



**UC** Leuven  
Limburg  
**MOVING MINDS**

# Mediawijsheidsnood

---

**NODENDETECTIE EN AANBEVELINGEN BETREFFENDE  
HET ONDERSTEUNEN VAN MEDIAWIJSHEID DOOR  
PROFESSIONALS IN DE NIET-RECHTSTREEKS  
TOEGANKELIJKE HULPVERLENING**

**Davy Nijs & Nathalie Drooghmans**  
UC LEUVEN-LIMBURG

## Voorwoord

Als voorbereiding op het Vlaams Mediawijs Congres (#MWCON19) dat op 10 mei 2019 gehouden wordt en zich deze keer volledig richt op (digitale) mediawijsheid binnen welzijnsorganisaties, gingen Davy Nijs en Nathalie Drooghmans, verbonden aan het onderzoekscentrum Inclusive Society van UC Leuven-Limburg, op zoek naar de noden en uitdagingen die er op dit vlak bestaan. Hierbij focusten ze zich met name op de 'niet-rechtsreeks toegankelijke hulpverlening'. Zij herlezen hiervoor vijftien relevante teksten en voerden vijf focusgroep gesprekken met het werkveld, respectievelijk met professionals uit de Integrale Jeugdhulp (IJH), organisaties voor volwassen personen met een beperking (VAPH) en het buitengewoon onderwijs. Dit resulteerde in een vijftal vaststellingen en uitdagingen. Op basis daarvan formuleerde de onderzoeksgroep eSocialWork vervolgens vijf aanbevelingen voor beleidsmakers, het management, professionals, opleidingen en onderzoekscentra. De vijf aanbevelingen worden voorgesteld op het congres. Hieronder krijgt de lezer informatie over de vijf vaststellingen en uitdagingen en aansluitend duiding bij de vijf geformuleerde aanbevelingen.

Davy Nijs en Nathalie Drooghmans (onderzoekers eSocialWork)

Met bijdrage van Tom Vandries en Stijn Custers (onderzoekers eSocialWork)

# Inhoud

Voorwoord .....	2
Inhoud.....	3
Inleiding .....	4
Onderzoeksvragen .....	5
Onderzoeksmethode.....	5
Vaststellingen en uitdagingen .....	6
1. Digitale media zijn overal, ook in welzijnsorganisaties.....	6
2. Cliënten van welzijnsorganisaties zijn online extra kwetsbaar.....	7
3. (Digitale) Mediawijsheid is onderbelicht in welzijnsorganisaties.....	9
4. Attitudeverandering: van online risico's naar online mogelijkheden.....	10
5. Media ondersteuning: een roeping, een uitdaging of nog iets anders? .....	12
Aanbevelingen .....	14
1. Welzijnsorganisaties moeten blijven zorgen voor voldoende toegang tot digitale media op maat van hun doelgroepen .....	14
2. Cliënten van welzijnorganisaties moeten ondersteund worden om digitaal te participeren en online weerbaar te zijn .....	14
3. Digitale mediawijsheid moet behoren tot het DNA van elke welzijnsorganisatie .....	15
4. Medewerkers van welzijnsorganisaties moeten meer professionalisering krijgen om rond digitale mediawijsheid kwaliteitsvol te kunnen werken .....	15
5. Welzijnsorganisaties zouden er moeten in slagen elkaar te informeren en uit te wisselen over digitale mediawijsheid.....	16
Bibliografie .....	17
Bijlagen .....	19
Bijlage 1: Informed Consent .....	19
Bijlage 2: Leidraad Focusgroep.....	20
Bijlage 3: Mediaprofiel.....	21

## Inleiding

Elke twee jaar voert Mediawijs een veldtekening uit om te bepalen welke organisaties werken rond mediawijsheid. In 2016-2017 waren dat 505 organisaties. Meteen stelde Mediawijs een lage aanwezigheid vast van organisaties en instanties uit de sector Jongerenwelzijn / Bijzondere Jeugdzorg of die werken met mensen/jongeren met een beperking. In totaal werden slechts 41 welzijnsorganisaties opgenomen in de tekening. Hoewel dit aantal welzijnsorganisaties gestegen is ten opzichte van de vorige jaren, is dit een zeer kleine greep uit die sector. Mediawijsheid lijkt daar nog niet echt een thema dat leeft. Inhoudelijk valt een beperkte interesse in 'digitale' mediawijsheid op. Relatief weinig welzijnsorganisaties hebben de weg naar mediawijsheid gevonden, omdat ze in de eerste plaats bezorgd zijn om fysiek en mentaal welzijn. Media kan hier voor een belangrijke mate aan gelinkt zijn, maar dat is niet de eerste bezorgdheid binnen die sector. Nochtans is het net de welzijnssector die zich inzet voor groepen die op de één of andere manier gevoeliger zijn of reeds in contact gekomen zijn met online risico's.

Wanneer we kijken naar de noden op vlak van mediawijsheid binnen de welzijnssector valt er her en der informatie te rapen. Recent Nederlands onderzoek (Nikken, Berns, & van Beekhoven, 2018) bijvoorbeeld geeft aan dat maar liefst zestig procent van de respondenten overmatig mediagebruik bij jongeren met een licht verstandelijke beperking observeert, ongeveer de helft merkt dat de kinderen media niet goed begrijpen en ongeveer een derde krijgt te maken met ongewenst gedrag. Die percentages liggen volgens Nikken veel hoger dan in onderzoek bij 'gewone' kinderen. Uit het onderzoek blijkt verder dat beroepskrachten in de zorg vaker problemen bij deze doelgroep signaleren, minder vaak digitale middelen inzetten en negatiever over media zijn dan leerkrachten in het speciaal onderwijs. Ze voelen zich ook wat minder bekwaam en zetten digitale middelen vooral minder vaak planmatig of op basis van beleid in.

Beide en andere vaststellingen inspireerde Mediawijs tot de organisatie van het Mediawijs Congres: Onbeperkt mediawijs en Bijzonder Digitaal! Als organiserend partner (naast Sam vzw, Childfocus en het departement Onderwijs) engageerde UC Leuven-Limburg zich tot een klein onderzoek. Met dit onderzoek verkennen ze welke noden er bestaan op vlak van het ondersteunen van mediawijsheid door professionals in Vlaamse welzijnsorganisaties. Hiervoor gebeurde een literatuuronderzoek van recente Nederlandstalige bronnen en werden vijf focusgroepen gehouden. Op basis van deze informatie formuleren de onderzoekers vijf vaststellingen en uitdagingen en koppelen hier ook vijf aanbevelingen aan. In de hoop dat ze inspirerend kunnen zijn voor het beleid, management, professionals, opleidingen en onderzoekscentra.

