

Peter Kunnen

Nationaal MediaCoach



“Peter Kunnen wil graag zijn enthousiasme voor mediawijsheid en mediacoaching overbrengen, het is dé reden dat hij deelnam aan de Nationale Opleiding MediaCoach: “Ik wil een drijfveer zijn om meer mensen te enthousiasmeren om mediawijsheid te ontwikkelen als een belangrijke pijler voor het toekomstige onderwijs waarin kinderen zeer zelfstandig hun onderwijs zullen invullen en eigen regisseur zijn van hun onderwijsproces.”

‘Mediawijsheid staat nog bij veel scholen in de kinderschoenen en er zijn pioniers nodig.’

1 Wat is jouw drijfveer om de mediawijsheid van jouw doelgroepen te verbeteren?

“Iedereen die met jongeren werkt weet dat de kloof tussen die jonge enthousiaste kinderen en de ouders steeds groter wordt. Die kloof wordt veroorzaakt door het feit dat kinderen al op zeer vroege leeftijd mediabewust worden en daarmee de eerste competentie van mediawijsheid hebben te pakken. Op school krijgen de leerlingen al snel een videocamera, fototoestel of iets dergelijks in de hand gestopt met als schoolopdracht: maak van deze suffe boekopdracht eens een flitsende presentatie. Hee leuk, maar waar we met zijn allen geen rekening mee houden is dat die jonge leerlingen ineens de vierde competentie uitvoeren van de mediawijsheid. Ze zijn producent geworden en er wordt een bepaalde mediahouding van hen verwacht. Maar wie heeft ze die houding bijgebracht? Juist NIEMAND!!! Daarom moeten scholen in de toekomst garant staan voor het aanleren van mediabegrip en mediahouding. Na de terroristische aanslag in Parijs vroegen 13-jarige leerlingen op het vmbo zich af, waarom we de schotwonden niet zagen? In de beleving van games is het schijnbaar heel normaal om te zien of je iemand wel ECHT hebt neergeschoten. Als bij een 13-jarige het verschil tussen fictie en non-fictie niet duidelijk is dan hebben we als mediacoach nog veel werk te verzetten.”

2 Wat vind je het allerleukste aan jouw doelgroep? Kun je een bijzondere praktijksituatie beschrijven?

“De onbevangenheid van jonge mensen is mijn drijfveer. Het enthousiasme, de leergierigheid en het vermogen om steeds weer bij te stellen, bij te schaven en te verbazen vind ik het mooiste van een vmbo-leerling. Bij deze groep leerlingen begint de wedstrijd elke dag weer op 0-0. Je kunt het buigen of barsten maar vrees niet, kansen genoeg zolang je zelf ook flexibel bent. Durf ook open te staan en je zult verbaast zijn van wat je terugkrijgt. Na de gebeurtenissen rond Amanda Todd (Canada), een tiener die zelfmoord heeft gepleegd nadat ze voortdurend via internet en sociale media gepest werd is een vast onderdeel in een projectweek. Ik overval de leerlingen met het YouTube-filmpje, waarin Amanda haar trieste verhaal vertelt door papiertje voor papiertje voor het beeld te laten wegglijden. Kids zitten dan 11 minuten met open mond te kijken en dat levert later goede gesprekken op. Als er een veilig gevoel in de klas heerst komen de verhalen los en blijven de tranen soms niet achterwege. De klas in een emotionele achtbaan en leerlingen ondervinden aan de levende lijve hoe heftig media kunnen werken en wat het met hen doet. Na deze heftige opening gaan de jongeren dan aan de slag met het maken van een anti-pestprogramma en ze produceren in de lopende 6 weken: een pestcourant met

verhalen, een anti-pestcommercial van 1 minuut, een radioprogramma met interviews van een half uur en ze ontwerpen flyers waarin kinderen opgeroepen worden om de problemen rond pesten niet alleen te verwerken. Door het beginfilmpje van Amanda Todd bekijk je de media van verschillende kanten en vormen de leerlingen een mening en een houding. Erg waardevol. De sociale media en mediacoaching spelen in dit project een prominente rol."

3 **Heb jij een bepaalde passie of speciale expertise die je na jouw MediaCoach opleiding verder wilt gaan ontwikkelen en aanbieden, omdat je dit nodig vindt?**

"Ik ben een mediaman, heb als producer bij de tv gewerkt, ben formatontwikkelaar, heb een eigen radioprogramma dus sta ook vaak aan de andere kant van de media. Ik wil een drijfveer zijn om meer mensen te enthousiasmeren om mediawijsheid te ontwikkelen als een belangrijke pijler voor het toekomstige onderwijs waarin kinderen zeer zelfstandig hun onderwijs zullen invullen en eigen regisseur zijn van hun onderwijsproces. Andere scholen kunnen een beroep op me doen om van gedachten te wisselen hoe in HUN geval mediawijsheid intrede kan doen. Scholen die geen aandacht besteden aan een concrete vorm van mediawijsheid lopen wellicht later achter de feiten aan. Als mediacoach heb je een bepaalde expertise en die wil ik graag delen. Het hoogst haalbare hebben we op het Grafisch Lyceum Rotterdam waargemaakt. De leerlingen van klas 1 t/m 4 beheren een eigen radiostation (Flex FM) wat op internet is te volgen. Ze werken met media en ontwikkelen zo onbewust mediabegrip en een mediahouding."

4 **Hoe heb of wil je jouw nieuwe kennis op jouw werkplek kunnen realiseren? Wat zijn je idealen hierin?**

"Ik heb naar aanleiding van een ontworpen beleidsplan een werkgroep geformeerd op mijn school waar onder andere ook de directie, onderwijs personeel maar ook leerlingen inzitten. Dit beleidsplan wil ik graag ook gebruiken in de onderwijsvernieuwing, 21^e eeuwse vaardigheden in het curriculum van het funderend onderwijs."

5 **Wat is jouw belangrijkste advies aan collega's om hen enthousiast te maken voor jouw nieuwe mediawijsheid vak als Nationaal MediaCoach?**

"Mediawijsheid staat nog bij veel scholen in de kinderschoenen en er zijn pioniers nodig. Iedere school heeft zijn eigen insteek, verwachtingen, facilitaire middelen en populatie. Ik ben er van overtuigd dat voor iedere school een prachtige vorm te bedenken is. Passend onderwijs op maat is de leus tegenwoordig en dat geldt zeker voor mediawijsheid."

