

ECHTE HELDERHEID OVER MEDIAWIJSHEID

Een genealogie van het begrip mediawijsheid

Universiteit Utrecht
Theater-, Film- en Televisiewetenschappen
BA Eindwerkstuk
Hemmo Bruinenberg - 3337197
Blok 2 - Januari 2012
Begeleider: V.C.A. Crone

INHOUDSOPGAVE

Inleiding.....	3
Definities van mediawijsheid.....	4
Manier van onderzoeken.....	4
De ontwikkeling van het begrip mediawijsheid.....	5
De kwalijke invloed van media als fundament voor mediawijsheid.....	9
Van media-educatie, naar mediawijsheid, naar media-educatiewijsheid.....	12
Conclusie.....	14
Literatuurlijst.....	16
Bijlage 1: Kwantitatieve analyse van de krantenartikelen.....	19
Bijlage 2: Voorbeeld codering en categorisering krantenartikelen.....	21

Inleiding

Media-educatie, mediacompetenties, mediageletterdheid, mediabegrip, mediaonderwijs, mediaopvoeding, mediahouding of mediatraining. Alles valt onder mediawijsheid. Met media scheppen we een omgeving en worden we door die omgeving gevormd. Mediawijsheid is zowel negatief als positief over de media. Mediawijsheid is alles, maar kan het onmogelijk allemaal tegelijk zijn. De zoektocht naar concretisering van het begrip duurt nu al 6 jaar. Een grote verscheidenheid aan betekenissen en onduidelijkheid zijn het gevolg. En dat terwijl het zoveel mensen aangaat: onderwijzers, beleidsmakers, ouders en jongeren. Volgens de Raad van Cultuur zelfs alle burgers. Het is hoog tijd dat er echte helderheid over mediawijsheid komt en het discours rondom mediawijsheid bewust wordt gemaakt van de richting die de betekenis ervan op gaat.

In dit onderzoek wordt gekeken naar alle betekenissen die aan mediawijsheid worden gegeven. Het gaat hierbij om de manier van spreken over mediawijsheid in de Nederlandse pers. Alle krantenartikelen waarin het woord mediawijsheid wordt genoemd worden geanalyseerd. Op die manier krijgen we echte helderheid over mediawijsheid. De vraag die in het onderzoek centraal staat is: 'hoe heeft mediawijsheid zich in de Nederlandse geschreven pers ontwikkeld?'

De gevonden ontwikkeling is opvallend. De balans tussen de verschillende betekenissen blijkt onmogelijk, waardoor uiteindelijk één gedachte overheerst. Mediawijsheid komt voort uit de ongerustheid over de kwalijke invloed die de media zou hebben op de jeugd. Het wordt gezien als een oplossing die de angst kan doen wegnemen en is daarom voornamelijk beschermend van aard. In navolging van deze gedachte wordt de focus gericht op het onderwijs. Mediawijsheid is door de jaren heen verworden tot media-educatie verpakt in een positieve connotatie: het gaat alleen om de jeugd, een paternalistisch beschermingsidee en toepassing in het onderwijs.

In dit onderzoek is te lezen hoe dit zich zo heeft ontwikkeld. Ook worden er vraagtekens gezet bij de notie over de kwalijke invloed van media. Want kunnen we wel aantonen dat media slecht zijn? En stel dat media niet slecht zijn, wat is mediawijsheid dan nog? En hoe komt het dat de focus op competenties en educatie is gericht?

Het onderzoek begint met een introductie van de term mediawijsheid, hierna wordt de methode van dit onderzoek kort uitgelegd. Vervolgens zal de ontwikkeling die we in de kranten zien worden uiteengezet, om dit in de daarop volgende paragrafen in een breder perspectief te zetten.

Definities van mediawijsheid

Het begrip mediawijsheid kent in feite maar één echte definitie. Deze werd in 2005 door de Raad van Cultuur aan het begrip gegeven in een ongevraagd advies getiteld *Mediawijsheid. De ontwikkeling van nieuw burgerschap*. De definitie luidde als volgt:

Mediawijsheid duidt op het geheel van kennis, vaardigheden en mentaliteit waarmee burgers zich bewust, kritisch en actief kunnen bewegen in een complexe, veranderlijke en fundamenteel gemedialiseerde wereld.¹

Een definitie die veel insluit, maar daarbij open staat voor verschillende invullingen. Dit geeft Mediawijzer.net aan in zijn rapport *Helderheid over Mediawijsheid*.² Er wordt gezegd dat de definitie van de Raad van Cultuur heeft geleid tot een betekenispluriformiteit waarbij iedereen het begrip naar eigen inzicht heeft ingezet. Zo is het voor de één het verschil kunnen zien tussen OH OH CHERSO en HOLLAND DOC en voor de ander het vermijden van gevaren die nieuwe media met zich meebrengen, zoals cyberpesten.³

Het is dus een onpraktische definitie, maar het blijft de enige definitie die overal wordt genoemd. Mediawijzer.net heeft hem recentelijk aangescherpt, door mediawijsheid vooral als een groep competenties te beschouwen. Ook hierin blijft het echter abstract. De betekenispluriformiteit is een groot probleem voor het gebruik van een dergelijke term, want als er meerdere betekenissen zijn voor een dergelijk begrip is er eigenlijk geen betekenis. Er blijft slechts een leeg begrip en vooral een heleboel onduidelijkheid over. Hopelijk biedt de krantenanalyse duidelijkheid.

Manier van onderzoeken

Met dit onderzoek is het de bedoeling om er achter te komen wat we nu verstaan onder mediawijsheid. Krantenartikelen worden daarvoor als startpunt genomen. Niet één of twee, maar alle krantenartikelen ooit verschenen waarin het begrip mediawijsheid wordt genoemd.⁴ De manier om dit te doorgronden is door gebruik te maken van de genealogische methode van Foucault. Deze methode wordt gecombineerd met de *grounded theory*, een systematische methode die hier uitermate geschikt is om de genealogie te verduidelijken en ondersteunen.

¹ Raad van Cultuur. *Mediawijsheid. De ontwikkeling van nieuw burgerschap*. Den Haag, 2005.

² Mediawijzer.net is het expertisecentrum voor mediawijsheid, welke als doel heeft de mediawijsheid onder burgers te vergroten zo is te lezen op hun website (*Veelgestelde vragen – Mediawijzer – 05-12-2011* <http://www.mediawijzer.net/publiek/veel-gestelde-vragen>).

³ Mediawijzer.net. "Helderheid over mediawijsheid" [2011] http://redactie.typo.kennisnet.nl/fileadmin/kennisnet/Mediawijzer.net/Helderheid_over_mediawijsheid.pdf - 01-12-2011 http://redactie.typo.kennisnet.nl/fileadmin/kennisnet/Mediawijzer.net/Helderheid_over_mediawijsheid.pdf

⁴ Onderzoek is uitgevoerd op basis van krantenbank LexisNexis. Inhoudelijke afwegingen en kwantitatieve gegevens over de gekozen krantenartikelen staan in bijlage 1 en 2.