## Onderzoeksvragen

Twee onderzoeksvragen staan centraal doorheen de literatuurstudie en de focusgroepen:

1. Wat is de huidige situatie en welke specifieke uitdagingen rond de ondersteuning van mediawijsheid door beroepskrachten uit de ondersteuning van kinderen en volwassenen in welzijnsorganisaties bestaan er?
2. Welke noden bestaan er bij beroepskrachten uit de ondersteuning van kinderen en volwassenen in welzijnsorganisaties?

## Onderzoeksmethode

Een overzicht van de gebruikte literatuur vindt men achteraan in de bibliografie.

De 2 voorbereiden focusgroepen vonden plaats tijdens 2 studiedagen die in het kader van het project De Digitale Brug door Link in de Kabel werden georganiseerd.

De werving voor de focusgroepen verliep via een open oproep door Mediawijs, Link in de Kabel en UC Leuven-Limburg zelf. Hiervoor gebruikten we voornamelijk nieuwsbrieven en sociale media. Omdat dit niet het gewenste resultaat had, werd er gericht geworven. De deelnemers aan de focusgroep VAPH werden geworven via een oproep binnen de deelnemers aan het overleg ROG Vlaams-Brabant en ging door in een Leuven voorziening met 8 deelnemers. De focusgroep IJH ging door in Brussel op Mediawijs met 7 deelnemers. En voor het buitengewoon onderwijs beslisten we ons te richten op een bepaalde regio, de Kempen, en specifiek binnen de nabijgelegen scholen te werven. Deze focusgroep ging door met 5 deelnemers in de 3Master, een school voor buitengewoon onderwijs. Alle resultaten werden getranscribeerd en nadien thematisch geanalyseerd.

# Vaststellingen en uitdagingen

## 1. Digitale media zijn overal, ook in welzijnsorganisaties

Digitale media zijn niet meer weg te denken uit de huidige samenleving. Anno 2019 zijn zowel cliënten als medewerkers actief aan de slag met digitale media. Ook kinderen, jongeren en volwassenen die om welke reden dan ook ondersteund worden door niet-rechtstreeks toegankelijke welzijnsorganisaties hebben smartphones en tablets, kijken online naar films, gamen en communiceren via sociale media. De diverse groep volwassenen met een beperking willen ook graag digitaal participeren getuigt een deelnemer aan de focusgroep: *“Bij ons in de voorziening merken we ook dat we heel erg moeten inzetten op vaardigheden, door cliënten die zeggen: Wij willen wat leren, wij willen ook op de computer werken! (SP3-VAPH).”* Leerkrachten in het buitengewoon secundair onderwijs schatten het gemiddelde ICT-gebruik door hun leerlingen ook significant hoger in dan 5 jaar geleden (Heymans, Godaert, Elen, van Braak, & Goeman (2018).

Hetzelfde geldt evenzeer voor de werknemers van deze welzijnsorganisaties. Ook binnen de werksituatie gebruiken zij digitale media. Niet alleen administratief maar ook als tool binnen het ondersteuningsaanbod. Digitale media kunnen opportuniteiten geven in de begeleiding. *“In de leefgroep sturen jongeren naar ouders als ze bijvoorbeeld worden gestraft. Waardoor ze sneller contact maken, maar zo kunnen wij ook sneller aan de slag. We moeten het omarmen en de situatie direct aanpakken (SP8-IJH).”* In maart van dit jaar illustreerde het Flanders Care Congres Onlinehulp voor welzijn en gezondheid<sup>2</sup> met enkele good practices de mogelijkheden die er zijn op vlak van onlinehulpverlening, ook in ‘niet-rechtsreeks toegankelijke hulpverlening’. Deze digitalisering getuigt van een enorme empowerende kracht: tegen stigmatisering, tegen isolatie, voor zelfbepaling en zelfredzaamheid (Nijs & Timmer, 2012).

Al deze mogelijkheden dwingen welzijnsorganisaties anno 2019 na te denken over de toegankelijkheid en het kunnen gebruiken van digitale media door hun cliënteel. De toegankelijkheidsproblemen kunnen onder meer fysiek, psychisch, cognitief of economisch van aard zijn. Dit toegankelijkheidsaspect kwam in de focusgroep met personeelsleden uit de VAPH-organisaties het duidelijkst aan bod, vervolgens bij de leerkrachten uit het Buitengewoon Onderwijs en schijnbaar minder bij de beroepskrachten uit de Integrale Jeugdhulp. Een deelnemer schetst haar werksituatie en illustreert daarmee de inhaalbeweging op vlak van digitalisering die deze organisaties soms nog doormaken en wat het effect ervan is op het bieden van toegang aan cliënten: *“We hebben pas sinds een maand vijf computers voor het atelier en per leefgroep, pauzegroep ook één computer. Cliënten hebben dit thuis nog nooit gezien, ze hebben dit thuis ook niet gekend (SP3-VAPH).”* Ook binnen het

---

<sup>1</sup> SP3-VAPH verwijst hier naar spreker 3 in de focusgroep volwassenen met een beperking ondersteund door een organisatie VAPH. In andere citaten verwijst BO naar een deelnemer uit het Buitengewoon Onderwijs en IJH naar een deelnemer uit de Integrale Jeugdhulp.

<sup>2</sup> <https://www.flanderscare.be/congres-onlinehulp-voor-welzijn-en-gezondheid-28032019>

buitengewoon onderwijs zien we dit terugkomen. Eén van de leerkrachten getuigt *"Wij hebben over de hele school een 100-tal iPads over heel de school en één per klas. Als we met verschillende leerlingen samen willen werken moeten we rondvragen voor extra iPads. Dat lijkt heel veel, maar we zitten makkelijk rond duizend leerlingen (SP6-BO)."*

Het gevaar op digitale uitsluiting door een gebrek aan toegang, attitude, vaardigheden, hulpbronnen en gebruiks- en trainingsopportunities is dan ook reëel (Mariën & Vandamme, 2016). Door deze problemen op te lossen is het voor cliënten ook mogelijk om vaardigheden te verwerven om met ICT om te gaan en zo optimaal te kunnen participeren aan de gedigitaliseerde samenleving (Vergeer & Nikken, 2015). In haar memorandum voor een Digitaal en Mediawijs Vlaanderen stelt Mediawijs zijn prioriteiten voor een Vlaams Mediawijs beleid 2019-2024. Ook zij prioriteren op een Vlaams E-inclusiebeleid voor wie zich uitgesloten voelt of weet door de digitalisering van de samenleving met speciale aandacht voor mensen in armoede, ouderen, met een beperking, met een migratieachtergrond, met een lage (digitale)geletterdheid (Vlaams Kenniscentrum Digitale en Mediawijsheid, 2019). De partners van het Belgische Better Internet Consortium project (B-BICO) bevelen in hun Memorandum voor de Belgische Safer Internet Day 2019 aan dat overheden en belanghebbenden ervoor zorgen dat alle kinderen voldoende, betaalbare en veilige toegang hebben tot apparaten, connectiviteit, diensten en inhoud specifiek bedoeld voor kinderen (Belgische Better Internet Consortium project, 2019).

