



## Advies Sectorraad Media

10 september 2009

Op de hoorzitting van 13 maart 2009 in de Commissie Cultuur, Jeugd, Sport en Media van het Vlaams Parlement werd er gedebatteerd over de mogelijke oprichting van een 'kenniscentrum mediawijsheid'. Op zijn vergaderingen van 14 mei en 4 juni 2009 gaat de Sectorraad Media van de SARC hier verder op in.

In zijn memorandum<sup>1</sup> wijst de Sectorraad Media op het grote belang van media binnen de samenleving, als basisvoorwaarde voor een goed werkende democratie. Dat gegeven maakt het stimuleren van mediageletterdheid volgens de sectorraad tot één van de prioriteiten in het (media)beleid van de nieuwe Vlaamse Regering. Het Regeerakkoord voor de nieuwe beleidsperiode 2009-2014 gaat overigens eveneens in op het belang van mediageletterdheid voor kwetsbare groepen.<sup>2</sup>

De Sectorraad Media wenst daarom zijn standpunt inzake mediageletterdheid in een advies op eigen initiatief uit te diepen, overeenkomstig artikel 3, §1, 1° van het decreet van 30 november 2007 houdende de oprichting van de Raad voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media (BS 15 januari 2008).

### ADVIES

---

#### Inleiding

##### **Mediageletterde burgers aan de basis van een goedwerkende democratie**

In zijn memorandum aan de nieuwe Vlaamse Regering wijst de Sectorraad Media mediageletterdheid aan als een belangrijk thema. Kern van de argumentatie van de sectorraad is dat een ruim, toegankelijk, veelzijdig en kwaliteitsvol media-aanbod een essentiële basisvoorwaarde is voor een goed werkende democratie. Ook volgens de Europese Commissie dient de Europese bevolking voldoende mediageletterd gemaakt te worden om beeld-, geluids- en tekstmateriaal te vinden, te analyseren en te beoordelen en om de traditionele en nieuwe media te gebruiken om te communiceren en nieuwe inhoud te creëren. Daarnaast is de Commissie van oordeel dat de EU-lidstaten en de media zich meer bewust moeten zijn van de talrijke mediaboodschappen die mensen via reclame, films en het internet ontvangen.<sup>3</sup>

De overheid moet daarom een kader creëren dat de verscheidenheid aan media en meningen en de toegang hiertoe voor alle burgers, op een positieve manier helpt garanderen. Het is daarbij cruciaal dat die overheid, vertrekkend vanuit een overkoepelende visie, haar beleid articuleert als een **doelgroepenbeleid**, met aandacht voor de specifieke noden van bijvoorbeeld jonge kinderen, adolescenten, jongvolwassenen en senioren. Er is een actieve en waardevolle bijdrage aan mediageletterdheid weggelegd voor de journalisten, gezien hun belangrijke inhoudelijk rol in het productieproces van media en hun kennis en ervaring over de normen en voorwaarden om tot

---

<sup>1</sup> *Cultuur IS. Uitdagingen voor het cultuurbeleid in Vlaanderen. Memorandum 2009-2014 van de Strategische AdviesRaad voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media*, SARC, april 2009. De publicaties van de SARC kunnen besteld worden via 1700 of [www.vlaanderen.be](http://www.vlaanderen.be).

<sup>2</sup> *Vlaanderen 2009-2014. Een daadkrachtig Vlaanderen en beslissende tijden. Voor een vernieuwende, duurzame en warme samenleving*, juli 2009, p. 81.

<sup>3</sup> Zie de Aanbeveling van de Europese Commissie, *Mediageletterdheid in de digitale omgeving voor een meer concurrerende audiovisuele en inhoudindustrie en een inclusieve kennismaatschappij*, C(2009)6464, 20.08.2009.

kwaliteitsjournalistiek te komen, de deontologische journalistieke codes en dergelijke. Maar niet alleen de overheid of de journalist heeft een rol te vervullen: uiteindelijk zijn mediavaardige burgers een zaak van **co-regulering** door alle stakeholders: de ouders, het onderwijs, het middenveld, de industrie, de journalistiek én de overheid.

