Vereniging van Nederlandse Gemeenten

Nederlands Jeugd instituut

Mediawijsheid

Informatie en inspiratie voor gemeentelijk beleid

Peter Nikken, Lydia Jongmans

Mediawijsheid

Informatie en inspiratie voor gemeentelijk beleid

Peter Nikken, Nederlands Jeugdinstituut
Lydia Jongmans, Vereniging van Nederlandse Gemeenten

Colofon

Basistekst 2010
Joost Groenendijk, DSP-groep BV

Eindredactie 2013
Peter Nikken, Nederlands Jeugdinstituut
Lydia Jongmans, Vereniging van Nederlandse Gemeenten

Met medewerking van
Femie Willems, Fonds voor Cultuurparticipatie
Norma Verheijen, Sectorinstituut Openbare Bibliotheken
Toos Bastiaansen, Organisatie van Lokale Omroepen in Nederland
Rento Zoutman, DSP-groep BV

Vormgeving
Punt Grafisch Ontwerp, Utrecht

Inhoud

Samenvatting		7
Inleiding		10
Hoofdstuk 1	Veranderend gebruik van media	12
Hoofdstuk 2	Mediawijsheid, -educatie en -opvoeding	14
Hoofdstuk 3	Gemeentelijk beleid	18
Hoofdstuk 4	Lokale spelers mediawijsheid	21
Hoofdstuk 5	Rijksbeleid	35
Hoofdstuk 6	Landelijke organisaties en regelingen	37
Bijlage 1	Bronnen ter inspiratie	42

Samenvatting

Mediawijsheid en mediaopvoeding; juist ook op lokaal niveau!

Met de recente explosie van media-aanbod en de komst van het internet kan niemand er omheen dat aandacht voor bewust en veilig gebruik van media door de burger noodzakelijk is. In 2005 heeft de Raad voor Cultuur daarom geadviseerd mediawijsheid speerpunt te maken van beleid, zowel landelijk als lokaal.

Op gemeentelijk niveau spelen diverse maatschappelijke instellingen een belangrijke rol voor mediawijsheid, media-educatie en mediaopvoeding. Te beginnen bij de scholen, die van oudsher een taak hebben in het 'wijs' maken van de jonge burger. Daarnaast kunnen ook de openbare bibliotheken, Centra voor Jeugd en Gezin (met de GGD en jeugdzorg), kinderopvanginstanties, centra voor de kunsten, filmtheaters, lokale omroepen en archieven, de burgers ondersteunen in het bewust en veilig omgaan met media. Dit is een uitdaging voor de lokale overheden in de komende jaren, juist met de thans lopende transitie jeugdzorg.

Behoefte aan informatie en steun bij mediagebruik

Bij veel burgers is er behoefte aan informatie over de omgang met (digitale) media. Er is vooral twijfel over de sociale en culturele kanten van digitaal mediagebruik. Omdat de media nog volop bezig zijn in de technische revolutie, is het lastig zicht te houden op wat je allemaal met de apparaten en mediatoepassingen kunt doen en hoe je er verstandig mee om moet gaan. Er is behoefte aan ondersteuning mediawijsheid.

Sommigen weten de media optimaal in te zetten voor hun sociale bestaan en gebruiken bijvoorbeeld sociale media als Facebook en Twitter voor een florerend verenigingsleven.

'Mediawijsheid staat voor alle competenties die je nodig hebt om actief en bewust mee te doen met de mediasamenleving', zoals:

BEGRIP

- **inzicht hebben in de medialisering van de samenleving;**
- **begrijpen hoe media gemaakt worden;**
- **zien hoe media de werkelijkheid kleuren;**

GEBRUIK

- **apparaten, software en toepassingen kunnen gebruiken;**
- **zich kunnen oriënteren binnen mediaomgevingen;**

COMMUNICATIE

- **informatie kunnen vinden en verwerken;**
- **content kunnen creëren;**
- **kunnen participeren in sociale netwerken;**

STRATEGIE

- **Kunnen reflecteren op het eigen mediagebruik;**
- **doelen kunnen realiseren met media.**

Digitale media kunnen ook ondersteunend zijn in de vorm van online hulpverlening, bijvoorbeeld bij jongeren met depressieve gevoelens of bij gezinnen waar de opvoeding stroef verloopt door psychische stoornissen.

Tegelijk kunnen de moderne media ook een negatieve uitwerking hebben op het opgroeien en functioneren in de hedendaagse technologische samenleving. Zowel kinderen als volwassenen

kunnen mediarisico's tegenkomen, als ongewenste contacten met vreemden, phishing of digitale diefstal van privé-gegevens, confrontatie met pornografisch of gewelddadig materiaal, illegaal downloaden of beeldscherm-'verslaving'. Andere risico's van niet bewust of onkritisch mediagebruik zijn bijvoorbeeld: agressief of asociaal gedrag, vandalisme, vetzucht en obesitas, intolerantie of discriminatie t.o.v. minderheden, seksisme, ongezond seksueel gedrag, of politieke desinteresse.

Rol van de gemeenten

Gemeenten hebben diverse taken die raken aan het bevorderen van mediawijsheid:

1. Er is een algemeen voorlichtende taak.
2. Er is een taak in de opgroei- en opvoedingsondersteuning.
3. De participatie van burgers in de lokale samenleving bevorderen.
4. En waar nodig fungeert de gemeente als vangnet voor diegenen die niet zelfstandig kunnen functioneren en participeren.

De gemeente heeft vooral een faciliterende rol bij het bevorderen van mediawijsheid en steun bij de mediaopvoeding. Voor een goed lokaal beleid valt dan te denken aan het bevorderen van de betrokkenheid en samenwerking van scholen, de kinderopvang, de Centra voor Jeugd en Gezin (CJG), alsmede ook de GGD-en, bibliotheken en centra voor de kunsten, en uiteindelijk natuurlijk zeker ook de jeugd, ouders en grootouders zelf.

Rol lokale instellingen

Het onderwijs is een zeer essentiële speler, omdat kinderen en jongeren de gemedialiseerde wereld van de toekomst moeten vormgeven. 82% van de scholen besteedt binnen het curriculum aandacht aan media-educatie of -wijsheid. Mediawijsheid loopt daarbij als een rode draad door het programma in bijna alle leerjaren. Er is onder leerkrachten wel vooral behoefte aan kennis over ICT en media, meer tijd voor mediawijsheid, voldoende computers en goed materiaal, en lesmateriaal, lesopdrachten of programma's. Een ruime meerderheid van de leraren vindt ook dat mediaopvoeding een gezamenlijke verantwoordelijkheid is van de ouders en de school samen. Ouders kunnen meer betrokken worden bij de digitale vaardigheden die kinderen op school nodig hebben.

Naast de school heeft ook de kinderopvang dagelijks te maken met opgroeiende kinderen die volop gebruik maken van media. De omgang met media is daarom voor zowel de pedagogisch medewerkers als voor het management een prangend en groeiend vraagstuk. Diverse onderzoeken hebben uitgewezen dat digitale media, net als traditionele printmedia, een stimulerend effect kunnen hebben op de cognitieve en sociaal-emotionele vaardigheden van jonge kinderen. Daarmee kunnen zij bij dragen aan het versterken van de sociale cohesie en het terugdringen van (school)uitval op latere leeftijd.

Verbindingen tussen onderwijs en opvang met buitenschoolse instanties zijn ook noodzakelijk. Cultuurinstellingen op het gebied van leesbevordering en film- en cultuureducatie zijn essentieel, samen met de openbare bibliotheek die een belangrijke rol heeft als betrouwbaar ankerpunt in de hedendaagse informatiesamenleving. Verder gaat het om het Centrum voor Jeugd en Gezin (CJG) vanwege de sleutelpositie in de lokale, lichte preventieve ondersteuning van ouders, verzorgers en professionele ondersteuners in de opvoeding. Het is dus zaak om mediawijsheid te koppelen aan opvoedingsondersteuning op lokaal niveau in het licht van de veranderende zorg voor jeugd. Bij de transitie en transformatie van steun en hulp aan kinderen en gezinnen gaat het immers ook om een nauwe en effectieve samenwerking van lokale partners en om een vraaggerichte aanpak.

Om ervoor te zorgen dat ouders hun mediaopvoeding goed kunnen uitvoeren, is het nodig dat zij ook rond de omgang met media betrouwbare informatie en goed georganiseerde ondersteuning kunnen krijgen. Professionals in de Centra voor Jeugd en Gezin (CJG) zijn bij uitstek degenen die weten met welke vragen en twijfels ouders zitten als het gaat over het opvoeden en opgroeien van hun kinderen. Vroege ondersteuning in de vorm van adviezen en tips is een effectieve manier om zwaardere problemen of stoornissen te helpen voorkomen. Veel professionals bij de CJG's (en GGD) hebben nu echter nog te weinig kennis over mediawijsheid of mediaopvoeding, voelen zich onvoldoende toegerust, en werken te weinig samen als ze ouders willen ondersteunen. De recente (concept) richtlijn Opvoedingsondersteuning van de JGZ in de context van het CJG (2012) onderstreept dit: er ligt een kennislacune bij professionals en aandacht voor media-opvoeding is dringend nodig. CJG's en bibliotheken kunnen bijvoorbeeld meer samen optrekken. Gemeenten kunnen dit stimuleren en faciliteren.

Ook onder kinderartsen is een groeiende belangstelling waarneembaar voor de invloed van media op kinderen. Vooral vanuit het probleem van obesitas, maar ook in relatie tot ADHD, autisme en andere beperkingen en stoornissen, ervaren professionals in de gezondheidszorg dat kinderen kunnen verzanden in eindeloos mediagebruik. Schoolartsen en consultatiebureaumedewerkers kunnen vooral een signalerende en voorlichtende rol hebben, ook op het gebied van media-opvoeding richting ouders.

Bibliotheken willen zich profileren als gids en wegwijzer op het gebied van mediawijsheid en ervoor zorgen dat meer mensen met nieuwe media leren omgaan. Zij hebben van oudsher sterke relaties met het onderwijs. Als wegwijzer op het gebied van mediawijsheid zijn zij een deskundige, onafhankelijke en betrouwbare partner. Bibliotheken zetten in op het digitaal bereiken van jongeren via het onderwijs, maar ook daarbuiten. Ouders worden via de bibliotheek informatie en vaardigheden bijgebracht zodat zij goed kunnen omgaan met media.

Een gemeentelijk beleid dat gericht is op een afgestemde samenwerking tussen de lokale instellingen rond mediawijsheid en mediaopvoeding draagt bij aan meer mediawijze bewoners (gezinnen, jong en oud). Meer mediawijze burgers leidt vervolgens tot een participerende samenleving, meer creatieve burgers, en uiteindelijk bij kinderen en jongeren ook tot minder risico op overlast, schooluitval, gezondheidsproblemen et cetera. Investeren in mediawijsheid en media-opvoeding loont dus.

Mogelijkheden op lokaal niveau

Ondersteuning door lokale overheden is onmisbaar om er zorg voor te dragen dat mediawijsheid ook op lokaal niveau vaste grond in het beleid krijgt. Mogelijke ingangen van waaruit een dergelijke bijdrage kan worden ingebed zijn de Lokale Educatieve Agenda (LEA), de Impuls brede scholen, sport en cultuur/ Brede Impuls Combinatiefuncties, de Wmo en het Participatiebudget. Daarnaast zijn er bij de herziening van het jeugdzorgstelsel nu uitgelezen kansen voor de gemeenten om mediawijsheid en mediaopvoeding lokaal op de agenda te zetten.

Inleiding

‘Wijsheid is geen bezit maar een doel waarnaar gestreefd kan worden, een proces dat nooit is afgerond’ (Raad voor Cultuur, 2005, p.19)

Media zijn overal

We leven in een tijd waarin media, zoals televisie, tablets, laptops, game consoles en de mobiele telefoon, letterlijk en figuurlijk overal om ons heen zichtbaar zijn. Media hebben ons bestaan drastisch veranderd; tegenwoordig dragen we de media voortdurend met ons mee. Het internet is daarin sterk bepalend.

Zowel ouders als professionals die met en voor jeugdigen werken hebben tal van vragen over de rol van media in het leven van kinderen.[1] Voor kinderen en jongeren vormen de media en het internet vaak een vertrouwde omgeving. Echter, omdat zij de consequenties van hun gedrag niet altijd kunnen overzien, is hun mediagedrag niet altijd zonder risico’s. Volwassenen zijn wellicht minder impulsief, maar voor velen zijn de mobiele digitale media nog onbekend terrein. Zij hebben daarom ondersteuning nodig, niet alleen op landelijk niveau, maar juist ook op lokaal niveau

Meer mogelijkheden, onvoldoende vaardigheden

Door technologische ontwikkelingen in media en communicatie is er een enorme toename in de hoeveelheid, snelheid en toegankelijkheid van informatie. Er ontstaan nieuwe contact- of participatiemogelijkheden, via directe communicatie, maar ook via sociale media: sites waarop user generated content (inhoud gemaakt door de gebruiker zelf) geplaatst, bekeken en bewerkt wordt. Bovendien is informatie in het digitale tijdperk veel gemakkelijker te vinden dan voorheen. De niet te stuiten opkomst van internet en andere mediatoepassingen biedt vele kansen en mogelijkheden. Ook gemeenten kunnen kinderen en hun ouders gemakkelijk bereiken via het net. Tegelijkertijd geldt dat de informatie op het internet niet altijd even duidelijk, efficiënt of zelfs betrouwbaar is. Het is de vraag of de burger, jong en oud, wel altijd beschikt over vaardigheden om in de groeiende hoeveelheid beschikbare informatie zijn weg te vinden.

Mediawijsheid en media-educatie noodzakelijk

Het onderwijs heeft altijd aandacht besteed aan geletterdheid; leren lezen en schrijven. Met de opkomst van film en televisie kreeg het onderwijs ook oog voor die media; maar media-educatie is nooit een vast onderdeel geworden van het curriculum. Met de recente explosie van media-aanbod en de komst van het internet kan niemand er echter meer omheen dat aandacht voor een bewust en veilig gebruik van de media door de burger noodzakelijk is. In 2005 heeft de Raad voor Cultuur daarom geadviseerd om mediawijsheid – als breder en meer adequaat begrip van media-educatie – speerpunt te maken van beleid. Alle overheden moeten oog hebben voor de toenemende roep om mediawijsheid. Dit betekent een uitdaging in de komende jaren, ook voor de lokale overheden en juist ook samen met de thans lopende transitie jeugdzorg.

1 Nikken, P. & A. Addink (2011); Mediaopvoeding in de opvoedingsondersteuning. Utrecht: Nederlands jeugdinstituut. Duimel, M. & I. Meijering (2013, in voorbereiding). Professionals en ondersteuning bij mediaop-voeding. Utrecht: Nederlands Jeugdinstituut / Mijn Kind Online.

