



**Het in kaart brengen
van de media-opvoedingsinitiatieven
in de digitale omgeving in België**

*Synthese van het onderzoeksverslag met het oog op de invoering van een
Belgisch consortium voor een Beter Internet*

Anne-Claire Orban de Xivry, Sophie Leclercq – Média Animation vzw
Hadewijch Vanwysberghe - iMinds
December 2015



co-funded
by the
European
Union



Het doel van het Europese project Belgian Better Internet Consortitum (B-BICO) is het in kaart brengen van de acties die in België werden gevoerd op het vlak van de mediaopvoeding in de digitale omgeving. Tot nu werden de initiatieven die op dit vlak werden genomen beperkt opgesteld. Daarom heeft het project B-Bico, gecoördineerd door Child Focus, en meer bepaald de onderzoeken die iMinds en Média Animation in dit kader uitvoerden, zich tot doel gesteld de activiteiten qua opvoeding op het vlak van het internet in kaart te brengen en de thema's, het publiek en de meest toegepaste methodes op te sporen. Bovendien wil dit verslag bijdragen aan de oprichting van een consortium voor een "beter internet" (opdrachten, samenstelling, organisatie).

In beide gemeenschappen

De Nederlandstalige actoren hadden al een gegevensbank binnen hun gemeenschap uitgewerkt. Binnen de Franstalige gemeenschap bestond dergelijke mapping nog niet. Daarom is de gebruikte methodologie niet helemaal dezelfde in het noorden en het zuiden van het land.

- Voordat iMinds in 2013 bij het project B-Bico aansloot, stelde ze al een database samen van de Nederlandstalige actoren en de initiatieven die werden genomen op het vlak van mediaopvoeding in de brede zin van het woord, zowel voor de klassieke media als voor de digitale media. Met het oog op het behalen van de doelstellingen van het B-BICO-project werd deze database beperkt tot de actoren en acties die betrekking hadden op de digitale media. Er werd een specifieke invulling gegeven om de doelstellingen van dit verslag te halen.
- Média Animation, de Franstalige partner van het B-BICO-project, nam kennis van de database die door iMinds werd samengesteld om haar eigen methodologie uit te werken, meer bepaald het in kaart brengen van de initiatieven voor de digitale media in de Federatie Wallonië-Brussel. De uitgevoerde mapping behandelt drie dimensies: de behandelde thema's, het betrokken publiek en de toegepaste methodes.

Na een doorgevoerde selectie om enkel de resultaten over te houden die betrekking hebben op de actoren van de mediaopvoeding in de internetomgeving werden 111 Nederlandstalige organismen van de 222 die het originele staal samenstelden weerhouden. Aan Franstalige kant hebben 160 actoren aan het onderzoek deelgenomen. Deze werd aangevuld door 22 interviews en vijf discussiepanels, waaraan 51 interveniënten deelnamen.

Profiel van de respondenten

Types organismes en activiteitensectoren

Zowel in het noorden als het zuiden blijken de verenigingen en de openbare diensten deel uit te maken van de types organismen die het meest vertegenwoordigd zijn op het

vlak van mediaopvoeding. Aan Nederlandstalige kant werd de categorie “openbare diensten” ruim vertegenwoordigd door de bibliotheken, terwijl aan de Franstalige kant het de Espaces Publics Numériques (EPN) waren. De onderwijssector en de socio-culturele sectoren zijn erg actief op dit domein. De actoren uit de onderzoekswereld voelden zich meer betrokken aan de Nederlandstalige kant. Ten slotte zijn privéondernemingen weinig actief op het vlak van mediaopvoeding, en dit in beide delen van het land.

De plaats van de mediaopvoeding in de schoot van de organismen

In het noorden en het zuiden verschilt de betoonde interesse van de organismen die aan de onderzoeken meegewerkt hebben. In de Federatie Wallonië-Brussel is er een evenwicht tussen de organismen die veel, minder en occasioneel er belangstelling voor vertonen, terwijl in Vlaanderen de organismen waar de mediaopvoeding een grote, maar geen centrale rol speelt in de meerderheid zijn. Toch komt in de onderzoeken aan het licht dat in beide landsdelen de mediaopvoeding eigenlijk alle types organismen en sectoren een beetje interesseren en niet enkel zij wiens hoofdactiviteit de mediaopvoeding is.