De genealogische methode wordt gebruikt om de ontstaansgeschiedenis van een fenomeen te onderzoeken of beschrijven. In dit geval mediawijsheid. Het gaat daarbij om er achter te komen wat de manier van spreken over het fenomeen is geweest. Oftewel: het discours rondom mediawijsheid. Er wordt gekeken welke assumpties over mediawijsheid de krantenartikelen domineren. Door dit te doen kan een goed beeld gekregen worden van wat mediawijsheid betekend in het discours van de geschreven pers.⁵

Grounded theory is daarbij nodig om op een systematische manier te kijken welke informatie vanuit de krantenartikelen naar voren komt. Belangrijk is dat er van te voren geen hypothesen zijn gevormd. De analyse gebeurt door een constante vergelijking van codes die aan berichten worden gegeven. Op die manier worden alle krantenartikelen gereduceerd tot een aantal categorieën. Het gebruik van *grounded theory* geeft het onderzoek daarmee een grotere validiteit.⁶

De ontwikkeling van mediawijsheid

In de krantenartikelen over mediawijsheid vindt een opmerkelijke ontwikkeling plaats, ruw genomen te onderscheiden in drie fases. Zo zien we dat mediawijsheid in eerste instantie een leeg begrip is, door de betekenispluriformiteit. Ten tweede is vanaf het begin een beschermingsidee te herkennen, wat inhoudt dat mediawijsheid vooral gezien wordt als een manier om de jeugd te beschermen tegen de invloed van de media. Hieruit vloeit voort dat er steeds meer aandacht komt voor hoe mediawijsheid moet worden toegepast in het onderwijs. De ontwikkeling van deze drie fases is hieronder te lezen.

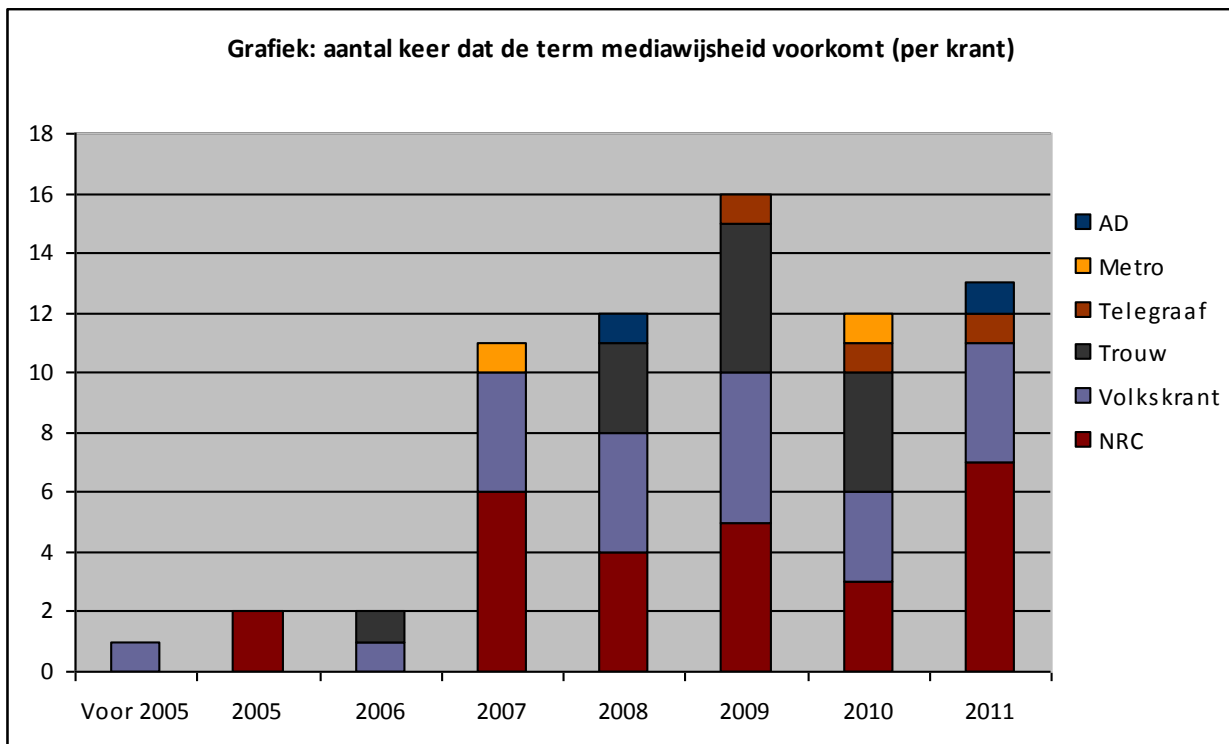
Voor het debuut van mediawijsheid in de Nederlandse pers gaan we terug naar 1999. Ver voordat de Raad van Cultuur het begrip noemde had redacteur Erwin Wijman van de Volkskrant het woord al gebruikt op een manier die niet ver weg ligt van de betekenis die er later aan gegeven zou worden. Er werd gezegd dat jongeren steeds slimmer werden ten opzichte van reclame: 'Jongeren hebben door hun 'mediawijsheid' een uiterst kritische 'aad' (of wel attitude towards the ad).'⁷ De term mediawijsheid werd hier gebruikt om een bepaald niveau van intelligentie in verhouding tot de omgang met media aan te geven.

Na dit artikel volgde 6 jaar van mediawijsheid stilte. In de grafiek hieronder is te zien hoe vaak mediawijsheid werd genoemd in krantenartikelen door de jaren heen.

⁵ Bert van den Brink. Wijsbegeerte, hoorcollege inleiding politieke en sociale filosofie. Macht en genealogie: Foucault. 6 augustus 2008, Utrecht.

⁶ Bob Dick. "Grounded Theory: a Thumbnail Sketch" [2005] *Grounded theory: a thumbnail sketch* – 01-12-2011 <http://www.scu.edu.au/schools/gcm/ar/arp/grounded.html>

⁷ Erwin Wijman. "Onderzoek reclamemakers bewijst: reclame is leuk." De Volkskrant (28-08-1999): 7.



Zoals te zien kwam mediawijsheid na 1999 pas weer in het nieuws toen de Raad van Cultuur zijn advies *Mediawijsheid. De ontwikkeling van nieuw burgerschap* poneerde in 2005. Het advies had beperkte impact in de actualiteitenfabriek. Het jaar 2005 bracht slechts twee artikelen voort, beide in het NRC Handelsblad. Ook in 2006 waren er maar twee artikelen in twee verschillende kranten. In de jaren die volgden bleef het aantal keren dat het genoemd werd redelijk stabiel, met uitzondering van 2009. Toen werd het mediawijsheid expertisecentrum opgericht.

Al in de eerste krantenartikelen ontstond de eerder genoemde betekenispluriformiteit. In de jaren die volgden werd dit versterkt, zo is te zien in verschillende citaten. Mediawijsheid wordt bijvoorbeeld specifiek gericht op kinderen en omgang met media:

‘Kinderen moeten leren hoe media werken, zich daar een mening over vormen en die mening toepassen in hun mediagedrag. Dat is mediawijsheid.’⁸

En we zien dat er een tweedeling wordt geconstateerd en dat mediawijsheid en media-educatie als één begrip worden gezien:

⁸ Leen Vervaeke. “Waarom reclamefiguurtjes flitsen en vrolijk lachen.” De Volkskrant (29-04-2006): 4.