Mediawijsheid vaak nog onontgonnen gemeentelijk terrein

Mediawijsheid is voor veel gemeenten nog onontgonnen terrein. Maar het heeft raakvlakken met allerlei beleidsterreinen, zoals onderwijs, cultuur, zorg, welzijn, participatie en veiligheid. Het is van belang om de urgentie van mediawijsheid en van vraagstukken rond de opkomst van internet en andere nieuwe media ook op lokaal niveau te onderkennen. De lokale burger, met name ouders en professionele opvoeders in het onderwijs, de opvang, de jeugdzorg en de gezondheidszorg, en kinderen en jongeren zelf, hebben behoefte aan ondersteuning bij de omgang met media.[2] Met name het gemeentelijk jeugdbeleid heeft hierin een faciliterende rol.

Lokale instellingen met een mediawijsheid-rol

Mediawijsheid is niet iets wat alleen de landelijke overheid aan gaat. Ook op gemeentelijk niveau spelen diverse maatschappelijke instellingen een belangrijke rol in het kader van mediawijsheid en media-educatie. Te beginnen bij de scholen, die van oudsher een taak hebben in het ‘wijs’ maken van de jonge burger. Maar daarnaast moeten bijvoorbeeld ook de openbare bibliotheken, Centra voor Jeugd en Gezin met de GGD en jeugdzorg, kinderopvanginstanties, centra voor de kunsten, filmtheaters, lokale omroepen en archieven, gezamenlijk jongere en oudere burgers ondersteunen in het bewust en veilig kunnen omgaan met media. Deze instellingen dragen bij aan algemene maatschappelijke doelen en voegen een belangrijke waarde toe aan het beleid van de gemeenten. Elk hebben zij hun eigen specifieke rol, kennis en expertise, samen kunnen zij bijdragen aan het lokale mediawijsheid-beleid.

Opzet brochure

Deze brochure informeert over het begrip mediawijsheid en biedt inspiratie over mogelijke toepassingen. Het gaat daarbij met name over de rol van de gemeenten en de lokale spelers. Terreinen die in deze brochure worden uitgelicht zijn onderwijs, cultuur en de media zelf. We gaan in op mogelijkheden om specifieke doelgroepen te bereiken, maar schetsen ook voorbeelden waar burgers de juiste vaardigheden worden aangeleerd om goed om te gaan met media. Wij schetsen dit tegen de achtergrond van het rijksbeleid plus de landelijke organisaties en regelingen.

2 Duimel, M. & I. Meijering (2013, in voorbereiding). Professionals en ondersteuning bij media-opvoeding. Utrecht: Nederlands Jeugdinstituut / Mijn Kind Online.

1. Veranderend gebruik van media

Mediagebruik in de 21e eeuw

Met de komst van vele nieuwe mediaplatforms en –inhouden is het gebruik van media door de burger in de afgelopen decennia sterk veranderd. En dat geldt het meest voor kinderen en jongeren. Er is sprake van een geleidelijke teruggang in het lezen van gedrukte media en een stijging in de televisiekijktijd en het computergebruik. Media zijn ook niet langer bedoeld om alleen maar naar te kijken of te luisteren. Hedendaagse apparaten vragen een actieve inbreng van de gebruiker; de burger is nu niet alleen meer consument, maar ook producent van zijn eigen media-boodschappen. Daarnaast zijn media tegenwoordig bijna allemaal mobiel en gaat het uitwisselen van informatie 24 uur per dag, zeven dagen per week door. Aanbieders van mobiele diensten wedijveren om zoveel mogelijk klanten aan zich te binden met een landelijke dekking van Wi-fi. Bij al deze aspecten lopen jeugdigen voorop ten opzichte van volwassen oudere burgers.

Het minder populair worden van de al langer bestaande media gaat voor een groot deel generatie-gewijs. De vergelijking van jongere en oudere leeftijdsgroepen leert dat de nieuw opkomende media telkens het eerst worden omarmd door kinderen en jongeren. Deze leeftijdsverschillen komen vooral tot stand doordat jongere generaties vernieuwingen meer vanzelfsprekend in hun activiteitenpatronen opnemen dan oudere generaties.

Van de Nederlandse bevolking had gemiddeld 95% in 2011 toegang tot het internet; in huishoudens met gezinnen ligt dit percentage zelfs op bijna 100%. De vaste personal computer (PC) verdwijnt inmiddels steeds meer uit beeld; tablets, laptops en smartphones maken het steeds makkelijker voor de burger om op elke locatie toegang te vinden tot het internet. In Nederland zijn er al minstens 5,5 miljoen gebruikers van smartphones; veel meer dan gebruikers van gewone mobiele telefoons. Daarnaast bieden hedendaagse game platforms de burger ook toegang tot het internet, terwijl het televisietoestel steeds meer toegang geeft tot andere media-producten dan alleen van de landelijke, regionale en lokale omroepen. De televisiekijker is ook niet langer 'verplicht' het aanbod van de plaatselijke kabelaar te benutten. Met interactieve televisie (on-demand-streaming) en technische mogelijkheden als satelliet, diginet of netflix, kan de burger zelf bepalen wanneer, waar en hoe hij die media-producten wil bekijken.

Gevolgen Internetgebruik

Uit meerdere studies blijkt dat er bij veel burgers behoefte is aan informatie over de omgang met digitale media. Hoewel veel burgers zich technisch redelijk weten te redden met de computer of smartphone is er toch ook nog veel twijfel over de sociale en culturele kanten van het digitale mediagebruik [3]. Juist omdat de media nog volop bezig zijn een technische revolutie door te maken is het voor de burger lastig om zicht te blijven houden op wat je allemaal met de apparaten en media-toepassingen kunt doen en hoe je er verstandig mee om moet gaan [4]. Bij dat vraagstuk worden soms ook termen gebruikt als digibeten, digital immigrants en digital natives, alsof er een duidelijke tweedeling tussen burgers in de samenleving bestaat. Daarnaast gaat het in het algemene debat ook vaak over een generatiekloof, alsof kinderen en jongeren hun ouders, grootouders en andere professionals ver vooruit zijn in het gebruik van hedendaagse digitale media. Beide veronderstellingen behoeven nuancering.

In het algemeen zijn er geen scherpe scheidslijnen te trekken tussen jongere en oudere mediagebruikers als het gaat om bewust en veilig gebruik en het kunnen benutten van de kansen van de digitale media [5]. Of de media een bijdrage leveren aan het opgroeien en het bestaan van (jonge) burgers hangt sterk af van de ervaring die ze hebben met die media en van hun ontwikkelingsniveau en opleidingsachtergrond. Sommigen weten de media optimaal in te zetten voor hun sociale bestaan en gebruiken bijvoorbeeld sociale media als Facebook en Twitter voor een florerend verenigingsleven. Digitale media kunnen ook ondersteunend zijn in de vorm van online hulpverlening, bijvoorbeeld bij jongeren met depressieve gevoelens of bij gezinnen waar de opvoeding stroef verloopt door psychische stoornissen. En naast vermaak kunnen media ook ondersteuning bieden in allerlei educatieve omgevingen, zoals in het buurtwerk, het onderwijs of de kinderopvang [6]. Tegelijk kunnen de moderne media ook een negatieve uitwerking hebben op het opgroeien en functioneren van de burger in de hedendaagse technologische samenleving. Afhankelijk van opgedane ervaring met de media en van de daarmee opgebouwde mediavaardigheden, alsook van algemene competenties en levenservaring, kunnen zowel kinderen als volwassenen mediarisico's tegenkomen, zoals bijvoorbeeld: ongewenste contacten met vreemden, phishing of digitale diefstal van privé-gegevens, confrontatie met pornografisch of gewelddadig materiaal, illegaal downloaden of beeldscherm-'verslaving'. Andere risico's van niet bewust of onkritisch met media-inhouden omgaan, zijn bijvoorbeeld: agressief of asociaal gedrag, vandalisme, vetzucht en obesitas, intolerantie of discriminatie t.o.v. minderheden, seksisme, ongezond seksueel gedrag of politieke desinteresse [7].

Kortom, hoe en welke rol de media in het leven van de hedendaagse burger spelen is sterk afhankelijk van hoe de jonge of oudere burger over de media denkt en wat hij of zij met de media wil.

3 Schols, M., M. Duimel & J. De Haan. (2011). Hoe cultureel is de digitale generatie? Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
4 Zie bijvoorbeeld hiervoor de websites van www.mediawijzer.net of van www.digivaardigdigiveilig.nl

5 Zie bijvoorbeeld Duimel, M. & J. De Haan. (2007). Nieuwe links in het gezin. Den Haag: Soci-aal en Cultureel Planbureau.
6 O.a.: Nikken, P., D. Bontje, S. Verweij en O. Abell (2013). Speel digiwijs. Samen aan de slag met media voor jonge kinderen. Tilburg: Zwijsen.
7 o.a.: Sonck, N., & J. De Haan (2011). Kinderen en internetrisico's. EU Kids Online Onderzoek bij 9-16-jarige internetgebruikers in Nederland. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau. Nikken, P. (2007). Kinderen en mediageweld. Amsterdam: SWP. Valkenburg, P. (2008). Beeld-schermkinderen: Theorieën over kind en media. Den Haag: Boom Lemma.

2. Mediawijsheid, -educatie en -opvoeding

Wat is mediawijsheid?

Mediawijsheid gaat enerzijds om het helpen voorkomen van onveiligheid bij de omgang met media en het beschermen van burgers, maar anderzijds veel meer om de stimulans dat burgers beschikken over voldoende en adequate media-vaardigheden, zodat ze zelfstandig mee kunnen doen in de huidige samenleving. De Raad voor Cultuur heeft in 2005 mediawijsheid dan ook gedefinieerd als:

'het geheel van kennis, vaardigheden en mentaliteit waarmee burgers zich bewust, kritisch, veilig en actief kunnen bewegen in een complexe, veranderlijke en fundamenteel gemedialiseerde wereld.'

Of door Mediawijzer.net verkort gedefinieerd als:

'Mediawijsheid staat voor alle competenties die je nodig hebt om actief en bewust mee te doen met de mediasamenleving.' [8]

Mediawijsheid vereist dus in de eerste plaats kennis om mediaboodschappen te kunnen interpreteren en waarderen. De burger moet weten hoe media fungeren en wat media voor hen in positieve en negatieve zin kunnen betekenen. Daarnaast moet de burger de juiste vaardigheden hebben om informatie in de media te kunnen vinden of zelf te produceren en dat op een bewuste, weloverwogen manier te kunnen doen. De burger, jong en oud, moet dus de basistechnieken van de media kunnen toepassen en daar creatief mee kunnen omgaan. Tot slot gaat het om een mentaliteit en bewustwording rond het gebruik van media. Het is van belang dat de burger de mogelijkheden en onmogelijkheden, en de risico's en kansen van de verschillende media voor zijn eigen bestaan kan inschatten. De burger moet dus alle vormen van media-informatie in de juiste context kunnen plaatsen. Dat is een doorlopend proces. Wanneer mensen zelf actief en bewust gebruik maken van media, raken ze bekend met de mogelijkheden en risico's. Maar met de opkomst van steeds weer nieuwe media-inhouden en –platforms, zoals Facebook, LinkedIn, Twitter, apps, tablets en smartphones, moet dus steeds opnieuw invulling worden gegeven aan wat we mediawijsheid noemen.

Mediawijsheid bouwt voort op media-educatie, een begrip dat gangbaar was in de voorgaande decennia. Media-educatie was vooral iets van en voor het onderwijs en sterk gericht op kinderen. Het gaat over het leren interpreteren van de inhoud van media, het besef van welke belangen of waardesystemen de media sturen en het bewust worden van de plaats en de rol van media in het persoonlijke en maatschappelijke leven. Maar ook het gebruik van deze media en het zelf vervaardigen van (digitale) audiovisuele producties zijn onderdeel van media-educatie. Deze basiselementen van media-educatie gelden nu nog steeds in het kader van mediawijsheid.

Lokale verbindingen maken mediawijsheid

Aandacht voor mediawijsheid is meer dan een losse training in de omgang met media of een enkele lessenserie media-educatie. De Raad voor Cultuur benadrukt dat crossovers tussen kunst en maatschappij, en tussen school, vrije tijd en culturele sector essentieel zijn. De netwerkgedachte is de grondstructuur van de informatiesamenleving en daarom is de netwerkgedachte ook het uitgangspunt voor de uitwerking van mediawijsheid-beleid en -praktijk. Verschillende expertises moeten dus samen gaan. Landelijke (publieke) organisaties, moeten hun kennis, ervaring en middelen koppelen aan instellingen op lokaal niveau, zoals archieven, bibliotheken, scholen et cetera. Het belang van lokale verbindingen is daarbij groot, omdat het bijdraagt aan een versterking van de lokale cohesie. Activiteiten moeten vooral vraaggestuurd bottom-up worden georganiseerd; het gaat immers vooral om een actief participerende burger.

Hoewel de Raad voor Cultuur het onderwijs niet als enige speler op het veld van mediawijsheid ziet, is het wel een zeer essentiële speler, omdat kinderen en jongeren de gemedialiseerde wereld van de toekomst moeten vormgeven. Vooral stichting Kennisnet is daarom nu zeer actief met het stimuleren en ontsluiten van mediawijsheid activiteiten voor het primair en voortgezet onderwijs [9]. Op het gebied van kennis en mentaliteit moet er echter nog veel voor en met jongeren gebeuren, waarbij verbindingen met buitenschoolse instanties ook noodzakelijk zijn. Cultuurinstellingen op het gebied van leesbevordering en film- en cultuureducatie zijn dan ook essentieel. Daarnaast noemt de Raad voor Cultuur de openbare bibliotheek die een belangrijke rol heeft als betrouwbaar ankerpunt in de hedendaagse informatiesamenleving. Tegenwoordig kan daar het Centrum voor Jeugd en Gezin (CJG) aan worden toegevoegd. Het CJG heeft immers ook een sleutelpositie in de lokale, lichte preventieve ondersteuning van ouders, verzorgers en professionele ondersteuners in de opvoeding.

De netwerkgedachte die de Raad in 2005 al uitsprak voor het versterken van de praktijk en het beleid rond mediawijsheid sluit nauw aan op de huidige ontwikkelingen rond zorg voor jeugd. Bij de transitie en transformatie van steun en hulp aan kinderen en gezinnen gaat het immers ook om een nauwe en effectieve samenwerking van lokale partners en om een vraaggerichte aanpak. Het is dus zaak om mediawijsheid nu direct te koppelen aan opvoedingsondersteuning op lokaal niveau.

Landelijke opleidingen mediawijsheid en mediaopvoeding

In het (beroeps)onderwijs in de reguliere opleidingen is nog weinig structurele aandacht voor de rol van ouders in de mediaopvoeding thuis of voor de rol van professionals bij mediaopvoeding of mediawijsheid. Slechts een paar opleidingen hebben wel aandacht voor deze thema's.