## 2. Cliënten van welzijnsorganisaties zijn online extra kwetsbaar

Het is voor iedereen belangrijk om goed deel te kunnen nemen aan de gedigitaliseerde samenleving. Maar voor cliënten bij welzijnsorganisaties is dat vaak een opgave. De vaardigheden om media te kunnen gebruiken en begrijpen hangt bij cliënten samen met hun cognitieve ontwikkelingsleeftijd, de mate waarin ze al dan niet moeite hebben met sociale aanpassing, en of er bijkomende problematieken hun functioneren beïnvloeden. Er bestaat dus een groep kinderen, jongeren en volwassenen die - offline én online - extra kwetsbaar zijn (Nikken, Berns, & van Beekhoven, 2018; Vergeer & Nikken, 2015; Vandoninck, d'Haenens, & Ichau, 2014). Ook deze kwetsbaarheid zien we terugkomen binnen de verschillende focusgroepen. Er wordt verwezen naar een extra beïnvloedbaarheid of zelfs 'naïviteit (SP2-IJH).'

*"Daarnaast is de bijzondere jeugdzorg een specifieke doelgroep, die meer op zoek zijn naar identiteit, samenhang, die niet elke dag mooi naar school gaan, die niet in een ASO-richting zitten, die met heel veel grotere zaken worstelen, ik denk dat er meer aandacht moet gaan naar hun de juiste kennis en de juiste houding te geven (SP2-IJH)."* En ook dit maakt hen net extra kwetsbaar: *"../ al die boodschappen die 24/24 binnen komen, gaan bij hun door merg en been. 's Morgens gaan ze door de berichten van 's nachts niet naar school, omdat ze door miserie van anderen/of hunzelf. Zo is hun nachtrust verprutst, omdat ze in zak en as zitten (SP5-IJH)."* *"Bepaalde fenomenen zijn er gewoon altijd, deze doelgroepen zijn heel kwetsbaar dus moeten we dubbel zo aandachtig zijn. Wij hebben veel slachtoffers, er is*

*ook veel sexting. /.../ (SP8-IJH). "Wij hebben ook ouders van cyberpesten, omdat ze de veiligheid die het biedt wel voelen en misbruiken (SP6-IJH)."*

Personen met een beperking zijn vaker slachtoffer van cyberpesten, online intimidatie en online sexting (Apestaartjaren, 2018). De impact van contact met online risico's is voor hen groter (Nikken, Berns, & van Beekhoven, 2018). Bepaalde karakteristieken van offline kwetsbaarheid, zoals lagere ouderlijke betrokkenheid, sociale isolatie, mentale gezondheidsproblemen en laag zelfvertrouwen zijn voorspellend voor een groter contact met online risico's. Overheden, verzorgers en belanghebbenden moeten kinderen beschermen tegen alle vormen van geweld, uitbuiting en misbruik in de digitale omgeving, rekening houdend met de belangen en de evoluerende capaciteiten van het kind (B-BICO, 2019).

Deze extra kwetsbaarheid wordt vaak verklaard door een gebrek aan kennis. *"Snapchat bijvoorbeeld, ze installeren het, maar ze weten niet exact wat de app kan. Hierdoor kunnen ze er niet kritisch mee omgaan. Vanaf dat je niet weet dat iets opgenomen kan worden, ben je gewoon niet kritisch, omdat je je er niet van bewust bent (SP7-IJH)."* Er wordt vaak verwezen naar het 'leervermogen' van de kinderen, jongeren en volwassenen uit de welzijnsorganisaties. Dit maakt het moeilijk de noodzakelijke kennis over te brengen, laat staan ze toe te passen in die situaties waarbij het nodig is. *"Die kennis is ook heel moeilijk (SP5-BO)."* *"Ze weten het wel, maar ze passen het niet toe (SP6-BO)."*

In alle drie de focusgroepen legden de deelnemers de klemtoon op 'kritisch' deelnemen aan de wereld. Sommigen stelden de haalbaarheid hiervan in vraag, zonder de noodzakelijkheid te betwijfelen. *"De vraag is: 'Gaan ze het ooit op een kritische manier kunnen?'(SP4-VAPH)."* Vaardigheden (zichzelf) aanleren is meestal niet het probleem maar wel daar op een kritische manier naar handelen. *"Ze kunnen zichzelf de vaardigheden wel aanleren, maar dat betekent niet dat hij daar bewust en kritisch mee omgaat. Hij legt dat zelfs zelf uit aan de begeleiding (SP2-VAPH)."*

En daarom dat meerdere professionals aangeven dat er bij een groep cliënten een blijvende rol weggelegd blijft voor een volwassene (begeleider, leerkracht, ouder) om als een soort 'gatekeeper' cliënten op vlak van mediawijsheid te blijven opvolgen. Dit geldt echter niet voor alle groepen, waarbij de begeleiders aanhalen dat differentiatie belangrijk is. *"Ik denk ook niet voor alle leergroepen, voor sommige groepen moeten kennis, vaardigheden en houding al voorgekauwd zijn (SP5-BO)."* *"De OV1-2 leerlingen, die er gewoon niet mee om kunnen gaan dus moeten wij een soort van verbod opleggen. Dit proberen wij dan beide op school als thuis. Dit, omdat het dan niet aan te leren valt (SP2-BO)."* *"Het gaat eigenlijk over beveiliging, maar ook voor veiligheid voor zichzelf en de anderen. Bijvoorbeeld, mensen die van Jan-en-Alleman foto's trekken en posten, ook dat kan niet (SP2-VAPH)."*



### 3. (Digitale) Mediawijsheid is onderbelicht in welzijnsorganisaties

Een gedigitaliseerde samenleving heeft een impact op alle levensdomeinen en creëert onvermijdelijk nieuwe ondersteuningsnaden voor cliënten van welzijnsorganisaties. Doordat steeds meer kinderen beschikken over een mobiele 3G/4G- en/of WiFi-internetverbinding, de beeldschermen steeds kleiner worden en vooral bedoeld zijn voor individueel gebruik, vindt het mediagebruik steeds meer plaats buiten het directe zichtveld van opvoeders of verzorgers (Vergeer & Nikken, 2015). Sommige van deze kinderen, jongeren en volwassenen hebben het moeilijker om met deze media om te gaan en ze positief te gebruiken. En ouders, begeleiders en leerkrachten zijn allemaal op zoek naar hoe zij dit gebruik zo goed mogelijk moeten ondersteunen en begeleiden.

Digitale geletterdheid, opgebouwd uit het vierluik: elementaire instrumentele ICT-vaardigheden, informatievaardigheden, mediageletterdheid en computationeel denken, moet effectief worden bevorderd in faciliteiten waar kinderen internet gebruiken (Council of Europe's Rights of the Child, 2016). Essentieel hierin is een allesomvattend concept van digitale en mediawijsheid met zowel toegang, technische vaardigheden, creatieve, kritische en levensvaardigheden (B-BICO, 2019).