Met media-educatie, of mediawijsheid, bedoelt Nikken dat ouders en docenten moeten proberen om de positieve kanten van media (zoals informatievoorziening en vermaak) te versterken en negatieve kanten (verslaving, seks en geweldfilms) te 'dempem'.⁹

We zien ook dat mediawijsheid uitsluitend voor beeldtaal geldt:

Beeldtaal is eigenlijk net als een gesproken taal een taal die je moet leren lezen. Mediawijsheid noemen ze dat tegenwoordig.¹⁰

Een laatste voorbeeld geeft aan dat mediawijsheid het vermogen is feit en fictie te onderscheiden:

Mediawijsheid hebben de kinderen nodig; ofwel het vermogen om in te zien wat echt is en wat sensatie en wat fantasie.¹¹

Dit zijn enkele definities die zichtbaar maken dat de verschillen groot zijn. Gaat het nu alleen om kinderen of over iedereen? En gaat het om alleen beeldtaal of alle mediavormen?

Deze betekenispluriformiteit is niet vreemd, aangezien de Raad dit zelf al aankondigde in zijn advies: 'Mediawijsheid is een begrip dat niet in alle contexten en voor alle groepen hetzelfde betekent.'¹² Dit is precies wat we in het discours waarnemen. Men weet niet hoe het te gebruiken, dus wordt het voor elke situatie op een andere manier uitgelegd. Als een artikel geschreven wordt naar aanleiding van een onderzoek over veilig internet, dan is de definitie van mediawijsheid passend binnen die context. Op deze manier ontstaan allerlei definities, variaties binnen het overkoepelende begrip van de Raad van Cultuur, die zochten naar concretisering. Er is te zien dat wordt geprobeerd de definitie te vatten in één zin. Het gaat om 'kritisch leren omgaan met media'¹³ en 'kinderen beschermen tegen gevaren van internet'¹⁴. Dit zorgt voor definities die makkelijker te illustreren en verklaren zijn dan de definitie van de Raad van Cultuur. Het wordt hierdoor echter wel onduidelijker. Want wat is nu eigenlijk nog mediawijsheid? Als er zoveel betekenissen zijn voor één woord, maakt dat het dan niet betekenisloos?

Er ontstaat ook een paradox: de verscheidenheid aan interpretaties van mediawijsheid neemt toe, maar er komen ook meer overeenkomsten. Zo komt in de meeste definities de jeugd voor. Dat

⁹ "Je moet weten dat je niet alles kunt filmen en versturen." Trouw (29-03-2006): 9.

¹⁰ Anneke Stoffelen. "Kritische ontwerpers over de hedendaagse beeldtaal." De Volkskrant (23-10-2007): 17.

¹¹ "Leer kleuters over de bloemetjes en bijtjes." Metro (12-12-2007): 2.

¹² Raad voor Cultuur. *Mediawijsheid. De ontwikkeling van nieuw burgerschap*. Den Haag, 2005.

¹³ Eva de Valk. "Waarom zoekt iemand informatie over mij?" NRC Handelsblad (22-06-2011): Media.

¹⁴ "Alleen gebruik maakt wijs met media." De Volkskrant (16-05-2008): 11.

gebeurt op alle vlakken van het discours. Zo zegt ook het mediawijsheid expertisecentrum (opgericht om mediawijsheid in al zijn facetten te coördineren¹⁵) zich in het begin vooral op jongeren te richten.

Een tweede overeenkomst zien we in de aandacht die gericht wordt op de invloed van en de omgang met de beeldcultuur. Hier nauw mee samenhangend kwam het beschermingsidee (voor de kwalijke invloed van media) op. In verschillende artikelen is te zien dat de overheid er mede voor verantwoordelijk was dat dit beschermingsidee aandacht kreeg. Zo is te lezen in het volgende citaat:

Minister Ronald Plasterk (Emancipatie) suggereert een verband tussen dat vrouwonvriendelijke beeld en meisjesproblemen als tienermoederschap. [...] De minister wil de 'slachtoffers van deze beeldcultuur' op verschillende manieren helpen. Door gedragscodes voor de audiovisuele media op te stellen, bijvoorbeeld, met als doel een 'realistischer' en 'veiliger' beeld van meisjes en vrouwen. Een ander wapen tegen beeldcultuur is mediatraining. Het vak 'mediawijsheid' zou in het curriculum moeten worden opgenomen.¹⁶

Mediawijsheid wordt hier gezien als wapen tegen de beeldcultuur, we moeten getraind worden tegen de kwalijke invloed van de media. De lijn van dit debat wordt binnen mediawijsheid niet voortdurend doorgezet in het discours, mediawijsheid is immers breder. Toch is na de verschillende opmerkingen van de minister het beschermingsidee in het mediawijsheid discours dominant geworden. In bijna alle krantenartikelen waar mediawijsheid in voor komt is wel een link gelegd met het beschermingsidee of de negatieve invloed van media. Zo zien we in verschillende andere citaten:

'Mediawijsheid thuis en op school is nodig om kinderen langer kind te laten zijn.'¹⁷

en

Mediawijsheid bestaat uit verschillende aspecten. Je wilt kinderen 'wapenen', zorgen dat ze geen slachtoffer worden van media door ze kennis in handen te geven waardoor ze beter snappen wat er gebeurt.¹⁸

En tevens zien we dat ook het mediawijsheid expertisecentrum volgt in het toespitsen op het beschermingsidee. Het allereerste bericht dat in de kranten genoemd wordt over het nieuwe expertisecentrum illustreert dit:

¹⁵ Mediawijzer.net. "Veelgestelde vragen." [Z.j.] *Veelgestelde vragen – Mediawijzer* – 05-12-2011 <http://www.mediawijzer.net/publiek/veel-gestelde-vragen>

¹⁶ Arjen van Veelen. "De preutsheid van Beyoncé: seksualisering van de maatschappij, de nuances van de beeldcultuur." NRC Handelsblad (05-10-2007): 20.

¹⁷ Bamber Delver. "TV kijken was in de tijd van Pipo toch leuker." *Trouw* (29-01-2008): 8.

¹⁸ Remke de Lange. "Cinekid wapent het kind." *Trouw* (15-10-2010): De Verdieping.

Het nog jonge 'Mediawijsheid Expertisecentrum' wil met een krant en een website 'jongeren en hun ouders laten nadenken over hun mediagedrag en hoe ideaalbeelden in de media de gewenste identiteit van de jongeren beïnvloeden.' Bijvoorbeeld: ruim twee derde van de jongeren wil volgens het krantje beroemd worden, en zet daartoe allerlei privégegevens van zichzelf op internet.¹⁹

Behalve de nadruk op een drang om te beschermen, is in de krantenartikelen tevens een groeiende vraag naar de toepassing van mediawijsheid in het onderwijs te zien. Met in het achterhoofd de aandacht voor het beschermingsidee en de focus op de jongeren en kinderen is dit niet onverwacht. De discussie die hier omheen ontstaat gaat vooral over de manier waarop mediawijsheid moet worden opgenomen in het curriculum van het onderwijs. Er worden vragen gesteld over of mediawijsheid de verantwoordelijkheid van de school is. Het bord van de docent is immers al zo vol. Er is dan ook geen overeenstemming of het in het curriculum moet worden opgenomen. Dat komt vooral omdat er voor scholen geen concrete eindtermen zijn, zo zien we in een artikel: 'Kinderen mediawijsheid bijbrengen vindt iedereen belangrijk. Maar wat dat betekent is onduidelijk. En de meeste scholen doen er niets aan. [...] Richtlijnen zijn er niet.'²⁰

Het laatste jaar is te zien dat de discussie over mediawijsheid zich vooral in deze tendens blijft voortzetten. Het gaat daarmee veel over wat voor jongeren belangrijk is te leren in de omgang met media. Kortom: mediawijsheid wordt door de jaren heen - vanuit zijn ambigue betekenis - aanzienlijk gereduceerd tot een specifieke doelgroep en taak: jongeren mediacompetenties aanleren om zich te kunnen wapenen tegen media.

