

imec

Vlaanderen
verbeelding werkt

- Andy.Demeulenaere@mediawijs.be, coördinator

- Mediawijs, Vlaams Kenniscentrum Digitale en Mediawijsheid sinds 2013
  - Vlaams: noordelijke helft van België, gesubsidieerd door de Vlaamse overheid
  - Kenniscentrum: onderzoek en best practice zijn basis om het veld te ondersteunen om het publiek te bereiken
  - Digitale en Mediawijsheid: twee zijden van dezelfde medaille

mediawijs KENNISCENTRUM MEDIAWIJSHEID

imec

Vlaanderen verbeelding werkt

Effectieve risico's of moral panic?

"If the offline were like the online, it would be like knowing, only, how many children report crossing a road"

(Sonia Livingstone)



Schadelijke en hatelijke content, cyberpesten, sextortion, cybercrime, grooming, digibesitas ...

mediawijs
KENNISCENTRUM MEDIAWIJSHEID

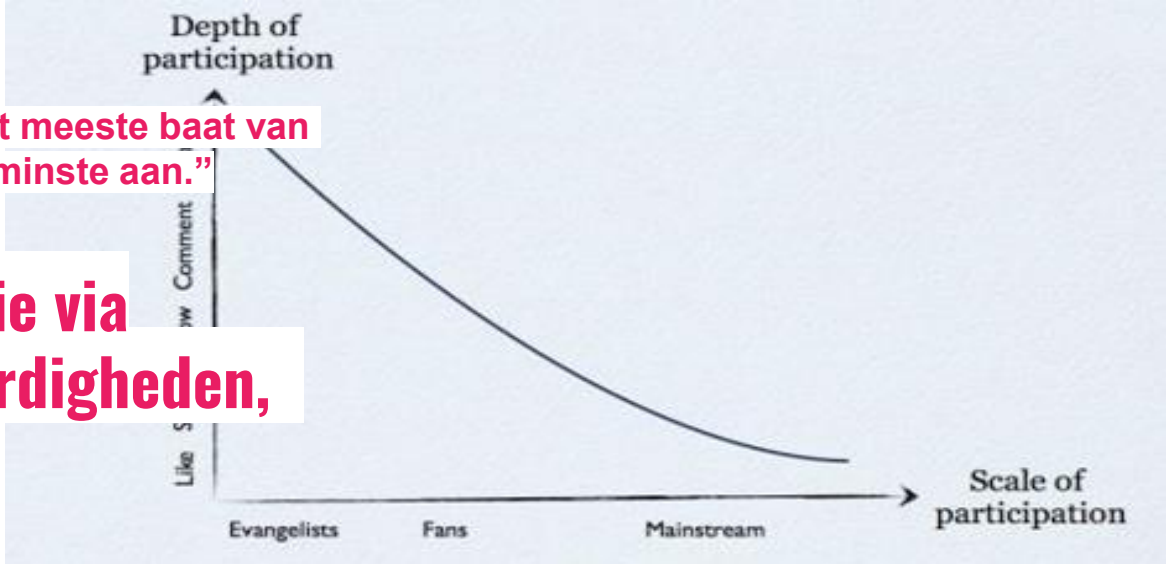
imec

Vlaanderen
verbeelding werkt

Participatie paradox

“Zij waarvan we denken dat ze er het meeste baat van zouden hebben, participeren er het minste aan.”

- digitale kloof/inclusie via
- toegang, kennis, vaardigheden, attitudes en
- kwaliteit.



mediawijs
KENNISCENTRUM MEDIAWIJSHEID

imec

Vlaanderen
verbeelding werkt

(Des)informatie

- user generated content,
- targeted advertising en propaganda,
- algorithmic echo chambers,
- fast, faulty & fake news en
- misrepresentatie



