

Verantwoording Mediawijsheid Competentiemodel 2021



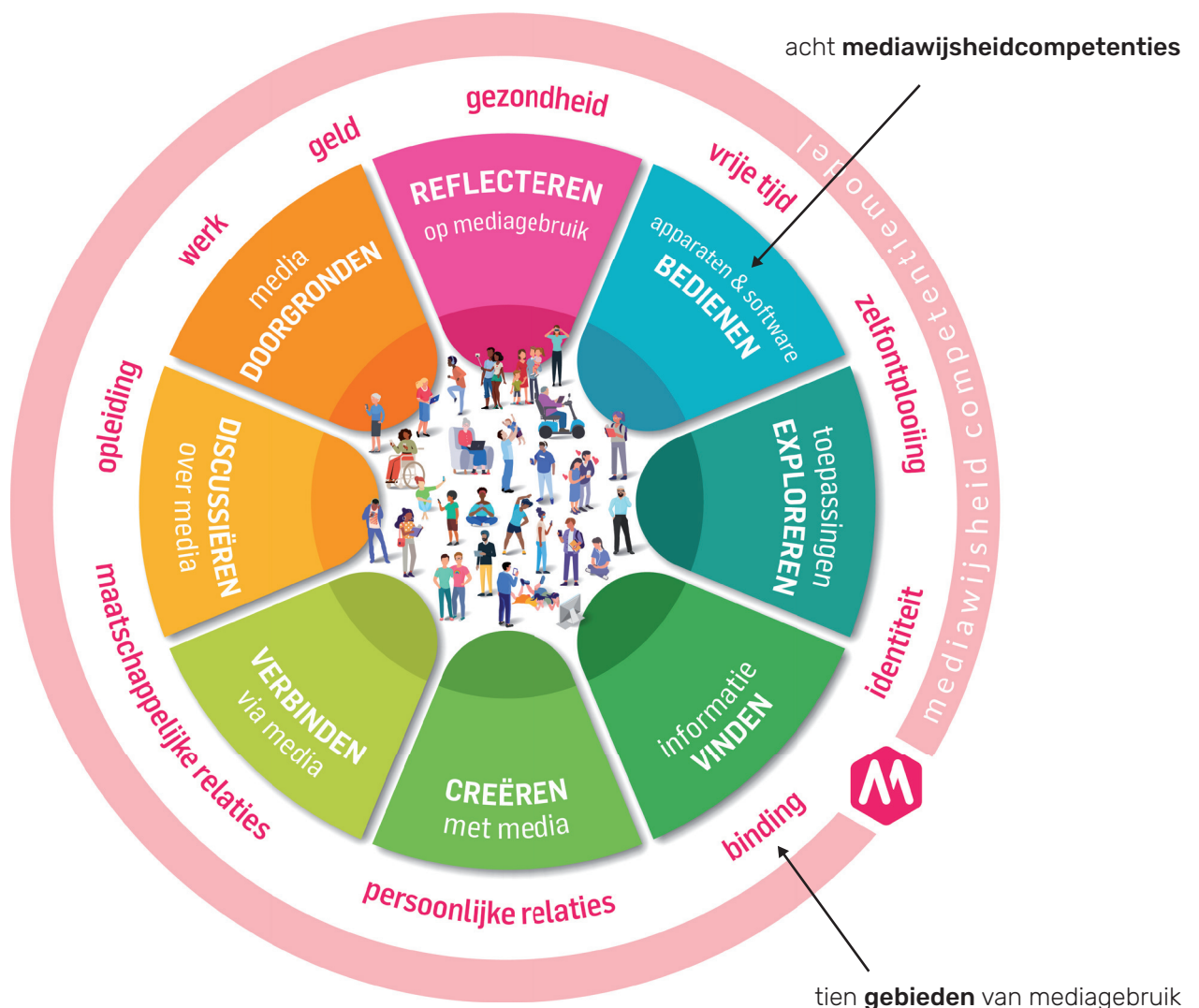
Netwerk
Mediawijsheid

Verantwoording Mediawijsheid Competentiemodel 2021

Ronde vorm

Het Mediawijsheid Competentiemodel 2012 was het uitgangspunt bij de ontwikkeling van het nieuwe competentiemodel. Een belangrijk verschil is de vorm. Waar het model uit 2012 rechthoekig was, is het nieuwe model rond.

Hier is voor gekozen omdat in het bestaande model een impliciete rangschikking van competenties zat, die we in de mediasamenleving van 2020 niet meer vonden passen. Eerst begrijpen, dan gebruiken, dan participeren, dan reflecteren en vervolgens doelen bereiken, van links naar rechts: zo lineair werkte mediawijsheid in 2012 waarschijnlijk al niet, maar in 2021 zeker niet meer. Ook het mooie competentiemodel van onze collega's van Mediawijs, het Vlaams Kenniscentrum Mediawijsheid, heeft ons geïnspireerd een ronde vorm te kiezen, net als de ronde variant op het competentiemodel uit 2012 van het Practoraat Mediawijsheid. In het nieuwe, ronde model zijn de competenties organisch met elkaar verbonden. Er is dus geen sprake van een hiërarchie of volgorde van de competenties.

