

Literacy in the age of New Media

Raad voor Geesteswetenschappen

Literacy in the Age of New Media

Raad voor Geesteswetenschappen

28 maart 2008

Koninklijke Nederlandse Akademie van Wetenschappen
Raad voor Geesteswetenschappen
Postbus 19121
1000 GC Amsterdam
020-5510782
rgw@bureau.knaw.nl
www.knaw.nl/rgw

Doel en opzet

Nieuwe digitale media en 'oude' media, zoals gedrukte media en televisie, lopen in onze multimediale samenleving steeds meer door elkaar. Waar vroeger het geschreven woord dominant was, gebruiken mensen in diverse contexten in toenemende mate combinaties van woord, beeld en geluid. Dergelijke convergenties in de culturele praktijk vragen om een nieuwe samenwerking tussen mediawetenschappers, letterkundigen en taalkundigen. Ze vragen ook om hernieuwde reflectie op de vaardigheden die mensen in staat stellen volwaardig deel te nemen aan de toekomstige vormgeving van onze cultuur. Waar lange tijd het begrip 'geletterdheid' (in de dubbele betekenis van 'schrijf- en leesvaardigheid' enerzijds en 'culturele bagage' anderzijds) als onderwijsdoel de hoogste prioriteit genoot, is het de vraag of het veranderende medialandschap niet om een nieuwe invulling van het begrip 'geletterdheid' vraagt. Biedt de tegenwoordig vaak gebruikte term 'mediawijsheid' een goed alternatief? Of zou men eerder moeten spreken van 'nieuwe geletterdheid' of 'geletterdheid'?

Op 28 maart 2008 organiseerde de Raad voor Geesteswetenschappen een druk bezochte conferentie over dit thema. Mediawetenschappers, taalkundigen, en letterkundigen gingen niet alleen in gesprek met elkaar, maar ook met vertegenwoordigers uit de wereld van het onderwijs, de boeken en de audiovisuele en nieuwe media. Naast een *keynote lecture* door William Uricchio (hoogleraar Comparative Media Studies, MIT) en een drietal korte interventies van taalkundige Hans Bennis (Meertens Instituut), mediawetenschapper José van Dijck (Universiteit van Amsterdam) en letterkundige Maaïke Meijer (Universiteit Maastricht), werd de middag afgesloten met een paneldiscussie onder leiding van dagvoorzitter Ann Rigney (RvG) met deelname van letterkundigen Liesbeth Korthals Altes (RUG) en Jasco Horsman (UL), taalkundige Ted Sanders (UU) en mediawetenschapper Joost Raessens (UU).

De lezingen en de daaropvolgende discussies lieten de complexiteit zien van zowel het hedendaagse media- en cultuurlandschap alsook van de vaardigheden die in de toekomst gekoesterd en bevorderd zouden moeten worden.

De voornaamste bevindingen:

- In plaats van te spreken over 'geletterdheid' of 'mediawijsheid' als één ding, dient men tegenwoordig van *literacies* in het meervoud te spreken.
- De exclusieve nadruk op geschreven taal die gepaard ging met de oude term 'geletterdheid' mag dan als achterhaald worden beschouwd, taal blijft nog altijd een centraal element van mediagebruik. Nieuwe platforms als GSM en MSN betekenen dat jongeren zelfs meer dan ooit – creatief – aan het schrijven en lezen zijn.
- Ook werd duidelijk dat taal steeds meer naast en in combinatie met beeld wordt gebruikt, en dat deze combinaties evenals 'code-switching' en 'meertaligheid' in ruime zin onderwerp van nadere studie moeten zijn.
- Het aanleren van medium-technische vaardigheden en van talen op zich dient daarnaast gepaard te gaan met het aanleren van een kritische houding ten opzichte van het medium zowel als het gaat om de kwaliteit van de informatie die overgedragen wordt als van retorische manipulaties. (Dit gaat dus veel verder dan het waarschuwen van jongeren voor de gevaren van chatboxen.)
- Het hedendaagse mediagebruik is vooral interactief en niet-hiërarchisch en het verschil tussen producenten en recipiënten vervaagt: dit betekent dat er veel meer mogelijkheden zijn voor individuele creativiteit, maar het impliceert ook nieuwe verantwoordelijkheden voor individuele gebruikers/producenten en aldus een nieuwe ethische dimensie in media-educatie.

