

DEPARTEMENT CULTUUR, JEUGD & MEDIA

Vlaamse overheid

Afdeling Media, Film en e-cultuur

Arenbergstraat 9

1000 BRUSSEL

T 02 553 45 50

cjm.vlaanderen.be/media

Nota aan de heer Sven Gatz

Vlaams minister van Cultuur, Media, Jeugd en Brussel

Koolstraat 35

1000 Brussel

Kabinet Sven Gatz
Vlaams minister voor cultuur, media,
jeugd & Brussel

30 NOV. 2017

In 16706

uw bericht van

uw kenmerk

ons kenmerk

bijlagen

vragen naar/e-mail

telefoonnummer

1
datum

Rafaël Huybrechts

02/553.45.64

29 NOV 2017

rafael.huybrechts@cjm.vlaanderen.be

Betreft: Evaluatie Kenniscentrum Mediawijsheid 2015 – 2017

1. Situering

Volgens de Subsidieovereenkomst 2015-2017 tussen de Vlaamse Gemeenschap en iMinds vzw met betrekking tot het Vlaams Kenniscentrum voor Mediawijsheid art. 10, §9 zal het Departement CJM een evaluatie uitvoeren van:

- de financiële werking van het Kenniscentrum Mediawijsheid;
- de inhoudelijke werking van het Kenniscentrum Mediawijsheid;
- de impact op het mediawijsheidsveld en de verschillende doelgroepen van het Kenniscentrum Mediawijsheid.

De geëvalueerde periode betreft de eerste twee werkingsjaren en het eerste semester van 2017. De strategische en operationele doelstellingen van het Kenniscentrum Mediawijsheid voor de periode 2015-2017 zijn vastgelegd in art. 8 van de Subsidieovereenkomst.

Het Kenniscentrum Mediawijsheid verleende haar medewerking aan deze evaluatie en leverde hiervoor volgende stukken aan:

- halfjaarverslag 2017 (gerealiseerde acties in de eerste 6 maanden van 2017);
- financieel verslag voor de eerste 6 maanden van 2017;

In het kader van de Subsidieovereenkomst, art. 10, §2 dient het Kenniscentrum Mediawijsheid jaarlijks een financieel en operationeel verslag in te dienen. De



verslagen van 2015 en 2016 werd eveneens in overweging genomen bij de uitvoering van deze inhoudelijke en financiële evaluatie.

2. Financiële evaluatie

Bij controle van de financiële verslagen voor het werkingsjaar 2015, 2016 en de eerste helft van 2017 werden volgende zaken vastgesteld.

- In 2015 bouwde het Kenniscentrum binnen de jaarlijkse subsidie een zeer grote reserve op van 118.994,49 euro. Dit is conform de subsidieovereenkomst die een gecumuleerde reserve toelaat van maximaal 20% van de jaarlijkse Vlaamse subsidie. De grootste reden voor dit overschot is het feit dat het volledige technische budget voor het partnerproject 'Medianest' nog moest besteed worden. Deze kosten werden in de begroting 2016 onmiddellijk hieraan toegewezen.
- In 2016 bouwde het Kenniscentrum de opgebouwde reserve af. Meer dan de helft van de reserve werd besteed. De totale kosten bedroegen 663.426,48 euro waardoor de opgebouwde reserve binnen de subsidiemiddelen van Media daalt tot 55.568,01 euro. Bijna de helft van deze reserve bestond uit het saldobedrag voor de partnerprojecten. Het resterende bedrag was toe te schrijven aan openstaande opdrachten bij leveranciers die nog facturen moesten bezorgen.
- Voor de eerste helft van 2017 heeft het Kenniscentrum een tussentijds financieel verslag aangeleverd. Uit dit voorlopig resultaat is duidelijk af te leiden dat meer dan de helft van de middelen pas in de tweede helft van 2017 zullen besteed worden. Het Kenniscentrum moet nog 377.500,53 euro besteden in het resterende halfjaar om de jaarlijkse subsidie en de reserve op te maken. Dit lijkt geen probleem te vormen, aangezien het Kenniscentrum zelf de prognose maakt dat het mogelijk een tekort zal hebben van 23.761,91 euro op de subsidie van Media.

