

Speech EU-Kids Online

8/02/2012

Beste dames en heren,

Ik ben blij jullie vandaag te mogen toespreken op deze studiedag over de resultaten van het EU-Kids Online-onderzoek. Het is een vooraanstaand onderzoek dat het online gedrag van kinderen en jongeren in Vlaanderen gedetailleerd in beeld brengt.

Want wat er getwitterd wordt in de ochtend, is mogelijk een nieuwsitem op het middagjournaal. En onze kinderen en jongeren verbluffen ons vaak met hun technische vaardigheden, dat betekent echter niet dat ze daarom eveneens de vaardigheden bezitten om kritisch om te gaan met de media-inhoud die dagelijks op hen afkomt. Zijn we daar trouwens zelf altijd toe in staat? Een belangrijk onderwerp, daarom heb ik dit onderzoek en deze studiedag ondersteund. Het kan bijdragen tot een grotere bewustmaking en kennis bij ouders, leerkrachten, organisaties actief op het terrein, maar ook bij kinderen en jongeren zelf. Daarnaast biedt het aan mij de kans om mijn beleidsacties te baseren en bij te sturen op basis van wetenschappelijk onderzoek.

Projecten Mediawijsheid

In mijn beleid rond mediawijsheid wil ik dingen in beweging zetten, tot actie overgaan. In het najaar van 2011 lanceerde ik een oproep rond mediawijsheid. Zes organisaties die al actief waren in het veld, krijgen daardoor de kans om activiteiten te organiseren die impact hebben op het vlak van opleiding, methodieken, veilig en verantwoord mediagebruik en beeldvorming. De geselecteerde projecten blinken uit inzake samenwerking tussen kwalitatieve partners, kennisdeling, een impact op Vlaams niveau en hun inzet voor kansengroepen. Het gaat om de vzw's Educentrum, Linc, Link in de kabel, Mentor, SPK en Tonuso. De meeste projecten hebben een direct verband met het mediawijs maken van kinderen en jongeren:

1. VZW Educentrum

Dit project maakt het aanbod van opleidingen mediawijsheid via één centraal portaal bekend en geeft het extra visibiliteit: NetwerkM.be.

De subsidie zal ook gebruikt worden voor 'Wijze Mediaklassen'. Dit aanbod moet kinderen uit het lager onderwijs en leerlingen eerste graad secundair onderwijs doorheen Vlaanderen leren kritisch omgaan met media. Via creatieve workshops wordt een uitgebreide hardware databank ingezet om klassen om te toveren naar een filmstudio, een fotosessie, een montagetafel,

2. VZW Linc

VZW Linc zal een Mediacoachopleiding inrichten, een opleiding rond mediawijsheid voor professionelen. Een mediacoach moet getraind zijn om aanspreekpunt te worden rond het gebruik van media binnen het eigen werkveld. De mediacoach wordt getraind om de eigen kennis ook over te dragen op collega's. De opleiding richt zich op het opleiden of bijscholen van leraren, bibliotheekpersoneel en begeleiders van jongeren in de leeftijdscategorie 12-16 jaar. Het project wordt gedragen door LINC i.s.m. Katholieke Hogeschool Leuven, Jeugdwerknet en Bibnet. Via dit partnerschap kan een nieuwe praktijk rond het thema mediawijsheid in Vlaanderen ontwikkeld worden.

3. VZW Link in de kabel

VZW Link in de kabel richt zich op jongeren uit een breed publiek: buurtjongeren, allochtone jongeren, jongeren met een verstandelijke handicap of gedragsproblemen, Mediawijsheid is hier een middel tot sociale vooruitgang en een wapen in de strijd tegen (kans)armoede. Dit gebeurt aan de hand van: een proeflab waar kennis en methodes kunnen verspreid worden, een mediawijsheidstest, een online-platform en digitale handleidingen om jongeren in moeilijke situaties (Begeleid zelfstandig Wonen, residentieel verblijf in een instelling) te ondersteunen.

