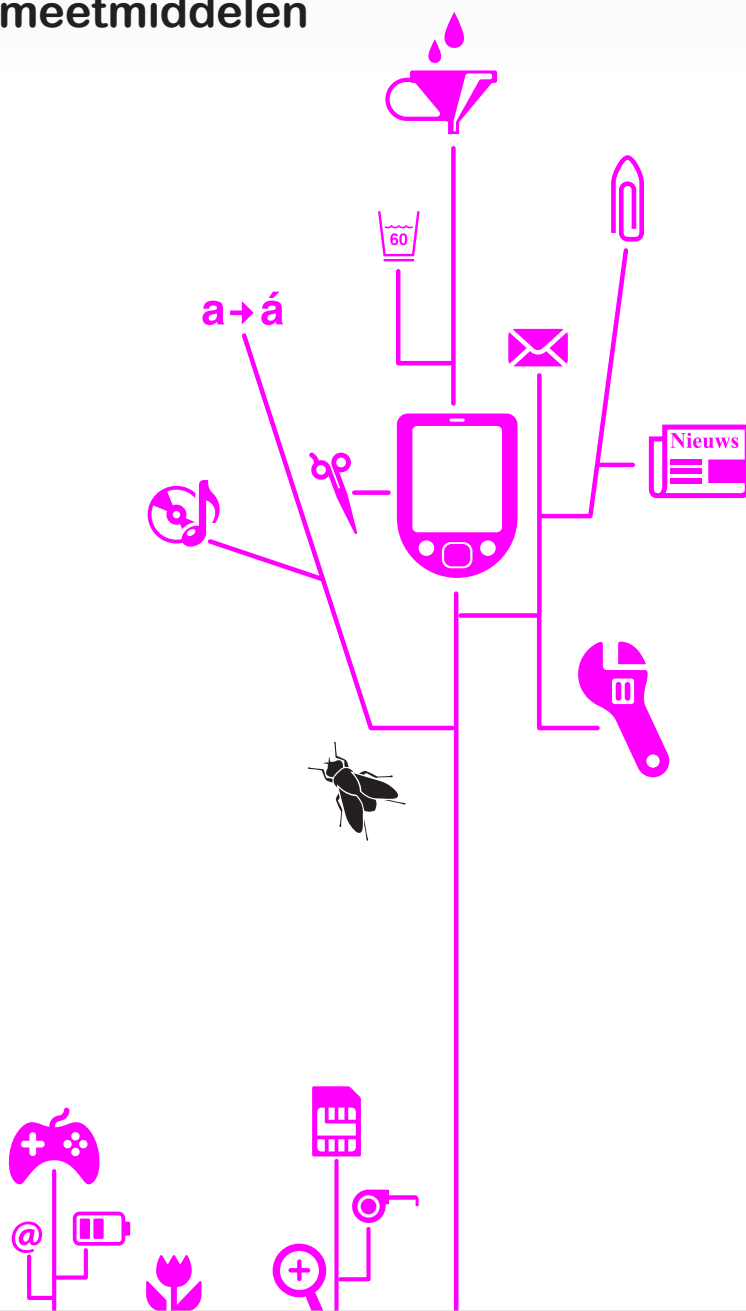
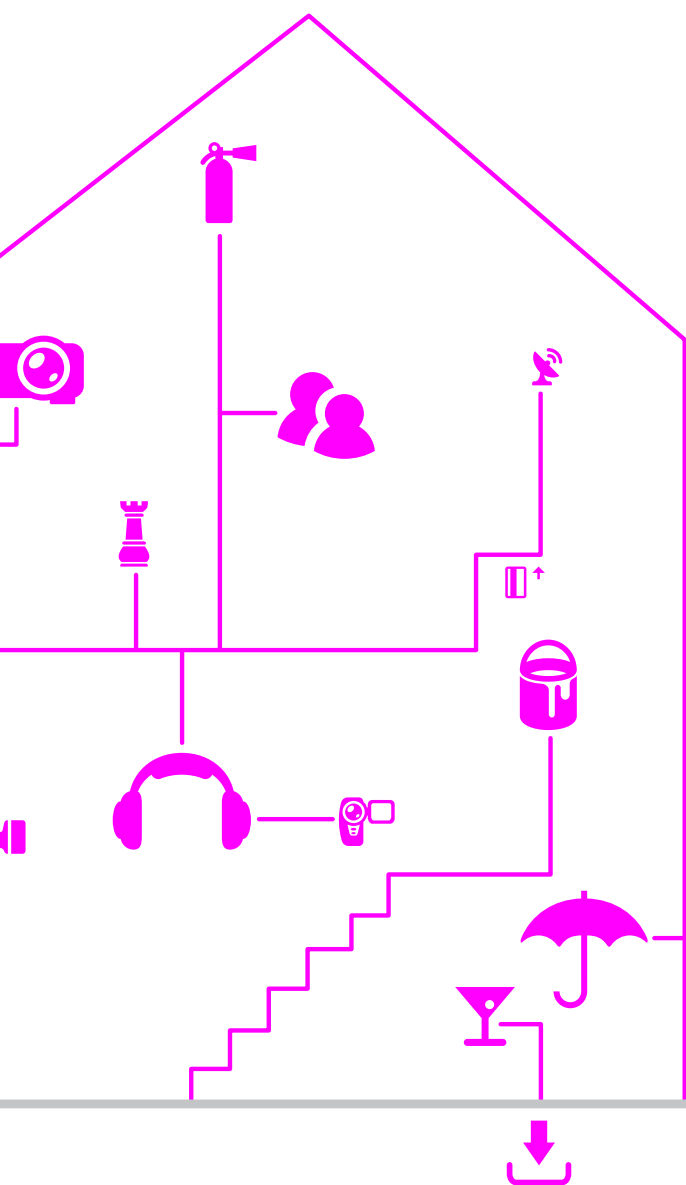