- Interactiviteit in de zogenaamde *participatory culture* heeft de plaats van ‘*gatekeepers*’ veranderd maar zeker niet overbodig gemaakt. Leraren en docenten hebben een nieuwe taak gekregen in het aanleren van een kritische houding t.o.v. media.
- De interactieve media hebben ook de status en zeggingskracht van de ‘oude’ media herijkt en een nieuwe waarde gegeven aan de kunsten als een geïntensiveerd gebruik van taal en beeld dat uitnodigt tot puzzelen en tot reflectie op de eigen vorm en betekenisproductie. Het kan als middel dienen om in bijvoorbeeld het onderwijs, om de kritische reflectie op media aan te zwengelen.
- Twee lijnen voor een voortzetting van de discussie dienen zich aan: (1) nader wetenschappelijk onderzoek naar de convergentie en interactie tussen oudere en nieuwere media; (2) verdere reflectie op de verschillende dimensies van toekomstige media-educatie in het licht van (1).

William Uricchio (Comparative Media Studies, M.I.T.)

We bevinden ons thans in een paradigmawisseling in het medialandschap waarin wij leven. Deze digitale revolutie is op bepaalde punten te vergelijken met de vorige paradigmatische verschuiving in het medialandschap: de uitvinding en opkomst van het gedrukte woord. In het traditionele beeld, zoals dat onder anderen geschetst wordt door Elizabeth Eisenstein, bood de technologie van de boekdrukkunst een stabiel platform voor het produceren en verspreiden van kennis. Adrian Johns studie *The Nature of the Book* (1998) toont een andere werkelijkheid. Johns duikt in de sociale praktijken die schuilgaan achter de technologie en de materiële cultuur van het boek in de eerste twee eeuwen van zijn bestaan en laat zien op welke manieren dit nieuwe medium niet zozeer een stabiel platform voor, als wel een vertroebeling van kennis behelsde. Misdrukken, misinformatie, foutieve toekenningen van auteurschap en piraterij waren aan de orde van de dag. Het nieuwe medium van het boek introduceerde kortom nieuwe vormen van ‘ruis’ en ‘communicatievervuiling’ waar de gebruikers mee om moesten leren gaan. ‘Geletterdheid’ is dus altijd een competentie die méér omvat dan enkel en alleen ‘het lezen en schrijven machtig zijn’.

Dit alles impliceert dat: (1) de praktijk van geletterdheid sociaal ingebed is en niet in isolatie begrepen en bestudeerd kan worden, en (2) dat het object van die bestudering niet zozeer ‘geletterdheid’ moet zijn, maar *literacies* in hun verscheidene historische en sociale contexten. Er is geen abstracte grootheid ‘geletterdheid’ – wat het betekent om ‘geletterd’ te zijn verandert met de tijd en varieert per culturele context; ‘geletterdheid’ is soms gebonden aan de beheersing van een specifieke taal (het Latijn bijvoorbeeld), soms aan lidmaatschap van een bepaalde sociale klasse of groep. Daarnaast zijn er verschillende vormen van ‘geletterdheid’ – vandaag de dag horen we onder andere spreken van: culturele geletterdheid, visuele geletterdheid, wiskundige geletterdheid, media-geletterdheid, enzovoort. Je kunt ‘geletterd’ zijn in de ene vorm en een totale ‘analfabeet’ in een andere.

