

Het digitaal object: leren door te creëren

1. Inleiding

Tijdens het eerste college komt de afronding van de module ter sprake:

Leraar: “Een van de eindopdrachten is het maken van een digitaal object”.

Leerling: “Meneer, dat vind ik echt te vaag hoor”.

Leraar: “Mmm, dat begrijp ik. Ik geef jullie ook de drie belangrijkste criteria:

1. het object is een combinatie van minstens twee van de volgende elementen: ‘tekst’, ‘geluid’, ‘beeld’ en ‘film’;
2. het is online toegankelijk voor anderen;
3. het is minstens drie weken beschikbaar”.

De drie criteria lijken de onrust en onduidelijkheid niet direct weg te nemen. Toch is met het opsommen van de criteria de definitie van een digitaal object gegeven. De

opdracht zou je in principe kunnen gebruiken voor de verwerking van alle theorie van het schoolvak Nederlands. Bij de lerarenopleiding Nederlands aan Windesheim zetten we de opdracht echter in bij de module ‘mediawijsheid’ en dan ontstaat er een win-winsituatie. Vindt u het nu, zoals onze studenten aan het begin van de module, nog steeds maar vaag? Hieronder laten we aan de hand van voorbeelden zien tot welke producten de opdracht heeft geleid. Daarnaast leggen we uit waarom wij de opdracht een *good practice* vinden van een digitale opdracht, waarbij we zowel vanuit onze ervaringen als vanuit de literatuur ingaan op de didactische meerwaarde van de opdracht.

2. Toch iets concreter...

De drie criteria hierboven zijn afdoende om de opdracht te definiëren, maar het is begrijpelijk dat de abstractie van de formuleringen tot vragen leidt bij leerlingen, studenten en bij u als lezer. Laten we daarom iets concreter ingaan op de drie criteria.

- *Criterium 1* – Je maakt een digitaal product dat bestaat uit meer dan één modaliteit. Gebruik bij voorkeur een toepassing die je (nog) niet (vaak) gebruikt (‘filmpje monteren’, ‘ingesproken PowerPoint met animaties’, ‘Prezi’, ‘weblog’, ‘animatie’, enz.).
- *Criterium 2* – Je plaatst je product in een online omgeving die met een openbare link te bezoeken is (‘YouTube’, ‘blogsite’, ‘openbare Prezi’).
- *Criterium 3* – Je product staat minimaal drie weken online.

De inhoud van het object – lees: de te verwerken theorie – staat, wat ons betreft, niet vast. Op Windesheim gebruiken we de opdrachten voor het verwerken en delen van theorie over media en publiek (mediawijsheid), maar je kunt de opdracht net zo goed inzetten voor het verwerken van taalkundige of letterkundige theorie.

Het inzetten van de opdracht bij de module ‘mediawijsheid’ leidt onzes inziens wel tot een win-winsituatie. Het maken en delen van een digitaal product draagt, naast de verwerking van de theorie, ook bij aan de ICT-vaardigheid en de mediageletterdheid van de student.

3. Nog concreter: een paar voorbeelden

Wat zijn dan de resultaten? Laten we er drie bespreken om een beeld te geven.

Tijdens een van de eerste colleges behandelen we veelgebruikte propagandatechnieken. Eén van onze studenten zag meteen een verband met de inzet van propaganda door de nazi’s. Ze heeft onderzoek gedaan naar dat verband en bij elke propagandatechniek een concreet voorbeeld gevonden. Vervolgens heeft ze in *Prezi* (online pre-

sentatiesoftware) een interactieve presentatie gemaakt met voorbeelden van propagandamateriaal in de vorm van affiches en *embedded* propagandafilmpjes. Als je de *Prezi* hebt bekeken, is duidelijk geworden welke propagandatechnieken er zijn, wat ze betekenen en hoe ze toegepast kunnen worden. Daarnaast heb je een geschiedenisles gehad. En de student zelf? Zij staat door het maken van dit object ver boven de lesstof.