4. VZW Tonuso

VZW Tonuso zet een vormingsaanbod op rond mediawijsheid en ICT-methoden voor de sector van de Bijzondere Jeugdzorg. Via dit project worden begeleiders getraind. Op hun beurt gaan zij in een eigen organisatie mediawijsheid inzetten in de hulpverlening en doorgeven aan kinderen, jongeren en gezinnen. Het project voorziet ook in vormingsmomenten om alle kennis door te geven. Om de resultaten te meten zal de partner Katholieke Hogeschool Kempen een meetinstrument gebruiken om bij de start de mediawijsheid te meten en na de vormingen de evolutie na te gaan. Alle partners (Steunpunt Jeugdhulp, Katholieke Hogeschool Limburg en het Vlaams Steunpunt Nieuwe Geletterdheid) zullen lid worden van www.e-hulpvlaanderen.be om samen te kunnen werken aan de uitbouw van een Mediawijs Vlaanderen voor onder meer de bijzondere jeugdzorg. Het platform zal ook gebruikt worden als discussieforum en documentarchief van de vormingen.

Naast deze subsidieoproep, werk ik momenteel ook aan een beschrijving van het veld van de mediawijsheidsector. Want mediawijsheid bestrijkt niet alleen een erg breed terrein, het situeert zich ook op het snijvlak van verschillende Vlaamse beleidsdomeinen. Daarom is het niet evident om een volledig beeld te krijgen van de

wijze waarop het veld van mediawijsheid zich heeft ontwikkeld. Er wordt een kortlopend onderzoek uitgevoerd om organisaties en werkingen rond mediawijsheid te inventariseren en te beschrijven. Zo krijgen we een nulmeting die zowel voor de sector als voor het toekomstige beleid relevante informatie moet opleveren. Bovendien moet het ons toelaten om na te denken over een mogelijk beeld van hoe we sector en beleid graag in de toekomst willen zien evolueren. De onderzoeksresultaten worden verwacht in de loop van mei.

Reclamewijsheid

Daarnaast laat ik ook een onderzoek uitvoeren naar de reclamewijsheid van kinderen en jongeren. Dat gaat zowel over traditionele, maar vooral over nieuwe vormen van reclame. We leven in een maatschappij, waarin een bewuste omgang met reclame een belangrijk element wordt in ons mediabewustzijn en -gedrag. Een volwassene weet in grote lijnen hoe reclame op televisie werkt en kan een onderscheid maken tussen bijvoorbeeld de doelstellingen van een reclamespot en van een nieuwsbericht. Kinderen beschikken vaak niet over de kennisstructuren om reclame te evalueren op haar informatiewaarde. Hoe 'reclamewijs' zijn kinderen en jongeren vandaag, en moeten we hier bepaalde initiatieven nemen? Ik denk bijvoorbeeld aan een educatief pakket voor het onderwijs.

Link armoedebestrijding

Mediawijsheid voor mensen in armoede is voor mij, als persoon, maar ook als minister bevoegd voor armoedebestrijding, een belangrijk aandachtspunt. Deze doelgroep heeft specifieke behoeften inzake mediawijsheid. Gebrek aan mediavaardigheden en – bewustzijn zijn al te vaak drempels voor mensen in armoede. Daarom werd aan het Vlaams Netwerk van verenigingen waar armen het woord nemen de opdracht gegeven om op vier terreinen actie te ondernemen: (1) het opzetten van een overlegplatform ‘media en armoede’ waar de sector van de armoedeverenigingen het gesprek kan aangaan met de professionele mediasector; (2) een vormingsaanbod rond beeldvorming over armoede voor mediamakers maken; (3) een vormingsaanbod inzake mediawijsheid voor mensen in armoede realiseren en (4) het bekendmaken van de expertendatabank van de Vlaamse overheid bij ervaringsdeskundigen in de armoede en bij armoedeverenigingen.

Villa Crossmedia

Ik financierde recent ook het Europese Villa Crossmedia-project. Dat heeft als doel om journalistiek en media naar jongeren te brengen. In het project leren jongeren de gevaren en risico's van nieuwe media kennen, maar ze leren ook zelf media maken op een informele en

laagdrempelige manier. Het besteedt specifieke aandacht aan culturele identiteit en het mondiger maken van jongeren. Het wil een gevoel van identiteit bij jongeren in een multiculturele wereld bevorderen. Het project omvat grensoverschrijdende mediacentra en een virtueel jongerenplatform, gericht op 12- tot 25-jarigen. Het project bundelt goede praktijken, voert onderzoek, en betreft hierbij ook projecten van buiten het consortium in Vlaanderen, Nederland en Groot-Brittannië. De steun die ik toegekend heb aan dit project werd ook hier gekoppeld aan afspraken rond samenwerking en kennisdeling met de brede sector.

