

1-6-2021

Beleidsplan mediawijsheid

*Media-sterk aan het werk
op Forta*



Inhoudsopgave

H1: Inleiding	2
H2: Mediawijsheid	4
2.1 Mediawijsheid	4
2.2 Media-empowerment	5
2.3 Media en Sociale media	6
2.4 Doelgroep en (sociale) media	7
H3: Huidige situatie Mediawijsheid Forta	9
3.1 Rooster en lessen	9
3.2 Dagstart	9
3.3 Studieblok/vakworkshops	9
3.4 Keuzewerktijd (KWT)	9
3.5 Workshops	10
3.5.1 De onderbouw	10
3.5.2 De bovenbouw	11
3.5.3 Workshop Wensen en Grenzen in Relaties op Forta	11
3.6 Onze visie op het aanbod mediawijsheid van de school	12
H4: Doelstellingen	14
4.1 Doelgroep	14
H5: Plan van aanpak	15
H5.1 Uitgevoerde acties tijdens de opleiding (maart tot juni 2021)	15
H5.2 Korte termijn acties	16
H5.3 Lange termijn acties	17
H6: Evaluatie	18
7.1 Mentorlessen	18
7.2 Workshops	18
7.3 Studieblok	18
H7: Bijlagen	19
Bijlage 1: Resultaten vragen collega's	19
Bijlage 2: Social Mediacode	22
Bijlage 3: Bronvermelding	23

H1: Inleiding

Als werknemers van Forta met leerlingen tussen de twaalf en achttien jaar met een licht verstandelijke beperking (LVB) hebben wij de belangrijke taak om leerlingen sterk en zo zelfstandig mogelijk uit te laten stromen naar arbeid. 'Sterk aan het werk' is een zin die past bij de missie van onze school.

We richten ons ook op leerlingen die, om tot leren te komen, (nog) behoefte hebben aan kleinschaligheid en maatwerk. Voor veel leerlingen zijn wij eindonderwijs. Onze missie is leerlingen voor te bereiden op een zo volledige mogelijke deelname aan de maatschappij. Het onderwijs is daarom gegroepeerd rondom de leergebieden burgerschap, wonen, werken en vrije tijd. Het ontwikkelen van zelfvertrouwen en sociale vaardigheden zijn belangrijke doelen in ons onderwijs. *(Bron: schoolplan Forta)*

Om deze missie te doen slagen is het belangrijk dat wij de leerlingen vaardigheden en kennis meegeven die zij nodig hebben om deel te nemen aan de altijd veranderende samenleving.

Media zijn een onmisbaar onderdeel geworden in onze maatschappij. Bijna al onze leerlingen zijn dagelijks in contact met verschillende media, waardoor wij het belang en de noodzaak ervan inzien om media onder de aandacht te brengen in ons onderwijs.

In het schoolplan 2020-2024 van Forta is mediawijsheid ingevoerd als onderdeel van het curriculum. Het doel is om lessen aan te bieden die aansluiten bij de belevingswereld van de leerlingen, waarbij de leerlingen zelfredzaam en sterk worden in het gebruik van media. Om dit te realiseren heeft het managementteam (MT) ons gevraagd om de opleiding Nationaal MediaCoach bij De Nationale Academie voor Media & Maatschappij te gaan doen.

De Nationale Academie voor Media & Maatschappij heeft als doel de mediawijsheid van jeugd, ouders en hun opvoedprofessionals actief te verbeteren. De academie biedt deskundigheidsbevordering voor een brede doelgroep van (opvoed)professionals die dagelijks met jeugd in contact staat. Een opleiding die zij onder andere aanbieden is de opleiding tot Nationale MediaCoach.

Een Nationale MediaCoach heeft professionele kennis over mediawijsheid, digitale geletterdheid en mediaempowerment en is gespecialiseerd in het begeleiden bij mediawijsheid. Hij/zij biedt begeleiding en inspiratie bij mediaonderwijs en/of mediaopvoeding en draagt zorg voor de continuïteit en ontwikkeling van dit mediaonderwijs. Het is de MediaCoach die binnen de eigen organisatie op professionele wijze vormgeeft aan digitale geletterdheid, mediawijsheid en media-empowerment. De opleiding sluit goed aan bij de wens van het MT om onze leerlingen mediawijs te maken en hen hierbij te begeleiden.

Een onderdeel van de opleiding is het schrijven van een beleidsplan. Het thema voor ons beleidsplan is mediawijsheid. In het beleidsplan wordt beschreven hoe wij ervoor willen zorgen om op korte en op lange termijn onze leerlingen mediawijs deel te laten nemen aan de altijd veranderende samenleving.

H2: Mediawijsheid

2.1 Mediawijsheid

Mediawijsheid is het geheel van kennis, vaardigheden en mentaliteit waarmee burgers zich bewust, kritisch, veilig en actief kunnen bewegen in een complexe, veranderlijke en fundamenteel gemedialiseerde samenleving. *(Bron: Raad van Cultuur 2005)*

Op afbeelding 1 is het mediawijsheid competentiemodel 2021 te zien. Aan de hand daarvan lichten wij mediawijsheid verder toe:

Media speelt constant een rol in bijna ieders leven.