De veranderlijke aard van de sociale contexten van ‘geletterdheden’ verloopt van een geestelijke elite die geschreven teksten voor zichzelf produceert, via een kleine groep commerciële producenten die met gedrukte teksten een massapubliek bedienen, dat op zijn beurt weer aan het transformeren is in ‘an ever-expanding array of digitally-enabled readers/public producers’ van digitale teksten. Het publiek verandert in hoog tempo van een publiek van ‘lezers’, die alleen ‘schrijven’ in de privé-sfeer (doorgaans het letterlijk schrijven van brieven, boodschappenlijstjes, dagboeken, et cetera), naar een publiek van actieve participanten in de productie en distributie van publieke ‘teksten.’

Deze transformaties gaan hand in hand met een geleidelijke afkalving van de autoriteit en de traceerbaarheid van het geschreven en gedrukte woord: van de belichaamde autoriteit van het scriptorium, via de ‘corporate’ autoriteit van de uitgeverij, naar de onbelichaamde autoriteit van iedereen die online is en een mening wil ventileren. Vergelijk de oude *Encyclopaedia Britannica* eens met de ‘vrije’ online encyclopedie Wikipedia en merk de verschuiving van de door experts geproduceerde kennis naar ‘*the wisdom of the crowd*’ op. Het is een verschuiving van een geautoriseerde waarheid naar een veelvoud aan conflicterende *points of view*, van ‘*gatekeeping*’ naar de noodzaak van een actieve kritische beoordeling van informatie, van een culturele dynamiek die *top-down* georganiseerd is naar een *bottom-up* proces.

Wat zijn de implicaties van deze veranderingen? De *'heavy industries'* van de massacultuur die sinds het einde van de negentiende en de eerste decennia van de twintigste eeuw het medialandschap gedomineerd hebben – de film-, televisie en platenindustrie, de pers en de uitgeversbranche – staan voor grote uitdagingen, om het maar eens positief te formuleren (sommige sectoren zijn gewoonweg ineengestort) nu een *'networked public'* de oude industriële modellen weet te omzeilen en alternatieven weet te ontwikkelen, zie bijvoorbeeld de *'fan fiction'* op internet, (amateur)muzikanten die hun werk via internet verspreiden en het veelzijdige gebruik dat van YouTube wordt gemaakt. En ja, natuurlijk heeft de media-industrie deze aantasting van hun macht trachten te kenteren door groeiende convergentie en concentratie, en ja, natuurlijk hebben tycoons als Rupert Murdoch zich weten te repositioneren en *'networked'*-nieuwkomers opgekocht, en ja, natuurlijk zijn er ook nieuwe *'corporate players'* als Google ontstaan die op een vergelijkbare manier te werk gaan. Maar toch: het is duidelijk dat er een culturele strijd woedt, een strijd waarin de oude culturele aristocratie net zozeer belegerd wordt als de populaire cultuurindustrie van de twintigste eeuw – want wat er onder druk staat is het productiemodel zelf. Er is een niet te stuiten verschuiving gaande van een traditioneel productiemodel – *'one-to-one'*, zoals in persoonlijke correspondentie, of *'one-to-the-many'*, zoals in de uitgeverwereld – naar een netwerkmodel van *'the-many-to-the-many'* met zijn eigen (virale) logica en aggregatiesystemen (in verschillende vormen, variërend van Wikipedia tot Digg).

