

**Advies**

**Algemene Raad i.s.m. Sectorraad  
Media en Sectorraad Sociaal-  
Cultureel Werk  
13 september 2017**

## Advies over het Vlaamse mediawijsheidsbeleid

---

Naar aanleiding van het vernieuwen van het contract met het Vlaams Kenniscentrum Mediawijsheid (ook: 'Mediawijs') brengt de SARC op eigen initiatief advies uit bij het Vlaamse mediawijsheidsbeleid.

De Sectorraad Media nam het initiatief voor een advies. Andy Demeulenaere, coördinator van Mediawijs en namens het kenniscentrum vertegenwoordiger in de Sectorraad Media, gaf toelichting over de werking ervan op de vergadering van de Sectorraad Media van 19 juni 2017.

De Sectorraad Media besprak een ontwerptekst op zijn vergadering van 5 juli 2017. De Sectorraad Sociaal-Cultureel Werk besprak het advies op zijn plenaire vergadering van 7 juli 2017. De Algemene Raad coördineerde het advies op zijn vergadering van 30 augustus 2017.

### Situering

Met mediawijsheid wordt bedoeld: het geheel van kennis, vaardigheden en attitudes waarmee mensen zich bewust, kritisch en actief kunnen bewegen in een gemediatiseerde samenleving. Het is het vermogen tot een actief en creatief mediagebruik dat gericht is op maatschappelijke participatie.

De eerste discussies rond de nood aan een beleid rond mediawijsheid startten een tiental jaar geleden in het Vlaams Parlement, met o.a. een resolutie in 2008. Over de oprichting van een kenniscentrum mediawijsheid wordt vanaf ca. 2009 gepraat. De Sectorraad Media van de SARC draagt aan deze discussie bij met een advies aangaande mediageletterdheid<sup>1</sup>.

Verschillende ministers bevoegd voor media hebben mediawijsheid sindsdien in hun beleid ingeschreven. In 2012 stelden de toenmalige ministers bevoegd voor Media en voor Onderwijs een gezamenlijke conceptnota mediawijsheid voor. De SARC adviseerde daarover in een advies van de Algemene Raad, de Sectorraad Media en de Sectorraad Sociaal-Cultureel Werk<sup>2</sup>. Het kenniscentrum werd een jaar later opgericht als een consortium van verschillende partners, zowel uit de academische wereld als het werkveld. In 2015 startte het kenniscentrum in een tweede contract, als eigen entiteit binnen iMinds (nu: imec), met eigen personeel. Ook minister Gatz maakt van het thema een speerpunt in zijn beleid.

---

<sup>1</sup> Sectorraad Media, *Advies aangaande mediageletterdheid*, 10 september 2009.

[https://cjsm.be/sarc/SR\\_media/adviezen/225\\_08\\_MED\\_advies\\_mediageletterdheid\\_20090910.pdf](https://cjsm.be/sarc/SR_media/adviezen/225_08_MED_advies_mediageletterdheid_20090910.pdf)

<sup>2</sup> SARC, *Advies over de Conceptnota Mediawijsheid*, 12 juni 2012. <https://cjsm.be/sarc/AR/adviezen/20120620-gecoördineerd-advies-conceptnota-mediawijsheid.pdf>

Het kenniscentrum stimuleert de mediawijsheid in Vlaanderen door rechtstreeks bij het publiek campagnes te voeren, door vorming, tools en netwerkvorming aan te bieden via intermediaires, door samen te werken met de mediasector rond informatie, checklists en netwerking. Zij doen dit vanuit onderzoek en praktijkexpertise. Ook voeren zij tweejaarlijks een veldtekening uit. Talrijke organisaties in Vlaanderen werken immers aan de ontwikkeling van mediawijsheid rond één of meerdere aspecten.

## Advies

### 1. Waardering voor beleid rond mediawijsheid

De SARC is zeer tevreden dat het thema mediawijsheid op de agenda van de Vlaamse regering blijft staan. Het is immers een kernelement in velerlei bewegingen en evoluties – zowel op technisch als op maatschappelijk vlak – in de mediasector en daarbuiten. De raad denkt daarbij bijvoorbeeld aan de verschuivingen in gebruik van media en media-applicaties (zoals sociale media)<sup>3</sup>, de snelheid van technologische vooruitgang, vergroening en vergrijzing, de rol van journalistiek, etc.

Het is een positief signaal dat de Beleidsnota Media 2014-2019 de gebruiker centraal zette in het mediabeleid (eerste strategische doelstelling), met aandacht voor mediawijsheid als ‘essentiële factor’<sup>4</sup>.

Daarenboven stemt het tevreden dat er ook bredere verbanden worden gelegd: zo is er ook in de Beleidsnota Jeugd en in de Beleidsnota Cultuur aandacht voor mediawijsheid. Binnen het sociaal-cultureel werk zowel als binnen het jeugdwerk is er immers heel wat kennis en expertise ter beschikking. Ook buiten het beleidsdomein, bv. in de Beleidsnota Onderwijs en de Beleidsnota Welzijn, Volksgezondheid en Gezin (weliswaar telkens met een iets andere focus) is er aandacht voor mediawijsheid. Minder aandacht is er voor deze thematiek echter in beleidsdomeinen die zich richten op bepaalde doelgroepen, zoals Armoedebestrijding of Gelijke kansen.

