



UNIVERSITEIT VAN AMSTERDAM

Stageverslag

Ninke Boshuizen

12312762

Universiteit van Amsterdam

Communicatiewetenschap

Vak: Stage

Docent: Linde Berkelmans

8 februari 2022

4763 woorden

Inhoud

Inleiding	3
Theoretisch kader	5
Methode.....	9
Resultaten	11
Randomisatiecheck.....	11
Factoranalyse.....	11
Betrouwbaarheidsanalyse	11
Hypothesen toetsen.....	12
Conclusie/discussie	14
Literatuurlijst.....	16
Bijlagen	18

Onderzoeksverslag

Inleiding

Jongeren zijn tegenwoordig *digital natives*. Ze groeien op in een tijdperk waarin media en technologieën zich in een snel tempo ontwikkelen. Nieuwe vormen van media-aanbod groeien. Door de concurrentie in het medialandschap moeten media- en nieuwsorganisaties hun nieuws verkopen. Actoren passen zich vervolgens aan aan de logica van media om op hun beurt aandacht te trekken. Er ontstaat een wisselwerking tussen journalistiek, media en burgers (Altheide, 2004). Het is belangrijk dat jongeren kritisch kunnen kijken naar deze wisselwerking. Hun eigen mediagedrag moet aan kritisch denken worden onderhevig om problemen in de maatschappij te voorkomen. Als deze wisselwerking niet wordt herkend kan de macht van de media tot grote hoogte stijgen. Welke koppen uit de media moet je geloven en welke niet? De mediawijsheid van jongeren is daarom een van de belangrijkste uitdagingen van deze tijd (Thoman & Jolls, 2004). Onderzoek van Hobbs & Jensen (2009) stelde naar aanleiding van de noodzaak om een kritisch denkvermogen op het gebied van media te ontwikkelen dat de toekomst van educatie over mediawijsheid hem zit in het kritisch denken. De term kritische mediawijsheid werd al door verschillende wetenschappers in het leven geroepen. Kritische mediawijsheid kan worden gekarakteriseerd als de vaardigheid om te kunnen reflecteren op de impulsen die vanuit de media komen (Alvermann & Hagood, 2000). Evaluatie en reflectie zijn hierbij belangrijke termen. Onderzoek van Arke & Primarck (2009) bevestigde dat evaluatie één van de kernwaarden is van mediawijsheid. Ook onderzoek van Potter (2013) en Kellner & Share (2005) benoemde kritisch denken als een essentieel onderdeel van mediawijsheid. Met dit onderdeel van mediawijsheid kun je de vaardigheid van jongeren meten (Potter, 2013). Daarom is het belangrijk om dit onderdeel van mediawijsheid bij jongeren te onderzoeken, kritische mediawijsheid. En kan educatie, zoals aangehaald bij Hobbs & Jensen (2009) met de juiste focus deze kritische mediawijsheid verbeteren?

In de literatuur doet zich een gat voor als het gaat om onderzoek naar de verbetering van kritische mediawijsheid onder jongeren. Hoewel kritisch denken een belangrijk onderdeel is van de toekomst van educatie (Hobbs & Jensen, 2009) is er weinig onderzoek gedaan naar of educatie daadwerkelijk helpt om de kritische mediawijsheid bij jongeren te verhogen. Educatie wordt in de literatuur geprezen als het middel om voor een betere kritische mediawijsheid te zorgen maar weinig onderzoek heeft directe effecten aan weten te tonen (Bergstrom et al., 2018).

Het antwoord op deze vraag is van maatschappelijk belang omdat we in een digitale samenleving leven. Media is een kernelement geworden in de levens van jonge mensen. De effecten van het vele gebruik van media hebben grote gevolgen voor de samenleving. Met name omdat ook beleidsmakers en bedrijven zich in de digitale omgeving van jongeren bevinden. Kritisch kunnen omgaan met media kan daarom een bijdrage leveren in het verminderen van de gevaren die aan deze ontwikkeling verbonden zijn (Gasser et al., 2012). In onderzoek van Hobbs (2004) wordt gesteld dat het versterken van de mediawijsheid van jonge mensen een grote maar nodige uitdaging is in de 21^e eeuw. Om te weten hoe we in de samenleving de kritische wijsheid van jongeren kunnen verhogen is het van maatschappelijk belang om te onderzoeken of educatie over medialogica hierbij een rol kan spelen.

In de praktijk bij omroep HUMAN worstelen ze met het probleem dat jongeren meer zouden moeten leren over deze werking tussen media, burgers en journalistiek. Om de kritische mediawijsheid van jongeren te bevorderen wordt daarom educatie over medialogica aangeboden. Er is echter nog weinig literatuur te vinden over het effect van educatie op de kritische mediawijsheid van jongeren. Voor het bevorderen van deze kritische mediawijsheid is het belangrijk dat er wordt onderzocht welk effect de educatie heeft, en of er verschillen zijn tussen typen opleiding van de jongeren. De educatie betreft een masterclass van 90 minuten over medialogica die HUMAN in samenwerking met Beeld en Geluid aanbiedt. Heeft deze educatie over medialogica het gewenste effect in de samenleving? Dit moet worden onderzocht.