# Samenvatting

# Meten van mediawijsheid



Een studie naar een raamwerk, meetmiddelen en toepassing hiervan.



## Aanleiding

Mediawijsheid is volop in ontwikkeling. Het aantal organisaties dat zich bezighoudt met het thema mediawijsheid en dat is aangesloten bij het landelijke netwerk Mediawijzer.net, groeit nog steeds. Er wordt enthousiast gewerkt aan een breed aanbod van activiteiten om burgers, instellingen maar ook de overheid veiliger, bewuster, kritischer en actiever met media om te laten gaan.

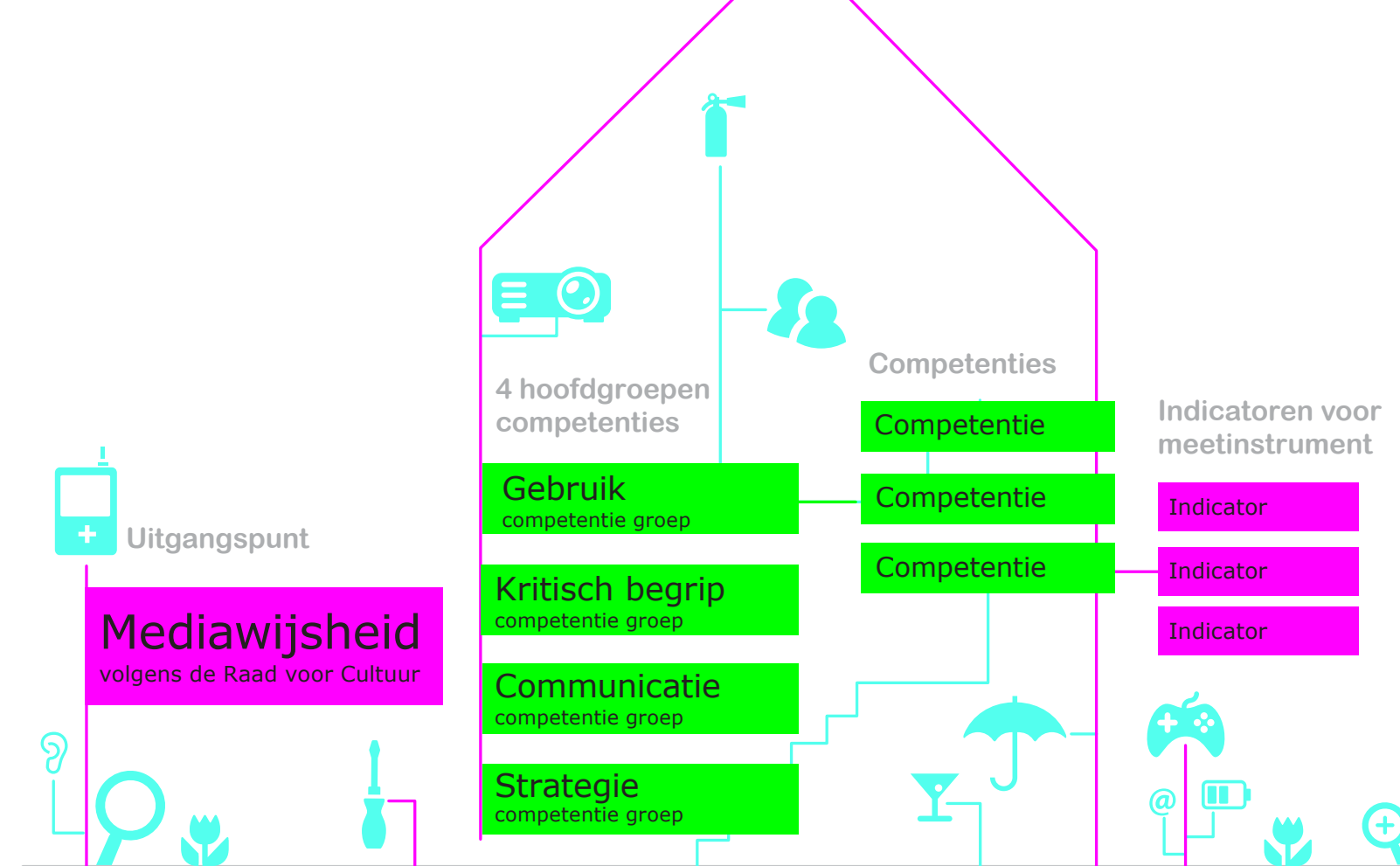
Binnen het kader van de 'Regeling Mediawijsheid Expertisecentrum 2010' hebben zes organisaties gezamenlijk het initiatief genomen een instrument te ontwikkelen waarmee mediawijsheid kan worden gemeten. Dit initiatief sloot aan bij het door Mediawijzer.net gedefinieerde hiaat: 'Het opstellen van een praktische, operationele definitie van mediawijsheid zodat deze valideerbaar en objectief meetbaar wordt bij de primaire doelgroepen.' Immers, om burgers mediawijs te kunnen maken, is het noodzakelijk om te onderzoeken wat mediawijsheid precies is én om te weten hoe mediawijs burgers nu zijn.

