



Vlaams
Parlement

ingediend op **705** (2015-2016) – Nr. 1
15 maart 2016 (2015-2016)

Verslag van de hoorzitting

namens de Commissie voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media
uitgebracht door Karin Brouwers

over de opdracht en werking van het
Kenniscentrum Mediawijsheid

Samenstelling van de Commissie voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media:

Voorzitter: Bart Caron.

Vaste leden:

Cathy Coudyser, Marius Meremans, Ann Soete, Wilfried Vandaele, Miranda Van Eetvelde,
Herman Wynants;

Caroline Bastiaens, Karin Brouwers, Sabine de Bethune, Joris Poschet;

Lionel Bajart, Jean-Jacques De Gucht;

Yamila Idrissi, Katia Segers;

Bart Caron.

Plaatsvervangers:

Kathleen Krekels, Bart Nevens, Ludo Van Campenhout, Karl Vanlouwe, Manuela Van Werde,
Peter Wouters;

Cindy Franssen, Tinne Rombouts, Koen Van den Heuvel, Johan Verstreken;

Rik Daems, Francesco Vanderjeugd;

Tine Soens, Freya Van den Bossche;

Imade Annouri.

INHOUD

I.	Toelichting	4
1.	Mediawijs.be coördineert en inspireert het mediawijsheidsveld	5
1.1.	Mediawijs.be creëert en verspreidt het Vlaamse competentie-model mediawijsheid	5
1.2.	Mediawijs.be verzamelt, ontsluit en deelt onderzoek, inzichten, methodieken en praktijken	5
1.3.	Mediawijs.be organiseert vorming en netwerking voor professionals en vrijwilligers	6
1.4.	Mediawijs.be inspireert de media-industrie	6
1.5.	Mediawijs.be inspireert het e-inclusieveld	7
2.	Mediawijs.be helpt alle burgers om zich bewust, kritisch en actief te bewegen in een gemedialiseerde samenleving	7
2.1.	Mediawijs.be ontsluit en deelt kennis met het grote publiek	7
2.2.	Mediawijs.be zet campagnes op voor specifieke doelgroepen	7
3.	Mediawijs.be houdt de vinger aan de pols van het mediawijsheidsveld en ontwikkelt visie	7
3.1.	Mediawijs.be brengt het mediawijsheidsveld in kaart door een veldtekening	7
3.2.	Mediawijs neemt deel aan Europese netwerken	8
II.	Bespreking	8
	Gebruikte afkortingen	12

Op donderdag 18 februari 2016 hield de Commissie voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media een hoorzitting met het Kenniscentrum Mediawijsheid over zijn opdracht en werking.

I. Toelichting

Leo Van Audenhove, directeur van Mediawijs.be, geeft een overzicht van het ontstaan en de grote lijnen van de werking van het kenniscentrum. Hij herinnert eraan dat de vorige Vlaamse Regering mediawijsheid in een conceptnota heeft gedefinieerd als “het geheel van kennis, vaardigheden en attitudes waarmee burgers zich bewust en kritisch kunnen bewegen in een complexe, veranderende en gemediatiseerde wereld. Het is vermogen tot actief en creatief mediagebruik dat gericht is op maatschappelijke participatie.” (*Parl.St.* VI.Parl. 2011-12, nr. 1690/1). De spreker noemt die definitie modern omdat men traditioneel de nadruk legt op het receptieve, de kritische blik en de interpretatie, terwijl daar nu ook een actieve component bijkomt.

De directeur wijst erop dat mediawijsheid dan ook doelgericht streeft naar economische, politieke en sociale participatie. Zowel de conceptnota als het kenniscentrum richten zich tegelijk op klassieke en nieuwe media. Daarbij hebben zowel nota als centrum inderdaad aandacht voor de gevaren maar is dat, anders dan in het buitenland, niet de exclusieve focus.