Deze bevindingen roepen een aantal vragen op: in hoeverre wordt het mediawijsheid discours beheerst door een discours wat al veel langer gaande is: die over de invloed van media? En verschilt mediawijsheid in 2011 nog wezenlijk van het hiervoor gangbare media-educatie?

De kwalijke invloed van media als fundament voor mediawijsheid

Een debat over media dat al tientallen jaren gaande is gaat over de vraag of media nu wel of geen negatieve invloed hebben. Ondanks honderden onderzoeken naar media-effecten is er nog steeds geen overtuigend antwoord. Toch zijn er velen die naar aanleiding van hun onderzoek wel durven stellen dat media negatieve invloed hebben. Een Nederlands voorbeeld van zo'n effect studie is de vaak aangehaalde Patti Valkenburg. Zo stelt zij in haar boek *Beeldschermkinderen* dat media inderdaad ongewenste invloed hebben en dat dit serieus genomen moet worden:

¹⁹ Mark van Dijk. "Iedereen lekker beroemd." *Trouw* (03-06-2009): 26-27.

²⁰ Eva de Valk. "Mediagebruik: als eten met mes en vork." *NRC Handelsblad* (19-04-2011): Media.

‘Stel dat een geweldproductie slechts één promille van de 4,8 miljoen kinderen en jongeren die Nederland telt op enigerlei wijze zou beïnvloeden, [...] dan lopen er per geweldproductie in Nederland al gauw zo’n vijfduizend kinderen en jongeren een verhoogd risico op agressief gedrag. Kanspercentages van deze grootte moeten serieus worden genomen, door de wetenschap, maar ook door opvoeders en beleidsmakers.’²¹

Dergelijke citaten van een gerenommeerd hoogleraar in Nederland worden door hun nieuwswaardigheid naar hartenlust overgenomen en doen veel met de beeldvorming over media. De vraag is of Valkenburg gelijk heeft in haar conclusie. Als 0.1% van alle kinderen misschien het risico lopen om beïnvloed te worden, moeten we de oorzaak dan zoeken bij de media? Of is het verstandiger naar het kind toe te gaan om te kijken wat daar mis mee is?

Het is belangrijk te erkennen dat er verschillende benaderingen zijn in hoe we de invloed van media kunnen zien. Naast zoals in voorgaand voorbeeld de benadering van (media)psychologen gevolgd kan worden, kan ook gekeken worden naar een benadering vanuit de hoek van *Cultural Studies*, zo stelt Vincent Crone in zijn boek *De Kwetsbare Kijker*. Dit verschil zit “in de tegenstelling tussen het ‘actieve publiek’ versus de ‘kwetsbaarheid van de kijker’.”²² *Cultural Studies* onderzoek ontkend niet dat de televisie de ‘mogelijkheid heeft om de kijker te beïnvloeden’, maar geeft wel aan dat de kijker gewapend is ‘tegen de macht van televisie en zijn eigen inherente kwetsbaarheid, door reflexiviteit en politiek bewustzijn en de wens om plezier aan televisie te beleven.’²³ Ook David Gauntlett veegt in zijn *Ten Things Wrong with the Media Effects Model* de grond aan met effect-onderzoekers door te stellen dat zij allemaal de verkeerde benadering hebben gekozen, een benadering waarmee het onmogelijk was om goed onderzoek te doen. Vanuit verschillende perspectieven kan de invloed van media een hele andere invulling krijgen. Wat we echter zien, zo stelt ook Crone, is dat het perspectief van de mediapsychologen in het discours overheerst.

Voor mediawijsheid is het van belang beide perspectieven te zien. We kunnen namelijk niet per definitie stellen dat media een negatieve invloed hebben. Het is niet uit te sluiten, maar voor een monocausale relatie tussen media en gedrag is net zo min bewijs. Desondanks zien we in het publieke discours van mediawijsheid -en dat is veelal een perspectief wat gevolgd wordt door beleidsmakers en opvoeders- dat de veronderstelling van de mediapsychologen als uitgangspunt voor mediawijsheid wordt genomen. Waarschijnlijk wordt deze assumptie geloofd omdat het zo makkelijk te illustreren valt. De blote benen en sexy dansjes van Beyoncé kunnen toch niet anders dan slechte ideaalbeelden vormen bij onze kinderen? Gauntlett stelt dat dit aansluit op de vaak conservatieve denkbeelden van vele opvoeders, die logischerwijs hun kinderen voor elk kwaad willen

²¹ Patti Valkenburg. *Beeldschermkinderen. Theorieën over kind en media*. Amsterdam: Boom, 2002. 88

²² Vincent Crone. *De kwetsbare kijker. Een culturele geschiedenis van televisie in Nederland*. Amsterdam: Vossiuspers, 2007.

²³ Ibidem.

behoeden. Mediawijsheid is daarmee een verkapt versie van het discours dat al tijden rond media hangt en welke telkens nieuwe input krijgt bij de komst van een nieuw medium. Er is sprake van een dystopisch standpunt, met ongerustheid over het nieuwe en de mogelijke gevaren die het met zich meebrengt.

Deze visie sluit aan op wat de Britse socioloog Furedi de risicosamenleving noemt. Zo stelt hij in zijn boek *Culture of Fear* dat risico gebaseerd is op de angst voor de toekomst en wat deze met zich mee gaat brengen. Het wordt bepaald door hoe een maatschappij denkt om te gaan met veranderingen in de toekomst.²⁴ De ongunstige invloed van de media wordt betiteld als risicovolle activiteit en die dient te worden vermeden, want risico's zijn per definitie ongunstig in deze tijd. Mediawijsheid is hierin een oplossing die een kans biedt om risico's te vermijden en die willen opvoeders en beleidsmakers maar wat graag aanpakken. Het wordt beschouwd als datgene wat de ongerustheid kan doen wegnemen en krijgt daarmee een positieve connotatie.

Hoewel mediawijsheid breder ambiert te zijn, gaat het dus in feite grotendeels over deze kant van media zo laat de krantenanalyse zien. Zoals eerder gesteld: in bijna elk krantenartikel wordt een negatief voorbeeld van media genoemd, dan wel een definitie gebruikt die aangeeft dat mediawijsheid een middel is om te beschermen. Een goed voorbeeld is de redactionele opmerking die de Volkskrant toevoegde ter verduidelijking van het begrip:

'..en mediawijsheid (hoe kinderen te beschermen tegen gevaren van internet, red.)'²⁵

Dergelijke constatering zijn opvallend. De Raad van Cultuur wilde juist af van een dergelijke benadering. Het discours is zich ook al vroeg bewust van de kant die het op gaat. Zo zien we in de Volkskrant van 16 mei 2008: 'Het is zaak mediaonderwijs niet beschermend in te richten op basis van angst en onwetendheid van opvoeders en beleidsmakers.' Dat dit wordt aangekaart zien we niet vaak terug in het discours. Maar ook dit artikel laat uiteindelijk zien hoe diep de notie van de kwalijke invloed van de media ligt, door zich in de laatste zin tegen te spreken. Want wat voor type mediaonderwijs zouden we dan moeten krijgen volgens deze redacteur? 'Een type mediaonderwijs dat door een combinatie van producerende en reflectieve vaardigheden de beste bescherming biedt tegen ongewenste media invloed.'²⁶ Kortom: ook zij houden vast aan dat jongeren beschermd moeten worden tegen ongewenste media invloed.