In het rapport wordt een eerste aanzet gegeven voor de operationalisatie van de definitie van mediawijsheid in competenties en indicatoren en wordt het opgezette raamwerk getoetst aan de hand van twee pilots.

## Onderzoeksvragen

Mediawijsheid is een zeer breed begrip dat allerlei verschillende facetten behelst: van het lezen van kranten en veilig online kunnen corresponderen tot het zelf maken en uploaden van filmpjes. Om het begrip mediawijsheid nader te definiëren en uit te werken in meetbare eenheden, is getracht een antwoord te geven op de volgende vragen:

- Hoe is mediawijsheid gedefinieerd en uit welke elementen bestaat deze definitie?
- Welke praktisch meetbare competenties moet een burger beheersen om mediawijs te zijn en welke indicatoren zijn hierop van toepassing?
- Hoe kan (een deelaspect van) mediawijsheid worden gemeten bij specifieke doelgroepen?
- Pilot 1: Hoe meet je kritische begripscompetenties die nodig zijn om mediagebruik (met beelden) voor een overtuigingsdoel (nl. reclame) te herkennen onder jongeren in de onderbouw van het voortgezet onderwijs?
- Pilot 2: Hoe meet je in hoeverre jongeren met een licht verstandelijke beperking gebruik maken van diensten op het internet en hoe ze daarbij omgaan met de veiligheidsrisico's?