mediawijs
KENNISCENTRUM MEDIAWIJSHEID

imec

Vlaanderen
verbeelding werkt

- (Gebrek aan) creatie

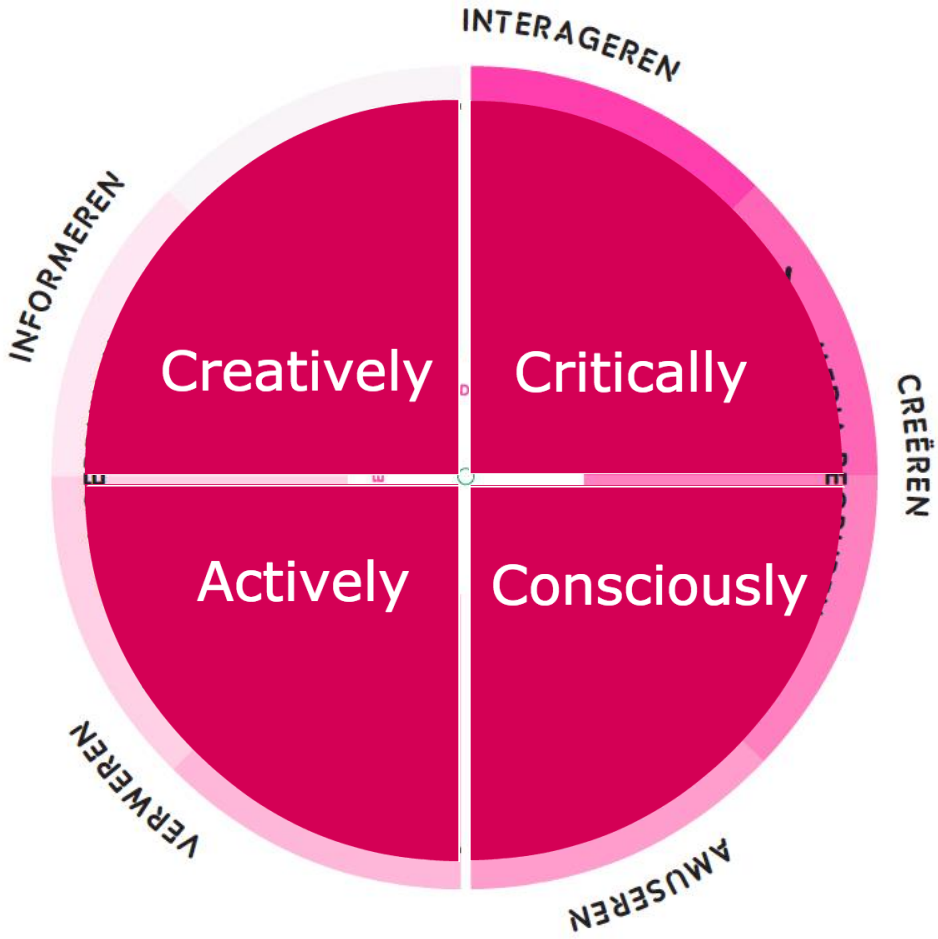
- genoeg kwaliteitsvol creatief gebruik van digitale technologie (coding, making) en media?
- Medialabs & Maker spaces & STEAM & coding



mediawijs
KENNISCENTRUM MEDIAWIJSHEID

imec

Vlaanderen
verbeelding werkt


INTERAGEREN
INFORMEREN
CREËREN
Creatively
Critically
Actively
Consciously
VERWERVEN
AMUSEREN

Vlaamse Beleidscontext

- Mediawijsheid discussie start in Vlaams Parlement 2006
  - 2008 Resolutie m.b.t. Gamingsector en discussie relatie met geweld
  - CD&V, SP.a, NVA, Open VLD en Groen
  - Oproep apart kenniscentrum oprichten
- Regering Peeters II: Mediawijsheid in Regeerakkoord
  - Conceptnota mediawijsheid Ministers Lieten en Smets
    - Media en onderwijs
    - Definitie
  - Kenniscentrum
- Regering Bourgeois I: Bevestiging belang mediawijsheid
  - Minister Gatz: Mediawijsheid speerpunt in mediabeleid

- Kenniscentrum Mediawijsheid projectoproep van Minister van Media in 2012
- Eerste subsidieovereenkomst 2013-2014
  - Consortium 13 partners: research + maatschappelijke organisaties
  - Project gehost binnen iMinds vzw
  - 450k subsidie
  - Vooral tweede lijn, werken met intermediaire organisaties
- Tweede subsidieovereenkomst 2015-2017
  - Eigen entiteit binnen iMinds/imec vzw
  - 600k + projecten Onderwijs, EU, Welzijn, Evens stichting
  - ca. 6 VTE personeel
  - ook rechtstreeks publiek en industrie

- Derde subsidieovereenkomst 2018-2020
  - Eigen team binnen imec vzw, ingebed in imec (onderdeel SMIT-VUB)
  - 640k + projecten Onderwijs, EU …
  - ca. 6 VTE personeel
  - Tijdelijke groei door (vooral Europese) projecten
- Verlenging voor 2021
- Vierde subsidieovereenkomst 2022-?
  - Op basis van de lopende studie van KU Leuven


2018 - 2020

Bereik vergroten

Ouderen

e-skills en inclusie

- Publiekscampagne met Ketnet voor 10-12-jarigen
- Online wedstrijd ingeleid door webserie.
- Jaarlijks minstens 10 000 kinderen
  → 2019 ca. 26 000
- DSVM-Extra: min. 2 thematische lesfiches
  → Escape game Datawijsheid
  → Tiktok, cyberpesten, nepnieuws, netiquette, instagram en influencers ….