HBO en universitaire opleidingen. Er zijn drie HBO opleidingen die een of meer minoren aanbieden op het terrein van mediaopvoeding of mediawijsheid:

- De Lerarenopleiding Basisonderwijs (Pabo) van Windesheim Flevoland kent de minor Mediapedagogiek. De minor ondersteunt Pabo- en pedagogiekstudenten om zelf mediawijs te worden en die kennis in een schoolse setting over te kunnen dragen op elkaar, hun leerlingen en de leerkrachten.
- De Pedagogiek opleiding bij Windesheim Zwolle biedt de minor Mediawijsheid en mediaopvoeding. Deze minor gaat vooral in op de opvoedingsondersteuning, zoals die door professionals gegeven wordt in Centra voor Jeugd en Gezin, of bij zwaardere vormen van hulp als het opvoeden en opgroeien van kinderen ernstig verstoord is.

8 Zie Mediawijzer.net voor meer informatie over dit begrip en de vereiste competenties: http://www.mediawijsheid.nl/disclaimer-links/over-mediawijsheidnl/

9 http://www.kennisnet.nl/themas/mediawijsheid/

- De Christelijke Hogeschool Ede biedt vier op elkaar aansluitende minoren: Mediawijsheid, Filmwijs, Filmbeschouwing en Jeugdcultuur. De minoren gaan vooral in op mediawijsheid en nauwelijks op de pedagogische aspecten rond mediaopvoeding.

De Erasmus Universiteit Rotterdam beheert verder sinds begin 2011 de leerstoel Mediaopvoeding, ondergebracht bij de Erasmus School of History, Culture and Communication. De leerstoel bevordert onderzoek en onderwijs naar de relatie tussen media, kinderen en de opvoeding. Bij andere universiteiten komt de combinatie van media, kinderen en opvoeding vaak ad hoc aan bod, bijvoorbeeld bij Communicatiewetenschappen, Pedagogiek of (ontwikkelings-) psychologie.

Mediacoach-opleidingen. Voor professionals bestaat de opleiding tot media-coach [10]; een opleiding op post-hbo-niveau van de non-profitorganisatie Nationale Academie voor Media & Maatschappij. De opleiding is bedoeld voor mediatheek- en bibliotheekmedewerkers, leerkrachten, Pabo-studenten etc.

Het Sector Instituut Openbare Bibliotheken heeft ook een eigen opleiding tot mediacoach ontwikkeld voor medewerkers van bibliotheken [11]. De cursist bekwaamt zich in competenties die nodig zijn bij mediawijsheiddiensten die de bibliotheek levert.

Onderzoek naar mediawijsheid

In 2012 introduceerde de landelijke organisatie Mediawijzer.net het Mediawijsheid Competentiemodel [12]. Het model bestaat uit 4 hoofdgroepen waarbinnen in totaal 10 competenties zijn beschreven. Voor elke competentie is op 5 niveaus beschreven hoe competent men kan zijn:

BEGRIP
- inzicht hebben in de medialisering van de samenleving;
- begrijpen hoe media gemaakt worden;
- zien hoe media de werkelijkheid kleuren;

GEBRUIK
- apparaten, software en toepassingen kunnen gebruiken;
- oriënteren binnen mediaomgevingen;

COMMUNICATIE
- informatie vinden en verwerken;
- content creëren;
- participeren in sociale netwerken;

STRATEGIE
- reflecteren op het eigen mediagebruik;
- doelen realiseren met media.

In opdracht van Mediawijzer.net is onderzocht hoeveel Nederlandse onderzoekspublicaties sinds 2005 aandacht hebben gegeven aan de mediawijsheid competenties [13]. Uit de analyse blijkt met betrekking tot doelgroepen dat er nauwelijks onderzoek is onder jonge kinderen (0-4 jaar). Jongeren in de leeftijdscategorie 12-17 jaar komen daarentegen het vaakst aan bod. Andere specifieke doelgroepen die beperkt centraal staan in de onderzoeken zijn kwetsbare groepen, etnische minderheden en digibeten. Het onderzoek heeft geleid tot de volgende aanbevelingen:

1. Bepaal wat de waarde is van competenties voor het maatschappelijk kunnen functioneren; en wat dus het nadeel is van achterblijven in de digitale samenleving.
2. Geef meer aandacht aan de houding van gebruikers en vooral ook niet-gebruikers van media.
3. Verbreed onderzoeksaandacht voor het meten van competenties.
4. Verricht meer doorlopend onderzoek naar mediagebruik en –vaardigheden.
5. Beheer en ontsluit uitkomsten van onderzoek naar mediawijsheid meer gestructureerd, bijvoorbeeld via het biebtobieb-platform van het SIOB.
6. Geef prioriteit in beleid aan de velden waar nog weinig onderzoeksaandacht voor is.

Drie voorbeelden

- **YoungWorks Academy** De cursus Jongeren en social media biedt professionals in de jeugdsector inzicht in de wereld van jongeren en sociale media. De training wil dat professionals een plan van aanpak kunnen opstellen om beter in contact te kunnen komen met de doelgroep [14].

- **Landelijk model doorlopende leerlijn mediawijsheid** Begin 2011 is een doorlopende leerlijn mediawijsheid ontwikkeld door verschillende organisaties, t.w.: EYE Film Instituut Nederland, Digital Playground, het Kunstgebouw (Mediafabriek) en de Stichting Leerplan Ontwikkeling (SLO) [15]. De organisaties hebben een selectie gemaakt van 419 kerndoelen en eindtermen voor 108 vakken, verdeeld over de verschillende niveaus van het primair en voortgezet onderwijs. Vervolgens zijn deze kerndoelen en eindtermen vertaald naar concrete mediawijsheid doelen

- **Lokale doorlopende leerlijn mediawijsheid** Ook op lokaal niveau is men in dit opzicht actief. Zo heeft een VO-school te Zwolle een curriculum ontwikkeld om mediawijsheid in 3 leerjaren in 6 stappen met de leerlingen uit te werken [16]:
  1. Boodschappen via moderne media en beeld begrijpen.
  2. Communiceren via moderne media.
  3. Digitaal informatie zoeken, vinden en beoordelen.
  4. Met digitale hulpmiddelen tekst produceren, bewaren en verspreiden.
  5. In staat zijn een informatieve, persuasieve of kunstzinnige moderne-mediaproductie te maken: een foto(reeks), een filmpje, een game, een website/weblog, een digitale diapresentatie en combinaties hiervan.
  6. Kennis bezitten van de invloeden van internet en moderne media op samenleving en individu.

10 http://www.nomc.nl/
11 http://www.siob.nl/thema-s/opleiding-mediacoach/item1596
12 Zie http://www.mediawijzer.net/competentiemodel/
13 Zie: http://www.mediawijzer.net/mediawijsheidcompetenties-inventarisatie-onderzoek-2005-heden/
14 http://www.youngworks.nl/
15 http://www.mediawijzer.net/professionals/nieuws/Doorlopende-leerlijn
16 http://www.kennisnet.nl/themas/mediawijsheid/200-lesuren-mediawijsheid-in-doorlopende-leerlijn/

3. Gemeentelijk beleid

Gemeentelijke taken rond mediawijsheid

Gemeenten hebben diverse taken die raken aan mediawijsheid:

1. Er is een algemeen voorlichtende taak. Met gemeentesubsidie kan bijvoorbeeld informatie verschaft worden door onafhankelijke instellingen.
2. Daarnaast is er een taak in de opgroei- en opvoedingsondersteuning.
3. Voorts is een belangrijk doel de participatie van de burgers in de lokale samenleving te bevorderen (via de Participatieladder).
4. Waar nodig fungeert de gemeente als vangnet voor diegenen die niet zelfstandig kunnen functioneren en participeren.

Hulp bij mediaopvoeding

Onderdeel van de dagelijkse opvoeding van elke ouder is tegenwoordig ook de mediaopvoeding. Zoals bekend is laagdrempelige en vroegtijdige informatievoorziening aan ouders een effectieve manier om ouders te sterken in hun opvoedersrol. Daarmee neemt de kans op een gunstige ontwikkeling van hun kinderen toe en worden problemen in het opvoeden en opgroeien voorkomen. Om ervoor te zorgen dat ouders ook hun mediaopvoeding goed kunnen uitvoeren, is het dus nodig dat zij ook rond de omgang met media betrouwbare informatie en goed georganiseerde ondersteuning kunnen krijgen.

Via het lokale jeugd- en gezondheidsbeleid staan gemeenten als overheidsorganisatie het dichtst bij ouders en hun kinderen en bij professionele mede-opvoeders en opvoedondersteuners. Lokale professionals kennen het best de vragen die bij opvoeders leven. Zij zouden dus het best de vragen van ouders en verzorgers over media en gezond opgroeien kunnen beantwoorden.

De betrokken lokale partners

Het versterken van de opvoedingsondersteuning, educatie en mediawijsheid, is een zaak van de daarvoor aangewezen lokale en landelijke organisaties zelf. De gemeente kan hierbij echter wel vooral een faciliterende rol spelen. Voor een goed lokaal beleid valt dan te denken aan het bevorderen van de betrokkenheid en samenwerking van scholen, de kinderopvang, de Centra voor Jeugd en Gezin (CJG), alsmede ook de GGD-en, bibliotheken en centra voor de kunsten, en uiteindelijk natuurlijk zeker ook de jeugd, ouders en grootouders zelf.

- Voor de informatievoorziening en voorlichting kan de gemeente bijvoorbeeld vooral de CJG's, openbare bibliotheken, lokale omroepen en de archieven inschakelen.
- Bij het versterken van de participatie van jongere en oudere burgers is er een rol voor bijvoorbeeld de buurt- en jongerencentra/ buurtorganisaties, de bibliotheken en de CJG's.
- Voor het stimuleren van creativiteit en talentontwikkeling kunnen naast de openbare bibliotheek en de lokale omroepen bijvoorbeeld ook het filmtheater, het centrum voor de kunsten en amateurkunstverenigingen ingezet worden.

Samenwerking noodzakelijk

Een gemeentelijk beleid dat gericht is op een afgestemde samenwerking tussen de lokale instellingen rond mediawijsheid en mediaopvoeding draagt bij aan meer mediawijze bewoners (gezinnen, jong en oud). Meer mediawijze burgers leidt vervolgens tot een participerende samenleving, meer creatieve burgers, en uiteindelijk bij kinderen en jongeren ook tot minder risico op overlast, schooluitval, gezondheidsproblemen et cetera. Investeren in mediawijsheid en mediaopvoeding loont dus.

Behoeften bij veld en gemeenten

Zowel bij het veld als de gemeenten is aandacht voor mediawijsheid vaak nog geen regulier onderdeel van het beleid. Dit komt doordat het professionals in veel gevallen ontbreekt aan een aantal instrumenten.

- **Het veld.** Uit NJi-onderzoek [17] blijkt dat er bij veel professionals behoefte is aan: actuele kennis over het mediagebruik van kinderen en jongeren; praktische hulpmiddelen en voorlichtingsmaterialen voor de ouders; inzicht in de taken en functies van de verschillende lokale samenwerkingspartners; gerichte bij- en nascholing; kennis van producten en diensten vanuit landelijke organisaties; een platform voor kennis en ervaring.
- **Gemeenten.** Gemeenten vullen hun rol verschillend in. Ze kunnen faciliteren, verbinden of stimuleren. Wat gemeenten nodig hebben is: kennis van wat er bij de ouders leeft, voldoende budget om te faciliteren, mogelijkheden om samenwerking met en tussen de instellingen te bewerkstelligen, informatie over landelijke ontwikkelingen, en goede voorbeelden die ze eventueel kunnen oppakken.

Drie voorbeelden

- **E-Participatie** De gemeente Den haag ontwikkelde de Toolkit eparticipatie, een kant en klare verzameling digitale hulpmiddelen die ambtenaren kunnen gebruiken bij participatietrajecten in de stad. Den Haag gebruikte het bijvoorbeeld door met kinderen op een intuïtieve manier een speeltuin te ontwerpen. De kinderen drukten bij verschillende ontwerpen (plaatjes) hun gevoelens uit, waardoor het meest aansprekende ontwerp naar voren kwam. Er is een forum, poll, ideeën-generator, budgetschuif en een moodboard, die zonder kosten door andere gemeenten kunnen worden overgenomen [18].
- **Wijkmedia** In 2010 heeft Mira Media het onderzoek 'Wijkmedia onder de loep' laten verschijnen. Deze organisatie geeft hierin de volgende toelichting op dit fenomeen. Samen een krant maken over de geschiedenis van de buurt, op het web opzoeken waar en wanneer bij jou in de buurt cursussen worden gegeven, in een buurthuis video's maken over wat jou bezighoudt, met foto's laten zien waar jouw buurt onveilig is, of een digitale enquête invullen over wat jij in je buurt verbeterd wilt zien, het zijn allemaal mogelijkheden om media in te zetten, bewoners bij de buurt te betrekken en de communicatie én leefbaarheid in de buurt te verbeteren. Mogelijkheden die tegenwoordig zelfs gebruikelijk zijn in veel stadswijken. Dergelijke wijkmediaprojecten nemen nog steeds in aantal toe, onder andere omdat het werken met media steeds eenvoudiger en minder kostbaar is, maar vooral ook omdat het effectief blijkt te zijn. Mede daarom zijn steeds meer organisaties en bestuurders bereid te investeren in wijkmedia, in wat voor vorm dan ook: van 'digitale trapveldjes' tot 'media-ateliers'. Want goede communicatie tussen burgers en burgers en instellingen wordt steeds belangrijker. [19]

17 Duimel, M. & I. Meijering (2013, in voorbereiding). Professionals en ondersteuning bij media-opvoeding. Utrecht: Nederlands Jeugdinstituut / Mijn Kind Online.
18 http://www.denhaag.nl/home/bewoners/to/Stappenplan-participatie.htm
19 http://www.media4me.org/9353225/d/wijkmedia_onder_de_loep.pdf

- **Wijkverbetering** 'Buitenspel' is een film uit 2012 op initiatief van de gemeente gemaakt door de bewoners van de wijk Veldhuizen in Ede. Beeld, geluid, script, visagie en acteurs, allen zijn het bewoners van de wijk die met hun talent een positieve bijdrage hebben geleverd. Het resultaat mag er zijn: een film over vriendschap en vertrouwen. Een film die zich afspeelt in een wijk waar het al een paar jaar rustig is, maar die desondanks onder een negatief imago gebukt bleef. Door het filmproject is er iets op gang gekomen in de wijk. Deelnemers weten elkaar te vinden en spreken met elkaar af. Ze zijn trots op het resultaat en trots op hun wijk. En ze delen hun enthousiasme met vrienden, familie en klasgenoten. De deelnemers zijn ambassadeurs van hun wijk geworden [20].

20 www.veldhuizenthemovie.nl

4. Lokale spelers mediawijsheid

In het voorgaande hoofdstuk zijn taken van de gemeente op verschillende terreinen benoemd: opgroei- en opvoedsteun, voorlichting, participatie en talent-ontwikkeling, en voorkomen van uitval. In dit deel beschrijven we voor deze terreinen de mogelijke rol van lokale spelers bij het versterken van mediawijsheid en mediaopvoeding, met name hun taken en kansrijke samenwerkingsverbanden. De tabel geeft een overzicht van de belangrijkste spelers per taak.

