

Gezocht: mediawijze burgers

Onderzoeker Fifi Schwarz vindt campagne mediawijsheid te versnipperd

Burgers moeten ‘mediawijs’ worden, vindt de overheid. Zo ver is het nog lang niet, zegt Fifi Schwarz, onderzoeker en directeur van Stichting Krant in de Klas.

Door onze redacteur

JAN BENJAMIN

AMSTERDAM, 28 JAN. Kinderen zijn veel mediawijzer dan hun ouders, zei de directeur van het Instituut voor Beeld en Geluid in Hilversum eind vorig jaar tijdens de Nationale Conferentie Mediawijsheid. „Wij kunnen veel meer van kinderen leren dan andersom.”

Fifi Schwarz kan zich er nog over opwinden. „Mijn neefje kan mijn moeder uitleggen hoe een game werkt. Maar dat maakt hem niet meteen een mediabewuste actieve burger.” Kinderen hebben knoppenkennis, zegt de directeur van Stichting Krant in de Klas. Ze weten hoe ze een pc of een smartphone moeten bedienen. Maar ze hebben lang niet altijd inzicht in de werking van de media. „Ze moeten weten dat *De Telegraaf* anders schrijft dan *NRC Handelsblad*, dat weblogs niet altijd betrouwbaar zijn, dat een link bij Google gesponsord kan zijn.”

Mediawijsheid is sinds een jaar of vijf een begrip. In 2005 publiceerde de Raad voor Cultuur het rapport *Mediawijsheid – de ontwikkeling van nieuw burgerschap*. „In een wereld waarin media ieders dagelijkse leefomgeving uitmaken”, stelde de

Raad, „is het zaak dat mensen de kennis, vaardigheden en mentaliteit hebben om zich gemakkelijk en betekenisvol in die omgeving te kunnen bewegen. De verantwoording daarvoor ligt onder meer bij de overheid.”

Het ministerie van OCW (en het toenmalige Jeugd & Gezin) maakte in 2009 een Expertisecentrum Mediawijsheid mogelijk. Dat moet bestaande initiatieven coördineren en nieuwe plannen steunen. Het centrum kreeg vorig jaar 2 miljoen euro van OCW en ontvangt dit jaar eenzelfde bedrag.

Is dat geld goed besteed? Heeft de campagne voor mediawijsheid concrete resultaten opgeleverd? Schwarz aarzelt. „Als na vijf jaar aandacht voor mediawijsheid de heersende opvatting in de maatschappij is dat dé media onbetrouwbaar is – in enkelvoud! – en mensen zich daarom daarvan afwenden, dan is er nog een lange weg te gaan.”

Waarom komt er nog weinig terecht van de campagne voor mediawijsheid? „Het is heel beperkt en gefragmenteerd”, zegt Schwarz. „In Nederland houden meer dan vierhonderd organisaties zich bezig met het onderwerp. Van clubs die waarschuwen tegen de effecten van reclame en te veel openheid op profielsites tot cursussen videofilmen voor kinderen.” *Learning by doing* is prima, zegt Schwarz, maar kinderen leren niet om de afweging te maken wie ze voor de camera halen en waarom. Onderzoek van de Universiteit Twente toont dat jongeren grote moeite hebben met zulke inhoudelijke afwegingen. Ouderen kunnen dat beter, maar

Directeur/onderzoeker

Fifi Schwarz leidt Stichting Krant in de Klas, die zich namens de Nederlandse kranten inzet om taalvaardigheid, mediawijsheid en burgerschap van scholieren te vergroten met behulp van dagbladen. Zij doet tevens onderzoek naar journalistiek en mediawijsheid aan de Hogeschool Windesheim in Zwolle.



hebben vaker moeite met de techniek.

De nadruk op technologie komt volgens Schwarz vooral van de overheid. Met een campagne als Digibewust wil de overheid burgers klaarstomen om meer diensten online af te nemen. „Als je digitaal een paspoort aanvraagt, moet je weten dat je op Almere.nl zit en niet op een of andere nebsite.” Het wreekt zich volgens haar dat mediawijsheid bij het ministerie van OCW onder de C van Cultuur valt en niet onder de O van onderwijs. Docenten willen volgens haar wel (nieuws)media gebruiken in hun lessen, maar kunnen door het diffuse aanbod niet snel bruikbaar materiaal vinden.

Ze verwerpt de suggestie om mediawijsheid een apart schoolvak te maken. Zo isoleer je het onderwerp. „Je moet het opnemen in alle vakken. Gebruik journa-

listieke teksten bij Nederlands om taalvaardigheid te trainen. Werk bij aardrijkskunde met online-kaartsystemen als Google Maps. Lees de krant bij maatschappijleer.” Dat vereist wel dat het in de eindtermen wordt benoemd en een plek krijgt in de lerarenopleidingen.

Zij vindt dat niet alleen de ontvangers, de nieuwsconsumenten, zich moeten inspannen om mediawijzer te worden, maar ook de zenders. Ze noemt de verandering vorig jaar over de vaccinatie tegen baarmoederhalskanker en de Mexicaanse griep. „Op internet keken mensen naar waarschuwingfilmsjes van niet-deskundigen. Wie wel deskundig was kon niet omgaan met de media en het publiek: het RIVM bleef halsstarrig wetenschappelijk jargon gebruiken en negeerde de online-discussies volledig.”

Journalisten zouden volgens Schwarz meer moeten vertellen hoe zij aan hun informatie zijn gekomen. Dat helpt om lezers meer inzicht te geven in de manier waarop media werken en om het vertrouwen in media te herstellen.

Krant in de Klas wordt gefinancierd door de dagbladuitgevers. Is de nadruk op kranten in de discussie over mediawijsheid eigen belang? „Veel initiatieven op het gebied van mediawijsheid hebben geen link met de samenleving. Nieuwsmedia zoals de dagbladen per definitie wel, maar die worden te weinig ingezet. Mediawijsheid en kwaliteitsjournalistiek hebben elkaar nodig. Mensen die denken dat gratis informatie net zo goed is als die van kranten, vergeten dat veel juist afkomstig is van journalisten.”