De Sectorraad Media juicht de beleidsdomeinoverschrijdende aandacht voor dit belangrijke thema toe. Hij rekent erop dat deze dwarsverbanden ook in de praktijk gelegd worden en roept de minister voor media op om het thema blijvend onder aandacht van zijn collega’s te houden.

Nog nauwere samenwerking met in het bijzonder de beleidsvelden Onderwijs en Welzijn is nuttig en aan te moedigen.

### 2. Bevestiging van en waardering voor centrale positie Mediawijs

Het kenniscentrum, Mediawijs, neemt een centrale positie in het implementeren van het beleid in. Het kenniscentrum werd opgericht met de bedoeling om ‘in de eerste plaats voort [te] werken op de al bestaande maar verspreide initiatieven en expertise, deze meer op elkaar af [te] stemmen en acties [te] ondernemen wanneer de bestaande initiatieven niet voldoen of leemtes vertonen.’<sup>5</sup>

<sup>3</sup> Zie o.a. Digimeter.

<sup>4</sup> Zie ook Sectorraad Media, *Advies over de Beleidsnota 2014-2019*, 21 november 2014.  
[https://cjsm.be/sarc/SR\\_media/adviezen/20141121-advies-beleidsnota-media-2014-2019.pdf](https://cjsm.be/sarc/SR_media/adviezen/20141121-advies-beleidsnota-media-2014-2019.pdf)

<sup>5</sup> I. Lieten en P. Smet, *Conceptnota Mediawijsheid*, 2012  
<https://cjsm.be/media/sites/cjsm.media/files/public/conceptnotamediawijsheidgoedgekeurdvlareg20120405.pdf>

Mediawijs gaat zo een al te grote versnippering en verlies van overzicht tegen. Middelen, tijd en inzet worden efficiënter ingezet omdat kan worden voortgebouwd op bestaande initiatieven.

Zoals ook blijkt uit de veldtekening, komt mediawijsheid als transversaal thema aan bod onder heel wat vormen, methodes en binnen een breed scala aan sectoren. In de mediasector zijn de VRT en het initiatief Nieuws in de Klas enkele sprekende voorbeelden. Binnen het sociaal-culturele veld en het jeugdwerk is een grote verscheidenheid aan initiatieven, denkt maar aan activiteiten van vormingplus-centra, LINC, Mediaraven, OKRA, centra voor basiseducatie, repair café's, wie online, enzovoort. Het is een voortdurend proces en blijvende evenwichtsoefening om binnen het diverse landschap met zijn grote rijkheid aan spelers en initiatieven de kracht en de stem van hen allen te blijven versterken, aan te vullen waar nodig en kennis te laten doorstromen.

De sectorraad wenst te benadrukken dat de positie en het werk van het kenniscentrum Mediawijs gewaardeerd wordt. Het kenniscentrum moet zijn opdracht dus blijvend kunnen uitvoeren en daartoe de nodige middelen ter beschikking krijgen.

Het is een voortdurende evenwichtsoefening en opdracht om de grote rijkdom aan mediawijsheidsinitiatieven en -spelers te versterken en aan te vullen. De opdracht die Mediawijs heeft, mag de aandacht voor en steun aan al deze initiatieven niet teniet doen.

De maatschappelijke campagnes van het kenniscentrum krijgen veel weerklank en de samenwerking met de vele partners – enkele voorbeelden zijn Child Focus, Gezinsbond, Expoo of Klasse – is een belangrijke meerwaarde. Het feit dat de kennis uit onderzoekswerk door Mediawijs concreet wordt gemaakt, is volgens de raad een van de grote verdiensten van het kenniscentrum. De vertaling van academisch onderzoek naar maatschappelijk relevante output, bijvoorbeeld in de website Medianest, bedoeld voor ouders, wekt vertrouwen, onderbouwt de campagnes en staan in nuttige wisselwerking met (verder) onderzoek.

De SARC wenst bij de concrete invulling van de toekomstige werking van Mediawijs volgende aandachtspunten mee te geven.

#### 2.1 Onderzoek als basis van beleid: meer focus op lange termijn

De focus zou volgens de raad moeten evolueren naar meer langlopende projecten en onderzoeken. Het lijkt de raad dat deze sterker en meer terdege kunnen uitgewerkt worden. De SARC is zich ervan bewust dat langlopende projecten wat meer kosten en misschien ook minder visibiliteit creëren, maar verwacht dat de kwaliteit meer consistent en groter zal zijn bij projecten op langere termijn, en dat deze een bredere basis kunnen vormen voor de concrete vertaling ervan naar de praktijk.

De SARC vraagt een goede balans tussen kwaliteitsvol onderzoek op langere termijn en kortlopende projecten met meer zichtbaarheid.

#### 2.2 Doelgroepen: intensivering van samenwerking

De SARC is tevreden met de vele synergiën en samenwerkingsverbanden die Mediawijs aangaat (zie boven).