In het midden worden verschillende activiteiten laten zien die plaats vinden in mediasamenleving van nu. Je ziet mensen die zich vermaken, sporten, naar school gaan, naar werk gaan, hun hobby uitoefenen, vriendschappen sluiten, verliefd worden enzovoort. Media speelt bij veel van deze activiteiten een rol.



Afbeelding 1 Mediawijsheid competentiemodel 2021

In de binnenring van afbeelding 1 is te zien welke vaardigheden, kennis en mentaliteit elke burger nodig heeft om mediawijs te zijn. De volgende competenties komen aanbod: bedienen, exploreren, vinden, creëren, verbinden, discussiëren, doorgronden en reflecteren.

In de buitenring van afbeelding 1 zijn de tien gebieden te zien waarbinnen individuen concrete doelen kunnen behalen door hun mediagebruik. Bij mediawijsheid gaat het erom dat je door media gelukkiger wordt, betere vriendschappen krijgt, gezond blijft, een leuke baan vindt, prettig je vrije tijd besteedt, je gehoord en gezien weet, etc.

(Bron: www.mediawijzer.net)

Al met al kan je zeggen dat mediawijsheid een grote rol speelt in onze samenleving.

2.2 Media-empowerment

Naast het zijn van mediawijs, is het ook van belang dat kinderen leren hoe zij meer controle kunnen krijgen over de invloed die media heeft op hun gevoelens, gedachtes en gedrag.

Drs. Esther Rozendaal, universitair docent aan de Radboud Universiteit heeft in samenwerking de Nationale Academie voor media & Maatschappij Media-empowerment ontwikkeld.

Media empowerment gaat uit van een aanpak die kinderen meer controle geeft over de invloed die media heeft op hun gevoelens, gedachten en gedrag. Binnen deze aanpak staat de autonomie van kinderen centraal. Het gaat erom dat zij leren vanuit hun eigen kracht na te denken, keuzes te maken en zelf de regie over hun mediagedrag te voeren.

De volgende kernkwaliteiten staan bij media-empowerment centraal:

K (Kennis)	Cognitieve aspecten	'Ik weet' : o.a. begrijpen wat media zijn en door wie het gemaakt wordt en begrijpen dat media de werkelijkheid kunnen kleuren. Begrijpen hoe je media-apparatuur en toepassingen kan gebruiken en in kan zetten om bepaalde doelen te bereiken. Begrijpen hoe je zelf media-content kan creëren.
E (Emotie)	Emotionele aspecten	'Ik voel' : kunnen voelen en benoemen wat media met je doen.
M (Motivatie)	Motivatie en zelfovertuiging	'Ik wil' : Intrinsiek gemotiveerd zijn om actief en bewust met media om te gaan.
S (Strategie)	Strategie en gedrag	'Ik doe' : het zelfvertrouwen hebben en in staat zijn om actief en bewust met media om te gaan.

Media Empowerment model



AFBEELDING 2 MEDIA EMPOWERMENT MODEL. BRON: *NOMC*

2.3 Media en Sociale media

Al verschillende keren hebben we de term 'media' gebruikt. Wat wordt hier eigenlijk mee bedoeld?

Media (meervoud van medium) zijn alle communicatiemiddelen die nieuws overbrengen aan het grote publiek. Zonder de media zou de mens niet weten wat er gaande was in de wereld. Wanneer er iets belangrijks gebeurt verspreidt dat nieuws zich snel door middel van media. Als we het hebben over 'de media' dan spreken we met name over kranten, televisie, radio en internet. We noemen ze ook wel de massamedia. *(Bron: www.wikikids.nl)*

Sociale Media worden ook wel sociale netwerken genoemd. Het zijn media waarbij mensen met elkaar in verbinding staan, bijvoorbeeld door online 'vrienden' met elkaar te worden. *(Bron: www.mediawijsheid.nl)*

Sociale media is dus een verzamelnaam voor alle internettoepassingen waarmee het mogelijk is om informatie met elkaar te delen op een gebruiksvriendelijke en vaak leuke wijze. Het betreft niet alleen informatie in de vorm van tekst (nieuws, artikelen). Ook geluid (podcasts, muziek) en beeld (fotografie, video) worden gedeeld via sociale media. De kern van sociale media is delen, delen en nog eens delen. Daarna pas ontvangen. Deze media stellen je in staat om te socialiseren met andere gebruikers.

Voorbeelden van sociale media zijn o.a.: Pinterest, TikTok, Instagram, Facebook, WhatsApp, Snapchat, YouTube etc.

(Bron: dossier studie NOMC)

De enorme aantrekkingskracht van sociale media op jongeren kan worden verklaard door de combinatie van hun sociaal-emotionele ontwikkeling en de zeven affordances van sociale media:

AFFORDANCE	BESCHRIJVING
Asynchroniciteit	De mogelijkheid om te communiceren wanneer het de gebruiker uitkomt, in realtime (synchroon) of uitgesteld (asynchroon).
Anonimiteit	De mate waarin de gebruiker de communicatie als anoniem ervaart.
Toegankelijkheid	Het gemak waarmee informatie opgezocht en contacten gelegd of onderhouden worden.
Bereikbaarheid	De gebruiker kan wel of niet altijd online zijn, kan alerts op zijn smartphone aan- of uitzetten.
Zichtbaarheid	De grootte van het publiek dat getuige kan zijn van de communicatie.
Verspreidbaarheid	Het gemak waarmee inhoud gedupliceerd en verspreid kan worden.
Permanentie	De mate waarin de gebruiker de communicatie als verwijderbaar ervaart.