Met al deze paradigmatische omwentelingen en hun verregaande implicaties in het achterhoofd, moet het duidelijk zijn dat de verschuivingen in de vormen van geletterdheid in de eerste twee eeuwen van de geschiedenis van het gedrukte woord die Adrian John beschrijft resoneert in de situatie waarin wij ons thans bevinden. Oude zekerheden als de autoriteit van het gedrukte woord zijn verleden tijd. Net als de in de zestiende en zeventiende eeuw vereisen de nieuwe vormen van geletterdheid die ontstaan met de opkomst en evolutie van nieuwe media nieuwe vaardigheden in het ontcijferen van allerlei vormen van 'ruis': Hoe betrouwbaar is deze digitale tekst? Wie heeft hem geproduceerd? En wanneer? Het grote verschil tussen de opkomst van het boek als medium en de huidige nieuwe, digitale media is de aard en omvang van de participatie in (nieuwe vormen van) productie, distributie en consumptie. De situatie is er een van een *'embarrassment of riches'* gepaard gaand met een oorverdovend niveau aan 'ruis' en vereist niet alleen nieuwe competenties van ons als gebruikers, maar ook – en dit is cruciaal – om nieuwe educatieve strategieën en een nieuwe manier van denken over het begrip 'geletterdheid'.

Het nieuwe ‘korterlands’: MSN- en SMS-taal

Hans Bennis (Meertens Instituut)

De paradigmawisseling beschreven door Uricchio vindt ook plaats op het gebied van de evolutie van de Nederlandse schrijftaal. Daar waar voorheen de rigide norm de op school aangeleerde schrijftaal was, is er sinds een decennium sprake van diversificatie en anarchisme in nieuwe schrijftalen die gebruikt worden bij media als MSN en SMS. Een voorbeeld:

welke opdr8? wtf, hep k nog nix aan gedaan
allex flwkl, egt shiit
wswa, bjt of bmt
cu bb

Deze ontwikkeling is uiteraard niet uit het niets ontstaan, maar komt voort uit een traditie van het zogenaamde ‘korterlands’: al die taalvormen die gebaseerd zijn op het Nederlands, maar op allerlei manieren korter zijn dan de standaard. Spreektaal is dat vaak, zoals wanneer onze minister-president spreekt van de “neelanse vranwoordekeid voor innasjonale trekkinge”, maar er zijn ook traditionele schrijftalen die onder de noemer ‘korterlands’ vallen: afkortingen (‘d.w.z.’, ‘A’dam’, ‘enz.’), steno, landennamen (NL, BE, DL, etc.), telegramstijl (‘in Stuttgart aangekomen - vlucht ok - regent - hotel niet geweldig - bel morgen - liefs’), krantenkoppen (‘ Hamas: vijand verslagen’), dagboeknotities (‘gespijbeld. ben naar de film geweest. was spannend’) en advertenties (‘aantr.m.zkt.bl.vr.’).

In het geval van advertenties wordt veelal gebruik gemaakt van het zogenaamde ‘onset-principe’, waarbij bijvoorbeeld “Gezocht: aantrekkelijke, erudiete man/vrouw” geschreven wordt als ‘Gez.: aantr. erud. m./vr.’ Dit principe is een competentie die onbewust gedeeld wordt door zowel de opstellers als de lezers van advertenties en is een van de kiemen voor de korterlandse MSN/SMS-taal, die als volgt getypeerd kan worden:

- Gebruik cijferuitspraak (Nederlands/Engels)
w817 (‘wacht eens even’); i h8 r (‘ik haat haar’); suc6 (‘succes’); xq6 (‘excuses’)
- Gebruik letteruitspraak (Nederlands/Engels)
gn id; btje; zje; cker; cu
- Gebruik van symbolen in plaats van letters
mn eerste x; CU@; nx 2 4@; kheb €€€ (‘ik heb geld’); film* (‘filmster’)
- Gebruik emoticons
:-) ;-)) (‘grapje’) <<+:->> (‘Sinterklaas’) :-))B (‘Dolly Parton’) +o:-) (‘de paus’)
- Laat onuitgesproken consonanten en onbeklemtoonde klinkers weg
kwil t r nie zegge; moek m ff n x geve?
- Verkort dubbel geschreven medeklinkers als
ch, ks tis egt nix; xie t
- Vermeng meerdere talen
Zie hierboven bij 1 en 2.
- Vermijd interpunctie

