

# Conceptnota Mediawijsheid

## Inhoud

<b>Woord vooraf</b> .....	<b>3</b>
<b>Inleiding: een gezamenlijk mediawijsheidsbeleid</b> .....	<b>4</b>
<b>1. Beleidscontext</b> .....	<b>6</b>
1.1 Europese beleidsinitiatieven .....	6
1.2 Federale beleidsinitiatieven .....	7
1.3 Vlaamse beleidsinitiatieven .....	7
<b>2. Visie op het mediawijsheidsbeleid</b> .....	<b>10</b>
2.1 Definitie .....	10
2.2 Missie en inhoudelijke focus van het mediawijsheidsbeleid .....	11
2.3 Rol van de overheid .....	12
2.4 Intermediaire speler(s) in het veld .....	13
2.5 Doelgroepenbenadering .....	13
<b>3. Stand van zaken betreffende mediawijsheid</b> .....	<b>14</b>
3.1 Maatschappelijke context .....	14
3.1.1 Mediagebruik in Vlaanderen .....	14
3.1.2 Mediawijsheid in het onderwijs .....	17
3.2 Actoren .....	18
3.2.1 Actoren op beleidsniveau .....	18
3.2.2 Actoren in het veld .....	19
3.3 Vastgestelde knelpunten .....	21
3.3.1 Opleiding en vorming .....	21
3.3.2 Veilig en verantwoord mediagebruik .....	22
3.3.3. Beeldvorming .....	23
3.3.4 Toegang en infrastructuur .....	23
3.3.5 Coördinatie en afstemming .....	24
3.3.6 Duurzame financiering .....	24
3.3.7 Noden op vlak van de beschikbaarheid van en de toegang tot kwaliteitsvol leermateriaal ...	24
3.3.8 Nood aan meer wetenschappelijk onderzoek en aan de ontsluiting ervan .....	25
<b>4. Strategische doelstellingen</b> .....	<b>26</b>
Strategische doelstelling 1: Het creëren van een duurzaam en strategisch kader voor mediawijsheid .....	26
Strategische doelstelling 2: Het stimuleren en verhogen van competenties .....	26
Strategische doelstelling 3: Het creëren van een e-inclusieve samenleving .....	27

Strategische doelstelling 4: Het creëren van een veilige en verantwoorde mediaomgeving.....	28
<b>5. Operationele doelstellingen en acties.....</b>	<b>29</b>
SD 1 Het creëren van een duurzaam en strategisch kader voor mediawijsheid .....	29
OD 1.1: Coördinatie en beleidsafstemming .....	29
OD 1.2: Regelgevend kader .....	30
OD 1.3: Kennisverwerving, onderzoek en monitoring .....	31
SD2: Het stimuleren en verhogen van competenties .....	33
OD 2.1: Competentie-ontwikkeling.....	33
SD3 Het creëren van een e-inclusieve samenleving.....	36
OD 3.1: Infrastructuur .....	36
OD 3.2: Contentontsluiting.....	37
OD 3.3: Genuanceerde en niet-stereotyperende beeldvorming .....	40
SD4: Het creëren van een veilige en verantwoorde mediaomgeving.....	42
OD 4.1: Sensibilisering.....	42
OD 4.2: Veilig en verantwoord mediagebruik (e-safety).....	43

## Woord vooraf

In de wereld waarin onze kinderen en jongeren opgroeien hebben de (nieuwe) media een steeds grotere impact. Het is daarom van essentieel belang dat zowel kinderen, jongeren als volwassenen - ongeacht hun sociale en economische achtergrond - inzien hoe (nieuwe) media functioneren en hoe ze deze media in hun dagelijkse leven kunnen gebruiken. De voorkennis en de aanpak mag dan al erg verschillend zijn, het uiteindelijke doel om allen *media-wijzer* te worden is hetzelfde. Om actief deel te nemen aan de samenleving van vandaag en morgen moeten we allen voldoende *media-wijsheid* verwerven.

Mediawijsheid is een thema dat raakt aan diverse aspecten van de beleidsvoering zoals media, innovatie, jeugd, onderwijs, cultuur, welzijn en armoedebestrijding. Deze conceptnota heeft vooral aandacht voor het snijvlak mediabeleid en onderwijsbeleid, maar is tegelijk een uitnodiging naar een verbreding van de samenwerking en beleidsmatige aanpak.

In de nota vind je in de eerste plaats onze visie op de omgang met media en onze verwachtingen ten aanzien van de verschillende actoren op dit vlak. Verder willen we in deze nota toelichten wat de krachtlijnen zijn van het mediawijsheidsbeleid. We hechten daarbij vooral belang aan vier zaken: het stroomlijnen en op elkaar afstemmen van het mediawijsheidsbeleid, de competentieontwikkeling, de aandacht voor gelijke kansen vanuit een e-inclusieve benadering en het creëren van een veilige en verantwoorde media-omgeving. Tenslotte biedt deze nota een antwoord op de vraag welke concrete acties en maatregelen wij reeds uitvoeren, maar ook op de vraag welke initiatieven we in de nabije toekomst willen nemen om de mediacompetenties van alle Vlamingen te verbeteren.

Hoewel we ons richten op iedereen in de samenleving, hebben we in deze nota een bijzondere aandacht voor kinderen en jongeren. Zij sturen onze blik als geen ander in de richting van een toekomst die steeds sneller evolueert en steeds minder in de lijn ligt van wat we nu al kennen en gewoon zijn. De jongerencultuur is doordrongen van games, online toepassingen en sociale netwerksites. Jeugdonderzoekers schetsen steevast een beeld van jongeren als zeer actieve bezitters en gebruikers van nieuwe media. Het internet is op dit moment het medium dat de meeste invloed heeft op de leefwereld en de identiteit van kinderen. De school is dan ook de plek bij uitstek waar alle kinderen kunnen leren omgaan met media. Naast de kernopdracht van het onderwijs om aandacht te besteden aan mediawijsheid, biedt een bredere beleidsaanpak ook het voordeel dat bijvoorbeeld (groot)ouders en opvoeders worden betrokken, gesensibiliseerd en opgeleid.

Wijsheid heb je nooit alleen in pacht. We hopen dat deze conceptnota mediawijsheid, onze gedeelde verantwoordelijkheid in deze materie kracht bij zet en een vertrekpunt mag zijn van veel gezamenlijke initiatieven en een grote gedeelde kennis.

Ingrid Lieten

Viceminister-president van de Vlaamse Regering,  
Vlaams minister van Innovatie, Overheidsinvesteringen,  
Media en Armoedebestrijding.

Pascal Smet

Vlaams minister van Onderwijs,  
Jeugd, Gelijke Kansen en Brussel

## Inleiding: een gezamenlijk mediawijsheidsbeleid

Media duiken op in verschillende aspecten van de samenleving. Televisie, internet, boeken, radio, games, gsm's, enzovoort spelen een aanzienlijke rol zowel in de gezinscontext, het onderwijs, als in de vrije tijd. Meer zelfs: media bepalen vaak onze blik op de werkelijkheid.<sup>1</sup> Bovendien kan worden gesteld dat, o.a. met de inburgering van ICT, media meer en meer **alomtegenwoordig** zijn en dat burgers tegelijk een meer **actieve rol** beginnen spelen – deze van de zogenaamde 'prosumer', consument en producent in één.

Dit geldt in het bijzonder voor **kinderen en jongeren**, die vandaag opgroeien als de **native speakers van een digitale game-cultuur**. Ze zijn steeds meer gebruikers van een taal die ze als 'dialect' *op de straat van het web* hebben geleerd. Tegelijkertijd worden de 'mediavaardigheden' van de jeugd vaak overschat. Deze blijven meestal beperkt tot een intuïtief gebruik, in de eerste plaats resulterend in praktische skills gericht op entertainment en ontspanning. Van een dieper inzicht in de mechanismes van verschillende media, en vooral van een kritische blik hierop, is doorgaans eerder in beperkte mate sprake.<sup>2</sup> In ieder geval is het zo dat kinderen en jongeren **leren op een nieuwe manier**, waarbij (bewegende) beelden meer centraal komen te staan. Dit staat haaks op de traditionele literaire cultuur die wordt gehanteerd op school. Als we willen dat kinderen en jongeren bewust en kritisch omgaan met verschillende media en er zichzelf behoorlijk mee leren uitdrukken, dan moeten we hiervoor aandacht en ruimte maken op school, maar ook in de informele leercontexten daarbuiten.

Voor **volwassenen** ligt de uitdaging elders. Hier gaat het vaak net wel om het bijbrengen van allerhande praktische vaardigheden, het bijbenen met nieuwe technologische ontwikkelingen, en zich aanpassen aan de steeds meer verregaande convergentie van verschillende soorten traditionele en nieuwe media. Ook voor volwassenen brengt dit nieuwe vormen van leren en informatie verwerken met zich mee.

Hier spelen de onderwijscontext (bv. centra voor basiseducatie) en de informele leercontext eveneens een complementaire rol. Daarnaast biedt **intergenerationeel leren** interessante mogelijkheden: verschillende generaties kunnen elkaar veel leren over diverse vormen van mediagebruik en -bewustzijn.

Met bovenstaande uitdagingen in het achterhoofd is het niet meer dan logisch dat 'omgaan' met verschillende media voor de overheid een belangrijk beleidsthema is – vervat onder de noemer '**mediawijsheid**'. Logischerwijs bestrijkt mediawijsheid, net zoals media, een **breed veld**. Dit gaat onder andere over media als eigen expressiemiddel, toegang tot media, passief en actief mediabegrip, media zelfstandig en kritisch beoordelen, en bewustzijn van de mogelijkheden en gevaren van (nieuwe) media.

Vermits digitale ontwikkelingen ingrijpend en snel plaatsvinden, blijft het beleid ook verantwoordelijkheid dragen voor burgers die de digitale boot lijken te missen. Zonder een minimale bagage aan (digitale) mediavaardigheden én een blijvende motivatie om nieuwe

---

<sup>1</sup> Zie ook: SEGERS, K. en BAUWENS, J. (red.), *Maak mij wat wijs. Media kennen, begrijpen en zelf creëren*, LannooCampus, 2010, p. 15-18.

<sup>2</sup> PIJPERS, R. en MARTEIJN, T., *Einstein bestaat niet. Over usability en surfgedrag van jongeren*, Stichting Mijn Kind Online, 2010; en Apestaartjaren 3, Jeugdwerknet, Graffiti Jeugddienst en MICT-IBBT, 2010.

toepassingen te integreren in de persoonlijke leefwereld, dreigt men immers hopeloos achterop te hinken.<sup>3</sup>

Mediawijsheid situeert zich op het snijvlak van **verschillende beleidsvelden** waaronder Media en Onderwijs. Beide beleidsdomeinen zijn reeds actief in het mediawijsheidsveld en willen een krachtige impuls geven om via een gezamenlijke conceptnota verschillende doelgroepen te sensibiliseren over mediawijsheid, maar ook gezamenlijk te zoeken hoe een mediawijze aanpak (van pedagogie tot productie) beter aansluit bij de noden én interesses van kinderen, jongeren en volwassenen (al dan niet in hun rol van begeleider). Beide ministers komen zo tegemoet aan de beleidsintenties in hun respectievelijke beleidsnota's.

Deze conceptnota is een 'evolutief' document. Nieuwe inzichten vanuit de praktijk of wetenschappelijk onderzoek moeten ertoe bijdragen dat de beleidsacties zo nauw mogelijk aansluiten bij de realiteit waarin mediagebruikers zich bevinden. Tegelijkertijd vormt deze nota een uitnodiging aan andere betrokken ministers om in samenwerking verdere beleidsinitiatieven te ontplooiën en aldus het mediawijsheidsbeleid verder te stroomlijnen. Ook alle betrokken stakeholders in het veld willen we uitnodigen om deze beleidsvisie verder te helpen ontwikkelen en om te zetten in concrete acties. Daarom zullen we in het najaar 2012 een aantal rondetafelgesprekken organiseren, die zowel ruimte bieden voor een kritische reflectie op de nota als voor een verdere concretisering van de geformuleerde doelstellingen.

Om het beleid voldoende te kunnen afstemmen op de hierboven beschreven ontwikkelingen is het belangrijk om een **gemeenschappelijke visie** te ontwikkelen en uit te dragen. Mediawijsheid is niet alleen een doelstelling, uitdaging of problematiek van onderwijs, noch van media(producenten), maar van iedereen die met media in contact komt. Ook al vertrekt deze nota vanuit de domeinen media en onderwijs, hopen we op termijn een gemeenschappelijke visie over alle beleidsdomeinen heen te ontwikkelen die ertoe bijdraagt beleidsacties op elkaar af te stemmen en helder te communiceren naar alle burgers.

---

<sup>3</sup> *Digitale inclusie in Vlaanderen. Kloven dichtten, kraters vullen en bruggen bouwen, IST Dossier nr. 23*, Instituut voor Samenleving & Technologie (IST), Vlaams Parlement, Brussel, 2010.

## **1. Beleidscontext**

### **1.1 Europese beleidsinitiatieven**

In 2006 richtte men vanuit Europa een groep van deskundigen inzake mediageletterdheid op. Deze kreeg tot taak de doelstellingen en trends op het gebied van mediageletterdheid te analyseren en te definiëren, de goede praktijken op Europees niveau onder de aandacht te brengen en te bevorderen en voorstellen op tafel te leggen voor maatregelen op dit gebied. Sindsdien leidde dit horizontale thema van mediageletterdheid tot doelstellingen en richtlijnen in verschillende Europese beleidsdocumenten voor de domeinen cultuur, economie, onderwijs, media enzovoort.

Op 20 december 2007 nam de Europese Commissie een mededeling aan met de titel "Een Europese aanpak van mediageletterdheid in de digitale omgeving". Deze mededeling concentreert zich op drie gebieden: commerciële communicatie, audiovisuele werken en online.

Op 16 december 2008 nam het Europees Parlement een resolutie aan over mediageletterdheid in de digitale wereld. De resolutie behandelt doelgroepen en doelstellingen, de waarborg van toegang tot informatie- en communicatietechnologie, media-educatie op scholen en als onderdeel van de lerarenopleiding en media-educatie voor ouderen.

De conclusies van de Raad inzake mediageletterdheid die door de Raad Onderwijs, Jeugdzaken en Cultuur van 21 en 22 mei 2008 werden aangenomen, onderschrijven de door de Europese Commissie voorgestelde strategische visie op mediageletterdheid.

In oktober 2008 nam het Comité van de Regio's een algemeen advies over mediageletterdheid en creatieve online-inhoud aan.

Op 20 augustus 2009 deed de Europese Commissie een aanbeveling betreffende mediageletterdheid in de digitale omgeving voor een meer concurrerende audiovisuele en inhoudindustrie en een inclusieve kennismaatschappij.

Mediageletterdheid komt ook naar voor in de Europese richtlijn audiovisuele mediadiensten van 11 december 2007 waarin onder meer wordt bepaald dat de Europese Commissie verslag moet uitbrengen over de niveaus van mediageletterdheid in alle lidstaten.

De Europese Commissie heeft in maart 2010 het startsein gegeven voor de Europa 2020-strategie. In de Digitale Agenda voor Europa – één van de zeven vlaggenschipinitiatieven van de Europa 2020-strategie – wordt uiteengezet welke rol informatie- en communicatietechnologieën (ICT) zullen moeten spelen in een Europa dat zijn doelstellingen voor 2020 wil halen. Centraal in de aanpak staat het verhogen van het vertrouwen in ICT. De Commissie wijst ook op de gedeelde verantwoordelijkheid van de Europese, de nationale en de regionale overheden. Elk kerninitiatief bevat dan ook engagementen van de Europese Commissie zelf alsook een aantal verwachtingen t.a.v. de lidstaten en de regio's.

De Digitale Agenda bestaat op zijn beurt uit zeven kerninitiatieven. Een van de zeven secties is volledig gewijd aan de digitale geletterdheid en het uitbouwen van digitale vaardigheden voor alle burgers. Maar ook de andere "vlaggenschepen" bevatten tal van verwijzingen naar (de rol van) het onderwijs.