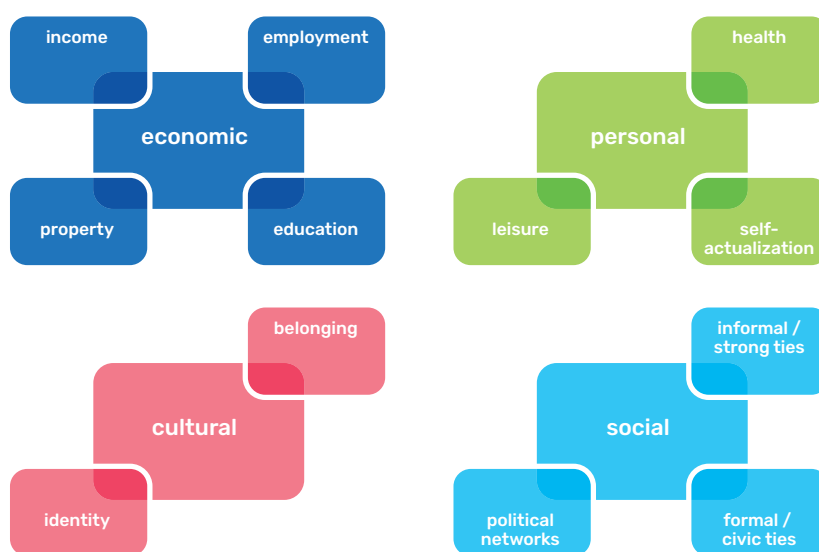


Tien gebieden

In het vernieuwde model zijn de nieuwe programmalijnen van Netwerk Mediawijsheid geïntegreerd. Waar we ons het eerste decennium richtten op kinderen en jongeren, zijn er vanaf 2019 twee nieuwe programmalijnen toegevoegd: de ene gericht op volwassenen, de andere op kwetsbare doelgroepen.

De missie van Netwerk Mediawijsheid is daarom: **Iedereen mediawijs**. De mediawijsheid van jongeren verschilt natuurlijk niet fundamenteel van die van volwassenen of kwetsbare groepen. De competenties zijn daarom ook niet rigoureus veranderd ten opzichte van het model uit 2012.

Wel zijn de contexten voor deze groepen verschillend. Daarom hebben we in het model een buitenring toegevoegd, met daarin tien gebieden van mediagebruik. Deze ring is in de plaats gekomen van de competentie 'Strategie: Doelen realiseren met media' uit het vorige model. Wat deze doelen zijn, hebben we in 2012 niet nader omschreven. Dat doen we nu ook niet, want iedereen heeft andere doelen. Maar we hebben wel inspiratie geput uit het onderzoek van Ellen Helsper en Alexander van Deursen (2015). Zij hebben twaalf gebieden vastgesteld waarbinnen mediagebruik tot tastbare resultaten ('*tangible outcomes*') kan leiden. Helsper en Van Deursen verdelen de twaalf onder in vier categorieën.



Helsper, Van Deursen & Eynon 2015

Deze twaalf gebieden hebben we in het Mediawijsheid Competentiemodel 2021 teruggebracht tot tien. Om pragmatische redenen hebben we *Formal/Civic Ties* en *Political networks* samengevoegd tot **maatschappelijke relaties**, en *Income* en *Property* samengevat onder **geld**. In het document [Toelichting Mediawijsheid Competentiemodel 2021](#) hebben we de tien gebieden nader toegelicht.

Met de toevoeging van de tien gebieden benadrukken we dat mediawijsheid geen abstracte, geïsoleerde aangelegenheid is. Mediawijsheid gaat erom dat je door media gelukkiger wordt, betere vriendschappen krijgt, gezond blijft, een leuke baan vindt, prettig je vrije tijd besteedt en je gehoord en gezien weet. Zoals de Raad voor Cultuur het formuleerde, draait mediawijsheid om het 'kunnen bewegen in een complexe, veranderlijke en fundamenteel gemedialiseerde wereld'. Met de introductie van doelgebieden preciseren we waar die gemedialiseerde wereld uit bestaat.

Doelen realiseren door mediawijs mediagebruik

Tegelijk benadrukken we in het model hoe belangrijk mediawijsheid is om die kansen te benutten. Wie doelen wil realiseren in een van de tien doelgebieden, moet daartoe vrijwel altijd meerdere van de mediawijsheidscompetenties tegelijkertijd, in wisselwerking met elkaar, aanwenden.