Welzijnsorganisaties vinden het vooral belangrijk dat hun doelgroepen digitale media effectief en strategisch kunnen gebruiken, alsook het aanscherpen van pedagogische vaardigheden rond mediawijsheid staat hoog aangeschreven. Opvallend is wel dat tegelijk weinig aandacht uitgaat naar het begrijpen van die digitale technologieën en het ontwikkelen van een beleid of visie hierrond (Vlaams Kenniscentrum Mediawijsheid, 2017). En laat het nu net deze mediawijsheid zijn waar cliënten uit welzijnsorganisaties nood aan hebben. Als het gaat om kinderen met een licht verstandelijke beperking, wordt het bevorderen van mediawijsheid in de praktijk nu nog vaak gezien als iets moeilijks, als iets dat los staat van de andere ontwikkelingsgebieden van het kind (Vergeer & Nikken, 2015). Het versterken van de digitale en mediawijsheid bij de gebruiker, zowel wat betreft toegang en vaardigheden om de tools in kwestie te gebruiken, als het begrip en bewustzijn van wat ze doen en wat daarmee gebeurt, kende in Vlaanderen de jongste jaren een goede start (Memorandum Strategische AdviesRaad voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media, 2018). Educatie in digitale en mediageletterdheid/wijsheid is noodzakelijk. Er is echter nog veel meer werk op de plank, zeker wat betreft de welzijnssector. Ook tijdens de focusgroepen kwam het meermaals ter sprake dat mediabeleid onderbelicht is "*We hebben te weinig strategieën, zeker niet op dat vlak (SP7-IJH).*" Ook binnen het buitengewoon onderwijs zagen we dit terugkomen "*De infrastructuur ontbreekt ook om een degelijk mediabeleid te voeren (SP6-BO).*" De resultaten van het laatste Mictivo onderzoek suggereren dat de aandacht in onderwijs voor mediawijs gedrag van leerlingen de voorbije vijf jaar niet is toegenomen (Heymans, Godaert, Elen, van Braak, & Goeman (2018).

In haar memorandum voor een Digitaal en Mediawijs Vlaanderen stelt Mediawijs als vierde prioriteit: Maak ook jongeren onder Jongerenwelzijn en mensen met een beperking mediawijs. Hiervoor roepen ze op tot (1) het ontwikkelen van een visie op de rol van mediawijsheid en e-inclusie binnen de sectoren die onze sociaal meest kwetsbare groepen ondersteunen, (2) het

voorzien van een stimulerend beleid en projectfinanciering om hier werk van te maken en (3) het maken van een beleid waarin mediawijsheid structureel een plaats krijgt in het beleid en de financiering van deze sector. Begeleiders en leerkrachten gaven aan dat het moeilijk is om 'bij te blijven' in een gemediatiseerde wereld. *"Gewoon het dynamische van het verhaal, het is zodanig dynamisch dat we er de hele tijd achterna hollen (SP3-IJH)."* *"./.../, maar blijven bijleren of evolueren moet benadrukt worden (SP1-VAPH)."* *"Ik denk dat het in een dynamisch gemediatiseerde wereld, heel moeilijk is om bij te blijven ook voor volwassenen. Het is namelijk moeilijk om te volgen. Kinderen gaan daar heel snel in mee, maar het kritische is volgens mij essentieel sinds de jongeren vaak niet kritisch zijn (SP4-BO)."*

Professionals zijn zich anno 2019 zeker al bewust van hun rol bij het ondersteunen van mediawijsheid bij hun cliënten, maar ervaren hier momenteel nog te weinig ondersteuning voor te vinden op vlak van beleid en management. Men stoot hierbij op de onvermijdelijke clash tussen ICT (en de mensen hier mee bezig) en het pedagogische. Enkele leerkrachten verwoordden het tijdens de focusgroepen als volgt: *"Een beleidsplan ontbreekt ook bij ons. Nu is dat bij ons vrijblijvend. ./.../. Het probleem is dat twee dingen gesplitst zijn. We willen een beleidsplan uitschrijven, maar ICT en wij, zijn niet met hetzelfde bezig. De mensen van ICT beslissen hoeveel iPads, laptops er aangekocht worden en of er vaste computers aangekocht worden en dergelijke (SP5-BO)."* *"./.../, maar ik denk dat het op scholen, zeker op vlak van mediawijsheid, nog te weinig gedaan wordt. Er is geen gestructureerde manier, die zegt wat moet ik er nu juist van geven tegen dat ze hier buiten gaan (SP4-BO)."* Momenteel zijn er in het onderwijs al meerdere leerkrachten aanwezig die ook 'mediacoach' zijn. Nochtans blijft ook hier de vraag naar een gedragen beleid pertinent.

#### 4. Attitudeverandering: van online risico's naar online mogelijkheden

Wat het gebruik van digitale media betreft, focussen organisaties en hun medewerkers nog te vaak op de beperkingen en onmogelijkheden. Zij zetten in eerste instantie in op het ontwikkelen van regels en afspraken over: waar, wanneer en hoe lang. Mensen in de hulpverlening zijn sterker van mening dat media negatief kan uitwerken op de sociaal emotionele ontwikkeling van kinderen, en zijn minder positief over de kansen voor leren, weten wat er speelt, en een gestructureerde dagbesteding. Mensen in het onderwijs, en dan vaak het buitengewoon onderwijs, zijn daar significant optimistischer over. Beroepskrachten die zichzelf minder bekwaam achten in het begeleiden van het mediagebruik van hun kinderen zijn minder overtuigd van de verschillende positieve uitkomsten van media voor kinderen, en juist meer overtuigd van de meeste negatieve effecten (Nikken, Berns, & van Beekhoven, 2018). Ook dit zien we terugkomen in de verschillende focusgroepen. *"Bij jongere begeleiding komt het makkelijker binnen dan bij oudere begeleiding. Wij zitten met een oudere begeleidingsgroep, de meeste zijn 55-plussers (SP3-VAPH)."* Er zal allicht weinig veranderen als de attitudes van de volwassenen die kinderen, jongeren en volwassenen ondersteunen overwegend negatief van aard blijven.