Het is in de toekomst aangewezen om de financiële rapportering steeds op te splitsen in 1) een algemeen overzicht van alle ontvangen middelen (dus ook van andere organisaties) en de besteding hiervan en 2) een specifiek overzicht van de aanwending van de jaarlijkse subsidie van Media. Dit zal de soms onoverzichtelijke financiële rapportering duidelijker en transparanter maken. Het Kenniscentrum heeft in 2016 reeds op deze wijze gerapporteerd. Het is ook een interessant idee om de begroting meer te koppelen aan de subsidieovereenkomst. Hierdoor krijgt men meer zicht op welke budgetten er worden toegewezen aan concrete strategische en operationele doelstellingen.

Het opbouwen van een reserve is nuttig en biedt flexibiliteit aan het Kenniscentrum. Het mag echter niet de bedoeling zijn dat deze reserve te hoog oploopt. In de volgende subsidieovereenkomst moet er over gewaakt worden dat er ieder werkingsjaar naar gestreefd wordt om zoveel mogelijk van de jaarlijkse subsidie te besteden. Uiteraard moet er rekening worden gehouden met het feit dat het

Kenniscentrum het resterend saldo (20%) van de subsidie pas het jaar nadien uitbetaald krijgt na controle van het inhoudelijke en financieel jaarverslag.

Bij de aanwending van de subsidiemiddelen gaat het grootste deel naar personeelskosten en projecten met externe partners. Als we het financieel resultaat van 2016 bekijken, zien we dat er een totaal van 663.304,33 euro aan subsidiemiddelen van Media werd aangewend. Hiervan ging meer dan de helft naar personeelskosten (370.108,40 euro) en iets meer dan een vijfde naar partnerprojecten (144.495,03 euro). De rest van de subsidie (148.700,90 euro) werd onder meer aangewend voor online kennisplatformen, campagnes, studiedagen, vormingsmomenten, operationele kosten, uitrustingskosten en infrastructuurkosten. Na analyse kunnen we vaststellen dat het grote aandeel personeelskosten druk zet op de rest van het budget van het Kenniscentrum. Het is aangewezen om, uiteraard afhankelijk van de omstandigheden, in de toekomst het aandeel personeelskosten te beperken tot ongeveer 50% van de jaarlijkse subsidie. Zo blijft er nog 20% budget over voor het opzetten van partnerprojecten en 30% budget voor alle andere initiatieven en kosten.

3. Inhoudelijke evaluatie

Zoals eerder vermeld zijn de strategische en operationele doelstellingen van het Kenniscentrum Mediawijsheid voor de periode 2015-2017 vastgelegd in art. 8 van de Subsidieovereenkomst. Voor elke operationele doelstelling zijn er concrete acties en indicatoren geformuleerd.

Hieronder wordt voor elke operationele doelstelling bekeken of aan de voorwaarden van de Subsidieovereenkomst werd voldaan. Concreet worden de acties en indicatoren getoetst aan de inhoudelijke jaarverslagen.

SD 1 - Het Kenniscentrum Mediawijsheid coördineert en inspireert het mediawijsheidsveld in Vlaanderen

OD 1.1. - Het Kenniscentrum Mediawijsheid creëert en verspreidt het Vlaamse competentiemodel voor mediawijsheid.

Acties en indicatoren:

- Actie 1.1.1 - In 2015 inventariseert het Kenniscentrum Mediawijsheid de reeds gehanteerde competentiemodellen.
- Actie 1.1.2 - In 2015 en 2016 formuleert het Kenniscentrum Mediawijsheid via een traject en verschillende overlegmomenten met de betrokken actoren een voorstel van competentiemodel.

- Actie 1.1.3 - In 2016 lanceert het Kenniscentrum Mediawijsheid met de betrokken partners het competentiemodel. Het Kenniscentrum ontsluit het competentiemodel minstens via haar online kennisplatform en via haar vormings- en netwerkingsinitiatieven.
- Actie 1.1.4 - In 2017 past het Kenniscentrum Mediawijsheid met de relevante partners het model toe op 2 specifieke doelgroepen of sectoren.

→ Aan alle 4 indicatoren werd voldaan.

OD 1.2. - Het Kenniscentrum Mediawijsheid verzamelt, ontsluit en deelt permanent onderzoek, inzichten, initiatieven, methodieken en praktijken met betrekking tot mediawijsheid voor het Vlaamse mediawijsheidsveld.

