

**INGRID LIETEN**

VICEMINISTER-PRESIDENT VAN DE VLAAMSE REGERING, VLAAMS MINISTER VAN INNOVATIE, OVERHEIDSINVESTERINGEN, MEDIA EN ARMOEDEBESTRIJDING

---

Vraag nr. 636  
van 3 september 2013  
van **MARIJKE DILLEN**

---

*Jeugdbeleidsplan - Mediawijsheid*

Nieuwe media zijn niet meer weg te denken uit het leven van jongeren. Hun alomtegenwoordigheid en complexiteit vragen om het nodige kritische inzicht en om strategische en praktische vaardigheden. Dit is een van de uitgangspunten van het Vlaams Jeugdbeleidsplan. Om dit te realiseren worden een aantal doelstellingen naar voren geschoven.

1. Wat is de stand van zaken betreffende het Kenniscentrum Mediawijsheid en Mediageletterdheid? Op welke wijze wordt hierbij aandacht besteed aan de participatie van kinderen en jongeren? Op welke wijze wordt de mediawijsheid gestimuleerd van maatschappelijk kwetsbare kinderen en jongeren?
2. Welke initiatieven zijn er genomen om ouders bewust te maken van hun rol in media-opvoeding, o.a. op het gebied van veilig internet en reclamebewustzijn? Graag een gedetailleerd overzicht.
3. Welke initiatieven zijn er genomen om het onderwijs te sensibiliseren over “peer-to-peer learning” rond mediawijsheid? Graag een overzicht.
4. Welke initiatieven zijn er genomen om netwerking tussen jongerenmedia-initiatieven te stimuleren?
5. Op welke wijze worden de Vlaamse media-actoren aangezet tot meer uitwisseling en samenwerking met jongerenmedia? Welke media-actoren zijn hierbij betrokken? Wat zijn de resultaten?
6. Welke initiatieven zijn er genomen om jongerenambassadeurs te begeleiden om het standpunt van kinderen en jongeren op een goede manier te kunnen overbrengen bij journalisten en redacteurs? Op welke wijze wordt hierbij ingezet op culturele, fysieke en genderdiversiteit? Graag een gedetailleerd overzicht.

*N.B. Deze vraag werd gesteld aan de ministers Lieten (vraag nr. 636), Vandeurzen nr. 808), Schauvliege (nr. 866) en Smet (nr.867).*

**INGRID LIETEN**

VICEMINISTER-PRESIDENT VAN DE VLAAMSE REGERING, VLAAMS MINISTER VAN INNOVATIE, OVERHEIDSINVESTERINGEN, MEDIA EN ARMOEDEBESTRIJDING

---

**GECOÖRDINEERD ANTWOORD**

op vraag nr. 636 van 3 september 2013

van **MARIJKE DILLEN**

---

Deze vraag betreft de uitvoering van strategische doelstelling 12 van het Vlaams Jeugdbeleidsplan (“Kinderen en jongeren hebben meer mediawijsheid”). Over de uitvoering van deze doelstelling werd door de Vlaamse Regering aan het Vlaams Parlement gerapporteerd op 22 juli 2013. Ik verwijs hierbij meer bepaald naar p. 33 - 34 van dit rapport (Stuk 2158 (2012-2013) – Nr. 1, <http://docs.vlaamsparlement.be/docs/stukken/2012-2013/g2158-1.pdf> ). We gaan hieronder nog verder in detail in op de verschillende deelvragen.

1. Begin 2013 ging het Kenniscentrum Mediawijsheid, dat luistert naar de naam “Mediawijs.be” van start. Zowel het beleidsdomein Media als Onderwijs zijn vertegenwoordigd in de stuurgroep van het kenniscentrum mediawijsheid, naast o.m. organisaties uit de sector. Er is geen rechtstreekse participatie vanuit het Kenniscentrum met kinderen en jongeren, maar aangezien er enkele partners betrokken zijn die zich in hun werking actief met kinderen en jongeren bezighouden (Maks, REC Radiocentrum, Mediaraven) wordt de invalshoek van deze doelgroepen zeker meegenomen in de acties van het Kenniscentrum.

Het Kenniscentrum heeft bijzondere aandacht voor maatschappelijk kwetsbare mensen en bijgevolg ook voor de kinderen en jongeren uit deze doelgroep. Zo is er bepaald in de subsidieovereenkomst met het Kenniscentrum dat Mediawijs.be onder meer oog moet hebben voor e-inclusie en diversiteit doorheen heel de werking, en dat het online kennisplatform specifiek aandacht moet hebben voor maatschappelijk kwetsbare groepen zoals mensen in armoede.