- Elke Boudry
- Sanne Hermans



Nieuws in de klas

- Samenwerking Vlaamse Nieuwsmedia, Media21, Metro, WEMEDIA, VRT, MeeMoo …
- Jaarlijks min. 7000 klassen → duidelijkste indicator = nieuwspakketten

- Sanne Hermans
- Bert Pieters



- Bredere evaluatie (ook wie niet een nieuwspakket bestelt)
- Wablieft en regionale omroepen betrekken
- Leerlijn
- Vertaling EDUbox'en Engels
- What's new? project propaganda met Dossin Kazerne
- Difference Day (stijging naar 500 zesdejaars) 04/05/2020 → lockdown
- Desinforum
- Projectdossiers
- Nieuws in de Klas 2.0

Hoe worden we beïnvloed?

- Europees pilootproject mediawijsheid
- Amerikaanse tool om propaganda te analyseren in de klas
- Online tool, lessen, webinar, samenwerking VIAA

- Bert Pieters

MIND OVER MEDIA

ANALYZING CONTEMPORARY PROPAGANDA



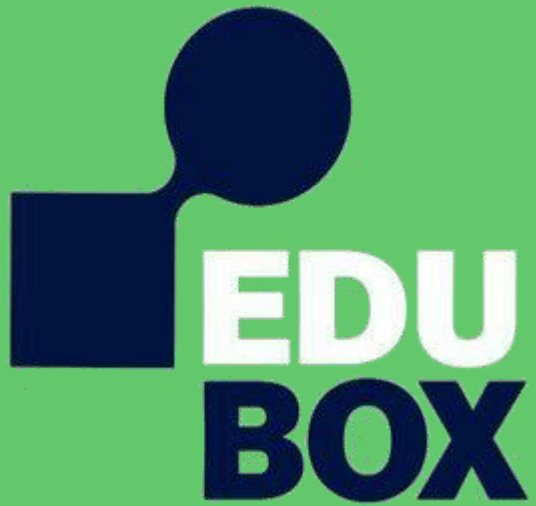
media education lab



https://en.mediawijs.be/edu box-artificial-intelligence-ai

De anderen

Education out of the box



Een groeiende collectie

- Data in de pers (2018)
- Democratie (2019)
- Nepnieuws (2019)
- AI (October 2019)
- Financiële geletterdheid (2020)
- Mentaal welbevinden en media (2020)
- Mobiliteit (2020)
- Polarisatie (2021)?

Vertaald Engels (nepnieuws en AI)

Online interactieve versies

Datawijsheid
Big data
GDPR / AVG
Privacy
AI







DATABUZZ





No Hate Speech

- Coördineren Vlaams platform voor campagne Raad van Europa 2016-2018
- Meer dan 110 organisaties, jeugdbewegingen, Koninklijke Belgische Voetbal Liga, onderwijskoepels, universiteiten ...
- Alternarratief: educatie over hoe je omgaat met haatspraak zonder verder te polariseren



No Hate Speech

- Weetewa Vlogging wedstrijd met YouTube, MNM, De Ambrassade en Mediaraven





Medianest.be

- Website voor ouders over mediaopvoeding.
- 200 000 paginaweergaves in 2020
- Gebruik in vormingen van Gezinsbond, Linc vzw, Digisaurus, Mediapedagoog
- Kwam tot stand met meer dan 20 onderzoeksgroepen, overheden en organisaties.

- Karen Linten

VAN EMOJI'S TOT SEXTING

OVER OPVOEDEN IN EEN MEDIANEST

Oud. Wellicht is het precies hoe je je voelt als je zoon aan z'n vijfde Fortnite-battle van de avond begint. Wanneer je dochter nog maar eens een selfie op Instagram zet. Of als je merkt dat je driejarige kleuter sneller weg is met de tablet dan jij. Oud, en ja, misschien ook een héél klein beetje bezorgd. Is al dat gamen wel gezond? Zitten er geen creeps naar de foto's van je tienerdochter te staren? Hoort die kleuter van jou eigenlijk niet buiten te spelen? Zucht. Alsof je nog niet genoeg aan je hoofd hebt.