### **Definitie**

De Sectorraad Media beschouwt 'mediageletterdheid' – ook de termen 'mediawijsheid en media-educatie' worden in deze context wel eens gebruikt – in de zin van de definitie die de Europese Commissie opstelde<sup>4</sup> en sluit zich aan bij de Aanbeveling van de Commissie.

Mediageletterdheid wordt gedefinieerd als het vermogen om toegang te hebben tot de media, de verschillende aspecten van media en media-inhoud met een kritisch oog te kunnen evalueren en in uiteenlopende contexten communicatie tot stand te kunnen brengen. [...] Massamedia zijn media die een breed publiek kunnen bereiken via verschillende distributiekanaalen. Mediaboodschappen kunnen van informatieve of creatieve aard zijn en zijn opgenomen in tekst, geluid en beeld die via verschillende communicatievormen worden overgedragen, met inbegrip van televisie, bioscoop, video, websites, radio, videospelletjes en virtuele gemeenschappen.

Een Europese aanpak van mediageletterdheid zou betrekking moeten hebben op alle media. De verschillende niveaus van mediageletterdheid omvatten:

- gemakkelijk kunnen omgaan met alle bestaande media variërend van kranten tot virtuele gemeenschappen;
- actief gebruik kunnen maken van media, onder meer via interactieve televisie, gebruik van internetzoekmachines of deelneming aan virtuele gemeenschappen en betere benutting van het potentieel van de media voor amusementsdoeleinden, toegang tot cultuur, interculturele dialoog, leren en toepassingen in het dagelijks leven (bijvoorbeeld via bibliotheken, podcasts);
- de media kritisch kunnen benaderen, zowel wat betreft de kwaliteit als de nauwkeurigheid van de inhoud (een gebruiker moet bijvoorbeeld informatie kunnen beoordelen, kunnen omgaan met reclame op de verschillende media, en op intelligente wijze gebruik kunnen maken van zoekmachines);
- creatief gebruik kunnen maken van media nu de ontwikkeling van mediatechnologieën en de toenemende aanwezigheid van het internet als distributiekanaal steeds meer Europeanen in staat stellen beelden, informatie en inhoud te creëren en te verspreiden;
- inzicht hebben in de economie van de media en het verschil tussen pluralisme en eigendom van de media;
- zich bewust zijn van kwesties in verband met auteursrechten die van fundamenteel belang zijn voor een cultuur van legaliteit met name voor de jongere generatie die niet alleen inhoud consumeert maar ook produceert.

## Prioriteiten voor een beleid met visie

### **Prioriteit 1 – Positief stimuleren van de mediageletterdheid**

De overbrugging van de digitale kloof is al langer een thema, denk aan initiatieven zoals het goedkoper ter beschikking stellen van ICT voor kansarme groepen in de samenleving. Toegang tot technologie alleen biedt echter geen structurele oplossing.

#### Doelstelling 1

**Opleiding en ondersteuning** in het gebruik van nieuwe media zijn cruciaal voor het aanscherpen van de mediageletterdheid van de gebruikers. In de eerste plaats moet het daarbij gaan om initiatieven die de interesse van bijvoorbeeld jongeren of senioren in de media aanwakkeren. Alles begint immers bij de kennismaking met en appreciatie van diverse media en media-inhoud, vooral wanneer doelgroepen vanuit hun thuissituatie niet met deze media vertrouwd zijn. Vanwege het toenemend belang van zogenaamde *User Generated Content* geldt dit trouwens zowel voor wat betreft de consumptie als de actieve productie en uitwisseling van dergelijke media-inhoud.

Projecten kunnen erop gericht zijn gebruikers de zowel alledaagse en concrete als meer abstracte voordelen van media te doen inzien. Concreet gaat dit van het plezier van krantenlectuur en de

---

<sup>4</sup> Een Europese aanpak van mediageletterdheid in een digitale omgeving, COM (2007) 833, 20 december 2007

appreciatie van een goede Vlaamse film tot inzicht in de eindeloze mogelijkheden van het internet voor ontspanning, communicatie, e-government, e-banking, e-health enzovoort. Op een meer abstract niveau gaat het dan over de belangrijke rol van onafhankelijke journalistieke media voor de creatie van een publieke sfeer en de stimulering van burgerschap, en de functie van diezelfde media als sociaal bindmiddel en als cruciale factor in de transformatie van de samenleving naar een kennismaatschappij.