Bij de externe communicatiedragers van Jongerenwelzijn (jongerenbrochures, website) wordt er wel een beroep gedaan op de input van kinderen en jongeren, bv. inzake taalgebruik en inhoud.

2. In Vlaanderen is de Conceptnota Mediawijsheid het uitgangspunt van het beleid inzake mediawijsheid. Deze conceptnota heeft vier strategische doelstellingen, waarvan het realiseren van een verantwoorde en veilige mediaomgeving er één is.

Er werden de voorbije jaren op Vlaams niveau diverse initiatieven genomen inzake veilig Internet en reclamebewustzijn:

- Veilig ICT werd in 2007 verankerd bij de invoering van de eindtermen ICT (lager onderwijs en eerste graad SO). Zie bv:
  - o De leerlingen kunnen ICT gebruiken om op een veilige, verantwoorde en doelmatige manier te communiceren.
  - o De leerlingen hebben een positieve houding tegenover ICT en zijn bereid ICT te gebruiken om hen te ondersteunen bij het leren.
  - o De leerlingen gebruiken ICT op een veilige, verantwoorde en doelmatige manier. Ook m.b.t. eindtermen mediawijsheid (SO) is er aandacht voor e-safety
  - o De leerlingen gaan alert om met media;
  - o De leerlingen participeren doordacht via de media aan de publieke ruimte;

- De educatieve portaalsite Klascement bevat momenteel meer dan 1000 leerobjecten die te maken hebben met veilig ICT-gebruik. Deze worden ontsloten via een subsite [www.veiligonlineopschool.be](http://www.veiligonlineopschool.be) waarvan het beheer gedeeld wordt tussen Klascement en Child Focus.
- Child Focus coördineert in België het Saferinternet initiatief. Dit initiatief wordt door de Europese Commissie gefinancierd. Child Focus ontwikkelt in dat kader sensibiliseringsmateriaal voor onderwijs en coördineert tal van acties. De opvolging gebeurt via een stuurgroep waarin ook het departement Onderwijs en Vorming vertegenwoordigd is. Alle materialen die door Child Focus ontwikkeld worden, komen via het departement bij de scholen terecht. De voorbije jaren werden o.a. volgende lespakketten met steun van het departement naar de scholen verstuurd en gepubliceerd op Klascement:
  - o De brochure De Juiste Click (BaO)
  - o Het lespakket Kids in Cyberland (BaO).
  - o Het lespakket Connected i.s.m. Sensoa (SO)
  - o Het lespakket Think before you post (SO)
  - o De affiche veilig chatten met tips voor jongeren (BO + SO)
  - o Het veilig Internet Gezinspakket (BO)
- Child Focus beheert ook de website [clicksafe](http://www.clicksafe.be) ([www.clicksafe.be](http://www.clicksafe.be)) waar kinderen, jongeren, ouders en leerkrachten informatie kunnen vinden over veilig en verantwoord internetgebruik, en die ook info over cyberpesten aanbiedt. Op de website wordt ook allerhande materiaal gebundeld, dat mee door het departement Onderwijs en Vorming in de scholen werd verspreid.
- Vlaanderen participeert samen met 6 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.
- Tussen maart 2012 en september 2013 werden ouderavonden georganiseerd in scholen van het leerplichtonderwijs. De organisatie daarvan was in handen van Child Focus en de Gezinsbond. Ook moeilijk bereikbare doelgroepen werden betrokken. De inhoudelijke focus van deze campagne lag op de mogelijkheden die nieuwe media en het internet bieden.
- Het IWT financiert enkele grootschalige onderzoeksprojecten (EMSOC, Friendly Attac en SPION) over veilig ICT-gebruik met een specifieke focus op online privacy en cyberpesten. In allemaal is er aandacht om de resultaten te valoriseren naar een onderwijspubliek. Het Departement Onderwijs is vertegenwoordigd in de gebruikerscommissies van deze onderzoeken en engageerde zich om de resultaten te valideren.
- In het najaar van 2011 lanceerde minister Lieten een oproep in het kader van een stimuleringsregeling Mediawijsheid. Daarmee wilde zij de actoren die actief zijn op het vlak van mediawijsheid stimuleren om doeltreffende activiteiten op te zetten die op Vlaams niveau impact hebben op het vlak van opleiding, methodieken, veilig en verantwoord internetgebruik en beeldvorming.
- Eveneens op vraag van minister van Lieten voerden de Universiteit Gent en de Universiteit Antwerpen in 2012 een onderzoek uit naar de reclamewijsheid van kinderen en jongeren, onder meer t.a.v. nieuwe vormen van reclame. De onderzoekers bogen zich over vragen als: Hoe gaan kinderen en jongeren om met traditionele en nieuwe reclamevormen? Hoe ervaren zij de traditionele en nieuwe reclamevormen? Hoe reclamewijs zijn ze m.b.t traditionele en nieuwe reclamevormen? Welke instrumenten kunnen hen helpen bij de omgang met reclame?