Het centrum werd opgericht in 2013 als intermediaire organisatie, die stimulerend werkt door middel van overleg en coördinatie. De directeur verbindt het centrum met begrippen als innovatie, synergie, deling van praktijken en methodieken, kennisopbouw en -deling. Hij toont op een dia de vier strategische doelstellingen vanaf 2013:

- creëren van een strategisch kader voor mediawijsheid;
- stimuleren en verhogen van competenties;
- creëren van een e-inclusieve samenleving;
- creëren van een veilige en verantwoorde mediaomgeving.

Het kenniscentrum is opgericht als een consortium van twaalf partners uit de onderzoeks- en socioculturele sector. Binnen iMinds vormt het een onderdeel van de lijn ‘policy, society and public sector’.

In de huidige beheersovereenkomst 2015-2017 evolueerde de werking van Mediawijs.be van project- naar planmatig. Minister Gatz zorgde voor een budgetverhoging van 450.000 naar 600.000 euro per jaar. Een deel daarvan is bestemd voor thematische projecten met de onderzoeks- en socioculturele wereld.

Het verheugt de directeur dat het Departement Onderwijs sinds 2016 extra middelen uittrekt voor bijkomende onderwijsgerichte initiatieven van Mediawijs.be.

Voorts is er de expliciete opdracht bijgekomen tot publiekswerking, met websites en campagnes.

Een ander nieuw accent is sterkere samenwerking met de media-industrie.

Het centrum startte ook met een MOOC, een platform om onderwijs te ondersteunen op het internet.

Het personeelsbestand bedraagt 5,8 vte.

Tot slot somt de directeur aan de hand van een dia de huidige strategische doelstellingen op. Mediawijs.be:

- coördineert en inspireert het mediawijsheidsveld;
- helpt alle burgers om zich bewust, kritisch en actief te bewegen in een gemediatiseerde samenleving;
- houdt de vinger aan de pols van het mediawijsheidsveld en ontwikkelt visie;
- is een kwalitatieve netwerkorganisatie.

Andy Demeulenaere, algemene coördinator van Mediawijs.be, zal dieper ingaan op een aantal operationele doelstellingen die hieruit voortvloeien.

1. Mediawijs.be coördineert en inspireert het mediawijsheidsveld

1.1. Mediawijs.be creëert en verspreidt het Vlaamse competentiemodel mediawijsheid

Met het oog op die doelstelling startte het centrum in 2015 een internationale vergelijking, waarvan de resultaten thans worden getoetst op overlegplatforms met de Vlor, het sociaal-cultureel en welzijnswerk, de industrie en de onderzoekssector. Daarnaast werd een adviserende expertgroep opgericht. Doel is om het model na afwerking en communicatie concreet toe te passen in verschillende contexten vanaf 2017.

1.2. Mediawijs.be verzamelt, ontsluit en deelt onderzoek, inzichten, methodieken en praktijken

De tweede doelstelling is het vertalen van kennis naar het werkveld. De onlinedatabanken op www.mediawijs.be werden in november vernieuwd en uitgebreid. Er zijn databanken met tools, media en mediafragmenten, en onderzoek, naast een veldtekening en een databank met praktijkvoorbeelden. Het online beschikbare informatieaanbod is in 2015 met vier dossiers uitgebreid. De dossiers worden voortdurend geüpdatet. In het eerste jaar van de nieuwe overeenkomst haalde het centrum de norm van 140.000 paginaweergaves erg ruim: het waren er zelfs 325.000. De spreker vermeldt als populairste dossiers:

- online beeldgeletterdheid;
- radicalisering;
- digitale aspecten van STEM;
- eHealth.

Elk jaar ontwerpt Mediawijs.be ook tools, in samenwerking met partners. Voorbeelden zijn een brochure en een filmpje voor ouders over games, en een interactieve video en poster over auteurs- en portretrecht bij het gebruik van afbeeldingen in het onderwijs.