Vrt

Ook de VRT heeft voortaan een duidelijke opdracht over mediawijsheid. Er werden enkele belangrijke doelstellingen opgenomen in de nieuwe beheersovereenkomst. Dit zal er o.m. toe leiden dat VRT participatieve projecten met kinderen, jongeren en met mensen die minder goed vertrouwd zijn met nieuwe media zal opzetten.

Conceptnota

Tot slot ben ik samen met mijn collega van Onderwijs, Pascal Smet, bezig met het opmaken van een conceptnota, die dit voorjaar nog zal voorgesteld worden. Daarin staan vier doelstellingen centraal: 1) het creëren van een duurzaam en strategisch kader voor mediawijsheid,

2) het stimuleren en verhogen van competenties, 3) het creëren van een e-inclusieve samenleving, 4) en het maken van een veilige en verantwoorde mediaomgeving.

We willen hiermee een krachtige impuls geven om de verschillende doelgroepen te sensibiliseren over mediawijsheid, maar ook om gezamenlijk te zoeken hoe een mediawijze aanpak beter aansluit bij de noden en interesses van kinderen en jongeren en volwassenen. Ook enkele richtlijnen rond het al lang besproken kenniscentrum mediawijsheid moeten hierin aan bod komen.

Resultaten EU-Kids Online

Het EU-Kids online-onderzoek levert belangrijke informatie op voor deze conceptnota. Het bevestigt een aantal tendensen, maar biedt ook een aantal nieuwe inzichten. Het plaatsen van de Vlaamse en Belgische situatie in een Europese context geeft bovendien ook extra informatie over waar we staan ten opzichte van andere landen en regio's, over wat de sterktes zijn van de situatie in Vlaanderen en waar er nog uitdagingen liggen.

Zo blijkt onder andere dat we de eenvoudige tweedeling tussen zij die internet hebben en/of ermee kunnen omgaan en zij die dat niet kunnen, moeten verlaten, en dat het nuttiger is om te spreken van een continuüm van basisgebruikers tot meer gesofistikeerde gebruikers. Wellicht zullen dus ook een aantal beleidsacties meer

moeten worden toegespitst op verschillende gebruikersprofielen, om ten volle effectief te kunnen zijn.

Persoonlijk vond ik het interessant om te zien dat de inspanningen van de overheid inzake toegang tot ICT hun vruchten afwerpen, en in het bijzonder dat op die manier socio-economische verschillen kunnen worden overbrugd. Dit sterkt mij in mijn overtuiging dat er nog meer mogelijkheden tot kruisbestuiving moeten zijn tussen de beleidsvelden Media en Armoede en ook Welzijn.

Zoals uit de cijfers blijkt, is België een interessante case, met zijn dagelijks internetgebruik dat iets boven het Europees gemiddelde ligt, terwijl de online risico's iets onder het Europees gemiddelde uitkomen. Dit toont aan dat het wel degelijk mogelijk is om meer jongeren dagelijks online te krijgen, zonder dat dit noodzakelijk gepaard hoeft te gaan met een hogere blootstelling aan online risico's zoals cyberpesten of confrontatie met seksuele beelden – toch wel een geruststellende bevinding.

Zoals ik eerder ook verkondigde in mijn beleidsbrief media, is het nodig te werken aan een 'multi-stakeholdergovernance'. Dat betekent dat niet enkel het Vlaamse beleid acties moet ondernemen, maar dat ook ouders, opvoeders, scholen, lokale besturen, enzovoort een belangrijke rol te spelen hebben. Enkel door via verschillende kanalen en instrumenten te werken, en door verschillende acties op elkaar af te stemmen, kunnen we echt het verschil maken. Want dit

is wat we willen: onze kinderen en jongeren ten volle laten profiteren van de media die hen kansen moeten aanreiken voor participatie, en hen tegelijkertijd de skills bijbrengen om zelf om te gaan met potentiële online risico's.

Het is steeds belangrijk een balans te vinden tussen enerzijds het willen beschermen van kinderen tegen ongewenste inhoud, en anderzijds het respecteren van de autonomie, privacy en vrijheid van het kind. Het is dus belangrijk om jongeren vaardigheden bij te brengen die hen helpen om zelf met deze online risico's om te gaan om de mogelijk schadelijke impact ervan te beperken. Daarom zet ik in op het versterken van hun eigen vaardigheden.