Acties en indicatoren:

- Actie 1.2.1 - Het Kenniscentrum Mediawijsheid zoekt permanent naar nieuwe inzichten, onderzoeken, initiatieven en praktijken met betrekking tot mediawijsheid uit binnen- en buitenland.
- Actie 1.2.2 - Het Kenniscentrum Mediawijsheid inventariseert instellingen en individuele onderzoekers die rond mediawijsheidsthema's werken en inventariseert en ontsluit bestaand onderzoek rond mediawijsheidsthema's in een toegankelijke databank op haar online kennisplatform.
- Actie 1.2.3 - Het Kenniscentrum Mediawijsheid hertaalt het onderzoek en de kennis over mediawijsheidsthema's voor de onderwijs-, de sociaal-culturele, de welzijns- en de armoedesector in jaarlijks minstens 4 nieuwe dossiers op haar online kennisplatform en actualiseert permanent de reeds bestaande dossiers.
- Actie 1.2.4 - Het Kenniscentrum Mediawijsheid werkt jaarlijks minstens 4 innovatieve praktijken verder uit met de betrokken organisaties en ontsluit die voor de onderwijs-, de sociaal-culturele, de welzijns- en de armoedesector in praktijkhandleidingen.
- Actie 1.2.5 - Het online kennisplatform van het Kenniscentrum Mediawijsheid haalt jaarlijks 140.000 paginaweergaves en streeft ernaar dit cijfer te verhogen met 20% tegen het einde van de overeenkomst.
- Actie 1.2.6 - Het Kenniscentrum Mediawijsheid heeft aandacht voor de implementatie van nieuwe technologieën en innovatieve ontsluitingsmechanismen.
- Actie 1.2.7 - Het Kenniscentrum Mediawijsheid werkt rond reclamewijsheid en ontsluit de belangrijkste bevindingen en tools.

→ Aan alle 7 indicatoren werd voldaan.

OD 1.3. - Het Kenniscentrum Mediawijsheid organiseert vorming en netwerking voor professionals en vrijwilligers uit de onderwijs-, de sociaal-culturele, de welzijns- en de armoedesector en het brede mediawijsheidsveld.

Acties en indicatoren

- Actie 1.3.1 - Het Kenniscentrum Mediawijsheid organiseert jaarlijks een Vlaams Mediawijsheidscongres—vanaf 2016 over twee dagen gespreid—met minstens 6 vormingsuren en minstens 100 deelnemers.
- Actie 1.3.2 - Het Kenniscentrum Mediawijsheid levert jaarlijks een actieve bijdrage aan minstens 3 door derden georganiseerde studiedagen.
- Actie 1.3.3 - Het Kenniscentrum Mediawijsheid sensibiliseert, inspireert en ondersteunt het onderwijs, de sociaal-culturele, de welzijns- en de armoedesector via structureel overleg (zie OD 4.1) en voorziet jaarlijks minstens 2 vormingstrajecten of minstens 6 vormingsmomenten, waarbij de faciliterende rol van deze doelgroepen inzake het bijbrengen van mediawijsheidscompetenties wordt beklemtoond.
- Actie 1.3.4 - Het Kenniscentrum Mediawijsheid besteedt in minstens 3 van de in Actie 1.3.1, 1.3.2 en 1.3.3 beschreven vormingsmomenten of studiedagen extra aandacht aan onderbelichte doelgroepen zoals ouderen, mensen met een mentale of fysieke beperking, werkzoekenden en maatschappelijk kwetsbare jongeren en gezinnen.
- Actie 1.3.5 - Het Kenniscentrum Mediawijsheid richt een MOOC (Massive Open Online Course) platform op binnen haar online kennisplatform, om opleidingen binnen de verschillende sectoren op een kosteneffectieve manier te ondersteunen en op grotere schaal te verspreiden. Het MOOC platform kan worden opengesteld voor andere organisaties die opleidingen met betrekking tot mediawijsheid wensen te ondersteunen door online inhoud, cursussen, begeleiding, etc. aan te bieden. Het Kenniscentrum doet dit in nauwe samenwerking met het Departement CISM.

