

# Van leesbevordering naar mediabevordering

Over nieuwe geletterdheid en nieuwe media

*De nieuwe media zijn niet van een andere planeet. De ‘homo zappens’ zijn de (be)spelers van de nieuwe media en maken deel uit van de generatie van de ‘ontluikende geletterdheid’. De wereld van de cd-roms, computergames en Internet vormt het abc van de toekomst. Met de culturele geletterdheid komt het nog wel goed, volgens Ronald Soetaert. We moeten alleen wat ruimer met het begrip omgaan.*

Ronald Soetaert

## Inleiding

Als voorbereiding op dit artikel heb ik bijzonder veel aandacht aan mijn zoon en dochter besteed (waarvoor de wetenschap al niet goed is). U zult dat misschien herkennen: wie vandaag professioneel met onderwijs, jeugd en cultuur bezig is, heeft een druk bestaan waarbij de kroost vaak wat verweesd achterblijft. Dat gevoel is trouwens ouder dan vandaag. Zo noteert de jonge Sterne – in de 18e eeuw – dat zijn vader een opvoedingssysteem voor hem aan het ontwikkelen was met het bekende gevolg: “wat helaas betekende dat ik al die tijd totaal werd verwaarloosd en aan mijn moeder overgelaten; en, wat welhaast even bedenkelijk was, door deze trage voortgang verloor het eerste deel van dit geschrift, waarop mijn vader zich het meest had uitgesloofd, iedere zin, – dagelijks werden een of twee bladzijden volkomen achterhaald.” (Laurence Sterne in *Tristram Shandy*).

Voor dit artikel wilde ik niet achterhaald worden door de realiteit van mijn kinderen en zo inviteerde ik hen – tot hun verbazing – om samen speelgoedwinkels te bezoeken. Waar kon ik immers meer leren over actuele jeugdige

geletterdheid? Al vlug heb ik me gerealiseerd wat voor een gespecialiseerde commercie ‘spelen’ geworden is. Zo heb ik een winkel bezocht met bijzonder complexe gezelschapspelen en een winkel met al even complexe computergames. Steeds werd ik geconfronteerd met een groep jongeren en volwassenen die stilzwijgend en geconcentreerd aan het ... spelen waren. Bijna sacraal om zien.

Maar zoals vele vormen van religie is dit ook big business: kijk maar naar de marktaandelen van de kinderspelletjesgiganten als Nintendo, Sega – zij behoren tot de rijkste bedrijven van de wereld. En als we enthousiast worden over mogelijkheden van de nieuwe media dan dienen we in 't oog te houden dat dit succes veel met economie te maken heeft.

De media dicteren in hoge mate het amusement van kinderen; de hele merchandising bepaalt de kledij, image & look, en – wie weet – de geest van kinderen. Wat heb ik het Vlaamse kinderprogramma Samson gehaat, zeker nadat ik de halve stad had rondgelopen om schoenen te vinden waarop het beest staat. En vandaag overkomt me hetzelfde met de Simpsons, want het

kapitalisme zorgt voor variatie.

Ook dat gevoel zult u wel herkennen: vele ouders zijn vandaag in voortdurende onderhandeling met hun kinderen over mogelijke aankopen die door televisieprogramma's gestimuleerd worden. En nu komen daar computers, cd-roms bij. Bij het onderwerp ‘ontluikende geletterdheid’ hoort dus ook aandacht voor speelgoed. De babyboom zorgde immers voor een speelgoedboom. De opmars van de computer bijvoorbeeld wordt sterk gestimuleerd door de koopkracht van de kleine consument. En dat laatste heeft veel te maken met hoe ouders en opvoeders vandaag kinderen benaderen.