## Vier competentiegroepen

Om (het niveau van) mediawijsheid van iemand te kunnen meten, moet in kaart gebracht worden welke competenties hij/zij moet beheersen binnen de specifieke context van mediagebruik. Het type competentie heeft gevolgen voor het gewenste meetinstrument, waardoor in veel gevallen een combinatie van meetmethodes noodzakelijk is. Welke competenties nodig zijn voor mediawijs handelen, is afhankelijk van de functie waarvoor de media gebruikt worden, maar ook voor de positie die de gebruiker inneemt: consument of producent of een combinatie van beiden.

### Mediawijsheid is opgedeeld in vier competentiegroepen:

**Gebruik:** technisch gebruik en het bedienen van media(-apparatuur).

**Kritisch begrip:** het kritisch analyseren en evalueren van media-inhoud en het eigen mediagedrag (inclusief het zelf maken van media-inhoud en inzicht in de consequenties hiervan) en het begrijpen van de rol van media als instituut in de samenleving en het eigen leven.

**Communicatie:** actief, creatief en sociaal mediagebruik.

**Strategie:** keuzes op hoofdlijnen in het mediagebruik, begrijpen welk medium voor welke functie het meest geschikt is, zelfkennis.

De competentiegroepen zijn breed en zo veel mogelijk medium- en doelgroefonafhankelijk geformuleerd. De brede definitie van de Raad voor Cultuur heeft immers betrekking op al het mediagebruik in de samenleving door alle burgers. Dit betekent dat bij mediawijsheid sprake is van een grote diversiteit in functies van mediagebruik valt alsmede een grote diversiteit in gebruikers van media, die ook nog verschillende posities kunnen innemen (van consument tot maker). Elke context waarin media gebruikt worden, vraagt om specifieke competenties die relevant zijn voor die situatie.

## Twee pilots

Het was uiteraard niet mogelijk om binnen de gestelde termijn voor alle verschillende doelgroepen, posities van gebruikers en functies van de media één meetinstrument te ontwikkelen, waarmee het niveau van mediawijsheid gemeten kan worden. Zo vergt het onderzoeken van het effect van taalvaardigheid op het spelen van strategische games een hele andere onderzoeksmethodologie dan voor het meten van de relatie tussen het lezen van kranten en kennis over de democratische rechtsstaat. En dan moet ook nog rekening worden gehouden met verschillen in leeftijd, opleidingsniveau, sociale klasse, etc.

Wel is het mogelijk om meetinstrumenten te maken voor deelgebieden van mediawijsheid, die betrekking hebben op één specifieke functie van de media, één specifieke mediavorm en één specifieke doelgroep. Een meetinstrument is immers doelgroep- en deelgebiedafhankelijk. Uit de selectie van een deelgebied en daarbij horende doelgroep volgt welke competenties gemeten moeten worden en hoe dit succesvol bij de desbetreffende doelgroep gedaan kan worden.

Daarom is in overleg met Mediawijzer.net gekozen voor een duidelijke afbakening: het raamwerk is getest in twee pilotstudies: één gericht op de interpretatie van (reclame)beelden voor jongeren in de onderbouw van het voortgezet onderwijs en de tweede gericht op online communicatie door jongeren met een licht verstandelijke beperking.

## Conclusies

Tijdens de uitvoering van de beide pilots bleek dat meerdere stappen genomen moeten worden die doelgroep-, medium-, functie- en inhoudspecifiek zijn, om van die breed geformuleerde competentieclusters naar meetbare eenheden (indicatoren) te komen. Elk meetinstrument voor me-

diawijsheid is daarom niet alleen doelgroepspecifiek, maar ook medium-, functie- en inhoudspecifiek.

De onderverdeling in de vier competentieclusters van gebruik, communicatie, kritisch begrip en strategie bleek een even wenselijke als werkbare onderverdeling.

De stap van competentie naar indicator voor de specifieke doelgroepen van de pilots heeft evenwel inzichtelijk gemaakt, dat het formuleren van indicatoren op basis van het raamwerk alleen mogelijk is als uitgebreide kennis over de doelgroep voorhanden is.