Deze nieuwe vormen van korterlands worden gebruikt om andere redenen dan de traditionele, die voornamelijk de economische doelen van ruimte-, geld- en tijdsbesparing dienen. Het nieuwe korterlands in de vorm van MSN en SMS-taal, daarentegen, (1) is een creatief spel met taal, waarbij de inventiviteit van de gebruiker op de voorgrond treedt, en (2) heeft geen norm, maar is een anarchistisch systeem waarmee de gebruiker een eigen stijl en daarmee een eigen identiteit kan creëren. Er wordt dikwijls gezegd dat deze taalvormen uitingen zijn van taalverloedering, maar om ermee om te kunnen gaan zijn nieuwe vormen van geletterdheid nodig. Als schrijftaal floreert, floreert ook de geletterdheid.

José van Dijck (Media en Cultuur, Universiteit van Amsterdam)

Terwijl sms-taal nieuwe competenties vereist die de (jonge) gebruikers veelal instinctief onder de knie hebben – ze ontdekken regels spelenderwijs en weten die naar hun eigen hand te zetten -, vereist de opkomst van internet-zoeksystemen als Google nieuwe vormen van literacy die actief onderwezen zouden moeten worden. Van Dijck poneert zes stellingen over de ‘googlisering’ – niet te verwarren met ‘digitalisering’ – van (wetenschappelijke) kennis en de nieuwe vormen van ‘geletterdheid’ die daarmee gepaard zou moeten gaan:

- Google-systemen als Google Search, Google Books, Google Scholar, Google Images, Google Docs en Google Maps worden tegenwoordig door scholieren en studenten veelvuldig gebruikt als vervanging voor, in plaats van aanvulling op, de (universiteits)bibliotheek. Bibliotheken ondersteunen dit proces door automatisch door te linken naar *fulltext* download systemen. Mocht er iets niet te vinden zijn, dan zorgt een snelle oproep via profileringsystemen als Facebook, Hyves of Orkut (eigendom van Google) voor aanvullende bronnen, die de onderzoeker via gmail aangeleverd krijgt.
- Zowel *profiling* als *ranking* systemen hebben grote invloed gekregen op de manier waarop wetenschappers en studenten kennis produceren en verspreiden. Het zijn ontransparante *black boxes* waarbij achter de kinderlijk eenvoudige, gebruikersvriendelijke interface software werkt waar behalve de makers niemand zicht op heeft. Het *rankings* systeem van Google, PageRank – vernoemd naar mede-oprichter Larry Page en gebaseerd op de essentiële wetenschappelijke waarde van de citatieanalyse (de ranking van de resultaten die u krijgt als u Google’s zoekmachine gebuikt, reflecteert het aantal keren dat een zoekterm genoemd is) – bijvoorbeeld, is een gepatenteerd bedrijfsgeheim dat angstvallig bewaakt wordt. Wat doen deze systemen precies? Hoe gebruiken we ze en hoe gebruiken ze ons? En op welke voorwaarden? Wie antwoord wil vinden op dergelijke vragen, zoekt eigenlijk naar antwoord op de vraag welk belang Google heeft in kennisproductie.
- Google-systemen zijn: (1) niet betrouwbaar, (2) niet neutraal en (3) niet onafhankelijk. Ad (1): PageRank selecteert en prioriteert informatie zonder aanzien des persoons of context, historisch of anderszins. Een zoekbot maakt geen weging in kwaliteit en de constante *updates* zorgen dat het ‘tijdsstempel’ van oudere documenten vervangen worden door nieuwere, waardoor een besef van datering verloren gaat. Ad (2): PageRank is geen objectieve arbiter die uitmaakt welke informatie het meest geciteerd wordt en dus belangrijk is. De *rankings* kunnen gemanipuleerd worden en er zijn bewijzen dat dit daadwerkelijk gebeurt (zie de voorbeelden die de Amerikaanse onderzoeker John Battelle geeft in zijn boek *The Search* [2005]). In de gebruiksvoorwaarden van de zoekmachine kan men overigens lezen dat het bedrijf te allen tijden gerechtigd is in te grijpen in de resultaten om de automatische ranking-strategie waar nodig aan te passen. Ad (3): GoogleSearch is net zo onafhankelijk als de Gouden Gids: sommige bedrijven betalen voor advertenties in de gids en krijgen dus een meer prominente plaats. Via het systeem AdWords kunnen website-eigenaren een advertentie in de Google *ranking* kopen. Het is onduidelijk waar Google de grens trekt tussen commercie en content. Omdat Google gratis is, hebben gebruikers geen recht op ‘inzage’ in de manier waarop de resultaten tot stand komen; zelfs zij die wel betalen – de adverteerders die 95% van Google’s