Wie zeker wil zijn dat hij of zij de optimale aankoop doet (**geld**), moet voor bepaalde producten andere toepassingen EXPLOREREN dan Bol.com en Marktplaats (bijvoorbeeld eBay, Amazon, Wish of Etsy). Ook moet je informatie kunnen VINDEN en selecteren (bijvoorbeeld beoordelingsites en reviews op YouTube) en moet je media kunnen DOORGRONDEN (bijvoorbeeld om retourvoorwaarden te achterhalen en frauduleuze websites te herkennen). Wie na de zoektocht niet bedolven wil worden onder advertenties voor het gezochte product (REFLECTEREN op media), kan bijvoorbeeld besluiten te browsen via een privacyvriendelijke zoekmachine.

In onderstaande afbeelding is de werking van het competentiemodel geïllustreerd met betrekking tot bovenstaand voorbeeld. De competenties EXPLOREREN, VINDEN, DOORGRONDEN en REFLECTEREN zijn geactiveerd binnen het gebied Geld.



De volledige definitie van mediawijsheid door de Raad voor Cultuur luidt: 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'. De acht mediawijsheidscompetenties maken het begin uit van deze definitie: het geheel van kennis, vaardigheden en mentaliteit.

Netwerk Mediawijsheid heeft de definitie van mediawijsheid door de Raad voor Cultuur vereenvoudigd tot: het vermogen om je bewust, kritisch en actief te bewegen in de mediasamenleving. Met deze vereenvoudiging beogen we – met minimaal betekenisverlies van de oorspronkelijke definitie – het begrip mediawijsheid voor iedereen zo helder mogelijk te maken.

Twee nieuwe competenties

Zes van de acht competenties van het nieuwe model zaten al in het model uit 2012.

De drie competenties uit de competentiegroep **BEGRIJPEN** zijn samengevoegd in de competentie **DOORGRONDEN**. De twee competenties uit de competentiegroep **GEBRUIKEN** zijn samengevoegd in de competentie **BEDIENEN**. **PARTICIPEREN IN SOCIALE NETWERKEN** is **VERBINDEN** geworden.

De competenties **VINDEN**, **CREËREN** en **REFLECTEREN** zijn zonder naamswijziging overgenomen.

Twee competenties zijn nieuw in het Mediawijsheid Competentiemodel 2021. De eerste is **EXPLOREREN**. Voor het opnemen van deze competentie zijn we geïnspireerd door modellen voor mediawijsheid uit de Verenigde Staten. Julie Coiro en Renee Hobbs (University of Rhode Island Media Education Lab) hebben in hun model de competentie Wonder & Discover opgenomen. Henri Jenkins c.s. (Annenberg School for Communication and Journalism) noemen in hun competentielijst de competentie Play ('het vermogen om probleemoplossend met digitale omgevingen te experimenteren').

De tweede nieuwkomer is **DISCUSSIËREN**. Deze competentie hebben we overgenomen van Coiro & Hobbs, maar is ook terug te vinden bij Jenkins en anderen. Het gaat er bij deze competentie om het eigen mediagebruik, dat van anderen, en de richting van de mediasamenleving als geheel, in een open dialoog met anderen kritisch en constructief te bespreken. We hebben deze competentie opgenomen om te benadrukken dat mediawijsheid geen vastomlijnd eindpunt heeft waar iedereen moet uitkomen. Wat mediawijs is, en wat niet, dienen we samen uit te zoeken. Tussen individuen in onderlinge dialoog en als samenleving in maatschappelijke dialoog.

Totstandkoming van het model

Mediawijsheid explicieter koppelen aan de tastbare voordelen die mensen kunnen ervaren van hun mediagebruik, was een langgekoesterde wens van voormalig lid van de Programmaraad van Netwerk Mediawijsheid, Bert Mulder. Zelf hanteerde hij een indeling in vijf gebieden: Samen & wonen, Gezond & wel, Leren & ontwikkelen, Werk & geld en Inspiratie. Met Mulders ideeën als startpunt is in juni 2019 een expertsessie belegd, waaruit een werkgroep is voortgekomen met Paulo Moekotte, René Glas, Alexander van Deursen, Henriette Kievit en Mary Berkhout-Nio.

De werkgroep heeft eerste ideeën verkend en een briefing opgesteld. Op basis daarvan is een definitief model ontwikkeld door Daniël Lechner, senior consultant van Netwerk Mediawijsheid. Het visuele design is gecreëerd door Ton de Vries van Gotogrow. De Wetenschappelijke Raad van Netwerk Mediawijsheid had bij de ontwikkeling van het model een adviserende rol. Daarnaast zijn diverse experts en mediacoaches gevraagd mee te denken over het model. De uiteindelijke versie is geaccordeerd door het programmeerteam en de leden van de kerngroep van Netwerk Mediawijsheid.



**Netwerk
Mediawijsheid**

info@mediawijzer.net
www.mediawijzer.net
www.mediawijsheid.nl

Januari 2021





Netwerk
Mediawijsheid

