bewandeld hebben, genoeg ondersteuning gekregen hebben, het juiste team waren voor de opdracht, breed genoeg gewerkt hebben, concreet genoeg, ...

Enkele bedenkingen:



Om samen te werken aan het project hebben we gebruik gemaakt van de opslag-en synchronisatiedienst Google Drive (er bestaan er meerdere zoals Dropbox en Skydrive, Evernote). De manier om via dit medium om samen te werken overstijgt vele malen de mogelijkheden van klassiek mailverkeer. Een voordeel is dat het van toepassing is voor allerlei besturingssystemen en niet afhangt van platforms die eigen zijn aan bepaalde hogescholen of associaties. We kunnen deze manier van werken om het even welke groep die aan een project, een document, een stage of een happening wil samenwerken alleen maar ten stelligste aanraden.



De samenstelling van het team in een dergelijk project is altijd een spel van interesses, beschikbaarheid en competenties van de medewerkers. Het is belangrijk erover te waken dat het team in functie van het projectonderwerp veelzijdig genoeg is. Met een thema als mediawijsheid is het belangrijk dat bijvoorbeeld niet enkel docenten muzische vorming deelnemen (want dan komt de cluster communicatie te expliciet op de voorgrond). In het geval van dit project betekende de participatie van een docent beeld, muziek, Nederlands, onderwijskunde en een externe medewerker van ICT-inslag een goede mix. Op die manier zijn de vier competentieclusters van het besproken model min of meer vertegenwoordigd. We vonden de participatie van iemand die niet werkzaam is in het onderwijs een meerwaarde. Aan dit project werkten twee hogescholen mee. Met drie had het onderzoek wat breder kunnen maken maar misschien de samenwerking wat minder efficiënt.



Een project met dit onderwerp uitwerken in 10 maanden tijd is een onmogelijke zaak. Er is in feite een vervolgtraject nodig met de praktische uitwerking van de verworven inzichten. Zowel in de hogescholen als in de stages.



Een echte leerlijn mediawijsheid, d.w.z. een doordachte opbouw van na te streven doelen op een vast moment in de lerarenopleiding werd in dit project niet gerealiseerd. De projectgroep is namelijk van oordeel dat het opstellen één leerlijn die geldig is voor alle lerarenopleidingen niet aangewezen is. Wel kan elke hogeschool op basis van het uitgewerkte competentiemodel zelf een leerlijn opstellen.



In de loop van 2013 waren meerdere projecten i.v.m. mediawijsheid in de maak. Wellicht is het interessant deze in 2014 naast elkaar te leggen.

CONCRETE OUTCOME

De resultaten van het project Word (onder)mediawijzer zijn te raadplegen via:

De website www.mediawijsonderwijs.be Hier vindt u een interactief competentiemodel, een doelstellingenreeks voor een nulmeting in de opleiding, een online bevragingstool voor studenten, deze publicatie in pdf-formaat en illustraties van vakoverschrijdende aanpak in projecten.

Een set van 8 kaarten - 2 per competentiegroep - dat gebruikt kan worden als instructie- en presentatiemateriaal.

Deze publicatie.

DISSEMINATIE

DEELNAME AAN CONGRESSEN

Dag van de wetenschap

Thomas More (Kempen) nam deel aan de 'dag van de wetenschap' in het kader van de 'wetenschapsweek'. Op zowel campus Vorselaar als campus Turnhout werden telkens twee sessies georganiseerd rond het thema 'Mediawijsheid'. Daarbij werd ook dit onderzoeksproject nadrukkelijk vernoemd.

Meer info:

www.wetenschapsweek.be/2013/#dagvandewetenschap_deelnemers.1072

VELOV studiedag en bijdrage themanummer 2014.

Er werd ingegaan op de 'call for papers' om het project te mogen toelichten op de VELOV Vlaamse conferentie voor lerarenopleiders (26/03/2014). Daarnaast werd een aanvraag ingediend om een bijdrage te kunnen aanleveren voor het themanummer 2014 - ICT in de lerarenopleiding.