Opgroeien en opvoeden	Onderwijs Kinderopvang Centra jeugd en Gezin Jeugdgezondheidszorg
Voorlichting	Openbare bibliotheken Lokale media-instellingen Archieven
Participatie en talentontwikkeling	Buurt- en jongerencentra Openbare bibliotheken Centra voor jeugd en Gezin Lokale media-instellingen Filmtheaters Centra voor de kunsten Amateur kunst verenigingen
Voorkomen van uitval	Openbare bibliotheken Buurtcentra

Een mogelijke samenwerking tussen lokale spelers ligt in elke gemeente anders, maar zonder steun van de gemeente is het zeker moeilijk om goed in te spelen op de uitdaging en om de kansen en mogelijkheden rond mediawijsheid te pakken. Ondersteuning door regionale en lokale overheden is onmisbaar om er zorg voor te dragen dat mediawijsheid ook op lokaal niveau vaste grond in het beleid krijgt. Mogelijke ingangen van waaruit een dergelijke bijdrage kan worden ingebed zijn de Lokale Educatieve Agenda (LEA), de Impuls brede scholen, sport en cultuur/Brede Impuls Combinatiefuncties, de Wmo en het Participatiebudget. Daarnaast zijn er bij de herziening van het jeugdzorgstelsel nu uitgelezen kansen voor de gemeenten om mediawijsheid en mediaopvoeding lokaal op de agenda te zetten. Hieronder lopen we de lokale spelers een voor een langs.

Onderwijs; traditionele, brede of iPad school?

Van oudsher zijn lezen en schrijven kern-elementen in het schoolcurriculum. In het moderne onderwijs wordt zowel op PO- als op VO-niveau ook aandacht besteed aan de audiovisuele media en aan mediawijsheid. Kinderen lezen bijvoorbeeld de krant in de klas, doen een project over reclame, leren bronnen analyseren of maken een website. In verschillende vakken en projecten gaan kinderen of jongeren ook zelf actief met media aan de slag. Zo leren ze goed en kritisch met allerlei verschillende mediavormen en –inhouden omgaan.

Scholen mogen zelf bepalen of en hoe ze aandacht besteden aan mediawijsheid. Het is geen verplicht vak. Wel stimuleert het kabinet scholen om mediawijsheid als vast thema op te nemen in hun lesprogramma. Om dit te bereiken heeft de rijksoverheid een aantal kerndoelen opgesteld. Leerlingen in het primair en voortgezet onderwijs moeten o.a. in staat zijn om:

- zelfstandig informatie op te zoeken;
- informatie en meningen te ordenen, te vergelijken en te beoordelen;
- digitale bronnen als kennisbronnen te gebruiken.

Scholen bepalen zelf hoe ze kerndoelen in concrete onderwijsprogramma's vertalen. De onderwijsinspectie ziet toe op de naleving van de kerndoelen. Gemeenten kunnen bijvoorbeeld via brede scholen en educatieve programma's activiteiten bevorderen, zoals genoemd in de doorlopende leerlijnen die via het netwerk van mediawijzer.net worden ontwikkeld. Die leerlijnen zijn gericht op het stimuleren en activeren van participatie binnen de maatschappij. Scholen zijn daarbij een belangrijke partner en kunnen in samenwerking met centra voor de kunsten en openbare bibliotheken bijdragen aan de ontwikkeling van kennis en vaardigheden om zelfstandig media te maken. Bovendien stimuleren en activeren zij zowel individuele burgers als specifieke (zorg-) doelgroepen, met het doel om hun positie in de maatschappij te versterken.

Volgens de Monitor cultuureducatie 2008 – 2009 besteedt 82% van de scholen binnen het curriculum aandacht aan media-educatie of –wijsheid [21]. Media-educatie of mediawijsheid komt het meest aan bod in de kunstvakken (62%), gevolgd door andere vakken als ict-lessen en maatschappijleer (58%) of in vak-overstijgende projecten (53%). De medialessen gaan hoofdzakelijk over praktische vaardigheden (om kunnen gaan met techniek, 85%), bewustwording van media (71%), en in mindere mate om verantwoord gedrag (57%) en het produceren van eigen mediaproductie (52%).

Ander onderzoek uit 2010 onder bijna 1000 onderwijzers [22] laat zien dat ongeveer een kwart van de leraren in het primair en voortgezet onderwijs niet weet of mediawijsheid in het curriculum van de school is opgenomen. Van de leraren die dit wel weten geeft de helft aan dat mediawijsheid wel in het curriculum zit. Mediawijsheid loopt daarbij als een rode draad door het programma in bijna alle leerjaren.

Een ruime meerderheid van alle deelnemende leraren vindt dat mediaopvoeding een gezamenlijke verantwoordelijkheid is van de ouders en de school samen. Men vindt ook dat ouders meer betrokken kunnen worden bij de digitale vaardigheden die kinderen op school nodig hebben.

In beide onderwijssectoren wordt volgens de leraren op het gebied van mediawijsheid vooral aandacht besteed aan de vaardigheid in het zoeken en beoordelen van informatie. Er is volgens de deelnemende leraren ook weinig verschil tussen het primair en het voortgezet onderwijs in de wijze waarop aandacht wordt besteed aan mediawijsheid. Dit gebeurt meestal tijdens de reguliere les of door het werken aan opdrachten en werkstukken. Het percentage leraren dat aangeeft dat op school mediawijsheid behandeld wordt tijdens themaweken is in de onderwijssectoren respectievelijk 54 en 40 procent. Er is vooral behoefte aan de onderstaande vier punten om leerlingen mediawijsheid bij te kunnen brengen:

- Kennis over ICT en media. Leraren geven aan dat docenten eerst zelf mediawijs moeten zijn voordat ze het hun leerlingen kunnen leren. Ze vinden dat bijscholing mogelijk moet zijn, maar ze geven ook aan dat aanvullende training niet voor alle leraren noodzakelijk is.
- Meer tijd voor mediawijsheid. Volgens deelnemende leraren is meer lestijd nodig om ervoor te zorgen dat leerlingen mediawijs worden. Sommigen signaleren dat deze lestijd niet altijd beschikbaar is, want dan komen andere vakken in de knel.
- Voldoende computers en goed materiaal. De leraren wensen voldoende computers voor alle leerlingen. Dit mag eventueel in een apart lo-kaal, zodat de school niet voor elke klas 30 computers hoeft aan te schaffen. Ook wensen ze goed werkend en veilig internet. Een aantal vindt dat een digibord noodzakelijk is bij klassikale medialessen.
- Lesmateriaal, lesopdrachten of programma's. Volgens de deelnemende leraren zijn voldoende lesmateriaal, opdrachten of een methodiek nodig om leerlingen mediawijsheid bij te brengen. Sommige leraren willen graag opdrachten die in bestaande vakken geïntegreerd kunnen worden.

Binnen de brede school staat samenwerking centraal. Meer dan 60% van de circa 1.200 brede scholen acht cultuureducatie een belangrijk aspect binnen het aanbod voor de leerlingen en 70% van de brede scholen werkt ook samen met de openbare bibliotheken [23]. Dat zou een mooi uitgangspunt kunnen zijn om mediawijsheid breed aan de orde te laten komen. Exacte gegevens over media-educatie in de brede school en buiten schooltijd ontbreken echter.

Kennisnet stelt dat de digitalisering van de maatschappij om andere vaardigheden van burgers vraagt. [24] Om ervoor te zorgen dat burgers optimaal kunnen blijven functioneren in deze nieuwe maatschappij, moet het onderwijs leerlingen nieuwe vaardigheden leren die in de 21ste eeuw onmisbaar zijn. Naast de basisvaardigheden rekenen en taal gaat het dan ook – maar niet alleen - om kritisch denken, ict-geletterdheid en creativiteit. Jongeren lijken vaak mediawijs maar overschatten hun eigen mediawijsheid. Vooral hogere vaardigheden zoals het controleren van bronnen en het goed kunnen zoeken naar informatie blijft een kritiek punt. Wel kan een meerderheid van de jongeren technisch goed omgaan met ict en media. Ze weten hoe ze ongewenste contacten kunnen blokkeren en hoe ze privacy-instellingen aan kunnen passen. Daarnaast kan het grote gebruik van sociale media ook negatief uitpakken. Leerlingen zijn soms snel afgeleid tijdens de les en sociale media worden ook gebruikt om te pesten.

De twee grote vraagstukken die op dit moment spelen in het onderwijs, zijn het verhogen van het leerrendement en het doelmatig organiseren van het leerproces [25]. Onderzoek wijst uit dat inzet van ict bij het leren kan bijdragen aan het verhogen van het leerrendement. Daarnaast biedt het volop mogelijkheden in het secundaire proces, waar ict bij kan dragen aan een doelmatige en professionele organisatie. Bij wijze van proef heeft de overheid per augustus 2013 dan ook toegestaan dat een aantal scholen experimenteert met het verder digitaliseren van de onderwijsmethoden: de zogenoemde Steve Jobs- of iPad-scholen. De organisatie Onderwijs voor een Nieuwe Tijd (O4NT) begeleidt de scholen en gemeenten met ondersteuning en met producten en diensten. Belangstellende gemeenten kunnen zich via de website aanmelden [26].

Twee voorbeelden

- **Monstermedia** Monstermedia is een media-educatieve leeromgeving, bedoeld om het mediabewustzijn van kinderen in groep 7-8 van het basisonderwijs te stimuleren [27]. Leerlingen adopteren een monstertje dat ze via internet opvoeden. Hierdoor worden zij bekend en bewust met de geschiedenis van media. Een manier om dit bewustzijn te verkrijgen is door een analyse te maken van de elementen die bepalend zijn voor een media-uiting. Een andere manier is om zelf een mediaproduct te maken.
- **Het land dat in mij leeft** Dit project, in 2012 ontwikkeld met steun van de Mediawijzer.net Stimuleringsregeling, is een schoolbreed, vakoverstijgend project waarbij leerlingen van vmbo 4, havo 5 en vwo 6 op zoek gaan naar hun familiegeschiedenis [28]. Daarbij maken ze gebruik van uitdagende opdrachten die worden aangeleverd vanuit verschillende vakken. De leerlingen maken

21 Oomen, C. en anderen (2009). Cultuureducatie in het primair en voortgezet onderwijs: Moni-tor 2008-2009. Utrecht: Oberon / Sardes
22 Wester, M. & E. Smeets (2011). Mediawijsheid in het onderwijs 2010: Verslag van onderzoek bij leraren in het primair en voortgezet onderwijs. ITS / Radboud Universiteit Nijmegen
23 Oomen, C. en anderen (2009). Cultuureducatie in het primair en voortgezet onderwijs: Moni-tor 2008-2009. Utrecht: Oberon / Sardes
24 Kennisnet (2013) Vier in balans monitor 2013. Zoetermeer: Kennisnet (p.8).
25 Kennisnet (2013) Vier in balans monitor 2013. Zoetermeer: Kennisnet (p.24)
26 http://o4nt.nl/gemeente/
27 www.monstermedia.nl

samen met hun familie een identiteitscirkel, houden interviews, maken een stamboom en doen bronnenonderzoek, wat ze vervolgens opslaan in een portfolio op de elektronische leeromgeving. De leerlingen maken met oude en nieuwe media een prezi, een e-zine of een weblog, waarin ze met foto's, video, geluid en tekst hun familieverhaal vertellen De resultaten worden getoond op de projectwebsite, in de bibliotheek en tijdens de individuele diploma-uitreiking. De docenten zijn getraind en dragen hun kennis en inspiratie over aan de leerlingen. In de bibliotheek krijgen ouderen inspiratie met lezingen en workshops.

Kinderopvang

Naast school heeft ook de kinderopvang dagelijks te maken met opgroeiende kinderen die volop gebruik maken van media. De omgang met media is daarom voor zowel de pedagogisch medewerkers als voor het management een prangend en groeiend vraagstuk.

Voor jonge kinderen heeft het Kinderopvangfonds in de afgelopen jaren initiatieven genomen om het gebruik van digitale media in de opvang te stimuleren, of beter gezegd het maken van de bewuste keuze voor het wel of niet gebruiken van de media. Digitale media in de opvang hebben nauwe verbanden met de vroeg- en voorschoolse educatie. Diverse onderzoeken hebben uitgewezen dat digitale media, net als traditionele printmedia, een stimulerend effect kunnen hebben op de cognitieve en sociaal-emotionele vaardigheden van jonge kinderen en daarmee bij kunnen dragen aan het versterken van de sociale cohesie en het terugdringen van (school)uitval op latere leeftijd [29].

Voorbeeld

- **Digidreumes** Om de positieve bijdrage van digitale media voor het opgroeien en ontwikkelen te kunnen versterken is het van belang dat de begeleiders van de kinderen samen met de ouders een bewuste keuze maken voor het wel of niet inzetten van media in de opvang en dat ze die media op een bewuste wijze met de kinderen bekijken of gebruiken. Het Kinderopvangfonds heeft daarvoor medio 2012 het project Digidreumes gefinancierd; een pilot om professionals in de opvang niet alleen te trainen in mediawijs gebruik van (digitale) media met jonge kinderen, maar ook om de training te borgen in het mediabeleid van de instelling. Digidreumes is een samenwerkingsverband van onder andere Sardes, Mijn Kind Online en het Nederlands Jeugdinstituut. Op de site staan ook concrete voorbeelden van in de kinderopvang te benutten educatieve apps, games en digitale prentenboeken [30].

Centra voor Jeugd en Gezin

Professionals in de Centra voor Jeugd en Gezin (CJG) zijn bij uitstek degenen die weten met welke vragen en twijfels ouders zitten als het gaat over het opvoeden en opgroeien van hun kinderen. Vroege ondersteuning in de vorm van adviezen en tips is een effectieve manier om zwaardere problemen of stoornissen te helpen voorkomen. Om ervoor te zorgen dat ouders ook hun mediaopvoeding goed kunnen uitvoeren, is het dus nodig dat zij ook rond de omgang met media betrouwbare informatie en goed georganiseerde ondersteuning kunnen krijgen. Ouders moeten weten waar ze terecht kunnen voor betrouwbare informatie en de juiste gesprekspartners en eventueel goede hulp. Die informatie en hulp moet snel en eenvoudig te vinden zijn.

28 http://hetlanddatinmijleeft.wordpress.com/
29 Zie Nikken, P., D. Bontje, S. Verweij en O. Abell (2013). Speel digiwijs. Samen aan de slag met media voor jonge kinderen. Tilburg: Zwijsen.
30 www.digidreumes.nl

Er zijn tal van lokale en landelijke bronnen voor ouders met vragen over de opvoeding en het opgroeien van hun kind, zoals:

- De leerkracht, huisarts/schoolarts, en pedagogisch medewerker in de kinderopvang.
- Het Centrum voor Jeugd en Gezin (het laagdrempelige inlooppunt in de lokale omgeving van ouders).
- Online CJG's (www.cjg.nl; waar ouders en (beroeps)opvoeders gevalideerde informatie over opvoeden, opgroeien en gezondheid vinden, of worden doorverwezen naar een CJG bij hen in de buurt.
- Ouders Online (grootste online community van en voor ouders).