In het kader van beeldgeletterdheid werd een handleiding over actief leren met beelden uitgegeven bij Garant. Deze is gericht op de lagere school. Dit jaar komen er ook provinciale workshops.

Met het VIAA heeft het kenniscentrum samengewerkt aan een interactieve onlinevideo rond de vragen die het vertonen van video's uit het archief in de klas oproept.

In 2016 wordt gewerkt aan:

- een website gericht op ouders over digitale STEM en programmeren;
- een tool over onlinerelaties in samenwerking met Sensoa en zijn vlaggensysteem;
- een tool over auteurs- en portretrecht voor de welzijnssector;

- een actieplan beeldgeletterdheid;
- een workshop grootouders en mediaopvoeding.

1.3. Mediawijs.be organiseert vorming en netwerking voor professionals en vrijwilligers

De volgende operationele doelstelling is de vorming voor het werkveld. Aan het congres in 2015 namen 140 mensen deel. Andere studiedagen gingen over sociale media op school of 'visual thinking strategies'.

Het centrum was aanwezig op nog twaalf andere studiedagen. Het zit samen met andere organisaties in de mediacoachopleiding voor bibliotheekmedewerkers, leerkrachten en jeugdwerkers, die dan vervolgens hun collega's kunnen ondersteunen. Voor die trainingen ontwikkelde het centrum het onlinegedeelte met de theoretische sprekers, waarop in het eerste jaar al 700 mensen intekenden, die bijna 4000 filmpjes helemaal uitkeken. In 2016 wordt het congres uitgebreid tot twee dagen.

In dit verband vermeldt Andy Demeulenaere ook:

- werk met betrekking tot beeldgeletterdheid;
- train de trainers;
- een studiedag radicalisering, media en onderwijs;
- de voorstelling van het tweejaarlijkse onderzoek 'Apestaartjaren' naar mediagebruik door kinderen en jongeren;
- de coördinatie van de genoemde mediacoachopleiding;
- een nieuwe MOOC voor de ondersteuning van mensen met een handicap of mentale beperking door begeleiders of 'peers'.

1.4. Mediawijs.be inspireert de media-industrie

Ten aanzien van de media-industrie is in 2015 een nieuw traject gestart. Het centrum voerde een tiental gesprekken met allerlei tussenniveaus, zoals belangenverdedigers, de VRM en de Privacycommissie, met het oog op winst voor alle partners. Van een top-downbenadering verwacht het kenniscentrum immers geen heil.

In een overlegplatform werden afspraken gemaakt over werkpunten. Er lopen ook gesprekken over hun vertegenwoordiging in de stuurgroep Mediawijsheid. Samen met de VRT werd een inspiratiemoment voor mediamakers georganiseerd.

Als specifieke thema's vermeldt de spreker een checklist mediawijsheid voor mediamakers en de modernisering van de regelgeving over – onder meer online – adverteren. In 2016 worden vormingen georganiseerd over jongeren en mediagebruik en het Representproject.

In 2015 kwam het project met partners tot uiting in de op ouders gerichte en breed opgevatte website over mediaopvoeding, waarbij cyberpesten extra aandacht krijgt. Met het aanvullende budget van Onderwijs wordt een tool voor schoolteams uitgewerkt. Hetzelfde gebeurt voor het andere thema, games. Reeds achttien partners schreven zich in voor het websiteproject, en hun aantal neemt nog toe. Dat zal in de toekomst het geval blijven, net als voor de thema's. Doel is om de website te lanceren eind september 2016, in de aanloop naar de Digitale Week.

In 2016 gaat het nieuwe budget voornamelijk naar het thema polarisering, waaronder het genoemde Representproject, dat de dialoog tussen stedelijke jongeren met een migratieachtergrond en mediaprofessionals faciliteert. Een

ander belangrijk thema is onlinepolarisering, waarbij onderzoek leert dat radicalisering zelf altijd face to face gebeurt en moet worden aangepakt, maar dat daaraan wel een fase van onlinehaatspraak voorafgaat. Op dat vlak is nog werk aan de winkel. De wenselijke connectie met Onderwijs wordt onderzocht. Mediawijs.be diende ook een Europees subsidiedossier in om met een zestal landen goede praktijken uit te wisselen.

