

## Vier aanvullende notities aangeboden m.b.t. beeldgeletterdheid

---

Op 5 juli 2018 stuurden EYE Filmmuseum, Beeld en Geluid en Mediawijzer.net een extra [feedbackbrief](#) naar het ontwikkelteam Digitale geletterdheid. We vonden namelijk dat er vanuit mediawijsheid oogpunt, meer en explicieter aandacht moest komen voor beeldgeletterdheid. De brief werd heel open ontvangen en er volgde een gesprek met vertegenwoordigers van drie ontwikkelteams: Nederlands, Kunst en Cultuur en Digitale geletterdheid. Wij zagen in dat de ontwikkelteams beeldgeletterdheid zeer serieus nemen en het toch al voor een deel hadden verwerkt in de grote opdrachten. De ontwikkelteams zagen in dat 'beeldtaal' concreter en nadrukkelijker kon worden uitgewerkt om zo duidelijker over te komen. Een voorbeeld: waar bijvoorbeeld 'informatie' of 'tekst' stond, werden ook 'beelden en geluiden' bedoeld, maar als lezer denk je daar niet direct aan.

Als vervolg op het gesprek hebben we vier extra notities opgesteld als input aan de genoemde ontwikkelteams en aan het team Burgerschap (dat niet bij de bijeenkomst aanwezig kon zijn). In deze notities geven we aan precies op welke punten er een concrete aanvulling mogelijk is om beeldgeletterdheid sterker te 'illustreeren'. De ontwikkelteams nemen de notities mee in de volgende stap van hun proces.

### Digitale geletterdheid

#### Grote opdracht 1: Communicatie en samenwerken

Bewegend beeld is inmiddels – naast gesproken en geschreven taal – dé manier waarop wij met elkaar communiceren en daarmee een belangrijk communicatiemiddel. Audiovisuele media – zoals films, animaties, televisieprogramma's en games – gebruiken beeldtaal om te communiceren. Begrip van deze taal is noodzakelijk om audiovisuele teksten te "lezen" en te "schrijven" en om een kritische blik te ontwikkelen. Wanneer je beeldgeletterd bent, weet je de kracht van bewegende beelden actief in te zetten en te herkennen.

Leerlingen laten ervaren dat de leefwereld doordrongen is van audiovisuele boodschappen. Ze worden kritisch en leren bewegende beelden te interpreteren, maar ook in te zetten voor hun eigen communicatie. Ze leren hoe verhalen, ideeën en emoties overgebracht worden door audiovisuele communicatie.

#### Grote opdracht 2: Digitaal burgerschap

Vanwege het grote bereik vormen audiovisuele producties sterker dan vele andere communicatievormen een gemeenschappelijk referentiekader. Met audiovisuele productie creëren we een beeld van onszelf en de wereld om ons heen, hoe we de wereld bekijken en begrijpen. Ze kunnen ons laten reflecteren op de wereld waarin we leven. Maar ze kunnen ook manipuleren. De keuzes van de maker bepalen hoe de wereld gerepresenteerd wordt. Audiovisuele media hebben dan ook een belangrijke sociaal-maatschappelijke waarde. De stroom aan bewegende beelden die dagelijks voorbij trekt, vraagt daarmee om begrip en duiding. Het is van belang dat kinderen en jongeren leren wat beeld kan doen, welke impact het heeft op de samenleving, democratie en beeldvorming. Het is van belang dat ze

beeldgeletterd zijn om te reflecteren op bewegende beelden maar ook om zich bewust te zijn van de invloed die ze zelf kunnen uitoefenen met het maken en delen van beelden.

In de huidige samenleving is een digitale identiteit vaak een groot onderdeel van het dagelijkse leven van de jongeren. Sociale media zijn bij uitstek geschikt om te bepalen hoe je op anderen wilt overkomen. Door wat je online zet, zoals foto's of video's van jezelf. Met het inzicht hoe audiovisuele media werken kan je ook jezelf in beeld en geluid uitdrukken.