De Europese Commissie presenteerde een Europees referentiekader met daarin acht sleutelcompetenties voor levenslang leren waarbij er één slaat op ICT-competenties. Deze wordt als volgt omschreven:

*“Digitale competentie omvat de vertrouwdheid met en het kritische gebruik van technologieën van de informatiemaatschappij voor het werk, in de vrije tijd en voor communicatie. Zij wordt onderbouwd door basisvaardigheden in ICT: het gebruik van computers om informatie op te vragen, te beoordelen, op te slaan, te produceren, te presenteren en uit te wisselen, en om via internet te communiceren en deel te nemen aan samenwerkingsnetwerken.”*

Deze basisvaardigheden omvatten volgens de Europese Commissie: het vermogen om informatie te zoeken, te verzamelen en te verwerken en deze op kritische en stelselmatige wijze te gebruiken, de relevantie ervan te beoordelen en onderscheid te maken tussen reëel en virtueel met in achtneming van de onderlinge verbanden. Men moet in staat zijn hulpmiddelen te gebruiken om complexe informatie te produceren, te presenteren en te begrijpen, en toegang te krijgen tot internetdiensten, daarnaar te zoeken en die te gebruiken; voorts moet men ook in staat zijn ICT te gebruiken als hulp bij kritisch denken, creativiteit en innovatie.

## 1.2 Federale beleidsinitiatieven

In het Federale Regeerakkoord van 1 december 2011 engageerde de regering zich om het nationaal plan tegen de digitale kloof voort te zetten. De POD Maatschappelijke integratie werkt thans aan een tweede fase van het ‘Nationale actieplan ter bestrijding van de digitale kloof’. Het plan vertrekt sterk vanuit de problematiek van digitale kloof en heeft tot doel instrumenten te ontwikkelen om de digitale kloof te dichten. Er worden daarom een aantal acties vooropgesteld rond drie krachtlijnen: sensibiliseren, toegang bieden en opleiden. Samen met de gewesten en gemeenschappen worden deze acties uitgewerkt.

## 1.3 Vlaamse beleidsinitiatieven

In het regeerakkoord ‘Een daadkrachtig Vlaanderen in beslissende tijden’ (p. 76) komt de thematiek van mediageletterdheid aan bod in volgende paragraaf:

*“Het is elementair dat elke Vlaming kan participeren aan de vooruitstrevende informatiemaatschappij die Vlaanderen wil zijn. De digitale kloof moet weggewerkt worden. Onze ambitie is om ervoor te zorgen dat ook kwetsbare doelgroepen voldoende mediatoegang hebben en voldoende mediageletterd zijn.[...]. Mediagebruikers moeten de nodige vaardigheden kunnen verwerven om adequaat met de nieuwe media om te gaan. We richten daarom een Kenniscentrum Mediawijsheid en Mediageletterdheid op dat de samenwerking zal coördineren met alle betrokken partners.”*

In de beleidsnota Media 2009-2014 wordt er specifieke aandacht geschonken aan een beleid rond mediawijsheid. Een beleid rond mediawijsheid dient ertoe bij te dragen dat alle mediagebruikers voldoende informatievaardigheden, technische vaardigheden en strategische vaardigheden hebben en dient ook het verantwoord en veilig mediagebruik te stimuleren. In de beleidsnota Media wordt ook ingegaan op het op te richten kenniscentrum



Mediawijsheid. Dit kenniscentrum zal in de eerste plaats voortwerken op de al bestaande maar verspreide initiatieven en expertise, deze meer op elkaar afstemmen en acties ondernemen wanneer de bestaande initiatieven niet voldoen of leemtes vertonen. Daarnaast zal het centrum een sensibiliserende functie hebben met aandacht voor de noden van specifieke doelgroepen. De opgebouwde kennis moet hierbij ook volop doorstromen naar alle relevante actoren in de media-, cultuur-, en onderwijswereld.

De aandacht voor mediawijsheid vertaalt zich verder in de beleidsbrieven Media 2010-2011 en 2011-2012 waarin er aandacht gaat naar enkele specifieke acties zoals het Vlaamse luik van het EU Kids Online onderzoek, de beheersovereenkomst met de VRT, het project Villa Crossmedia en de stimuleringsregeling Mediawijsheid.

In verschillende actieplannen werden door de Vlaamse Regering engagements aangaan inzake mediawijsheid: het Vlaams Actieplan Armoedebestrijding 2010-2014, het Vlaams Jeugdbeleidsplan 2010-2014, het Vlaams Ouderenbeleidsplan 2010-2014 en het Doelstellingenkader Gelijke Kansen 2010-2014.

Met het Plan Geletterdheid 2005-2011 werden de bakens uitgezet voor een structureel geletterdheidsbeleid in Vlaanderen. De centrale strategische doelstelling van het nieuwe Plan Geletterdheid 2011-2016 blijft het verhogen van geletterdheid bij personen die niet beschikken over voldoende competenties op het vlak van taal, rekenen en ICT om zich te handhaven in een kennissamenleving. Het Strategisch Plan Geletterdheid bestaat uit vier operationele doelstellingen:

1. De geletterdheid wordt verhoogd door een gerichte aanpak in het leerplichtonderwijs en innovatie in het volwassenenonderwijs;
2. Geletterdheid wordt een horizontaal aandachtspunt in de beleidsdomeinen Welzijn, Cultuur, Werk en Media;
3. Structurele partnerschappen voor geletterdheid worden ontwikkeld;
4. De geletterdheidspraktijken en het geletterdheidsbeleid worden verder geprofessionaliseerd.

In elk van deze doelstellingen is er zowel aandacht voor taal- en numerieke geletterdheid, als voor ICT-geletterdheid.

Wat betreft het ICT-beleid binnen onderwijs kunnen we doorheen de jaren belangrijke verschuivingen vaststellen. Nu dient zich een nieuwe verschuiving aan, nl. een waarbij de klemtoon komt te liggen op digitale media en een meer geïntegreerd gebruik van ICT.

Luidens de beleidsnota Onderwijs en Vorming 2010-14 zal verder ook actief worden meegewerkt aan het opstellen en uitvoeren van het nieuw Digitaal Actieplan. De aandacht ligt op het wegwerken van de digitale kloof. Uit recent onderzoek van de OESO blijkt dat die kloof zich niet langer uitsluitend uit in de toegang tot ICT, maar zich nu sterker manifesteert in het gebruik ervan. De basiseducatie heeft als belangrijke opdracht de digitale kloof bij de volwassenen weg te werken. Daarom zullen de doelstellingen van het leergebied informatie- en communicatietechnologie (ICT) geactualiseerd worden. Voor het leerplichtonderwijs werden de eindtermen recent aangepast. De scholen moeten dan ook over een degelijke infrastructuur beschikken. Om de integratie van ICT in het onderwijs op te volgen, zal de ICT-monitor gebruikt worden, die recent werd ontwikkeld.

Ook de Vlaamse Jeugdraad bracht reeds enkele adviezen uit inzake mediawijsheid. In een advies van 9 april 2008 pleit zij voor een positieve beeldvorming van jongeren en games, voor meer onderzoek naar de sociale en positieve effecten van gamen, voor het opzetten van informatie- en sensibilisatiecampagnes voor zowel kinderen, jongeren als voor ouders en begeleiders en voor het verkleinen van de digitale kloof.

Een advies van 2 juni 2010 behandelde de thematiek van cyberpesten en cyberhate. De Vlaamse Jeugdraad pleit in dit kader om bijzondere aandacht te besteden aan cyberpesten en cyberhate binnen het nieuw op te richten kenniscentrum Mediawijsheid.

Daarnaast ijveren zij voor een ondersteuningsprogramma gericht op scholen voor de aanpak van de (cyber)pestproblematiek met specifieke aandacht voor een schoolcultuur van dialoog, participatie, samenwerking en bemiddeling en pleiten zij om het Centrum voor Gelijkheid van Kansen en voor Racismebestrijding en het meldpunt Ecops van de federale politie bekend te maken bij het brede publiek en kinderen en jongeren in het bijzonder als meldpunten cyberhaat.

Ook de sectorraad Media gaf op 10 september 2009 een advies inzake mediageletterdheid en schoof 3 prioritaire punten naar voor.

In eerste instantie moet mediageletterdheid gestimuleerd worden voor zowel gebruikers als gebruikers-producenten. In een interactieve mediacontext is er immers hoe langer hoe meer een shift van passieve gebruikers naar gebruikers die een actieve bijdrage leveren door middel van het creëren van 'user generated content'. Ook wijst de sectorraad op het belang van het respecteren van de rechten van (andere) gebruikers en/of producenten.

Het is voor de sectorraad essentieel dat het beleid hierover op een positieve manier wordt ingevuld. Niemand heeft belang bij een verhaal vol gevaren en negatieve ervaringen, al zeker niet de doelgroepen naar wie het beleid zich richt.

Een tweede prioriteit situeert zich rond een efficiëntere, meer gecoördineerde aanpak van bestaande en eventuele nieuwe initiatieven. Samenwerking en het vermijden van fragmentatie van middelen zijn daarbij de kerndoelstellingen.

Ten derde wijst de sectorraad op het belang van veilige mediaomgevingen, waarbij wordt verwezen naar een advies uit 2006 over een mogelijk medianeutraal voorlichtingssysteem.

## 2. Visie op het mediawijsheidsbeleid

### 2.1 Definitie

In de voorliggende conceptnota wordt volgende definitie van mediawijsheid gehanteerd:

*Mediawijsheid is het geheel van kennis, vaardigheden en attitudes waarmee burgers zich bewust en kritisch kunnen bewegen in een complexe, veranderende en gemediatiseerde wereld. Het is het vermogen tot een actief en creatief mediagebruik dat gericht is op maatschappelijke participatie.<sup>4</sup>*

Het is belangrijk te benadrukken dat het bij mediawijsheid niet enkel gaat om praktische vaardigheden zoals ICT-skills, leesvaardigheid en vlotte omgang met/creatief gebruik maken van verschillende media, maar ook om mediabewustzijn vanuit de praktijk, inzicht in de mechanismen van commerciële communicatie en de media-industrie, kritische informatie- en strategische vaardigheden, en verantwoord en veilig mediagebruik.

Een tweede element is dat mediawijsheid betrekking heeft op **alle** (nieuwe én traditionele) **media**.<sup>5</sup> Dit houdt tevens in dat mediawijsheid evolueert naargelang er nieuwe media worden ontwikkeld. Dit betekent dat mediawijsheid geen competentie is die men eenmalig kan verwerven, maar dat het onderdeel is van levenslang leren. Mediawijsheid is dus even fundamenteel voor alle leeftijdscategorieën, al geldt zoals steeds “jong geleerd, oud gedaan”.

**Beeldgeletterdheid** is eveneens een belangrijk onderdeel van mediawijsheid. Met beeldgeletterdheid wordt het vermogen bedoeld om de gedachtegang en bedoeling van de makers en gebruikers van beelden te volgen.

---

<sup>4</sup> Voor deze definitie werd inspiratie gehaald uit de definitie die voor de eindtermen onderwijs wordt gebruikt en deze van de Nederlandse Raad voor Cultuur (2005).

<sup>5</sup> Mediawijsheid vertoont vanzelfsprekend raakvlakken met cultuureducatie. Zonder hier al te diep op in te gaan, kan gesteld worden dat mediawijsheid in zoverre er raakvlakken zijn met cultuur(educatie) – grosso modo - eerder gaat over de ‘vorm’ (het medium op zich) in plaats van de ‘inhoud’ van een medium.

Ter info: de definitie van cultuureducatie die wordt gebruikt in het onderzoek ‘veldtekening cultuureducatie’ (Vermeersch & Vandenbroecke, 2011) is de volgende: *Alle activiteiten om te leren over cultuur of door middel van cultuur (kunst, erfgoed, media en andere culturele en interculturele uitingen). Cultuureducatie is gericht op het tot stand brengen van participatie aan cultuur (zowel deelnemen als deelhebben) en op persoonlijke, sociale en culturele bewustwording of (talent)ontwikkeling. Cultuureducatie bevordert daarmee het vermogen tot cultureel beleven en handelen, interculturele communicatie en culturele aanpassing.*

## 2.2 Missie en inhoudelijke focus van het mediawijsheidsbeleid

*De missie van het mediawijsheidsbeleid is alle burgers vandaag en morgen in staat stellen om zich bewust, kritisch en actief te kunnen bewegen in een steeds meer gemediatiseerde samenleving. Dit moet de positie van burgers in de maatschappij versterken en/of bijdragen aan hun persoonlijk welbevinden.*

Om deze missie te bereiken legt deze conceptnota de focus op het **verhogen van de mediawijsheidscompetenties** van burgers. Deze competenties moeten worden gezien als een samenspel van kennis, vaardigheden en attitudes.

**Kennis:** hier gaat het over het bewustzijn van de grote rol die media<sup>6</sup> in de maatschappij spelen, de kennis om media-inhouden te kunnen interpreteren, het inzicht in het (historisch) mediakader, het vermogen om te kunnen reflecteren, conclusies te kunnen trekken en de media strategisch te kunnen inzetten om de eigen positie te versterken.

**Vaardigheden:** hier gaat het over de knoppenkunde, leesvaardigheden, kennis van audio- en videoproductietechnieken, informatie kunnen vinden, verwerken en bewerken, de betrouwbaarheid ervan bepalen en het zelf produceren van media-inhouden of er op een creatieve manier mee omgaan.

**Attitude:** hier gaat het over het bewustzijn van verplichtingen en verantwoordelijkheden in mediagedrag (bv. respect voor privacy, niet illegaal downloaden, ...), het omgaan met sociale en ethische aspecten (bv. cyberpesten), het besef van het effect dat media kunnen hebben (bv. manipulatie en digitale sporen nalaten) en bekend zijn met en het toepassen van het auteursrecht, gegevensbescherming en privacy.

Er wordt uitgegaan van een positieve pedagogie/benadering, die **niet** vertrekt vanuit angst en vanuit verbieden, maar vanuit een **emanciperende visie** waarin je die media gebruikt om jezelf uit te drukken. Zo kan mediawijsheid gerealiseerd worden vanuit 3 aspecten:

1. zelf media actief gebruiken (om de mogelijkheden en risico's ervan te leren kennen)
2. bewust over media reflecteren (als je dat niet op een oppervlakkige manier wilt doen heb je kennis nodig over de geschiedenis en economie van de media)
3. bewustwording van de impact die media hebben op je brein en dus ook op je handelen

Het is belangrijk niet alleen oog te hebben voor de te ontwikkelen competenties maar ook voor het erkennen van de **al beschikbare competenties** bij jongeren. In dit verband denken we bv. aan jongeren die eigen blogs onderhouden of zelf digitale filmpjes maken, enz.

Verder moet er worden gestreefd naar een **evenwicht tussen 'emanciperen' en 'beschermen'**. Het mediawijsheidsbeleid houdt rekening met de negatieve effecten verbonden aan media. Zo kan bijvoorbeeld cyberpesten zware gevolgen hebben voor het

---

<sup>6</sup> Een medium kan worden omschreven als drager van informatie. Hoewel dit zeer breed kan worden geïnterpreteerd (bv. alles wat een artiest gebruikt om kunst te maken), gaat deze conceptnota eerder uit van een meer klassieke interpretatie van een medium of media. De focus ligt in de eerste plaats op massamedia als radio, televisie, de geschreven pers of internet.

slachtoffer.<sup>7</sup> In plaats van het antwoord te zoeken in een veelheid van regelgevende maatregelen is het echter de bedoeling burgers in de eerste plaats weerbaar, alert en kritisch te maken. Zoveel mogelijk worden er vanuit een gebruikersblik suggesties aangereikt die helpen om verschillende media positief en zelfstandig aan te wenden.

Tot slot moet er eveneens oog zijn voor bepaalde **randvoorwaarden** die vervuld moeten zijn. Ook deze zijn immers voorwerp van het mediawijsheidsbeleid. Hierbij valt bijvoorbeeld te denken aan de toegang tot media en het voorzien van voldoende diverse en kwaliteitsvolle content.

### 2.3 Rol van de overheid

Een doeltreffend beleid t.a.v. mediawijsheid veronderstelt een vruchtbare wisselwerking tussen verschillende betrokken actoren, tussen aanbieder en gebruiker, tussen sector en overheid,... De rol van de overheid kan hierbij als volgt worden gedefinieerd:

1/ **Coördineren**: De overheid neemt een coördinerende rol of regierol op zich. Zij stimuleert samenwerking en overleg tussen alle betrokken actoren en bevordert – waar nodig – een betere afstemming tussen nieuwe en bestaande initiatieven.

2/ **Reguleren**: De overheid werkt een strategisch kader uit met een duidelijke regelgeving. Dankzij een doeltreffende regelgeving kan zij een rol spelen in het bestrijden van potentieel schadelijke inhoud.