Initiatieven daartoe zijn tot op heden echter zeer gefragmenteerd en zonder overkoepelende visie gebleven.

### Doelstelling 2

Daarnaast dienen initiatieven ter bevordering van de mediageletterdheid gebruikers ook **inzicht** te geven in hoe media en reclame functioneren, en hoe deze een eigen (beeld)taal hanteren die soms verschilt van de werkelijkheid. De onophoudelijke technologische innovaties en nieuwe vormen van media-inhoud en reclame eisen immers een steeds grotere kennis en vaardigheid van die gebruikers. Herkennen zij vandaag productplaatsing, of de *staged reality* die in zoveel *formats* gemeengoed is geworden? Weten ze waarheen met klachten over bijvoorbeeld misleidende reclame? Maar ook: zijn zij in staat kwaliteit in de Vlaamse en internationale media te herkennen en te waarderen? En waar gebruikers zelf actieve producenten of uitwisselaars worden van media-inhoud, bijvoorbeeld via weblogs, sociale netwerksites of muziek-, video- en fotosites, kennen zij dan de geldende formele en informele regels inzake webetiquette, privacy, de rechten van derden en deontologie? Uit recent Vlaams onderzoek blijkt bijvoorbeeld dat het bij jongeren vaak niet aan technische vaardigheid ontbreekt, maar dat er daarentegen een grote nood bestaat om te leren hoe met informatie om te gaan.<sup>5</sup> Echter, heel veel initiatieven beperken vandaag zich tot het aanleren van instrumentele vaardigheden.<sup>6</sup>

Kinderen moeten via mediaopvoeding leren om zelfstandig en kritisch gebruik te maken van de media. De sectorraad pleit in het memorandum daarom voor het voldoende geoperationaliseerd opnemen van media-educatie als onderdeel van de eindtermen in het secundair onderwijs. Vanaf 2010 wordt mediageletterdheid al opgenomen als VOET of vakoverschrijdende eindterm in het secundair onderwijs<sup>7</sup>. De sectorraad is verheugd met deze inspanning maar vraagt om het daar niet bij te laten. De verschillende op mediageletterdheid gerichte educatieve pakketten die vandaag bestaan (zoals de *Ingebeeld*-reeks van Canon Cultuurcel en *Media Smart* van de JEP), moeten vanuit een overkoepelende visie worden gebundeld, uitgebreid en gericht op prioritaire thema's en doelgroepen, zoals kinderen en reclame, jongeren en gaming enzovoort.

Tegelijk moet ook voldoende aandacht gaan naar het aanpassen van de lerarenopleiding en permanente professionele navorming, zodat ook leerkrachten media in de les meer dan alleen illustratief gaan gebruiken.<sup>8</sup>

### Doelstelling 3

Het gaat echter om meer dan enkel 'media-educatie' met een focus op de relatie met het onderwijs. De rol van de **ouders en andere opvoeders** in de mediaopvoeding is minstens even belangrijk. Via onder meer het sociaal-culturele werk kunnen zij bewustgemaakt worden voor wat betreft o.a. veilig

---

<sup>5</sup> C. Pauwels & J. Bauwens (eds.) (2008) *Cyberteens, cyberrisks, cybertools: tieners en ICT, risico's en opportuniteiten. Onderzoeksrapport in het kader van het TIRO-project* (Onderzoekscontract: TA/00/08, Programma "Samenleving en Toekomst", Federaal Wetenschapsbeleid). Partners: Vrije Universiteit Brussel, Facultés Universitaires Notre-Dame de la Paix Namur, Universiteit Antwerpen. Zie bijvoorbeeld pp. 45-46 (auteurs: Michel Walrave, Sunna Lenaerts & Sabine De Moor, Chris Vleugels & Joke Bauwens)