Sinds de opkomst van het web is het gangbaar dat ze vaardigheden oefenen met behulp van sociale media. Eén op de drie jongeren praat liever via sociale media dan face to face over zaken als verliefdheid, seksualiteit en dingen waar ze zich voor schamen. De affordances geven jongeren het idee dat ze zelf kunnen bepalen met wie, hoe en wanneer ze communiceren en of ze wel of niet hun identiteit bekend maken. En dat zorgt er dan weer voor dat ze zich op sociale media veiliger en zelfverzekerder voelen dan in offline situaties. *(Bron: Schermgaande Jeugd – Patti Valkenburg, Hoofdstuk 13)*

Door deze opkomst is het belangrijk om leerlingen tools te geven om zich in deze nieuwe mediawereld te redden en ze mediawijs te maken. Op deze manier zien en ervaren leerlingen de voordelen van media. Daarnaast behoedt je ze voor eventuele gevaren.

2.4 Doelgroep en (sociale) media

Kinderen en jongeren zijn steeds jonger online via (spel)computers, tablets en mobiele telefoons. Daarnaast wordt het steeds moeilijker om te weten wat zij online doen en om hen daarin te begeleiden. Het betekent dat de jeugd steeds jonger zelfstandig beslissingen moet nemen over bijvoorbeeld het plaatsen van berichten of foto's, hun eigen gedrag online, maar ook hoe zij reageren wanneer de media hun emoties aanspreken. Het is daarom van belang dat de jeugd niet alleen mediakennis krijgt aangeboden, maar dat zij ook inzicht krijgen in het vaak subtiele beroep dat media doet op hun gevoelsleven. Daarnaast is het nodig om de jeugd te stimuleren zelf na te denken over hun motivatie en mogelijke strategie om slim met media om te gaan. Dat maakt hen krachtig in hun online wereld. Ze moeten het zelf doen! *(Bron: dossier studie NOMC)*

Leerlingen zijn minder digitaal vaardig dan zij denken, zo blijkt uit de *Monitor Jeugd & Media*. Ze beoordelen hun digitale vaardigheden meestal als goed, maar in de praktijk blijkt hun niveau een stuk lager te liggen. De oorzaak voor de verschillen in vaardigheden ligt

volgens *De Monitor* aan het feit dat leerlingen hun digitale vaardigheden vooral in hun vrije tijd ontwikkelen, daarbij geholpen door hun ouders.

(Bron: Iedereen Aan De Robot – Marcel Bullinga)

Het is in het bijzonder belangrijk om oog te hebben voor kwetsbare leerlingen.

Jongeren met een Licht Verstandelijke Beperking (LVB) zijn niet alleen vaker *slachtoffer* van allerlei zaken die mis kunnen gaan via het internet, maar ze zijn ook vaker *dader*. De groep is groot: naar schatting tussen de 300.000 en 650.000 jongeren. Crimineel gedrag komt eerder voor bij een gebrekkige gewetensontwikkeling, verminderd besef van normen en waarden, een beperkte impulscontrole en het minder goed kunnen verwerken van sociale informatie.

Het is begrijpelijk dat deze groep minder digitaal geletterd is, maar een te laag niveau kan problematisch worden, zeker wanneer leerlingen te weinig begeleiding en zorg krijgen.

Kinderen met een laag IQ hebben in veel gevallen ook ouders die minder goed in staat zijn mediawijs op te voeden. Uit onderzoek blijkt dat bijna alle (!) tieners met een licht verstandelijke beperking in problemen komen op internet:

- Jongeren met een LVB zijn vaker slachtoffer van seksueel misbruik via internet dan jongeren zonder deze beperkingen.
- Jongeren met een LVB zijn vaker slachtoffer en dader van digitaal pesten
- Jongeren met een LVB trappen vaker in commerciële misleiding en oplichting

(Bron: www.kennisnet.nl; Bureau Jeugd & Media –Online kwetsbaarheid van jongeren met LVB)

H3: Huidige situatie Mediawijsheid Forta

3.1 Rooster en lessen

Voor een leerling van de Kennemer Praktijkschool ziet een dag er vaak als volgt uit:

- 1^e uur (8.30 uur – 9.00 uur): De dagstart
- 2^e uur (9.00 uur – 10.10 uur): Studieblok/vakworkshops
- pauze-
- 3^e en 4^e uur (10.25 uur – 12.05 uur): Keuzewerktijd (KWT)
-pauze-
- 5^e en 6^e uur (12.25 uur – 14.05 uur):Workshops.

Hieronder wordt beschreven hoe mediawijsheid op dit moment een rol speelt in het rooster van de leerlingen.

3.2 Dagstart

De dagstart is bedoeld om te checken hoe het met alle leerlingen gaat, maar ook om actuele onderwerpen met elkaar te bespreken. De mentor kijkt samen met de leerling terug op de vorige dag en vooruit door een planning te maken voor een nieuwe dag. Wij noemen het ook wel 'even kletsen' met elkaar. Regelmatig komt media als onderwerp naar voren. Het gesprek vindt plaats als leerlingen zelf met het onderwerp komen, of als de docent het onderwerp bespreekbaar wil maken. Hier zit geen vaste structuur in.