3/ **Faciliteren**: Een derde kerntaak van de overheid is het faciliteren van initiatieven inzake mediawijsheid. Dit kan via gerichte financiering, projectsubsiëring of via het uitwerken van andere vormen van (financiële) stimuli.

4/ **Sensibiliseren**: Verder heeft de overheid een sensibiliserende rol te vervullen. Het kan daarbij gaan om het aanzetten van diverse actoren tot specifieke acties. Daarnaast kan ook gedacht worden aan grotere sensibiliseringscampagnes over specifieke topics of voor speciale doelgroepen (bv. leraren uit een bepaald onderwijsniveau).

5/ **Monitoren**: Een laatste rol is het in kaart brengen van het veld van mediawijsheid, van noden en behoeften en dit via gerichte onderzoeksactiviteiten of consultancy.

Bij dit alles wordt bij voorkeur rekening gehouden met het subsidiariteitsbeginsel, dat inhoudt dat (beleids)initiatieven met prioritaire lokale werking ook best op dit beleidsniveau vormgegeven of ondersteund worden. De lokale overheden hebben immers evenzeer een cruciale rol te vervullen in het realiseren van mediawijsheid binnen hun eigen (stedelijke) context.

---

<sup>7</sup> VANDEBOSCH, H., , VAN CLEEMPUT, K., MORTELMANS D., en WALRAVE, M., *Cyberpesten bij jongeren in Vlaanderen*, studie in opdracht van het viWTA, Brussel, 2006.

## 2.4 Intermediaire speler(s) in het veld

Bepaalde noden en behoeften kunnen efficiënt worden aangepakt door één of meerdere **intermediaire organisaties** die ten dienste staan van de hele sector. Dit komt ook duidelijk naar voren in de aanbevelingen van de recente IST studie “Digitale Kloof tweede graad in Vlaanderen”.<sup>8</sup> In de eerste plaats valt te denken aan het vervullen van een aantal ‘steunpuntfuncties’, vergelijkbaar met deze die worden uitgevoerd door bijvoorbeeld de steunpunten in het beleidsveld Cultuur: delen van kennis en expertise, uitwisselen van goede praktijken, praktijkontwikkeling en -ondersteuning, (internationale) netwerking/ontmoeting, gezamenlijke beeldvorming, opleiding en vorming, sensibilisering, materiaalontwikkeling, ...

## 2.5 Doelgroepenbenadering

Om een doelgericht hedendaags e-inclusiebeleid uit te werken, is een grondig inzicht in de al dan niet verworven mediawijsheidscompetenties binnen de diverse lagen van de samenleving noodzakelijk. We moeten ons ervan bewust zijn dat we te maken hebben met een informatiemaatschappij met verschillende snelheden. Niet elke burger is even vlug mee met de nieuwe ontwikkelingen.

De behoeften en gedragingen van de verschillende maatschappelijke geledingen, alsook hun toegangsmogelijkheden tot de media, kunnen sterk uiteen lopen. Er dient rekening te worden gehouden met de veranderlijke en gedifferentieerde noden van specifieke doelgroepen zoals kinderen, jongeren, (groot)ouders, senioren, leerkrachten, mensen met een handicap, mensen die in armoede leven, lageropgeleiden en werklozen. Het onderscheiden van doelgroepen kan een belangrijk hulpmiddel zijn om maatregelen op maat (bijvoorbeeld in de vorm van formeel en informeel onderwijs) aan te bieden om zo de mediawijsheidscompetenties aan te scherpen.

Anderzijds heeft de gehanteerde methode voor het onderscheiden van profielen van mediageletterdheid ook haar beperkingen. Onderzoekresultaten moeten dan ook in het juiste perspectief gezien worden. We zouden (verkeerdelijk) kunnen veronderstellen dat het nog niet zo slecht gesteld is met de digitale mediageletterdheid in Vlaanderen. Hoewel zes op de tien digitale mediagebruikers (59%) zich in de groep van “gevorderde gebruikers” bevinden, is het belangrijk in het achterhoofd te houden dat deze clustering gebaseerd is op variabelen die louter peilden naar het kunnen gebruiken (eerder dan het begrijpen) van digitale media. Dit betekent m.a.w. dat de gepresenteerde data eigenlijk enkel iets zeggen over de – operationele en formele – mediumgerelateerde vaardigheden van de gebruikers, maar niets over hun – informationele en strategische – inhoudsgerelateerde digitale vaardigheden.<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> MARIEN, I, VAN AUDENOVE, L., VLEUGELS, C., BANNIER, S., PIERSON, J., Digitale kloof tweede graad in Vlaanderen, 2010, studie in opdracht van Instituut Samenleving en Technologie.

<sup>9</sup> PAULUSSEN, S., COURTOIS, C., VANWYNSBERGHE, H. en VERDEGEM, P. “*Profielen van mediageletterdheid*”, Mediageletterdheid in een digitale wereld, 2011, p. 61.

### **3. Stand van zaken betreffende mediawijsheid**

De hieronder geschetste stand van zaken is gebaseerd op beschikbaar en bestaand onderzoek. Het biedt een actuele foto van een aantal bevindingen inzake mediagebruik en –competenties in Vlaanderen. Vanzelfsprekend dient dit beeld telkens te worden geactualiseerd en verfijnd met nieuwe inzichten en bevindingen.

#### **3.1 Maatschappelijke context**

##### *3.1.1 Mediagebruik in Vlaanderen*

###### *Bezit en gebruik*

Voor het bezit van traditionele ICT-infrastructuur zoals een computer en een breedbandaansluiting scoort het Vlaamse huisgezin minstens even goed als het gemiddeld Europees huisgezin. Wel hinkt Vlaanderen achterop wat betreft effectieve **computervaardigheden**.<sup>10</sup> Ook is Europees gezien het aandeel Vlamingen dat in het voorbije jaar een computercursus volgde matig.

Arme huishoudens lopen verhoudingsgewijs meer achter op de diffusie van ICT-goederen, en bezitten minder, en minder geavanceerde, ICT-goederen.<sup>11</sup> Van de 55-64-jarigen is bijna driekwart online, van de 65-74-jarigen wat minder dan de helft. Van de 75-plussers heeft maar één op zes een internetaansluiting thuis.<sup>12</sup>

Bijna elke Vlaming van 18 jaar en ouder heeft een televisie in huis en gebruikt deze minstens maandelijks (98%). Ook een radiotoestel (98%) en een gsm of smartphone (93%) zijn in bijna ieder huisgezin aanwezig, maar het maandelijks thuisgebruik ligt iets lager (bijna 90%). Een spelconsole is heel wat minder populair: 33% van de Vlamingen bezit een spelconsole en slechts 15% gebruikt dit toestel minstens maandelijks. 43% van de respondenten zegt over een krant te beschikken in huis en 41% van de Vlamingen leest minstens één keer per maand deze beschikbare krant.<sup>13</sup>

Sociale netwerksites winnen aan populariteit, gemiddeld hebben mensen 115 online vrienden en de online contacten gebeuren normaal gezien met mensen die ze ook in het echt ontmoeten.<sup>14</sup>

Het internetgebruik van **kinderen en jongeren** kan in België in vergelijking met de andere EU-landen als ‘gemiddeld’ beschouwd worden (tussen 65% en 85%) (Tsatsou, Pruulmann-Vengerfeldt & Murru, 2009). Ook wat betreft blootstelling aan diverse internetrisico's neemt België een middenpositie in (Hasebrink, Livingstone & Haddon, 2008).

---

<sup>10</sup> Studiedienst van de Vlaamse Regering, ICT-Monitor 2010. Europese vergelijking bij bedrijven en burgers, 2011.

<sup>11</sup> *Aan de onderkant van de technologische samenleving, Een onderzoek naar de relatie tussen armoede en technologie*, viWTA, 2007

<sup>12</sup> DUIJEL, M. *Senioren en internet: aansluiting of kortsluiting*, Jaarboek ICT en Samenleving, 2007, p. 51

<sup>13</sup> MOREAS, M. en PICKERY, J., “*De digitale kloof in twee dimensies*”, Mediageletterdheid in een digitale wereld, 2011, p. 11.

<sup>14</sup> SMITS, W., *Sociaal Cultureel Werk, Participatie in Vlaanderen I, Basisgegevens van de Participatiesurvey 2009*, Den Haag, ACCO Leuven, 2009, p. 159-160.

Zoals verwacht spelen ouders hierbij een cruciale rol: tieners met een goede ouderband zijn minder actief qua gebruik van entertainmenttoepassingen, komen minder in contact met risicovolle inhoud en gaan minder over tot het leggen van nieuwe contacten via internet (Vandoninck e.a., 2010). Dat kan deels verklaard worden door het feit dat in België voornamelijk binnenshuis wordt gesurft, en dat Belgische ouders vaker online zijn dan gemiddeld (Europese Commissie, 2006).

Ook de **sociale context** speelt een rol: in minder gegoede gezinnen lijkt laag gebruik samen te gaan met hoge risico's. Laagopgeleide ouders zijn vaak minder vertrouwd met computers en internet, hetgeen kan leiden tot meer onzekerheid inzake regulering en begeleiding van het internetgebruik van hun kinderen en tot een onderschatting van de online risico's waarmee hun kinderen kunnen geconfronteerd worden (Vandoninck e.a., 2010).<sup>15</sup>

Ondanks de opkomst van ICT en internet is het gebruik van **traditionele media** zoals radio, kranten en televisie nagenoeg constant gebleven.<sup>16</sup> Televisiekijken blijft zelfs voor jongeren het meest voorkomende mediagebruik: liefst 99,4% van de jongeren heeft thuis een TV. Op een gemiddelde weekdag wordt ruim 2,5 uur gekeken, terwijl dit in het weekend oploopt tot ruim 3,5u.<sup>17</sup> Slechts 7% van de jongeren geeft aan bijna nooit tv te kijken. Slechts 6 à 7% van de jongeren geeft aan niet naar de radio te luisteren (of althans te weinig om een oordeel over radiozenders uit te spreken).<sup>18</sup>

In het algemeen is televisie het meest populaire medium: dagelijks kijkt 81% van de Vlamingen ouder dan 18 jaar televisie en 16% kijkt niet dagelijks, maar wel wekelijks. De radio wordt ongeveer in dezelfde mate gebruikt: 67% maakt er dagelijks gebruik van. Televisie is veruit het meest populaire medium om op de hoogte te blijven van de actualiteit. In 2009 keken negen volwassenen op tien minstens wekelijks naar een tv-journaal. Het radionieuws bereikt wekelijks 77% van de bevolking.<sup>19</sup>

De consumptie van **games** heeft de laatste jaren een exponentiële groei gekend. Gaming is uitgegroeid tot een fenomeen, en evolueerde van een 'product' dat slechts voor een kleine subcultuur van belang was tot een breed maatschappelijk verschijnsel en cultuurproduct. Ook in Vlaanderen heeft de consumptie van games deze trends gevolgd. In 2009 werd in België voor 227 mio euro aan games verkocht, een getal dat nog geen rekening houdt met de toegenomen digitale verkoop via platformen zoals Steam en de Apple en Androidapp-stores. We hebben het dan nog niet over games die gratis via sociale netwerksites beschikbaar zijn. De IBBT Digimeter studie<sup>20</sup> gaf in 2010 al aan dat meer dan 50% van de Vlamingen wel eens een computergame speelt. Vanuit de analyses van Digimeter 4 (Q3-Q4 2011) kunnen we betreffende gaming het volgende meegeven: 37% van de Vlamingen geeft aan wel eens te gamen, terwijl de overige 63% zegt dit nooit te doen. Echter, 44% van deze zelfverklaarde 'non-gamers' blijkt echter wel eens een spelletje te spelen via digitale TV, computer, tablet of gsm in de vragen naar applicatiegebruik bij deze specifieke toestellen of media. Samenvattend kan dus worden gesteld: in totaal 65% van de Vlamingen speelt wel eens een spelletje.<sup>21</sup> Spreken over een nieuw fenomeen is dus zeker niet meer aan de orde.

<sup>15</sup> D'HAENENS, L. en VANDONINCK, S., *Hoe digitaal geletterd zijn Belgische kinderen en jongeren in vergelijking met leeftijdgenoten in Europa?*, 2011 .

<sup>16</sup> BOONAERT, T. en . SIONGERS, J., *Jongeren en media: van mediavreemden tot hybride meerwaardezoekers*, Jongeren in Cijfers i.

<sup>17</sup> Apestaartjaren 3, Jeugdwerknet, Graffiti Jeugddienst en MICT-IBBT, 2010.

<sup>18</sup> JOP-monitor 2.

<sup>19</sup> VRIND 2011.

<sup>20</sup> Zie: [http://www.digimeter.be/files/digimeter\\_wave\\_3\\_samenvatting.pdf](http://www.digimeter.be/files/digimeter_wave_3_samenvatting.pdf).

<sup>21</sup> Digimeter 4, uitgegeven door IBBT-iLab.o, gebaseerd op cijfermateriaal verzameld in 2011 Q3-Q4, in druk.



Ook het relatieve belang van games als 'medium' mag niet onderschat worden. Gaming heeft zich immers na radio, tv en internet op een stevige vierde plaats genesteld wat dagelijkse mediaconsumptie betreft (dus voor kranten, tijdschriften en boeken).

### *Veiligheid en risico's*

Van de 9- tot 16-jarigen hebben 14% in de afgelopen 12 maanden online beelden gezien die duidelijk seksueel getint zijn (bijv. naakte of vrijende mensen). Onder hen maakte één op drie zich hier zorgen over, en onder hen was de helft (d.w.z. één op zes van hen die seksueel getinte beelden hadden gezien, of ca. 2% van alle kinderen) 'eerder wel' tot 'erg' geschokt door wat ze te zien hadden gekregen.

Van de 9- tot 16-jarigen heeft 6% gemene of kwetsende online berichten gekregen, en 3% stuurde dergelijke boodschappen zelf naar anderen. Meer dan de helft (55%) van hen die dergelijke pestboodschappen kregen waren er 'eerder wel' tot 'erg' door geschokt.

Van de 11- tot 16-jarigen ontvingen 15% peer-to-peer "seksueel getinte boodschappen of beelden ... [dit betekent] gepraat over seks of beelden van naakte mensen of seksuele handelingen", en geeft 3% aan dat ze zulke boodschappen online zelf verzonden of geplaatst hebben. Van hen die zulke boodschappen hebben ontvangen, maakte ongeveer een kwart (27%) zich hier zorgen over. Bovendien was bijna de helft van hen die zich hierover zorgen maakte, 'eerder wel' tot 'erg' geschokt'.

Communiceren met nieuwe contacten die men niet eerder face-to-face ontmoette is geen zeldzaamheid; één op de drie kinderen (30%) in Europa tussen de 9 en 16 jaar oud heeft in het afgelopen jaar met iemand gecommuniceerd die ze niet eerder face-to-face hebben ontmoet. Dit loopt op tot 46% bij de 15- tot 16-jarigen.

Blootstelling aan mogelijk schadelijke zgn. 'user-generated content' is een online risico waar één op vijf (21%) van de 11- tot 16-jarigen reeds mee te maken heeft gehad. Het gaat om haatboodschappen (12%), pro anorexia (10%), zelfverminking (7%), druggebruik (7%), zelfmoord (5%). Ongeveer één op tien van de 11- tot 16-jarigen geeft aan dat hun persoonlijke gegevens reeds misbruikt werden: hierbij ging het om misbruik van het wachtwoord (7%) of persoonlijke informatie (4%), of nog geldbedrog (2%).<sup>22</sup>

### *De digitale kloof*

De digitale kloof verkleint over de tijd. Voor de gsm, de computer en het internet volgt het kleiner worden van de kloof een proces waarbij de penetratie bij de voorlopers bij de eerste meting zeer hoog was en bijgevolg nog weinig kon stijgen. De achterblijvers kunnen zo wat bijbenen. Voor het bezit van de spelconsole – met over het algemeen nog lage penetraties – groeit de kloof nog. De kloof tussen hoog- en laaggeschoolden verkleint niet voor computerbezit, voor algemeen computergebruik, voor het hebben van een internetaansluiting en voor het algemeen internetgebruik. Ook hier is er bij de koplopers een hoge penetratiegraad, maar de laaggeschoolden blijven van 2005 tot 2010 zo goed als ter plaatse trappelen. De kloof tussen gezinnen met een inkomen onder of boven de 2000 euro blijft constant voor het bezit en het algemeen gebruik van de computer en het internet. Hier lieten

---

<sup>22</sup> Voor deze paragraaf werd gebruik gemaakt van: D'HAENENS, L. en VANDONINCK, S., *Hoe digitaal geletterd zijn Belgische kinderen en jongeren in vergelijking met leeftijdgenoten in Europa?*, 2011 (in druk).

de penetratiecijfers tussen 79% en 74% nog wat groei toe bij de koplopers, en ook de mensen met een laag inkomen gingen iets vooruit.<sup>23</sup>

### 3.1.2 Mediawijsheid in het onderwijs

Wat betreft de **onderwijscontext** duiden de drie onderzoeksters in het recente onderzoek 'Simpel als krijt'<sup>24</sup> van de Hogeschool West-Vlaanderen (HOWEST - januari 2011), op de **vreemde paradox** waarbij ze de studenten van de lerarenopleiding op stagebezoek heel eentonig zagen lesgeven, daarbij geen gebruik makend van de middelen die ze zelf ruim voorhanden hebben: iPods, laptops en iPhones. 'Ze vervreemdden als het ware van zichzelf: hun eigen multimediale wereld vervaagde in een analoge wereld van verkrampd doceren, kleurloze werkblaadjes en bord- en krijtgebruik. Alsof onderwijs a priori grijs, star en conservatief moet zijn.'