De nadruk lag hierbij voornamelijk op het herkennen van de nieuwe reclamevormen, en het inzicht dat kinderen en jongeren hebben met betrekking tot de commerciële intenties van de nieuwe reclamevormen

Reclamewijsheid werd vervolgens een van de speerpuntprojecten van het Kenniscentrum Mediawijsheid. Nog dit jaar zullen twee (proef)lespakketten worden opgeleverd. Een voor het gewoon secundair onderwijs en een voor het BuSO. Het is de bedoeling dat met deze pakketten een deel van de bestaande nood aan concreet lesmateriaal over de thematiek van commerciële communicatie gelenigd worden.

- Ook minister Vandeurzen zet in op het thema. Het departement WVG-afdeling Welzijn en Samenleving heeft een driejarig onderzoek rond mediawijsheid opgestart op 14/01/2013. Partners zijn hier: de Thomas More Hogeschool, het SAW en de 2 Brusselse CAW's die als pilootregio fungeren..  
Het uiteindelijke doel is om kansarme jongeren en hun gezinnen meer mediawijsheid bij te brengen. Ze doen dit in eerste instantie via de CAW's als intermediarissen en daarna is het de bedoeling om dit over te dragen naar andere (jeugd)hulpverleningsorganisaties.  
Het afgelopen jaar is een analyse gemaakt van de huidige situatie. Momenteel wordt in de 2 Brusselse CAW's vorming aan cliënten gegeven rond mediawijsheid. Er wordt ook gewerkt met ambassadeurs die in het CAW het thema van mediawijsheid onder de aandacht moet brengen.  
Nadien zullen de opgedane kennis en ervaringen uit de Brusselse CAW's verspreid worden naar de andere CAW's. Dit zal gebeuren via een bundel, maar ook via vorming.
  - Jongerenwelzijn heeft de koepelorganisaties en de eigen buitendiensten op de hoogte gesteld van het bestaan van e-hulpvlaanderen (meer info: <http://e-hulpvlaanderen.ning.com/>) en de cursus Media Train (meer info: <http://e-hulpvlaanderen.ning.com/page/media-train>, met de steun van minister Lieten) waarbij private voorzieningen en regiodiensten van Jongerenwelzijn meer inzicht verwerven in de mogelijkheden en gevaren van sociale media voor eigen personeelsleden (bv. rond hulpverlening) en voor kinderen en jongeren die verblijven in een voorziening.
  - Vanuit cultuur werken er diverse actoren vooral uit het veld van het sociaal-cultureel werk aan diverse aspecten van mediawijsheid.
3. Vanuit het Departement Onderwijs zijn geen initiatieven genomen inzake peer-to-peer learning rond mediawijsheid. Peer learning is een methodiek waarbij leerlingen elkaar inzichten en vaardigheden bijbrengen. Het behoort binnen het formeel onderwijs tot de pedagogische vrijheid van de scholen om specifieke methodes te kiezen binnen de vakken of leergebieden en dit met het oog op het verwerven van competenties.
4. Minister Lieten organiseerde op 7 november 2012 een Jongerenmediadag in het kader van de Creative Media Days, een evenement dat werd georganiseerd door iMinds. De doelgroep van de Jongerenmediadag bestond uit jongeren die thuis media maken, studenten in een journalistieke of media-opleiding, startende media-professionals aan het prille begin van een carrière, leden van een jongerenmedia-organisatie of jongerenpersagentschap en professionals uit de klassieke of onlinemediawereld die werken met en rond jongeren. Er was ruimte om te netwerken, het evenement bood presentaties en workshops en jonge mediamakers kregen de kans om hun werk te laten beoordelen door professionelen.

Het jongerenmedia-agentschap Stamp Media/C.H.I.P.S. vzw werkt samen met Villa Basta (Hasselt) en Piazza dell' Arte (Antwerpen) om grotere groepen jongeren vanuit alle lagen van de bevolking te faciliteren bij intensieve mediaworkshops op vlak van fotografie, videoreportage, layout van tijdschriften en digital storytelling. Daarnaast is er een samenwerkingsverband met Mediaraven (Gent) voor verslaggeving van grote evenementen, zoals bijv. de Gentse Feesten.

Het REC Radiocentrum is een structureel netwerkiniatief van 11 onafhankelijke jongerenmedia-initiatieven en -radio's. Zij werken zowel op het vlak van educatie, infrastructuur, ... en op projectbasis samen om jongeren meer kansen te geven met media. De invulling van die dienstverlening gebeurt op basis van een enquête bij meer dan 1000 jonge mediamakers.