Apestaartjaren:

In samenwerking met een collega-onderzoeker van Thomas More Mechelen, bracht Thomas More Kempen een duo-presentatie op de conferentie: 'Apestaartjaren 4.3' in 'Vooruit' te Gent, waarbij de resultaten uit onderzoek aan het publiek werden voorgesteld.

Meer info:

www.apestaartjaren.be/nieuws/programma-apestaartjaren-43-compleet

De presentatie kan u hier bekijken:

www.slideshare.net/apestaartjaren/apestaartjaren-tm-021213-def2

VERSPREIDING OUTCOME

Dit gepubliceerde verslag zal opgenomen worden in de mediatheken van de campussen van onze hogescholen, alsook verspreid worden bij: andere hogescholen binnen de associaties, bij andere lerarenopleidingen en bij andere partijen die belangstelling tonen.

De kaartenset zal samen met deze publicatie verspreid worden binnen de opleidingen. De kaartenset en de review worden ook digitaal aangeboden via de website.

Online: www.mediawijsonderwijs.be

Deze website werd ontwikkeld in functie van de verspreiding van de uitkomst van het project. Zo wordt er onder andere het project gekaderd, worden de aangemaakte materialen (publicatie en kaartenset) ter beschikking gesteld en kan de zelfbevragingstool gebruikt worden.

Facebook: Via facebook werd belangstelling opgewekt voor het onderzoeksproject en konden geïnteresseerden ons contacteren en onze vorderingen opvolgen:

www.facebook.com/wordondermediawijzer



EDURAMA: Er wordt een aanvraag ingediend om de publicatie en/of de bovengenoemde artikels toe te voegen op de website 'Edurama'; een digitaal platform ter ontsluiting van onderzoek in de lerarenopleiding. (Edurama is een project van School of Education.)
<http://schoolofeducation.eu/projecten/edurama>

VERBETERSUGGESTIES

OP MACRONIVEAU

De basiscompetenties voor de leerkracht en de hieruit voortvloeiende domeinspecifieke leerresultaten van de lerarenopleidingen vormen het vertrekpunt bij het ontwerp van elke lerarenopleiding. Zowel het bepalen van de wenselijke leerresultaten als de opbouw van het curriculum en de evaluatie zijn erop afgesteld. Visitatiecommissies gaan na op welke manier opleidingen de basiscompetenties realiseren. Daterend van 01/2008 houden deze uiteraard niet genoeg rekening met de uitdagingen die mediawijsheid vandaag aan het onderwijs stelt.

We kunnen concluderen dat mediawijsheid in de basiscompetenties maar beperkt aan bod komt. In de zin van de definitie van de conceptnota (Smet en Lieten, 2012, zie inleiding) - komt mediawijsheid er helemaal niet voor. Zoals reeds in de probleemstelling aangegeven, zijn in de basiscompetenties van de leraar minder aanknopingspunten met mediawijsheid terug te vinden dan bijvoorbeeld in de eindtermen lager onderwijs. De overheid zou kunnen overwegen om mediawijsheid, naast de tien basiscompetenties van een leraar, als een aparte competentie op te nemen.

Via www.ingebeeld.be verschaft de overheid inzichten en voorbeelden i.v.m. mediawijsheid. De site is bedoeld als inspiratie voor wie iets mediawijs wil ondernemen. Ondanks dit en andere uitnodigende initiatieven is het toch wenselijk dat de overheid de aandacht voor mediawijsheid op een meer dwingende manier voorschrijft.



Als het studiegebied en de opleidingen in de diverse hogescholen het verhogen van de mediawijsheidscompetenties bij de afstuderende leerkrachten belangrijk vindt kunnen enkele beleidskeuzes gemaakt worden.

• Mediawijs onderwijs kan opgenomen worden bij de taakstellingen van een opleiding.

• In de taakverdeling kan per opleiding één persoon aangesteld worden als ‘mediawijsheids-coördinator’.

