

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 24
van **WILFRIED VANDAELE**
datum: 8 november 2018

aan **SVEN GATZ**
VLAAMS MINISTER VAN CULTUUR, MEDIA, JEUGD EN BRUSSEL

'Nieuws in de Klas' - Bereik

Op 2 oktober 2018 werd het vernieuwde 'Nieuws in de Klas' voorgesteld. Het doel blijft om jongeren in aanraking te brengen met een breed nieuwsaanbod en hen te stimuleren om kritisch naar het nieuws te kijken. Nieuw zijn de vele partners die hier samen hun schouders onder zetten, waaronder ook het Vlaams Instituut voor Archivering (VIAA) met Het Archief voor Onderwijs.

'Nieuws in de Klas' heette vroeger 'Kranten in de Klas'. Via krantenpakketten maakten leerlingen kennis met 'het nieuws' en met het hedendaagse krantenlandschap. Intussen is het medialandschap veranderd en is nieuws er in alle vormen en snelheden. Dus kwam er 'Nieuws in de Klas', dat ook digitale media een plaats geeft. Er is nu een nieuwe website waar leerkrachten actueel en uitgewerkt lesmateriaal, themadossiers en video's over nieuws vinden. Mediawijs, Vlaamse Nieuwsmedia, WE MEDIA, Media.21, VRT en VIAA lanceerden de nieuwe website, met de steun van de Vlaamse overheid. Voor dit project werd 1.044.000 euro uitgetrokken, dat is 10.000 euro meer dan in 2017, voor extra promotie van het project.

Vorig schooljaar bereikte het project 6892 klassen; dat is goed voor een bereik van zo'n 155.850 leerlingen in Vlaanderen en Brussel. Hoewel elk jaar meer klassen worden bereikt, blijft men mikken op nieuwe scholen en andere doelgroepen.

1. Op welke manier werd de 10.000 euro extra ingezet voor de promotie van dit project? Welke kanalen werden aangewend?
2. Heeft de minister al een beeld van het aantal klassen die in 2018 inzet op dit project? Zo ja, graag een overzicht.
3. Bereiken de extra investeringen voorlopig het gewenste effect?

ANTWOORD

op vraag nr. 24 van 8 november 2018

van **WILFRIED VANDAELE**

1. Momenteel werd reeds 3.660 euro van de 10.000 euro extra aangewend voor promotie. Hiermee werd een eerste animatiefilmpje gefinancierd om Nieuws in de Klas te promoten. Dit werd verspreid via de nieuwsbrief en sociale media van Nieuws in de Klas. Verder worden volgend jaar nog een aantal acties gepland om het project extra in de kijker te zetten, bijvoorbeeld via de Mediacoach opleiding. Hierbij zullen drie sessies rond nieuws en informatiegeletterdheid worden gegeven, waarbij het project aldus duidelijk aan bod zal komen. Daarnaast zullen nog één of twee filmpjes worden gerealiseerd met het openstaande promotiebudget. Hierbij wordt gedacht aan een filmpje waarin leerkrachten aan de slag gaan met Nieuws in de Klas.

Voorts verloopt net zoals vorige jaren de promotie (gefinancierd met de reguliere werkingsmiddelen) ook via advertenties in Klasse en worden na elke periode opvolgmails verstuurd die een link bevatten naar de NiK-quiz en enquête. Bovendien werd tevens promotie gemaakt via andere kanalen zoals Mediawijs, Klascement, de verschillende pedagogische begeleidingsdiensten, het departement onderwijs en verschillende facebookgroepen van leerkrachten. Via al deze verschillende promotiekanalen wordt getracht leerkrachten te bereiken en warm te maken voor het project Nieuws in de Klas.

2. De vraag hoeveel klassen reeds bereikt werden, kan op verschillende manieren worden benaderd. Zo kan enerzijds worden gepeild naar het aantal klassen die aan de slag gaan met het papieren nieuwspakket, anderzijds kan men zich laten leiden door het aantal klassen waarin gebruik wordt gemaakt van de themadossiers van Media.21, het lesmateriaal, het archief voor onderwijs of andere aspecten van het project.

Wat de papieren nieuwspakketten betreft, geldt het volgende: dit jaar worden 6.922 papieren pakketten voorzien, waarbij op ongeveer 6.200 klassen wordt gemikt (klassen met meer dan 30 leerlingen krijgen twee pakketten, andere klassen één). Op dit moment werden reeds 5.237 van deze pakketten verdeeld. Vorig jaar werden zo'n 6.892 klassen bereikt.

Wat de andere aspecten van het project betreft: hier is het moeilijk in te schatten hoeveel klassen hiermee effectief bereikt worden, gezien de enige informatiebron de paginaweergaves van de website is. Het is wel belangrijk om dit ook zeker mee in rekening te nemen.

Het Kenniscentrum voor Mediawijsheid, dat het NiK-project coördineert, leverde volgende cijfers aan m.b.t. de paginaweergaves van de themadossiers van Media.21 van 1 januari 2018 t.e.m. 5 november 2018:

Themadossier	Aantal weergaves voor lancering nieuwe website NiK	Aantal nieuwe weergaves na lancering nieuwe website NiK
Drugs	1650	158
Diversiteit	1427	149
70 jaar na Israël Nakba	667	400

Aan de slag met de themadossiers	1210	280
Catalaanse onafhankelijkheid	956	543
De ideale wereld	1187	113
De vuile oorlog in Syrië	806	160
Fast fashion	900	203
Gelijkheid tussen vrouwen en mannen	1290	227
Het belang van voeding	984	193
Identiteit in leven, liefde en cinema	823	123
Italiaanse verkizingen	898	103
Kleinschalige biolandbouw	866	111
Kritiek op federaal voedselagentschap	895	119
Marketing en verkoop van online data	920	218
Mei 68	782	342
MeToo	1344	149
Persvrijheid in de wereld	620	368
Religieuze minderheden in de politiek	737	295
Schone elektriciteit	1062	142
Seksueel wangedrag door hulporganisaties	1148	96
Vluchtelingen	1955	162
De foto kritisch bekeken	/	193
Gemeenteraadsverkiezingen 2018	/	561
Vrouwenemancipatie	/	163
Klimaatverandering de ontkenningfase voorbij	/	173

3. Volgens de Vlaamse Nieuwsmedia en het Kenniscentrum voor Mediawijsheid zorgden de extra investeringen al voor een positief effect. Zo vormt het eerdergenoemde filmpje een goede aanvulling op de mailing en promotie via facebook. Er werd reeds een niet onaardig aantal pakketten verspreid.