De onderzoeksvraag luidt daarom als volgt: *Wat is het effect van educatie over medialogica op kritische mediawijsheid van jongeren en wordt dit effect gemodereerd door het opleidingstype van de jongeren?*

Theoretisch kader

De concepten uit de probleemstelling zijn educatie over medialogica, opleidingstype, jongeren, media en kritische mediawijsheid.

Jongeren leven in een tijd waarin media een groot onderdeel van hun leefwereld is. De gevolgen zijn inmiddels zo groot dat professionals, volwassenen en onderwijzers zich zorgen maken (Rich et al., 2015). Om negatieve gevolgen van de grote blootstelling aan media tegen te gaan is het belangrijk dat jongeren een goed begrip hebben van de werking van de media om hun heen. Ook wel, de medialogica (Altheide, 2004). Jongeren hebben voor een hoog begrip van de media om hun heen een hoge kritische mediawijsheid nodig. Omdat de realiteit zo snel verandert is ook het begrip mediawijsheid aan verandering onderhevig. Het begrip verandert met de tijd mee en daardoor ligt er nu een nadruk op het kritische aspect van mediawijsheid, de kritische mediawijsheid (Alvermann & Hagood, 2000). In het verhogen van deze kritische mediawijsheid zou educatie een rol kunnen spelen. Volgens onderwijsexperts is het vormelijkste doel van educatie over media namelijk om het kritische denken van een persoon te ontwikkelen (Fedorov, 2003). In onderzoek van Hobbs (1997) kwam naar voren dat educatie een essentiële rol kan spelen in het verhogen van mediawijsheid bij jongeren. Hobbs stelde dat het hierbij belangrijk is dat specifieke onderdelen van de parapluterm mediawijsheid worden uitgelicht in het onderwijs afhankelijk van de specifieke context waarin de educatie wordt gegeven. Omdat educatie kan bijdragen aan het verbeteren van de mediawijsheid van jongeren (Hobbs, 1997; Christ & Potter, 1998; Bergstrom et al., 2018) en daarnaast educatie kan bijdragen aan het kritisch denken van jongeren (McMillan, 1987) is de volgende hypothese opgesteld:

H1: Jongeren die educatie hebben gehad over medialogica hebben een hogere kritische mediawijsheid dan jongeren die geen educatie medialogica hebben gehad.

In dit onderzoek is het belangrijk om rekening te houden met de demografische achtergrond van de jongeren in het onderzoek. Demografische kenmerken kunnen van invloed zijn op de mediawijsheid van jongeren (Arsenijević & Andevski, 2016). Omdat de educatie wordt gegeven aan zowel praktisch opgeleide jongeren als theoretisch opgeleide jongeren is het belangrijk om te weten of er een verschil zit in de bestaande mediawijsheid van de jongeren. Educatie kan een goede voorspeller zijn van de kritische mediawijsheid van jongeren. Het opleidingsniveau van de ouders van jongeren heeft in elk geval een significant effect op de mediawijsheid van jongeren (Maksl et al., 2015). Academische omgeving is daardoor een

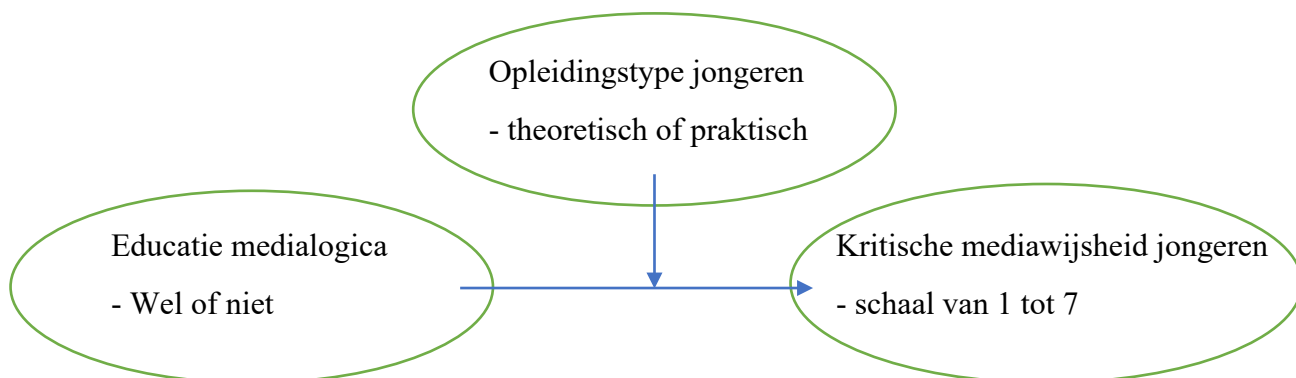
waarschijnlijke voorspeller voor de kritische mediawijsheid. Uit deze gegevens is de volgende hypothese opgesteld:

H2: Theoretisch opgeleide jongeren scoren hoger op kritische mediawijsheid in beide condities.

Onderzoek van Tully & Vraga (2017) onderzocht dat de academische prestaties van hun respondenten de verbetering van kritische mediawijsheid door middel van educatie niet tegenhielden. Omdat er bij praktisch opgeleide respondenten meer ruimte is voor groei en hun leercurve niet door hun academische prestaties wordt tegengewerkt valt er bij deze groep meer winst in hun mediawijsheid te behalen. Daarom is de volgende hypothese opgesteld:

H3: Het effect van educatie op de kritische mediawijsheid is groter bij praktisch opgeleide jongeren dan bij theoretisch opgeleide jongeren.