Het REC is betrokken bij diverse projectgerichte – al dan niet - bilaterale samenwerkingen. Het gaat dan bv. over projecten zoals iSchool, een digitale schoolkit gemaakt in samenwerking met Mediaraven en Graffiti; jongerenradionieuws in het kader van Chase; 3 dagen live – radio door alle REC Medialabs vanop Dour, ...

5. Hier dient opgemerkt te worden dat de jongerenmedia er vaak andere doelstellingen op nahouden dan de Vlaamse media-actoren. Het opnemen van een zinvol engagement en de creatieve zelfverkenning van jongeren is al dan niet van groter belang voor vele jongeren en hun organisaties dan het klaarstomen van jongeren voor de mediamarkt. Dit hoeft echter een samenwerking niet in de weg te staan. Om die reden werd ook de nieuwe oproep van Mediawijs.be zo gemodelleerd dat er per project minimum 1 samenwerking tussen een professioneel bedrijf en 'een mediawijze organisatie' dient uit te komen.

Een aantal voorbeelden aangaande de uitwisseling en samenwerking van Vlaamse media-actoren met jongerenmedia kunnen alvast worden aangehaald. Denken we o.m. aan de bepalingen aangaande jongerenparticipatie in de beheersovereenkomst met de VRT, aan de jongerendag Speak-Up van VRT en het recent gelanceerde jongerenproject Carte Blanche.

De producten van het jongerenmedia-agentschap Stampmedia worden afgenomen door tal van media-actoren waaronder Het Belang van Limburg, Het Nieuwsblad, Knack, De Wereld Morgen, [Apache.be](#), MO\*, Gazet van Antwerpen, Belga, ...

Meer dan 75% van de output van StampMedia wordt overgenomen door andere media-actoren. Regelmatig boren de jongeren onderwerpen aan, die nationaal (zelfs internationaal) worden opgepikt en overgenomen door de media.

Het REC geeft ook nog enkele voorbeelden:

- Op het niveau van de AV van het REC Radiocentrum denken de professionele nationale radionetten ook mee aan de te ontwikkelen talenttrajecten voor de radiomaker van de toekomst. Zij stellen tevens hun expertise ter beschikking in deze workshoptrajecten.
- Enkele Vrt-radio's geven soms de kans vrijwillige radiomakers vrijwillig aan uitzenduren mee te werken op niet – piekmomenten.
- Enkele belevingstrajecten voor jong talent met een of meerdere regionale televisie-omroepen zijn op dit moment in voorbereiding.
- Sinds dit jaar financiert en organiseert Telenet een traject voor professionele coaching en training van voetbalcommentatoren in samenwerking met het REC.
- ... )

De CANON Cultuurcel van AOC heeft eveneens samenwerkingsverbanden:

- Met BAM, het steunpunt voor beeldende, audiovisuele en mediakunst is er een structurele samenwerking opgezet waarbij de werknemers van het multimediale atelier in samenspraak met de CANON Cultuurcel mediawijsheidsprojecten begeleiden in de lerarenopleidingen rond verschillende thema's. Deze moeten de mediawijsheidscompetenties van de toekomstige leerkrachten verhogen. De resultaten van deze trajecten worden gepubliceerd op [www.ingebeeld.be](#)
- Met VRT liep er tot september 2013 een pilootproject waarbij de mogelijkheid werd bekeken hoe de expertise en het archief van de VRT kan ingezet worden in de lopende mediawijsheidsprojecten.
- Tijdens het academiejaar 2013-2014 wordt het multimediale atelier van BAM versterkt door de medewerkers van het productiehuis 'De Chinezen' die de televisiereeks 'Ten oorlog'

realiseerden. In de lerarenopleiding geven zij de studenten meer inzichten in hoe een dergelijk programma tot stand komt.

- De televisiereeks ‘Mijn thuis onder de loep’ van VTMKzoom werd ter beschikking gesteld aan het onderwijs op het afgesloten deel van Ingebeeld.
6. Het begeleiden van jongeren om hun standpunt op een goede manier te kunnen overbrengen bij journalisten en redacteurs kwam aan bod op de Jongerenmediadag op 7 november 2012. Ook organiseerde het Steunpunt Jeugd (nu De Ambrassade) in oktober 2011 een netwerklunch tussen journalisten en woordvoerders uit de jeugdsector. De bedoeling was om de gevoeligheid rond jeugdorganisaties én thema’s rond kinderen en jongeren dichter bij Vlaamse journalisten te brengen.