• In het curriculum van de opleiding kan een opleidingsonderdeel of enkele delen van opleidingsonderdelen aan mediawijsheid besteed worden. Op die manier staat er studietijd tegenover en kunnen de mediawijsheidscompetenties daadwerkelijk getoetst worden.



Ook een goed materieel beleid is nodig. Bij de opmaak van de begrotingen voor het studiegebied en afdelingen kunnen er keuzes gemaakt worden in de richting van degelijk mediawijs onderwijs. Aangezien het kostenplaatje voor mediatoeepassingen en apparaten soms hoog ligt is een strategie die zich over meerdere jaren uitstrekt noodzakelijk.



Het beleid van het studiegebied en ook diensten in de hogescholen kunnen er best voor zorgen dat het professionaliseringsaanbod beantwoordt aan de noden van de afdelingen.



Ook de opleidingen zelf moeten zich over een aantal aandachtspunten beraden.



Bij het aanleggen van een e-portfolio is een belangrijk aandachtspunt dat de ontwikkeling van de student i.v.m. zijn basiscompetenties niet enkel aangetoond wordt via verslagen. Ook via diverse media (foto's, audio- en videobestanden, ...) kan de evolutie aangetoond worden. Een breed scala aan bewijsstukken zorgt bij het evalueren voor een ruimere kijk op de leerervaringen van de studenten. Enkele voorbeelden van toepassingen op het internet: Google Sites, Toledo en Google Drive. Het voordeel van Google Sites is dat je op een creatieve manier je portfolio zelf kan vormgeven. Het nadeel is dat het wel wat onderlegdheid vraagt van de student. Toledo en Google Drive zijn gemakkelijk hanteerbaar maar bij Toledo ben je als student al je gegevens kwijt bij het afstuderen. Bij Google Drive is dan weer de privacy weg.



Documenten mediawijzer maken:

1. Het stageverslag is momenteel nog sterk gericht op het verbaal-literaire discours. Naast de didactische en pedagogische kwaliteiten worden ook de geschreven en gesproken taal van studenten worden tijdens hun stage geëvalueerd. Om aansluiting te krijgen met de hedendaagse audiovisuele cultuur moet het gebruik van beeld- en audiotaal hier ook een plaats krijgen. Als een opleiding het belangrijk vindt om mediawijsheid op te nemen in de opleidingsspecifieke leerresultaten (OLR), moet dit in de evaluatiedocumenten zichtbaar zijn.
2. In stagevademeca wordt aan de hand van kijkwijzers of evaluatiecriteria toegelicht wat er van bepaalde stages verwacht wordt. Ook in deze documenten moet mediawijsheid als een belangrijk criterium opgenomen en omschreven worden.

3. Alle opleidingen ontwerpen sjablonen die de studenten gebruiken om hun lesvoorbereidingen te maken: hierop moet het gebruik van media per onderwijsleeractiviteit een specifieke plaats krijgen. Enkel al het woord 'materiaal' vervangen door 'media' is veel betekenend: op die manier worden studenten ertoe aangezet om na te denken over de verscheidene media die ze per lesfase zullen gebruiken. De meeste sjablonen zijn in principe nog 'papieren versies'. Lesvoorbereiding zouden ook leesbaar/maakbaar moeten zijn op tablets of zelfs smartphones. Docenten kunnen dan als coach en evaluator van voorbereidingen simpelweg op een link drukken om het aangeboden materiaal en de resultaten te kunnen raadplegen. Het overvloedig afdrukken van lesvoorbereidingen wordt hiermee tevens tegengegaan. Het is niet alleen verrijkend dat de lesvoorbereiding aangevuld wordt met foto's, audio- en videobestanden, de set van bestanden geven een voorstelling van het leerproces dat zowel de kinderen als de student doormaken. De evaluatie van de lessen is dan ook meer gericht naar de lesrealisatie. Het doornemen van stagebestanden vraagt wel een omgeving waarbinnen bestanden gedeeld kunnen worden. Google Drive is hiervan een goed voorbeeld.