Het conceptuele model bij de onderzoeksvraag:



Het concept kritische mediawijsheid zal worden gemeten aan de hand van de relevante stellingen voor kritische mediawijsheid uit de schaal voor Mediawijsheid van Ashley et al., (2013). Hoewel er veel is geschreven over mediawijsheid is er weinig onderzoek dat een specifiek onderscheid maakt voor het kritische en reflectieve onderdeel van mediawijsheid. Mediawijsheid werd in onderzoek van Aufderheide (1993) gedefinieerd als het in staat zijn van toegang krijgen tot media, het analyseren van media, het evalueren van media en de mogelijkheid om berichten in een brede variatie aan vormen te communiceren. Deze definitie is in de literatuur lange tijd gebruikelijk geweest tot Alvermann & Hagood (2000) stelden dat in de huidige tijd het kritische aspect van de mediawijsheid belangrijker is geworden en hier een focus op moet komen te liggen. Het onderzoek van Ashley et al., (2013) maakt dit onderscheid in kritische mediawijsheid wel en is daarom een geschikt onderzoek om de schaal voor dit onderzoek op te baseren. De basis voor de schaal waarop kritische mediawijsheid

wordt gemeten zijn daarom de reflectieve en kritische stellingen die in dit onderzoek worden gebruikt om kritische mediawijsheid te meten. Aan de hand van deze schaal zijn de vragen aangepast om de items relevanter te maken voor dit specifieke onderzoek. In het huidige onderzoek is het namelijk van belang dat de jongeren inzicht krijgen in alle factoren van medialogica, vanuit de burgers, de politiek, het publiek en de media. De validiteit van het onderzoek zal door deze aanpassingen omhoog gaan. Er zal precies worden gemeten wat er gemeten moet worden. Het concept wordt uiteindelijk daarom gemeten aan de hand van de volgende stellingen:

- Mediamakers kiezen verhalen gebaseerd op wat het grootste publiek zal aantrekken.
- Mensen worden door het nieuws beïnvloed, of ze dit doorhebben of niet.
- Organisaties en overheden handelen in bepaalde situaties op basis van wat de media van ze verlangt.
- De keuzes in de berichtgeving van mediamakers bepalen de discussies van het publiek.
- Burgers hebben invloed op de acties van media, overheden en organisaties.

De jongeren beantwoorden deze vragen op een schaal van 1 tot 7 waarbij 1 = helemaal niet mee eens en 7 = helemaal wel mee eens. De gemiddelde score van de stellingen op deze schaal weergeeft de kritische mediawijsheid van de jongeren.

Het concept jongeren is in dit onderzoek gedefinieerd als mensen die niet ouder zijn dan 27 jaar. Omdat dit onderzoek zal worden uitgevoerd bij middelbare scholen, MBO's en HBO's is een leeftijd nodig die zo veel mogelijk van onze mogelijke onderzoekseenheden bevat. Na de leeftijd van 27 vinden de meeste wetenschappers mensen geen jongeren meer. Vandaar dat de leeftijdsgrens om als 'jongere' beschouwd te worden in dit onderzoek ligt bij 27. Het meten van dit concept zal gebeuren tijdens de vragenlijst. Hierin wordt de vraag gesteld: 'Wat is je leeftijd?'.
.

Het concept educatie over medialogica is in dit onderzoek gedefinieerd als een masterclass medialogica die aan jongeren wordt gegeven door HUMAN en Beeld en Geluid. In deze masterclass wordt les gegeven over de relaties tussen media, burgers, journalistiek en instanties. De verbanden en de wisselwerking tussen deze actoren wordt uitgelegd en de jongeren krijgen een ingekorte aflevering van het programma medialogica te zien. Ook gaan de jongeren zelf aan de slag om deze verbanden te bepalen door middel van een opdracht. Door middel van stellingen en vragen worden veel concepten rondom medialogica met de

jongeren besproken. Het meten van dit concept zal gaan aan de hand van een indeling. De jongeren hebben of wel een masterclass gevolgd of niet.

Het concept type opleidingsniveau is in onderstaande tabel ingedeeld:

Praktisch opgeleid	vmbo, mbo
Theoretisch opgeleid	havo, vwo, hbo, wo

Dit onderscheid is gebaseerd op onderzoek van het Sociaal Cultureel Planbureau waar een onderscheid wordt gemaakt tussen opleidingsniveaus (Kraaykamp & Meuleman, 2018). Om de rangorde weg te nemen die in dit onderzoek niet relevant is wordt er in dit onderzoek gesproken van onderwijstype in plaats van onderwijsniveau.

Met het concept media wordt in dit onderzoek alle vormen van media bedoeld. Zowel traditionele media als kranten en televisie als nieuwe sociale media.

Methode

De onderzoeksmethode die zal worden gebruikt om dit onderzoek uit te voeren is een Experiment. Er wordt gebruik gemaakt van de methode experiment omdat er een causale relatie moet worden gemeten tussen de educatie over medialogica en de kritische mediawijsheid van jongeren. De causale relatie is van groot belang omdat deze relatie ontbreekt in de huidige literatuur. Ook zal de betrouwbaarheid van dit onderzoek worden verhoogd door een echt experiment te doen omdat de omgeving waarheidsgetrouw is. De resultaten zullen dus makkelijk over kunnen worden gezet naar de realiteit. De vorm van het experiment is een 2x2 between subjects design. Er zullen twee condities komen, een groep die educatie medialogica krijgt en een groep die geen educatie medialogica krijgt.