De ICT-monitor<sup>25</sup> bevestigt maar nuanceert ook dit verhaal. Het geheel van de resultaten roept een beeld op waarbij ICT in het Vlaamse onderwijs is verankerd. ICT wordt breed gebruikt maar dit gebruik is vooral informatiegericht. Er blijkt ook onder alle bevroegde actoren een grote consensus te zijn over het belang van ICT in onderwijs. De nood aan ondersteuning is erg groot en het bovenstaande voorbeeld geeft ook de noodzaak aan om werelden te verbinden. Pedagogen wijzen hierop in recente leertheorieën en mediamakers missen wel vaker de aansluiting met het jonge volk. Wellicht wordt de culturele verschuiving die aan de gang is onvoldoende ingeschat en zeker onvoldoende vertaald in innovatieve leerstrategieën of mediacontent. De voorhoede van multimedia-gebruikers is niet langer enkel consument van die nieuwe technologieën maar is ondertussen multimediaal geletterd genoeg om zich die nieuwe media toe te eigenen: om ze te gebruiken om zichzelf te ontwikkelen en er zichzelf mee uit te drukken. Kinderen en jongeren van vandaag, dankzij hun opgroeien in deze informatiemaatschappij, hebben een andere manier van informatieverwerking (creatief, multidisciplinair, lateraal) dan de vorige generaties (logisch, rationeel, lineair). De manier van denken, kijken en redeneren van deze generatie verschilt wezenlijk van die van hun opvoeders en hun verwachting ten aanzien van het verkennen van en leren over hun buitenwereld is er ook wezenlijk door veranderd.

Zoals aangegeven in de inleiding ontbreekt het de 'digital natives' vaak aan een zekere kritische zin ten opzichte van media. Bovendien blijkt er een groep jongeren te zijn die niet helemaal mee zijn met het digitale verhaal.<sup>26</sup> In tegenstelling tot kinderen en jongeren zijn volwassenen en ouderen 'digital immigrants'. Omdat zij niet met internet en de computer zijn opgegroeid, hebben zij doorgaans een langere leertijd nodig.<sup>27</sup>

Een van de belangrijkste structurele maatregelen om mediawijsheid te verankeren in het onderwijsbeleid is de aandacht voor media-educatie in de eindtermen. Op dit vlak zijn er de

---

<sup>23</sup> MOREAS, M. en PICKERY, J., *De digitale kloof in twee dimensies*, Mediageletterdheid in een digitale wereld, 2011, p. 15.

<sup>24</sup> [www.simpelalskrijt.be](http://www.simpelalskrijt.be)

<sup>25</sup> Zie: <http://www.ond.vlaanderen.be/ict/onderzoek/files/MICTIVO.pdf>

<sup>26</sup> BROTCORNE, P., MERTENS, L. en VALENDUC, G., *Offline jongeren en de digitale kloof. Over het risico op ongelijkheden bij "digital natives"*, Fondation travail-université, 2009.

<sup>27</sup> DUIMEL, M. en NOTENBOOM, M., *Digibyte, digibabe, digibeet. Wie zijn 'de digibeten'? Waarom zijn ze digibeet? Wat willen zij wel en niet?*, Digivaardig & Digibewust, Leidschendam, 2010.

laatste jaren belangrijke inspanningen gebeurd. Binnen het beleidsdomein onderwijs geldt mediawijsheid sinds 1 september 2010 als een van de vakoverschrijdende eindtermen voor het secundair onderwijs<sup>28</sup>.

De eindtermen mediawijsheid luiden als volgt:

- De leerlingen gaan alert om met media.
- De leerlingen participeren doordacht via de media aan de publieke ruimte.

M.b.t. mediawijsheid wordt in de memorie van toelichting bij deze eindtermen nog verduidelijkt dat het gaat om mediawijsheid in de zin van een bewuste en kritische houding ten opzichte van klassieke (televisie, radio, pers) en nieuwe media (internettoepassingen, sms) en het vermogen tot een alledaags, informeel en creatief mediagebruik dat (impliciet of expliciet) gericht is op participatie in de culturele publieke sfeer (lezersbrief, youtube, chatrooms, blogs, webcam, enz.).

Andere eindtermen die verband houden met mediawijsheid situeren zich in het leergebied muzische vorming van het basisonderwijs, in de vakoverschrijdende eindtermen van het secundair onderwijs, in de vakoverschrijdende eindtermen ICT in het basisonderwijs en eerste graad SO en in het opleidingsprofiel ICT voor de basiseducatie.<sup>29</sup>

Hoewel de eindtermen en ontwikkelingsdoelen voldoende kapstokken bieden om onderwijs hedendaagser en audiovisueler te maken, is er nog een grote nood aan mediageletterdheid in alle geledingen en op alle niveaus van het Vlaamse onderwijs. Een gelijkaardige conclusie gaat op voor educatieve games. Hoewel het potentieel van games in een educatieve context al jaren onderkend wordt, moet vastgesteld worden dat ze in de klas nog zeker geen standaard onderdeel vormen van de onderwijsmethodes. Dit vormt een belangrijke uitdaging voor het onderwijsbeleid.

## 3.2 Actoren

Zoals gezegd is ‘multi-stakeholder governance’ een belangrijk uitgangspunt van het mediawijsheidsbeleid. Een doeltreffend beleid ten aanzien van mediawijsheid is de verantwoordelijkheid van vele actoren. Het werkkterrein op het gebied van mediawijsheid telt talrijke spelers die ieder vanuit hun invalshoek een bijdrage kunnen leveren tot een meer coherent, toekomstgericht en duurzaam referentiekader voor mediagebruikers en – producenten.

### *3.2.1 Actoren op beleidsniveau*

Op het **beleidsniveau** zijn er talrijke betrokken partijen. Mediawijsheid is immers een **transversaal thema** dat weliswaar sterk vertrekt vanuit het beleidsveld Media, maar onder meer belangrijke linken heeft met de Vlaamse beleidsvelden Onderwijs, Jeugd, Cultuur, Welzijn, Innovatie en Armoedebestrijding.

---

<sup>28</sup> Voor een volledig overzicht van deze nieuwe eindtermen en de achterliggende visie verwijzen we naar de publicatie VOET@2010 <http://www.ond.vlaanderen.be/publicaties/eDocs/pdf/393.pdf>

<sup>29</sup> Voor een volledig overzicht zie: <http://ond.vlaanderen.be/DVO/ICT/ictvoodvoe.htm>.

Ook op andere beleidsniveaus zijn er raakvlakken met mediawijsheid. Op het federale niveau is er de Programmatorische Overheidsdienst(POD) Maatschappelijke Integratie, Armoedebestrijding, Sociale Economie en Grootstedenbeleid. Deze stimuleert het gebruik van Openbare Computerruimtes, die gratis toegang tot het internet geven, en trekt het 'Nationaal actieplan ter bestrijding van de digitale kloof'. Ook steden, gemeenten en provincies nemen belangrijke initiatieven betreffende mediawijsheid en/of de digitale kloof.

### *3.2.2 Actoren in het veld*

In het brede mediawijsheidsveld zijn er verschillende actoren werkzaam, in verschillende sectoren. De meest relevante, voornamelijk bekeken vanuit de beleidsvelden media en onderwijs, worden hieronder kort overlopen.

In de eerste plaats zijn er verschillende **vzw's of publieke rechtspersonen onder de vorm van een opdrachthoudende vereniging** actief in het brede veld van mediawijsheid. Deze organisaties krijgen vaak vanuit verschillende beleidsniveaus en/of beleidsdomeinen middelen om hun werking te organiseren. Vaak staan zij met hun werking dicht bij de mediagebruiker of bij initiatieven die een lokale werking hebben.

Daarnaast zijn er de instanties die direct verbonden zijn met de beleidsuitvoering: de VRT en de Vlaamse Regulator voor de Media (VRM). De **VRT** kan haar educatieve rol ten volle spelen in het mediawijsheidsverhaal. Zij kan in de diverse programma's en over de verschillende netten heen meewerken aan het stimuleren van de diverse competenties en daarbij ruimte geven aan luisteraars en kijkers om zelf mediacontent te creëren. Ook kan de VRT een aangepast aanbod brengen om minder vaardige mediagebruikers vertrouwd te maken met nieuwe mediatoepassingen en kan zij haar media-archief openstellen voor een zo breed mogelijk gebruik en publiek.

De **Vlaamse Regulator voor de Media** kan een wezenlijke opdracht hebben inzake de naleving van de regelgeving die het mediawijsheidsbeleid ondersteunt. Daarenboven kan zij de bedrijfseconomische structuren van het medialandschap verder inzichtelijk maken.

Ook de **commerciële (televisie- en radio-) omroepsectoren** kunnen inzake sensibiliseringscampagnes een wezenlijke rol spelen en kunnen mediawijsheidscompetenties bevorderen in of via hun programma's. Zij kunnen ook meer inzicht verschaffen over hoe de media werken en over hoe ze gestructureerd zijn. Zij beschikken bovendien eveneens over interessant archiefmateriaal dat kan worden ontsloten. De kranten hebben een opdracht die gelijkloopt met deze van de commerciële omroepsector. Bovendien zou het interessant zijn te zien hoe er kruisbestuivingen ontstaan tussen de professionele mediasector en de vzw's actief in het veld.

Volgens de aanbeveling van de Europese Commissie van 20 augustus 2009 betreffende mediageletterdheid in de digitale omgeving voor een meer concurrerende audiovisuele en inhoudsindustrie en een inclusieve kennismaatschappij heeft de **media-industrie** vooral een sensibiliserende taak. Deze taak kan ook verder gaan; zo kan de media-industrie meer inzicht verschaffen in bijvoorbeeld de privacyregulering die zij toepassen. **Telecombedrijven** kunnen meewerken aan infrastructuurinitiatieven die e-inclusie bevorderen zoals het ter

beschikking stellen van hardware en het onderhoud ervan, het voorzien in (betaalbare) toegang tot breedband etc, maar zij kunnen ook op andere manieren een belangrijke rol opnemen. Zo kunnen zij bij de ontwikkeling van hun diensten rond digitale televisie rekening houden met de mediavaardigheden van hun cliënteel of verder nagaan hoe de mogelijkheden van digitale televisie een rol kan spelen in het stimuleren van mediacompetenties of de toegang tot de (internet)media. Hun stichtingen zijn daarenboven ook reeds actief op het vlak van sensibiliserende of educatieve projecten over ICT-gebruik.

De **gamesector** kan games ontwikkelen die zich richten op het aanleren van mediawijsheidscompetenties. Hier liggen ook kansen om de educatieve rol van games verder te verkennen en een impuls te geven aan de ontwikkeling van games met leerdoelen, zgn. “serious games”.

**Sociale netwerksites** kunnen op hun beurt een sensibiliserende en competentieverhogende rol vervullen.

Ook binnen de **culturele sector** worden organisaties gesubsidieerd (door zowel het agentschap Sociaal-Cultureel Werk als het agentschap Kunsten en Erfgoed) die werken rond mediawijsheid. Een belangrijke potentiële speler uit het Sociaal-Cultureel Werk veld is de bibliotheek.<sup>30</sup>

**Onderwijsinstellingen uit het leerplichtonderwijs** zijn kernspelers in het ontwikkelen van competenties mediawijsheid bij leerlingen, studenten en cursisten. De eindtermen of opleidingsprofielen vormen het kader waarbinnen zij rond mediawijsheid, digitale geletterdheid en ICT-vaardigheden kunnen werken. De rol van het onderwijs situeert zich op twee niveaus: enerzijds zorgen dat jongeren die thuis niet over ICT beschikken via de onderwijsinstellingen toch toegang hebben tot technologie en media en er leren mee werken en anderzijds het op een hoger niveau brengen van de mediakennis en mediavaardigheden, zodat het mediagebruik ook kritisch en beredeneerd gebeurt.

De Vlaamse **hogescholen en universiteiten** doen onderzoek naar diverse aspecten van mediawijsheid zoals het ontwikkelen van tools, het invoeren van digitale didactiek, de ontwikkeling van standaarden voor ontsluiting van media, de monitoring van competenties, het in kaart brengen van noden en behoeften, enz. Ze zijn ook actief op het vlak van games-onderzoek en gamesontwikkeling. Hierbij is het belangrijk om mediawijsheid ook te integreren in een algemeen-pedagogisch handelen i.p.v. te herleiden tot vakgerichte tips and tricks. We moeten onderzoeken welke nieuwe vormen van leren aansluiten bij de spontane leerstrategieën die mediagebruikers binnen deze digitaal-culturele verschuiving hebben ontwikkeld.

De **volwasseneneducatie** heeft eveneens een belangrijke rol te spelen. Ook in de volwasseneneducatie staat een integratie van mediawijsheid op het programma. Onder meer in het kader van het Strategisch Plan Geletterdheid heeft de basiseducatie een belangrijke opdracht in het bijbrengen van elementaire digitale vaardigheden bij lager geschoolde volwassenen. Om aan de noden te voldoen wordt momenteel een nieuw opleidingsprofiel

---

<sup>30</sup> One Agency, De Digitale Openbare Bibliotheek in Vlaanderen. Een strategische kijk op de toekomst, 2007.

ontwikkeld gericht op digitale geletterdheid. In de Vlaamse Centra voor Volwassenenonderwijs (CVO's) komt mediawijsheid in een aantal opleidingen aan bod.

Het **Deeltijds Kunstonderwijs** (DKO) staat momenteel voor een belangrijke hervorming. De conceptnota (maart 2011) voorziet in een nieuw opleidingstraject "mediakunst" met vier uiteen doorstroommogelijkheden: audio-visuele media, auditieve media, mediakunst en theatervormgeving. Verwacht mag worden dat het DKO een substantiële en zeer actieve rol zal opnemen m.b.t. de creatieve omgang met media en dit in functie van verdere individuele ontwikkeling, vrijetijdsbesteding of als voortraject op een bachelor- en/of masteropleiding waarin media een rol spelen.

Tenslotte vermelden we hier de **lerarenopleidingen** die een belangrijke taak hebben m.b.t. de professionalisering van leerkrachten. De mate waarin mediawijsheid nu reeds deel uitmaakt van het curriculum is eerder beperkt en te weinig gekend.

### 3.3 Vastgestelde knelpunten

#### *3.3.1 Opleiding en vorming*

Het spreekt voor zich dat een beleid rond mediawijsheid zich prioritair richt naar de gebruiker. Het is in eerste plaats de burger die we als overheid meer mediabewust, -vaardig en -kritisch willen maken. Daarin kan vrij breed worden gegaan: zowel technische basis- als geavanceerde vaardigheden, zowel reflectie over media als leren werken met allerlei nieuwe toepassingen,... Daarbij vereisen verschillende gebruikersprofielen verschillende soorten opleiding, of een verschillende focus. Dit vraagt om een gedegen pedagogische aanpak, via professionele instanties en via lesgevers met behoorlijke competenties.

In het veld wordt momenteel de begeleiding bij veel buitenschoolse initiatieven uitgevoerd door vrijwilligers, met soms ook een beperkte opleiding.<sup>31</sup> Een belangrijk vraagstuk is dan ook hoe de 'train the trainer' opleidingen op grotere schaal moeten worden georganiseerd: welke organisatie(s) nemen dit momenteel op / zouden dit moeten opnemen? Op welke doelgroepen richten zij zich / zouden zij zich moeten richten?

