|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  | | PRIMAIR ONDERWIJS |
|  | Mediawijsheid  Actief en bewust deelnemen aan de mediasamenleving | | | |
|  | Het geheel van kennis, vaardigheden en mentaliteit waarmee men zich bewust, kritisch en actief kan bewegen in een complexe, veranderlijke en fundamenteel gemedialiseerde wereld. | | | |
|  |  |  | |  |
| **onderwijsdoelen PO:** | **fase 1** | **fase 2** | **fase 3** | |
| Medialisering van de samenleving en beeldvorming | | | | |
| Bewust zijn van de medialisering van de samenleving | aanbodsdoelen: | | | |
| * kennismaken met verschillende media en de verschillen herkennen * kennismaken met verschillende mediadragers c.q. apparaten * ervaren dat de leefwereld doordrongen is van audiovisuele boodschappen | * herkennen van verschillen tussen media * beseffen en inzien van de relatie tussen mediaboodschap en mediadrager * ervaren en bewust worden dat media intensief gebruikt * beseffen dat media steeds veranderen | * beseffen van het belang van digitale technologie op allerlei terreinen in onze huidige samenleving * bewust worden van het belang van (persoonlijke) mediavaardigheid * ervaren dat media overal aanwezig zijn in de leefwereld van mensen * herkennen van de impact van mediagebruik op het menselijk bestaan * onderzoeken en ervaren hoe mensen met media omgaan | |
| voorbeeldactiviteiten: | | | |
|  |  |  | |
| Kennis hebben van verschillende functies van media | aanbodsdoelen: | | | |
| * ervaren van verschillende functies van diverse media (krant, tijdschrift, radio, tv, www) * herkennen of een mediaboodschap commercieel, informerend of amuserend is | * herkennen van primaire doelstellingen van commerciële, informerende, amuserende en meningsvormende boodschappen in diverse media (krant, tijdschrift, radio, tv, www) * verkennen van de boodschap in verschillende media-uitingen * ervaren dat mediaboodschappen vaak een format hebben (bijv. op tv: journaal of entertainmentprogramma) | * onderzoeken van de functie van commerciële, informerende, amuserende en meningsvormende boodschappen in diverse media (krant, tijdschrift, radio, tv, www) * onderzoeken van formats van commerciële, informerende en amuserende boodschappen in diverse media | |
| voorbeeldactiviteiten: | | | |
|  |  |  | |
| Kennis hebben van de invloed van media op de werkelijkheid | aanbodsdoelen: | | | |
| * praten over reclames en de rol ervan * bewust worden van de invloed van media op wat je ergens van vindt | * verkennen van de mediaboodschap in verschillende bronnen * ervaren wat de invloed is van mediaboodschappen op de mening van mensen * onderzoeken en vergelijken van de betrouwbaarheid van een mediaboodschap * reflecteren over het waarheidsgehalte van een mediaboodschap * uitleggen hoe reclames inspelen op voorkeuren en koopgedrag * vormen van een mening over reclame | * herkennen of een mediaboodschap 'gekleurd' is * herkennen of mediaboodschappen vooroordelen en rolpatronen bevestigen en versterken * kritisch nadenken over de betrouwbaarheid van een mediaboodschap * onderzoeken dat mediaboodschappen op verschillende manieren verpakt kunnen worden * reflecteren op de beïnvloeding van de eigen mening door media(-boodschappen) * onderzoeken hoe te reageren op ontvangen mediaboodschappen (weerbaar worden i.p.v. je te laten verleiden) | |
| voorbeeldactiviteiten: | | | |
|  |  |  | |
| Media, identiteit, participatie en veiligheid | | | | |
| Veilig omgaan met media en sociale netwerken | aanbodsdoelen: | | | |
| * ervaren van de mogelijkheden van digitale middelen om samen te werken * in aanraking komen met de mogelijkheden om te communiceren en samen te werken via sociale en digitale netwerken * exploreren op internet in een beveiligde omgeving * bewust worden van de mogelijkheden van digitale middelen voor contact met anderen | * kennis nemen van verschillende sociale netwerken * begrijpen wat de functie en werking (o.a. impact) van sociale netwerken is * beseffen van het belang van zorgvuldig handelen op sociale netwerken * beseffen van het belang van zorgvuldig handelen bij het surfen op internet * herkennen van en omgaan met ongewone en ongewenste informatie en weten met wie dit te bespreken is * bespreken van risico's van het delen van persoonlijke informatie op media en sociale netwerken | * bewust worden van het belang van een veilig profiel op sociale netwerken * beseffen van het belang van veiligheid bij deelnemen aan sociale netwerken * verwoorden van voor- en nadelen van het participeren aan sociale netwerken * ontdekken en ervaren van de mogelijkheden van sociale netwerken t.b.v. het delen van informatie * herkennen van en omgaan met ongewenste communicatie (bijv. flaming) * realiseren wanneer informatie ongewenst of schokkend is én weten met wie dit te bespreken is (vertrouwenspersoon) * begrijpen van mediamechanismen die verleiden om steeds verder te lezen, kijken, klikken of spelen * ontwikkelen van strategieën om optimaal met media om te gaan | |
| voorbeeldactiviteiten: | | | |
|  |  |  | |
| Reflectie op het 'eigen' mediagebruik | aanbodsdoelen: | | | |
| * vertellen over eigen mediagebruik | * bewust worden van het eigen mediagebruik en dat van anderen (bijv. type, duur en frequentie) * begrijpen en ervaren dat media toepasbaar zijn in het leren en verwerven van kennis * aangeven van de relatie tussen mediagebruik en bijvoorbeeld tijd voor andere hobby's, tijd voor school, kennis van nieuws, etc. | * bewust worden van de rol van media in het eigen leven * beseffen van de invloed van de eigen mediaconsumptie op de eigen levensstijl en de eigen kijk op de wereld * beseffen van het eigen patroon van mediagebruik * zicht hebben op risico's van verslaving en asociaal gedrag | |
| voorbeeldactiviteiten: | | | |
|  |  |  | |

|  |  |
| --- | --- |
| **Gehanteerde definities** | |
| * Medium/informatiedrager: | Middel om informatie op te slaan en/of over te dragen. |
| * Media: | Het geheel aan middelen dat een zender in de gelegenheid stelt 'iets' naar één of meer ontvangers te verzenden. |
| * Mediadrager: | De (technische of ict-) middelen die verzending van 'iets' mogelijk maken. |
| * Mediaboodschap: | Media-uiting die tot doel heeft een bepaald gedrag bij de ontvanger(s) te bewerkstelligen. |
| * Media-uiting: | 'Iets' dat door een zender wordt gecommuniceerd met een of meer ontvangers. |

*Deze inhoudsleerlijn is geformuleerd in aanbodsdoelen. Hiermee wordt inzichtelijk gemaakt wat de leraar de leerlingen aanbiedt. Voor het hele basisonderwijs van groep 1 tot en met 8 is dit gedaan in drie fasen (fase 1, 2 en 3). Inhoudsleerlijnen met aanbodsdoelen vormen een curriculum fundament dat schoolteams (en/of andere partijen) de gelegenheid biedt onderwijsleerlijnen te ontwikkelen. De formulering in aanbodsdoelen maakt het mogelijk zelf keuzes te maken bij de vormgeving en verdere concretisering van die onderwijs­leerlijnen. Naast een beredeneerd aanbod is hier ook ruimte voor beoogd leerlinggedrag (bijv. in (beheersings-)doelen of kinddoelen), activiteiten en te gebruiken lesmateriaal.*