De educatie medialogica in dit experiment is een Masterclass Medialogica. In deze masterclass wordt door middel van stellingen, een verkorte aflevering van het programma medialogica en een interactieve opdracht gewerkt aan de kritische mediawijsheid van jongeren. Verbanden tussen de burgers, instanties en journalistiek worden in kaart gebracht.

Na afloop van de educatie medialogica zal deze groep een survey krijgen waarop vragen worden beantwoord om de kritische mediawijsheid op een schaal te meten. Ook zal er worden gevraagd naar opleidingsniveau en controlerende achtergrondvariabelen. Een soortgelijke groep zal zonder de educatie over medialogica dezelfde survey krijgen. Ook bij deze groep wordt de kritische mediawijsheid op een schaal gemeten. De scores van de twee groepen zullen met elkaar worden vergeleken om het hoofdeffect effect te onderzoeken. Daarnaast zal er na afloop uit de gegevens een onderscheid worden gemaakt tussen praktisch opgeleide deelnemers en theoretisch opgeleide deelnemers. De scores van deze groepen zullen worden onderzocht om het moderatie-effect te meten. Omdat er hierdoor sprake is van een combined strategy is het belangrijk dat de steekproef groot genoeg is. Minimaal 120 respondenten. Genoeg respondenten is een vereiste voor de betrouwbaarheid van dit onderzoek.

De doelgroep van het onderzoek zijn jongeren die les volgen in het voortgezet onderwijs, MBO, of het HBO. Voor de werving van de steekproef wordt een deels een gemakssteekproef en deels een selectieve steekproef gebruikt. Voor de experimentele groep wordt gebruik gemaakt van een gemakssteekproef, de groepen die zich in de juiste periode aanmelden voor de Masterclass Medialogica vallen bij instemming onder onze steekproef. Vervolgens wordt selectief gekeken naar een vergelijkbare groep om als controlegroep te fungeren. Omdat tijdens het onderzoek de controlegroepen niet altijd voldoende reageerden is de controlegroep aangevuld met scholieren en studenten die reageerden via een oproep op Instagram. Dit levert

iets aan betrouwbaarheid van het onderzoek in, omdat de groepen misschien meer van elkaar verschillen. Doordat dit later kon worden gecontroleerd met een randomisatiecheck is de keuze gemaakt om te gaan voor voldoende deelnemers. Een experiment met te weinig deelnemers is nog minder betrouwbaar.

In totaal hebben 146 respondenten de volledige survey en het experiment doorgelopen. Van deze respondenten hebben 64 de Masterclass Medialogica gevolgd en 82 niet. 9 respondenten hadden als opleidingsniveau vmbo, 56 mbo, 17 havo, 9 vwo, 49 hbo en 6 wo. Dit maakt dat 65 respondenten praktisch zijn opgeleid en 81 respondenten theoretisch. In de sample zitten 97 vrouwen, 41 mannen, 3 non-binaire personen, 1 respondent met een ander gender en 4 respondenten die hun gender liever niet delen. 49 respondenten komen uit de Provincie, 80 uit de Randstad en 17 respondenten gaven aan dit niet te weten. De leeftijd van de respondenten varieerde van 13 tot en met 69 met een gemiddelde leeftijd van 19,93 jaar oud.

Het materiaal wordt geanalyseerd met een randomisatiecheck om de verdeling van de respondenten over de condities te controleren. Een factoranalyse en een betrouwbaarheidsanalyse om te controleren of de schaal van kritische mediawijsheid correct in elkaar zit. Een one-way ANOVA en een two-way ANOVA worden vervolgens gebruikt om het hoofd-effect, het moderatie-effect en alle hypothesen te toetsen.

Resultaten

Randomisatiecheck

Om te controleren of de achtergrondvariabelen evenredig over de groepen zijn verdeeld is een Chikwadraattoets voor kruistabellen uitgevoerd. Hieruit bleek dat gender $X^2(4) = 8,386$, $p = 0,078$, en opleidingsniveau $X^2(1) = 6,347$ $p = 0,012$, voldoende evenredig over de condities zijn verdeeld. Voor deze toets is opleidingsniveau ingedeeld in de groepen theoretisch opgeleid en praktisch opgeleid. Woonplaats, $X^2(2) = 12,557$ $p = 0,002$, kwam wel significant uit de Chikwadraattoets, daarom is er een correlatiecoëfficiënt berekend om de invloed van deze ongelijke verdeling te controleren. Hieruit bleek dat woonplaats $r(146) = -0,013$, $p = 0,877$ niet significant correleerde met de waarde van medialogica dus is de onevenredige verdeling in dit onderzoek geen probleem.

Voor de variabele leeftijd is een verdeling gemaakt in groepen om de randomisatiecheck uit te voeren. Respondenten met een leeftijd tussen 13 en 17 jaar vallen in de eerste groep minderjarigen, respondenten met een leeftijd tussen de 18 en de 25 vallen in de tweede groep met een leeftijd van jongeren en de respondenten ouder van 25 vallen in de overige groep. Hieruit bleek dat $X^2(2) = 6,295$ $p = 0,043$, de leeftijd van de respondenten voldoende over de condities is verdeeld.