Ook is er nood aan een zekere mate van standaardisering van de opleiding en aan overleg over het concept, de basisvisie, de nagestreefde competenties, de didactiek en de certificeringsmodaliteiten.

Ook binnen het onderwijs voelt men de nood aan ondersteuning van leerkrachten. Uit het onderzoek van Annemie Goegebuer<sup>32</sup> bleek al dat leerkrachten zich vaak niet vaardig genoeg voelen om met digitale media aan de slag te gaan. Een recenter rapport<sup>33</sup> met daarin een behoefteanalyse op vlak van nascholing bevestigt de nood aan ICT- en mediagerelateerde opleidingen en wijst bovendien op zeer diverse nascholingsvragen. De

---

<sup>31</sup> MARIEN, I., VAN AUDENOVE, L., VLEUGELS, C., BANNIER, S., PIERSON, J., *Digitale kloof tweede graad in Vlaanderen*, 2010, studie in opdracht van Instituut Samenleving en Technologie.

<sup>32</sup> GOE, A., *Audiovisuele vorming in het Vlaamse Onderwijs*, Vlaams Steunpunt voor de Audiovisuele Kunsten, Gent, 2004.

<sup>33</sup> STEYAERT, J., VAN GOMPEL, R. en SAMYN, W., *Evaluatie REN*, Indigov, Leuven, 2009.

ambitie om games in te zetten voor educatieve doeleinden stuit momenteel ook nog op een aantal belangrijke barrières. Van een volwaardige integratie is nog lang geen sprake. De beslissing om games in te zetten is vooral afhankelijk van de wil van de leerkrachten. Schoolspecifieke kenmerken zoals het ICT-beleid, de ICT-infrastructuur, net en ligging lijken bij die beslissing zo goed als geen enkele rol te spelen. Dit benadrukt de nood aan een leraargerichte ondersteuning. Wat wel een grote invloed heeft, is de relatie tussen lesstructuur (duurtijd van de les en leerdoelen) en het game. M.a.w. wanneer games gepercipieerd worden als zijnde toepasbaar binnen de leerdoelen en binnen de tijdspanne van de lessen, zal dit de adoptie van games sterk beïnvloeden. Voorts hebben ook factoren zoals gebruiksgemak, nuttigheid en leeropportunities een direct effect op de beslissing al of niet games in te zetten. Dit geldt voor alle leraren ongeacht hun onderrwijservaring. Dat blijkt uit een IBBT-studie naar de adoptiedeterminanten van games in het Vlaams onderrwijs.<sup>34</sup>

Er is echter wel een concreet maar beperkt aanbod beschikbaar. Binnen het mediawijshedsplatform Ingebeeld is er een vormingsaanbod ontwikkeld dat zich expliciet op de professionalisering binnen de lerarenopleidingen richt. Verder zijn er de laboprojecten in de lerarenopleiding. Dit opleidingsaanbod kan echter niet aan alle noden voldoen. Verder stelt er zich een probleem m.b.t. het beleidsvoerend vermogen in tal van scholen. Een ICT-visie is vaak technologisch georiënteerd en te weinig motor voor pedagogische vernieuwing en ondersteuning. Dat blijkt eveneens uit de MICTIVO ICT-monitor. Hoewel de eindtermen en ontwikkelingsdoelen voldoende kapstokken bieden om onderrwijs hedendaagser en audiovisueler te maken, komt het gebruik van beeldtaal in de klas zeer beperkt aan bod, en dan nog louter illustratief, d.w.z. ingebed in een literair discoursief. Daardoor blijft de technische infrastructuur relatief ongebruikt voor mediawijsheds en mediaopvoeding. Ook met betrekking tot het educatief gebruik van games is er een nood aan vorming en specifieke ondersteuning.

Binnen de overheid zelf is reeds heel wat kennis aanwezig. Deze dient echter meer in dialoog tussen de beleidsdomeinen tot stand te komen. Door de snelle technologische en maatschappelijke ontwikkelingen in het mediawijshedsveld heeft de overheid daarenboven nood aan een voortdurend proces van kennisverwerving.

### *3.3.2 Veilig en verantwoord mediagebruik*

Bewust en kritisch met diverse media-inhouden kunnen omgaan, is één van de belangrijkste bekommernissen van een performant mediawijshedsbeleid. Mediawijsheds richt zich dus ook op het 'mondiger' maken van de burger in zijn mediagebruik. Vooral kinderen en jongeren zijn daarbij vaak kwetsbaarder dan ouderen. Zij dienen via o.m. een verhoogde alertheid van en een gepaste begeleiding door hun ouders of opvoeders, 'empowered' te worden om om te gaan met de risico's van (online) mediagebruik.

Bewustzijn of competenties volstaan echter niet altijd. Sommige boodschappen zijn dermate schadelijk dat het aanleren van competenties en focussen op bewustmaking complementair moeten zijn aan meer regulerende initiatieven. Soms is regelgeving het meest geschikte

---

<sup>34</sup> DE GROOVE, F. en VAN LOOY, J. *Computerspellen om te leren*, MICT/IBBT, Gent, 2011.

instrument, voor andere gevallen is een decretale vastlegging te rigide en volstaat het om gedragscodes op te stellen, initiatieven op het gebied van coregulering te ontwikkelen of zelfregulering aan te moedigen.

### *3.3.3. Beeldvorming*

Het internet, kranten, radio en televisie belichten op hun eigen manier, mede beïnvloed door eigen denkkaders en achtergronden, de realiteit. Door hun manier van rapportering en beeldvorming beïnvloeden ze de beeldvormingen en ervaringen van mediagebruikers.

Mediamakers zijn zich zelf niet altijd bewust van de (impact) van dit gegeven of hebben niet de nodige tools om bepaalde mechanismen te doorbreken. Niet enkel de mediagebruiker maar ook de mediamaker heeft er belang bij om ongenueanceerde beeldvorming te herkennen en ermee om te gaan.

### *3.3.4 Toegang en infrastructuur*

Er zijn al een aantal zaken ondernomen op het gebied van toegang en ICT-infrastructuur. Zo ondersteunt de POD Maatschappelijke Integratie, Armoedebestrijding, Sociale Economie en Grootstedenbeleid sinds 2006 meer dan 350 Openbare Computerruimtes. Een Openbare Computerruimte is voor iedereen gratis toegankelijk en biedt een prioritaire doelgroep de mogelijkheid om gratis toegang tot het internet te krijgen.

Hoewel de Vlaamse huishoudens in verhouding tot de huishoudens in de andere Europese landen relatief goed voorzien zijn van ICT-infrastructuur zoals computers en breedbandaansluiting, kan nog niet iedereen het zich veroorloven om deel te nemen aan de digitale wereld.<sup>35</sup> Betaalbare (sociale) tarieven blijven dus een aandachtspunt.

Verder moet er gedacht worden aan specifieke initiatieven om niet-gebruikers over de streep te trekken. Niet-gebruik is op zich niet problematisch, wel als dit zou leiden tot maatschappelijke uitsluiting. Daarnaast is de gebruiksvriendelijkheid van nieuwe toepassingen of de integratie van nieuwe innovaties binnen bestaande media van belang, omdat deze kunnen zorgen voor het reduceren van bestaande drempels.

Het blijft ook belangrijk om zorg te dragen voor een kwaliteitsvolle digitale infrastructuur in de scholen. Sinds de laatste subsidieronde in 2007 en 2008 is het de bedoeling dat scholen vanuit de werkmiddelen hun ICT-park vernieuwen. Om leerlingen, studenten en cursisten te leren omgaan met media is het nodig dat onderwijsinstellingen over een degelijke infrastructuur beschikken. Dat kan niet alleen gaan over digitale media, maar bv. ook over voldoende bandbreedte. De IT- en digitale media-infrastructuur moet zo optimaal mogelijk benut worden. Dat betekent in de eerste plaats dat alle leerlingen, cursisten en studenten er gebruik van moeten kunnen maken en dat ze niet exclusief voorbehouden wordt voor bepaalde richtingen of vakken.

---

<sup>35</sup> ICT-monitor 2010. Europese vergelijking bij bedrijven en burgers, 2011, Studiedienst van de Vlaamse Regering, Brussel.



### 3.3.5 Coördinatie en afstemming

Binnen het veld is er weinig coördinatie. Initiatieven zijn vaak versnipperd en te weinig op elkaar afgestemd. Er is nood aan een meer systematische uitwisseling van advies, informatie, methodieken en materialen. Er is thans geen instelling die een coördinerende rol opneemt in dit veld.

Er leeft een behoefte aan een platform of een organisatie waar mensen terecht kunnen voor advies, materiaal, praktijkvoorbeelden en informatie over alle aspecten van mediawijsheid, een plek waar relevant onderzoek wordt vertaald, nieuwe media worden uitgetest en de resultaten daarvan gevalideerd, digitale didactiek m.b.t. media-educatie verder wordt ontwikkeld en projecten worden gefinancierd.

Op beleidsniveau is er momenteel weinig tot geen afstemming tussen verschillende betrokken beleidsdomeinen, of enkel ad hoc overleg. De huidige fragmentatie binnen het beleid heeft als gevolg dat een coherente aanpak en een verdere professionalisering van de sector in het gedrang dreigen te komen.<sup>36</sup>

### 3.3.6 Duurzame financiering

De meeste initiatieven functioneren vandaag op basis van (korte termijn) projectfinanciering, wat het uitzetten van een lange termijn visie en werking bemoeilijkt. Dit geeft ook problemen wat betreft technisch onderhoud van hardware en up-to-date houden van software van programma's en applicaties. Naast de ondersteuning van kortlopende projecten, die ook relevant is i.f.v. bijvoorbeeld het stimuleren van innovatieve praktijkontwikkeling, dient er dus worden nagedacht over meer duurzame vormen van financiering, op maat van de werking van bepaalde organisaties.

### 3.3.7 Noden op vlak van de beschikbaarheid van en de toegang tot kwaliteitsvol leermateriaal

Naast hardware zijn er ook aangepaste software en digitale leermiddelen nodig om in een rijke leeromgeving aan mediawijsheid te kunnen werken. Projecten als "Ingebeeld"<sup>37</sup> zijn een eerste stap in de richting van efficiënter (multi)mediagebruik in het onderwijs. Verder is er een steeds terugkerende vraag hoe door de overheid gefinancierde of gesubsidieerde culturele instellingen hun materiaal kunnen ontsluiten en bruikbaar maken binnen de onderwijscontext. Cultuurhuizen, erfgoedorganisaties, musea, radio- en TV-archieven<sup>38</sup>, enz. beschikken over grote collecties informatie die in feite allemaal potentiële leerobjecten zijn. De digitale ontsluiting ervan kan een grote meerwaarde betekenen voor onderwijsinstellingen. Dit potentieel moet zoveel mogelijk benut worden.

---

<sup>36</sup> MARIEN, I, VAN AUDENOVE, L., VLEUGELS, C., BANNIER, S., PIERSON, J., *Digitale kloof tweede graad in Vlaanderen*, studie in opdracht van Instituut Samenleving en Technologie, Brussel, 2010.

<sup>37</sup> [www.ingebeeld.be](http://www.ingebeeld.be)

<sup>38</sup> Voor onderwijs kan in dit verband ook worden verwezen naar het recente VLOR-advies (ref. ar-ar-adv-008) over de maatschappelijke rol van de publieke omroep.

Maar de noden op vlak van software en digitale leermiddelen zijn divers: multimediatools voor de bewerking en verwerking van beeldmateriaal en audio, databanken met herbruikbare multimedia, kant-en-klare lespakketten, enz.

Daarnaast dienen games te worden ingepast binnen de bestaande grenzen van het huidige onderwijssysteem. Meer concreet binnen de leerplannen en binnen het tijds kader van de lessen. Ook hier zijn twee verschillende mogelijkheden: men kan de ontwikkeling van computerspellen die specifiek op het onderwijs gericht zijn, gaan stimuleren of men kan kijken hoe bestaande computerspellen ingepast kunnen worden binnen de huidige lesstructuur. Welke keuze men ook maakt, de compatibiliteit van de content met de huidige eisen van de onderwijscontext is een noodzakelijke voorwaarde om computerspellen succesvol te introduceren binnen het onderwijs.

### *3.3.8 Nood aan meer wetenschappelijk onderzoek en aan de ontsluiting ervan*

In Vlaanderen is er al veel onderzoek verricht op vlak van mediawijsheid: zowel wetenschappelijk onderzoek aan de universiteiten als meer praktisch gericht onderzoek vanuit het middenveld. Dit levert een massa aan informatie op die helaas niet altijd overzichtelijk en toegankelijk ontsloten is en bijgevolg vaak onbruikbaar is voor verder onderzoek of ondersteuning.

Wegens de snelle technologische en maatschappelijke veranderingen is het onderzoekswerk nooit af, noch volledig. In veel domeinen ontbreken gegevens en zijn er nog onderzoekshiaten. Er is een behoefte aan een meetsysteem waarmee mediawijsheidsvaardigheden op regelmatige basis kunnen worden gemeten.<sup>39</sup> Ook moet gekeken worden hoe bestaande instrumenten zoals bv. de ICT-monitor binnen onderwijs ingezet kunnen worden voor het meten van zaken die verband houden met mediawijsheid.

Bovendien is het niet eenvoudig om een goed zicht te krijgen op het uitdeinende mediawijsheidsveld. Welke organisaties en initiatieven houden zich vandaag bezig met mediawijsheid? Voor welke doelgroepen werken ze? Hoe worden ze ondersteund? Het loont de moeite om een grondige veldtekening te maken van alle spelers (en hun doelen) die vandaag actief zijn op het vlak van mediawijsheid.

---

<sup>39</sup> Zie ook: CELOT, P. en TORNERO, J.M.P., *Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels. A comprehensive view of the concept of media literacy and an understanding of how media literacy level in Europe should be assessed*, Europese Commissie, Brussel, 2009.

#### 4. Strategische doelstellingen

Op basis van bovenstaande elementen worden hieronder de contouren van een strategisch beleid betreffende mediawijsheid geschetst. Het voorstellen van onderstaande **doelstellingen en acties** moeten ertoe leiden dat de mediawijsheidscompetenties verhoogd worden, en dat er beter als voorheen tegemoet gekomen wordt aan de te vervullen randvoorwaarden.

De doelstellingen vormen nu reeds een stevig fundament voor de acties, maar het gaat hier niet om een eindpunt, wel om een strategisch kader dat op regelmatige basis en in samenspraak met de betrokkenen zal worden geactualiseerd.

##### Strategische doelstelling 1: Het creëren van een duurzaam en strategisch kader voor mediawijsheid

Het is belangrijk om over een **visie en beleidskader** te kunnen beschikken waarop de vele in deze nota vermelde actoren kunnen terugvallen als zij rond mediawijsheid acties en initiatieven willen nemen. Deze omkadering moet ook duurzaam zijn. Deze conceptnota geeft reeds een eerste aanzet tot een kader, door het formuleren van een gemeenschappelijke definitie, missie en inhoudelijke focus. Tevens wil het de rol van de overheid duidelijker afbakenen en een aantal engagementen uitspreken. Het voorliggende kader vertrekt voorlopig vanuit de beleidsdomeinen media en onderwijs, maar wordt idealiter nog verder uitgebouwd naar de andere beleidsdomeinen. Uiteraard laat dit kader de nodige ruimte om in te spelen op een voortdurend en snel evoluerend landschap. en zich aan te passen aan nieuwe inzichten, behoeften en noden.

##### Strategische doelstelling 2: Het stimuleren en verhogen van competenties

De samenleving evolueert naar een kennissamenleving waarin het omgaan met technologie en digitale media een belangrijke basiscompetentie is geworden. Daarnaast bieden digitale media volop kansen om te participeren aan de maatschappij: van kennismaken met een gevarieerd en toegankelijk aanbod tot de mogelijkheid om er zelf (creatieve) content aan toe te voegen. Het zelfstandig functioneren wordt daarbij steeds meer een essentiële voorwaarde om maatschappelijk te kunnen participeren.

Ook de omgang met de klassieke media vereist **kennis-, vaardigheden- en attitudecompetenties**. De conceptnota Mediawijsheid heeft ook hiervoor oog.

De Vlaming leeft in een multimediale wereld waarin (digitale) media, games en informatie- en communicatietechnologie alomtegenwoordig zijn. Maar vaak gebeurt de omgang met media op een intuïtieve en soms weinig kritische wijze. Kunnen omgaan met (nieuwe) media op een kritische en efficiënte, maar ook op een verantwoorde en veilige manier, vereist dan ook een nieuw pakket aan basiscompetenties.