Bij het opzetten van projecten en uitgebreide activiteiten, zowel in de opleidingen zelf als in de stages is het belangrijk dat de vier clusters bij het aanbieden van media-oefeningen met elkaar verbonden blijven. Te vaak ligt de focus op enkel het creëren van media of enkel het gebruik van een apparaat of stukje software. Meestal worden de clusters ‘kritisch begrip’ en ‘wijsheid’ te weinig betrokken. Het is dus een goed idee dat docenten en vakgroepen de reeds bestaande oefeningen bevragen aan de hand van het competentiemodel en proberen deze w.b. mediawijsheid veelzijdiger te maken. Het is namelijk wenselijk dat in de grotere oefeningen doelstellingen terug te vinden zijn die thuishoren in elk van de clusters. De studenten bewust maken van deze clusters kan je doen door de media-oefeningen te bespreken met behulp van de ontwikkelde kaartenset. Op die manier kunnen opleidingen tegemoet komen aan de visie en missie zoals geformuleerd in de conceptnota van Lieten en Smet (2012).

BIJLAGEN

BIJLAGEN

Inleiding

Oproep innovatieprojecten 2012 - projecten 2013

[www.ond.vlaanderen.be/hogeronderwijs/leraar/
projecten_innovatie.htm](http://www.ond.vlaanderen.be/hogeronderwijs/leraar/projecten_innovatie.htm)

Mediawijsheid meten in de opleidingen BaLO HUB en TMK

Methodologie

Website > Onderaan >

Outcome > Tools > Bestand Nulmeting

Website > Onderaan >

Outcome > Tools > Bestand Zelfbevraging Studenten

Mediawijsheid meten in de opleiding Bachelor Lager Onderwijs HUBrussel



Resultaten projectwerking

1. Website > Onderaan > Outcome > Tools > Bestand Nulmeting
2. Website > Onderaan > Projecten > Andere
3. Website > Onderaan > Projecten > Andere & Kunstproject & Beeldgeletterdheid
4. Website > Onderaan > Projecten > Dynamo Brussel & Andere

Mediawijsheid meten in de opleiding Bachelor Lager Onderwijs TMK



Resultaten projectwerking en workshops

1. Website > Onderaan > Projecten > Multimediale boekenweek

BRONNEN

Canon cultuurcel, Mediawijs en multimediaal, 2012 Audiovisueel onderwijs: de knop omdraaien, 2012

Commissie voor de bescherming van de persoonlijke levenssfeer (2013). *Sociale netwerken en privacy*. Opgehaald op 8 september 2013 van, <http://www.privacycommission.be/nl/sociale-netwerken>.

Bamford, A. (2007). *Kwaliteit en consistentie. Arts and Cultural Education in Flanders*. Opgehaald op 8 april 2013, van <http://publicaties.vlaanderen.be/docfolder/7663/kwaliteit%26consistentieEN.pdf>.

Goegebuer, A. (2004). *Audiovisuele vorming in het Vlaamse onderwijs*. Opgehaald op 8 april 2013, van <http://www.canoncultuurcel.be/uploads/doc/b2c61f56b2b97f53ca9arapport%20av.pdf>.

Lieten, I. & Smet, P. (2012). *Conceptnota mediawijsheid*. Opgehaald op 5 maart 2013, van <http://www.ond.vlaanderen.be/ict/beleid/conceptnota-mediawijsheid.pdf>.

Mediawijzer.net (2012). *10 mediawijsheidscompetenties*. Opgehaald op 24 april 2013 van, http://files.beeldengeluid.nl/pdf/Competenties_Model_.pdf.

Nederlands Jeugd Instituut (2013). *Mediaopvoeding. Wet- en regelgeving*. Opgehaald op 5 juni 2013 van, <http://www.nji.nl/eCache/DEF/1/12/466.html>.

Pan European Game Information (z.j.). *Over PEGI*. Opgehaald op 8 september 2013 van, <http://www.pegi.info/be/index/id/627>.

Portaal Belgische Overheid (2013). *Internet*. Opgehaald op 8 september 2013 van, <http://www.belgium.be/nl/justitie/privacy/internet>.