Factoranalyse

Om te controleren of de vragen ook voldoende met elkaar correleren werd een factoranalyse uitgevoerd. Uit de factoranalyse bleek dat er inderdaad één onderliggende factor wordt gemeten met deze 5 stellingen. Er is één factor met een Kritische Mediawijsheid hoger dan 1, namelijk 3,208. De 5 items waren allemaal voldoende hoog ($>0,45$).

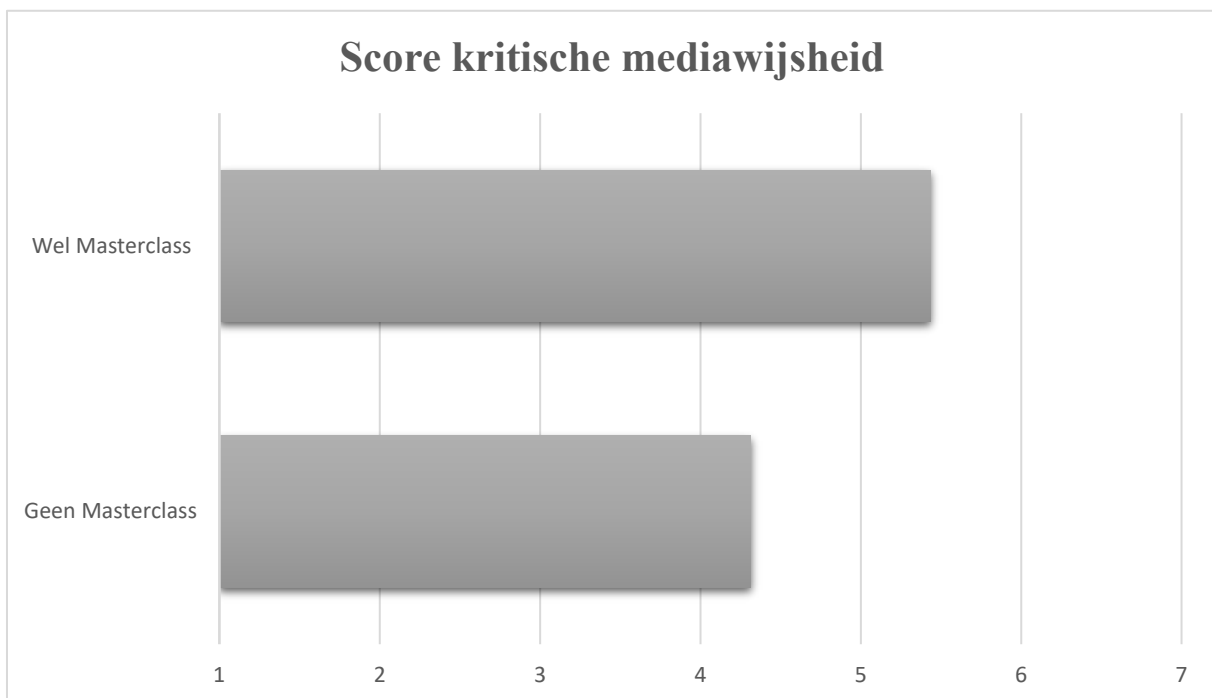
Betrouwbaarheidsanalyse

Om te controleren of de schaal voor medialogica met de 5 vragen betrouwbaar is werd een betrouwbaarheidsanalyse uitgevoerd om de Cronbach's Alpha te berekenen. Hieruit bleek dat de schaal voor medialogica met 5 items betrouwbaar is, (5 items; $\alpha = .856$). De gemiddelde score op de schaal van Kritische Mediawijsheid lag bij de respondenten op 5,192, hoger dan de helft van de schaal.

Hypothesen toetsen

Om de eerste hypothese en het hoofdeffect van de onderzoeksvraag te toetsen werd een one-way ANOVA uitgevoerd. Hieruit blijkt dat H1: Jongeren die educatie hebben gehad over medialogica hebben een hogere kritische mediawijsheid dan jongeren die geen educatie medialogica hebben gehad, wordt bevestigd. De ANOVA laat zien dat er een significant verschil is tussen de condities, $F(1, 145) = 9,141, p = 0,003$. De kritische mediawijsheid van jongeren die de Masterclass Medialogica niet hebben gevolgd ($M = 4,944, SD = 1,152$) scoorde significant lager dan de kritische mediawijsheid van de jongeren die de Masterclass Medialogica wel hadden gevolgd ($M = 5,510, SD = 1,081$). Dit effect wordt getoond in Grafiek 1.

Grafiek 1: Verschil in scores kritische mediawijsheid bij wel en geen Masterclass Medialogica



N = 146

Om het moderatie-effect te meten werd een two-way ANOVA uitgevoerd. Met deze analyse kon geen significant moderatie-effect worden gevonden. $F(1,142) = 4,861, p = 0,029$. De vier verschillende condities verschilden in het moderatie-effect niet significant van elkaar.