²⁴ Annerieke van der Pol. *Angstcultuur en media. De representatie van angst over Fitna in het NOS-Journaal*. Master thesis Universiteit Utrecht, 2008. 14.

²⁵ Yvonne Doorduyn. "Leren van Dijsselbloem, maar wel snel verder; Interview Ronald Plasterk." De Volkskrant (31-05-2008): 2.

²⁶ "Alleen gebruik maakt wijs met media." De Volkskrant (16-05-2008): 11.

De begripsverwarring tussen media-educatie en mediawijsheid komt in dit citaat ook duidelijk naar voren. Want ondanks dat de tekst gaat over mediawijsheid, wordt gesproken over mediaonderwijs.

In feite moet het discours rondom mediawijsheid zelf mediawijs worden. In plaats van mee te gaan in het debat over de negatieve invloed van media, zou het bewust en kritisch moeten omgaan met nieuwsberichten die hierover verschijnen. Nieuwsberichten over de negatieve invloed van media zijn nieuwswaardig en makkelijk te illustreren. Het belang ervan is direct duidelijk. Het schetst een onwenselijke situatie waar ouders, onderwijzers en beleidsmakers vanaf willen. Zij zijn immers degenen die hun kinderen hiertegen moeten beschermen, alleen al een suggestie is genoeg. Juist daarom zien we dat mediawijsheid hierin mee gaat. Mediawijsheid zou geen bestaansrecht hebben als het niet kan inspelen op die dystopische kant van de media. Als de media niet slecht zijn, waarom is mediawijsheid dan nodig?

Is er dus überhaupt verandering nodig of niet? De laatste roep in de geschreven pers om mediawijsheid vooral positief te benaderen stamt alweer uit 2008. In het NRC Handelsblad werd toen aangegeven dat ‘de politieke discussie over mediawijsheid volgens haar [Cathy Spierenberg, HB] te veel over de gevaren van internet [gaat]. “Dat is niet goed. Cyberpesten, seksuele handelingen voor webcams, het zijn excessen. Ze zijn ernstig, maar daar moeten we ons niet uitsluitend op richten. Het gaat ook om de kansen die media bieden.”²⁷ Deze opvatting wordt in het bredere discours van Mediawijzer.net ook meer uitgedragen. Desondanks gaat de geschreven pers daar niet in mee, waardoor de beeldvorming over mediawijsheid in stand blijft.

Van media-educatie, naar mediawijsheid, naar media-educatiewijsheid

Een logisch gevolg van de gedachte dat media negatieve invloed hebben is dat het discours rondom mediawijsheid zich steeds meer gaat richten op educatie. Want als de jeugd moet leren zich te beschermen tegen media, kan dat volgens velen het beste in het onderwijs. Opvallend is dat we daarmee terugkomen bij wat voor 2005 media-educatie heette. En daar wilde de Raad van Cultuur juist vanaf, zoals we kunnen lezen in het advies uit 2005:

Met opzet gebruikt de Raad niet langer de term media-educatie die centraal stond in zijn advies uit 1996, dat mede de aanleiding vormde voor de analyse die hij hier presenteert. Door niet langer van ‘media-educatie’ maar van ‘mediawijsheid’ te spreken, bepleit de Raad de noodzaak van een perspectiefverbreding. Zowel in de praktijk als in het overheidsbeleid is media-educatie momenteel te exclusief gericht op onderwijs, kinderen en jongeren, aanbod en bescherming.²⁸

²⁷ Jan Benjamin. “Virtueel volwassen worden.” NRC Handelsblad (06-09-2008): 36-37.

²⁸ Raad van Cultuur.

In het voorgaande advies van de Raad van Cultuur uit 1996 over media-educatie wordt media-educatie vooral gekenmerkt door een instrumentele benadering. De omgang met opkomende technologieën zoals het internet stond centraal. Toegang tot en kennis van de nieuwe technologieën en zijn risico's werd belangrijk geacht.²⁹ Zoals te lezen in het citaat voldeed deze benadering niet meer. Deels door de beperking die het met zich mee bracht, maar ook door de connotaties. Media-educatie werd geassocieerd met een beschermende overheid, was te specifiek op jongeren en onderwijs gericht en had een niet breed genoeg perspectief qua competenties. Mediawijsheid kon gezien worden als een nieuw begin, een nieuw verbreed perspectief. Het paste bij een zich terugtrekkende overheid. Mediawijsheid was er om burgers zelfredzaam te maken, het ideaalbeeld van de culturele burger hoorde hierbij. Mediawijsheid was en is daarmee niet alleen een set van competenties, maar gaat ook over een bepaalde mentaliteit of houding naar media (bewust, kritisch en actief). Daarnaast beschrijft mediawijsheid de context waarin dit vereist is: een complexe, veranderlijke en fundamenteel gemedialiseerde samenleving. Zo sluit het media-educatie niet uit, maar wordt het geïntegreerd.³⁰

Dit rooskleurige beeld van mediawijsheid in acht nemende is het opmerkelijk wat in de krantenanalyse naar voren kwam. De situatie waar mediawijsheid zich nu in bevindt lijkt verdacht veel op de situatie waar de Raad van Cultuur juist vanaf wilde. Ten eerste ligt de aandacht voor de doelgroep weer volledig bij jongeren en kinderen. Hiermee samenhangend gaan de krantenartikelen vooral over het beschermen van deze jongeren voor de invloed van de media. Via educatie. Zo illustreert volgend citaat uit het NRC Handelsblad deze situatie: 'Jongeren moeten op school "weerbaarder" gemaakt worden tegen de overdaad aan "seksueel getinte beelden in de media".'³¹ Na een aantal jaren mediawijsheid is er dus bijna niets veranderd. Als we naar de krantenanalyse kijken lijkt het helemaal mislukt om afstand te nemen van het door de Raad van Cultuur gevreesde 'beschermingsidee dat telkens weer de kop opsteekt, zeker als het gaat om jeugd en media.'³² Alle goede bedoelingen ten spijt. Het enige verschil met media-educatie blijft het positieve aura wat rond mediawijsheid hangt. De vraag is echter hoe lang dat nog gaat duren, dit alles geconstateerd hebbende.

Het maakt mediawijsheid anno 2011 een uitgebreide vorm van media-educatie. De instrumentele/educatieve benadering vormt wederom de hoofdmoot in het debat rondom mediawijsheid. Mediawijzer.net doet hier aan mee, zo laten ze zien met hun onderzoek *Metten van Mediawijsheid* en

²⁹ Levien Nordeman. *Mediawijsheid en de e-cultuursector. Naar nieuwe vormen van expressieve en reflectieve mediawijsheid*. Onderzoek voor Virtueel Platform Utrecht, 2007. 6

³⁰ Ibidem. 6

³¹ Rob Wijnberg. "Plasterk maakt masturbatie bespreekbaar; seksualisering. Pornografie leidt in praktijk niet tot verkrachting, maar tot zelfbevrediging." NRC Handelsblad (24-04-2009): 7.