inkomsten binnenbrengen – hebben daar nauwelijks zicht op.

- Ook GoogleScholar heeft een (commercieel) belang bij de bemiddeling tussen wetenschappelijke informatie, kennis en wijsheid (in de definitie van ‘door velen gedeelde, beoordeelde en verfijnde kennis’). Wie zoekt met behulp van GoogleSearch laat een spoor van zoekgegevens achter; deze zogenaamde metadata kunnen, zonder dat u het weet of wilt, gebruikt worden voor persoonlijke- en groepsprofilering. In het geval van GoogleScholar bepalen metadata over collectief zoekgedrag de verfijning van algoritmes in PageRank die toekomstige individuele speurtochten sturen.
- Wetenschappers, en vooral studenten, zijn zich onvoldoende bewust van de technologische, commerciële en ideologische manipulatie door zoekmachines. De ‘googlisering’ van wetenschappelijke kennis moet ‘ontgoocheld’ worden. Universiteitsbibliotheken bieden systemen die toetsbaar en voor iedereen traceerbaar zijn, die de wetenschappelijke waarden van verifieerbare en controleerbare kennis hebben geïntegreerd in hun zoekmechanismen. Ook al zijn die systemen soms ingewikkeld en moeilijk toegankelijk, ze belichamen wel de waarden en normen van kennisproductie zoals die in het publieke domein gelden. GoogleScholar bevindt zich in het commerciële domein en is principieel op andere normen en waarden dan academische gebaseerd. Dat is op zich niet erg, het is alleen belangrijk dat we ons dat goed realiseren.
- Scholieren, studenten en wetenschappers moeten getraind worden in een verantwoorde omgang met Google-systemen; ze moeten leren digitale documenten in hun context te begrijpen en ze op waarde te schatten. Die ‘mediawijsheid’ ontstaat niet vanzelf door het gebruik van mediatechnologie; die technologie (hardware, software) moet zelf ook onderwerp van analyse en evaluatie zijn. De taak van de universiteiten is niet alleen studenten te socialiseren in de normen en waarden van het wetenschappelijk bedrijf in de verschillende fasen van het proces van kennisproductie; het leren kritisch analyseren van de informatie- en mediasystemen waarmee kennis geproduceerd wordt is een essentiële schakel tussen kennis en wijsheid. Uiteraard zijn er andere, wetenschappelijk wel verantwoorde zoeksystemen beschikbaar. Studenten zouden in vakken waarin academische vaardigheden worden aangeleerd, deze systemen voorgeschoteld moeten krijgen.

Maaïke Meijer (Centrum voor Gender en Diversiteit, UM)

Met de komst van nieuwe, digitale media en de nieuwe vormen van geletterdheid en mediawijsheid die daarbij horen, zijn ‘oude’ traditionele competenties onder druk komen te staan. Veelvuldig geje-remieer over de teloorgang van ‘de literatuur(beschouwing)’ ten spijt is de vorm van geletterdheid die bedreigd wordt niet zozeer ‘de literatuur’ is, maar veeleer het cultuurgoed van het herkennen en appreciëren van kwaliteit. Deze competentie kan van toepassing worden gebracht op alle media en alle genres, van de roman, de poëzie en het essay, tot het computerspel, websites, popmuziek, het luisterlied, cabaret, fotografie of speelfilm of zelfs reclame. Kwaliteit kan zich manifesteren in elk genre en in elk medium.