1.5. Mediawijs.be inspireert het e-inclusieveld

E-inclusie is een andere doelstelling, waarbij een traject wordt afgelegd met de spelers die met openbare computerruimtes bezig zijn.

Vorig jaar werden al studiedagen georganiseerd over kansengroepen en vrijwilligers. In maart 2016 komt er een vrij groot evenement over e-dienstverlening, waarover ook een white paper wordt voorbereid, een boek voor de lokale overheden, en een MOOC tegen 2017.

2. Mediawijs.be helpt alle burgers om zich bewust, kritisch en actief te bewegen in een gemedialiseerde samenleving

2.1. Mediawijs.be ontsluit en deelt kennis met het grote publiek

Ten aanzien van de burger werden dit jaar veeleer kleine campagnes gevoerd, vervolgt Andy Demeulenaere. De spreker vermeldt:

- een wedstrijd voor vloggers met Sensoa;
- een onlineprivacytest;
- artikelen over media en jongeren in Het Nieuwsblad;
- een boekje over games;
- de begeleiding bij films in Kinopolis.

2.2. Mediawijs.be zet campagnes op voor specifieke doelgroepen

In 2016 wordt vooral ingezet op de Digitale Week, waarin Cultuurconnect, de VRT en Mediawijsheid.be de lokale initiatieven ten aanzien van kansengroepen uitbreiden tot de culturele sector. Voorts gaat het om een proefproject Mediamasters, waarin de deelname van een aantal Vlaamse klassen aan een Nederlandse op scholen gerichte campagnewedstrijd wordt geëvalueerd. Ook de rol in 'No Hate Speech' ligt voor.

3. Mediawijs.be houdt de vinger aan de pols van het mediawijsheidsveld en ontwikkelt visie

3.1. Mediawijs.be brengt het mediawijsheidsveld in kaart door een veldtekening

In het kader van de doelstelling om mediawijsheid in kaart te brengen wordt geen nieuwe survey uitgevoerd, maar wordt bestaande knowhow verzameld en samengevat, aangevuld met kwalitatieve steekproeven over een doelgroep als bijvoorbeeld jonge kinderen of senioren. Om de twee jaar wordt de veldtekening aangevuld met onderzoekers, organisaties, scholen en bibliotheken. Voorts wordt geprobeerd de belanghebbenden zo structureel mogelijk te betrekken, een streven waarvan de methode verschilt naargelang de sector. Daarnaast kunnen mensen tijdens een algemene bijeenkomst rechtstreeks input geven bij het jaarplan. In 2016 wordt onderzocht hoe men de overgang van overlegvergaderingen naar netwerkmomenten kan maken.

3.2. Mediawijs neemt deel aan Europese netwerken

Het centrum engageert zich in het Europese netwerk 'Media and Learning', verduidelijkt Andy Demeulenaere, die deze context ook zijn eerdere verwijzing naar het Europese project over radicalisering en haat en de campagne 'No Hate Speech' aanhaalt.

De oprichting van een Europees netwerk mediawijsheid wordt bekeken. In het kader van 'Apestaartjaren' komt er een Europese netwerkvond over 'digital youth'. Het kwalitatieve onderzoek over jonge kinderen gebeurt samen met het Joint Research Center van de Europese Commissie. Met partners als Child Focus werd een dossier ingediend om het Belgische Safer Internet Centre te kunnen vormen. Het kenniscentrum zit ook in de expertgroep Mediawijsheid van de Europese Commissie.

II. Bespreking

Katia Segers noemt de realisaties van Mediawijs.be indrukwekkend.