Het hoofdstuk over de verschillen tussen de autochtone mediagebruikers en mediagebruikers van buitenlandse origine boeide mij ook heel erg. Diversiteit is één van de speerpunten van mijn beleid. Opvallend vind ik trouwens dat jongeren van buitenlandse origine volgens Nederlands onderzoek en vergeleken met autochtone jongeren doorgaans van een breder en internationaler aanbod van media, vnl. televisie, kranten en websites, gebruik maken om zich te oriënteren, en dat het eigen, nationale mediagebruik hier niet zou onder lijden. Bovendien blijkt uit het EU Kids Online-onderzoek dat pestgedrag onder kinderen dubbel zoveel voorkomt bij de Europese kinderen als bij de Turkse kinderen. Van de jongeren van buitenlandse origine kunnen we dus nog veel leren.

Ik vind het zeker ook belangrijk dat kinderen en jongeren op voldoende plekken terechtkunnen met hun vragen over en ondersteuning bij internetgebruik.

Hoewel de schoolcontext aan belang wint in de sensibilisering en bewustmaking van jongeren omtrent een veilig en kwaliteitsvol internetgebruik, is de rol van leraren op het gebied van internetbemiddeling beduidend kleiner dan die van de ouders. Zoals al aangehaald is de relatie ouder-kind cruciaal. Het mediagebruik van hun kinderen stelt ouders vandaag voor verschillende uitdagingen. Niet alleen zijn mediaproducten alomtegenwoordig in de leefwereld van kinderen, binnen het huis en zelfs in de kinderkamer lijkt het bovendien alsof het mediagebruik van kinderen steeds complexer wordt. Daarbij laten kinderen als zogenaamde 'diginatives' soms zelf uitschijnen dat ze meer weten van nieuwe media dan ouders.

De ouders moeten dus ook ondersteund worden. We moeten hierbij oog hebben voor sociaal-economische verschillen. Hoger opgeleide ouders blijken hun kinderen vaker aan te zetten om het internet zelf te leren kennen en verkennen. Dat doen ze beduidend vaker dan jongeren met lager opgeleide ouders. Deze verschillen moeten worden weggewerkt. Ook de empowerende kracht van het internet dient immers volop te worden benut door kinderen en jongeren.

Jammer genoeg is er ook een verschil wat betreft de vaardigheden. Bepaalde kritische vaardigheden blijken volgens het Kids Online-

onderzoek statistisch significant minder ontwikkeld bij jongeren met een lagere sociaaleconomische status. Deze verschillen moeten worden aangepakt. De school kan een dubbele rol spelen in het dichten van de digitale kloof. De aanwezige infrastructuur kan ervoor zorgen dat kinderen op school het internet op kunnen, terwijl ze dat thuis bijvoorbeeld niet kunnen. Ten tweede kan het onderwijs ervoor zorgen dat internetspecifieke vaardigheden worden aangeleerd.

Maar van de scholen mag niet alle heil worden verwacht, ook de overheid moet een rol spelen.

34,2 % van de Belgische ouders ziet een taak weggelegd voor de overheid om tussen te komen in de internetopvoeding. Ik kan deze ouders hierin volgen, de overheid heeft inderdaad een belangrijke verantwoordelijkheid en zoals ik reeds aangaf neem ik deze zeer ernstig.

Er zijn nog andere instellingen die hierin een belangrijke rol kunnen spelen. Eén op vijf jongeren vermeldt de klassieke media als een bron van informatie over veilig internetgebruik. Ik geloof er ook in dat ook de media-industrie en de non-profitorganisaties die zich met kinderwelzijn bezighouden, moeten inzetten op mediawijsheid.

Ik wil graag iedereen van het departement CJSM en de universiteiten KULeuven en VUBrussel die betrokken was bij dit onderzoek bedanken. En zeker ook alle kinderen en ouders die meegedaan hebben aan het onderzoek. Bedankt om ons wijzer te maken. En

uiteeraard de auteurs, Leen d'Haenens en Sofie Vandoninck, bedankt om al die informatie inzichtelijk en bruikbaar te maken. Ik ga er als beleidsmaker, maar zeker ook als moeder mee aan de slag.

Bedankt.