<sup>6</sup> Zie bijvoorbeeld D. Buckingham (2009). *Beyond Technology: Rethinking learning in the age of digital culture*. In: Pettersen (J.) (ed.) *Youth, Media and Democracy: perceptions of new literacies*. Dublin CSER, pp. 36-42 of voor een uitgebreide visie, de Ofcom-rapporten "*The Media Literacy of Children and Young People: a review of the research literature*" door David Buckingham en "*Adult media literacy: A review of the research literature*" door Sonia Livingstone, beide verkrijgbaar via de website van Ofcom ([www.ofcom.org.uk](http://www.ofcom.org.uk))

<sup>7</sup> Vlaams Parlement, stuk 2124 (2008-2009), nr. 1.

<sup>8</sup> Twee studies die dit punt zeer sterk beklemtonen zijn: L. Mostmans (2009). *Project BOM-VL (Bewaring en ontsluiting van digitale data in Vlaanderen) – Deliverable 5.3: architectuur digitale bewaring – aanbevelingen doelgroepsenario's* (pp. 10-21) en A. Goegebuer (2004). *Audiovisuele vorming in het Vlaams onderwijs*. Gent, IAK-Canon Cultuurcel

internet en reclamebewustzijn. Ook hier zijn de initiatieven legio maar gefragmenteerd, en vaak eenzijdig gefocust op internetvaardigheden.

Daarnaast hebben ook andere stakeholders, zoals de gemeenten (via bijvoorbeeld de vandaag voornamelijk op ICT-toegang gerichte bibliotheken), uitgeverijen en zeker ook de openbare omroep een belangrijke rol te vervullen, bijvoorbeeld door het bieden van professionele ondersteuning voor gebruikers die zelf content willen creëren (cfr. *Ketnet Kick, De Overname*). In de volgende beheersovereenkomst met de VRT zouden hierover meer concrete afspraken kunnen worden opgenomen.

#### Doelstelling 4

Ten slotte is het belangrijk dat de overheid het **bestaande onderzoek beter coördineert en gericht wetenschappelijk onderzoek financiert** rond onderzoeksvragen als: hoe is het gesteld met de mediageletterdheid van de Vlaming, en hoe kan deze verbeteren? Hoe kunnen zwakke groepen beter worden betrokken bij de media? Wat is het effect van bepaalde mediaboodschappen op het publiek?

Relevant onderzoek is nodig om de juiste beleidsrichting te helpen bepalen. Vandaag is dit onderzoek echter te diffuus, en zijn de beschikbare budgetten over verschillende financieringsbronnen verdeeld.

### **Prioriteit 2 – Coördinatie van initiatieven in één globale visie**

Het is de overtuiging van de Sectorraad Media dat een geïntegreerde visie en dus ook een geïntegreerd beleid nodig is, weliswaar aangestuurd door de minister bevoegd voor media. Eerder werd onderwijs al genoemd als prioritaire partner, maar ook de andere beleidsvelden van het beleidsdomein (sociaal-cultureel werk, kunsten, jeugd), en andere beleidsdomeinen zoals welzijn, gezin, vorming, wetenschap, innovatie,... zijn belangrijke bondgenoten. **Banden met andere beleidsvelden en –domeinen moeten maximaal ingezet worden om het gewenste doel te bereiken.**

Zoals hierboven reeds is gebleken, is een **oplijsting en coördinatie van bestaande initiatieven** nodig. Tijdens de hoorzitting in het Vlaams Parlement is gebleken dat er al heel wat initiatieven uit allerlei hoeken lopende zijn. Dit is positief: het betekent dat dit thema velen nu al bezig houdt. Het betekent echter ook dat expertise nu heel verspreid is, en dat noch beleidsmakers noch stakeholders goed weten waar ze terecht kunnen. Het samenbrengen van al deze initiatieven in eenzelfde visie zal de bestaande problemen gerichter kunnen aanpakken. Tezelfdertijd zal zo een te grote fragmentatie van de beschikbare middelen vermeden worden.