Maar wat is kwaliteit en hoe herkennen en bewaken we die in al die verschillende kunsten en cultuurvormen in de ruimste zin? Hoe zorgen we ervoor dat er een jonge generatie wordt opgevoed die heeft leren genieten, kritisch ‘lezen’ (kijken, luisteren, gamen, etc.) en kritisch denken? Die weet hoe genres in een bepaalde traditie staan, waardoor je zoveel meer hoort en ziet?

Volgens Meijer valt of staat het herkennen en appreciëren van kwaliteit met traagheid en traagheid is dan ook precies de culturele competentie die moet worden verdedigd. Traagheid staat centraal in het aandachtig lezen, herlezen en fijnzinnig interpreteren met behulp van een beproefd analytisch instrumentarium: het avontuur van de betekenisrijkdom die naar voren treedt omdat je aandacht investeert in iets en alsmaar om een ‘tekst’ heen blijft lopen. Vroeger heette deze ‘trage’ omgang met ‘teksten’ ‘close reading’; in de huidige tijd is de term ‘*slow reading*’ – waarbij we ‘*reading*’ ook moeten opvatten als ‘*looking*’, ‘*listening*’ en ‘*interacting with computers and digital technology*’ – wellicht een vruchtbaardere term. In analogie met de term ‘slow food’ – kwaliteitsvoedsel, vaak biologisch geteeld, met liefde en vakkennis gemaakt, goed bereid, en met smaak in goed gezelschap gegeten en aldus haaks staand op de fast food-cultuur, waar eenieder op elke gewenste tijd maar ‘een industriële vette hap uit de diepvries rukt en die in de magnetron flikkert, om die naar binnen te stouwen bij de televisie’ – behelst het cultuurgoed van ‘slow reading’ het vermogen tot het hebben van geconcentreerde aandacht voor kwaliteit. Wie het trage, aandachtige door-proeven van cultuurproducten niet heeft geleerd die kan niet genieten. Het aandachtige door-proeven staat niet haaks op een kritische houding. Sterker nog: alleen door aandachtig door-proeven weet je wat je eet.

Scenario's voor de toekomst: een puntsgewijze samenvatting van de paneldiscussie

Liesbeth Korthals Altes (Literatuurwetenschap/Moderne Franse Letterkunde, RUG)

Ted Sanders (Taalbeheersing, UU)

Yasco Horsman (Literatuurwetenschap, RUL)

Joost Raessens (Media- en Cultuurwetenschappen, UU)