³² Raad van cultuur.

het daaruit voortgevloeide *Helderheid over Mediawijsheid*. Beide publicaties zijn een direct antwoord op hetgeen geconstateerd wordt in de krantenanalyse: een einde maken aan de onduidelijkheid rondom het begrip en het geven van competenties die in het onderwijs gebruikt kunnen worden. Mediawijzer.net omschrijft mediawijsheid hier letterlijk als een set van competenties:

Daardoor is mediawijsheid een brede en bonte verzameling competenties geworden. Je creditcardgegevens bewaken, een vakantieblog bijhouden, je bejaarde buurvrouw juist een handgeschreven ansichtkaart sturen, handelen op Marktplaats, digitaal aangifte doen [...]: dit zijn allemaal zaken waarbij mediawijsheid een rol speelt – en ze vragen heel diverse competenties (die niet iedereen beheerst of zou moeten beheersen).³³

Behalve dat een brede en bonte verzameling competenties een begrip niet echt helderheid geeft is het de vraag of hier niet tekort wordt gedaan aan het concept mediawijsheid. Is mediawijsheid niet meer dan een set competenties? En competenties moeten worden geleerd. Ze duiden daarbij vooral op iets wat in het onderwijs plaatsvindt. Als het voor iedereen zou zijn, hoe leer je het dan aan doelgroepen die zich niet op scholen verenigen? In het onderwijs is een bepaalde vorm van verplichting van mediawijsheid nog mogelijk, maar daarbuiten een stuk lastiger. Wat misschien nog lastiger is, is om het belang van mediawijsheid voor die doelgroepen aan te tonen. Mediawijsheid is immers gebaseerd op een beschermingsidee voor de jeugd.

Conclusie

In haar masterthesis *Wat is (media)wijsheid?* schrijft Tjarda Sixma dat mediawijsheid balanceert op zowel een utopische als een dystopische benadering. De utopische benadering kijkt daarbij naar de positieve aspecten van (nieuwe) media gebruik en de dystopische educatieve benadering is vooral gericht op het beschermen tegen gevaren van internet en massamediale verleiding.³⁴ De combinatie van twee van zulke totaal verschillende perspectieven lijkt de problematiek van mediawijsheid al in te luiden. Er bestaat een grote kans dat de balans niet goed gehouden kan worden.

Uitgaand van het discours van de geschreven pers lijkt de balans in de richting van de dystopische educatieve benadering te gaan. De focus ligt vooral op het onderwijs, op jongeren, op het aanleren van competenties en op het beschermen tegen de kwalijke invloed van media. Er is aangetoond dat dit laatste de voornaamste reden is dat mediawijsheid als concept kan bestaan. Want zonder een oplossing te zijn voor de problemen die er zijn in de ogen van opvoeders en

³³ Mediawijzer.net. *Helderheid over Mediawijsheid*.

³⁴ Sixma, Tjarda. *Wat is (media)wijsheid? Zoektocht naar de inhoud en betekenis van mediawijsheid voor educatieve doeleinden*. Masterthesis Universiteit Utrecht, 2007. 24

beleidsmakers, zou mediawijsheid niet de noodzaak hebben er te zijn. Mediawijsheid is een wapen tegen de gevaren van media, gegeven aan onze jongeren via het onderwijs.

Dit zien we niet alleen terug in de krantenanalyse, maar ook bij de organisaties die met mediawijsheid werken. Het model in het eerder genoemde *Helderheid over Mediawijsheid* zegt doelgroep onafhankelijk te zijn, maar laat wel een focus op educatie zien. Competenties zijn vooral geschikt om via het onderwijs te brengen, omdat dit de enige plek is waar je mediawijsheid tot een (vrijwillige) verplichting kan maken. Het is moeilijk om de noodzaak van mediawijsheid aan te tonen waar het doelgroepen betreft die niet als kwetsbaar worden beschouwd. Wat levert het voor deze mensen op? Het blijkt onmogelijk om het concept volledig na te streven.

Mediawijzer.net en het netwerk daaromheen heeft goede intenties met mediawijsheid en weet dat het breder is (en zou moeten zijn) dan wat hier boven is beschreven. Maar ook binnen het netwerk van experts van mediawijsheid gaat het vooral over educatie en daarmee indirect vaak over bescherming. Er is weinig academische reflectie op het begrip zelf en op het rapport *Helderheid over Mediawijsheid*. Het concept mediawijsheid wordt niet bevraagd en de experts hebben er moeite mee om de noodzaak en het belang van mediawijsheid te verwoorden voor andere doelgroepen dan de jeugd.³⁵

Als het echt de bedoeling is om mediawijsheid in al zijn breedte te operationaliseren dan moeten een aantal dingen worden losgelaten. De focus op het beschermingsidee is daarbij het belangrijkste en zou moeten verschuiven naar aandacht voor het plezier dat beleefd kan worden met media en de mogelijkheden die het biedt. Van daaruit kan het besef ontstaan hoe mensen bewust en kritisch met media om moeten gaan. Het is belangrijk te kijken naar alle doelgroepen. Voor de mediawijsheid van volwassenen en ouderen is bijvoorbeeld helemaal geen aandacht in de kranten, zijn zij dan al mediawijs? De term mediawijsheid is in eerste instantie expliciet bedoeld voor alle burgers. Misschien is het tijd om dat eens waar te maken.

Terugkomend op de vraag wat we nu verstaan onder mediawijsheid kunnen we het volgende constateren: mediawijsheid is een koepelcompetentie die jongeren leert omgaan met en wapent tegen media. De vraag is of we daar tevreden mee zijn. Mediawijsheid is niet meer wat de Raad van Cultuur wilde dat het was. Sterker nog: het is geworden tot iets waar de Raad van Cultuur vanaf wilde. Is het weer tijd voor een nieuw woord? Of moeten we allemaal nog eens goed naar het woord kijken en echte mediawijsheid gaan uitdragen in plaats van het te blijven bekijken vanuit een paternalistisch beschermingsidee?

³⁵ Dit kwam naar voren in een expertmeeting over mediawijsheid op 15 december 2011 in Hilversum.