Het is pas als het 'wat' is ingevuld, dat eventueel kan worden besproken wie het best geplaatst is om de ontwikkeling en realisatie van initiatieven en de uitvoering ervan op te nemen.

Uit de hoorzitting in het Vlaams Parlement over de mogelijke oprichting van een 'Kenniscentrum Mediawijsheid' is gebleken dat zowel de Vlaamse Regulator voor de Media als het Departement Cultuur, Jeugd, Sport en Media goede troeven in handen hebben om het kenniscentrum onder zijn vleugels te nemen. Bij de eventuele bespreking van het 'wie' is voor de Sectorraad Media ook de oprichting van een interuniversitair instituut of steunpunt voor de media, waarin mediageletterdheid een rol kan spelen, niet uitgesloten. Een steunpunt kan minstens beschouwd worden als een belangrijke partner voor het eventuele Kenniscentrum mediawijsheid.

Ook de Sectorraad Media hoopt van harte een partner te blijken voor het kenniscentrum. Hij verenigt immers expertise vanuit alle geledingen van het mediaveld.

De sectorraad signaleert overigens dat er reeds een officieus Vlaams Steunpunt Nieuwe Mediageletterdheid (VSNG) bestaat (vooral gericht op e-Inclusie), en verwijst ook naar het interessante initiatief Média Animation in de Franse Gemeenschap.

### **Prioriteit 3 – Creëren van veilige mediaomgevingen**

De overheid moet vanuit zijn zorgplicht voorzien in een **voorlichtingssysteem voor gebruikers** die weinig kritisch staan tegenover de inhoud van mediaproducties, in het bijzonder hun geschiktheid voor kinderen en jongeren.

In een advies uit 2006 gaat de toenmalige Vlaamse Mediaraad uitgebreid in op de haalbaarheid en meerwaarde van een systeem zoals het Nederlandse 'Kijkwijzer'. Er worden verschillende opties besproken. In de conclusies schrijft de Vlaamse Mediaraad dat er getracht zal worden via een systeem van zelfregulering van de omroepen een uniform systeem uit te werken en te organiseren, met dien verstande dat *'wanneer blijkt dat de uitvoering en implementatie van het voorgaande niet in voldoende mate bijdraagt tot de naleving van art. 96 § 1 Omroepdecreet, wordt geopteerd voor de scenario's onder F (overheidsfinanciering van uniforme zelfregulering Vlaamse omroepen) of G (co-regulering Vicam).'*<sup>9</sup> De sectorraad moet vandaag vaststellen dat er weinig vooruitgang is geboekt. Ook aan de vraag van de Mediaraad naar wetenschappelijk onderzoek is tot nu toe weinig gehoor gegeven.

Uniformiteit mag niet alleen van de sector worden verwacht, maar dient ook vanuit de overheid mogelijk te worden gemaakt. Daarom zijn er argumenten voor een zo ruim mogelijk toegepast, medianeutraal classificatiesysteem.

De Sectorraad Media dringt er echter op aan dat dit **desnoods enkel** gerealiseerd wordt voor wat onder de **Vlaamse bevoegdheid** valt.

## Samengevat

De Sectorraad Media sluit zich aan bij de Mededeling uit 2007 van de Europese Commissie inzake mediageletterdheid en de Aanbeveling van 20 augustus 2009 en schuift 3 prioritaire punten naar voor.

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

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

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

Ten derde wijst de sectorraad op het belang van veilige mediaomgevingen. Hij verwijst daarbij naar het advies uit 2006 over een eventueel medianeutraal voorlichtingssysteem.

Namens de Sectorraad Media,

David Stevens, voorzitter  
Hilde Van den Bulck, ondervoorzitter  
Hanne Schuermans, secretaris

---

<sup>9</sup> Advies van de Vlaamse Mediaraad van 6 maart 2006 nopens de "haalbaarheid" en de meerwaarde" van de invoering van een systeem van Kijkwijzer (cfr. Nederland) voor de Vlaamse omroepen. Op te vragen via <http://www.cjism.vlaanderen.be/raadcjism/historiek/mediaraad/adviezen/2006/MR06-001.pdf>.