

# Mediawijsheid en de e-cultuursector

Naar nieuwe vormen van expressieve en reflectieve mediawijsheid

door Levien Nordeman

**Wat betekent mediawijsheid voor de e-cultuursector? De afgelopen maanden heeft Virtueel Platform hiernaar een onderzoek gedaan. Dit artikel zet de belangrijkste bevindingen op een rij.**

## Mediawijsheid

In 2005 heeft de Raad voor Cultuur het advies *Mediawijsheid: de ontwikkeling van nieuw burgerschap* uitgebracht. De Raad voor Cultuur benadrukt in dit advies het belang van de ontwikkeling van kennis, vaardigheden en mentaliteit op het gebied van mediagebruik. Met dit advies wil de Raad aansluiten bij de veranderde rol die media spelen in de huidige samenleving. Media zijn niet alleen *tools* maar vormen steeds meer een *omgeving*.

In het advies beschrijft de Raad voor Cultuur dat mediawijsheid voor alle burgers en voor alle sectoren van de samenleving van belang is. Virtueel Platform is daarom begin 2007 een onderzoek gestart met de vraag: *Hoe kan mediawijsheid vanuit de e-cultuursector worden vormgegeven?* Het onderzoek bestond uit een serie interviews en een expertmeeting over mediawijsheid met enkele instellingen uit de e-cultuursector. Daarnaast is literatuuronderzoek gedaan naar de begrippen geletterdheid, cultureel burgerschap en media-educatie.

## Media-educatie

Mediawijsheid is niet hetzelfde als media-educatie. Toch worden deze begrippen vaak door elkaar gebruikt. Dit komt doordat beide een vorm van 'mediageletterdheid' zijn. Geletterdheid is nooit neutraal: hoe het ingevuld wordt is afhankelijk van politieke en technologische ontwikkelingen. Zo werd met de opkomst van televisie als massamedium 'audiovisuele geletterdheid' steeds belangrijker gevonden. In de jaren '90 werden met de opkomst van internet begrippen als 'e-skills' en 'ICT-vaardigheden' geïntroduceerd (1).

In 1996 bracht de Raad voor Cultuur het advies *Media-educatie* uit. In dit advies werd het belang van computer- en informatievaardigheden benadrukt. Economische participatie - het mee kunnen komen op de 'digitale snelweg' - vormde hierbij een belangrijk uitgangspunt. Media-educatie heeft echter, ondanks het advies van de Raad voor Cultuur nooit structureel een plek binnen het voortgezet onderwijs gekregen.

## Cultureel burgerschap

In het advies *Media-educatie* lag de nadruk vooral op het ontwikkelen van computer- en informatievaardigheden met economische participatie als belangrijk doel. Mediawijsheid is echter een veel breder begrip. Het plaatst bewust mediagebruik in de context van burgerschap.

De plaats waar burgerschap in de praktijk wordt gebracht verschuift volgens de Raad voor Cultuur steeds meer van het politieke en economische domein naar die van de cultuur. De Raad schrijft: 'Burgerschap en maatschappelijke participatie zijn niet louter een kwestie van – ooit verworven – formele rechten en van economische zelfstandigheid. Het zijn zaken die dag in dag uit moeten worden bevochten en waargemaakt, en daarbij spelen cultuur en culturele participatie een cruciale rol' (2007: 13).

Het huidige medialandschap is sterk veranderd ten opzichte van 10 jaar geleden. YouTube, radio, televisie, Hyves, MSN en SMS vormen voor veel burgers een vanzelfsprekend onderdeel van hun dagelijks leven. De burger surft *online* naar gezondheidsinformatie, chat met familie in Australië, en kijkt gemiddeld 3 uur televisie op een dag. Hij fotografeert en filmt zijn dagelijks leven en zet deze *online*. Hij is dus zowel mediagebruiker als mediamaker. Het snel veranderende medialandschap vraagt dan ook om een nieuw perspectief op wat de mediawijze burger zou moeten kunnen en weten.

### **Een nieuwe definitie van mediawijsheid**

Wat kan de e-cultuursector bijdragen aan mediawijsheid? Om deze vraag te beantwoorden moeten we eerst kijken naar wat de basisprocessen binnen de e-cultuursector zijn. Dick Rijken beschrijft deze processen in zijn artikel *Netwerkburgers doen het zelf... maar dat gaat niet vanzelf* (2007). Rijken vat deze samen als 'alle processen van expressie en reflectie in het digitale domein die in het teken staan van identiteit en gemeenschap' (Rijken 2007: 16).

Zowel de begrippen expressie en reflectie komen terug in de mediawijsheid-definitie van het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (OCW). In *Kunst van Leven: hoofdlijnen cultuurbeleid* (2007) geeft minister Plasterk de volgende definitie:

'Bij mediawijsheid gaat het om de gewenste vaardigheden, kennis en houding om vanuit ten minste drie perspectieven goed met media om te kunnen gaan: functioneel (als voorwaarde voor participatie en ontwikkeling), inspirerend (om nieuwe kansen en mogelijkheden te ontdekken) en alert (het met een kritisch oog omgaan met de media)' (Plasterk 2007).