De dagelijkse mediaberichten over slachtoffers van sexting, grooming of pesten tonen hoe nodig mediawijsheid is. De keuze voor publiekswerking juicht het commissielid dan ook toe, maar de vraag is hoe houdbaar die is met 5,8 vte.

Hoe ziet het centrum zijn groei? Wat na 2017?

Hoe wordt samengewerkt met federale instanties als het Instituut voor Cyber Security? Hoe kan men de vooruitgang meten die in de Vlaamse mediawijsheid wordt geboekt?

De bezorgdheid voor kinderen is terecht, maar het is goed dat ook aandacht gaat naar senioren of werknemers. Waarom wordt in de website voor ouders gekozen voor cyberpesten terwijl pagina's over onlineprivacy vaker worden aangeklikt?

Ook *Karin Brouwers* vindt wat op korte tijd tot stand is gekomen met weinig personeel, ongelooflijk indrukwekkend.

Sterkere publiekswerking vindt zij erg belangrijk voor de bekendheid.

Wordt ook met andere mediabedrijven dan de VRT goed samengewerkt?

In het kader van de e-inclusie van kansengroepen, waaraan zeker nog werk is, bepleit Karin Brouwers samenwerking met de jeugdsector, hoewel die weinig aan bod kwam in de presentatie. Ze geeft het Trusty-label van de Ambassade als voorbeeld. In welke mate wordt samengewerkt met kinderen en jongeren zelf?

Daarnaast zou het commissielid het leuk vinden mochten er tv-programma's komen die dingen eenvoudig uitleggen aan de generatie van volwassenen zonder jeugdervaring met computers.

Net als Katia Segers polst Karin Brouwers naar de samenwerking met het federale en het Waalse niveau.

Manuela Van Werde feliciteert het kenniscentrum met zijn goede werking.

Wat is de stand van zaken bij de veldtekening en in de oefening om de vaardigheden, noden en verwachtingen van de Vlaamse burgers in kaart te brengen?

Joris Poschet peilt naar de werking op het vlak van reclamewijsheid en vermeldt specifiek het enorme succes van onlinegokken.

Het lid wil ook meer uitleg over de aanpak van radicalisering. Bestaat daarover al een onlinedossier of wordt er een voorbereid? Wat wordt er concreet gedaan in het genoemde project met migrantenjongeren?

Bart Caron vraagt naar de samenwerking met het sociaal-cultureel volwassenenwerk. Wat vraagt die sector? Met hoeveel mensen wordt het vele werk gedaan?

Heeft het centrum een link met de Gentse Krook?

Leo Van Audenhove herhaalt dat het centrum een zestal mensen in dienst heeft. Dat het na drie jaar al zo ver staat, is deels te wijten aan zijn oprichting als netwerkorganisatie van twaalf partners, die nog steeds achter de werking staan. Het centrum legt een goede verbinding tussen onderzoek en sociaal-cultureel veld. Het kan een beroep doen op de kennis van de universiteiten en op de samenwerkingsbereidheid van de sociaal-culturele sector.

De realisaties worden ook in het buitenland erkend.

Er lopen gesprekken over de verlenging van de overeenkomst na 2017, naast de genoemde Onderwijsmiddelen en de inzet op het Europese traject.

Als voorbeeld van het streven naar synergie vermeldt de directeur het Nederlandse project Mediamasters. Dat project alleen beschikt over een budget dat overeenstemt met een jaarbegroting van het kenniscentrum. Er is nu al heel wat uitwisseling met Nederland.

Andy Demeulenaere merkt op dat het Cyber Security Centre pas bestaat en nog in volle ontwikkeling is. Het richt zich vooral op de veiligheid van federale overheidscommunicatie en media. Het uitgangspunt is heel technisch. Dit centrum coördineert voorts het CERT. Anderzijds heeft het ook een publiekswerking met in oktober een campagne over paswoorden, daarna herhaald voor de jeugd. CERT zit mee in het project Safer Internet Centre België, waarin Child Focus zich met het aspect misbruik bezighoudt.