→ Aan alle 5 indicatoren werd voldaan. Voor actie 1.3.2. ontbreken er voor het werkingsjaar 2016 wel specifieke gegevens over het concrete aantal vormingsuren en het aantal deelnemers.

OD 1.4. Het Kenniscentrum Mediawijsheid inspireert de media-industrie.

Acties en indicatoren

- Actie 1.4.1 Het Kenniscentrum Mediawijsheid ontwikkelt in 2015 in samenwerking met actoren uit de geschrevenperssector en de audiovisuele sector, waaronder MediaNet Vlaanderen, de Vlaamse Nieuwsmedia, The Ppress, de Unie van Uitgevers van Periodieke Pers (UPP), de Vereniging der Uitgevers van de Katholieke Periodieke Pers (VUKPP/UNIZO), Media.21, en andere intermediaire partners een visie over de rol van private media-actoren met betrekking tot mediawijsheid en hoe

we hen beter kunnen betrekken bij mediawijsheidsbeleid. Deze visie wordt gecommuniceerd in de vorm van een white paper en wordt ondersteund door een dossier uitgewerkt op het online platform.

- Actie 1.4.2 Het Kenniscentrum Mediawijsheid organiseert in 2015 minstens 2 vormingsmomenten en in 2016-17 minstens 1 studiedag en 2 vormingsmomenten.
- Actie 1.4.3 Het Kenniscentrum Mediawijsheid financiert jaarlijks minstens 2 eigen projecten waarin private actoren en actoren uit het werkveld samenwerken. Deze projecten worden minstens gevaloriseerd via het online platform.
- Actie 1.4.4 Het Kenniscentrum Mediawijsheid overlegt permanent met de VRT over samenwerkingen.
- Actie 1.4.5 Het Kenniscentrum Mediawijsheid organiseert samen met de VRT jaarlijks minstens één event over mediawijsheid voor de medewerkers van de openbare omroep.

→ Aan de eerste indicator werd niet volledig voldaan. Het traject met de mediasector nam meer tijd in beslag en werd uitgebreid naar 2016. De white paper over de rol van private media-actoren met betrekking tot mediawijsheid werd niet opgeleverd. In de plaats werd er in 2017 gewerkt aan een checklist en competentiemodel voor mediamakers.

→ Aan de tweede indicator werd niet volledig voldaan. Er werden slechts 2 vormingsmomenten voor de mediasector georganiseerd en deze vonden plaats in 2016 in plaats van 2015. In 2017 vond opnieuw een vormingsmoment plaats. De vraag is ook in welke mate dit werkelijk vormingsmomenten zijn. Het lijkt er op dat het eerder studiedagen of infomomenten zijn.

→ Aan de derde indicator werd niet volledig voldaan. In 2015 werd slechts 1 partnerproject opgezet. De betrokkenheid van en samenwerking met private actoren (uit de mediasector) was bij sommige partnerprojecten bovendien eerder beperkt.

→ Aan de vierde en vijfde indicator werd voldaan.

OD 1.5. Het Kenniscentrum Mediawijsheid ondersteunt en inspireert het lokaal e-inclusieveld

Acties en indicatoren

- Actie 1.5.1 Het Kenniscentrum Mediawijsheid zet in 2015 en 2016 – samen met relevante stakeholders – een traject op over de rol, organisatie, kwaliteitscriteria en ondersteuning van OCR's (Openbare ComputerRuimtes).
- Actie 1.5.2 Het Kenniscentrum Mediawijsheid ontwikkelt samen met deze partners in 2016 en 2017 een methode om educatief materiaal voor OCR's te verzamelen, te ontwikkelen en te delen.
- Actie 1.5.3 Het Kenniscentrum Mediawijsheid organiseert in 2016 en 2017 in samenwerking met de sector een opleiding voor OCR-begeleiders en ondersteunt dit via zijn MOOC-platform.

→ Aan alle 3 indicatoren werd voldaan, weliswaar met enkele afwijkingen. Er werd een breder traject opgezet rond e-inclusie (dus niet enkel rond OCR's) en de online tool ter ondersteuning van OCR-begeleiders wordt gelanceerd eind 2017. De tool wordt verspreid via een subsite en niet via de MOOC.

SD 2 - Het Kenniscentrum Mediawijsheid helpt alle burgers, om zich bewust, kritisch en actief te bewegen in een gemediatiseerde samenleving.