## Uitvinding van het kind

Er wordt wel eens beweerd dat de graad van beschaving van een cultuur zich laat aflezen aan de graad van aandacht voor kinderen. Als dat zo is, dan zitten we vandaag goed, want het commerciële belang van het kind is nog nooit nog zo groot geweest. Kinderen hebben we niet alleen verwekt, maar ook ‘uitgevonden’ in de loop van onze geschiedenis. Een aantal historici (zoals Aries) hebben erop gewezen dat ons beeld van het kind een vrij recente uitvinding is die wortelt in de Renaissance. Zo ziet Neil Postman (1982) een relatie tussen de ontwikkeling van de boekdrukkunst en het ontstaan van het ‘moderne’ kind.

U moet maar eens naar oude schilde-

rijen kijken waar kinderen als ouwe-lijke creaturen te kijk staan; gekleed en poserend als kleine volwassenen. De geschiedenis van de constructie van het kind is een verhaal waarin het kind steeds verder weg van de reële wereld gehouden wordt en in een soort veiligheidszone opgroeit. Een uitgestelde confrontatie met de wereld die we steeds meer organiseren en ensceneren (Mollenhauer 1986: 72).

We gaan vandaag inderdaad op een bijzondere manier om met onze kinderen. Er heeft zich een grondige verschuiving voorgedaan in de verhouding tussen volwassenen en jongeren: van een bevels- naar een onderhandelingshouding. Abraham de Swaan (1983) vermeldt in zijn studie de leeftijd van veertien tot vijftien jaar als het moment dat meisjes en jongens inspraak en beslissingsvrijheid over consumptie krijgen. En daar moeten we nu zelfs een beetje om glimlachen, want die leeftijd is in de voorbije tien jaar op zijn minst met tien jaar gedaald. Ook in allerlei instituties ‘democratiseren’ de gezagsrelaties. De ‘veiligheidszones’ waar we kinderen in onderbrengen zijn de jongste kwarteeuw grondig veranderd: crèches, opvangmoeders, opvang in zijn totaliteit... Deze trend laat zich ook aflezen in de houding tot de media: de televisie bijvoorbeeld is de jongste jaren gebruikt als opvang en opvoeder. En de computer lijkt die rol steeds meer over te nemen.

Eerst iets over die veiligheidszones, die overweldigende aandacht voor kinderen en de gevolgen daarvan voor de ontluikende geletterdheid.



### Geletterdheid

Hierboven heb ik al gesteld dat er beweerd wordt dat de graad van beschaving af te lezen zou zijn aan de zorgvuldigheid waarmee een beschaving omgaat met kinderen. Naast de constatering dat onze maatschappij – om diverse redenen – extreem veel aandacht aan kinderen besteedt, is het ook zo dat velen zich vandaag bezorgd maken over de ontwikkelingen binnen die maatschappij.

Het is niet alleen ‘youth as fun’ maar het is evenzeer ‘youth as trouble’ (zie Laermans 1996). Nu ja, oudere generaties hebben altijd wel geklaagd over jongere generaties. Er wordt vandaag bijvoorbeeld steeds meer geklaagd over de achteruitgang van de culturele geletterdheid bij een jonge generatie. De jongeren zouden niet meer kunnen schrijven, ze zouden hun klassieken niet meer kennen, laat staan historische kennis of inzicht bezitten.

Recente campagnes voor leesbevordering worden ook geïnspireerd door dit doemdenken. Die klaagzang is een onderdeel van een aanzwellende lastercampagne – geleid door de ‘laatste’ intellectuelen – waarin de onwetendheid van de massa in het algemeen een bron van ergernis, spot en bezorgdheid werd.

Er bestaat een vast ritueel om dergelijke maatschappelijke crisissen te benaderen. Het onderwijs wordt dan vaak aangeduid als oorzaak en als mogelijke oplossing van het probleem. En binnen het onderwijs wordt de schuld doorgeschoven: de universiteit verwijt het secundair onderwijs, het secundair onderwijs het lager onderwijs... en zo voort. Met het begrip ‘ontluikende geletterdheid’ wordt zelfs geïnsinueerd dat de schuldvraag nog verder ligt: ook zij die amper kunnen lezen en schrijven worden in het debat betrokken.