Het spreekt voor zich dat de onderwijsinstellingen vanuit hun kernopdracht de uitgelezen plekken zijn om ervoor te zorgen dat iedereen – kinderen, jongeren én volwassenen - over de diverse mediawijsheidscompetenties beschikt. Ook buitenschools kunnen en moeten deze competenties stevig worden aangepakt.

M.b.t. de problematiek van gaming krijgt de kritische en gezonde omgang van jongeren met games een speciale plaats en dienen ook de educatieve mogelijkheden van zgn. serious

games verder te worden onderzocht en gepromoot. Om succesvol games in het onderwijs te integreren dient minstens op twee pistes gewerkt te worden: voorzien van vorming en van aangepaste spellen.

### Strategische doelstelling 3: Het creëren van een e-inclusieve samenleving

Een belangrijke doelstelling van het beleid is **het creëren van een e-inclusieve samenleving**. Gelijke kansen verzekeren voor alle burgers in de kennismaatschappij van vandaag en morgen is een absolute prioriteit.

Het is immers duidelijk dat de groeiende aanwezigheid en impact van technologie en media niet alleen extra kansen maar ook risico's met zich meebrengt. Een risico is bv. de polarisering in de maatschappij tussen zij die wel de toegang en de competenties hebben om met ICT om te gaan en zij die deze toegang en competenties niet hebben. Wanneer het gebrek aan toegang of competenties leidt tot maatschappelijke uitsluiting kan de overheid niet afzijdig blijven.

Die digitale kloof is een veelvlak van digitale breuklijnen. Het kan gaan om verschillen in toegang tot ICT en media, verschillen in gebruik ervan of om verschillen in competenties om met digitale media en technologie om te gaan. Ook op het vlak van specifieke doelgroepen tekenen zich diverse breuklijnen af. Zo zijn er genderverschillen, neemt de digitale kloof toe met de leeftijd en zijn er markante verschillen in mediagebruik tussen laag- en hoogopgeleiden. Een specifiek probleem stelt zich voor mensen met beperkingen die vaak extra veel baat hebben bij het gebruik van allerlei nieuwe ondersteunende technologieën.

Zoals reeds gesteld, veronderstelt de kennismaatschappij aangepaste vaardigheden, attitudes en kennis. Vaak ontbreekt het bepaalde groepen van mensen aan kennis en vaardigheden, of motivatie en middelen om er optimaal gebruik van te maken. Zij zijn onvoldoende op de hoogte van de mogelijkheden die de nieuwe media bieden, of vinden dat er nog onvoldoende gediversifieerde en kwaliteitsvolle inhoud en diensten aangeboden worden die voor hen nuttig of relevant kunnen zijn. Betreffende het aanleren van kennis, vaardigheden en attitudes is er voor de overheid een belangrijke rol weggelegd in het overbruggen van de digitale kloof.

Onderwijs dient iedereen maximale kansen te geven om zich in de multimediale kennismaatschappij te ontplooien. Dit is echter geen taak van onderwijs alleen. Het vinden van oplossingen voor de digitale kloof veronderstelt de nodige afstemming tussen verschillende onderwijs-, opleidings- en vormingsverstrekkers maar ook samenwerking met de media zelf en met actoren uit het culturele en sociale veld: sociaal-cultureel werk, buurtwerk, bibliotheken, musea,... Ook de aanvullende rol die gemeenschapsinitiatieven kunnen spelen is belangrijk. Dit is ook relevant wanneer we andere groepen willen bereiken zoals senioren bij wie media ook een belangrijke rol kunnen vervullen i.k.v. actief ouder worden.

Het beleid rond mediawijsheid wil in die zin ook een bijdrage leveren aan een meer inclusieve maatschappij waarbij de toegang tot media en de verdeling van mediawijsheidscompetenties voor allerlei kansengroepen beter gegarandeerd zijn.

#### Strategische doelstelling 4: Het creëren van een veilige en verantwoorde mediaomgeving

Voor velen en zeker voor jongeren zijn games, netwerksites, mobiele technologie en allerlei andere media een onlosmakelijk onderdeel geworden van hun leefwereld. Logisch, want deze bieden heel veel mogelijkheden en kansen. Zo bevat het internet een schat aan informatie en is het een ideale manier om te ontspannen of te communiceren met vrienden. Maar er zijn ook een aantal minder positieve aspecten aan verbonden.

De omgang met eigen privacy en die van anderen vormt één van de grootste uitdagingen, nu technologie het mogelijk maakt om private gegevens in sociale netwerksites en databanken op grote schaal beschikbaar te maken. Ook cyberpesten is een probleem dat van alle betrokkenen engagementen vraagt om tot oplossingen te komen. Nieuwe mediakanalen waar onder meer muziek, video en e-boeken gemakkelijk kunnen gedownload worden, stellen nieuwe eisen en roepen vragen op m.b.t. auteursrechten en het afdwingen van die rechten. Ouders maken zich soms zorgen over het gamegebruik van hun kinderen of vinden nog onvoldoende de weg naar correcte informatie.

Ouders, vormingsmedewerkers, leraren, en mediamakers zijn zich meestal wel bewust van hun belangrijke rol in de preventie en aanpak van deze problematieken. Maar het is niet altijd evident om dit ook in de dagelijkse praktijk om te zetten. Een beleid rond mediawijsheid wil ook op dit vlak een rol van betekenis spelen.

## **5. Operationele doelstellingen en acties**

### **SD 1 Het creëren van een duurzaam en strategisch kader voor mediawijsheid**

Een duurzaam visie- en beleidskader ondersteunt de acties en initiatieven rond mediawijsheid. In deze conceptnota worden de krijtlijnen getrokken. Overeenkomstig de behoeften, nieuwe inzichten en technologische ontwikkelingen kan dit kader worden aangepast.

#### **OD 1.1: Coördinatie en beleidsafstemming**

- **Actie 1.1.1: Coördinatie en beleidsafstemming binnen de administraties**

De ministers bevoegd voor Media en Onderwijs nemen het initiatief om in overleg met hun respectievelijke administraties een ambtenaar aan het thema 'mediawijsheid' toe te wijzen. Op die manier wordt ervoor gezorgd dat het beleid rond mediawijsheid binnen de eigen entiteit verder duurzaam en structureel wordt voorbereid en vorm krijgt.

Er wordt ook een initiatief opgestart om het ambtelijk protocol van samenwerking tussen de departementen CJSM en O&V en betrokken Agentschappen te verbreden naar Media opdat mediawijsheid een meer structurele plek kan krijgen in het beleidsdomeinoverschrijdende overleg tussen de betrokken overheden. De aangewezen ambtenaren staan dus m.a.w. ook in om de kruisbestuiving en samenwerking tussen hun respectievelijke beleidsdomeinen verder te stimuleren en te operationaliseren.

Deze ambtenaren fungeren tevens als aanspreekpunt binnen de overheid voor het op te richten kenniscentrum Mediawijsheid en nemen ook initiatieven om het kenniscentrum Mediawijsheid te betrekken in het kader van beleidsvoorbereidende en –uitvoerende initiatieven.

- **Actie 1.1.2: De oprichting van een kenniscentrum Mediawijsheid**

Het kenniscentrum Mediawijsheid is een kleine, flexibele organisatie die middels een overeenkomst met de Vlaamse overheid, meer bepaald met de minister bevoegd voor Media, een financiering voor personeel en werking krijgt, gekoppeld aan een welomschreven opdracht, die zal worden geëvalueerd. Het kenniscentrum Mediawijsheid schrijft zich in in de doelstelling van het mediawijsheidsbeleid om alle burgers vandaag en morgen in staat te stellen om zich bewust, kritisch en actief te kunnen bewegen in een steeds meer gemediatiseerde samenleving. Dit moet de positie van burgers in de maatschappij versterken en/of bijdragen aan hun persoonlijk welbevinden. Daartoe bevordert het kenniscentrum Mediawijsheid de kennisopbouw en –deling bij organisaties en werkers in het brede veld van mediawijsheid. Het kenniscentrum biedt praktijkondersteuning en werkt aan praktijkontwikkeling. Het kenniscentrum Mediawijsheid werkt actief samen met de relevante stakeholders uit de overheid en het werkveld en bevordert de dialoog en samenwerking tussen die stakeholders. Het kenniscentrum werkt complementair en versterkend t.o.v. de reeds bestaande initiatieven in het veld. Via een oproep zal het kenniscentrum Mediawijsheid worden geselecteerd. Een operationalisering van de werking van het kenniscentrum wordt, na goedkeuring van de nota op de Vlaamse Regering, vooropgesteld voor 2013.

### OD 1.2: Regelgevend kader

Er is een nood aan een financiële ondersteuning die niet alleen kortlopende, maar ook projecten met een langere duurtijd mogelijk maakt.

De projectsubsiëring die werd uitgewerkt in 2011 is eerder experimenteel van aard en laat toe zicht te krijgen op het veld en de concrete werking van organisaties die met mediawijsheid bezig zijn. Op basis van de verworven inzichten kan in een later stadium bekeken worden of deze regeling verder gecontinueerd dan wel aangepast moet worden.

- Actie 1.2.1: Stimuleringsregeling

In het najaar van 2011 werden via een stimuleringsregeling subsidies uitgereikt vanuit de bevoegdheid Media.

De bedoeling van de stimuleringsregeling is projecten te honoreren die de positie van burgers in een steeds meer gemediatiseerde maatschappij versterken en/of bijdragen aan hun persoonlijke welbevinden. Het is de bedoeling om met deze stimuleringsregeling in te spelen op een aantal van de hierboven geschetste knelpunten.

Om deze missie te bereiken, wordt de mogelijkheid gecreëerd om subsidies te verlenen voor de volgende beleidsdoelstellingen:

1. 'Train the trainer': Deze subsidie wordt aangewend voor initiatieven die leerkrachten, vrijwilligers en vormingswerkers die zelf les en vorming geven aan de betrokken doelgroepen, op te leiden.
2. Het ontwikkelen van methodieken en vaardigheden naar specifieke doelgroepen toe: Deze subsidie wordt aangewend voor initiatieven die fungeren als 'blauwdrukprojecten' over mediawijsheid.
3. Veilig en verantwoord mediagebruik: Deze subsidie wordt aangewend voor initiatieven die werken rond veilig en verantwoord mediagebruik.
4. Beeldvorming bij de mediamaker: Deze subsidie wordt aangewend voor initiatieven die de mediamaker meer 'mediawijs' maakt.

In het kader van deze stimuleringsregeling konden subsidies worden aangevraagd voor train-the-trainer-projecten. Trainers worden vaak 'multifunctioneel' opgeleid; ze krijgen kennis mee over hoe ze vaardigheden kunnen stimuleren bij hun doelgroep, maar ook over hoe computers beveiligd en up-to-date kunnen worden gehouden. Op die manier kan ook voorzien worden in de noodzakelijke training voor een basisonderhoud van de beschikbare infrastructuur.

Bij de beoordelingscriteria werd de focus gelegd op kennisdeling, de uitrol van de activiteiten binnen Vlaanderen en de duurzaamheid van de resultaten<sup>40</sup>.

- Actie 1.2.2: Co-regulering van sociale media

In het sterk geïnternationaliseerde veld van de sociale media, is de ontwikkeling van een Vlaamse regelgeving terzakewellicht slechts ten dele een antwoord. Het EMSOC onderzoek moet op termijn de nodige inzichten verstrekken aan de overheid in welke mate regulerende

---

<sup>40</sup> Er werden uiteindelijk 6 projecten gehonoreerd.

initiatieven wenselijk en haalbaar zijn, maar bovenal welke co- en zelfregulering kan worden aangemoedigd en ondersteund.

Er kan daarnaast ook beroep worden gedaan op de wetgeving rond consumentenbescherming.

- Actie 1.2.3: Het innovatiefonds voor lerarenopleidingen.

Met het innovatiefonds voor lerarenopleidingen wil de Vlaamse Regering projecten financieren die de kwaliteit van de lerarenopleidingen ten goede komen door middel van innovatie. Een innovatieproject kan ingediend worden door één of meerdere initiële lerarenopleidingen, één of meerdere expertisenetwerken of een regionaal platform of een combinatie hiervan. Voor de oproep 2011 konden projecten aangevraagd worden binnen 5 thema's. Eén daarvan heeft betrekking op gaming. Binnen dit thema zal een game ontwikkeld worden voor gebruik in de lerarenopleidingen over klasmanagement. Voor de volgende oproep zal mediawijsheid als apart thema worden opgenomen in de call.

### OD 1.3: Kennisverwerving, onderzoek en monitoring

Een performant mediawijsheidsbeleid moet steunen op waardevol kwantitatief en kwalitatief onderzoeksmateriaal. De acties en initiatieven moeten worden onderbouwd met wetenschappelijk materiaal en de resultaten moeten worden gemonitord, opgevolgd en ontsloten.

- Actie 1.3.1: Oprichting Steunpunt beleidsrelevant onderzoek Media

Er wordt in 2012 een wetenschappelijk steunpunt voor beleidsrelevant onderzoek Media opgestart, Media genaamd. Het steunpunt zal zich onder meer bezig houden met het monitoren van mediaproductie, -gebruik en -vaardigheden, met aandacht voor klassieke en nieuwe media. Deze longitudinale aanpak, complementair aan bestaand surveymateriaal, moet toelaten mediavaardigheden in Vlaanderen op langere termijn te monitoren.

- Actie 1.3.2: Inventarisatie van het veld en up-to-date houden van de gegevens van de inventarisatie

Er wordt in 2012 een onderzoeksopdracht uitgevoerd voor een nulmeting van het mediawijsheidsveld. Doel van deze nulmeting is om de organisaties en initiatieven die actief zijn op het vlak van mediawijsheid, in kaart te brengen. Dit overzicht zal worden aangevuld met een SWOT-analyse van het mediawijsheidsveld waarbij de verschillende spelers in het veld worden bevraagd. De resultaten van dit onderzoek kunnen ook als input dienen voor het Steunpunt beleidsrelevant onderzoek Media.

Vertrekkende van bovenstaande nulmeting, moet een systeem worden ontworpen waarmee de inventaris van het veld actueel kan worden gehouden. Dit kan worden gerealiseerd via de werking van het kenniscentrum Mediawijsheid.



- Actie 1.3.3: Ontsluiting van onderzoeksresultaten: EU-Kids Online

EU Kids-Online is een Europees onderzoeksproject dat de online ervaringen van kinderen en hun ouders bestudeert. Meer specifiek gaat het over hun internetgebruik, internetvaardigheden, en eigen inschattingen van online kansen en risico's. Er wordt in 2012 een studiedag georganiseerd waarin uitgebreid wordt ingegaan op de (voor Vlaanderen relevante) onderzoeksresultaten. Deze worden tevens op een toegankelijke manier op de website van het Departement Cultuur, Jeugd, Sport en Media en (op termijn) op de website Mediawijsheid ontsloten.

- Actie 1.3.4: Beleidsrelevant onderzoek opstarten: reclamewijsheid

Er wordt in 2012 een onderzoek uitgevoerd betreffende de omgang van kinderen en jongeren met reclame. Tevens wordt onderzocht welke vaardigheden en instrumenten kinderen en jongeren nodig hebben in de omgang met reclame, en welke rol het beleid, de sector en organisaties als de VRM hierbij kunnen spelen.

- Actie 1.3.5: ICT-monitor uitbreiden

Met deze actie willen we de ICT-monitor uitbreiden met een aantal vragen of indicatoren die de thematiek van mediawijsheid omvatten. Het doel is om specifieke data te verwerven over de vaardigheden en percepties omtrent mediawijsheid enerzijds en gegevens over de concrete aanpak van het thema en de eindtermen mediawijsheid in het onderwijs anderzijds.

De eerstvolgende afname van MICTIVO<sup>41</sup> is gepland voor eind 2012, de resultaten worden verwacht tegen september 2013.

- Actie 1.3.6: Aandacht voor de ontsluiting van reeds beschikbare data

Jaarlijks peilt de studiedienst van de Vlaamse Regering in een survey naar onder meer computer- en internetbezit, computer- en internetgebruik en nieuwsgaring. Gezien het recurrente karakter van het onderzoek, zijn hieruit belangrijke trends af te leiden. In deze is het belangrijk dat er eveneens afgestemd wordt met het steunpunt beleidsrelevant onderzoek Media.