Literatuurlijst

- Brink, Bert van den. "Michel Foucault genealogische methode" [2008] *Wijsbegeerte Utrecht, hoorcollege inleiding politieke en sociale filosofie* – 01-12-2011
<http://www.phil.uu.nl/~brink/wb3013deeltijd/documenten/HCFoucault.pdf>
- Crone, Vincent. *De kwetsbare kijker. Een culturele geschiedenis van televisie in Nederland*. Amsterdam: Vossiuspers, 2007.
- Cultuurnetwerk Nederland. *Zicht op... media-educatie en mediawijsheid*. Utrecht, 2005.
- Dick, Bob. "Grounded Theory: a Thumbnail Sketch" [2005] *Grounded theory: a thumbnail sketch* – 01-12-2011
<http://www.scu.edu.au/schools/gcm/ar/arp/grounded.html>
- Furedi, Frank. *Cultuur van angst*. Amsterdam: Meulenhoff, 2006.
- Gauntlett, David. "Ten Things Wrong with the Media 'Effects' Model." [2008] *David Gauntlett – Ten things wrong with the media 'effects' model* – 01-12-2011
<http://www.theory.org.uk/david/effects.htm>
- Mediawijzer.net. "Helderheid over mediawijsheid" [2011]
http://redactie.typo.kennisnet.nl/fileadmin/kennisnet/Mediawijzer.net/Helderheid_over_mediawijshid.pdf - 01-12-2011
http://redactie.typo.kennisnet.nl/fileadmin/kennisnet/Mediawijzer.net/Helderheid_over_mediawijsheid.pdf
- Mediawijzer.net. "Veelgestelde vragen." [Z.j.] *Veelgestelde vragen – Mediawijzer* – 05-12-2011
<http://www.mediawijzer.net/publiek/veel-gestelde-vragen>
- Projectgroep Meten van mediawijsheid. "Meten van Mediawijsheid. Een studie naar een raamwerk, meetmiddelen en een toepassing hiervan" [2011]
http://redactie.typo.kennisnet.nl/fileadmin/kennisnet/Mediawijzer.net/meten_van_mediawijshid.pdf - 01-12-2011
http://redactie.typo.kennisnet.nl/fileadmin/kennisnet/Mediawijzer.net/meten_van_mediawijshid.pdf
- Nationaal Onderzoek Multimedia. *NOM Print Monitor 2010-II/2011-I: gemiddeld bereik 13+ - 01-12-2011*
<http://www.nommedia.nl/upload/documenten/nom-website-gemiddeld-bereik-npm-2010-ii-2011-i.pdf>
- Nordeman, Levien. *Mediawijsheid en de e-cultuursector. Naar nieuwe vormen van expressieve en reflectieve mediawijsheid*. Onderzoek voor Virtueel Platform Utrecht, 2007.
- Pol, Annerieke van der. 2008. "Angstcultuur en media. De representatie van angst over Fitna in het NOS-Journaal" Master thesis Universiteit Utrecht.
- Raad voor Cultuur. *Mediawijsheid. De ontwikkeling van nieuw burgerschap*. Den Haag, 2005.
- Raad voor Cultuur. *Mediawijsheid in perspectief*. Den Haag, 2008.
- Schouten, Wendy. "Stuiterend door de kamer." NRC.next (02-12-2011): Opinie.

Sixma, Tjarda. 2007. "Wat is (media)wijsheid? Zoektocht naar de inhoud en betekenis van mediawijsheid voor educatieve doeleinden." Master thesis Universiteit Utrecht.

Valkenburg, Patti. *Beeldschermkinderen. Theorieën over kind en media*. Amsterdam: Boom, 2002.

Krantenartikelen

LexisNexis krantenbank.

Invoer: mediawijsheid.

Datum: 1 januari 1980 tot en met 11 oktober 2011

Selectie kranten: NRC Handelsblad, Volkskrant, Trouw, Telegraaf, Algemeen Dagblad en Metro.

Geciteerde krantenartikelen:

"Alleen gebruik maakt wijs met media." De Volkskrant (16-05-2008): 11.

Benjamin, Jan. "Virtueel volwassen worden." NRC Handelsblad (06-09-2008): 36-37.

Delver, Bamber. "TV kijken was in de tijd van Pipo toch leuker." Trouw (29-01-2008): 8.

Dijk, Mark van. "Iedereen lekker beroemd." Trouw (03-06-2009): 26-27.

Doorduyn, Yvonne. "Leren van Dijsselbloem, maar wel snel verder; Interview Ronald Plasterk." De Volkskrant (31-05-2008): 2.

"Je moet weten dat je niet alles kunt filmen en versturen." Trouw (29-03-2006): 9.

Lange, Remke de. "Cinekid wapent het kind." Trouw (15-10-2010): De Verdieping.

"Leer kleuters over de bloemetjes en bijtjes." Metro (12-12-2007): 2.

Ramaer, Joost. "Cultureel burgerschap stimuleren." De Volkskrant (07-03-2007): 14.

Smeets, Maartje. "Nieuwe wegwijzer in overvol medialand." Trouw (16-05-2008): V10

Stoffelen, Anneke. "Kritische ontwerpers over de hedendaagse beeldtaal." De Volkskrant (23-10-2007): 17.

Valk, Eva de. "Mediagebruik: als eten met mes en vork." NRC Handelsblad (19-04-2011): Media.

Valk, Eva de. "Waarom zoekt iemand informatie over mij?" NRC Handelsblad (22-06-2011): Media.

Veelen, Arjen van. "De preutsheid van Beyoncé: seksualisering van de maatschappij, de nuances van de beeldcultuur." NRC Handelsblad (05-10-2007): 20.

Vervaeke, Leen. "Waarom reclamefiguurtjes flitsen en vrolijk lachen." De Volkskrant (29-04-2006): 4.

Wijman, Erwin. "Onderzoek reclamemakers bewijst: reclame is leuk." De Volkskrant (28-08-1999): 7.

Wijnberg, Rob. "Plasterk maakt masturbatie bespreekbaar; seksualisering. Pornografie leidt in praktijk niet tot verkrachting, maar tot zelfbevrediging." NRC Handelsblad (24-04-2009): 7.

Bijlage 1: Kwantitatieve analyse van krantenartikelen

In deze bijlage is het kwantitatieve deel van de krantenanalyse te vinden in verschillende statistieken, evenals de criteria die zijn gehanteerd voor de verschillende artikelen.

Bijlage 1a: Tabel

In onderstaande tabel is de verdeling van de krantenartikelen waar te nemen waarin het woord mediawijsheid wordt genoemd. Selectie van de krantenartikelen op basis van een aantal criteria:

- **Landelijke dagbladen.** Er is gekozen voor landelijke dagbladen, zodat er gekeken kan worden naar het dominante vocabulaire die het hele land omvat en tevens om de omvang van het onderzoek hanteerbaar te houden. Er wordt daarnaast verondersteld dat de resultaten tussen de kranten en bijvoorbeeld nieuws op internet of televisie inhoudelijk niet wezenlijk zullen verschillen.
- **Meest aantal lezers.** Er is gekozen voor de zes landelijke dagbladen met het meeste aantal lezers. De keuze is gebaseerd op de NOM Printmonitor (zie literatuurlijst voor verwijzing), hierin staat van elk jaar het percentage mensen weergegeven dat deze dagbladen leest.
- **Meer dan 100 woorden.** Er is gekozen voor artikelen met meer dan 100 woorden. Artikelen met minder dan 100 woorden zijn in dagbladen vaak mededelingen, welke weinig inhoudelijk ingaan op de term. Daarom worden deze niet noodzakelijk geacht mee te nemen.