### Ontluikende geletterdheid

Normaal start het onderwijzen van kinderen in schrijven/lezen vanaf 5 à 6 jaar. Uit onderzoek blijkt echter steeds meer hoe belangrijk de periode daarvoor kan zijn, omdat dan een beeld wordt gevormd van het nut van die vaardigheden, en uiteraard omdat ‘willen’ leren essentieel is voor de resultaten. Kinderen worden niet geletterd geboren, ze worden het in een sociale omgeving. Hoewel formele instructies van groot belang zijn, is het toch zo dat de ontwikkeling vooral op gang komt door het schrijven en lezen in de dagelijkse context. Die eerste confrontatie blijkt voor vele kinderen van essentieel belang te zijn: “Young children’s ‘scribbling’ or ‘reenactments’ of books may be unconventional by adult standards, but such actions play important roles in the child’s continuing development” (Teale & Sulzby 1986: xviii).

Sommige eerste vormen van geletterdheid worden in gang gezet door de volwassenen, andere zijn een gevolg van de activiteiten van het kind zelf. Het is goed in ‘t oog te houden dat geletterdheid een culturele constructie is en geen natuurlijk gegeven. Kinderen groeien op in een maatschappij waarin een vorm van geletterdheid deel uitmaakt van hun leven. Terwijl kinderen hun omgeving exploreren, ontwikkelen zij hun ‘roots of literacy’ (Goodman, 1980: 6). Ze vinden dus hun eigen vorm van geletterdheid uit, parallel aan die van hun onmiddellijke omgeving en de maatschappij: “The different functions literacy serves as a symbolic system for humans and the values it holds for the member of society will affect the way in which children learn written language.” (Teale & Sulzby 1986: xviii).

Activiteiten voor leesbevordering binnen en buiten de school richten hun aandacht steeds meer op de jonge lezers met zelfs bijzondere aandacht

voor kinderen die nog niet kunnen lezen. En de markt staat klaar om deze aandacht te verzilveren: badboekjes, cassettes met jeugdliteratuur. En dan zijn er nog allerlei hedendaagse culturele en onderwijskundige initiatieven te vermelden: voorleesmoeders, leeskringen en leesclubs in bibliotheken, een leeshoek in de klas, et cetera. En hoe goed bedoeld en interessant deze initiatieven ook zijn, toch kan men zich afvragen of zo'n immense campagne voor het lezen van boeken niet voorbijgaat aan een nieuwe geletterdheid die zich aan het ontwikkelen is. Een geletterdheid die meer is dan een boekengeletterdheid maar evenzeer bestaat uit het orale, het muzikale en het beeld. Kortom: stellen we geletterdheid niet iets te makkelijk gelijk met bibliotheek van boeken? Spreken de boekenliefhebbers niet te veel vanuit eigenbelang door van een bedreiging van de cultuur te spreken als het boek concurrentie krijgt?

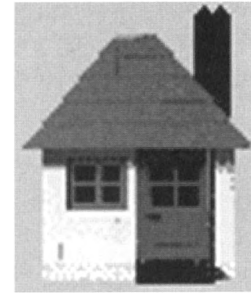


Als we het vandaag over geletterdheid hebben en we houden ook rekening met wat er in onze moderne maatschappij aan het gebeuren is, dan zien we dat geletterdheid met meer te maken heeft dan met de boekdrukkunst. Bij de cultuuroverdragers – de ouders, de leraren, de begeleiders – constateer ik dat ook zij een groot deel van hun vrije tijd voor schermen zitten of naar hi-fi installaties luisteren. Ook voor die generatie heeft de televisie voor een cultureel referentiekader gezorgd. Terugblikken naar het verleden impliceert vaak herinneringen bovenhalen waarin televisiebeelden een centrale rol

spelen. De VPRO bijvoorbeeld presenteert elk jaar 'Zomergasten' waarin intellectueel gemijmerd wordt over al dat moois dat op het scherm te zien was. En ook op de Vlaamse televisie wordt met bekende Vlamingen teruggeblikt via ingeblikte televisieherinneringen. Moderne geletterdheid heeft vandaag te maken met boeken, televisie, muziek, film...