De Sectorraad Media kreeg op zijn vergadering van 19 juni al enkele cijfers mee uit de veldtekening. Op basis daarvan sluit de SARC zich aan bij de inschatting van het kenniscentrum dat er een gebrek aan onderzoek is over bepaalde doelgroepen, met name kansengroepen. Ook meent de SARC, net

als de stuurgroep van Mediawijs, dat het kenniscentrum zich prioritair moet blijven richten op kinderen en jongeren en hun ouders en begeleiders, en wanneer het kan – en er desgevallend onderzoek ter beschikking is – de focus ook moet leggen op initiatieven voor mensen met een beperking, kansarme kinderen, ouderen,....

Over de mate van mediawijsheid bij bv. volwassenen, in de werkomgeving, etc. is nog te weinig geweten. Dit wordt ook weerspiegeld in de geringe belangstelling van vrijwel alle mediawijsheidsactoren in deze doelgroepen.

De Sectorraad Media stelt voor om voor deze doelgroepen de samenwerking met nieuwe partners (bv. Test-aankoop,... ) te versterken.

Voor bestaande doelgroepen moet blijvend ingezet worden op het betrekken van de expertise en het netwerk van het jeugdwerk, bedrijven, scholen, media-actoren, etc. (bv. Gezinsbond,...)

### 2.3 Thema's en mediafocus

De veldtekening toont ook dat er hiaten zijn op vlak van mediafocus . Er is een relatief eenzijdige aandacht voor onderzoek naar digitale media, maar deze aandacht is ook nuttig en moet verdergezet worden.

Wat betreft thema's zijn o.a. relaties, nieuws en informatie en veiligheid de topics die in de media en op beleidsvlak veel aandacht krijgen. In vergelijking met vorige veldtekening leggen in deze veldtekening meer organisaties de klemtoon op e-diensten zoals e-banking of e-government. Het gaat hierbij over organisaties in het onderwijs, de overheidssector en de sociaal-culturele sector: dit zijn ook de sectoren die een grote verantwoordelijkheid dragen om hun doelgroepen voor te bereiden op digitale en maatschappelijke participatie.

De Sectorraad Media ziet ook nog nut in (meer) aandacht voor thema's als:

- privacy en data-geletterdheid,
- commerciële mediawijsheid,
- hate speech en discriminatie,
- seksuele identiteit,
- bij jongeren / ouders van jongeren: online contactrisico's en hoe daarbij grenzen afbakenen,
- digitale stress, ,
- digitale vaardigheden (bij laag frequente gebruikers van digitale toestellen: vaak kansarmen maar ook anderen),
- kritische omgang met bronnen, het vormen van een autonome maatschappijvisie.

De SARC sluit zich aan bij de analyse van de stakeholders en de prioriteiten van de stuurgroep van Mediawijs als basis voor de toekomstige werking van het kenniscentrum. Hij voegt daarbij nog enkele mogelijk te exploreren thema's aan toe.

### 2.4 Organisatie van het kenniscentrum

Bij het bepalen van de juiste structuur voor het kenniscentrum, zijn volgende parameters voor de SARC belangrijk:

- De structuur sluit aan bij de taakstelling;

- Zo weinig mogelijk overhead;
- Een onafhankelijke werking met een eigen aansturing;
- Blijvende doorstroom van informatie tussen en naar de verschillende partners en stakeholders.

De SARC vraagt bij eventuele wijzigingen in de werkingsstructuur van het kenniscentrum rekening te houden met deze criteria.

#### Samengevat

De SARC is tevreden met de aandacht van de Vlaamse Regering, en van de minister van Media en van Cultuur in het bijzonder, voor het thema van mediawijsheid. Het is nodig dat er hierrond – blijvend en ook in de praktijk – dwarsverbanden gelegd worden tussen verschillende velden en sectoren.

De centrale positie van het kenniscentrum Mediawijs wordt gewaardeerd en moet worden verdergezet. Daarnaast is het ook een voortdurende opdracht op de grote rijkdom aan mediawijsheidsinitiatieven en -spelers te versterken en aan te vullen.

De SARC waardeert in het bijzonder dat Mediawijs wetenschappelijk onderzoek goed weet te vertalen naar maatschappelijk relevante output. Hij vraagt echter een balans tussen kwaliteitsvol onderzoek op langere termijn en kortlopende projecten met meer zichtbaarheid.

Tot slot doet de SARC enkele aanbevelingen omtrent mogelijke samenwerkingsverbanden en de focus van het kenniscentrum; en schuift hij enkele criteria naar voor omtrent de organisatie van het kenniscentrum zelf.

#### **Namens de Algemene Raad,**

Luk Verschueren, voorzitter

Gaëtan Poelman, algemeen secretaris

#### **Namens de Sectorraad Sociaal-Cultureel Werk,**

Frie De Greef, voorzitter

Dirk Verbist, ondervoorzitter

Liesbeth Lemiere, secretaris

#### **Namens de Sectorraad Media,**

Simon Delaere, voorzitter

Valerie Verdoodt, ondervoorzitter

Hanne Schuermans, secretaris