

Competentieniveaus van de 10 mediawijsheidscompetenties

			Huidig niveau		Streefniveau	
Begrip	B1 Bewust zijn van de medialisering van de samenleving	CONSUMENT	Niveau 3	Weet de meer evidente effecten van het toenemend mediagebruik op het menselijk bestaan te benoemen, zoals: het feit dat media altijd en overal aanwezig zijn, dat we altijd met elkaar in verbinding staan, dat er steeds meer informatie op ons af komt, etc.	Niveau 4	Kan de uiteenlopende effecten van de medialisering op onze bestaanswijze analyseren en vanuit meerdere perspectieven belichten. Verdiept zich daartoe in de nieuwste inzichten en actuele discussies.
	B2 Begrijpen hoe media gemaakt worden	CONSUMENT	Niveau 1	Herkent de primaire doelstellingen van mediaboodschappen: onderscheidt commerciële van informerende boodschappen	Niveau 2	Herkent veelgebruikte standaardtechnieken. Begrijpt hoe mediaproducten deze technieken inzetten om hun doelstellingen te realiseren. Gebruikt deze kennis om mediaboodschappen kritisch te evalueren.
	B3 Zien hoe media de werkelijkheid kleuren	CONSUMENT	Niveau 3	Herkent wanneer mediaboodschappen vooroordelen, rolpatronen en ideologieën bevestigen en versterken.	Niveau 4	Kan kritisch analyseren hoe conventies en gebruiken binnen de mediabranche van invloed zijn op de maatschappelijke beeldvorming en de normen en waarden binnen een cultuur.

			Huidig niveau		Streefniveau
Gebruik	G1 Apparaten, software en toepassingen gebruiken	PRODUCENT	Niveau 2	Gebruikt e-mail, internet, mobiele telefoon en sms frequent. Heeft een profiel op een of meerdere sociale netwerken. Speelt verschillende games. Uploadt af en toe eigen content. Wacht, bij het uitproberen van meer innovatieve mediatechnologieën, af op wat anderen in de eigen omgeving doen.	Niveau 3 Is een actief gebruiker van diverse nieuwe media. Speelt diverse games. Communiceert via diverse applicaties met vrienden en collega's. Uploadt eigen audiovisueel materiaal. Is actief binnen diverse sociale netwerken. Doet dit alles ook mobiel, via smartphone of tablet. Opereert makkelijk crossmediaal. Heeft een voortrekkersrol binnen de eigen omgeving.
	G2 Oriënteren binnen media-omgevingen	NETWERKER EN VERZAMELAAR	Niveau 3	Kan zich oriënteren binnen mediaomgevingen waarin apparaten, content en toe--passingen op meerdere manieren met elkaar verbonden zijn of kunnen worden (zoals smartphones, video editors en sociale netwerken).	Niveau 4 Switcht trefzeker van de ene naar de andere toepassing en tussen apparaten. Koppelt apparaten en toepassingen aan elkaar en integreert deze in een persoonlijk mediasysteem. Weet wanneer welke toepassingen het meest geschikt zijn om in te zetten.

			Huidig niveau		Streefniveau
Communicatie	C1 Informatie vinden en verwerken	VERZAMELAAR EN CONSUMENT	Niveau 3	Kan (crossmediaal) schakelen tussen diverse informatiebronnen. Weet diverse online informatiebronnen te benutten. Weet het volledige kennisreservoir van het internet efficiënt te ontsluiten. Kan informatie van diverse bronnen met elkaar vergelijken en de gevonden informatie synthetiseren. Kan binnen het totale (gevraagde en ongevraagde) informatieaanbod relevante informatie selecteren	Niveau 4 Heeft een persoonlijke strategie om via diverse nieuwe mediatoepassingen en sociale netwerken informatie optimaal tot zich te laten komen. Weet relevante informatie systematisch te beheren. Deelt relevante informatie en kiest daarbij voor verschillende doelgroepen het juiste medium
	C2 Content Creëren	PRODUCENT	Niveau 3	Gebruikt media om persoonlijke en professionele informatie te delen. Gebruikt diverse toepassingen om unieke eigen content te creëren. Edit foto's en video's alvorens deze te uploaden. Optimaliseert het effect van verzonden boodschappen door gebruik te maken van de mogelijkheden die toepassingen bieden (zoals bijvoorbeeld hashtags op Twitter).	Niveau 4 Deelt belangwekkende informatie op diverse platformen (als Slideshare). Draagt bij aan co-creatie initiatieven als forums en kennisbanken (als Wikipedia). Kan een eigen website inrichten. Creëert en deelt hoogwaardig audiovisueel materiaal. Kiest een geschikt medium bij het verzenden van mediaboodschappen en giet deze in optimale vorm
	C3 Participeren in sociale netwerken	NETWERKER	Niveau 3	Heeft een bewust vormgegeven profiel op een of meerdere sociale netwerksites. Deelt interessante en vermakelijke content, zowel in persoonlijke als professionele contexten. Reageert alert en constructief op posts van anderen, en houdt zo de community levendig en interessant. Kan nieuwe online relaties aangaan en bestaande relaties koesteren.	Niveau 4 Stimuleert de interactie tussen anderen. Bevordert de participatie van andere community members. Inspireert anderen optimaal gebruik te maken van sociale netwerken. Is behalve op zichzelf en naasten ook gericht op het gemeenschappelijke doel van de community als geheel. Waakt over de nettiquette binnen sociale netwerken en gaat uitsluiting, flaming en destructief gedrag van anderen tegen.

			Huidig niveau		Streefniveau	
Strategie	S1 Reflecteren op het eigen mediagebruik	STRATEEG	Niveau 3	Beseft hoe het eigen mediagebruik invloed heeft op de eigen levensstijl. Kan analyseren hoe de eigen mediaconsumptie van invloed is op de eigen kijk op de wereld ('je bent wat je surft/kijkt/ speelt/downloadt').	Niveau 4	Ontwikkelt een bewuste strategie om optimaal met media om te gaan. Doseert wanneer welke media gebruikt worden. Weet media op het juiste moment in én uit te schakelen. Houdt de ervaringshorizon ruim door de eigen mediaconsumptie divers te houden.
	S2 Doelen realiseren met media	PRODUCENT EN NETWERKER	Niveau 3	Weet wanneer welke toepassingen meerwaarde hebben bij het realiseren van professionele en sociale doelstellingen en kan deze effectief inzetten (zoals bij het vinden van een nieuwe baan of het geld inzamelen voor een goed doel).	Niveau 4	Ontwikkelt een doelgerichte strategie om in alle levenssferen optimaal gebruik te maken van de mogelijkheden die traditionele, nieuwe en sociale media bieden. Weet wanneer welke mediatoepassingen het eigen welbevinden en levensgeluk kunnen verhogen (of juist verlagen) en zet deze mediatoepassingen daar actief voor in. Deelt expertise met anderen om ook hun mediastrategie te optimaliseren. Heeft niet alleen eigen doeleinden voor ogen, maar bevordert ook die van anderen en de communities waaraan deelgenomen wordt.