Kortom, wie het vandaag over culturele geletterdheid heeft, is verplicht leesbevordering te verruimen tot 'media'-bevordering. En daarbij wil ik zeker geen sfeer creëren waardoor het geschreven woord tegen het beeld wordt uitgespeeld. Of waarbij hartverscheurende keuzes dienen gemaakt te worden tussen literatuur of film en televisie, bibliotheek of computer...

Of kortzichtige keuzes die voorbijgaan aan de vraag welke soort geletterdheid past bij het leven en denken van de 21e eeuw. Een vorm van post-geletterdheid die past bij een post-industriële maatschappij. Geletterdheid en communicatie die sporen met de eisen van een informatie- en kennismaatschappij. Aandacht voor ontluikende geletterdheid impliceert ook specifieke aandacht voor de wijze waarop de nieuwe media een nieuwe geletterdheid dus een nieuwe identiteit construeren. Nogmaals dat geldt ook voor de oudere media. De boekdrukkunst en de hele cultuur eromheen worden door velen als een natuurlijk verschijnsel beschouwd, maar ze zijn uiteraard evenzeer een culturele constructie. Tijdens discussies op conferenties roept steeds iemand uit dat schrijven of lezen op scherm, tekenen en kleuren, en muziek maken met de computer 'onnatuurlijk' zijn. Alsof een gedrukt boek, het spelen op een piano, een opname van een concert, ja zelfs een tekening in potlood op papier geen culturele constructies zijn. Nadenken wat er aan het gebeuren is binnen onze cultuur



dient uit te gaan van dit inzicht: onze culturele geletterdheid is geconstrueerd via de media. En cultureel geletterd zijn betekent kunnen communiceren in de cultuur waarin men leeft: "Because any concept of a well-ordered society depends on raising our children to participate in public discourse, and that discourse will increasingly be through electronic means." (Hundt 1996: 10).

Het gaat dus al lang niet meer over voor of tegen nieuwe media, we worden uitgedaagd om na te denken over wat de nieuwe media kunnen betekenen voor de jeugd.

#### Nieuwe media, nieuwe geletterdheid

Kortom, als we het over culturele en ontluikende geletterdheid hebben dan kunnen we niet meer voorbij aan de communicatierevolutie. Niemand ontsnapt vandaag immers aan de digitalisering. Niemand ontsnapt vandaag ook aan de massacultuur. Via speelgoed, fictie, beelden, muziek... creëren jongeren hun identiteit. Dat is uiteraard niet nieuw. We herinneren ons toch allemaal een bepaald speelgoed, een specifieke strip en een onvergetelijk song, tv-feuilleton of boek? Met een zekere melancholie vergelijken we die heerlijkheden met wat vandaag op de markt komt. En we zien dat het vroeger beter was.

Maar we herinneren ons toch ook de bezorgdheid van onze ouders en opvoeders over onze geestelijke gezondheid die rechtstreeks bedreigd werd

door een groeiende jeugdcultuur. Oudere generaties blijken steeds weer verbaasd en/of bezorgd over de cultuur van jongeren. Ook ik kijk vandaag inderdaad met een zekere verbazing naar de krijgers, soldaten en poppen die mijn huiskamer bevolken. Neem bijvoorbeeld het soort krijger dat in een handomdraai muteert in een dierlijke machine. Tja, dat is inderdaad iets anders dan Old Shatterhand en Winnetoe die het op eigen kracht moesten doen. Ook de vechtende dames en heren in de computergames krijgen extra levens ter beschikking of kunnen een beroep doen op magische of technologische extraatjes. In een spel als 'Doom' krijg je via codes een extra portie gezondheid en wie handig genoeg is wordt – tijdelijk – onsterfelijk. In spelen als 'Sim-City' en 'Sim-Life' is de speler (respectievelijk) burgemeester en God. In spelen als 'Myst' en 'Seventh Guest' klik je je door een mysterieuze wereld. Via zulke andere manieren van spelen, krijgen kinderen een ander beeld van de wereld, en van de weeromstuit een ander wereldbeeld. Is dat nu goed of slecht? Tja, is televisie goed of slecht? Is het boek goed of slecht? Met een ja of neen komen we er niet van af. Het antwoord hangt immers af van wat we met deze media