Voor vragen die specifiek over media gaan, zijn onder andere de volgende bronnen voor ouders en professionals beschikbaar:

- De openbare bibliotheek (het lokale loket voor burgers, dus ook ouders, voor informatie over mediawijsheid).
- Kijkwijzer en PEGI (informatie over schadelijkheid via o.a. tv-gidsen, filmladders, dvd- en game-verpakkingen en mediaplatforms (televisie-uitzendingen, filmvertoningen, websites).
- Mediasmarties.nl (online informatie over 'voor jonge kinderen geschikte mediaproducties').
- mediaopvoeding.nl (deskundige antwoorden op vragen van opvoeders).
- Kennisnet.nl (website voor ICT-vraagstukken in het onderwijs inclusief mediawijsheid).
- Mediawijzer.net (overzicht van wat met mediawijsheid te maken heeft).

Voor het goed kunnen ondersteunen van opvoeders bij vragen rond mediaopvoeding en mediawijsheid is er nog veel werk te verrichten bij de CJG's. Er bestaan wel enkele samenwerkingsverbanden tussen CJG's, bibliotheken en consultatiebureaus, als onderdeel van de GGD-en. Zij bieden bijvoorbeeld informatieavonden over mediagebruik in het gezin. Deze verbanden zijn echter nog geen gemeengoed. Veel professionals bij de CJG's (en GGD) hebben nu nog te weinig kennis over mediawijsheid of mediaopvoeding, voelen zich onvoldoende toegerust, en werken te weinig samen als ze ouders willen ondersteunen [31].

De recente (concept)richtlijn Opvoedings-ondersteuning van de JGZ in de context van het CJG (2012) onderstreept dit: er ligt een kennislacune bij professionals en aandacht voor mediaopvoeding is dringend nodig [32]. De concept richtlijn bevat de volgende aanbevelingen:

- Ontwikkel een richtlijn over het mediagebruik van kinderen (o.a. ontwikkelschema naar leeftijd gekoppeld aan mediagebruik) ter ondersteuning van ouders.
- Maak professionals bewust van de relevantie van mediawijsheid en vergroot hun eigen mediawijsheid (kennis én vaardigheden met media).
- Maak mediaopvoeding nadrukkelijk beleids-speerpunt bij JGZ/GGD- en CJG-organisaties.

Het zou daarom goed zijn als landelijke mediawijsheid-initiatieven en kennisverspreiding over kinderen en media meer worden verbonden met het lokale werk van jeugdprofessionals (in CJG's, bibliotheken et cetera). Door de samenwerking en synergie van verschillende lokaal werkende organisaties te bevorderen en structureren, kan de bestaande kennis optimaal benut worden voor ouders en kinderen. CJG's en bibliotheken kunnen bijvoorbeeld meer samen optrekken. Gemeenten kunnen dit stimuleren en

31 Nikken, P & A. Addink (2011); Mediaopvoeding in de opvoedingsondersteuning. Utrecht: Nederlands jeugdinstituut. Duimel, M. & I. Meijering (2013, in voorbereiding). Professionals en ondersteuning bij mediaop-voeding. Utrecht: Nederlands Jeugdinstituut / Mijn Kind Online.
32 Prinsen, B., M. L'Hoir, M. de Ruiter, M. Oudhof, M. Kamphuis, M. de Wolff en L. Alpay (2012), 'Richtlijn opvoedingsondersteuning. Voor opvoedingsvragen en lichte opvoedproblemen in de jeugdgezondheidszorg in de context van het Centrum voor Jeugd en Gezin' (Concept). Utrecht / Leiden, Nederlands Jeugdinstituut / TNO

faciliteren. Stappen worden overigens al gezet, om dit vanaf 2013 te bevorderen: de landelijk gevalideerde kennis over opvoeden in de CJG-informatiebank van Stichting Opvoeden wordt aangevuld met actuele kennis over media-opvoeding vanuit de gelijknamige website. Het NJi, stichting Opvoeden.nl, Mijn Kind Online, Ouders Online en mediawijzer.net zijn daarbij in overleg met diverse ministeries en de VNG [33].

Relevante informatie over invoering Centra voor Jeugd en Gezin is te vinden op www.vng.nl > jeugd > centrum voor jeugd en gezin of in het webdossier van het Nederlands jeugdinstituut www.nji.nl/cjg.

Voorbeeld

- **Jongerensite Jongin** Jongin is het Virtuele Centrum voor Jeugd en Gezin voor jongeren [34]. Het is een nieuw concept om jongeren op een aantrekkelijke manier te informeren. Jongin biedt jongeren toegankelijke informatie en biedt organisaties de mogelijkheid jongeren interactief te bereiken. Op de verschillende Jongin sites krijgen jongeren antwoord op hun vragen en vinden ze adressen van instanties die lokaal hulp bieden. Ook kunnen ze er direct een lokale hulpverlener om hulp vragen.

Jeugdgezondheidszorg

De jeugdgezondheidszorg is een taak van de GGD. Belangrijke onderdelen daarbij zijn de inzet van het consultatiebureau en de schoolarts. Ook onder kinderartsen is een groeiende belangstelling waarneembaar voor de invloed van media op kinderen. Vooral vanuit het probleem van obesitas, maar ook in relatie tot ADHD, autisme en andere beperkingen en stoornissen, ervaren professionals in de gezondheidszorg dat kinderen kunnen verzanden in eindeloos mediagebruik [35]. Schoolartsen en consultatiebureaumedewerkers kunnen vooral een signalerende en voorlichtende rol hebben, ook op het gebied van media-opvoeding richting ouders. Professionals in de gezondheidszorg hebben daarvoor dan wel goede monitorinstrumenten nodig en een gefundeerde richtlijn voor verantwoord mediagebruik [36].

Voorbeeld

- **Jongeren Op Gezond Gewicht** (JOGG) JOGG is gericht op het bevorderen van een gezonde leefomgeving voor kinderen en jongeren en richt zich dus op hen en hun familie [37]. JOGG stimuleert beweging, spel en sport in balans tot passief mediagebruik. Het is een lokale, duurzame, intersectorale aanpak die bewezen effectief is om de stijging van overgewicht bij jongeren (0-19 jaar) om te zetten in een daling. Gemeenten vervullen een spilfunctie door de regie te waarborgen voor de samenhang en samenwerking tussen publieke en private instellingen. In Zwolle investeert de gemeente bijvoorbeeld door een elektronische interactieve voetbalmuur (genaamd Sutu) te laten bouwen, onder het mom: “Als je het kind niet achter de computer vandaan krijgt, nemen we de computer mee naar buiten”.

Openbare bibliotheken

De openbare bibliotheek voorziet alle burgers van informatie, kennis en cultuur. Momenteel zijn er in Nederland circa 170 veelal regionaal werkende basisbibliotheken die samen ongeveer 1.100 vestigingen en een aantal bibliobushaltes verzorgen. Samen hebben zij 4 miljoen leden en 130 miljoen uitleningen per jaar. Als centrum van informatie, kennis en cultuur heeft de bibliotheek de maatschappelijke opdracht om het lezen en het gebruiken van informatie te stimuleren en bijvoorbeeld vorm te geven aan de ondersteuning van binnen- en buitenschoolse vormen van educatie en het leveren van aanvullend studiemateriaal.

Omdat de uitleen van ‘fysieke’ boeken afneemt en informatie in toenemende mate digitaal beschikbaar komt, zetten bibliotheken steeds meer in op mediawijsheid. Het is voor bibliotheken inmiddels een belangrijk beleidsthema dat in de jaarplannen van veel bibliotheken een hoge prioriteit krijgt. Bibliotheken willen zich profileren als gids en wegwijzer op het gebied van mediawijsheid en ervoor zorgen dat meer mensen met nieuwe media leren omgaan. Zij hebben van oudsher sterke relaties met het onderwijs. Als wegwijzer op het gebied van mediawijsheid zijn zij een deskundige, onafhankelijke en betrouwbare partner. Bibliotheken zetten in op het digitaal bereiken van jongeren via het onderwijs, bijvoorbeeld ook door maatschappelijke stages aan te bieden. Hun ouders worden via de bibliotheek informatie en vaardigheden bijgebracht zodat zij goed kunnen omgaan met media. Deze ondersteuning betreft echter vooral de technische omgang met media en aspecten van online veiligheid. De pedagogische ondersteuning van ouders krijgt uiteraard minder aandacht, omdat dat niet zozeer taak is van de bibliotheek.

Een quickscan die begin 2010 is uitgevoerd via de Stadsmonitor Vlissingen geeft het volgende beeld over mediawijsheid in de bibliotheek:

- Circa 44% van de respondenten heeft een visie op mediawijsheid en de rol van de bibliotheek geformuleerd in het beleidsplan 2008. In het beleidsplan 2009 is dat gestegen naar bijna 80%.
- Bijna 88% maakt in 2009 budget vrij voor opleiding personeel op het gebied van mediawijsheid.
- Circa 67% maakt in 2009 budget vrij voor cursussen voor het publiek.
- Circa 46% maakt in 2009 budget vrij voor de aanschaf van materialen.
- Partners waarmee bibliotheken het netwerk willen uitbreiden: primair en voortgezet onderwijs, gemeente, welzijnsorganisaties en jeugdzorg.

In de afgelopen jaren hebben de bibliotheken veel geïnvesteerd in deskundigheidsbevordering van het personeel. Dit blijkt bijvoorbeeld uit de opleiding voor Mediacoach [38] die in 2007 is gestart. De opleiding stimuleert medewerkers om binnen de eigen organisatie mediawijsheid een plek te geven tot bijvoorbeeld mediaprotocollen te ontwikkelen, ouderavonden te organiseren en mediaprojecten voor kinderen te begeleiden. In 2012 hebben circa 550 medewerkers van bibliotheken de NOMC-opleiding tot mediacoach gevolgd.

Sinds najaar 2012 biedt het Sectorinstituut Openbare Bibliotheken ook een eigen bibliotheekopleiding Mediacoach [39], speciaal voor bibliotheekprofessionals die namens de bibliotheek mediawijsheid diensten leveren. De opleiding is op maat gemaakt voor de bibliotheek, en biedt een gebalanceerd pakket modules, waarin de cursist zich bekwaamt in de competenties die nodig zijn om optimaal voor de bibliotheek aan de slag te gaan op het gebied van mediawijsheid. In de opleiding leert de cursist alles over nieuwe en sociale media, mediawijsheid en informatievaardigheden en hoe je als bibliotheek op dit terrein professionele diensten kan leveren aan diverse doelgroepen. Daarnaast komen zaken als didactiek, projectmanagement en effectief communiceren met media aan de orde. De opleiding telt tien bijeenkomsten, die allemaal

33 Deltaplan mediaopvoeding: Visie en aanpak (samenvatting). (2013). Utrecht: Nederlands Jeugdinstituut, Opvoeden.nl, Ouders Online, Mijn Kind Online, Mediawijzer.net.
34 www.jongin.nl
35 Zie bijv. http://www.volkskrant.nl/vk/nl/2672/Wetenschap-Gezondheid/article/detail/3488169/2013/08/07/Jongeren-gamen-zich-letterlijk-een-bochel.dhtml
36 Prinsen, B., M. L’Hoir, M. de Ruiter, M. Oudhof, M. Kamphuis, M. de Wolff en L. Alpay (2012), ‘Richtlijn opvoedingsondersteuning. Voor opvoedingsvragen en lichte opvoedproblemen in de jeugdgezondheidszorg in de context van het Centrum voor Jeugd en Gezin’ (Concept). Utrecht / Leiden, Nederlands Jeugdinstituut / TNO.
37 www.jogg.nl
38 www.nomc.nl
39 http://www.siob.nl/thema-s/opleiding-mediacoach/item1596

plaatsvinden in de omgeving van het Instituut voor Beeld en Geluid in Hilversum.

Relevante landelijke organisaties in de bibliotheekwereld zijn met name de brancheorganisatie Vereniging van Openbare Bibliotheken (VOB) [40] en het Sectorinstituut Openbare Bibliotheken (SIOB) [41] Het SIOB kent het programma 'Bibliotheek op school' [42], waar mediawijsheid een rol in speelt. In 2012 start het SIOB ook met een landelijk geïntegreerd aanbod voor volwassenen. Omdat die doelgroep zeer diffuus is, begint men met een beperkt aantal projecten: klik&tik voor digibeten, digistages voor VO-scholieren vooral gericht op kennisoverdracht, en de bibliotheek voor ondernemers in relatie tot Digivaardig & Digibewust.

Drie voorbeelden

- **NovaLocal – Openbare Bibliotheek Amsterdam (OBA)** VMBO bovenbouw leerlingen maken in negen dagdelen een eigen NOVA-reportage, waarbij ze leren een verhaalopzet te creëren, de kracht van verhalen en beelden ontdekken, bewuste keuzes maken voor hun eigen mediaproductie, de verschillende formats en rollen binnen een journalistiek product benoemen en op elkaars werk reflecteren. [43]
- **Biebsearch** – een grootschalig samenwerkingsproject tussen het voortgezet onderwijs, MBO's en de bibliotheek. De bibliotheek en het onderwijs werken samen aan nieuwe diensten en werkvormen om leerlingen te ondersteunen bij hun studie. Samen zoeken zij naar mogelijkheden om leerlingen te begeleiden, te stimuleren en talenten te ontwikkelen. Het bundelen van krachten en elkaars sterke punten benutten leidt tot een dynamische wereld waar school, bibliotheek en de leerlingen profijt van hebben. [44]
- **Werken met de digitale overheid – Gemeente Utrecht** Gemeenten bieden hun dienstverlening steeds meer digitaal aan. Met de cursus 'Werken met de digitale overheid' wil de gemeente Utrecht ervoor zorgen dat ook Utrechters die digitaal minder vaardig zijn, gemakkelijker mee kunnen in de digitalisering. De cursus die gegeven wordt in openbare bibliotheekvestigingen is bedoeld voor Utrechters die al wel regelmatig op internet zitten, maar het lastig vinden om hun (overheids-)zaken digitaal te regelen. Ze leren onder andere om informatie te zoeken en te vinden op overheidssites, een DigiD aan te vragen en ermee te werken, en om te gaan met officielebekendmakingen.nl, waar de gemeentelijke mededelingen te vinden zijn. De cursisten worden in vier dagdelen getraind door medewerkers van de gemeente Utrecht.[45]

Lokale publieke media-instellingen

De lokale omroep bestaat al lang niet meer alleen uit radio en televisie sinds de opkomst van nieuwe media. Nederland telt ongeveer 285 lokale publieke media-instellingen. Radio en televisie zijn nog steeds wel het meest gebruikte medium, maar steeds meer maken deze 'lokale publieke media-instellingen' gebruik van websites of toepassingen als YouTube, Facebook, Twitter en/of Hyves. Van alle gemeenten heeft 88 procent een instelling, met een dekking van 93 procent van de bevolking. De lokale media-instelling is een interessant bindmiddel voor een gemeente met veel kernen of nieuwe bevolkingsgroepen.

