|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  |  | PRIMAIR ONDERWIJS |
|  | MediawijsheidActief 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.*