3.3 Studieblok/vakworkshops

Het 2^e lesuur is het studieblok voor leerjaar 1 en leerjaar 2. De bovenbouw heeft dan een vakworkshop. Het studieblok en de vakworkshop vinden altijd plaats in de mentorklas onder begeleiding van de eigen mentor. De onderbouwleerlingen volgen studieblok, waarbij ze aan rekenen en Nederlands werken. De bovenbouwleerlingen gaan aan de slag met het praktijkvak dat zij hebben gekozen, waarbij ze aan hun praktische vaardigheden werken. In het studieblok/vakworkshop komt mediawijsheid niet voor.

3.4 Keuzewerktijd (KWT)

Tijdens KWT volgen alle leerlingen hun zelfgekozen vak. Ze kiezen deze vakken n.a.v. de doelen die ze willen behalen binnen een bepaalde periode (6-8 weken). Deze doelen hebben de leerlingen vooraf besproken met hun mentor en ouders. Dit kunnen praktijkvakken, theorievakken en/of creatieve vakken zijn. Alle leerjaren zitten deze lesuren

door elkaar en elke leerling is met een eigen onderwerp bezig op zijn/haar eigen niveau. Het is onderwijs op maat. Er worden geen klassikale lessen gegeven. De docent die de lessen begeleidt is coachend.

Tijdens het KWT-vak ICT wordt er aandacht besteed aan mediawijsheid. De docent begint de les met een onderwerp over mediawijsheid. Dit wordt klassikaal besproken. Dit kan van alles zijn: 'Hoe verdienen YouTubers geld?', 'Hoe kan je je Instagram account beveiligen?', 'Hoe herken je sluikreclame?', enzovoort. Daarna gaan de leerlingen individueel en zelfstandig aan het werk met hun trajecten. Een traject bestaat uit een aantal lessen bij een onderwerp van een vak waarvoor gekozen is. Een vak heeft verschillende trajecten. De leerling kiest aan welk traject van het gekozen vak hij/zij wil werken. De ene leerling is bezig met Word, de andere leerling met PowerPoint en zo zijn er nog veel andere trajecten. Er zijn op dit moment nog geen trajecten die betrekking hebben op mediawijsheid.

3.5 Workshops

Zowel onderbouw- als bovenbouwleerlingen volgen drie keer in de week een workshop. Dit zijn interactieve lessen die de leerling kiest op basis van een leervraag, afspraken in het individueel ontwikkelingsplan (IOP), of ter inspiratie (creatief/sportief). Tijdens deze workshops worden de leerlingen van de onderbouw en de bovenbouw niet met elkaar gemengd zoals bij de KWT.

3.5.1 De onderbouw

In de eerste periode tot aan de herfstvakantie vinden altijd de verplichte workshops plaats. Dit houdt in dat leerlingen in hun eigen klas verschillende onderwerpen aangeboden krijgen. Deze onderwerpen worden gegeven in twee lessen. Mediawijsheid komt in twee workshops aanbod :

- Workshop 'Mediawijsheid':
Er wordt een aflevering van een programma bekeken waarbij de valkuilen van Social Media op een grappige, maar wel duidelijke manier aanbod komen. Daarnaast worden er tijdens deze workshop stellingen besproken over onderwerpen van mediawijsheid.
- Workshop 'SOVA/Social Media':
Tijdens deze workshop wordt er onder andere besproken hoe je nepnieuws herkent. Verder worden er stellingen besproken die gaan over gevoelens wat betreft Social

Media. Een voorbeeld van een stelling is: 'Hoe voel jij je als je Instagrampost veel likes en reacties krijgen?'.

Na de herfstvakantie volgen de leerlingen vooral praktijkgerichte workshops om zo kennis te maken met de verschillende sectoren op Forta. En om te ontdekken en onderzoeken welke kwaliteiten, talenten en interesses de leerling heeft. De leerlingen mogen zelf kiezen welke workshops zij willen volgen. Deze workshops duren vier keer twee lessen. Mediawijsheid komt niet voor in het aanbod van deze workshops.

3.5.2 De bovenbouw

Ook voor de bovenbouw geldt dat de eerste periode tot de herfstvakantie bestaat uit verplichte workshops. Zij volgen tijdens diezelfde weken één workshop 'mediawijsheid'. Ook zij bekijken dan de aflevering van een programma waarbij de valkuilen van Social Media op een grappige, maar wel duidelijke manier aanbod komen.

Na de herfstvakantie beginnen de vier weken durende workshops. De bovenbouw volgt workshops die aansluiten bij de gebieden burgerschap, wonen, werken en vrije tijd. Deze workshops zijn verplicht, maar de leerlingen bepalen zelf wanneer zij die workshops volgen. Dit kan aan het begin van een periode, maar dit mag ook aan het einde van een periode zijn. De leerling moet alle aangeboden workshops hebben gevolgd binnen de gestelde periode.

'Social Media' is één van de workshops die dit jaar is aangeboden. Bij deze workshop wordt er aan het begin van elke les een inleidend deel aan mediawijsheid besteed. Er wordt bijvoorbeeld besproken wat de voor- en nadelen zijn van de app TikTok. Daarna gaan de leerlingen praktisch aan de slag met de app die besproken is. Naast TikTok komen ook YouTube, Netflix, 9292 en NS app aanbod.