Hetzelfde geldt voor een andere student, die een *Fakebook*pagina – nee, geen *Facebook* – heeft gemaakt. Zij heeft een profiel gemaakt bij een van de auteurs van het boek *Media en publiek* (de Boer & Brennecke 2016), dat wij gebruiken als theoretische basis voor de colleges. Op de tijdlijn van het profiel van ‘Connie de Boer’ vat zij op ludieke wijze de eerste twee hoofdstukken uit het boek samen door middel van korte berichtjes met foto’s en illustraties. Op die berichten over o.a. de almacht van de media laat zij in *comments* wereldleiders reageren. Na het lezen van de berichten en de reacties daarop weet je als bezoeker van het profiel alles over de almacht van de mediatheorie en over het beperkte karakter van die theorie.

Veel actueler is de invloed van de beeldcultuur op jonge meiden, zeker in een tijd van *Instagram* en *Photoshop*. Dat thema werd door een derde student opgepakt voor het creëren van een digitaal object. Hoe beelden in de media kunnen bijdragen aan een (negatief) zelfbeeld van jonge meiden wordt door haar uitgebreid behandeld op een zelfontworpen website (gratis weblog via *Weebly*). Op de site wordt de bezoeker geconfronteerd met de manipulatie van beelden en met depressies onder jongeren door de schoonheidsidealen op sociale media. Het geheel wordt onderbouwd met verwijzingen naar wetenschappelijk onderzoek en met experimenten van jongeren zelf. Na het bezoeken, kijk je nooit meer op dezelfde manier naar beelden in de media.

4. Didactisch verantwoorde *good practice*

Studenten treden bij het creëren van een digitaal object buiten hun eigen comfortzone (positief verwoord: zone van de naaste ontwikkeling), omdat ze gebruik moeten maken van mediatoepassingen waar ze nog niet bekend mee zijn. Daarnaast worden ze uitgedaagd om de soms droge theorie op een creatieve en ludieke wijze over te brengen. Studenten beginnen vaak onzeker aan het object, omdat het geen routineopdracht is. Daardoor zijn ze heel bewust bezig met de opdracht. Daarnaast moet de student de lesstof die hoort bij het thema van het object heel goed begrijpen om te kunnen verwerken in een creatief product. De opdracht heeft voor de module ‘mediawijsheid’ dus een tweeledig doel:

1. studenten leren zelf met nieuwe media omgaan;
2. studenten ontwikkelen hun eigen onderwijsmateriaal.

De meeste objecten zouden wij als docent zo kunnen gebruiken voor ons eigen onderwijs.

Ook de literatuur bevestigt de didactische kracht van onze opdracht. ‘Creëren’ is de hoogste denkvaardigheid in de taxonomie van Bloom en iemand anders iets uitleggen heeft een leerrendement van 90%, aldus de piramide van Bales. Het digitaal object combineert deze twee inzichten over leren. Het past ook in het streven naar digitale geletterdheid. Het omvat op deze manier geen opsomming van digitale *skills*, maar is meer gericht op het vermogen om verschillende media te combineren, waarbij zowel het sociale aspect als het gebruik van digitaal materiaal een rol speelt bij het leren (Knox & Bayne 2013).

Tijdens onze presentatie op de HSN-conferentie laten we uiteraard meerdere voorbeelden zien van digitale objecten, maar we laten ook studenten aan het woord om te vertellen over hun ervaringen. Tot slot zetten we de bezoekers ook zelf aan het werk: in twintig minuten kun je al een mooi digitaal object maken. Vind je dat spannend? Dan zit je in je zone van de naaste ontwikkeling. Zeker komen dus!

Referenties

- Boer, C. de & S. Brennecke (2016). *Media en publiek. Theorieën over media-impact*. Amsterdam: Boom Uitgevers.
- Knox, J. & S. Bayne (2013). “Multimodal profusion in the literacies of the Massive Open Online Course”. In: *Research in Learning Technology*, 21, p. 1-14.