doen. En wat het meest verontrust is de vraag of we nog wel kunnen kiezen. Zo blijken kinderen zelf massaal te kiezen voor iets waar de ouders met verbijstering naar kijken, maar wel voor betalen. Waarom doen ouders dat? Omdat ze van hun kinderen houden uiteraard. Zoals hierboven al gesteld, 'de uitvinding van het kind' impliceert ook dat we op een bijzondere manier met kinderen omgaan. En de commercie heeft ondertussen het kind ontdekt als een belangrijke bron van inkomsten. De reclame probeert de wensen van ouders en kinderen met elkaar te verzoenen: leren en amuseren worden edutainment (kijk maar naar de reclame van bijvoorbeeld Fisher-Price, Lego en heel wat cd-roms). Dat is al lang zo maar edutainment is niet voor niets een nieuw 'buzz-word', een concept dat ons iets vertelt over de tijdgeest: kinderen mogen wel tijd verliezen maar dan liefst zinvol. Het kan dan zo zijn dat we steeds bewuster kinderen willen, maar we willen ze ook soms even kwijt. Speelgoed, tv-programma's, prentenboeken... dienen dan als zoethouders en overdragers van cultuur. Zo'n combinatie kan de ouder van vandaag niet weerstaan, een mooie mengeling van eigenbelang en hoger belang: "These optimistic ideas about the benefits of play are now so deeply engrained in popular attitudes that they constitute a dogma for early socialization." (Kline 19XX: 157). Hetzelfde geldt vandaag voor de computer. Op een slimme manier wordt de consument een multimediamachine verkocht met gratis op de harde schijf of cd-rom een leerzaam spel of speelse lessen voor kinderen. Wie zou zijn kinderen zoiets onzeggen? Als de ouders twijfelen aan de educatieve waarde van een computerspel wordt het laatste argument ingezet: wie met een computerspel speelt, leert het ABC van de toekomst. Al spelend de informatie-

maatschappij binnen, lijkt de blijde boodschap. Maar ondertussen maakt men zich ook zorgen over zowel die informatiemaatschappij als over de spelletjes die de kinderen fascineren. Er is een openbaar debat losgebroken over het nieuwe speelgoed: zijn computerspelletjes een gevaar voor de lichamelijke conditie of het geestelijk evenwicht van de jeugd? Geweld en seks zijn de ingrediënten die het debat doen oplaaien. In elk geval blijkt nog maar eens wat voor een serieuze zaak de vrije tijd van onze jeugd wel geworden is. Moeten we dit alles au sérieux nemen?



Ik denk het wel, want ontluikende geletterdheid is een belangrijk iets. Daarmee bedoel ik niet dat ik de rampenscenario's onderschrijf waarmee de nieuwe media ondertiteld worden. En ook bij de hype horen kritische bedenkingen. Maar wel ben ik er van overtuigd dat we onze aandacht voor boeken dienen te verruimen tot aandacht voor de media waarin en waarmee we vandaag onze identiteit creëren. En dat gebeurt bij kinderen al spelend... Kinderen groeien vandaag op in een elektronische omgeving: zij zappen op de kabel, selecteren op de afstandsbediening 'play, record, forward, rewind', surfen op het Internet, zenden e-mails, klikken op cd-roms... Zo'n 'electronic childhood' creëert geen kinderen naar eigen beeld en gelijkenis (zie Wartelala 1996). We staan verbijsterd over hun handigheid, trots maar ook bezorgd over wat dat allemaal teweegbrengt. Onze onmacht groeit tegenover een markt die steeds meer de agenda bepaalt, steeds meer speel – en leeromgevingen construeert en verspreidt.