Interventiezones

In Vlaanderen en Wallonië blijken de organismen voornamelijk op regionaal niveau actief te zijn. Toch zijn de Franstalige organismen eveneens actief op gemeenteniveau (50,63%), wat minder het geval is bij de Nederlandstaligen (21,2%).

Behandelde thema's

Deze organismen behandelden vooral thema's als veiligheid, onderzoek en begrip van de informatie, het technisch gebruik van de tools en de sociale netwerken. Anderzijds werden pornografie, burgerjournalistiek of spelen erg weinig behandeld.

Deze resultaten bevestigen een veiligheidsvisie van de mediaopvoeding in de Internetomgeving. Men kan dit vaststellen in de titels of de samenvattingen van de activiteitenprogramma's die hierover worden aangeboden. Woorden als “risico's”, “gevaaren”, “bescherming”, “advies”, soms zelfs “bedreiging” worden frequent gebruikt.

Het betrokken publiek

Unaniem gezien is het publiek van de adolescenten en dat van de volwassenen het meest betrokken bij de mediaopleidingsactiviteiten. Wanneer we echter de resultaten van

beide gemeenschappen vergelijken stellen wij een groot verschil vast bij de verschillende categorieën van betrokken volwassenen. In het noorden van het land worden de professionals en de volwassenen in het algemeen sterk aangesproken, terwijl in het zuiden van het land er bijzondere aandacht wordt besteed aan de ouders, de werkzoekenden en de senioren. Kinderen tussen 0-6 jaar, mensen met een handicap, etnische en culturele minderheden, net als migranten, worden dan weer weinig betrokken bij deze opvoedingsactiviteiten.

De bevoorrechte methodes

Globaal gezien zijn animaties en opleidingen de meest toegepaste methodes in zowel het zuiden als het noorden van het land. Zo komen ook activiteiten waarbij het publiek materieel krijgt aangeboden, zoals een aansluiting, een computer, een tablet of andere frequent voor. Een duidelijk verschil doet zich echter voor op niveau van het aanbod van de “pedagogische hulpmiddelen” (handboek, publicatie, kit) ter ondersteuning van de animaties. Dit gebeurt eerder frequent in Vlaanderen in vergelijking met de Federatie Wallonië-Brussel.

De meest toegepaste methode is de animatie of opleiding op basis van informatie en sensibilisering. Dit toont aan dat de organismen die aan het onderzoek hebben meegewerkt voornamelijk een informatieve, zelfs analytische benadering van de internetgebruiken en -praktijken aanraden. Kortom, een benadering waarbij het publiek eerder een “passieve” houding aanneemt ten koste van een actie, de invoering van een productie en expressie. Deze laatste is materieel meer bindend en pedagogisch riskanter, verklaren sommige interveniënten.

De beoogde doelstellingen

De Franstalige en de Nederlandstalige organismen zitten op eenzelfde lijn wat hun doelstellingen op het vlak van mediaopleiding betreft. De nadruk moet worden gelegd **op het informeren en sensibiliseren**, daarna **op de uitwerking van de technische, analytische, beschouwelijke en kritische competenties**. Tijdens hun activiteiten is het **geven van de toegang tot de media** eveneens een doelstelling die ze zich opgelegd hebben, maar die evenwel geen prioriteit geniet. Ten slotte wordt in het noorden van het land (55,30%) meer van de **media ter ondersteuning van andere opleidingen of doelstellingen** (opleiding door de media) gebruikgemaakt dan in het zuiden van het land (37,50%).

Deze prioritaire doelstelling om te informeren en te sensibiliseren komt naar voor in de vaststellingen van het methodeklassement dat de animatie/opleiding gebaseerd op het informeren en sensibiliseren op de eerste plaats zet. Ze bevestigt dat de informatieve

benadering van de mediaopleiding in de digitale omgeving momenteel de meest gebruikte is, want ze biedt een toegangspoort tot de andere animatietypes.

De nederige plaats die de ontwikkeling van de productiecompetenties (zich uitdrukken) inneemt, toont nog maar eens aan dat de expressieve en burgerlijke benadering achtergesteld wordt op een informatieve en functionele benadering.

Besluit

Ondanks de beperkingen van het onderzoek die ons verplichten waakzaam te blijven, geeft deze mapping van de mediaopvoeding in een digitale omgeving, zowel op het niveau van de thema's, het publiek als de gebruikte methodes in België een redelijk duidelijk overzicht van bepaalde tendensen.