Mediawijsheid heeft dus zowel een expressieve (participeren, inspireren) als een reflectieve kant (alert en kritisch zijn). Beide aspecten vragen om verschillende vormen van kennis en vaardigheden op het gebied van mediagebruik. Om dit te verduidelijken kan mediawijsheid worden onderverdeeld in twee perspectieven: *expressieve mediawijsheid* en *reflectieve mediawijsheid*.

### **Expressieve en reflectieve mediawijsheid**

Expressieve mediawijsheid definieer ik als de competenties en de houding die samenvallen met een alledaags, informeel en creatief mediagebruik dat (impliciet of expliciet) gericht is op participatie in de culturele publieke sfeer. Denk hierbij aan websites als YouTube en Wikipedia die de mogelijkheden geven om zelf foto's, films of andere informatie met een

groter publiek te delen. Maar het kan ook gaan over kleine, lokale initiatieven op scholen of op wijkniveau zoals Digital Storytelling.

**{Intermezzo: Voorbeelden van projecten op het gebied van expressieve mediawijsheid}**

Face Your World– Jeanne van Heeswijk ([www.faceyourworld.nl](http://www.faceyourworld.nl))

Doelgroep: kinderen basisschool, buurtbewoners.

Door middel van het project Face Your World kunnen kinderen met behulp van digitale technologie zelf hun wijk inrichten. In het proces van plannen en vormgeven worden niet alleen de kinderen betrokken, maar ook hun ouders en andere buurtbewoners. Digitale technologie biedt de mogelijkheid tot verbeelden en creëren van de eigen leefomgeving, waarbij het sociale aspect een grote rol speelt. Media worden als gereedschap in gezet om te creëren en te communiceren.

CinekidStudio ([www.cinekidstudio.nl](http://www.cinekidstudio.nl))

Doelgroep: kinderen tussen de 10-12 jaar.

Op de basisschool is veel aandacht voor de creatieve ontwikkeling van het kind. De computer wordt vaak niet gezien als een creatief gereedschap. Maar juist kinderen hebben specifiek al een aantal vaardigheden. Het zijn *multitaskers*: ze zijn nieuwsgierig en niet bang voor de computer. Ze werken met *trial-and-error*, hebben een korte onderzoeks- en spanningsboog. CinekidStudio kan deel uitmaken van een creatief bewustmakingsproces van hoe media als bijvoorbeeld de krant of het televisie-journaal werken. De nadruk ligt op het zelf doen: het kind als producent.

Naast expressie bestaat mediawijsheid ook uit een meer reflectieve kant. Reflectieve mediawijsheid definieer ik als de competenties en de houding die samenvallen met de kritische reflectie op het gebruik van media. Bij reflectieve mediawijsheid staat een bewuste en kritische houding ten opzichte van media centraal. Het is daarmee sterk verwant aan media-educatie.

Bij reflectieve mediawijsheid gaat het zowel om 'top-down' als 'bottom-up' mediagebruik. Bijvoorbeeld: hoe worden nieuwsuitzendingen gemaakt op televisie? En hoe werkt dat bij de radio? Maar ook: welke gegevens van mijzelf zet ik wel of niet *online*? Hoe zit het met auteursrechten als ik films of video's *upload*? Projecten op het gebied van reflectieve mediawijsheid kunnen zowel binnen als buiten het onderwijs plaatsvinden.

**{Intermezzo: Voorbeeld van project op het gebied van reflectieve mediawijsheid}**

Voorbeeldproject: Infowarroom – de Balie ([www.infowarroom.org](http://www.infowarroom.org))

Doelgroep: oudere jongeren: 20-30 jaar.

Infowarroom was een serie vrij toegankelijke avonden in cultuurcentrum de Balie waarin de

gemedialiseerde samenleving en specifiek de rol van het beeld daarin, centraal stond. Kritische analyses worden afgewisseld met beeldfragmenten. Infowarroom is bij uitstek mediawijs: je bent voortdurend aan het ondervragen: wat wordt getoond? Hoe wordt een verhaal geconstrueerd? Wat voor soort beelden worden tegenover elkaar geplaatst?

*Voorbeeldproject:* Monstermedia – Waag Society – ([www.monstermedia.nl](http://www.monstermedia.nl))

Doelgroep: basisschool leerlingen groep 7-8.

Monstermedia is een media-educatieve leeromgeving dat het mediabewustzijn van kinderen probeert te stimuleren. Leerlingen adopteren een monstertje dat ze via internet opvoeden. Hierdoor worden zij bekend en bewust met de geschiedenis van media. Een manier om dit bewustzijn te verkrijgen is door een analyse te maken van de elementen die bepalend zijn voor een media-uiting. Een andere manier is om zelf een mediaproduct te maken. (Bron: [www.monstermedia.nl](http://www.monstermedia.nl))

Reflectieve en expressieve mediawijsheid zijn twee algemene perspectieven op mediawijsheid. Toch zijn ze niet totaal verschillend: er is vaak sprake van een overlap tussen projecten op het gebied van expressieve en reflectieve mediawijsheid. Welke kennis en vaardigheden specifiek nodig zijn is afhankelijk van de context waarin de projecten op het gebied van mediawijsheid plaatsvinden.