Het kenniscentrum vergadert ook met de genoemde partners en Waalse vertegenwoordigers met het oog op de oprichting van het Belgian Better Internet Consortium. In het nieuwe subsidiedossier, dat in juli ingaat, wordt het centrum een volwaardige partner.

Daarnaast is er de – meer op ontwikkeling gerichte – Digitale Agenda van federaal minister Alexander De Croo. Er zijn gesprekken gepland om het kenniscentrum daarmee te liëren.

Voorts zijn er rechtstreekse contacten met de Privacycommissie. Met het Interfederaal Gelijkekansencentrum wordt samengewerkt om met hun zeer juridische brochure over haatspraak meer te doen dan alleen te melden.

Leo Van Audenhove deel mee dat de VUB en de KU Leuven een eerste veldtekening hadden verricht. Het centrum heeft die intussen volledig herwerkt en daarbij de financiële toestand van de organisaties bekeken. Om de twee jaar tracht men te updaten wie wat doet en hoe de betrokkenen samenwerken. Het resultaat is op de website toegankelijk via een interactieve kaart.

Binnen het huidige budget is het niet mogelijk om een volwaardige survey te realiseren van de mediawijsheid bij de burger. Daarom onderzoekt het centrum

hoe het daarin door de inbouw van een component in bestaande instrumenten toch een zeker inzicht kan krijgen. Op dit moment brengt het in kaart wat bestaat en welke mogelijkheden er nog zijn. De directeur signaleert dat de VRT en andere media vragende partij zijn voor een consortium. Zelf is het centrum in zijn initiatieven instrumenten voor de meting van de eigen performantie aan het inbouwen.

Andy Demeulenaere wijst erop dat de participatiesurvey wel voortloopt. De vraag is nog hoe de verwerking wordt georganiseerd. De coördinator waarschuwt voor de relativiteit van impactstudies, daar het nooit helemaal duidelijk is of veranderingen een rechtstreeks gevolg zijn van een bepaald beleid. Voorts bevestigt de spreker de inbouw van evaluatie en bevraging in de eigen werking, bijvoorbeeld in focusgroepen bij de opleiding mediacoach.

Leo Van Audenhove bevestigt de focus op jongeren en kinderen, in het bijzonder in 2016.

Tegelijk wil het centrum andere doelgroepen meenemen. Er was al een op senioren gerichte campagne. Ook bij eHealth komen de senioren aan de orde.

Er is ook samenwerking met organisaties die met andere doelgroepen werken, waaronder SeniorenNet en Vormingplus.

De spreker erkent dat heel wat grote organisaties nog niet met dit thema bezig zijn. Specifiek voor werknemers werd intussen wel overlegd met de human resources van de KBC.

Hij merkt in dit verband op dat blijkbaar niemand zich toelegt op het cyberpesten van mensen van meer dan achttien jaar.

Wat de aandacht voor bijkomende uitdagingen als onlinekansspelen betreft, legt de directeur uit dat het centrum van project- naar programmaorganisatie evolueerde. Het kiest voor grote thema's waaraan het met zijn beperkte middelen en staf kan werken. Dat sluit niet uit dat er op termijn andere thema's op de radar kunnen komen. In dit erg brede veld moet het centrum kunnen onderhouden wat het heeft opgestart en in die programma's een hoge kwaliteit garanderen. In de aanvullende projectsamenwerking met de sector wordt één groot thema gekozen zoals 'ouders' of 'radicalisering'. 'Virtuele realiteit' is een ander voorbeeld van een toekomstige uitdaging.

Andy Demeulenaere bevestigt dat de keuze voor gefundeerd werk tijd vergt. Het onlinereijbewijs blijkt in Nederland bijvoorbeeld heel commercieel, en werkt zelfs angst in de hand.

Onlineprivacy krijgt volgend jaar een hardere plaats in de planning.