Op het gebied van mediawijsheid vervult de lokale media-instelling diverse taken. Naast het verschaffen van onafhankelijk nieuws en informatie over plaatselijke gebeurtenissen, geeft zij burgers steeds meer de gelegenheid om zelf informatie aan te leveren ('user generated content'). Op deze manier stimuleert de lokale instelling als onafhankelijke partner de mediawijsheid van burgers. Bovendien kan de instelling een baken en gidsfunctie vervullen. In een snel veranderend medialandschap stijgt de hoeveelheid toegankelijke informatie aanzienlijk, maar de vindbaarheid, de duiding en de controle op betrouwbaarheid ervan blijft vaak achter. Juist hier kunnen de circa 20.000 vrijwilligers en 500 betaalde krachten in deze sector een belangrijke bijdrage leveren.

Veel lokale media werken in toenemende mate met burgerjournalistiek, begeleid door professionals. Om de kwaliteit waar te maken, krijgen burgers bijvoorbeeld een minicamera mee en filmen een onderwerp dat zij nieuwswaardig vinden. Die opname wordt bewerkt door de instelling waardoor partijen met elkaar in gesprek raken. Sommige lokale media sluiten overeenkomsten met ROC's voor stages. Het mes snijdt hier aan twee kanten. Aan de ene kant krijgen de instellingen zo een grotere instroom van beter gekwalificeerd personeel en jongeren krijgen meer kans op een aantrekkelijke stageplaats met professionele begeleiding. Andere samenwerkingspartners zijn scholen PO/VO en de bibliotheken.

Hoewel er altijd sprake dient te zijn van redactionele onafhankelijkheid kunnen veel gemeenten meer gericht gebruik maken van hun lokale media dan nu het geval is. Naast voorlichting over gemeentelijke regelingen, zijn lokale media een spin in het web en kunnen zij bijdragen aan de behoefte tot nieuwsvoorziening.

Relevante landelijke organisatie is Organisatie van Lokale Omroepen in Neder-land (OLON) [46]

Twee voorbeelden

- **Groningen** In het Stadjer-project van OOG leggen jongeren met kleine camera's hun eigen buurt vast.
- **De gezamenlijke publieke omroepen** Bij het verkiezingsprogramma 2010 werkten alle publieke omroepinstellingen (landelijk, regionaal en lokaal) samen bij het project 'Daar hou ik u aan' waarin burgers lokale politici vragen stelden over punten in de partijprogramma's [47]. De opgenomen beloftes zijn op YouTube geplaatst waarmee controle op de lokale politiek is versterkt.

Archieven

Archieven bieden een blik op en inzicht in de geschiedenis. Vele archiefinstellingen hebben educatieve activiteiten die daarop aansluiten. Maar de archieven zorgen er ook voor dat overheden (en vaak ook burgers) zich moeten verantwoorden over hun handelen in het verleden. De instellingen kunnen bovendien jonge en oude inwoners wegwijs maken in het duiden van informatie: wat is betrouwbaar en wat minder of niet en waarom is dat zo?

Voorbeeld

- **Maak je eigen reportage; historische journalistiek in Utrecht** In oorlogstijd rapporteren 'embedded journalists' als ooggetuigen vaak direct over wat ze aan het front meemaken. Dit levert tegelijkertijd een bijzondere vorm van geschiedschrijving op, die ook in gewone tijden toepasbaar is. In Utrecht gaan VO-leerlingen bijvoorbeeld in het archief op reportage en onderzoeken ze in groepen van vier elk een historisch thema om deze 'dicht op de huid' te verslaan. Ze trekken langs de verschillende tijdvakken in de expositie, 'interviewen' historische personages, zitten in een rechtbankcel of bestuderen historisch kaartmateriaal. Leerdoelen: De leerlingen leren zelfstandig te zoeken naar relevante en betrouwbare informatie en deze te interpreteren. Ze oefenen in het ordenen, het toetsen, het presenteren en becommentariëren van

40 www.debibliotheken.nl
41 www.siob.nl
42 www.debibliotheekopschool.nl
43 www.novalocal.nl
44 www.biebsearch.nl
45 http://www.utrecht.nl/smartsite.dws?id=12564&persberichtID=386969&type=pers
46 www.olon.nl
47 Zie bijv.: http://www.eenvandaag.nl/binnenland/35591/_daar_hou_ik_u_aan_

informatie. Ze leren maatschappelijke ontwikkelingen in de tijd te plaatsen.

Buurt- en jongerencentra/ buurtorganisaties

Buurtcentra hebben diverse welzijnsfuncties. De ontmoetingsfunctie is relevant, maar het kan ook gaan om het bijbrengen van vaardigheden met het oog op maatschappelijk en sociaal functioneren. Jeugdwelzijnswerk biedt jeugdigen de gelegenheid om in hun vrije tijd in een veilige omgeving uiteenlopende ervaringen op te doen. Kinderen en jongeren raken daardoor vertrouwd met algemeen geldende waarden en normen in hun eigen omgeving. Bovendien oefenen ze met hun sociale vaardigheden en versterken ze deze. Maar bovenal leren ze er dat binding met de buurt waardevol is en dat ze als jonge burger meetellen. Het bevordert de trots op de wijk, sociale cohesie en daardoor ook meer veiligheid.

Ongeveer een decennium geleden deden de zogeheten digitale trapveldjes onder invloed van het rijksbeleid hun intrede in de centra: kennis maken en omgaan met nieuwe media, met name met de computer. Voor kinderen en jongeren is deze kennismakingsfunctie thans veelal overgenomen door school en opvoeders, want in verreweg de meeste gezinnen zijn computers, smartphones en tablets nu al van jongs af aan aanwezig. Jongerencentra kunnen jongeren wel verder ondersteunen om de media in te zetten voor het tonen en zo nodig verbeteren van hun eigen leefsituatie. Voor senioren en of niet digitaal actieve ouders kunnen buurtcentra nog wel een introductietaak hebben. De centra kunnen daarbij bijvoorbeeld samenwerken met Seniorenweb. Via de site van deze organisatie zijn bijna 400 leerplekken in ons land te vinden,

Social media in het bijzonder, maar ook traditionele media als televisie en radio, kunnen een belangrijke rol spelen in het helpen verbinden op lokaal niveau via buurtorganisaties. Facebook-pagina's en aparte websites voor buurtactiviteiten bieden een platform aan jonge en oudere burgers om kennis te delen, informatie uit te wisselen en samen vorm te geven aan beleid gericht op een prettige lokale samenleving. Voor de positie van de gemeente geldt daarbij volgens een recent onderzoek uit Amsterdam de volgende conclusie: het inzetten van sociale media bij beleids- en gebiedsontwikkeling, burgerparticipatie en het oplossen van problemen in de stad heeft meer kans van slagen als kleinschalig en vanuit bestaande initiatieven wordt gedacht. Zulke initiatieven zijn te vinden op sociale media locaties als Twitter en Facebook. Het succes kan vooral groot en direct zijn, omdat er legio Twitter- en Facebook-gebruikers zijn.

Voorbeelden

- **UCee Station** Stichting Click F1 zet verschillende media in waarmee jongeren hun talenten kunnen ontdekken, weerbaar worden en betrokken worden bij hun maatschappij [48]. Via UCee Station, een media-educatie en participatieproject, leren jongeren filmpjes, radioshows en fotoreportages maken. Ze doen dat samen met jongerenwerkers en getrainde mediacoaches. De doelgroep bestaat vooral uit kwetsbare jongeren van 10 tot 23 jaar, jongeren die opgroeien in gezinnen die kampen met armoede, werkloosheid, slechte huisvesting, gebrek aan perspectief en psychosociale problemen. Voor kinderen van 6 tot 12 jaar is er een variant van UCee Station: MIX Station. Beide initiatieven bieden jongeren de mogelijkheid om hun stem in de wijk te laten horen, letterlijk en figuurlijk. Het geeft jongeren de kans om onderwerpen die hen aanspreken te delen met leeftijdsgenoten en er samen over te praten en na te denken.
- **Stichting Wijkbeheer Vrieheide** Het Digitaal Trapveld van Stichting Wijkbeheer Vrieheide te Heerlen werkt samen met Seniorenweb [49]. In een cursusgroep wordt gewerkt met leeftijdsgenoten onder begeleiding van ervaren docenten en vrijwilligers die zelf ook 50 plusser zijn en die je met veel plezier en geduld willen helpen om de computer "onder de vingers" te krijgen. Lesmethode, wijze van lesgeven en de te gebruiken leermiddelen zijn afgestemd op het leren van 50 - plussers.

Filmtheaters

Nederland telt circa 74 grotere (gesubsidieerde) filmtheaters en 36 kleinere. In de meeste middelgrote steden heeft een filmtheater langzamerhand een plaats binnen de culturele infrastructuur. Nagenoeg allemaal hebben zij een regionaal werkgebied. Om eventueel schadelijke effecten van media bij minderjarigen te voorkomen zijn de bioscoopexploitanten gehouden aan landelijke wetgeving en afspraken of convenanten over de toelating van kinderen. Het Nederlands Instituut voor de Classificatie van Audiovisuele media (NICAM) beheert daartoe het zogenoemde Kijkwijzersysteem waarmee de branche bioscoopfilms zelf classificeert op leeftijden. Wettelijk is bepaald dat de bioscoopexploitant erop moet toezien dat minderjarigen onder de 16 jaar toegang tot de film wordt geweigerd als de classificatie dat aangeeft (art. 240a WvS) [50]. Kinderen jonger dan 12 jaar mogen alleen naar de film wanneer ze onder begeleiding zijn van een volwassene. Een soortgelijke regeling geldt voor instellingen als bibliotheken en voor winkels die betrokken zijn bij de verkoop of verhuur van audiovisuele media. Personeel bij deze organisaties wordt getraind door Bureau240a om een betere naleving van de afspraken te bewerkstelligen. [51]

Naast het voorkomen van risico's door media, dragen filmtheaters ook bij aan het creëren van kansen en het bewust om kunnen gaan met audiovisuele media. De in 2010 verschenen handreiking Filmtheaters en cultuurbeleid, een gzamenlijke uitgave van Eye Film Instituut Nederland, het Interprovinciaal Overleg en de Vereniging van Nederlandse Gemeenten staat daarom stil bij het belang van aandacht voor filmeducatie en mediawijsheid.

Filmtheaters kunnen mensen kritisch om laten gaan met media. Het biedt kansen voor gemeenten om filmtheaters te ondersteunen bij de vraag naar filmeducatie. Sinds de jaren '90 speelt filmeducatie een grote rol in mediawijsheid en visuele geletterdheid en is het ook belangrijk in relatie tot nieuw burgerschap. Een filmtheater is ook een uitstekende plek om te debatteren over de nieuwe film met een actueel maatschappelijke onderwerp. Filmeducatie is in veel filmtheaters vanzelfsprekend. In grotere en meer moderne filmtheaters zoals LUX in Nijmegen, Filmhuis Den Haag, de Toneelschuur in Haarlem en de Verkadefabriek in 's-Hertogenbosch is een geschikt podium aanwezig voor debat. Maar ook het kleinste filmhuis haalt wel eens iemand in huis die een lezing geeft of krijgt een school op bezoek.

De optimale situatie voor filmeducatie in gemeenten is afhankelijk van de schaalgrootte en varieert van enkele lezingen, schoolvoorstellingen en een workshop tot het aantrekken van een educatief medewerker en structurele activiteiten. Om te beginnen is het verder belangrijk om de positie van een filmtheater in relatie tot andere filmvertoners in stad en regio in kaart te brengen maar ook de relatie met andere culturele instellingen en de relatie met het onderwijs (ook volwasseneneducatie).

Steeds meer filmtheaters ontdekken de mogelijkheden tot onderlinge lokale en regionale samenwerking met centra voor Kunsten, bibliotheken, musea en theaters. Dit kan samenhang en verscheidenheid leveren en biedt uitstekende openingen naar (nieuw) publiek. Verschillende filmfestivals bieden educatieve programma's, al dan niet met lesmateriaal en soms ook kosteloos, aan filmtheaters over het hele land. Het aanbod omvat een breed spectrum met jeugdfilms, animatie, documentaires, films over mensenrechten en Nederlandse films. Filmtheaters vormen niet alleen een belangrijke schakel in de samenwerking tussen scholen en instellingen voor filmeducatie, ze ontwikkelen ook zelf of samen met andere partijen filmeducatieve programma's.

48 www.uceestation.nl
49 Zie: www.vrieheide.nl en www.seniorenweb.nl
50 Zie www.kijkwijzer.nl/wetgeving/page11.html
51 http://www.buro240a.nl/

Relevante landelijke organisaties zijn onder andere:

- Cinekid [52] hèt jaarlijkse internationale Film-, Televisie- en Nieuwe Mediafestival voor de jeugd tijdens de herfstvakantie in Amsterdam, en op locatie in meer dan 30 gemeenten in heel Nederland.
- Eye Film Instituut Nederland [53] met als belangrijkste taak educatie via landelijke trainingen voor onderwijs, filmsector en de bibliotheken, en het beheer van het landelijk cinematografisch erfgoed.
- NICAM beheert de uitvoering van het classificatiesysteem Kijkwijzer waarmee opvoeders advies krijgen over welke media ongeschikt zijn voor kinderen onder een bepaalde leeftijd [54].

Voorbeelden

- **Filmhuis Den Haag** biedt jongeren in samenwerking met Digital Playground een educatief programma en workshops digitale media. Deze organisatie is ook in andere gemeenten actief.
- **Cinetik** is onderdeel van het filmeducatief aanbod van Filmtheater 't Hoogt in Utrecht. Schoolkinderen krijgen inzicht in de wereld van film en leren bewust nadenken over de maatschappelijke waarde van films. [55]
- **CinekidStudio** Op de basisschool is veel aandacht voor de creatieve ontwikkeling van het kind, maar de computer wordt daar niet altijd als creatief gereedschap bij betrokken. CinekidStudio wil deel uitmaken van een creatief bewustmakingsproces bij kinderen en waarbij ze leren hoe media als de krant of het televisie-journaal werken. De nadruk ligt op het zelf doen: het kind als producent. [56]

Centra voor de kunsten

Nederland telt ongeveer 170 gesubsidieerde veelal regionaal werkende centra voor de kunsten: muziekscholen, creativiteitscentra en gecombineerde instellingen. De kunstencentra bieden burgers een plek waar zij zich artistiek en creatief kunnen scholen. Bovendien voorzien ze in de vraag naar actieve kunstbeoefening. De focus ligt op creatieve productie en media- of cultuureducatie. Gebruik maken van nieuwe media, zoals internet biedt mogelijkheden tot experiment en persoonlijke ontwikkeling.