OD 2.1. Het Kenniscentrum Mediawijsheid ontsluit en deelt zijn verzamelde kennis met het grote publiek.

Acties en indicatoren

- Actie 2.1.1 Het Kenniscentrum Mediawijsheid integreert haar kennis en expertise over mediawijsheid in specifieke online communicatieplatformen voor elk van deze specifieke kwetsbare of faciliterende doelgroepen: jongeren, gezinnen en ouders, ouderen, werkgevers, werkzoekenden, maatschappelijk kwetsbaren...

→ Aan deze indicator werd voldaan.

OD 2.2. Het Kenniscentrum Mediawijsheid zet in samenwerkingsverbanden campagnes op voor specifieke doelgroepen.

Acties en indicatoren

- Actie 2.2.1 Het Kenniscentrum Mediawijsheid werkt in samenwerking met actoren uit het werkveld én de media jaarlijks minstens 1 sensibiliserende campagne uit rond mediawijze thema's.

→ Aan deze indicator werd voldaan.

SD 3 - Het Kenniscentrum Mediawijsheid houdt de vinger aan de pols van het mediawijsheidsveld en speelt een actieve rol in de visie- en beleidsontwikkeling over mediawijsheid in Vlaanderen en Europa.

OD 3.1. Het Kenniscentrum Mediawijsheid brengt tweejaarlijks het mediawijsheidsveld in Vlaanderen in kaart in een veldtekening.

Acties en indicatoren

Actie 3.1.1 Het Kenniscentrum Mediawijsheid voert in 2015-2016 en in 2017-2018 telkens een veldtekening uit over mediawijsheid, publiceert deze en ontwikkelt beleidsaanbevelingen op basis van deze veldtekening.

→ Aan deze indicator werd niet volledig voldaan. Het Kenniscentrum voerde wel degelijk een veldtekening uit in 2015-2016, maar er werden geen beleidsaanbevelingen ontwikkeld in deze periode.

In 2017 werd de verzamelde data verder aangevuld en geanalyseerd. De aanbevelingen die hieruit voortkwamen werden vervolgens in het boek Mediawij5 opgenomen.

OD 3.2. Het Kenniscentrum Mediawijsheid brengt de mediawijze vaardigheden, noden en verwachtingen van burgers in kaart.

Acties en indicatoren

- Actie 3.2.1 Het Kenniscentrum Mediawijsheid brengt minstens 1 keer in de periode 2015-2017 de vaardigheden, noden en verwachtingen van de Vlaamse burgers omtrent mediawijsheid in kaart. Ze werkt hiervoor samen met relevante onderzoeksinstellingen.

→ Aan deze indicator werd in gewijzigde vorm voldaan. Het Kenniscentrum gaf meermaals aan dat het 'meten' van mediawijsheid niet eenvoudig is omdat hier een stevige kostprijs aan hangt en dus moeilijk binnen de huidige budgettaire mogelijkheden van het Kenniscentrum past. Om deze reden werkte het Kenniscentrum in eerste fase samen met reeds bestaande onderzoeksinitiatieven en zette het in een tweede fase in het kader van JRC en Apestaartjaren een kwalitatief onderzoek op naar het gebruik van digitale technologie en media door kinderen, jongeren, ouders en grootouders in hun thuissituatie. Beide stadia mondden uit in het hoofdstuk '6 x mediawijsheid in Vlaanderen' in het boek Mediawij5: het is een verzameling van alle en kwantitatieve en kwalitatieve gegevens die in Vlaanderen over mediawijsheid voorhanden zijn.

OD 3.3. Het Kenniscentrum Mediawijsheid formuleert input voor een mediawijze beleid en speelt in op het maatschappelijk debat.

Acties en indicatoren

- Actie 3.3.1 Het Kenniscentrum Mediawijsheid publiceert jaarlijks een white paper over een op de stuurgroep afgestemd beleidsthema.
- Actie 3.3.2 Het Kenniscentrum Mediawijsheid formuleert op ad hoc basis antwoorden op specifieke vragen met betrekking tot beleid vanwege de betrokken departementen of Ministers.
- Actie 3.3.3 Het Kenniscentrum Mediawijsheid bouwt permanent aan een netwerk van beleidsactoren in het mediawijze veld.
- Actie 3.3.4 Het Kenniscentrum Mediawijsheid ontwikkelt proactief en ad hoc bijdragen en inzichten tot actuele beleidstopics omtrent mediawijsheid.
- Actie 3.3.5 Het Kenniscentrum Mediawijsheid brengt jaarlijks minstens 2 wetenschappelijk onderbouwde stellingnames omtrent mediawijsheid in het publieke debat in de media.