Het lijkt er soms op dat wanneer internet en andere digitale media op de tafel komen, men in een verlamdende kramp schiet. Alsof men bang is om op dit vlak de controle niet te behouden. En uiteraard is bescherming van kinderen, jongeren en volwassenen noodzakelijk, maar daar staat tegenover het gegeven dat die controle losgelaten moet worden om hen te laten groeien tot weerbare digitale participanten. De eigen verantwoordelijkheid van de begeleider en de jongere versus controle door de begeleider moet voortdurend afgewogen worden in functie van de ontwikkeling, voldoende experimenteerruimte en het welzijn van de jongere (Vancoppenolle, 2008). Een deelnemer aan de focusgroepen formuleert dit als volgt: *"Mediawijsheid is zeker een terrein waarin je niet weet waar ze mee bezig zijn. Je kan vanalles in het systeem gieten, maar je moet wel weten waar ze mee bezig zijn. We moeten bezig zijn met de houding en kennis in plaats van met regels en afspraken, denk ik (SP8-IJH)."* Als het gaat over 'van ergens anders' voorgeschreven normeringen waar organisaties zich aan kunnen spiegelen, zegt hij het volgende *"Juridisch gezien zijn er richtlijnen nodig, maar dat is ook iets anders dan normen, wat mag volgens de wet en wat niet. Bijvoorbeeld, kinderen mogen pas op Facebook vanaf hun 13 jaar, maar kinderen zitten in een leefgroep en hebben al een Facebook. Zet daarom iets op de computer in de leefgroep, opdat je tenminste weet wat ze doen, ook al is het tegen de norm. /.../. Als de kinderen jonger dan 13 jaar zijn, doen we het niet in het zicht van jongere kinderen. Desondanks wil ik wel weten wat voor vrienden ze hebben en hoe ze hiermee omgaan. Ik wil weten of de ouders weten wat de kinderen doen en met wie ze spreken. /.../ (SP8-IJH)."* Er wordt dan al gauw ingegaan op een thema dat we in gesprek met professionals uit het werkveld vaak tegenkomen en wat mooi illustreert hoe het thema het werkveld dwingt hierbij steeds een ethisch denkkader te hanteren: *"Messenger wordt desondanks toch gebruikt als communicatiemiddel, dus wordt info nog steeds aan Facebook gegeven, wat wettelijk ook wringt. Het contrast is er dan, want jongeren bereiken we enkel via Messenger, meestal beperkt tot afspraken (SP7-IJH)."*

In haar Beleidsnota 2018-2021 pleit het Vlaams Kenniscentrum Mediawijsheid specifiek voor het ondersteunen van cliënten in het kritisch omgaan met media. Immers, het is met name de welzijnssector die inzet op groepen die op de één of andere manier gevoeliger zijn of reeds in contact gekomen zijn met bijvoorbeeld online risico's, het niet kunnen gebruiken of verkeerdelijk gebruiken van e-diensten, slachtoffer zijn van online oplichting of cyberpesten. Net daarom is het belangrijk dat deze doelgroepen weten hoe de media in elkaar zitten, hoe ze werken en hoe ze die risico's kunnen vermijden. Vergeer & Nikken (2015) sturen aan op een attitudeverandering bij de opvoeder, leerkracht of verzorger. Enerzijds blijft de begeleider een gatekeeper die ervoor moet waken dat kinderen, jongeren en volwassenen media gebruiken die passen bij hun ontwikkeling en behoeften en hen helpt een passende balans te vinden in het mediagebruik. Mediawijsheid bevorderen bij kinderen vereist zelfreflectie over de eigen mediawijsheid en over hoe kinderen en ouders of verzorgers zich tot elkaar verhouden. Wat de ouder, begeleider, of verzorger van een kind met een LVB zelf doet blijft van belang.

## 5. Media ondersteuning: een roeping, een uitdaging of nog iets anders?

Er zijn nu vaak grote verschillen tussen enerzijds begeleiders die goed op de hoogte zijn van de risico's van sociale media, en anderzijds groepen die er niet in thuis zijn en het ook niet interesseert (Kennisnet, 2014). Ook voor welzijnsorganisaties geldt het devies dat het SARC in haar memorandum meegeeft en waarin meer aandacht gevraagd wordt voor digitale en mediawijsheid bij volwassenen. Werkgevers hebben er belang bij dat hun werknemers de nodige vaardigheden bezitten om op een bewuste en vlotte manier met digitale instrumenten aan de slag te kunnen (Memorandum Strategische AdviesRaad voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media, 2018). Naarmate de Europese samenleving meer digitaal wordt, werken hulpverleners vandaag op een gebied waar digitale competenties een vereiste zijn geworden om hoogwaardige sociale zorg te garanderen (Dekelver, Nijs, & De Maesschalck, 2014). Medewerkers in welzijnsorganisaties missen dit nog te vaak. En zeker de competenties om hun eigen mediawijsheid door te geven aan hun cliënten. Een deelnemer aan de focusgroepen verwoordt het als volgt: *"De kennis zit heel erg bij de begeleiding, niet bij de kinderen zelf. Het is aan ons om het up-to-date te houden, zodat we kennis kunnen doorgeven (SP5-VAPH)."*

Ondersteuning op vlak van mediawijsheid wordt door begeleiders en leerkrachten nog vaak ervaren als een last waar ze zich incompetent toe voelen. *".../. Veel collega's vinden het nu moeilijker. Bijvoorbeeld, in een klas waren ze bezig met een zoekopdracht voor taal. De leerkracht had er geen mediadoelstellingen aan gekoppeld. Ze vinden het zo een extra werklust (SP5-BO)."* *"Een collega zei: 'Ik ben blij dat ik bij u (mediacoach) kan komen met een vraag, zonder dat je mij aankijkt omdat ik een domme vraag stel.' Er hangt dus onzekerheid onder leerkrachten (SP4-BO)."*

Tijdens de focusgroepen werd ook aangekaart dat er geen discussie meer hoeft te zijn over de vraag of 'mediawijsheid' al dan niet aandacht verdient. De teneur is duidelijk: *".../. Ze doen het wel allemaal, dus is het wel relevant (SP5-BO)."* *"Ze komen al met een bagage op school aan (SP5-BO)."* *".../. Wij hebben veel slachtoffers, er is ook veel sexting. Het kan dus niet dat we er niet mee bezig zijn (SP8-IJH)."* *"Als het gaat over digitale mediawijsheid is het belangrijk om als voorziening ook mee te gaan (SP7-VAPH)."* *"Sommige professionals lijken zich nog wel te laten vangen door zichzelf: Het zijn zeker niet al de oudere leerkrachten, maar er zijn er die niet zo ver zijn dat ze beseffen dat dat voor de leerlingen zo een belangrijk stuk is. Ze hebben zoiets van: 'Het interesseert mij niet dus moet ik het niet doen (SP5-BO).'"* *".../. Het is niet enkel kennis, ik denk dat als je als ouder of leerkracht geen interesse toont dan gaan kinderen ook niet naar jou komen (SP5-BO)."*