Centra voor de kunsten bieden cursussen en lessen voor het algemene publiek (amateurkunstenaars) op het gebied van de kunsten en ontwikkelen culturele activiteiten en kunstprojecten voor het onderwijs. Ook bieden veel centra een werkplaats en podium voor professionele en of amateurkunst. Sinds de opkomst van nieuwe media worden centra voor de kunsten geconfronteerd met veranderende wensen van hun gebruikers. In plaats van educatie via traditionele overdrachtsvormen verlangen jongeren – en ook steeds meer volwassenen – kortdurende cursussen die snel tot resultaat leiden. De meeste kunstencentra ontwikkelen op dit moment aanbod om tegemoet te komen aan deze nieuwe vragen.

De sector is bezig verder te professionaliseren, met name in de sfeer van marketing en communicatie. Het genereren van meer eigen inkomsten, het binden van bestaand publiek en het trekken van nieuwe publieksgroepen vraagt dat centra meer aandacht hebben voor het perspectief van de klant en voor de presentatie en de kwaliteit van de instelling. Steeds meer experimenteren centra voor de kunsten in wijkgerichte projecten (community arts) voor nieuwe doelgroepen.

Relevante landelijke organisaties zijn:

- het Landelijk Kenniscentrum voor Cultuur-educatie en Amateurkunst [57]
- Kunstconnectie branche-organisatie van centra voor de kunsten [58]

Amateurkunst(verenigingen)

In november 2012 verscheen een studie van het ondersteuningsinstituut Kunstfactor (thans LKCA) in samenwerking met de Universiteit van Utrecht onder de titel 'Digitale werkplaatsen'. Meer dan 2 miljoen Nederlanders blijken zich bezig te houden met digitale kunstuitingen. Uit de gemaakte inventarisatie blijkt dat er 114 digitale werkplaatsen zijn; 50 fysieke digitale werkplaatsen (35 gesubsidieerd en 15 particulier/ongesubsidieerd), en 64 virtuele digitale werkplaatsen. Bij deze 114 werkplaatsen worden digitaal beeldontwerp, digitale animatie, digitale fotografie, digitaal video-ontwerp en webdesign het meest aangeboden.

Amateurkunstbeoefening, of actieve kunstbeoefening biedt mensen de mogelijkheid om zelf creatief met kunst bezig te zijn. Uitgaande van de traditionele kunstdisciplines is ruim 40% van de bevolking actief als amateurkunstenaar. Als creatieve nieuwe media-toepassingen daar bij worden opgeteld, loopt het aantal amateurkunstenaars op tot zo'n 60% van de Nederlanders. Voorbeelden zijn (digitaal) filmen en fotograferen met mobieltjes en verspreiden via internetomgevingen (o.a. Youtube, Flickr), blogging (Facebook, Hyves), pod- en vodcasts en gaming (bijvoorbeeld in Second Life of World of Warcraft).

De opkomst van nieuwe media en media-toepassingen leidt tot nieuwe vormen van actieve kunstbeoefening. Ook vervaagt het onderscheid tussen amateurkunst en professionele kunst. Bovendien worden bijvoorbeeld via communities allerlei cross-overs gemaakt. Trajecten worden korter en de focus ligt meer op talentontwikkeling.

De gegroeide overheidsaandacht heeft amateurkunst de afgelopen jaren een grote impuls gegeven. Toch blijft het voor veel culturele instellingen en amateurkunstverenigingen nog een grote uitdaging om in te spelen op de vraag naar nieuwe media-toepassingen.

In veel gemeenten ontvangen verenigingen vanuit een historisch gegroeide situatie jaarlijks een subsidie. Dergelijke, meer traditionele verenigingen besteden in hun activiteiten nog weinig aandacht aan de rol van media of media-educatie. In andere gemeenten worden individuele amateurs ondersteund via projectsubsidies of door cultuuraanjagers, repetitieruimten, presentatiefaciliteiten, of gezamenlijke PR.

Relevante landelijke organisaties zijn:

- het Kennisinstituut Cultuureducatie en Amateurkunst [59]
- het Fonds Cultuurparticipatie [60]
- bijna 100 koepels voor amateurkunst waaronder foto en film.

Drie voorbeelden

- **Leerlijn media** Het trainen van visuele geletterdheid is een belangrijk onderdeel van de leerlijn media van Stichting Kunstzinnige Vorming Rotterdam (SKVR) [61]. Beelden moet je leren 'lezen', net zoals je leert lezen en schrijven. In het kader van leren kijken start de leerlijn media in groep 6 van het basisonderwijs met het spelenderwijs kennismaken met mediakunst. In groep 7 ligt de nadruk op de werking en het gebruik van media en in groep 8 verkennen kinderen hun eigen rol in de mediale wereld. Daarbij wordt een onderzoekende en positiefkritische houding bij kinderen gestimuleerd. Voorts is er aandacht voor vak- en creatieve vaardigheden. Tot slot moeten de leerlingen laten zien wat ze hebben geleerd.

52 www.cinekid.nl
53 www.eyefilm.nl
54 http://www.kijkwijzer.nl/organisatie
55 http://www.hoogt.nl/filmeducatie
56 www.cinekidstudio.nl
57 www.lkca.nl
58 www.kunstconnectie.nl
59 www.lkca.nl
60 www.cultuurparticipatie.nl
61 www.skvr.nl

- **Digital Art Lab** Digital Art Lab is een onderdeel van het Centrum voor Kunst en Cultuur (CKC) in Zoetermeer, een werkplek waar jongeren samen met kunstenaars en kunstdocenten onderzoek doen naar de creatieve mogelijkheden van digitale technologie. Deelnemers volgen geen cursus of workshop, maar bedenken en onderzoeken samen wat er met geavanceerde digitale technieken mogelijk is: bijvoorbeeld een interac-tieve theater- of dansvoorstelling, de organisatie van een robotwedstrijd, het bouwen van een 3D-printer, het starten van een vj-collectief, of het bedenken van een virale crossmediacampagne voor bands. [62]

- **Mediacoaching** Een eigen weg gaan én behoefte aan een stimulerende steun in de rug? Voor individuele wensen, amateurverenigingen, of groepen van maximaal 10 personen, biedt centrum voor de kunsten Pier K te Haarlemmermeer een begeleidingsvorm met professionele docenten die tijdens de werkbespreking(en) intensief ingaan op persoonlijke ontwikkeling, inhoud, techniek, materiaalgebruik en presentatie. De coa-ching is afgestemd op persoonlijke vragen en interesses. De duur en docent zijn in overleg te bepalen [63].

62 www.ckc-zoetermeer.nl
63 www.pierk.nl

5. Rijksbeleid

Actief beleid mediawijsheid

Voor gemeenten is het van belang om hun eigen beleid te zien in het licht van het Rijksbeleid. In het regeerakkoord uit 2007 wordt in navolging van het advies van de Raad voor Cultuur uit 2005 gesproken over het belang van een veilig media-aanbod en om burgers uit te rusten in het leren omgaan met de veelheid van media-uitingen. Navolgende kabinetten hebben geen wijzigingen doorgevoerd op het terrein van mediawijsheid. Het akkoord uit 2007 meldt het volgende:

'Media-aanbieders en andere belangstellenden zullen worden gestimuleerd een gedragscode voor een veilig media-aanbod te hanteren. Er komt een media-educatie en expertisecentrum om kinderen en jongeren, hun ouders en scholen te ondersteunen in het leren omgaan met de veelheid van media-uitingen.'

Een jaar later (april 2008) volgde een kabinetsvisie op mediawijsheid. Het doel van het kabinet met de brief was tweeledig. Enerzijds gaat het om het benutten van kansen en het zelfstandig kunnen omgaan met mogelijke gevaren van de media door de burger. Daarnaast wordt gepleit voor een veilig media-aanbod en een beter functionerend zelfregulering- en klachtensysteem:

'Veilig en verantwoord mediagebruik bevorderen door burgers - van jong tot oud, van ouder tot leraar - toe te rusten om de kansen van me-dia volop te benutten en tevens goed te kunnen omgaan met de moge-lijke gevaren daarvan. Daarom wordt een expertisecentrum opgericht. En, ten tweede, het bevorderen van een veilig media-aanbod door een beter functionerend zelfregulering- en klachtensysteem waarin ouders en opvoeders een stevige rol hebben.'

In 2008 is het Mediawijsheid Expertisecentrum opgericht, dat activiteiten ontplooit om mediawijsheid in de Nederlandse samenleving te helpen vergroten [64]. Dit centrum wordt bestuurd door de publieke omroep, Kennisnet, Beeld en Geluid, ECP-EPN en het SIOB. In 2008 is van rijkswege ook besloten tot het instellen van loketten mediawijsheid in openbare bibliotheken, zodat kennis over de rol van de media beschikbaar komt bij de juiste doelgroepen.

In het tweede doel van de kabinetsvisie werd al deels voorzien door het sinds 2001 opererende Kijkwijzer-systeem, waarmee ouders geadviseerd worden over welke mediaproducten ongeschikt zijn voor hun kinderen. Daarnaast zijn er regelingen en afspraken met de game-industrie op Europees niveau (PEGI) en met de reclame en adverteerdersbranche (Stichting Reclame Code) [65]. Aan regelingen voor een veilig aanbod van mediaproducties voor kinderen op internet wordt momenteel nog op mondiaal niveau gewerkt.

Inzet van bewindspersonen

Diverse bewindspersonen voeren beleid dat gelieerd is aan mediawijsheid en mediaopvoeding:

- Het ministerie van Onderwijs Cultuur en Wetenschap (OCW) richt zich op het mediawijs maken van kinderen, jongeren, ouders en scholen. Meer specifiek richt het beleid zich ook op de bescherming van minderjarigen tegen voor hen schadelijke audiovisuele producties.

64 Zie www.mediawijzer.net
65 Zie www.kijkwijzer.nl; www.pegi.info/nl; www.reclamecode.nl

- Het ministerie van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie heeft in mei 2011 de digitale agenda gepresenteerd. Het ministerie stelt dat ICT steeds meer invloed heeft op het dagelijkse leven. Ook zorgt ICT voor economische groei. Het wil ondernemers helpen de kansen van ICT meer te benutten. Consumenten moeten met vertrouwen online kunnen gaan. Verder bevordert het de toegang tot internet en de ICT-infrastructuur.
- Het ministerie van VWS is verantwoordelijk voor de zorg en daarmee betrokken bij thema's als opvoedingsondersteuning, gezondheidsbevordering en het voorkomen van risico's die gezondheid en welzijn bedreigen. Dit ministerie is ook nauw betrokken bij de huidige transitie en transformatie waarbij de taken en verantwoordelijkheden rond zorg voor jeugd bij de gemeenten komen te liggen.
- Het ministerie van Veiligheid en Justitie houdt zich onder meer bezig met rechtshandhaving op internet. Online crimineel gedrag (cybercrime) wordt bestreden. Het ministerie is ook verantwoordelijk voor het naleven van de afspraken en wettelijke regelingen over de bescherming van minderjarigen tegen schadelijk visueel beeldmateriaal.
- Het ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties is van oordeel dat burgers en bedrijven gemakkelijker online zaken moeten kunnen doen met de overheid. Door te kiezen voor uitbreiding van het digitale dienstenpakket wil de overheid de efficiency verhogen en de regeldruk verminderen. Daarbij staat één ding voorop: gegevens van burgers moeten goed beschermd zijn.

6. Landelijke organisaties en regelingen

We behandelen hier alleen die landelijke organisaties die zich specifiek op mediawijsheid, media-educatie en of mediaopvoeding richten. Daarnaast geldt dat de meeste landelijke brancheorganisaties en sectorinstituten van daartoe aangewezen lokale organisaties eveneens beleid formuleren en activiteiten ontplooien.

Mediawijzer.net

Mediawijzer.net is de naam van het expertisecentrum voor mediawijsheid dat in mei 2008 op initiatief van het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap en het toenmalige ministerie van Jeugd en Gezin is opgericht. Mediawijzer.net is een netwerkorganisatie die als algemeen doel heeft mediawijsheid onder burgers te vergroten. Vijf organisaties zijn door de ministeries aangewezen om de activiteiten van Mediawijzer.net te besturen en uit te voeren: het Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid, ECP-EPN, Stichting Kennisnet, de publieke omroep NTR en het SIOB: het Sectorinstituut Openbare Bibliotheken. Naast deze vijf organisaties maken bijna 1000 landelijke en regionale partners deel uit van het netwerk, zoals scholen, bibliotheken, kunst- en cultuurinstellingen, mediaproductiebedrijven en onderzoeksinstituten. Mediawijzer.net is primair gericht op het onderwijs, kunst- en cultuurinstellingen, de bibliotheken, mediaproductiebedrijven en onderzoeksinstituten. Daarnaast komen ook steeds meer organisaties in beeld op het terrein van opvoedingsondersteuning en maatschappelijk werk.

Mediawijzer.net wil met de aangesloten organisaties een toename in mediavaardigheden van alle burgers in Nederland realiseren en bijdragen aan een bewuste, kritische en actieve houding en mentaliteit van burgers en instellingen in de gemedialiseerde samenleving [66].

Mediawijzer.net doet dat op de volgende manieren: het lanceren van campagnes met een specifiek thema, het onderhouden van een website waarop informatie over mediawijsheid en activiteiten van netwerkpartners wordt aangeboden, en het laten uitvoeren van onderzoek naar aspecten van mediawijsheid. Daarnaast is bij partner Beeld en Geluid in Hilversum in de Experience-ruimte een speciaal Mediawijzer.net paviljoen ingericht. Verder vervult een groot aantal bibliotheken de rol van lokaal Huis van de Mediawijsheid en helpen zij de bezoekers op weg met vragen over mediawijsheid. Tot slot organiseert Mediawijzer.net ook jaarlijks de Mediawijsheid-markt, een 'beurs' waarop netwerkpartners zichzelf en hun producten en/of activiteiten onder de aandacht kunnen brengen.

Mediawijzer.net beheert als instrument ook nog een jaarlijkse stimuleringsregeling waarop netwerkpartners zich kunnen inschrijven. Het doel van de regeling is om innovatieve projecten in mediawijsheid en samenwerking tussen partners te stimuleren. De regelingen en jaarlijkse thema's worden bekend gemaakt via de website. De regeling 2013 is gericht op het primair onderwijs. Het gaat om leerlijnen en een leermiddelenbank voor leerlingen en PABO-studenten, en nascholing van bestaande leerkrachten. De regelingen uit 2010 tot 2012 waren breder georiënteerd.

Mediawijzer.net, heeft ook mediaopvoeding sinds enkele jaren benoemd als prioriteit, met als belangrijke resultaten enquêtes, campagnes (Week / Maand van de Mediaopvoeding) en de

66 Zie voor meer informatie: www.mediawijzer.net

oplevering van de online vraagbaak www.mediaopvoeding.nl.