Tabel: Aantal keren dat "Mediawijsheid" werd genoemd in de landelijke dagbladen met de meeste lezers¹ (in artikelen met meer dan 100 woorden)

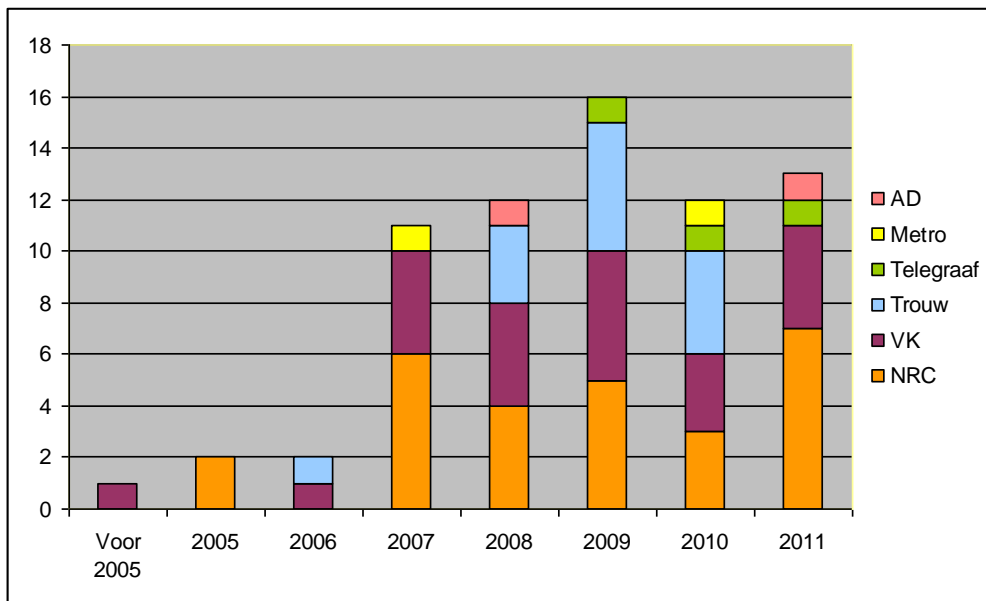
Krant	Kwartaal	Voor 2005	2005				2006				2007				2008				2009				2010				2011			
			1 ^e	2 ^e	3 ^e	4 ^e	1 ^e	2 ^e	3 ^e	4 ^e	1 ^e	2 ^e	3 ^e	4 ^e	1 ^e	2 ^e	3 ^e	4 ^e	1 ^e	2 ^e	3 ^e	4 ^e	1 ^e	2 ^e	3 ^e	4 ^e	1 ^e	2 ^e	3 ^e	4 ^e
VK	(22)	1 (1999)					1			2			2	1	3				1	2		2				3	2		1	1
Telegraaf	(3)																				1					1			1	
NRC	(27)			1	1					1	2		3	1	1	2			3	2		1				2	3	4		
Trouw	(13)					1								1	1		1		2	1	2	1	1	1	1					
Metro	(2)											1													1					
AD	(2)														1														1	
Totaal	(69)			1	1	1	1			3	2		6	3	6	2	1		1	7	3	5	2	1	2	7	5	4	3	1

Opvallend in de tabel is dat de berichten over het algemeen erg verdeeld zijn over de verschillende kwartalen, met een paar pieken. Tevens is opvallend dat de dagbladen Metro, AD en Telegraaf veel minder hebben geschreven over mediawijsheid dan de Volkskrant (VK), NRC Handelsblad (NRC) en Trouw.

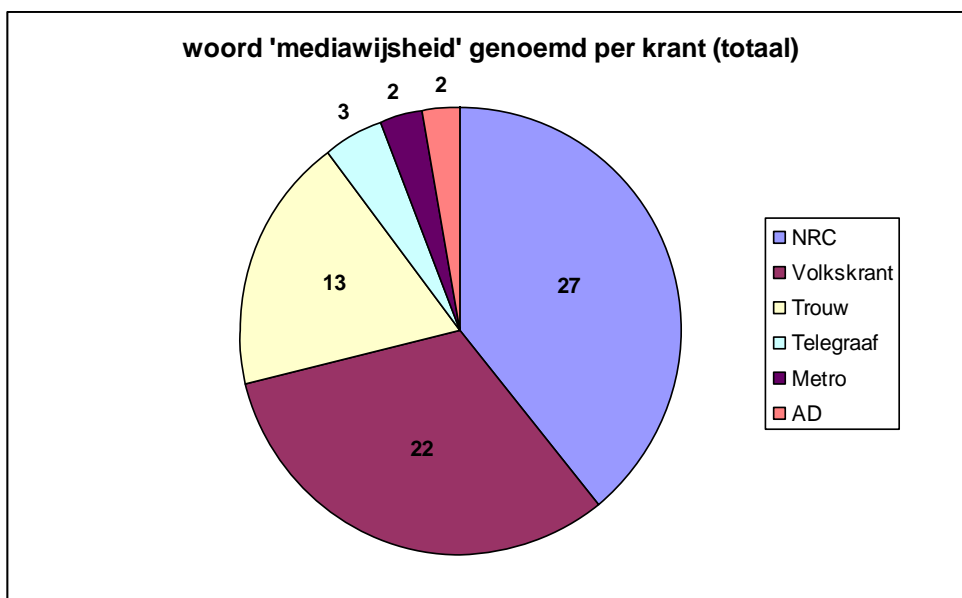
Bijlage 1b: Grafische weergave corpus

De verdeling is visueel weergegeven in grafieken. Hierin is te zien dat NRC Handelsblad en de Volkskrant het meest constant zijn geweest in de berichtgeving over mediawijsheid. Trouw heeft ook een aardig aantal berichten, maar heeft tevens een aantal jaren overgeslagen. De overige drie kranten bevatten slechts sporadisch nieuwsberichten. Op basis van onderstaande grafieken is besloten om wel te kijken naar de artikelen in het Algemeen Dagblad, Telegraaf en Metro, maar de andere drie kranten als leidraad te nemen voor het onderzoek.

Grafiek 1: Verdeling artikelen per krant en jaar in staafdiagram



Grafiek 2: Verdeling artikelen per krant in cirkeldiagram



Bijlage 2: Categoriseren

In onderstaande tabel is een voorbeeld te zien van de codering van een krantenartikel.

Krant	Datum	Code	Citaat
Trouw	15-10-2010	Beeldcultuur (visuele media) Kinderen	Cinekid [...] maakt zich sterk voor mediawijsheid. Kinderen brengen steeds meer tijd door met visuele media, dus leer ze daar slim en kritisch mee omgaan.
		Bescherming kinderen Kennis geven	Mediawijsheid bestaat uit verschillende aspecten. Je wilt kinderen 'wapenen', zorgen dat ze geen slachtoffer van media worden door ze kennis in handen te geven waardoor ze beter snappen wat er gebeurt.
		Toepassing educatie Kinderen Mediaonderwijs	Bij tieners gaat mediaonderwijs over diversiteit en kwaliteit: reflecteren op inhoud en constructie van het verhaal, zoals we dat met literatuur doen. [...] Bij jongere kinderen ligt dat anders, die kunnen [...] beter actief aan de gang gaan.
		Verantwoordelijkheid	Het ligt voor de hand om moderne kinderen juist op school mediawijsheid bij te brengen. [...] curriculum op basisscholen al vaak druk zat. [...] Ook op politiek niveau lijkt een sterke vuist te ontbreken.

Op basis van de verschillende codes zijn een aantal categorieën ontstaan. De categorieën kwamen voort uit de codes die het meest naar voren kwamen en ging met name over hoe mediawijsheid in verband werd gebracht met verschillende codes.

In willekeurige volgorde:

- Bescherming / negatieve invloed media
- Competenties / vaardigheden
- Onderwijs
- Verantwoordelijkheid
- Overig

Bijna alle codes pasten in deze verschillende categorieën. Er is veel overlap tussen de verschillende categorieën, omdat ze dicht bij elkaar liggen. Behalve deze categorieën is er specifiek gelet op de manier waarop mediawijsheid werd gedefinieerd, en is er gecodeerd (zoals ook te zien in bovenstaand voorbeeld van een gecodeerd krantenartikel) op mediumtype en doelgroep.