### Nieuwe markt voor nieuwe media

De logica van de markt beïnvloedt al langer dan vandaag wat als geletterdheid kan tellen. De verspreiding van het boek heeft veel te maken met specifieke marktstrategieën. De komst van radio en televisie gaat gepaard met een globalisering van de markt.

Wat de televisie betreft, kreeg de openbare omroep de jongste jaren concurrentie van diverse privé-omroepen. Kijkcijfers beïnvloeden steeds meer wat er te zien is op televisie. En dat leidt duidelijk niet tot betere programma's, maar eerder tot meer van hetzelfde. De economische logica leidt tot eenheidsworst. Ook de kinder- en jeugdprogramma's dienen aan deze markteisen te voldoen. Precies die programma's zijn vaak een onderdeel van de groeiende wereldhandel.

U bent er ongetwijfeld mee geconfronteerd: Star Wars, Flintstones, Batman, Sesame Street, Turtles, Simpsons. Opvallend daarbij is dat de markt al langer dan het onderwijs multimediaal geworden is: de kinderhelden zijn in boeken, televisie, film, video, computergames en allerhande spin-off producten te vinden.

We hebben hier te maken met netwerken, die door Marsha Kinder als supersystemen beschreven werden: "In order to be a supersystem, the network must cut across several modes of image production; must appeal to diverse generations, classes, ethnic subcultures, who in turn are targeted with diverse strategies; must foster 'collectibility' through a proliferation of related products; and must undergo a sudden increase in commodification, the success of which reflexively becomes a 'media event' that dramatically accelerates the growth curve of the system's commercial success." (Kindler; geciteerd in Hundt 1996: 35).

Diverse media treden dus in interactie en dat wordt precies door de kapitalis-

tische logica gestimuleerd. Kinderen staan in het centrum van dergelijke merchandising. Dat hoeft niet noodzakelijk verkeerd te zijn, maar toch kunnen we niet voorbijgaan aan het feit dat commerciële bedrijven een andere agenda hebben dan academische of onderwijskundige instituten. Er groeit dus een zekere bezorgdheid over media die commercieel gestuurd worden, zodat zij vaak alleen reenschap moeten afleggen aan aandeelhouders. En niet aan zij die houden van cultuur en onderwijs.

We staan vandaag voor veranderingen die de grenzen doen vervagen tussen woord- en beeldcultuur, tussen hoge en lage cultuur, tussen school en andere instituties (zoals bibliotheken maar ook de media spelen een steeds grotere rol in opvoeding en onderwijs). De commerciële massamedia proberen greep te krijgen op de geletterdheid van de jeugd.

En plots ziet men diverse bedrijven samenwerken om de jeugd zo professioneel mogelijk te entertainen. Een tijdje geleden las ik een bericht in de Amerikaanse kranten: Walt Disney Co. lanceert een 'fee-based World Wide Web service' voor Disney's Daily Blast. Een mix van on-line spelletjes, animated stories, nieuws voor kinderen tussen 3 en 12 jaar (exclusief beschikbaar op Microsoft Corp.'s on line service) waarvoor betaald zal moeten worden. Jeff Sanderson (Microsoft Network manager) vertelt waarom zijn bedrijf graag met Disney werkt: "With all the fears that parents have about the Internet, the Disney name is trusted and valued. If there is anything that will get them on-line, Disney will." (The Wall Street Journal. March 31, 1997).