- Het is van groot belang de ongelijksoortigheid van vormen van *literacy* – de ‘literacies’ uit de bijdrage van Uricchio – niet uit het oog te verliezen. Denk bijvoorbeeld aan *textual literacy* (op gebied van de ‘uitdrukkingmiddelen’), *visual literacy* (zintuigen), *computer literacy* (media), *game literacy* (mediatoepassingen); iemand die computergames speelt bijvoorbeeld, moet over al deze competenties beschikken. Hoe grijpen deze verschillende *media literacies* in elkaar? Waarin verschillen ze, komen ze overeen?
- Om dergelijke vragen te kunnen beantwoorden is samenwerking nodig op het gebied van theorievorming, niet alleen binnen MCW (theater, film, TV, nieuwe media etc.), maar ook met ALW (bijvoorbeeld op gebied van narratologie, discours analyse, genretheorie) en CIW (bijvoorbeeld op gebied van persuasieve ‘teksten’).
- Het heeft uiteraard geen zin om hierbij het wiel opnieuw te gaan uitvinden, zoals dat op het gebied van de nieuwe media (*game studies*) te lang geprobeerd is. Vanuit Mieke Bals idee van *travelling concepts* moeten we onderzoeken hoe we begrippen vanuit de ene discipline zinvol kunnen inzetten in een andere discipline.
- Een groot aantal van de vragen die *new media literacies* oproepen (vragen die betrekking hebben op betekenistoekenning, zoals: veranderen de ‘schema’s’ voor narrativiteit die lezers/kijkers enz. hanteren onder invloed van uitvoerig beoefenen van computer games? Of betr. de impact van genreconventies) lijken het best beantwoord te kunnen worden met behulp van methoden die een empirische met een hermeneutische invalshoek combineren; dus zou samenwerking tussen hermeneutische en sociale wetenschappen (psycho- en sociologie, cognitiewetenschappen) nagestreefd moeten worden, zo stellen panelleden Korthals Altes en Sanders.
(Het aanleren van) ‘*critical reading skills*’ dient nog steeds grote aandacht te krijgen in het onderwijs, in tegenstelling tot wat mediatheoretici als Henri Jenkins en James Paul Gee recentelijk betoogd hebben: volgens hen is het idee dat jongeren ‘duped by the media’ zouden zijn en dus op de een of andere manier beschermd/opgevoed/onderwezen moeten worden, achterhaald aangezien: (1) er geen passieve ‘*readers*’/consumenten meer zouden zijn, en (2) jongeren in de omgang met nieuwe media automatisch kritisch zouden zijn/worden.
- Niet alle nieuwe media kunnen op een hoop gegooid worden. Jongeren kunnen producent zijn van informatie (internet), kunnen de distributie zelf ter hand nemen (muziekuitwisseling), maar kunnen tegelijkertijd ook ‘louter’ consument zijn (bijvoorbeeld van computergames).
- de relatie tussen ‘*readership*’ en ‘*writership*’, tussen het lezen/consumeren, schrijven/produceren moet dynamisch worden opgevat, betoogt Raessens. Beide activiteiten vereisen bepaalde soorten van kritische competenties. Deze kwesties sluiten aan bij een ontwikkeling

binnen de *educational sciences*, waar eveneens protesten te horen zijn tegen de simpele dichotomie tussen instructie-constructie (vergelijk reader-writer). Raessens onderzoekt momenteel wat we hebben aan het door Slavoj Žižek ontwikkelde begrip ‘interpassiviteit’ om vragen op dit gebied te kunnen beantwoorden.

Ad (2)

De assumptie en *pointe* van een aantal bijdragen is juist dat het helemaal niet zo is dat gebruikers van interactieve nieuwe media als het ware vanzelf (door en in het gebruik) een kritische afstand innemen ten opzichte van de inhoud en de ideologische vooronderstellingen van deze media.

- Er zijn juist vele tegenvoorbeelden te geven op grond waarvan je zou moeten concluderen dat *critical reading skills* juist vandaag de dag van het grootste belang zijn, zoals o.a. Van Dijcks bijdrage betoogt.
- Het is opvallend dat juist het aanleren van deze kritische blik amper aandacht krijgt van beleidsmakers.
- Om te (leren) onderkennen wat de normatieve vooronderstellingen zijn die in het ontwerp van nieuwe mediatoepassingen besloten liggen en wat de normatieve implicaties zijn van het gebruik, moeten *critical reading skills* onderdeel vormen van het begrip ‘mediawijsheid’.
- Als die *critical reading skills* ‘een vrolijk soort vorm van traditieschennis’ zijn, zoals Horsman het typeert, hoe die houding dan over te brengen op studenten? In zijn onderwijspraktijk probeert hij dit te doen door studenten in combinatie met nieuwe media, oudere media aan analyse te onderwerpen. Juist in het geval van zgn. ‘oude’ media is, zoals betoogd door Jay David Bolter en Richard Grusin in hun invloedrijke studie *Remediation* (1995), de transparantie van het medium reeds verloren gegaan en zijn de mechanismen makkelijker inzichtelijk te maken.