Leerlingen krijgen kennis, vaardigheden en de mentaliteit om bewegend beelden te onderzoeken en te analyseren, de impact ervan en de invloed op de samenleving te kunnen begrijpen en zelf verhalen te kunnen maken en publiceren. Ze worden bewust van de invloed die zelf kunnen uitoefenen door zelf audiovisuele content te maken en te delen.

### **Grote opdracht 3: Data en informatie**

Informatie wordt niet alleen overgedragen met tekst maar ook met bewegende beelden. Om informatie via bewegende beelden op waarde te kunnen schatten, moet je beeldgeletterd zijn. Hierbij gaat het niet alleen om de informerende en communicerende aspecten van beeldtaal, ook om de sturende en manipulatieve aspecten.

Audiovisuele media kunnen onze mening beïnvloeden over een gebeurtenis of over iemand door deze vanuit een bepaald standpunt te bekijken en in een negatieve of positieve context te plaatsen. Onder meer in de politiek, journalistiek en reclame wordt hier gebruik van gemaakt. Gemanipuleerd (bewegende) beelden kunnen ervoor zorgen dat jij je mening vormt op basis van onjuiste informatie. De mogelijkheden van nieuwe technologieën maken het steeds lastiger om gemanipuleerde beelden te herkennen. Hoe meer beeldgeletterd je bent, hoe kritischer je naar dit soort beelden kunt kijken.

Leerlingen ontwikkelen kennis en inzicht in de werking van beeldtaal om informatie te kunnen vinden en beoordelen.

### **Grote opdracht 4: Gebruiken en aansturen**

-

### **Grote opdracht 5: Toepassen en ontwerpen**

Hier worden al multimediale producten genoemd, zoals film, animatie, etc. Maar het focust vooral op de mogelijkheden van technologieën en ontbreekt aan het leren kennen van beeldtaal. Het lezen, analyseren en interpreteren van beeldtaal: het herkennen en gebruiken van techniek (camera, montage, geluid, etc.) en van verhaalstructuren (plot, story en scenario).

Leerlingen hebben inzicht in de mogelijkheden van beeldtaal en audiovisuele communicatie, en leren die te beheersen. Ze kunnen content produceren met behulp van diverse apparaten en toepassingen. Ze ontwerpen en realiseren audiovisuele producties voor verschillende doelen. Ze maken ideeën beschikbaar voor anderen zodat gezamenlijk een audiovisuele productie gemaakt kan worden.

### **Grote opdracht 6: Digitale economie**

Het leven verplaatst zich steeds meer naar de digitale wereld, een wereld waarin beeld en geluid net zo'n belangrijke rol spelen als tekst. Audiovisuele content is in de meeste campagnes en marketingstrategieën dan ook zeer belangrijk. Het is noodzakelijk om de beeldtaal te kennen die gehanteerd wordt om de gebruiker te beïnvloeden.

Daarbij is de combinatie van digitale content (denk aan vloggers, YouTubers, Instagram, SnapChat) en (sluik)reclame niet meer weg te denken. Helaas is het bestaan van deze samenwerking tussen influencer en commerciële partij niet altijd even transparant. De *branded* content is vaak niet te herkennen als reclame. Toch beïnvloedt de gesponsorde inhoud het koopgedrag van de jonge kijkers.

Leerlingen leren actief, kritisch en bewust leren omgaan met audiovisuele media om de bedoelingen en het effect ervan te doorgronden. Ze leren reclame te herkennen en te ontleden om sturing en manipulatie te doorzien. Leerlingen leren audiovisuele media maken en in te zetten om hun eigen verhaal en boodschap te verkopen.

### **Grote opdracht 7: Veiligheid en privacy**

Persoonsgegevens is alles wat terug te leiden is tot één persoon, dus ook foto's en videomateriaal.