Op dezelfde dag lees ik dat Apple besloten heeft minder te investeren in onderzoek, waardoor een aantal top-onderzoekers plots vrij zijn. Zij worden

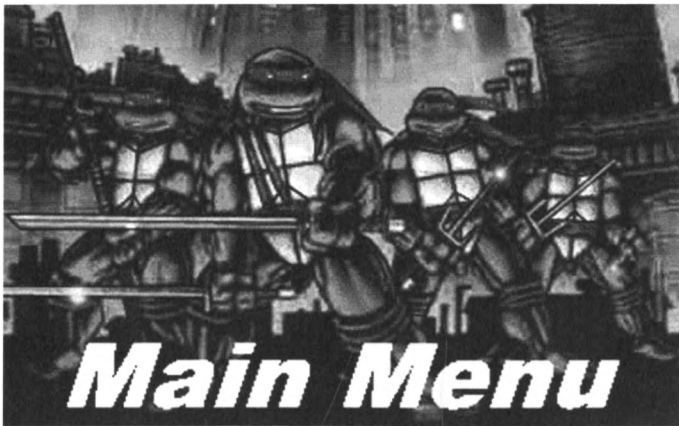
niet gevraagd door universiteiten maar door bedrijven. Zo verliet de onderwijspecialist Allan Kay Apple voor... Disney Imagineering. Het ziet er naar uit dat Disney edutainment au sérieux neemt. Alle redenen voor ouders, begeleiders, opvoeders en leraren om Disney au sérieux te nemen.

### Traditie en vernieuwing

Uit die commerciële ontwikkelingen leren we dat het noodzakelijk is om zorgvuldig de relatie van een nieuwe geletterdheid met een meer traditionele culturele geletterdheid in kaart te brengen. De grenzen die vervagen tussen genres, tussen hoge en lage cultuur, tussen woord en beeld, tussen fictie en realiteit, tussen schrijver en lezer... hebben hun oorsprong in de geschiedenis. Vele van die grenzen werden bijvoorbeeld door de boekdrukkunst gecreëerd (zie Soetaert & Van Belle 1994, 1996; Soetaert 1995, 1996). De vragen die vandaag gesteld worden over nieuwe media, zijn vragen



die in de loop van de geschiedenis reeds aan bod kwamen. Kortom, zoals ik Bruno Latour, onlangs in een interview hoorde beweren: de nieuwe media komen niet van een andere planeet. Enthousiasme voor nieuwe ontwikkelingen kan best samen met het au sérieux nemen van kritische bedenkingen: "Deze homo zappens (..) is niet bij de dingen en ziet niets. Ongebreidelde kijklust schaadt zelfs het vermogen tot zien. Concentratie en aandacht moeten geoefend en gecultiveerd worden, en bij verslaafde zappers soms zelf opnieuw worden aangeleerd." (Derkse 1997: 293).



Akkoord, maar we moeten ook de achterkant van het gelijk in 't oog houden. Ontstaat er geen nieuwe vorm van kijken en concentratie dus van 'zien'? Zijn we als leraren niet te gefixeerd op het culturele erfgoed? Ik bots vandaag op het verschijnsel dat ik in het begin van een (academie)jaar een les geef over literatuur en nieuwe media. En ik – zo hoop ik – open de ogen van de studenten voor nieuwe mogelijkheden voor de toekomst en verbanden met het verleden. Zes maanden later constateer ik dat een aantal studenten zoveel over/van en in die nieuwe media geleerd heeft dat ze mij les staan te geven. Hoe komt dat? Er zijn natuurlijk heel wat redenen te bedenken (tijd, verstand, ouderdom...), maar er is één reden waarmee ik onlangs geconfronteerd werd in een boek van mediafilosoof Derrick de Kerckhove: hij suggereert dat onwetendheid ook positieve kanten heeft omdat “niet geprogrammeerde” individuen een functionele voorsprong zullen hebben over hun ‘geprogrammeerde’ medemensen.”