Tenslotte verwijzen heel wat professionals naar de noodzaak om het netwerk, met name de ouders van hun cliënten, ook te ondersteunen op vlak van mediawijsheid. *"Ouders begrijpen ook niet dat dat die kinderen zo bezighoudt. .../. (SP5-BO)."* *".../. Heel wat ouders hebben andere zorgen dan wat de jongeren uitvoeren op hun gsm, ze verwachten dat jongeren op school of in het dagcentrum ingelicht worden. Maar simpele vragen of contact erover is belangrijk (SP7-IJH)."* Maar daarnaast zijn ouders zelf ook niet mediawijs bezig, wat afstraalt op de jongeren. *".../. maar sommige ouders, vanuit hun gekwettheid, posten allerhande boodschappen (bijvoorbeeld, 'Ik ben zwanger.' Of 'Ik heb een miskraam gehad.'). Jongeren komen dan overstuur binnen .../. Dingen gebeuren dan alle dagen bij die jongeren, het is heel zwaar voor hen, maar ze kunnen hun ouders niet blokkeren natuurlijk. De situatie is dan*

*moelijk, de ouders zijn met zichzelf bezig, maar zijn niet aanspreekbaar, zeker niet op pedagogisch vlak, en kunnen er niets mee aan te vangen (SP5-IJH). "De ouders zijn zelf niet mee met het facebook verhaal en zetten er nog dingen op, die wij niet goedkeuren. Uiteindelijk moet je het de ouders ook aanleren (SP5-VAPH)."*

## Aanbevelingen

Op basis van de vorige vijf vaststellingen met hun uitdagingen, komen we tot evenveel aanbevelingen die we verder uitwerken op basis van de input die de deelnemers van de focusgroepen ons gaven.

### 1. Welzijnsorganisaties moeten blijven zorgen voor voldoende toegang tot digitale media op maat van hun doelgroepen

Anno 2019 zijn cliënten (inclusief hun netwerk) én professionals in welzijnsorganisaties digitaal aanwezig. En zij die het niet of onvoldoende zijn, dienen hierbij ondersteund te worden door het voorzien van voldoende toegang tot digitale media. Het management van deze organisaties dienen hier voldoende middelen voor te voorzien. *"Pc's , laptops, tablets én goed wifi zouden daarnaast voorzien moeten worden in de leefgroep (begeleider VAPH)."* Enerzijds gaat het om het voorzien van de benodigde hard- en software en internettoegang. Anderzijds gaat het om de ondersteuning opdat personen hiervan gebruik kunnen maken. Tevens moeten welzijnsorganisaties zichzelf eveneens online blijven profileren en ook langs deze weg in communicatie gaan met cliënten, stakeholders en netwerkpartners. Dit ligt in de lijn van het beleidsplan van de minister van Welzijn dat inzet op onlinehulpverlening, maar is ondertussen ook een absolute noodzaak geworden gezien deze organisaties zich nu gericht dienen te profileren naar potentiële cliënten.

### 2. Cliënten van welzijnorganisaties moeten ondersteund worden om digitaal te participeren en online weerbaar te zijn

Anno 2019 moeten welzijnsorganisaties inzetten op de kansen én uitdagingen die er bestaan bij het online participeren van hun cliënten. Cliënten dienen opleiding te krijgen rond digitale media, maar ook een dagdagelijkse mediawijze ondersteuning. Dit gebeurt best op zo een concreet mogelijke manier met degelijk onderbouwde materialen zoals: werkvormen, methodieken en lespakketten. *"Het zou ook een meerwaarde zijn als er aangepaste (aan de doelgroep) workshops georganiseerd kunnen worden ter plekke met de aanwezigheid van de begeleiders enkel ter ondersteuning (begeleider IJH)".* Momenteel bestaan er heel wat materialen die niet voldoende afgestemd zijn op cliënten. Dit materiaal dient samen met welzijnsorganisaties ontwikkeld te worden door experts met voldoende voeling met deze cliënten. Met de nieuwe eindtermen is deze nood in het (buitengewoon) onderwijs nog duidelijker geworden. Momenteel bestaat er een kleine schare aan expertorganisaties die, al te vaak op projectmatige basis, materialen en methodieken aanpassen om in te zetten binnen welzijnsorganisaties. Dit moet echter een meer permanent en duurzamer karakter krijgen, dat beter gericht wordt op de actuele noden binnen het werkveld. Deze vinger aan de pols houden

moet door de overheid gestimuleerd worden en kan een rol zijn die hogescholen of universiteiten opnemen vanuit onderzoek naar mediawijsheid bij deze cliënten.

### 3. Digitale mediawijsheid moet behoren tot het DNA van elke welzijnsorganisatie

Anno 2019 hoeven we niet langer de legitimiteit in vraag te stellen van het inzetten op het mediawijzer maken van cliënten in welzijnsorganisaties. Daartoe zouden deze organisaties mediawijsheid als een evidentie moeten beschouwen en het een plaats geven in hun beleid op alle niveau's, in nauwe verbondenheid met andere (beleids)thema's. Op beleids- en managementniveau betekent dit onder meer dat er voldoende beleidsruimte, maar ook financiële ruimte wordt vrijgemaakt om dit te bereiken. De meeste organisaties vragen momenteel naar een visie op mediawijsheid en/of naar een social media policy voor personeel en cliënten. *"Beleid moet mee zijn met sociale en digitale media, omdat het deel uitmaakt van het dagdagelijkse leven. Het wordt nog beschouwd als pluspunt, maar zou dat niet meer mogen zijn (begeleider IJH)."* Generieke richtlijnen op sector- of koepelniveau zouden hierin kunnen helpen. Op afdelingsniveau betekent dit onder meer gericht werken aan mediawijsheid in de vorm van jaarplannen of leerlijnen. Op cliëntniveau betekent dit dat digitale mediawijsheid in de ondersteuning geïntegreerd wordt, niet als iets speciaals, maar als een onderdeel van het DNA van de cliënt. Zo wordt dit zichtbaar in (be)handelingsplannen en in spelregels die samen met cliënten opgemaakt worden. In een volgende beleidsnota van de minister van Welzijn zouden we mediawijsheid dan ook graag expliciet opgenomen zien, want dat is in wezen nog wat anders dan het stimuleren van onlinehulpverlening (wat nu wel al opgenomen is). Hiermee zou het thema ook binnen Welzijn een plaats krijgen, naast de aandacht die het nu reeds krijgt in de plannen van de huidige ministers van Media én Onderwijs.