### **Kwaliteiten van de e-cultuursector op het gebied van mediawijsheid**

Hoe kunnen expressieve en reflectieve mediawijsheid worden vormgegeven in de e-cultuursector? In 2007 heeft Virtueel Platform een expertmeeting over mediawijsheid georganiseerd. Verschillende instellingen uit de e-cultuursector waren hierbij aanwezig. Uit deze bijeenkomst bleek dat vooral producerende e-cultuurinstellingen een belangrijke bijdrage kunnen leveren aan de ontwikkeling van mediawijsheid.

Allereerst kijkt de e-cultuursector vanuit de burger en is gericht op de toegevoegde waarde van een product. Vaak worden producten samen met gebruikers ontwikkeld. Burgers krijgen daardoor media-instrumenten om hun stem te laten horen. Instellingen uit de e-cultuursector kunnen gebruikers hierbij ondersteunen en zo bijdragen de ontwikkeling van expressieve mediawijsheid.

Daarnaast krijgt in een gemedialiseerde samenleving het beeld een steeds centralere functie. Het begrijpen en contextualiseren van de (digitale) beelden is een belangrijk aspect van reflectieve mediawijsheid. Binnen de e-cultuursector is de relevante kennis van beeldcultuur aanwezig: zowel in het maken als in het analyseren op een theoretisch niveau. Professionele beeldmakers uit de e-cultuursector kunnen daarom een belangrijke rol spelen in het waarborgen van de kwaliteit en de reflectie op de werking van beelden in onze samenleving.

Vanuit de e-cultuursector kunnen ook doelgroepen bereikt worden die buiten het formele onderwijs vallen en daardoor vaak moeilijker te bereiken zijn. Mediawijsheid is van

belang voor alle burgers in alle verschillende sectoren van de samenleving. Dit vraagt om een aanpak en mentaliteit die sector-overschrijdend is. In de e-cultuursector is in de loop van de jaren veel kennis en ervaring ontstaan in interdisciplinaire samenwerking. Verschillende projecten en producten zijn vanuit de e-cultuursector gerealiseerd in samenwerking met andere organisaties en instellingen uit de omroep, zorg, welzijn en het onderwijs.

### **Tot slot**

De in dit artikel geïntroduceerde perspectieven *expressieve* en *reflectieve mediawijsheid* zijn een vertaling van het brede begrip mediawijsheid naar de praktijk van de e-cultuursector. De perspectieven sluiten aan bij twee ontwikkelingen op het gebied van mediageletterdheid en mediagebruik.

Mediageletterdheid is ten eerste meer dan alleen media-educatie. Het krijgt voor een groot deel vorm buiten de context van het onderwijs en het is van belang voor alle burgers in de samenleving. Dit biedt veel mogelijkheden voor de e-cultuursector om bij te dragen aan een bewust, kritisch en alert mediagebruik.

Daarnaast is de huidige burger niet alleen consument maar ook steeds meer producent van media. Veel producerende e-cultuurinstellingen hebben kennis en ervaring op het gebied van mediaproductie. Met inspirerende en creatieve projecten kunnen zij bijdragen aan de ontwikkeling van mediagebruik waarin expressie en participatie centraal staan.

### **Voetnoten:**

- (1) Uit: Jan Steyaart. Digitale vaardigheden: Geletterdheid in de informatiesamenleving
- (2) Ik maak hier gebruik van de definitie van het ministerie van OCW omdat deze de beschrijving die de Raad voor Cultuur van mediawijsheid geeft verduidelijkt. De Raad omschrijft mediawijsheid als: 'het geheel van kennis, vaardigheden en mentaliteit waarmee burgers zich bewust, kritisch en actief kunnen bewegen in een complexe, veranderlijke en fundamenteel gemedialiseerde samenleving' (2005: 2).

### **Literatuur:**

- Ministerie van Onderwijs, Cultuur & Wetenschap. Kunst van leven – hoofdlijnen notitie cultuurbeleid. Den Haag, 2007.
- Raad voor Cultuur. Advies media-educatie. Den Haag, 1996.
- Raad voor Cultuur. eCultuur: van i naar e; advies over de digitalisering van cultuur en de implicaties voor cultuurbeleid. Den Haag, 2003.
- Raad voor Cultuur. Innoveren, participeren!. Den Haag, 2007.
- Raad voor Cultuur. Mediawijsheid – de ontwikkeling van nieuw burgerschap. Den Haag, 2005.
- Rijken, Dick. "Netwerkburgers doen het zelf... maar dat gaat niet vanzelf." Waterwolf

Gouda: U bent hier. Zijn er nog vragen? (2007) : 13-24.

- Stevenson, Nick. Cultural Citizenship: Cosmopolitan Questions. Berkshire: Open University Press, 2003.
- Steyaart, Jan. Digitale vaardigheden: Geletterdheid in de informatiesamenleving, Den Haag, Rathenau instituut, 2000.