3.5.3 Workshop Wensen en Grenzen in Relaties op Forta

Op Forta bieden we de workshop 'Wensen en Grenzen in Relaties' aan. Deze workshop heeft als doel het vergroten van de weerbaarheid op het gebied van liefdesrelaties, zowel offline als online.

De leerlingen die deze workshop mogen volgen zijn aangemeld door hun mentor of zijn tijdens de aanmelding voor onze school uit het overleg van de Commissie van Onderzoek en Begeleiding (CVOB) naar voren gekomen.

De workshop wordt aangeboden aan maximaal acht meiden van de onderbouw en wordt gegeven door een docent en de schoolmaatschappelijk werker.

Na aanmelding volgt er een intakegesprek met de docent en de schoolmaatschappelijk werker. Tijdens het intakegesprek wordt de aanmelding (het 'waarom') met de leerling besproken. Ook wordt uitgelegd wat de leerling van de training kan verwachten. Samen wordt er al nagedacht over een persoonlijk leerdoel. Een leerling kan daarna beslissen of ze wel of niet de training wil volgen. Het is namelijk belangrijk dat de leerling:

- zich veilig voelt
- anderen een veilig gevoel kan geven
- actief meedoet
- gemotiveerd is om de training te volgen

De training bestaat uit:

Opkomen voor jezelf in een liefdesrelatie

- Wat doe je als je vriendje/vriendinnetje iets van je verwacht wat je eigenlijk niet wil?
- Hoe kun je op een goede en krachtige manier 'nee' zeggen.
- Sexting en Grooming . Wat is dat, hoe kun je het herkennen en hoe ga je hiermee om? Waar kun je terecht voor hulp.
- Loverboys. Hoe gaan ze te werk? Hoe zou je ze kunnen herkennen? Hoe en waar kun je om hulp vragen?

Elk jaar wordt de workshop aangepast aan de actualiteit. Met nieuwe middelen en materialen wordt gezorgd dat de workshop aansluit bij de belevingswereld en het 'nu' van onze leerlingen.

3.6 Onze visie op het aanbod mediawijsheid van de school

Het aanbod in lessen mediawijsheid op Forta is de afgelopen jaren gegroeid. In de huidige situatie komt elk leerjaar in ieder geval één keer per jaar door middel van een workshop in aanraking met het onderwerp 'mediawijsheid'.

Uit onderzoek is gebleken, zoals eerder beschreven in dit plan, dat jongeren met een LVB vaker slachtoffer en dader zijn van internetmisbruik, vaker digitaal gepest worden en sneller in commerciële misleiding en oplichting trappen. Daarnaast hebben veel van onze leerlingen een thuissituatie waarbij ouders niet of nauwelijks bij kunnen dragen aan de ontwikkeling van digitale vaardigheden.

Met deze resultaten in ons achterhoofd en de ervaringen die wij hebben met onze leerlingen, vinden wij dat het aanbod van mediawijsheid op onze school veel te mager is.

Wij zien het een als een noodzaak dat mediawijsheid gedurende het hele schooljaar veel vaker en gestructureerd aangeboden moet worden aan onze leerlingen.

Wij zijn van mening dat, door middel van ons plan, onze leerlingen leren:

- wanneer, hoe en welke vaardigheden ze kunnen inzetten bij het gebruik van media en sociale media in het bijzonder.
- zelfstandig na te denken en verantwoorde keuzes te maken in het gebruik van media en sociale media in het bijzonder.
- balans te creëren tussen de online wereld en de offline wereld

Op deze manier stappen zij mediasterk hun toekomst in!

H4: Doelstellingen

Voor veel leerlingen zijn wij eindonderwijs. Onze missie is leerlingen voor te bereiden op een zo volledige mogelijke deelname aan de maatschappij. Mediawijsheid speelt een grote rol in onze samenleving. Het onderwijs is gegroepeerd rondom de leergebieden burgerschap, wonen, werken en vrije tijd. Het ontwikkelen van zelfvertrouwen en sociale vaardigheden zijn belangrijke doelen in ons onderwijs. Eigenschappen die zij zowel nodig hebben in de offline wereld als in de online wereld. Juist daarom is het zo belangrijk om mediawijsheid in al deze leergebieden terug te laten komen.

Het doel van dit beleidsplan is daarom ook om mediawijsheid op Forta in te bedden in ons onderwijs aan zowel onder- als bovenbouw binnen twee jaar.

Probleemstelling: Hoe kunnen wij in twee jaar mediawijsheid implementeren op Forta?

4.1 Doelgroep

Wie: onze collega's.

Waarom:

- Onze collega's zijn degenen die aandacht besteden aan mediawijsheid tijdens hun lessen en in de gesprekken met de leerlingen.
- Onze collega's hebben de belangrijke taak om binnen ons onderwijs onze leerlingen voor te bereiden op de toekomst en de altijd veranderende samenleving.
- Onze collega's zijn uiteindelijk degenen die, door aandacht te besteden aan mediawijsheid, ervoor kunnen zorgen dat onze leerlingen media-sterk de Kennemer Praktijkschool verlaten.

Het is daarom is een voorwaarde dat onze collega's:

- ervaren en inzien dat de waarde en nut mediawijsheid van groot belang is voor onze leerlingen.
- ons beleidsplan 'Mediawijsheid' ondersteunen.
- kennis over mediawijsheid opdoen.