Eerst en vooral is de grote deelname aan het onderzoek, zowel van Franstalige als Nederlandstalige kant, niet alleen de uiting van de duidelijke interesse van de actoren in de mediaopvoeding in een digitale omgeving, maar ook van het dynamisme van deze sector. Wij zijn dus geneigd te geloven dat de behoefte aan een internetopvoeding vandaag algemeen wordt erkend. Hiervan getuigen de talrijke initiatieven die worden genomen in de Federatie Wallonië-Brussel en in Vlaanderen. Nu rest ons te begrijpen hoe dit opleidingsaanbod eruitziet. Wie zijn de actoren? Wie doet er zijn voordeel mee? Over welke onderwerpen gaat het? Via welke methoden? En voor welke doeleinden?

Als eerste conclusie zouden wij de aandacht willen vestigen op de afwezigheid van een welbepaalde sector in deze mapping: de commerciële sector. Privéondernemingen komen nagenoeg niet voor in dit onderzoek. Het lijkt alsof ze zich niet betrokken voelen.

Ten tweede laat deze mapping toe de als prioritair geziene doelgroepen en zij die "vergeten" werden bij de internetopvoeding op het voorplan te zetten. Terwijl in het noorden van het land heel wat initiatieven voor de opleiding van de professionals worden genomen, gaat het in het zuiden van het land eerder om een publiek dat "afhaakt", zoals werkzoekenden of senioren dat wordt beoogd. De jongeren blijven evenwel niet achter, want het zijn zij die het meest van een mediaopleiding in een digitale omgeving genieten. Dit resultaat doet ons opmerken dat, en dit geldt misschien nog meer voor de Federatie Wallonië-Brussel, het opleidingsbeleid in de digitale media erg wordt beïnvloed door deze van de e-inclusie en de strijd tegen de digitale kloof.

Hoe zit het dan met de minderheidsgroepen, zoals de personen met een mentale of fysieke handicap, de migranten of de etnische minderheden die nog niet op de politieke agenda van e-inclusie staan? Moet, anderzijds, de mediaopvoeding in een digitale omgeving niet eveneens ten dienste worden gesteld van de burgeremancipatie? Wanneer ze deze

doelstelling zou vervullen, dan zou dit “vergeten publiek”, zoals kinderen, gehandicapten, migranten, etnische en culturele minderheden beter opgevangen worden.

Welnu, het onderzoek toont aan dat de mediaopvoeding in een digitale omgeving vandaag hoofdzakelijk wordt behandeld vanuit het standpunt van het op te lossen probleem. Als bewijs van het grote succes hiervan wil men dat, onder andere, thema’s die handelen over de technische toepassing, research en betrouwbaarheid van de informatie en de veiligheid voornamelijk vanuit deze hoek worden behandeld. Het meer positieve aspect uitwerken, parallel met de risico’s van het net, zou meer evenwicht in het betoog brengen. Vandaag de dag lijkt de mediaopvoeding in een digitale omgeving te passen in een eerdere functionele en informatieve als burgerlijke benadering.

Ten vierde toont de analyse van de methodes die de responderende organismen gebruikt hebben dat voorrang werd gegeven aan animatie en opleiding, dikwijls one-shot en zelden geïntegreerd in een ruimer parcours. De organismen die aan het onderzoek hebben meegewerkt, hebben de gebruiken en praktijken bij de mediaopvoeding in een digitale omgeving op een informatieve en zelfs analytische wijze aangepakt. Kortom, een benadering waarbij het publiek eerder een “passieve” houding aanneemt ten nadele van een actie, een deelname van productie en expressie. In verband met dit resultaat wijzen we eveneens in de Federatie Wallonië- Brussel en, à contrario Vlaanderen, op het zwakke aanbod van pedagogische middelen voor de animatoren en opleiders. Dit is dus een strategische as waarin moet worden geïnvesteerd.

Ten slotte verheugen wij ons op het dynamisme van de mediaopvoeding in een digitale omgeving in België. Ze is de zaak van (bijna) iedereen en dit zal zeker toelaten zoveel mogelijk mensen te bereiken. We moeten nochtans waakzaam zijn in verband met haar mogelijke instrumentalisering en de gebruiken en noden van het internetmedium zelf, die permanent in verandering is. En daarvoor vinden wij dat volop moet worden ingezet op de opleiding van professionals, actoren van de sector.