

Het Media Attitude Model

basis voor de leerlijn Mediawijsheid (V)SO en SBO

Het uitgangspunt voor de leerlijn Mediawijsheid voor (V)SO en SBO wordt gevormd door de metaforen uit het Media Attitude Model.

Het Media Attitude Model is door Driestar onderwijsadvies en Erdee Media Groep ontwikkeld om een tijdloos en Bijbels antwoord te geven op vragen waarmee opvoeders in deze tijd worden geconfronteerd wat betreft mediawijsheid.

Het Media Attitude Model gebruikt vier metaforen om de levenshouding van een christen richting zijn mediagebruik te omschrijven. De metaforen zijn die van de pelgrim, burger, leerling en dienaar. In ons hele mediagedrag zouden deze gestalten zichtbaar moeten zijn, leert het model ons. Elk van de metaforen is uitgewerkt in zes attitudes, concrete houdingen die kenmerkend zijn voor de pelgrim, burger, leerling en dienaar.

Deze attitudes vormen het uitgangspunt voor de doelen in de leerlijn Mediawijsheid. Aangepast aan het ontwikkelingsniveau van de leerling komen op deze manier alle aspecten aan de orde in een groot geheel.



Achtergrond van het model

Het Media Attitude Model probeert te helpen in het formuleren van een wijze en duurzame opstelling ten opzichte van media en mediagebruik in opvoeding en onderwijs. Er bestaan meerdere modellen rond mediawijsheid. Het Media Attitude Model is een aanvulling hierop op het gebied van zelfreflectie, de eigen houding ten opzichte van media en de christelijke waarden en normen.

De nadruk in dit model ligt niet op het verhogen van productiviteit of het verwerven van vaardigheden voor de kenniseconomie, maar op karaktervorming, identiteitsontwikkeling en moreel handelen als basis voor mediagebruik



Opbouw

De vier media-attitudes (pelgrim, burger, dienaar en leerling) bepalen een grondhouding ten aanzien van het gehele mediagebruik. Ze zijn gebaseerd op first century attitudes, vaardigheden



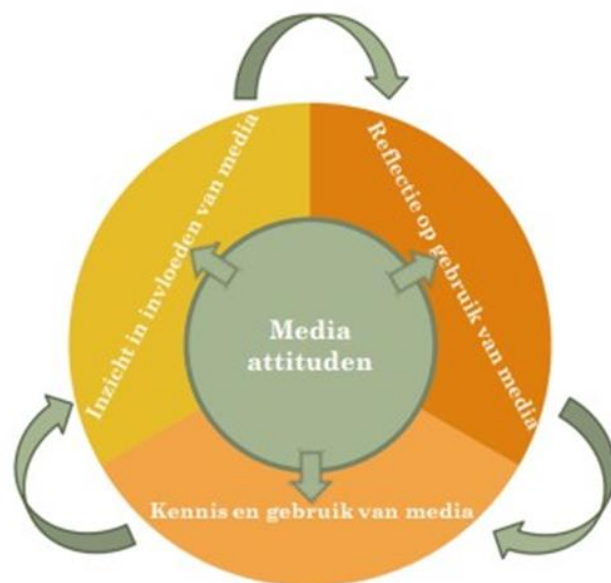
wereld in dit leven (De Bruijn, 2014).

die we al belangrijk vonden in de eeuwen rond het begin van de jaartelling en die in alle tijden gedoceerd zijn. Deze first century attitudes vinden hun wortels in de Bijbel en in de oude Griekse cultuur.

De attitudes zijn niet alleen van toepassing zijn op mediagebruik maar meer universeel van aard zijn. Voor de attitudes geldt namelijk dat ze tijd en plaats overstijgen: wees altijd altruïstisch, concentreer je overal op je taken, overdenk altijd jouw aandeel in het geheel van deze wereld en wees je steeds bewust van een geestelijke wereld ten opzichte van de materiële

Deelconstructen

Het model bestaat daarnaast uit de deelconstructen 'kennis en gebruik van media', 'invloeden van media' en 'zelfsturing en zelfevaluatie van mediagebruik'. Deze deelconstructen omvatten elk vier domeinen (het persoonlijke, cognitieve, sociale en organisatorische domein) die op hun beurt worden uitgewerkt in concrete media-competenties. Zo kan het Media Attitude Model worden ingezet in opvoeding en onderwijs om kinderen en jongeren te helpen om op alle terreinen van het leven mediawijs te worden.



De drie deelconstructen volgen elkaar logisch op in cognitieve complexiteit. Zo vereist het hebben van inzicht in media-invloeden een complexere cognitieve activiteit dan het hebben van kennis over en het gebruiken van media. Voor zelfreflectie is vervolgens weer een complexere cognitie nodig dan voor het verkrijgen van inzicht. De drie cognitieniveaus kunnen echter door elkaar bereikt worden. Ze zijn niet afhankelijk van elkaar. De pijlen geven aan dat de deelconstructen elkaar beïnvloeden.

Lees [hier](#) het hele artikel

Meer informatie over het Media Attitude Model?
Neem contact op met Henrieke van Dam,
H.vanDam@driestar-educatief.nl