→ Aan de eerste indicator werd niet volledig voldaan. In 2015 werd er geen white paper gepubliceerd, maar enkel een inventaris opgemaakt van relevante beleidsthema's. In 2016 werd een white paper over

e-inclusie gepubliceerd. In 2017 werd er ook geen white paper gepubliceerd, al verwijst het Kenniscentrum in deze context wel naar de veldtekening.

→ Aan de tweede en derde indicator werd voldaan.

→ Aan de vierde indicator werd niet volledig voldaan. In 2015 zette het Kenniscentrum sterk in op opiniestukken over actuele beleidstopics omtrent mediawijsheid. In 2016 en zeker in 2017 verwijst het Kenniscentrum naar de jaarlijkse whitepaper en de ad hoc input voor het beleid.

→ Aan de vijfde indicator werd voldaan.

OD 3.4. Het Kenniscentrum Mediawijsheid gaat na wat de impact is van haar eigen werking

Acties en indicatoren

- Actie 3.4.1 Het Kenniscentrum Mediawijsheid onderzoekt hoe de impact van mediawijsheidsinitiatieven het best wordt gemeten en publiceert hierover in 2017 een rapport.
- Actie 3.4.2 Het Kenniscentrum Mediawijsheid volgt de Europese discussies met betrekking tot de meetbaarheid van mediawijsheid nauw op.
- Actie 3.4.3 Het Kenniscentrum Mediawijsheid heeft in haar eigen werking steeds aandacht voor het meten van de impact van deze werking.
- Actie 3.4.4 De inzichten en data verworven uit vorige acties worden als input aan het Departement CISM aangeleverd voor de evaluatie van het Kenniscentrum Mediawijsheid in 2017.

→ Aan alle indicatoren werd voldaan. Het moet wel opgemerkt worden dat de rapportering van het Kenniscentrum over de tweede indicator zeer summier is en dus moeilijk te controleren.

SD 4 - Het Kenniscentrum Mediawijsheid is een kwaliteitsvolle netwerkorganisatie.

OD 4.1. Het Kenniscentrum Mediawijsheid werkt met een duidelijke en effectieve structuur.

Acties en indicatoren

- Actie 4.1.1 Het Kenniscentrum Mediawijsheid ondersteunt minstens 2 keer per jaar een bijeenkomst van het platform Mediawijsheid, waar alle stakeholders uit het mediawijsheidsveld 1) geïnformeerd worden over de actualiteit met betrekking tot het Kenniscentrum en mediawijsheid in Vlaanderen, 2) in interactie gaan over noden en verwachtingen met betrekking tot mediawijsheid, en 3) input geven over de werking van het Kenniscentrum.
- Actie 4.1.2 Het Kenniscentrum Mediawijsheid organiseert minstens 2 keer per jaar een bijeenkomst van een platform van stakeholders specifiek over mediawijsheid in en voor het onderwijs.

- Actie 4.1.3 Het Kenniscentrum Mediawijsheid organiseert minstens 2 keer per jaar een bijeenkomst van een platform van stakeholders specifiek over mediawijsheid en onderzoek.
- Actie 4.1.4 Het Kenniscentrum Mediawijsheid organiseert minstens 2 keer per jaar een bijeenkomst van een platform van stakeholders over mediawijsheid en sociaal-cultureel en welzijnswerk.

→ Aan de eerste indicator werd niet volledig voldaan. In 2016 organiseerde het Kenniscentrum slechts één platform Mediawijsheid. In 2015 en 2017 vonden er wel twee overlegplatformen plaats.

→ Aan de tweede indicator werd voldaan.

→ Aan de derde indicator werd niet volledig voldaan. In 2015 vond er slechts één overlegplatform Onderzoek plaats en op vraag van de onderzoekswereld werd het opzet in 2016 en 2017 bijgestuurd. Er werd gekozen om het overlegplatform Onderzoek te laten overlappen met andere platformen en sectoren, aangezien onderzoekers vooral op zoek zijn naar mogelijke partners voor projecten.