### **Grote opdracht 8: Duurzaamheid en innovatie**

-

## **Nederlands**

In de hedendaagse wereld, overladen met bewegende beelden, moet onze kijk op wat geletterdheid betekent, uitgebreid of zelfs opnieuw gedefinieerd worden. Beeldtaal is onderdeel van communicatie en taal. Net als Nederlands is beeldtaal een middel om mee te communiceren en een boodschap over te brengen. Audiovisuele media – zoals films, animaties, televisieprogramma's en video's – gebruiken beeldtaal als vocabulaire. Begrip van deze taal is noodzakelijk om audiovisuele teksten te "lezen" en te "schrijven" en om een kritische blik te ontwikkelen.

Leerlingen ontwikkelen beeldgeletterdheid. Ze leren de grammatica van bewegende beelden en leren die te beheersen. Ze kunnen expressieve, creatieve en strategische keuzes maken om een verhaal te vertellen en een visie te delen met audiovisuele media.

## **Kunst en Cultuur**

Onder kunst vallen ook multimedia. Multimedia zijn digitale, artistieke expressies met een eigen taal en gebaseerd op de relatie tussen tijd en ruimte. Begrip van beeldtaal is noodzakelijk om multimediale producties te "lezen" en te "schrijven". Laat de leerlingen zelf aan de slag gaan met beeldbewerking, het maken van video's en animaties om ze beeldtaal te leren. Reflecteer op multimediale producties om beeldtaal en context te leren begrijpen. Ze herkennen specifieke culturele samenhang en/of visie(s) die de multimediale productie reflecteert. Ze beseffen dat keuzes van de maker de perceptie van de kijker kunnen beïnvloeden. Elk beeld en elk geluid voegt iets toe aan de betekenis van de multimediale productie.

Leerlingen leren multimedia als kunstvorm te waarderen. Ze ontwikkelen beeldgeletterdheid en een persoonlijke kritische blik dat het mogelijk maakt om multimedia vanuit esthetisch, emotioneel, historisch, cultureel en creatief perspectief te bekijken en te maken.

## **Burgerschap**

Deel 1: Democratie

1. De waarde(ring) van democratie
2. Wie heeft het hier voor het zeggen!?
3. Democratie moet je doen!

Vanwege het grote bereik vormen audiovisuele producties sterker dan vele andere kunstvormen een gemeenschappelijk referentiekader. Het heeft dan ook, naast een esthetische, een belangrijke sociaal-maatschappelijke waarde.

Audiovisuele producties bepalen voor een groot deel hoe we de wereld bekijken en begrijpen. Ze kunnen ons laten reflecteren op de wereld waarin we leven. Maar ze kunnen ook manipuleren. De keuzes van de maker bepalen hoe het verhaal en de boodschap geconstrueerd en gerepresenteerd wordt.

De stroom aan bewegende beelden die dagelijks voorbij trekt, vraagt daarmee om begrip en duiding. Het is van belang dat kinderen en jongeren leren wat beeld kan doen, welke impact het heeft op de samenleving, democratie en beeldvorming. Het is van belang dat ze beeldgeletterd zijn om te reflecteren op bewegende beelden maar ook om zich bewust te zijn van de invloed die ze zelf kunnen uitoefenen met het maken en delen van beelden.

Leerlingen leren kritisch te zijn op hoe audiovisuele producties argumenten en standpunten op de wereld en de mensen representeren. Leerlingen kunnen de rol en invloed van audiovisuele producties op de samenleving (zoals democratie, politiek, rechtstaat, beeldvorming) duiden. Ze herkennen wanneer een audiovisuele productie is gekleurd door politieke, ideologische of levensbeschouwelijke overtuigingen.