### 4. Medewerkers van welzijnsorganisaties moeten meer professionalisering krijgen om rond digitale mediawijsheid kwaliteitsvol te kunnen werken

Anno 2019 worden medewerkers van welzijnsorganisaties uitgedaagd om digitale mediawijsheid mee te ondersteunen, maar voelen zij zich hiervoor onvoldoende toegerust. Er is een duidelijke nood aan 'mediawijz' personeel. De noodzakelijke professionalisering situeert zich op meerdere niveaus. Enerzijds zouden alle professionals zelf een zeker basisniveau van mediawijsheid moeten kunnen voorleven. *"Ten slotte moet er kennis zijn bij begeleiding over digitale media. Het kennen en het kunnen aanleren zijn twee verschillende dingen die ook zeker belangrijk zijn (begeleider VAPH)."* *"(...) een vorming voor begeleiders met kennis, vaardigheden en methodieken om deze te ondersteunen is nodig (begeleider VAPH)."* Dit betekent een uitdaging voor de opleidingen, maar ook voor de navormers die daar op in

moeten zetten. Daarnaast is er ook de nood aan 'lokale experts' die binnen de eigen organisatie specifieke kaders uitzetten (à la mediacoaches in het onderwijs). En tenslotte leeft er ook de nood aan externe expertise ('centraal aanspreekpunt') door mensen die er in slagen het thema 'digitale mediawijsheid' te hertalen naar de alledaagse situatie binnen deze welzijnsorganisaties. Deze externen kunnen er onder meer voor zorgen dat men als 'lokale experts' door de bomen van 'mediawijze informatie' het bos blijft zien. Zo zoeken vele organisaties nu naar kaders en houvasten om bepaalde keuzes te kunnen maken en ondersteuning te bieden aan cliënten. Ontwikkelde kaders worden niet gevonden, of bruikbare kaders moeten specifiek voor deze organisaties opgemaakt worden. Een database met een overzicht van kwalitatieve informatie is noodzakelijk.

## 5. Welzijnsorganisaties zouden er moeten in slagen elkaar te informeren en uit te wisselen over digitale mediawijsheid

Anno 2019 is het frappant vast te stellen dat welzijnsorganisaties nog veelal apart rond mediawijsheid aan de slag gaan, ondanks het feit dat vele thema's gemeenschappelijk zijn. Dit betekent dat goede praktijken rond onder meer het opmaken van een beleid rond mediawijsheid, het samenwerken met ouders, het uitwerken van educatief materiaal of het ontdekken van bruikbare toepassingen onvoldoende gedeeld worden. Ook hier zou samenwerking gefaciliteerd moeten worden, en kan ook het netwerk (vb. ouders) van cliënten betrokken worden. *"Daarnaast het uitwisselen van informatie tussen verschillende organisaties, je kan leren van elkaar en kijken waar je de lijnen trekt. Zo kan het misschien doorstromen en dat kan tot leuke situaties leiden (begeleider VAPH)."* Momenteel zien we dat sommige organisaties die al samenwerken dit thema dan ook graag op de gedeelde agenda plaatsen. Het opzetten van lerende netwerken kan dit faciliteren. Hier is dus nog veel groei ruimte en nood aan een structuur die dit mogelijk maakt. Daarom opnieuw het pleidooi voor het expliciet opnemen van mediawijsheid door de minister van Welzijn en het opzetten van een structuur die mediawijsheid specifiek in welzijnsorganisaties ter harte kan nemen. Dit kan uiteraard in nauwe samenwerking met de ministers van Media en Onderwijs. Ook kunnen hogescholen en universiteiten dit onderzoeksmatig ondersteunen door het thema mediawijsheid voor kwetsbare groepen op hun agenda te plaatsen of het opzetten van lerende netwerken.



## Bibliografie

- Apestaartjaren. (2017). *Apestaartjaren: de digitale leefwereld van kinderen en jongeren*. Geraadpleegd op 3 mei 2019 via <https://www.apestaartjaren.be/nieuws/download-het-onderzoeksrapport-van-apestaartjaren-2018>.
- Belgische Better Internet Consortium project (B-BICO) (2019). *Memorandum voor de Belgische Safer Internet Day 2019*. Geraadpleegd op 3 mei 2019 via <https://mediawijs.be/nieuws/safer-internet-day-2019-rekent-jou-beter-internet-kinderen>.
- Council of Europe's Rights of the Child (2016). *Council of Europe Strategy for the Rights of the Child (2016-2021)*. Geraadpleegd op 3 mei 2019 via <https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTMContent?documentId=090000168066cff8>.
- Dekelver, J., Nijs, D., De Maesschalck, L. (2014). *Media literacy training in youth work*. <http://www.carenetproject.eu/detailed-programme-of-the-final-conference/>. ICT and eSkills for Social Care conference. Brussels, 26 February 2014 (art.nr. Media Literacy Training in Youth Work).
- Heymans, P. J., Godaert, E., Elen, J., van Braak, J., & Goeman, K. (2018). *MICTIVO2018. Monitor voor ICT-integratie in het Vlaamse onderwijs*. Eindrapport van O&O-opdracht: Meting ICT-integratie in het Vlaamse onderwijs (MICTIVO). KU Leuven / Universiteit Gent.
- Kennisnet (2014). *LVB-jeugd en de risico's van sociale media: Rapport over jongeren met een licht verstandelijke beperking (LVB) en de risico's van sociale media*. Zoetermeer: Stichting Kennisnet.
- Mariën, I. & Van Damme, S. (2016). *Allemaal digitaal? 7 bouwblokken voor een duurzaam e-inclusiebeleid*. Brussel: Politeia.
- Nijs, D. & Timmer, S. (2012). Een verkenning van de mogelijkheden van eHealth als empowerende hulpverlening. *Tokk, 3-4*, p. 126-138.
- Nikken, P., Berns, J., & van Beekhoven, E. (2018). *Mediawijsheid bij kinderen met een lvb: Een verkenning naar ervaringen in de praktijk*. Utrecht: Nederlands Jeugdinstituut.
- Strategische AdviesRaad voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media (SARC) (2018). *Memorandum, 2019-2014*. Geraadpleegd op 3 mei 2019 via [https://cjsm.be/sarc/downloads/180913\\_Memorandum\\_Online.pdf](https://cjsm.be/sarc/downloads/180913_Memorandum_Online.pdf).
- Vancoppenolle, V. (2008). *Nieuwe Media in de Bijzondere Jeugdzorg: De spelregels*. Geraadpleegd op 8 mei via [https://www.kennisplein.be/Documents/080311\\_nieuwe\\_media\\_in\\_BJZ.pdf](https://www.kennisplein.be/Documents/080311_nieuwe_media_in_BJZ.pdf).
- Vandoninck, S., D'Haenens, L. and Ichau, E.. (2014). *Net Children go Mobile. Rapport België*. geraadpleegd op 3 mei 2019 via <https://www.vlaanderen.be/publicaties/rapport-net-children-go-mobile>.

Vergeer, M., & Nikken, P. (2015). *Een analyse van wat er al is en wat nog nodig is om kinderen met een LVB te includeren bij mediawijsheid*. Utrecht: Nederlands Jeugdinstituut.

Vlaams Kenniscentrum Mediawijsheid (2017). *Vijf jaar mediawijs: feestmagazine*. Geraadpleegd op 3 mei 2019 via <https://mediawijs.be/tools/mediawij5-magazine-over-5-jaar-mediawijsheid-vlaanderen>.

Vlaams Kenniscentrum Digitale en Mediawijsheid (2019). *Memorandum voor een Digitaal en Mediawijs Vlaanderen*. Geraadpleegd op 3 mei 2019 via <https://mediawijs.be/nieuws/memorandum-2019-digitaal-en-mediawijs-vlaanderen>.