→ Aan de vierde indicator werd voldaan.

OD 4.2. Het Kenniscentrum Mediawijsheid is een Europese netwerkorganisatie.

Acties en indicatoren

- Actie 4.2.1 Het Kenniscentrum Mediawijsheid houdt een vinger aan de pols van wat over mediawijsheid leeft in het buitenland en zet de werking van mediawijsheid in Vlaanderen op de internationale kaart. Daartoe ontsluit het een deel van zijn site in het Engels, brengt het samenvattingen van zijn wetenschappelijke output (veldtekening en analyse van vaardigheden, noden en verwachtingen) én ontsluit het jaarlijks minstens 1 dossier in het Engels.
- Actie 4.2.2 Het Kenniscentrum Mediawijsheid streeft actief bijkomende middelen na uit Europese initiatieven voor haar eigen projecten en die van de sectororganisaties. In de periode 2015-17 poogt het Kenniscentrum Mediawijsheid minstens deel te nemen aan 1 Europees project.
- Actie 4.2.3 Het Kenniscentrum Mediawijsheid wordt lid van minstens 1 Europees netwerk met betrekking tot mediawijsheid dat een aantoonbare meerwaarde heeft voor de werking van het Kenniscentrum. Het ontwikkelt indien nodig specifieke documenten gericht op het verwoorden van een Vlaamse visie op mediawijsheid in Europa.

→ Aan de eerste indicator werd niet volledig voldaan. De Engelstalige ontsluiting van de website is nog redelijk beperkt en er werd niet jaarlijks minstens één dossier ontsloten in het Engels.

→ Aan de tweede en derde indicator werd voldaan.

Algemene inhoudelijke conclusie

In het algemeen kan gesteld worden dat het Kenniscentrum Mediawijsheid zeer relevant en nuttig werk heeft geleverd in de periode 2015-2017. Mediawijs zette haar goede reguliere werking voort, maar ondernam ook nieuwe initiatieven, breidde haar werking verder uit en bouwde het Kenniscentrum uit tot hét referentiepunt voor mediawijsheid in Vlaanderen. Voor bijna alle operationele doelstellingen werden voldoende relevante acties en initiatieven ondernomen. Slechts enkele OD's kregen minder aandacht binnen de reguliere werking dan vooropgesteld en enkele acties verbonden aan de OD's werden anders ingevuld. Concrete aandachtspunten in de uitvoering van de subsidieovereenkomst zijn:

- Het betrekken van de mediasector (OD 1.4) en stimuleren van samenwerking tussen private mediabedrijven en mediawijsheidsorganisaties.
- Het in kaart brengen van de mediawijze vaardigheden, noden en verwachtingen van burgers (OD 3.2) en het 'meten' van het niveau van mediawijsheid in Vlaanderen.
- Op structurele basis relevante beleidsinput rond mediawijsheid formuleren en proactief het maatschappelijk debat rond mediawijze thema's stimuleren.
- Het ontsluiten van de website en de dossiers in het Engels.

4. Impact van het Kenniscentrum op het mediawijsheidsveld

Het Kenniscentrum heeft een steeds groter bereik bij burgers en intermediairs via haar online kennisplatform www.mediawijs.be. In de periode januari 2015 – juni 2017 werden 808.879 paginaweergaves geregistreerd. Het opvallende is dat de pieken en dalen in webtrafiek grotendeels overeenkomen met het schooljaar: in de zomer-, Kerst- en Paasvakantie vind je de dalen, in de actiefste werk- en schoolmaanden vind je de pieken. Ongeveer de helft van het publiek dat op de website belandt, komt daarop via zoekmachines. Dit aandeel lijkt ook te groeien, wat wijst op een grotere bekendheid van mediawijsheid en een actieve rol van de surfer. Ongeveer een vierde van de gebruikers surft rechtstreeks naar www.mediawijs.be.