H5: Plan van aanpak

Zoals eerder beschreven, is het doel van dit beleidsplan het implementeren van mediawijsheid in ons onderwijs binnen twee jaar. Om dit doel te bereiken hebben we korte- en lange termijn acties beschreven in de vorm van een planning. We hebben deze planning in 3 onderdelen verdeeld: de acties die al zijn uitgevoerd, de acties die wij op korte termijn willen uitvoeren en de acties die wij op lange termijn willen uitvoeren.

Door al deze acties uit te voeren verwachten wij dat ons doel om mediawijsheid binnen twee jaar te implementeren in ons onderwijs behaald zal worden.

H5.1 Uitgevoerde acties tijdens de opleiding (maart tot juni 2021)

Activiteit	Wanneer	Wie	Doel
Vragenlijst maken en versturen aan collega's over mediawijsheid (zie bijlage twee)	1 maart	Saskia en Pien	De beginsituatie van mediawijsheid binnen school bepalen.
Opleiding tot MediaCoach volgen	Van 10 maart tot 2 juni Elke woensdagavond	Saskia en Pien	Kennis opdoen over mediawijsheid en handvatten verkrijgen om mediawijsheid te implementeren in ons onderwijs.
Gesprek over welk onderwerp voor het beleidsplan prioriteit heeft vanuit MT	31 maart	Jeroen, Saskia en Pien	Onderzoeken welke behoeften er zijn op school met betrekking tot digitale geletterdheid en welk onderwerp van digitale geletterdheid prioriteit heeft.
Stukjes schrijven voor het weekbericht	Eind maart en begin april	Saskia	Collega's op de hoogte houden over hetgeen waar wij mee bezig zijn en ze informatie verstrekken over mediawijsheid.
Gesprek MediaCoach Caroline Smit	13 april	Saskia en Pien	Ervaringen delen over het zijn van een MediaCoach. 'Hoe wordt mediawijsheid bij jullie op school ingezet?'
Gesprek Jeroen Kuijk (adviseur ICT binnen SVOK) over het wachtwoordenbeleid	15 april	Saskia en Pien	Informatie verkrijgen over het nieuwe wachtwoordenbeleid binnen SVOK, zodat wij in ons beleidsplan eventueel gelijk aan kunnen sluiten bij de wensen van SVOK. Onderzoeken welk onderwerp geschikt is voor ons beleidsplan.
Leerlijn maken mediawijsheid	Meerdere vrijdagmiddagen	Liesbeth en Pien	De leerlijn mediawijsheid maken en onderzoeken welke methodes en lessen daarbij aansluiten.
Gesprek met Patrick Lemmens (ICT coördinator binnen SVOK) over mediawijsheid lessen	12 mei	Pien	Ideeën voor mediawijsheid lessen uitwisselen en ervaringen delen.

H5.2 Korte termijn acties

Activiteit	Wanneer	Wie	Hoe	Doel
Het beleidsplan mediawijsheid presenteren	Juni 2021	Saskia en Pien	Tijdens een plenair via Teams aan de hand van een PowerPoint.	Collega's informeren over hetgeen waar wij de afgelopen drie maanden mee bezig zijn geweest en waar wij als school de aankomende twee jaar naar toe gaan werken.
Poster Sociale code presenteren (zie bijlage drie)	Juni 2021	Saskia en Pien	Tijdens het plenair waar het beleidsplan mediawijsheid wordt gepresenteerd. Wij geven een korte toelichting op de poster.	Collega's bewust maken van de sociale code die is geschreven en toelichten hoe hij kan worden toegepast.
Leerlijn mediawijsheid af	Juni 2021	Pien	De laatste puntjes op de i zetten.	Een leerlijn hebben die vanaf schooljaar 2021-2022 door collega's ingezet kan worden.
Sheets mediawijsheid op het scherm van de aula presenteren	Augustus 2021	Saskia	Van tevoren worden er duidelijke, pakkende sheets gemaakt over verschillende onderwerpen van mediawijsheid. De sheets draaien een aantal weken op het scherm en worden daarna weer gewisseld met andere sheets rondom mediawijsheid	Leerlingen en collega's bewust maken van onderwerpen rondom mediawijsheid.
Nieuwsitems voor de ouders	Augustus 2021 (1x in de twee maanden)	Saskia en Pien	Nieuws en weetjes verzamelen rondom mediawijsheid. Dit vertalen wij in een goed te begrijpen stuk voor ouders.	Ouders betrekken bij mediawijsheid en hier informatie over verstrekken.
Ontwikkelen van mentorlessen mediawijsheid die zelfsturend zijn	Augustus 2021	Pien	Voor elk leerjaar wordt er een mediawijsheid les gemaakt die door de leerlingen zelfstandig te volgen is met weinig sturing van de mentoren. Deze lessen worden als kapstok gebruikt om eventueel nieuwe mentorlessen te maken.	Alle mentoren zijn in staat om in ieder geval één mentorles mediawijsheid te geven.
Ontwikkelen van workshops voor elk leerjaar	Augustus 2021	Pien	Voor elk leerjaar wordt er een workshop gemaakt die leerlingen kunnen volgen.	Een aantal collega's zijn in staat om in ieder geval één workshop mediawijsheid te geven.
Onderzoeken hoe je collega's het beste kan informeren over mediawijsheid	Oktober 2021	Saskia en Pien	Contact leggen met verschillende mediacoaches hoe zij collega's hebben geïnformeerd over mediawijsheid en hoe zij draagvlak hebben gecreëerd bij hun collega's.	Ontdekken wat wij de beste manier voor onze collega's vinden om een algemene voorlichting te geven over mediawijsheid.
Algemene voorlichting geven over mediawijsheid	Oktober 2021	Onbekend. Een MediaCoach? Saskia en Pien?	Onbekend. Wordt bij het onderzoek duidelijk.	Collega's informeren over mediawijsheid. De noodzaak toelichten.
Evaluatie mentoren mentorlessen mediawijsheid	December 2021	Mentoren	De mentoren vullen de vragenlijst in over de mentorlessen.	Onderzoeken of de mentorlessen mediawijsheid een meerwaarde hebben voor het lesaanbod en waar eventueel nog verbeterpunten zijn.