# Bijlagen

## Bijlage 1: Informed Consent



### Geïnformeerde toestemming

Onderzoek online ondersteuning bij personen met een beperking

Ik, (ondergetekende), ..... (volledige naam in drukletters a.u.b. ) ga ermee akkoord mijn medewerking te verlenen aan onderstaand onderzoek.

Het project *mediawijsheid bij personen met een beperking* is een project vanuit onderzoeksgroep Inclusive Society binnen de hogeschool UC Leuven-Limburg. In dit onderzoek consulteren we via focusgroepen professionals uit de niet-rechtstreeks toegankelijke hulpverlening voor kinderen, jongeren en volwassenen om een antwoord te kunnen formuleren op de vraag: "Welke noden betreffende het ondersteunen van mediawijsheid door professionals kunnen we detecteren in de niet-rechtstreeks toegankelijke hulpverlening?". Het antwoord op deze vraag biedt ons inspiratie om een advies te formuleren op beleidsniveau, managementniveau en op niveau van de opleidingen en onderzoekinstellingen. De resultaten van deze focusgroepen worden ANONIEM verwerkt door een onderzoeker vanuit UC Leuven-Limburg. Er wordt wel een onderzoeksrapport gemaakt dat wordt gedeeld, waarin algemene uitspraken gedaan worden over de resultaten van dit project.

- Ik begrijp wat er van mij verwacht wordt tijdens dit onderzoek.
- Ik begrijp dat mijn deelname aan deze studie vrijwillig is. Ik heb het recht om mijn deelname op elk moment stop te zetten. Daarvoor hoeft geen reden te worden geven en het is duidelijk dat daaruit geen nadeel voor mij mag ontstaan.
- De resultaten van dit onderzoek kunnen gebruikt worden voor wetenschappelijke doeleinden en mogen gepubliceerd worden. Persoonlijke gegevens worden daarbij niet gepubliceerd, anonimiteit en de vertrouwelijkheid van de gegevens is in elk stadium van het onderzoek gewaarborgd.
- Ik begrijp dat alle informatie die tijdens het panelgesprek geworven wordt, strikt vertrouwelijk is en anoniem zal blijven.
- Ik wil graag op de hoogte gehouden worden van de resultaten van dit onderzoek. De onderzoeker mag mij hiervoor contacteren op het volgende e-mailadres:
  
- Voor vragen weet ik dat ik na deelname terecht kan bij:

UC Leuven-Limburg  
Nathalie Drooghmans  
Davy Nijs  
  
(T) 011 180 700  
(M) [nathalie.drooghmans@ucll.be](mailto:nathalie.drooghmans@ucll.be), [davy.nijs@ucll.be](mailto:davy.nijs@ucll.be)

- Voor eventuele klachten of andere bezorgdheden omtrent ethische aspecten van deze studie kan ik contact opnemen met Elke Emmers, hoofd van Inclusive Society ([elke.emmers@ucll.be](mailto:elke.emmers@ucll.be))

**Ik heb bovenstaande informatie gelezen en begrepen en heb antwoord gekregen op al mijn vragen betreffende deze studie. Ik stem toe om deel te nemen.**

Datum:

## Bijlage 2: Leidraad Focusgroep

### Focusgroepen – leidraad

#### Voorstellingsronde adhv een profiel dat ze voor zichzelf invulden (en ons nadien afgeven) (15')

- Wat zou je normaal gezien nu aan het doen zijn? (werkgerelateerd)
- Bij welk Digimeter-profiel sluit jij het nauwst aan?
- Omschrijf mediawijsheid in 5 woorden? (dit behandelen we niet)

#### Vraag 1: Welke vijf woorden zijn voor jou, vanuit jouw werksituatie, cruciaal in een omschrijving van 'digitale mediawijsheid' (20')

- We projecteren een mogelijke definitie en vullen deze aan met de opmerkingen. Welke woorden zou je schrappen, vervangen of toevoegen?
- Past het concept 'digitale mediawijsheid' nu bij deze doelgroepen en settings?
- Tijdens de bespreking passen we de definitie aan, live. We willen komen tot consensus.

#### Vraag 2: Is het in jouw werksituatie belangrijk om aandacht te hebben voor 'digitale mediawijsheid' en waarom? (20')

- Gespreksleider noteert 'live' in een documentje de staakwoorden.
- Waar liggen de gezamenlijkheden?

#### Vraag 3: Met welke online risico's worden jouw cliënten het meest geconfronteerd? (20')

- Rangschik oefening door turven. Iedereen krijgt 4 stemmen.
- Zijn er specifieke methodieken hoe jullie dit aanpakken?

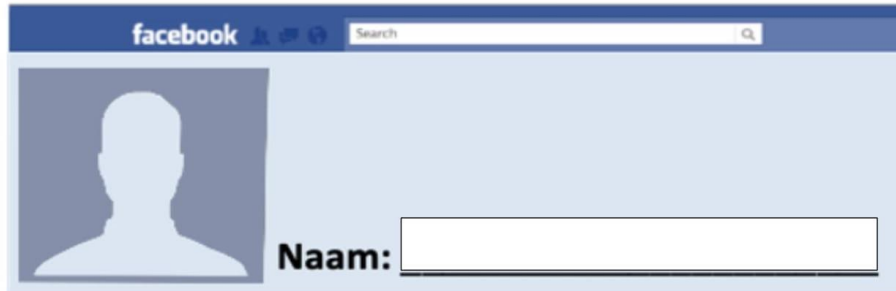
#### Vraag 4: Waar moet jouw organisatie (of het netwerk er rond) de komende jaren op inzetten om een 'mediawijze organisatie' te worden of te blijven? (denk daarbij aan: materiële, organisatorische en menselijke factoren) (30')

- Post-its
- Na 10 minuten geven we hen de hint op te denken aan deze driedeling:
  - B&M - BELEID en MANAGEMENT
    - Zo concreet mogelijk: vb. aankoop ICT
  - P&O - PROGRAMMA's en OPLEIDING
    - Zo concreet mogelijk: vb. nascholing rond sexting
  - K&O - KENNISDELING en ONDERZOEK
    - Zo concreet mogelijk: vb. een interne mediacoach
- Kunnen we hier in prioriteren?

#### Vraag 5: Welke argumenten zou je geven aan beleidsmakers om voor jouw werksector in te zetten op het thema mediawijsheid? (15' of huiswerkopdracht)

- Men schrijft met twee een of meerdere tweets naar de minister(s)

## Bijlage 3: Mediaprofiel



VRAAG 1: Wat zou je aan het doen zijn, moest je nu hier niet zitten?

VRAAG 2: Welke mediaprofiel ben je (duid aan)? Ontdek het via [deze](#) vragenlijst.



VRAAG 3: Hoe zou jij mediawijsheid omschrijven?