Raad voor Cultuur (2005). *Mediawijsheid - De ontwikkeling van nieuw burgerschap*. Den Haag: Raad voor Cultuur

Segers, K. & Bauwens, J. (2010). *Maak mij wat wijs*. Media kennen, begrijpen en zelf creëren. Leuven: Lannoo.

Segers, K. (2013). www.bocobrusseel.be

Van der Hagen, S., Meijer, W., Hilberdink, W., Wissink, B., Huveneers, S., Pattipeilohy, V., Van Schoonhoven, B., Schwarz, F., Thomassen, B. & Wiebenga, F. (2011). Meten van mediawijsheid. *Een studie naar een raamwerk, meetmiddelen en toepassing hiervan*. Opgehaald op 17 april 2013 van, http://mediawijsheid.persdomein.nl/files/2011/11/Meten_van_mediawijsheid_2011.pdf.

Vermeersch, L., Van den Cruyce, N., Vandenbroucke, A. & Segers, K. (2012). *Werken aan mediawijsheid in Vlaanderen. Veldbeschrijving, SWOT-analyse van de actoren inzake mediawijsheid en beleidsaanbevelingen*. Opgehaald op 5 maart 2013, van https://hiva.kuleuven.be/resources/pdf/publicaties/R1493_Mediawijsheid.pdf.

Zwanenberg, F. & Pardoën, J. (2010). *Handboek mediawijsheid op school - Deel 1*. Opgehaald op 20 maart 2013, van <http://mijnkindonline.nl/publicaties/boeken/handboek-mediawijsheid>.

Boeke, H. (2010). *Handboek mediawijsheid op school - Deel 1*.
Opgehaald op 20 maart 2013, van <http://mijnkindonline.nl/publicaties/boeken/handboek-mediawijsheid>.

Lieten, I. (2009). *Beleidsnota media*. Opgehaald op 8 april 2013, van
<http://www.ingridlieten.be/media/upload/vision/media.pdf>.

Marshal MacLuhan, *Understanding Media: The Extensions of Man*, 1964

http://www.nvao.net/page/downloads/DLR_Bachelor_in_het_onderwijs_lager_onderwijs.pdf opgehaald op 28/12/2013

<http://www.ond.vlaanderen.be/edulex/database/document/document.asp?docid=13952#245903> publicatie 17/01/2008, opgehaald op 28/12/2013

Mediawijsheid is een van de meest actuele thema's waarmee het onderwijs vandaag te maken heeft. Ondanks vele studies en initiatieven is de kloof tussen de steeds verder mediatiserende wereld en de manier waarop het onderwijs hierop inspeelt erg groot. De ontwikkelingen gaan soms zo snel dat de hele onderwijsgemeenschap - van het beleid tot en met de individuele leerkracht - deze nauwelijks kan volgen. De veranderingen verlopen niet alleen snel, ze zijn ook ingrijpend: ze hebben invloed op onze manier van communiceren en op de manier waarop we onszelf en de wereld verstaan. Onderwijs dat hierop wil inspelen, zal zich mediawijzer moeten opstellen.

Het innovatieproject 'Word (Onder)MediaWijzer' spitst zich toe op de vraag: "Hoe kunnen lerarenopleidingen ervoor zorgen dat de afstuderende leerkrachten kunnen participeren aan mediawijs onderwijs?"

Op zoek naar een antwoord hierop heeft het projectteam bestaande competentiemodellen i.v.m. mediawijsheid vergeleken en een eigen versie ontwikkeld die geschikt is voor de lerarenopleidingen. Vanuit dit competentiemodel werden tools ontwikkeld waardoor de opleidingen en studenten zichzelf kunnen bevragen. De resultaten van deze bevraging geven aanleiding tot conclusies voor de participerende opleidingen en verbeteruggesties die voor de meeste lerarenopleidingen het overwegen waard zijn.

De outcome van het project omvat de website www.mediawijsonderwijs.be, de kaartenset 'Media-wijsheid' en de publicatie 'Mediawijs Onderwijs, mediawijsheid in de lerarenopleiding'.