De Vlaamse wetgever gaf de Vlaamse Regulator voor de Media de opdracht om jaarlijks de concentratie in de Vlaamse mediasector in kaart te brengen. Met het rapport 'Mediaconcentratie in Vlaanderen' brengt de Regulator de Vlaamse mediasector in kaart, worden de belangrijkste evoluties beschreven en wordt de bestaande concentratie gemeten. De resultaten geven ook een duidelijk inzicht in het Vlaamse medialandschap en de economie van de media.

Het rapport is tot nu toe vooral gericht op beleidsmakers. In het licht van het voorliggend mediawijsheidsbeleid is het wenselijk het jaarlijkse rapport in de toekomst te ontsluiten in een gebruiksvriendelijk formaat en taal.

---

<sup>41</sup> MICTIVO staat voor "Monitor ICT in het Vlaamse Onderwijs". Deze ICT-monitor bevat analyses over vier groepen indicatoren die worden bevraagd: ICT-infrastructuur, ICT-integratie, competenties en percepties over ICT-gebruik op school. De afname gebeurt bij zowel directies, leerkrachten als leerlingen en levert aldus een breed beeld op van de ICT-situatie en gebruik van nieuwe media in het Vlaamse onderwijs. Een nieuwe dataverzameling is gepland voor 2012.

## **SD2: Het stimuleren en verhogen van competenties**

De omgang met de diverse media op een kritische en efficiënte, maar ook op een verantwoorde en veilige manier, vereist kennis, vaardigheden, en attitudecompetenties. Het stimuleren en verhogen van competenties is één van de kerndoelstellingen van een mediawijsheidsbeleid.

Uiteraard dragen in deze context ook de acties, geformuleerd in het kader van kennisverwerving, onderzoek en monitoring, bij aan een toenemend inzicht bij de overheid, de sector en het publiek.

### **OD 2.1: Competentie-ontwikkeling**

Mediawijsheid is in eerste instantie een verhaal van kennis, vaardigheden en attitudes t.a.v. mediagebruik. Voor deze operationele doelstelling worden acties geformuleerd die gericht zijn op zowel de algemene (media)vorming als op aspecten die op bepaalde specifieke segmenten van het mediagebeuren slaan, bv. beeldgeletterdheid. Daarenboven is er aandacht voor zowel de mediamaker als de mediagebruiker.

- **Actie 2.1.1: Beheersovereenkomst VRT: educatieve opdracht VRT krijgt focus op mediawijsheid**

In de beheersovereenkomst met de VRT 2012-2016 worden enkele bepalingen met betrekking tot mediawijsheid opgenomen. De VRT integreert het aanleren van mediawijsheidscompetenties in haar programmatie, de (vooral jonge) kijker of luisteraar wordt een kans geboden tot creatie en co-creatie. Daarnaast krijgt de openbare omroep een taak m.b.t. het dichten van de digitale kloof.

De VRT zet ook een structurele samenwerking op met het mediawijsheidplatform 'Ingebeeld' van Onderwijs.

- **Actie 2.1.2: Actie(s) jongeren en media**

In uitvoering van het Vlaams Jeugdbeleidsplan, dat het geïntegreerd jeugdbeleid van de Vlaamse Regering tot 2014 vastlegt, kan een netwerk van jongerenorganisaties worden opgericht. Dat gebeurt bij voorkeur door de diverse jongerenmediaorganisaties zelf.<sup>42</sup> Binnen dit netwerk kunnen zij leren van elkaars expertise, hun zichtbaarheid t.a.v. de buitenwereld en meer in het bijzonder de klassieke media vergroten. Zij kunnen hun krachten bundelen en gezamenlijke projecten tot stand brengen. Dit netwerk kan worden gefaciliteerd door een aantal acties zoals de organisatie van een jongerenmediadag.

---

<sup>42</sup> Deze actie sluit nauw aan bij strategische doelstelling 12 en operationele doelstelling 12.3 van het Vlaams Jeugdbeleidsplan.

Thans geven organisaties als het jongerenpersagentschap Stampmedia en Javi TV jongeren een kans om hun visie op de maatschappij en de actualiteit te uiten. Af en toe worden deze verhalen opgepikt door de klassieke media. Zo worden er op regelmatige basis artikels van StampMedia gepubliceerd door Gazet van Antwerpen. Ook het nieuwe Villa Crossmedia-project zal jongeren een stem geven.

- Actie 2.1.3: Verankering media- en beeldgeletterdheid in het onderwijscurriculum

De maatschappelijke context vraagt een specifieke invulling van competenties zoals mediawijsheid, ICT, informatie- en digitale geletterdheid. De invoering van eindtermen in de vorm van vakspecifieke en vakoverschrijdende eindtermen en ontwikkelingsdoelen biedt een antwoord op deze maatschappelijke vraag. Bestaande eindtermen ICT en mediawijsheid worden verder gevalideerd. Verder zal er een expertengroep opgezet worden die de thematiek van beeldgeletterdheid verder zal uitdiepen en de nood aan een verdere verankering van beeldgeletterdheid en mediawijsheid in het onderwijscurriculum zal beargumenteren. Desgevallend zullen nieuwe eindtermen ontwikkeld worden om beeldgeletterdheid te integreren in het onderwijscurriculum.

- Actie 2.1.4: ICT-vorming volwassenen, laaggeletterden en kansarmen: nieuw opleidingsprofiel ICT in de basiseducatie

De opleiding ICT in de basiseducatie is erop gericht cursisten te leren omgaan met een veelheid aan mogelijkheden van ICT en digitale media. Een nieuw opleidingsprofiel moet tegemoet komen aan de actuele noden. Dit nieuwe profiel is in voege gegaan vanaf 15 april 2012. De cursist is er op het einde van de opleiding in die mate mee vertrouwd, dat hij of zij zonder drempelvrees en op een veilige manier gebruikmaakt van ICT en digitale media in het dagelijks leven. De sturende idee achter dit opleidingsprofiel voor ICT en digitale media is dat laaggeschoolde volwassenen vooral baat hebben bij het verhogen van hun handelingsbekwaamheid.

- Actie 2.1.5: EVC en E-portfolio

Heel wat competenties doen jongeren en volwassenen op buiten het formele onderwijs. Denk aan jongeren die zich thuis zelf bekwamen in computervaardigheden, digitaal muziek maken, samplen, zelf video maken, artikels schrijven voor een blog of website,... De erkenning van dergelijke vaardigheden zal in de toekomst steeds belangrijker worden. Daarom is het belangrijk te investeren in EVC-procedures zoals het e-portfolio. Diverse portfoliosystemen worden reeds door de overheid gefinancierd of ondersteund: *My-Digital-Me* voor onderwijsuitstromers, *WAI-PASS* voor leerlingen met autisme, *Oscar* voor competenties opgedaan in het Sociocultureel en het Jeugdwerk, *C-stick*, enz. E-portfolio's hebben de mogelijkheid persoonlijke ontwikkelingsplanning te ondersteunen, eigen mediaproducties bij te houden enz. Met deze actie willen we het gebruik van dergelijke portfoliosystemen stimuleren door met alle betrokken partijen te overleggen.

- Actie 2.1.6: Creatief gebruik van media bevorderen

Om creatief gebruik van media te bevorderen wordt een drieledige versterking van het digitale mediagebruik gehanteerd. Bij de hervorming van het Secundair Onderwijs zal rekening gehouden worden met nieuwe kerncompetenties, waaronder mediawijsheid. De hervorming van het Deeltijds Kunstonderwijs (inwerkingtreding decreet 1 september 2014) voorziet in een nieuw leertraject "media" (naast de huidige leertrajecten beeld, dans, muziek en woord). Naast algemene mediakunst zijn er richtingen voorzien zoals Audiovisuele Media en Auditieve Media. Het is de bedoeling dat in de opleiding mediakunst zaken als animatiefilm, video- en filmkunst en mediaperformance aan bod komen. In de andere

leertrajecten is er bovendien kruisbestuiving voorzien. Zo komt *Auditieve Media* ook aan bod in de 4<sup>e</sup> graad van het leertraject Muziek.

Tenslotte dient de media component ook in het Hoger Onderwijs versterkt te worden. Een sterke focus ligt hierbij met name op beeldgeletterdheid: het omgaan met en inzicht in de impact van (digitale) beelden.

- Actie 2.1.7: Een vormingsaanbod voor leraren voorzien

De digitale geletterdheid van leraren verhogen is eveneens een doelstelling van het voorliggende actieplan. Tussen 2000 en 2011 kregen jaarlijks een 10.000 tal leraren specifieke ICT-vormingen in het kader van het project REN Vlaanderen. Vanaf het schooljaar 2011-2012 worden de ICT-nascholingen voor leraren, gefinancierd door de Vlaamse overheid, georganiseerd door de pedagogische begeleidingsdiensten. De ICT-vorming is niet meer op zichzelf staand (zoals via aparte ICT-cursussen) maar maakt een integraal deel uit van een vakgerichte of themagerichte opleiding.

- Actie 2.1.8: Lancering en productie van educatieve games

Tijdens het schooljaar 2010-2011 werd het game PING - Poverty Is Not a Game – gelanceerd naar alle secundaire scholen. Tijdens het schooljaar 2011-2012 wordt het game Re:Pest gebruikt in het secundair onderwijs. Het game werd ontwikkeld in het kader van een preventiebeleid tegen pesten en antisociaal gedrag op school. Uit een evaluatie blijkt dat het game veel potentieel heeft, maar beter ingebed moet worden in een breder ondersteuningstraject. Daarom wordt in de eerste helft van 2012 extra lesmateriaal ontwikkeld om de scholen bij het gebruik van het game te ondersteunen. Algemeen zal ook worden nagegaan hoe we de productie van educatieve games in Vlaanderen kunnen stimuleren.

### **SD3 Het creëren van een e-inclusieve samenleving**

De digitale kloof of de scheidingslijn in de maatschappij tussen zij die wel de toegang en de vaardigheden hebben om met ICT om te gaan en zij die deze toegang en vaardigheden niet hebben, dient te worden bestreden. Er moet een bijdrage worden geleverd aan een meer inclusieve maatschappij waar de toegang tot media gegarandeerd wordt en iedereen de nodige mediawijsheidscompetenties heeft.

#### **OD 3.1: Infrastructuur**

Uit onderzoek blijkt dat nog niet iedereen toegang heeft tot ICT en het internet. Toch worden die bijkomende kanalen meer en meer belangrijk om mediacontent te ontsluiten en eraan te participeren. Naast de geïndividualiseerde toegang via de pc thuis, zijn er natuurlijk ook publieke plekken waar de gebruiker toegang kan hebben tot media-infrastructuur. Daarbij spelen ook scholen een erg belangrijke rol; ook zij dienen over een degelijke basisinfrastructuur te beschikken. De (jonge) mediamaker heeft daarnaast dan ook nood aan plekken om te experimenteren, te creëren etc.

- **Actie 3.1.1: Basisinfrastructuur in scholen**

Van scholen wordt verwacht dat zij nieuwe media integreren in hun lessen. Daarvoor is een degelijke basisinfrastructuur noodzakelijk. Daarom wordt vanaf schooljaar 2011-2012 voorzien in een nieuw grootschalig programma voor internetvoorzieningen in scholen. Daarover werd een akkoord bereikt met Telenet. Scholen kunnen tegen gunsttarieven gebruik maken van hoge bandbreedtes en ondersteunende diensten zoals beveiliging en bovenschools IT-beheer.

- **Actie 3.1.2: Een school voor de toekomst<sup>43</sup>**

De maatschappelijke en technologische evoluties zorgen voor een gigantische uitdaging m.b.t. de schoolinfrastructuur. De jongeren van vandaag zullen als volwassenen in het midden van de 21<sup>ste</sup> eeuw vooral nood hebben aan competenties waarmee ze zich steeds opnieuw kunnen aanpassen aan nieuwe evoluties. Hoe pas je een schoolgebouw daaraan aan? Hoe integreer je media en technologie op een duurzame manier? Welke eisen stelt dat op vlak van didactiek, interieur en bouwvereisten? Het beleidsdomein Onderwijs en Vorming wil een innovatief totaalconcept ontwikkelen voor een school voor de toekomst. Bedoeling is om een performante, duurzame en gebruiksvriendelijke en flexibele leeromgeving te creëren voor competentie ontwikkelend onderwijs. Alle elementen – gebouw, meubilair en digitale media – komen in het project aan bod en moeten perfect op elkaar afgestemd zijn.

- **Actie 3.1.3: Betaalbare internettarieven**

Het dossier van de universele dienstverlening en sociale tarieven voor internet dient in overleg met de betrokken actoren (o.m. federale regering) te worden opgevolgd. Daarin

---

<sup>43</sup> Zie : <http://www.svdt.be>

moeten we prioritair inzetten op een volwaardige toegang voor mensen in armoede zodat zij kunnen deelnemen aan de digitale samenleving.

Teneinde meer te kunnen wegen op de besluitvorming inzake deze problematiek, kan een Vlaams dossier worden voorbereid dat beter inzicht biedt in de stand van zaken en mogelijke 'beleidsruimte'. Hierbij wordt in eerste instantie een overzicht gemaakt van de betrokken partners en de regelgeving (ook Europees).

- Actie 3.1.4: Innovatielabs, mediawijsheidscentra, openbare infrastructuur

De overheid voert via haar beleid ook indirect een toegankelijkheidsbeleid doordat er wordt ingezet op participatieve projecten die worden opgestart vanuit centra die een (semi)professionele media-omgeving aanbieden. Deze centra bieden begeleiding en starten zelf projecten op waarbij jongeren of andere doelgroepen aan de slag kunnen met verschillende media en al doende mediawijzer worden. Er zou daarbij ook kunnen nagegaan worden hoe het bundelen van expertise en materiaal van dergelijke infrastructuren met deze van actoren uit de media-industrie kan leiden tot een meer duurzame aanpak van infrastructurele knelpunten waaronder ook het onderhoud van hardware.

### OD 3.2: Contentontsluiting

Een performant mediawijsheidsbeleid hangt evenzeer samen met de beschikbaarheid van voldoende, gediversifieerde en op-maat content die mensen motiveert om de diverse media te gebruiken.

Naast competenties om met media om te gaan, is het dus ook van belang aandacht te hebben voor de inhoud van de media en de platformen waarop deze inhoud ontsloten worden. Hierna worden de acties opgesomd die gericht zijn op contentvoorziening en het beschikbaar stellen van mediaplatformen voor ontsluiting.

- Actie 3.2.1: Ingebeeld en Platform mediawijsheid

Ingebeeld 1 en 2 zijn mediapakketten voor het basisonderwijs ontwikkeld na het onderzoek Audiovisuele vorming in het Vlaams Onderwijs (2004) in samenwerking met verschillende partners en in co-productie met Jekino. Ze worden tegen een gereduceerd tarief aangeboden voor scholen. Ingebeeld 3 is een online module voor het secundair onderwijs. Er zijn veel mogelijkheden voor mediawijsheid binnen verschillende vakken in uitgewerkt. Sinds 2011 is het online gedeelte geïntegreerd in het INgeBEELD-platform ([www.ingebeeld.be](http://www.ingebeeld.be)). Dit platform is een open, digitale leeromgeving waarin leerlingen, studenten, leerkrachten en lectoren samen bouwen aan multimediale geletterdheid of mediawijsheid, aan de hand van relevante praktijkvoorbeelden. Het platform is in nauwe samenwerking met de onderwijskoepels (via een stuurgroep) ontwikkeld en wordt vanaf het najaar 2011 beheerd door het AOC (Agentschap voor Onderwijscommunicatie). In uitvoering van de nieuwe beheersovereenkomst met de VRT, zijn de gesprekken over samenwerking met de VRT opgestart.

Er is een apart deelproject voor lerarenopleidingen. Binnen het netwerk cultuureducatie van de lerarenopleiding (volledige vertegenwoordiging) heeft CANON haar laboprojecten 2010

en 2011 afgestemd op verdere uitbouw en expertisedeling rond het platform. Verschillende hogescholen en universiteiten hebben al ingetekend. De eerste resultaten staan al op het platform (project: koesteren of goesting). Hoe ook vakken als wiskunde, wetenschappen... gebruik kunnen maken van multimedia en (dus ook van) het platform wordt op dit moment in beeld gebracht.