Met het berekenen van een gemiddelde score kritische mediawijsheid van de theoretisch opgeleide groep en de praktisch opgeleide groep in allebei de condities kon H2: Theoretisch opgeleide jongeren scoren hoger op kritische mediawijsheid in beide condities, worden bevestigd. Theoretisch opgeleide jongeren scoorden in zowel de experimentele groep als de

controlegroep hoger. In de experimentele groep scoorden ze 5,607 tegenover 5,433, dus 0,174 hoger. In de controlegroep scoorden ze 5,291 tegenover 4,310, dus 0,981 hoger. Dit resultaat wordt weergegeven in Tabel 1.

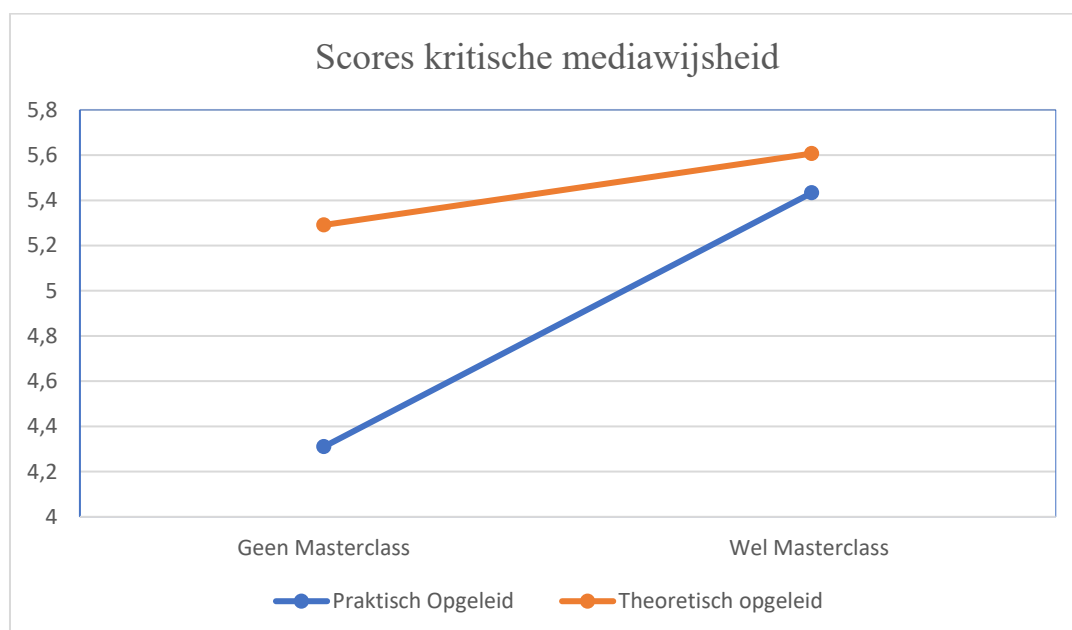
Tabel 1: Gemiddelde scores per conditie opgedeeld in theoretisch en praktisch opgeleid.

Heb je de Masterclass Medialogica gevolgd?	Opleidingsniveau	Gemiddelde score kritische mediawijsheid
Ja	Praktisch opgeleid	5,433
	Theoretisch opgeleid	5,607
Nee	Praktisch opgeleid	4,310
	Theoretisch opgeleid	5,291

N = 146

Vervolgens kon met een two-way ANOVA hypothese 3 worden onderzocht. H3: Het effect van educatie op de kritische mediawijsheid is groter bij praktisch opgeleide jongeren dan bij theoretisch opgeleide jongeren, werd met de afgelezen scores uit de Two-way ANOVA bevestigd. Bij praktisch opgeleide jongeren groeide de score van kritische mediawijsheid van 4,310 naar 5,433, een stijging van 1,123. Bij theoretisch opgeleide jongeren steeg de score van 5,291 naar 5,607, een stijging van 0,316. Dit effect wordt weergegeven in Grafiek 2.

Grafiek 2: Groei in scores kritische mediawijsheid per opleidingstype



N = 146

Conclusie/discussie

Het doel van deze studie was om erachter te komen wat het effect van educatie over medialogica op kritische mediawijsheid van jongeren is en of dit effect wordt gemodereerd door het opleidingstype van de jongeren? Volgens de resultaten van dit onderzoek is vast te stellen dat educatie over medialogica een significant positief effect heeft op de kritische mediawijsheid van jongeren. Er werd geen significante moderatie van het opleidingstype gevonden. Wel werden hypothesen bevestigd die stelden dat theoretisch opgeleide jongeren hoger scoorden op kritische mediawijsheid en dat praktisch opgeleide jongeren meer effect zouden behalen uit de educatie. In een vervolgstudie zou de rol van type opleiding nog verder kunnen worden onderzocht.

Deze conclusies komen voor een groot deel overeen met eerder uitgebrachte wetenschappelijke studies. Zo stelde Bergstrom et al., (2018) dat educatie in de literatuur wordt geprezen als het middel om voor een betere kritische mediawijsheid te zorgen. Maksl et al., (2015) wezen uit dat academische omgeving is een waarschijnlijke voorspeller voor de kritische mediawijsheid. Dit komt overeen met de gevonden hogere score in kritische mediawijsheid bij theoretisch opgeleide jongeren. Ook het effect van educatie op de kritische mediawijsheid dat volgens de hypothese en het uitgevoerde onderzoek groter is bij praktisch opgeleide jongeren komt overeen met eerdere literatuur. Onderzoek van Tully & Vraga (2017) wees al uit dat de leercurve niet tegen zou worden gehouden door academische prestatie. Zo is er bij groepen die op een lager punt beginnen meer effect te behalen. Dat er ondanks deze conclusies geen significant interactie-effect werd teruggevonden komt niet overeen met eerder geraadpleegde literatuur.