Tevens werd duidelijk dat per competentie meer indicatoren nodig zijn dan in een eerdere fase waren benoemd. Op basis van de bevindingen van de pilots zijn indicatoren in het rapport dan ook opnieuw gedefinieerd. Deze indicatoren zorgen samen voor inzicht in de mate waarin een competentie beheerst wordt. Daarbij is het nodig om helder te definiëren om welke kennis, vaardigheden en attitude het gaat binnen het te meten deelaspect van mediawijsheid.

Een andere uitkomst is dat het eenvoudiger lijkt om een vaardigheid te benoemen dan de kennis te specificeren die voorwaardelijk is voor die vaardigheid. Zo is evident dat voor het interpreteren van beelden ook noodzakelijk is dat iemand de betekenis die hij eraan geeft, of het gevoel dat die beelden oproepen, in woorden kan uitdrukken. Een aanbeveling die uit het onderzoek voortvloeit is dan ook om bij het meten van mediawijsheid niet uitsluitend de mediawijsheidcompetenties zelf te onderzoeken, maar ook randvoorwaardelijke factoren als leeftijd, opleiding, taalvaardigheid, etc.

De pilot rond jongeren met een licht verstandelijke beperking maakt eveneens duidelijk, dat er voor het meten van vaardigheden een ander meetinstrument nodig is dan voor het meten van kennis met betrekking tot mediawijsheid. Bij deze doelgroep was er een duidelijke discrepantie tussen de antwoorden die ze gaven op vragen en de handelingen die ze uitvoerden bij de vaardigheidstoets.

De relatie tussen competenties die beheerst worden en de toepassing hiervan bij de omgang met media zou voor beide doelgroepen nader onderzocht moeten worden.

Ten slotte bleek dat de omstandigheden waarin het meetinstrument werd afgenomen van invloed zijn op de antwoorden van jongeren met een licht verstandelijke beperking. Aannemelijk is ook dat leerlingen van het vak Moderne Media door de schoolse setting van de enquête een directe link hebben gelegd met kennis die hen is aangeleerd in het specifieke vak.

## Toepassing raamwerk voor het meten van mediawijsheid

Bij de ontwikkeling van een gevalideerde en betrouwbare testset voor het meten van een deelaspect van mediawijsheid onder een specifieke doelgroep zijn de volgende punten van cruciaal belang:

- Kennis van de doelgroep t.o.v. haar mediagedrag en -gebruik.
- Heldere definiëring van het deelaspect van mediawijsheid dat centraal staat in de testset (niet alleen met betrekking tot de functie en inhoud van de gekozen media, maar ook met betrekking tot de benodigde kennis, vaardigheden en attitude).
- Diversiteit in meetmethodes om zowel kennis en vaardigheden als mentaliteit te meten.
- Realistische hypothese gekoppeld aan doelgroep, deelaspect van mediawijsheid en meetmethode.
- Het raamwerk gebruiken als hulpmiddel om te kunnen structureren welke aspecten van mediawijsheid worden gemeten.

Doordat de indicatoren doelgroep-, medium-, functie- en inhoudspecifiek zijn, zal dit document steeds verder aangevuld kunnen worden met indicatoren voor andere doelgroepen en andere deelgebieden van mediawijsheid. Dit rapport is dan ook een groeidocument. Wenselijk is om het rapport aan te vullen met indicatoren voor verschillende doelgroepen: van kinderen tot senioren, maar ook van intensieve mediagebruikers tot digibeten.

## Tot slot

Het volledige rapport is te raadplegen via:  
[www.mediawijzer.net/helderheid](http://www.mediawijzer.net/helderheid)

Met het opleveren van het rapport is ook het werk van de projectgroep afgerond. Wel blijven de auteurs beschikbaar om een nadere toelichting te geven. Heeft u vragen over de inhoudelijke opzet van het raamwerk, de uitkomsten van de pilots en de conclusies en aanbevelingen?

Neem dan contact op met:

### **Florine Wiebenga**

projectmanager van de projectgroep Het Meten van Mediawijsheid  
[florinewiebenga@eyefilm.nl](mailto:florinewiebenga@eyefilm.nl)

Voor vragen over het vervolg op het rapport, neem contact op met:

### **Mary Berkhout**

Programmamanager Mediawijzer.net  
[mary.berkhout@mediawijzer.net](mailto:mary.berkhout@mediawijzer.net)