Inderdaad, de flexibiliteit van de onwetende zal “zijn wortels hebben in het feit dat zij zich de nieuwe technologieën eigen kan maken zonder eerst te hoeven afrekenen met bestaande vooroordelen en attitudes” (in: de Kerck-

hove 1995: vii). Kortom: leraren dienen aandacht te besteden aan traditie op zo'n manier dat vernieuwing mogelijk blijft. ■

---

#### Literatuur:

- Derkse, Wil (1997), 'Concentratie als voorwaarde'. *Sreven*. Jrg. 64, nummer 4, april 1997, p. 291-298.
- De Swaan, Abraham (1983), 'Uitgaansbeperking en uitgaansangst: over de verschuiving van bevelshuishouding naar onderhandelingshuishouding.' In: De Swaan, *De mens is de mens een zorg. Opstellen 1971-1981*. Amsterdam, Meulenhoff, 1983, pp. 81-115.
- Goodman, Nelson (1981), *Ways of Worldmaking*. Indianapolis & Cambridge: Hackett Publishing Company.
- Hundt, Reed (1996), 'The Moment of Truth'. In: Dennis, Everette E. and Edward C. Pease (1996), *Children and the Media*, New Brunswick (U.S.A.) and London (U.K.): Transaction Publishers. p. 9-12.
- Kerckhove de, Derrick (1995), *De huid van onze cultuur*. Amsterdam, Addison-Wesley, 1996.
- Laermans, Rudy (1996), 'Gevangen in beelden? Jongeren en hun verhouding tot de legitieme cultuur.' In: Soetaert, Ronald & Luc Top (red.) (1996), *Een beeld van belezenheid*. Den Haag, Sdu

Uitgevers. Stichting Bibliographica Neerlandica, p.91-102.

- Mollenhauer, Klaus (1986), *Vergeten samenhang. Over cultuur en opvoeding*. Meppel/Amsterdam, Boom.
- Postman, Neil (1982), *The Disappearance of Childhood*. New York, Delacorte Press.
- Soetaert, Ronald & Guy Van Belle (1994), 'Schermen met geletterdheid'. *Tsjip*, 4e jaargang, 3 & 4, december 1994, p. 7-15.
- Soetaert, Ronald (1995), 'Over de grenzen van het literatuuronderwijs. A kiss, a kiss, my kingdom for a kiss from Europe'. In: De Moor W.A.M. (red.) (1995), *Een zoen van Europa*. Literatuuronderwijs in Europees perspectief. Stichting Promotie Literatuuronderwijs. Katholieke Universiteit Nijmegen, 1995, p. 122-132.
- Soetaert, Ronald (1996), 'Grensverleggend literatuuronderwijs'. In: De Moor Wam en Ilse Bolscher (1996), *Literatuuronderwijs in het studiehuis. Bijdragen tot de ontwikkeling van vakoverstijgend en geïntegreerd literatuuronderwijs*. Den Haag, NBLC, p. 48-56.
- Soetaert, Ronald & Guy van Belle (1996), 'Schermen met geletterdheid'. In: Soetaert, Ronald & Luc Top (1996), *Een beeld van belezenheid*. Den Haag, Sdu-Uitgevers, 1996. p. 109-124.
- Sterne, Laurence, *Het leven en de Opvattingen van de Heer Tristram Shandy*. Kritak. Atheneum – Polak & Van Gennep, Amsterdam/ Leuven, 1990. Vertaald door Jan & Gertrude Starink.
- Teale W. H. & E. Sulzby (1986), 'Emergent Literacy as a Perspective for Examining How Young Children Become Writers and Readers.' In: Teale W. H. & E. Sulzby (red.) (1986), *Emergent Literacy; Writing and Reading*. Norwood, New Jersey: Ablex Publishing Corporation. p.viii-xxv.
- Wartelala, Ellen (1996), 'Electronic Childhood'. Dennis, Everette E. and Edward C. Pease (1996), *Children and the Media*. New Brunswick (U.S.A.) and London (U.K.), Transaction Publishers, p. 29-37.