Een punt van verbetering in deze studie is de externe validiteit. De studie is namelijk uitgevoerd onder een kleine groep studenten en scholieren in Nederland. Of de resultaten te generaliseren zijn naar jongeren uit andere landen is daarom de vraag. Daarnaast is de vragenlijst vrijwel direct na het experiment afgenomen. Hierdoor kan dit onderzoek geen conclusies trekken over de langetermijneffecten van het experiment. Of de kritische mediawijsheid aanhoudt, versterkt of weer daalt is in deze studie niet onderzocht. Een aanbeveling voor een vervolgstudie is daarom ook om de respondenten op verschillende momenten te toetsen. Op deze manier kunnen ook langetermijneffecten worden onderzocht. Daarnaast kan zoals eerder aangegeven meer aandacht worden besteed aan de rol van opleidingsniveau of opleidingstype in een vervolgstudie. De precieze effecten van deze potentiële moderator worden door deze studie niet uitgewezen.

Een advies voor de educatie-afdeling van omroep HUMAN is om de Masterclass Medialogica te blijven geven. Het heeft immers het gewenste effect. Daarnaast kan het nuttig zijn om specifieke leerdoelen of vragen op te stellen bij de Masterclass. Wat zijn de *take-away points* of vragen die de leerlingen of studenten op een bepaalde manier zouden moeten beantwoorden na de Masterclass? Wat moeten ze echt onthouden? Deze vragen zouden dan na afloop aan de leerlingen en studenten kunnen worden gesteld. Hiermee kan je blijven monitoren of de leerlingen hun kritische mediawijsheid, of andere waarden die horen bij het verbeteren van de samenleving omhoog blijven gaan door deze Masterclass. Als leerlingen een vraag gemiddeld slecht beantwoorden kan de Masterclass op deze uitkomst worden aangepast om iets nog duidelijker te maken.

Literatuurlijst

- Altheide, D. L. (2004). Media Logic and Political Communication. *Political Communication*, 21(3), 293– 296. <https://doi.org/10.1080/10584600490481307>
- Alvermann, D. E., & Hagood, M. C. (2000). Critical Media Literacy: Research, Theory, and Practice in “New Times.” *The Journal of Educational Research*, 93(3), 193–205. <https://doi.org/10.1080/00220670009598707>
- Arke, E. T., & Primack, B. A. (2009). Quantifying media literacy: development, reliability, and validity of a new measure. *Educational Media International*, 46(1), 53–65. <https://doi.org/10.1080/09523980902780958>
- Arsenijević, J., & Andevski, M. (2016). New Media Literacy within the Context of Socio-Demographic Characteristics. *Procedia Technology*, 22, 1142–1151. <https://doi.org/10.1016/j.protcy.2016.01.161>
- Ashley, S., Maksl, A., & Craft, S. (2013). Developing a News Media Literacy Scale. *Journalism & Mass Communication Educator*, 68(1), 7–21. <https://doi.org/10.1177/1077695812469802>
- Aufderheide, P. (1993). *National leadership conference on media literacy*. Conference report. Washington-DC: Aspen Institute
- Bergstrom, A. M., Flynn, M., & Craig, C. (2018). Deconstructing Media in the College Classroom: A Longitudinal Critical Media Literacy Intervention. *Journal of Media Literacy Education*, 10(3). <https://doi.org/10.23860/jmle-2018-10-3-7>
- Christ, W. G., & Potter, W. J. (1998). Media Literacy, Media Education, and the Academy. *Journal of Communication*, 48(1), 5–15. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1998.tb02733.x>
- Fedorov, A. (2003). Media Education And Media Literacy: Expertss Opinions. *SSRN Electronic Journal*. Published. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2626372>
- Gasser, U., Cortesi, S. C., Malik, M., & Lee, A. (2012). Youth and Digital Media: From Credibility to Information Quality. *SSRN Electronic Journal*. Published. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2005272>
- Hobbs, R. (1997). Expanding the concept of literacy. In R. Kubey (Ed.), *Media literacy in the information age* (pp. 163–183). New Brunswick, NJ: Transaction.
- Hobbs, R. (2004). A Review of School-Based Initiatives in Media Literacy Education. *American Behavioral Scientist*, 48(1), 42–59. <https://doi.org/10.1177/0002764204267250>