H5.3 Lange termijn acties

Activiteit	Wanneer		Wie	Hoe	Doel
Inventariseren welke collega's affiniteit hebben met mediawijsheid	Januari 2022		Saskia en Pien	Aan de hand van gesprekken met collega's wordt er gekeken wie er affiniteit heeft met mediawijsheid en wie hier eventueel meer over zou willen leren.	Onderzoeken welke collega's het leuk vinden om een korte cursus mediawijsheid te volgen, zodat zij voldoende kennis hebben om lessen en workshops in mediawijsheid te geven.
Een groepje collega's een korte cursus mediawijsheid geven	Maart 2022		Saskia en Pien	Onbekend.	Het trainen van collega's in mediawijsheid, zodat zij genoeg kennis hebben om mediawijsheid lessen en workshops te geven.
Ontwikkelen van mentorlessen mediawijsheid	Einde schooljaar 2021-2022		Pien	Na de evaluatie van de mentorlessen wordt de feedback meegenomen en kunnen er meer mentorlessen ontwikkeld worden.	Vanaf schooljaar 2022-2023 wordt er in elk leerjaar vier mentorlessen met betrekking tot mediawijsheid gegeven. De lessen zijn zelfsturend.
Mediawijsheid heeft een duidelijke plek in het onderwijs	Einde schooljaar 2021-2022		Saskia, Pien en het MT?	Met elkaar wordt gekeken hoe ervoor gezorgd kan worden dat mediawijsheid vast staat in ons onderwijs.	Het is duidelijk op welke plek in het rooster aan de onderbouw workshops mediawijsheid worden gegeven. Het is duidelijk wanneer de bovenbouw workshops mediawijsheid volgt. Het is duidelijk wanneer de mentorlessen gegeven moeten worden.
Het geven van mentorlessen en workshops mediawijsheid	Begin schooljaar 2022-2023		Groepje collega's die affiniteit heeft met mediawijsheid.	Op de afgesproken momenten worden de lessen aangeboden.	Alle leerlingen volgen lessen in mediawijsheid, zodat zij mediawijs en mediasterk de maatschappij in kunnen wanneer ze onze school verlaten.

H6: Evaluatie

Het doel van dit beleidsplan is om mediawijsheid op Forta in te bedden in ons onderwijs voor zowel onder- als bovenbouw binnen twee jaar.

Om te bekijken of dit doel behaald is moeten we de drie momenten in het rooster van de leerlingen bekijken waar mediawijsheid aangeboden zal worden, namelijk bij de mentorlessen, workshops en tijdens studieblok.

Tijdens de evaluatie willen we o.a. de volgende punten achterhalen:

- Zijn de leerdoelen bereikt?
- Waren de lessen/activiteiten gemakkelijk te geven?
- Is het gelukt om alle lessen te geven?
- Hebben alle collega's goed meegewerkt?
- Waren er onvoorziene problemen?

7.1 Mentorlessen

Om te onderzoeken of alle mentoren de mentorlessen 'Mediawijsheid' hebben gegeven, plannen wij elk halfjaar een evaluatie in. Dit doen we aan de hand van een enquête. Door het bekijken van de antwoorden van onze collega's kunnen we zien of het doel behaald is.

7.2 Workshops

Om te onderzoeken of alle leerlingen alle aangeboden workshops hebben gevolgd, bekijken wij aan het einde van het schooljaar welke workshops er zijn aangeboden en welke leerlingen die workshops hebben gevolgd. Zo hebben we het overzicht en zien we precies welke leerlingen wel of niet de workshops mediawijsheid hebben gevolgd.

7.3 Studieblok

Om te onderzoeken of er tijdens studieblok 'mediawijsheid' is aangeboden bekijken wij aan het einde van het schooljaar het rooster. Hier kunnen we uithalen of alle leerlingen de lessen hebben gevolgd. Daarnaast gaan wij in gesprek de collega die de lessen heeft geven om met elkaar te bekijken welke verbeterpunten er nog zijn.