Fonds voor cultuurparticipatie/OCW

Het Fonds voor Cultuurparticipatie wil dat zoveel mogelijk mensen zelf deelnemen aan culturele activiteiten. Mediawijsheid en media-educatie hebben ook een rol binnen de activiteiten die het fonds stimuleert. Of het nu gaat om zelf in een film acteren in een professionele theatervoorstelling, zelf een filmpje maken dat in die voorstelling vertoond wordt, of met nieuwe media verslag doen over wijkactiviteiten; doel is dat de culturele participatie bijdraagt aan individuele ontwikkeling en dat het de onderlinge binding stimuleert.

Regelingen in de periode 2013 tot en met 2016

Voor de komende periode kent het fonds verschillende regelingen [67]:

1. *Cultuureducatie met kwaliteit* Hiervoor is € 13,8 miljoen per jaar beschikbaar. De basis voor de culturele levensloop wordt in de jonge jaren gelegd. In de periode 2013 – 2016 zal cultuureducatie op scholen, met name in het basisonderwijs, centraal staan. Hoewel er de laatste jaren veel verbeteringen zichtbaar zijn geworden in het cultuuronderwijs, zijn er nog maar weinig scholen die een uitgewerkte doorgaande leerlijn gebruiken. In samenwerking met gemeenten en provincies zet het Fonds in op versterking van de lokale samenwerking tussen scholen en culturele instellingen en het ontwikkelen van inhoudelijke hand-vatten. Scholen mogen in dit kader kiezen voor een doorlopende leerlijn mediawijsheid. Voorlopige berichten wijzen uit dat hiervoor slechts weinig is gekozen. Het kan zijn dat het Fonds hier zelf op gaat inzetten via zijn flankerende beleid.
2. *Innovatie amateurkunst* Hiervoor wordt per jaar € 3,5 miljoen uitgetrokken. De amateurkunst bestrijkt een breed werkveld met een grote groep liefhebbers. De vorm waarbinnen mensen kunst beoefenen, verandert echter de komende jaren. Doelstelling van het programma is het stimuleren van de inhoudelijke en organisatorische innovatie in de amateurkunst om zo de sector toekomstbestendig te maken. Het programma wordt uitgewerkt in vier lijnen gericht op de organisatie, de doelgroep ouderen, in de wijk en het immaterieel erfgoed. Met name foto en film zijn tot op heden goed vertegenwoordigd binnen de amateurkunst.
3. *Talentontwikkeling en manifestaties* Hiervoor is € 3 miljoen per jaar beschikbaar. Doelstelling is het ondersteunen van talentvolle amateurkun-stenaars van 8 tot 24 jaar, in de fase voorafgaand aan het kunstvakonderwijs. In november 2011 is een regeling gepubliceerd om meerjarige subsidies te verstrekken aan instellingen die op landelijk niveau actief zijn op het gebied van talentontwikkeling. Deze regeling bevat bovendien de mogelijkheid om manifestaties te ondersteunen die excellentie in de amateurkunst bevorderen door middel van presentatie, kennis-ontwikkeling en deskundigheidsbevordering. In dit kader zijn bijna geen media-aanvragen gedaan.

Voor het versterken van de internationale marktpositie van Nederlandse topinstellingen op het gebied van cultuurparticipatie doet het Fonds een beroep op de HGIS middelen van de rijksoverheid.

Terugblik op periode 2009 tot en met 2012

In de afgelopen jaren kende het fonds de volgende regelingen:

1. *Regeling Cultuurparticipatie* voor gemeenten en provincies De Regeling Cultuurparticipatie voor gemeenten en provincies is van 2009 tot en met 2012 verstrekt om te stimuleren dat meer mensen actief aan kunst, cultuur en erfgoed deelnemen. Om mee te doen aan de regeling hebben 35 gemeenten en 12 provincies in 2009 een vierjarig cultuurparticipatieprogramma voor hun regio opgesteld. Met de regeling bouwt het fonds voort op de resultaten van het Actieplan Cultuurbereik dat in 2008 eindigde. Voor de regeling was jaarlijks een budget van 26 miljoen euro beschikbaar dat door gemeenten en provincies zelf over lokale initiatieven werd verdeeld.
2. *Media-educatie en mediawijsheid* Media-educatie en/of mediawijsheid kwam in bijna de helft van alle cultuurparticipatie-programma's die in 2009 zijn ingediend aan bod. Slechts 20% noemt dit ook expliciet als onderdeel van het beleid. Dit lijkt opvallend weinig in het licht van de recente aandacht voor media-educatie in het publieke debat en de politieke discussie over het opnemen van media-educatie in de kerndoelen voor het basisonderwijs. Daar waar media-educatie expliciet onderdeel is van het beleid, is dit vaak in het licht van de binnenschoolse cultuur-educatie naast kunst-, erfgoed- en media-educatie. Twee opvallende uitzonderingen hierop zijn de gemeente Deventer en Zoetermeer. De gemeente Deventer ontwikkelt een samenhangend aanbod in media-educatie voor alle leeftijden, nadrukkelijk ook voor senioren. De gemeente Zoetermeer ziet bij mediawijsheid een grote rol voor de bibliotheek in het ontwikkelen van projecten rond verhalen en mediawijsheid, onder meer in de strijd tegen laaggeletterdheid.

Digivaardig & Digiveilig

Het ministerie van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie ondersteunt het meerjarenprogramma Digivaardig & Digiveilig (voorheen Digivaardig Digibewust), een publiekprivaat samenwerkingsprogramma [68].

ICT is van cruciaal belang voor onze economie. Het vergroot productiviteit, versnelt innovatie en versterkt het concurrentievermogen. Daarnaast draag het bij aan oplossingen voor maatschappelijke uitdagingen als klimaatverandering en vergrijzing. Omdat ICT een kritieke infrastructuur is voor vele economische en maatschappelijke processen, is aandacht voor de veiligheid ervan en in het verlengde daarvan ook het veilig kunnen omgaan met ICT-toepassingen onontbeerlijk. Digitale veiligheid en digitaal bewustzijn is een randvoorwaarde voor het vertrouwen in en de acceptatie van innovatie. Met het programma Digivaardig & Digiveilig investeren overheid en bedrijfsleven gezamenlijk in het versterken van een veiligere digitale omgeving en digitaal bewustzijn. Dit is noodzakelijk om de drijvende kracht van ICT voor economie en samenleving ten volle te benutten.

Binnen de programmalijn Digivaardig gaat speciale aandacht uit naar de Nederlandse beroepsbevolking: ondernemers, werknemers, werkgevers, werkzoekenden en ook toekomstige werknemers. In de programmalijn Digiveiligheid gaat het om het vergroten van het vertrouwen in digitale toepassingen en omgevingen, waarbij diverse partijen worden betrokken, bijvoorbeeld: ISP's, banken, sociale media organisaties, webshops, hard- en software leveranciers en de overheid. Veilig om kunnen gaan met internet en andere digitale toepassingentechnologieën helpt in het verkleinen van risico's, benutten van kansen, en het vergroten van vertrouwen en acceptatie. Een belangrijke doelgroep binnen de programmalijn Digiveilig zijn kinderen, ouders en opvoeders die voorlichting behoeven over veilig gebruik van internet. Dit valt onder het Safer Internet programma dat wordt uitgevoerd in opdracht van de Europese Commissie.

Actuele activiteiten binnen het programma zijn bijvoorbeeld: Website Meld-knop.nl (een digitaal loket voor jongeren met online problemen), Verstrikt in het net (onderzoek naar hulpbehoeften van jongeren), Newkidsontheweb.nl (een blik in de digitale keuken van tieners) en Kinderen, seks en internet (symposia rond de invloed van internetseks op jeugdigen).

67 Zie http://www.cultuurparticipatie.nl/

68 Zie voor meer informatie: www.digivaardigdigiveilig.nl/

Er zijn financiële middelen beschikbaar voor trajecten die landelijk en in samenwerking met andere partijen uitgerold kunnen worden

Sectorinstituut Openbare Bibliotheken (SIOB)

Zoals hiervoor al opgemerkt initieert het SIOB activiteiten op het gebied van mediawijsheid en de opleiding tot mediacoach bij de openbare bibliotheken.

Er is geen subsidieregeling mediawijsheid voor de openbare bibliotheken.

Landelijk Kennisinstituut Cultuureducatie en Amateurkunst (LKCA)

Een van de pijlers van dit per 2013 opgerichte instituut is de media-educatie.

Ook hier is er geen subsidieregeling.

Kennisnet

Kennisnet is de publieke ict-partner voor het onderwijs [69]. Ict is vervlochten in alle aspecten van de samenleving. Ook in het onderwijs is ict een vanzelfsprekendheid. Het is niet meer de vraag óf ict wordt ingezet, maar op welke manier. Kennisnet faciliteert álle instellingen in het po, vo en mbo bij het maximaal benutten van de kracht van ict door:

- inzichtelijk te maken wat de kenmerken zijn van succesvolle ict-toepassingen en ervoor te zorgen dat deze kennis, ervaringen en goede voorbeelden worden gedeeld met het onderwijs;
- het realiseren en beheren van de landelijke ict-infrastructuur die instellingen keuzevrijheid geeft, en marktpartijen in positie brengt eigen dienstverlening te realiseren; en
- te inspireren en een blik naar de toekomst te bieden door met nieuwe combinaties van onderwijs en ict te experimenteren en deze inzichten te delen.

Door de beschikbare middelen in het po, vo en mbo te bundelen en deze gecoördineerd en gericht in te zetten, wil Kennisnet bijdragen aan het beter en sneller laten renderen van de ruim 1 miljard aan ict-investeringen van instellingen.

De mediawijze en bewuste omgang met ict en media-inhouden door kinderen in het onderwijs is een nadrukkelijk aandachtspunt van Kennisnet die tot uiting komt in de samenwerking met stichting Mijn Kind Online.

Kennisnet beheert geen subsidieregeling

69 Zie voor meer informatie: http://www.kennisnet.nl/

Bijlage 1. Bronnen ter inspiratie

Boschma, Jeroen & Inez Groen (2007) *Generatie Einstein. Slimmer,sneller en socialer. Communiceren met jongeren van de 21e eeuw*. Amsterdam: Pearson Education.

Duimel, Marion & Ingrid Meijering (2013) *Professionals en ondersteuning bij mediaopvoeding*. Utrecht: Nederlands Jeugdinstituut / Mijn Kind Online.

Hoogeveen, Karin & Claudy Oomen (2009) *Cultuureducatie in het primair en voortgezet onderwijs, monitor 2008 – 2009*. Utrecht: Oberon, Sardes.

Huysmans, Frank & Carlien Hillebrink (2008). *De openbare bibliotheek tien jaar van nu*. Den Haag: SCP.

Kanters, Emiel & Harry van Vliet (2009) *Web 2.0 als leermiddel. Een onderzoek naar het gebruik van nieuwe internettoepassingen door jongeren*. Kennisnet onderzoeksreeks – ICT in het onderwijs nr. 11. Zoetermeer: Kennisnet ICT op school.

Mediaopvoeding (2013) *Beleidsvisie deltaplan mediaopvoeding*. Utrecht: Neder-lands Jeugdinstituut, Opvoeden.nl, Mijn Kind Online, Ouders Online, mediawij-zer.net.

Nikken, Peter (2012) *On media, children and parents*. Amsterdam: SWP.

Nikken, Peter & Anne Addink (2011) *Mediaopvoeding in de opvoedingsonder-steuning*. Utrecht: Nederlands Jeugdinstituut.

Nordeman, Levien (2008) *Mediawijsheid en de e-cultuursector*. Virtueel Plat-form.

OCW (2001) *Druk op Start. Expressie en reflectie in het digitale domein*. Den Haag: Taskforce eCultuur, OCW.

OCW (2003) *Hardt voor cultuur!* Den Haag: Taakgroep cultuureducatie in pri-mair onderwijs.

OCW (2007) *Kunst van Leven*. Hoofdlijnen cultuurbeleid. Den Haag.

OCW & Jeugd en Gezin (2008) *Mediawijsheid, kabinetsvisie 18 april 2008*. Den Haag.

Onstenk, Jeroen (2007) *Web 2 in de BVE. Informele digitale leermiddelen en web 2.0 in het beroepsonderwijs*. Zoetermeer: Kennisnet ICT op school.

Raad voor Cultuur (2003) *eCultuur: van i naar e*. Den Haag.

Raad voor Cultuur (2005) Mediawijsheid. *De ontwikkeling van nieuw burger-chap*. Den Haag.

Raad voor Cultuur (2008) *Mediawijsheid in Perspectief*. Den Haag.

Regeerakkoord 2007 (2007) *'Samen werken, samen leven'. Coalitieakkoord tussen de Tweede Kamerfracties van CDA, PvdA en ChristenUnie*. Den Haag.

Smeets, Ed & Menno Wester (2009) *Mediawijsheid in het basisonderwijs en voortgezet onderwijs. Verslag van onderzoek bij leraren*. Nijmegen: ITS.

Vermaas, Karianne e.a. (2008) *Breedband en de Gebruiker 2007, eindrappor-tage*. Dialogic.

Vereniging van Nederlandse Gemeenten e.a. *Handreikingen kunsteducatie en erfgoededucatie 2006*. Den Haag.

Nederlands Jeugdinstituut

Het Nederlands Jeugdinstituut is het landelijk kennis- en praktijkinstituut voor de jeugdsector en verbindt kennis van opvoeden en opgroeien met de praktijk. Met betrokken medewerkers streven we naar een gezonde ontwikkeling en kwaliteit van leven van jeugdigen. Het NJi genereert kennis middels uitgebreide kennisdatabanken, nieuwsbrieven en publicaties alsook praktijkgericht advies en trainingen voor professionals. Op het gebied van jeugd en opvoeding denken wij mee met beleidsmakers, staffunctionarissen en beroepskrachten voor bijvoorbeeld bewust en veilig gebruik van media. Zo werken wij aan een beter jeugdstelsel.

Postbus 19221
3501 DE Utrecht
T 030 230 63 44
E info@nji.nl
www.nji.nl

Nederlands Jeugd instituut

Vereniging van Nederlandse Gemeenten

Samen met alle gemeenten staat de VNG voor kracht en kwaliteit van het lokaal bestuur. Ze is een dienstverlenende organisatie en biedt een platform voor opinievorming en vernieuwing. De VNG is bovendien dé belangenbehartiger van alle gemeenten en dus een belangrijke gesprekspartner voor andere overheden en maatschappelijke organisaties. Mediabeleid is een van de aandachtsgebieden van de VNG, met name binnen de bestuurlijke commissie Onderwijs, Cultuur en Sport.

Postbus 30435
2500 GK Den Haag
T 070 373 83 93
E infocentrum@vng.nl
www.vng.nl

VNG
Vereniging van Nederlandse Gemeenten