## Deel 2: Diversiteit

4. Anders maar gelijk
5. Identiteiten zijn in ontwikkeling
6. Stap in je rol en leef sámen

Beelden zijn van invloed op hoe we naar onszelf en de wereld om ons heen kijken. Audiovisuele media tonen gebeurtenissen, culturen en identiteiten, en geven er mede vorm aan. Bewegende beelden zijn niet neutraal, want zijn immers altijd vanuit een bepaald perspectief gemaakt en verspreid. Ze beïnvloeden de manier waarop we onszelf en onze geschiedenis, maar ook andere mensen, andere culturen, ideeën, normen en waarden zien.

Wanneer er veel van dezelfde beelden te zien zijn, kan een eenzijdige of vertekende weergave van de werkelijkheid ontstaan. We gaan bepaalde dingen normaal vinden, wanneer we ze vaak zien. Of we gaan ze juist raar vinden, omdat we ze weinig zien. Denk bijvoorbeeld aan schoonheidsidealen of stereotype weergaven van groepen in de samenleving. Met een bewuste blik en een veelzijdigheid aan beelden kun je een vertekend wereld- of zelfbeeld tegengaan.

In de huidige samenleving is een digitale identiteit vaak een groot onderdeel van het dagelijkse leven van de jongeren. Sociale media zijn bij uitstek geschikt om te bepalen hoe je op anderen wilt overkomen. Door wat je online zet, zoals foto's of video's van jezelf. Met het inzicht hoe audiovisuele media werken kan je ook jezelf in beeld en geluid uitdrukken. En wanneer je zelf beelden maakt en deelt, is het goed om bewust te zijn van de invloed die je daarmee hebt op anderen.

Leerlingen ontwikkelen beeldgeletterdheid en een kritisch bewustzijn om bewegende beelden vanuit sociaal, cultureel en ethisch perspectief te bekijken. Ze leren de impact die

audiovisuele media hebben op beeldvorming. Ze herkennen wanneer audiovisuele mediaboodschappen vooroordelen, rolpatronen en ideologieën bevestigen en versterken. Leerlingen worden bewust van de verantwoordelijkheid die het met zich meebrengt om digitale (audiovisuele) content te delen.

### Deel 3: Technologisch burgerschap

7. Techniek is niet neutraal!
8. Niet alles wat kan moet
9. Digitaal Burgerschap

Beelden zijn van invloed op hoe we naar onszelf en de wereld om ons heen kijken. Audiovisuele media tonen gebeurtenissen, culturen en identiteiten, en geven er mede vorm aan. Bewegende beelden zijn niet neutraal, want zijn immers altijd vanuit een bepaald perspectief gemaakt en verspreid. Ze beïnvloeden de manier waarop we onszelf en onze geschiedenis, maar ook andere mensen, andere culturen, ideeën, normen en waarden zien.

Audiovisuele media kunnen onze mening beïnvloeden over een gebeurtenis in het nieuws of over iemand uit onze omgeving door deze vanuit een bepaald standpunt te bekijken en in een negatieve of positieve context te plaatsen. Onder meer in de politiek, journalistiek en reclame wordt hier gebruik van gemaakt. Een gemanipuleerd beeld kan ervoor zorgen dat jij je mening vormt op basis van onjuiste informatie. Of dat je een eenzijdig beeld krijgt van een situatie of bevolkingsgroep omdat andere perspectieven zijn weggelaten.

De mogelijkheden van nieuwe technologieën maken het steeds lastiger om gemanipuleerde beelden te herkennen. Hoe meer beeldgeletterd je bent, hoe kritischer je naar dit soort beelden kunt kijken.

Leerlingen actief, kritisch en bewust leren omgaan met audiovisuele media – van film tot games tot VR – om de bedoelingen, betekenis en het effect ervan te doorzien. En om audiovisuele media te maken en in te zetten om je eigen verhaal en visie te vertellen.

### Deel 4: Globalisering

10. Globalisering is een feit

### Deel 5: Duurzaamheid

11. Verantwoordelijkheid nemen voor je leefomgeving