- Actie 3.2.2: Kranten in de Klas

Kranten in de Klas is een leesbevorderingstraject dat van start ging tijdens het schooljaar 2003-2004. Kranten in de Klas werkt uitvoerig aan mediawijsheid. Leerlingen maken eerst en vooral kennis met het hele spectrum van (betalende) Nederlandstalige kranten. Ze leren vervolgens kritisch omgaan met media en informatie. Ook de derde pijler van gedegen media-educatie komt aan bod: leerlingen kunnen actief aan de slag met de [KrantenMaker](#) van Kranten in de Klas. Gezien het succes zullen we dit traject in de toekomst verderzetten en zullen we ook bekijken of het mogelijk is een aantal nieuwe accenten te leggen zoals de koppeling aan de digitale nieuwsgaring.

- Actie 3.2.3: Mediawijsheidsprojecten vanuit de bibliotheek

Met "De Bib op School" wil Bibnet de structurele samenwerking tussen de openbare bibliotheek en de lokale scholen stimuleren. Via de elektronische leeromgeving van de school krijgen leerlingen en leerkrachten toegang tot betrouwbare en kwaliteitsvolle bronnen van de lokale bibliotheek. De fysieke collectie (boeken, cd's, dvd's, ...) kan doorzocht (en gereserveerd) worden. De digitale collectie (e-boeken, digitale muziek, krantenarchief, recensies...) is onmiddellijk toegankelijk.

Deze ontsluiting is echter slechts de eerste stap: om betekenisvol aan de slag te gaan met dit rijke aanbod biedt de bibliotheek daarbij extra ondersteuning, variërend van inhoudelijke ondersteuning inzake leesbevordering of mediawijsheid, tot praktische logistieke ondersteuning. In het najaar 2011 ging "de Bib op School" van start met 2 pilootprojecten. "De bib op school" focust eerst op secundaire scholen. In de komende jaren kan het project uitgebreid worden naar het basisonderwijs.

In 2011 hebben Bibnet en de mediadatabank Mediargus de lopende overeenkomst uitgebreid om toe te laten dat leden van de bibliotheek met hun bibliotheeklogin ook van thuis uit toegang kunnen krijgen tot alle artikels in de databank. Het project is gestart in het najaar van 2011 met een piloot in één provincie van Vlaanderen. De uitbreiding bepaalt ook dat alle bibliotheken die abonnee zijn van een Mediargusproduct hun toegangsrechten kunnen delen met de lokale lagere en secundaire scholen van hun gemeente vanaf 2012. Dit project zal de toegang tot kwaliteitsvolle media-inhouden in scholen verbeteren.

- Actie 3.2.4: Standaardisering van digitale leerobjecten

Wanneer we digitale leermaterialen willen uitwisselen is het belangrijk dat deze op een correcte manier gestandaardiseerd en beschreven zijn. Dergelijke standaardisering en metadatering zijn cruciaal om bv. collecties beeldmateriaal (erfgoed, educatief portaal, VIAA, VRT-archief,...) gericht te doorzoeken. Reeds twee jaar financiert de overheid het beheer

van de pubelo metadatastandaard<sup>44</sup> voor digitale leermaterialen. Eén van de taken voor 2009-2010 was dat de opdrachtnemer een bredere agenda zou uitwerken over e-leerstandaarden. Er is momenteel nood aan een meer professionele structuur waar standaarden niet alleen beheerd en gepromoot worden, maar waar ze ook ontwikkeld worden. In 2011-2012 willen we via bestaande organisaties de rol van e-standaarden herbekijken en op een meer professionele leest schoeien.

- Actie 3.2.5: Audiovisueel archiefmateriaal voor educatieve doeleinden

In afwachting van de eventuele oprichting van een Vlaams Instituut voor de Archivering van het Audiovisueel Erfgoed (VIAA) in Vlaanderen, kan er wel gesteld worden dat de digitalisering en ontsluiting van audiovisueel archiefmateriaal een schat aan inhoud zou aanreiken die gebruikt kan worden in tal van mediawijsheidsprojecten. De materialen moeten weliswaar worden gecontextualiseerd voor klasgebruik zodat deze kunnen beschikbaar gesteld worden voor verschillende leergebieden en vakken (niet uitsluitend voor het evidente gebruik in bv. geschiedenisonderwijs). Door goed overleg tussen een Vlaams Instituut voor de Audiovisuele Archivering en Onderwijs kunnen media een toegevoegde waarde zijn voor verschillende lesinhouden. Tevens dient er desgevallend een standaardovereenkomst voor het gebruik van materiaal van VIAA voor mediawijsheidsprojecten te worden opgesteld waarop organisaties uit het mediawijsheidsveld kunnen intekenen.

Een belangrijke actor in dit verhaal is de VRT. In de beheersovereenkomst 2012-2016 werden alvast de nodige afspraken gemaakt opdat de continuïteit van de digitalisering van het VRT-archief gegarandeerd is. Bovendien biedt de beheersovereenkomst een kader waarin de overgang naar een VIAA kan gebeuren.

- Actie 3.2.6: Een website mediawijsheid

Kennis met betrekking tot mediawijsheid wordt op een actieve wijze ontsloten via een website. Wat het wetenschappelijk onderzoek betreft, maakt de website een duidelijk onderscheid tussen de onderzoeksresultaten zelf en de vertaling ervan naar de gebruiker.

Ook de kennis van het veld wordt op een overzichtelijke manier in de website geïntegreerd. Er kunnen linken worden gelegd naar de diverse organisaties.

Er wordt doorgelinkt naar de educatieve portaalsite en naar de website gaming (cf. infra). De website is bij voorkeur aanwezig op de populaire sociale netwerksites. In een verdere fase kan de website evolueren naar een online omgeving waar interactiviteit wordt aangemoedigd.

- Actie 3.2.7: Een educatieve portaalsite

Er wordt momenteel nagedacht over de doorontwikkeling van een educatieve portaalsite ten behoeve van onderwijsactoren. De kerntaak van de educatieve portaalsite bestaat erin leerinhouden op een gestructureerde en gestandaardiseerde manier ter beschikking te stellen van eindgebruikers. Er wordt daarbij niet uitsluitend gedacht aan open of vrije (gratis) inhouden, maar ook aan (verwijzingen naar) leermiddelen van commerciële uitgevers.

---

<sup>44</sup> Het Pubelo-project (2005-2007) heeft het probleem van de e-leerstandaarden in Vlaanderen op de kaart gezet. Belangrijkste resultaten zijn een Vlaams metadata-applicatieprofiel voor de beschrijving van digitaal leermateriaal (gebaseerd op een internationaal aanvaarde standaard) en het overleg dat tot stand is gekomen tussen verschillende actoren.



Daarnaast kunnen ook kwaliteitsvolle digitale ondersteuningstools en praktijkvoorbeelden ontsloten worden. Het spreekt voor zich dat ook m.b.t. mediawijsheid en gaming een dergelijke portaalsite een belangrijke rol kan spelen. We denken daarbij aan de uitwisselingen van praktijkvoorbeelden, lesmateriaal, multimedia enz. Tijdens het schooljaar 2011-2012 zal een nieuwe subsite ontwikkeld worden over mediawijsheid met aangepast lesmateriaal en methodieken: [www.klascement.be/mediawijsheid](http://www.klascement.be/mediawijsheid).

- Actie 3.2.8: Een meer uitgebreide website gaming

De website gaming ([www.vlaanderen.be/gaming](http://www.vlaanderen.be/gaming)) zal worden geactualiseerd, en tevens worden uitgebreid met een educatief luik dat verwijst naar de educatieve portaalsite die dieper ingaat op het gebruik van games in het onderwijs.

### OD 3.3: Genuanceerde en niet-stereotyperende beeldvorming

Een genuanceerde en niet-stereotyperende beeldvorming is cruciaal voor iedereen in de samenleving. Het doet recht aan de verschillen die er zijn en getuigt van het noodzakelijke respect dat eenieder verdient. Beeldvormingsinitiatieven kunnen zich richten zowel naar de mediagebruiker als naar de mediamaker.

- Actie 3.3.1: E-inclusie: Mediawijsheid en armoede

Media spelen een belangrijke rol inzake de beeldvorming over mensen in armoede. Het Vlaams Netwerk van verenigingen waar armen het woord nemen zal in 2011-2012 via vier acties deze problematiek aanpakken. Het project zet in op een meer correcte beeldvorming van mensen in armoede in de media in Vlaanderen en op mediavaardigheden van zowel mensen in armoede als media-actoren. Hiertoe ontplooit het Vlaams Netwerk de volgende activiteiten:

1. Overlegplatform media en armoede met actoren in het medialandschap
2. Vorming aan professionele journalisten/tv-producenten/... over armoede
3. Vorming aan mensen in armoede over het omgaan met (vragen uit) de media
4. Bekend maken van de expertendatabank van de Vlaamse overheid bij ervaringsdeskundigen in de armoede en armoedeverenigingen

- Actie 3.3.2: Acties gericht op mediamakers rond een genuanceerde en niet-stereotiepe beeldvorming in het kader van het Vlaamse Gelijke Kansenbeleid

Het Vlaamse Gelijke Kansenbeleid stelt zich tot doel de achterstand(en) te voorkomen of te compenseren. Het richt zich daarbij in het bijzonder op het bestrijden van achterstellings- en uitsluitingsmechanismen die veroorzaakt worden door gender, seksuele oriëntatie en ontoegankelijkheid. Het wil deze zichtbaar en bespreekbaar maken, ze bestrijden en de totstandkoming van nieuwe dergelijke mechanismen voorkomen.

Hiertoe werden er een doelstellingenkader en enkele acties uitgewerkt onder meer m.b.t. media.

Diverse doelgroepen worden soms op een niet-genuanceerde en stereotiepe wijze in beeld gebracht. Mediamakers zijn hiervoor niet altijd even gevoelig en/of missen kennis over het onderwerp en de doelgroep.

- In de beheersovereenkomst met de VRT krijgt de genuanceerde en genderneutrale beeldvorming m.b.t. doelgroepen concrete aandacht.
- Daarnaast wordt de expertendatabank beter bekend gemaakt bij de gebruikers. Deze databank bevat gegevens van experten die vrouw, transgender, allochtoon en/of persoon met een functioneringsbeperking zijn. Vrouwelijke, transgendere, allochtone en gehandicapte specialisten zijn in onze maatschappij aanwezig, maar komen in de media te weinig aan bod. De expertendatabank wil hun zichtbaarheid in de media bevorderen en de stereotiepe beeldvorming doorbreken. Om een optimaal gebruik te bewerkstelligen, wordt de expertendatabank via zoveel mogelijk kanalen onder de aandacht van haar doelpubliek gebracht.
- Een derde actie rond beeldvorming betreft het inventariseren en communiceren van bestaande praktijken. De bestaande goede praktijken en informatie over genderbeeldvorming worden verzameld en gecommuniceerd onder meer op de website van het departement CJSM.

In een latere fase kunnen ze worden opgenomen op de website Mediawijsheid.

## **SD4: Het creëren van een veilige en verantwoorde mediaomgeving**

Het gebruik van vooral nieuwe media houdt niet alleen kansen maar ook risico's in. Een mogelijke aanpak bestaat erin om o.m. (zelf)regulerende initiatieven te bevorderen (zie o.m. actie 1.2.2). Zeker moet er alvast ingezet worden op het sensibiliseren en moet er werk worden gemaakt van diverse e-safety-initiatieven.

### OD 4.1: Sensibilisering

Via diverse sensibiliseringsinitiatieven dient de Vlaming meer bewust te worden gemaakt van de kansen en risico's die bij mediagebruik bestaan. Dergelijke acties kunnen ook informeren en bewust maken over de instrumenten die hen toelaten meer mediawijs om te gaan met de media. Eén van de tools die ook een sensibiliserende rol kunnen vervullen, zijn de hogervermelde websites.

- Actie 4.1.1: Ouders en opvoeders sensibiliseren

De e-safety campagne 2012 sluit aan op het Europese jaarthema van Safer Internet Day 2012: "Connecting generations and educating each other".

Tussen maart 2012 en september 2013 zullen minstens 120 ouderavonden worden georganiseerd in scholen van het leerplichtonderwijs. De organisatie daarvan is in handen van Child Focus en de Gezinsbond. Ook moeilijk bereikbare doelgroepen zullen worden betrokken. De inhoudelijke focus van deze campagne ligt op de opportuniteiten die nieuwe media en het internet bieden.

- Actie 4.1.2: Campagne rond commerciële communicatie

Er wordt een sensibiliseringscampagne ingericht rond commerciële communicatie en beeldgeletterdheid. Deze zou vooral rond kritische visie en bewustmaking moeten werken met kinderen en jongeren als prioritaire doelgroep. Deze campagne bouwt verder op het onderzoek rond reclame vermeld onder punt 1.3.5.

- Actie 4.1.3: Campagne Privacy en Sociale Netwerksites

Er wordt een sensibiliseringscampagne ingericht rond privacy, digitale identiteit en het gebruik van sociale netwerksites. Deze zou vooral rond kritische visie en bewustmaking moeten werken met kinderen en jongeren als prioritaire doelgroep. De centrale boodschap is "Wie ben ik online?" en "Hoe gedraag ik me online?". De campagne biedt ondersteunende tips en tricks voor leraren en leerlingen en reikt lesmateriaal aan om dit thema aan te pakken op klasniveau.

- Actie 4.1.4: Dynamodagen, cultuurdagen en dag van de cultuureducatie

Binnen het vormingsaanbod van CANON Cultuurcel wordt i.s.m. diverse partners op elke studiedag 'mediawijsheid' ingeschreven binnen een culturele blik op talentontwikkeling en zelfbewustzijn (culturele identiteit).

#### OD 4.2: Veilig en verantwoord mediagebruik (e-safety)

De omgang met media houdt niet alleen positieve maar ook negatieve effecten in. Vaak heeft media-inhoud een handleiding nodig. Er worden tools en instrumenten ontwikkeld die ouders, opvoeders en gebruikers de richting wijst bij mediagebruik.

- Actie 4.2.1: PEGI beter bekendmaken

Het Pan-European Game Information (PEGI) leeftijdsclassificatiesysteem is opgezet om Europese ouders te helpen weloverwogen beslissingen te nemen over de aankoop van computerspellen. Het werd ingevoerd in het voorjaar van 2003 en verving een aantal nationale leeftijdsclassificatiesystemen door één systeem dat nu in de meeste landen van Europa wordt gebruikt.

De PEGI-leefijdsclassificatielogo's staan op de voor- en achterkant van de verpakking en geven één van de volgende categorieën aan: 3, 7, 12, 16 en 18. Ze geven een betrouwbare indicatie van de geschiktheid van het spel met het oog op de bescherming van minderjarigen. Bij de leeftijdsclassificatie wordt geen rekening gehouden met de moeilijkheidsgraad of de vaardigheden die nodig zijn om een spel te spelen.

Inhoudspictogrammen op de achterzijde van de verpakking tonen de belangrijkste redenen waarom aan een spel een bepaalde leeftijdsclassificatie is toegekend. Er zijn acht van dergelijke inhoudspictogrammen: geweld, grof taalgebruik, angst, drugs, seks, discriminatie, gokken en online spelen met andere mensen.

PEGI kan ook ruimer bekend worden gemaakt in Vlaanderen via een sensibiliseringscampagne.

- Actie 4.2.2: Lesmateriaal Child Focus veilig ICT-gebruik

Via de structurele samenwerking met Child Focus worden lespakketten en ander materiaal over veilig ICT-gebruik verspreid naar de verschillende doelgroepen. Het platform Clicksafe ([www.clicksafe.be](http://www.clicksafe.be)) wordt gebruikt als gezamenlijk verspreidingskanaal van informatie, lesmateriaal en als centraal meldpunt voor problemen i.v.m. e-safety. Child Focus coördineert in België het Saferinternet initiatief via het BE SIC-project (=Belgian Safer Internet Centre). Deze actie behelst de promotie van [www.clicksafe.be](http://www.clicksafe.be) en de verspreiding van nieuwe lespakketten i.s.m. Child Focus. Child Focus zal ook betrokken worden als inhoudelijk expert bij de diverse sensibiliseringscampagnes (zie luik "Sensibilisering").

- Actie 4.2.3: e-Safety label

Vlaanderen participeert samen met 5 andere landen/regio's aan een internationaal pilootproject "e-safety label" waarbij aan scholen instrumenten voor zelfevaluatie worden aangereikt met als doel de visieontwikkeling en sensibilisering omtrent ICT-veiligheid en de ontwikkeling van veilig ICT beleid op schoolniveau te stimuleren. Scholen kunnen een veilig ICT-label behalen op basis van gestandaardiseerde (zelf)evaluatietools. De resultaten van dit pilootproject worden verwacht tegen eind 2011. Een uitrol is voorzien vanaf september 2012.