Wat de mediabedrijven betreft, wordt vooral met de koepels samengewerkt. Met Mediaaan bestaat een afspraak om de video's van de VTM op de site van het centrum te gebruiken in een educatieve setting. Met Kranten in de Klas zit men samen om hun educatief materiaal te versterken. Met specifieke journalisten werd samengewerkt in Het Nieuwsblad.

Leo Van Audenhove onderstreept het belang van de juiste aanpak. Men moet inspirerend werken in de plaats van aan de media op te leggen dat ze mediawijze producten moeten maken. Dat eerste werkt langzaam, het tweede niet. Daarbij kunnen buitenlandse voorbeelden voor een mentaliteitswijziging zorgen, zoals bij de VRT bleek. De directeur rekent er niet op alle private spelers mee te krijgen, maar waar dat wel lukt, vergroten ze het bereik van het centrum.

Andy Demeulenaere belooft met de VRT te praten over het gesuggereerde tv-programma.

Met de jeugdwerksector en de Ambrassade werkt Mediawijs.be al vrij intens samen. Andy Demeulenaere heeft als voorzitter van de raad van bestuur mee het Trusty-label ontworpen. Het is ook zichtbaar op de tooldatabank van het centrum.

Een jeugdwerkaspect waaraan het centrum sterk meewerkt, is informatie. Voorts is er veel samenwerking met mediageoriënteerde jeugdorganisaties en hun activiteiten met betrekking tot mediacompetenties. Het aspect kritische houding komt wat minder aan bod, behalve in de jeugdjournalistiek.

Ook in de jeugdwelzijnssector is nog ruimte voor verbetering, maar dat heeft ook te maken met de besparingen op vele niveaus.

De update van de veldtekening van het onderzoeksveld is gelanceerd. Het wordt een test voor de nieuwe, digitale gegevensverzameling. Daarna volgen de andere sectoren. Met Cultuurconnect wordt samengewerkt voor de initiatieven uit die sector. Eind 2016 moet een en ander afgerond zijn.

Wat reclame en onlinegokken betreft, meldt de spreker nog dat het centrum in een PWO-begeleidingscommissie zit aan de hogeschool. Op dit moment lopen een drietal projecten.

Ten aanzien van de toekomst na 2017 herhaalt de coördinator de hoop op een verlenging en de inzet op Europese projecten.

Het is iMinds dat naar De Krook verhuist. Bij die verhuis speelt het centrum op dit moment geen rol. Anderzijds werkt het wel samen met betrokken partners als iMinds zelf en Digipolis.

Het actieplan Radicalisering mikt op een strategie om polarisering in de media tegen te gaan. Het centrum wil in de eerste plaats van mediamakers en jongeren vernemen waarop men botst en wat men daaraan kan doen. In een ander traject wil het centrum vorming en tools ontwikkelen om mensen in het onderwijs en forumbeheerders te leren wat haatspraak is en wat men eraan hoort te doen. Tot slot pleegt het centrum in het kader van de campagne 'No Hate Speech' overleg met de afdeling Jeugd van het Departement CJSM.

Bart CARON,
voorzitter

Karin BROUWERS,
verslaggever

Gebruikte afkortingen

CERT	Federal Cyber Emergency Team
CJSM	Cultuur, Jeugd, Sport en Media (beleidsdomein van de Vlaamse overheid)
KU Leuven	Katholieke Universiteit Leuven
MOOC	massive open online course
PWO	projectmatig wetenschappelijk onderzoek
STEM	Science, Technology, Engineering and Mathematics
VIAA	Vlaams Instituut voor Archivering (oorspronkelijke naam = Vlaams Instituut voor het Audio-visueel Archief)
Vlor	Vlaamse Onderwijsraad
VMMa	Vlaamse Media Maatschappij
VRM	Vlaamse Regulator voor de Media
VRT	Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie
vte	voltijdsequivalent / voltijdequivalent
VTM	Vlaamse Televisie Maatschappij
VUB	Vrije Universiteit Brussel