H7: Bijlagen

Bijlage 1: Resultaten vragen collega's

Verwachtingen collega's

Wat heeft de school nodig op het gebied van mediawijsheid, digitale geletterdheid en mediaempowerment:

MT	<p>Wat heeft de school nodig</p> <ul style="list-style-type: none"> • Workshops om digitale vaardigheden verbeteren: <ul style="list-style-type: none"> - werken met Word, PowerPoint - email aanmaken, e-mails versturen, bestanden toevoegen - vaardig worden met Profijt - keuzemodules zoals blind leren typen? • Veilig omgaan met sociale media. • Het inrichten en kunnen aanbieden van een mooie leerlijn voor leerlingen die later iets met ICT willen gaan doen
Inzet MediaCoach	<ul style="list-style-type: none"> • Ontwikkelen van passende leerlijnen • Uitzoeken van passende leermiddelen/methodes • Aanbieden van interessant workshops (ook voor ouders?) • Coördineren van (digitale) lespakketten • Ondersteuning bieden aan en informeren over media ontwikkeling aan collega's
Zorg	<p>Wat heeft de school nodig</p> <ul style="list-style-type: none"> • Docenten informeren en op de hoogte houden van de laatste ontwikkelingen op het gebied van Sociale Media • Veilig omgaan met sociaal Media voor leerlingen, maar ook voor ouders • Veilig omgaan met Internet en het herkennen van fake nieuws
Inzet MediaCoach	<ul style="list-style-type: none"> • Voorlichting aan ouders, en dan niet het standaardverhaaltje over je account op privé zetten maar echt inhoudelijk. • Lessen aan de onder- en bovenbouw over o.a. mediaempowerment. Ook het gesprek aan gaan, ervaringen uitwisselen, tips delen (door de mediacoach of mentor met ondersteuning vanuit de coach)

	<ul style="list-style-type: none"> • docenten trainen: het team heeft in 2018 een workshop van Klaartje gehad. Hier zijn veel tips uit gekomen. Maar er is een indruk dat er te weinig met deze tips wordt gedaan. • één op één gesprekken met leerlingen die echt vragen hebben of advies willen
Team	<p>Wat heeft de school nodig</p> <ul style="list-style-type: none"> • Blijven aansluiten bij de belevingswereld van de leerlingen. • Het blijven trainen van docenten en leerlingen in het gebruik van media (gevaren en mogelijkheden) • Zou digitale geletterdheid ook niet een onderdeel van de Nederlandse les kunnen zijn? • Hoe kunnen we als school leerlingen helpen om weerbaar te zijn in de online wereld. Werken aan de bewustwording van onze leerlingen. Ze weten veel, maar handelen anders. • Structuur aanbrengen in het geven van lessen rondom digitale geletterdheid. Voor alle leerlingen, niet alleen als de mentor het toevallig leuk vindt. • Leerlijn ICT voor de leerlingen. ‘ • Media onder docenten <i>positief</i> stimuleren. Toelichten wat je allemaal kan doen met media. • Docenten ICT-vaardiger • Eén lijn trekken: tijdens mentoruur bijvoorbeeld 1 keer in de zoveel tijd een mediawijsheid op het programma • ICT als verplicht onderdeel, onder basispakket. Geen keuze. • Meer devices. • Praktische apps aanbieden. •

Inzet
MediaCoach

- Adviserend voor docenten en leerlingen (zoals een pest coördinator)
- Ontwikkelen van lesmateriaal voor docenten (filteren van lesmateriaal)
- Implementeren in de doorlopende leerlijn
- Trainen van docenten in mediawijsheid
- Op de hoogte blijven van ontwikkelingen in de media
- Beheer van de media kanalen
- Leerlijn maken en lessen aanbieden.

Bijlage 2: Social Mediacode



VEILIG OMGAAN

MET MIJN ONLINE WERELD

ZO DOE IK DAT!

Telefoon



Tijdens schooltijd

- Ik leg mijn telefoon aan het begin van de les in de telefoonbak
- Ik gebruik mijn telefoon onder leiding als de docent zegt dat ik 'm mag gebruiken
- Ik mag mijn telefoon gebruiken tijdens de pauze

Wachtwoord



- Ik houd mijn wachtwoord geheim
- Ik bedenk een sterk werkwoord
- Ik verander mijn wachtwoord een paar keer per jaar
- Ik bewaar mijn wachtwoorden op een veilige plek
- Ik log alleen in op mijn eigen apparaten

Privacy



- Ik deel geen foto's of filmpjes van iemand zonder toestemming van deze persoon
- Ik stuur geen naaktfoto's of naaktfilmpjes van mijzelf door aan iemand anders
- Ik deel geen naaktfoto's of naaktfilmpjes van iemand anders

DENK



Ik denk na voordat ik iets online plaats:

- D** Doet het er toe? Is het belangrijk?
- E** Is het eerlijk wat ik doe? Is het legaal? Mag het?
- N** Is het nodig?
- K** Klopt het? Is het waar?
- N** Is het netjes?
- A** Is het aardig?

Let op:

Alles wat je online plaatst blijft altijd op het internet staan. Zelfs als je het hebt verwijderd

Hulp nodig?

Vragen, hulp of ongewenste berichten melden?
Blijf er niet mee zitten!
Ga naar je mentor of een teamleider

Bijlage 3: Bronvermelding

- Valkenburg, P. (2014). *Schermgaande jeugd*. Amsterdam, Nederland: Prometheus
- Delver, B. (2017). *Handboek tegen pesten*. Amsterdam, Nederland: Nationale Academie voor Media & Maatschappij
- Schobbers, K. (2020). *Mijn gamende kind*. Amsterdam, Nederland.
- Alle syllabus van www.mediaenmaatschappij.nl (Nationale Opleiding MediaCoach maart 2021)
- www.nocm.nl
- www.kennisnet.nl