- Hobbs, R., & Jensen, A. (2009). The Past, Present, and Future of Media Literacy Education. *Journal of Media Literacy Education*, 1(11), 1–11. <https://digitalcommons.uri.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1000&context=jmle>
- Kellner, D., & Share, J. (2005). Toward Critical Media Literacy: Core concepts, debates, organizations, and policy. *Discourse: Studies in the Cultural Politics of Education*, 26(3), 369–386. <https://doi.org/10.1080/01596300500200169>
- Kraaykamp, G., S. André en R. Meuleman (2018). Opleiding als scheidslijn. In: *Een (on)gezonde leefstijl: Opleiding als scheidslijn*. Geraadpleegd op 21 oktober 2021 via <https://digitaal.scp.nl/leefstijl/opleiding-als-scheidslijn>.
- Maksl, A., Ashley, S., & Craft, S. (2015). Measuring News Media Literacy. *Journal of Media Literacy Education*, 6(3), 29–45. Retrieved from <https://digitalcommons.uri.edu/jmle/vol6/iss3/3>
- McMillan, J. H. (1987). Enhancing college students' critical thinking: A review of studies. *Research in Higher Education*, 26(1), 3–29. <https://doi.org/10.1007/bf00991931>
- Potter, W. J. (2013). Review of Literature on Media Literacy. *Sociology Compass*, 7(6), 417–435. <https://doi.org/10.1111/soc4.12041>
- Rich, M., Bickham, D. S., & Shrier, L. A. (2015). Measuring Youth Media Exposure. *American Behavioral Scientist*, 59(14), 1736–1754. <https://doi.org/10.1177/0002764215596558>
- Thoman, E., & Jolls, T. (2004). Media Literacy—A National Priority for a Changing World. *American Behavioral Scientist*, 48(1), 18–29. <https://doi.org/10.1177/0002764204267246>
- Tully, M., & Vraga, E. K. (2017). Who Experiences Growth in News Media Literacy and Why Does It Matter? Examining Education, Individual Differences, and Democratic Outcomes. *Journalism & Mass Communication Educator*, 73(2), 167–181. <https://doi.org/10.1177/1077695817706572>

Bijlage 1: Vragenlijst

Q1

Beste,

Hierbij wil ik je uitnodigen om deel te nemen aan een onderzoek dat wordt uitgevoerd voor een studie van Ninke Boshuizen bij de Universiteit van Amsterdam. Het onderzoek waar ik je medewerking voor wil vragen is getiteld 'Educatie Medialogica'. Het onderzoek duurt ongeveer 3 minuten. In deze online survey zal je een aantal vragen moeten beantwoorden. Het doel is om inzicht te krijgen in de impact van educatie. Bij dit onderzoek heb je de garantie dat: Je anonimiteit is gewaarborgd en dat je antwoorden of gegevens onder geen enkele voorwaarde aan derden worden verstrekt, tenzij je hiervoor van tevoren uitdrukkelijke toestemming hebt verleend. Je zonder opgaaf van redenen kunt weigeren mee te doen aan het onderzoek of je deelname voortijdig kunt afbreken. Ook kun je achteraf (binnen 24 uur na deelname) je toestemming intrekken voor het gebruik van je antwoorden of gegevens voor het onderzoek.

Deelname aan het onderzoek geen noemenswaardige risico's of ongemakken met zich meebrengt, geen moedwillige misleiding plaatsvindt, en je niet met expliciet aanstootgevend materiaal zult worden geconfronteerd. Je uiterlijk vijf maanden na afloop van het onderzoek de beschikking kunt krijgen over een onderzoeksrapportage waarin de algemene resultaten van het onderzoek worden toegelicht. Voor meer informatie over dit onderzoek en de uitnodiging tot deelname kun je te allen tijde contact opnemen met de projectleider Ninke Boshuizen (n.boshuizen@student.uva.nl). Mochten er naar aanleiding van je deelname aan dit onderzoek klachten of opmerkingen bij je zijn, dan kun je eveneens met Ninke Boshuizen contact opnemen. Een vertrouwelijke behandeling van je klacht of opmerking is daarbij gewaarborgd.

Ik hoop je hiermee voldoende te hebben geïnformeerd en dank je bij voorbaat hartelijk voor je deelname aan dit onderzoek dat voor ons van grote waarde is. Met vriendelijke groet, Ninke Boshuizen.

Ik verklaar hierbij op voor mij duidelijke wijze te zijn ingelicht over de aard en methode van het onderzoek, zoals uiteengezet in het informatieblad van dit onderzoek.

- Ja, ik doe mee aan dit onderzoek (1)
- Nee, ik ga niet akkoord met de voorwaarden (2)

Skip To: End of Survey If Beste, Hierbij wil ik je uitnodigen om deel te nemen aan een onderzoek dat wordt uitgevoerd voor... = Nee, ik ga niet akkoord met de voorwaarden

Q2 Wat is je leeftijd?

Q3 Wat is je huidige onderwijsniveau?

- vmbo
- havo
- vwo
- mbo
- hbo
- wo

Q4 Wat is je gender?

- man
 - vrouw
 - non-binair
 - anders
 - zeg ik liever niet
-

Q5 Woon je in de provincie of in de randstad?

- Provincie
- Randstad
- Weet ik niet

Q6 Heb je de Masterclass Medialogica gevolgd?

- Ja
- Nee

Q7:

	helemaal mee oneens (1)	mee oneens (2)	een beetje mee oneens (3)	neutraal (4)	een beetje mee eens (5)	mee eens (6)	helemaal mee eens (7)
Mediamakers kiezen verhalen gebaseerd op wat het grootste publiek zal aantrekken.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mensen worden door het nieuws beïnvloed, of ze dit doorhebben of niet.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Organisaties en overheden handelen in bepaalde situaties op basis van wat de media van ze verlangt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De keuzes in de berichtgeving van mediamakers bepalen de discussies van het publiek.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Burgers hebben invloed op de acties van media, overheden en organisaties.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>