Op het vlak van vormingen bereikte het Kenniscentrum meer dan 1000 deelnemers uit 8 verschillende sectoren (overheid, bibliotheken, jeugdsector, mediasector, onderzoek, onderwijs, welzijn en de sociaal-culturele sector). Aanvullend ontwikkelde het Kenniscentrum vele nuttige tools voor het werkveld om zelf mee aan de slag te gaan. Daarnaast werden ook verschillende mediawijze campagnes gelanceerd. Dit toont aan dat het Kenniscentrum goed bezig is met de vertaalslag te maken van wetenschappelijke inzichten naar bruikbare en begrijpbare informatie voor intermediairs én burgers. Deze laatste doelgroep kreeg meer specifieke aandacht van het Kenniscentrum. Eind september 2016 werd www.MediaNest.be gelanceerd. Deze website bundelt de actuele inzichten en expertise in Vlaanderen

over uiteenlopende mediawijze thema's (cyberpesten, gaming, online relaties en seksualiteit, privacy, reclame, veilig online, etc.) en ontsluit deze op maat van ouders en hun gezinnen. De lancering van MediaNest kon rekenen op heel wat persaandacht en haalde op de eerste dag meteen 5000 paginaweergaves. Met een gemiddelde van 400 paginaweergaves per dag toont MediaNest voldoende zijn nut aan. Met meer gerichte communicatie kan bereik van de website zeker nog verder verhoogd worden.

Een belangrijk criterium om de impact van het Kenniscentrum in te schatten, is de algemene persaandacht die het kreeg. Het Kenniscentrum kwam reeds voldoende in de media rond een verscheidenheid aan thema's. Met een concrete communicatiestrategie kan het Kenniscentrum haar maatschappelijke visibiliteit in de toekomst zeker nog vergroten.

De door het Kenniscentrum aangeboden opleiding Mediacoach is er voor professionals die werken met jongeren en/of volwassenen in het onderwijs, het jeugdwerk of de bibliotheek en die mediawijsheid willen integreren in hun eigen beroepspraktijk. De deelnemers werden bevraagd naar hun tevredenheid, en gaven de opleiding een gemiddelde score van 8,26 op 10. Daarnaast gaven zij aan dat hun organisatie overduidelijk veranderd was op het vlak van mediawijsheid; De impact van Mediacoach is dus zeker aangetoond.

Het Kenniscentrum heeft samenwerking in de sector gestimuleerd via het systeem van partnerprojecten. Het Kenniscentrum zet bij deze projecten de lijnen uit en neemt de leiding van het project op zich. De uitvoering en ontwikkeling van de verschillende onderdelen van het project ligt vervolgens voor een aanzienlijk deel bij partnerorganisaties uit het mediawijsheidsveld. De partnerprojecten (zoals bv. MediaNest) hebben hun relevantie bewezen en aangetoond dat samenwerking met organisaties uit het veld de inhoudelijke meerwaarde en gedragenheid bevorderen.

Algemeen wordt de impact van het Kenniscentrum Mediawijsheid op het mediawijsheidsveld en de verschillende doelgroepen positief ingeschat. Er werden relevante dossiers ontsloten, projecten opgezet, campagnes gelanceerd en vormingen gegeven. In de toekomst kan de impact nog vergroot worden door sterker te focussen op de disseminatie en promotie van al het goede werk dat opgeleverd werd. Dit zal ook helpen om het Kenniscentrum nog meer in de verf te zetten als hét centrale aanspreekpunt rond het thema mediawijsheid in Vlaanderen.

5. Conclusie

De evaluatie van het Kenniscentrum Mediawijsheid voor de periode 2015, 2016 en het eerste semester van 2017 is in het algemeen positief. Het Departement CJM is ervan overtuigd dat het Kenniscentrum Mediawijsheid de impact van haar werking de komende jaren nog zal kunnen vergroten, zeker als er meer aandacht gaat naar communicatie en promotie. Vanwege de groeiende aandacht voor het thema mediawijsheid is het belangrijk is dat het Kenniscentrum haar goed en maatschappelijk relevant werk in de toekomst kan verderzetten. Om gelijke tred te houden met de snelle digitalisering en verdere mediatisering van de samenleving is het aangewezen om het Kenniscentrum Mediawijsheid de komende jaren verder uit bouwen tot het referentiepunt voor mediawijsheid in Vlaanderen.

Het Departement CJM blijft ter beschikking voor verdere toelichting.



Luc Delrue
Secretaris-generaal