Het zijn vragen die heel wat ouders zich dagelijks stellen. Ja, dagelijks, want voor een pasklaar antwoord blijven ze maar al te vaak op hun honger zitten. Wat in het ene gezin not done is, is in het andere soms de beste oplossing. MediaNest helpt ouders al jarenlang om zélf een antwoord op die vragen te vinden. Om zélf hun mening te vormen over de manier waarop ze hun kind(eren) mediawijs willen maken. Dit boek bundelt uiteenlopende ervaringen van ouders met inzichten van experts over het mediagebruik van kinderen tussen 0 en 18 jaar. Zonder te zeggen hoe het moet, wel hoe het kan.



9 789463 930376

BORGERHOFF & LAMBERIGTS

WE PUBLISH
WWW.BORGERHOFF-LAMBERIGTS.BE

van emoji's tot sexting OVER OPVOEDEN IN EEN MEDIANEST



VAN EMOJI'S TOT SEXTING

OVER OPVOEDEN IN EEN MEDIANEST



BORGERHOFF & LAMBERIGTS

MEDIA nest



Elk kind een tablet,
want betere babysit vind je ni
82%
zit op Facebook (in 2016: 87%)
79%
zit op Instagram (Bij 6- tot 12-jarigen is dat amper 20%)
79%
is te vinden op Snapchat
70%
ziet het als een automatisme om smartphone te gebruiken
56%
59%
53%
48%
vreest dat zijn of haar online info misbruikt kan worden
96%
vindt het niet okã om iemand online te pesten
6- TOT 12-JARIGEN
6%
zegt ooit al iemand gepest of geplaagd te hebben online
51%
is boos wanneer hij moet stoppen
87%
is bij wanneer hij computer, tablet of gsm gebruikt
OLIEPRIJZEN BLIJVEN MAAR S
Hoe Donald Tru
uw autovakantie
Pech voor wie een autovakantie gepland heeft: de benzineprijs stijgt vandaag naar zijn hoogste peil in 2,5 jaar, en vorige week berekte de diesel al een recordprijs. En het einde is niet in zicht, want Donald Trump doet het rommelen in het Midden-Oosten.
• HEIDI GABEL •
"En, hoe was het op Instagram vandaag?"
Ouders praten te weinig met tieners over online privacy
Meisjes zij
dan jonge
ELKE BOUDRY
"Ouders denken dat ze kinderen weinig kunnen bijleren op sociale media, maar zij hebben een kritische reflex die tieners nog niet altijd hebben"
Meisjes beschermen hun privacy op Instagram of Snapchat beter dan jongens. Dat blijkt uit 'Apestaartjaren', het onderzoek naar het mediagebruik bij kinderen en jongeren. Maar opvallend is hoe weinig ze met hun ouders over privacy praten, terwijl dat volgens experts wel nodig is. "Vraag 's avonds niet alleen *Hoe was het op school?*"
60,7% van de meisjes gebruikt privéberichten voor gevoelige informatie (tegenover 46,7% van de jongens)
40,7% van de meisjes heeft ingestemd dat an tevoren- ming moet geven wanneer anderen haar in een foto willen taggen (tov. 30,4% van de jongens)
65,5% van de meisjes antwoordt foto's van zichzelf die ze niet geschikt vinden (tov. 43,8% van de jongens)
62,9% van de meisjes vergt ervoor dat alleen vrienden hun profiel kunnen zien. (tov. 45% van de jongens)
68,3% van de meisjes maakt gebruik van privacy-instellingen om privacy te managen (tov. 50% van de jongens)
81,5% van de meisjes is voorstelling van als er misschien iemand screenshots accepteren (tov. 80,8% van de jongens)
MICT van de UGent de studie uitvoerde. "Dat geven ze toch zelf aan en dan gaat het vooral om een gênante foto die van hen gedeeld wordt. Al kan het natuurlijk ook zijn dat ze hun foto smeltier als beschamend ervaren. Het is trouwens niet zo dat jongens niet bezorgd zijn over hun persoonlijke gegevens, meis- jes beschermen ze gewoon beter."
Wie is het meest mediawijs?
Hoewel intussen veel tieners zich dus bewust zijn van hun privacy, blijkt uit het onderzoek toch dat er onder vrienden of thuis weinig over bescherming wordt gepraat. Op- vallend. In een tijd waarin privacy als dé zwakke plek van sociale media wordt beschouwd, "Misschien den- ken jongeren dat ze er zelf hard in getraind zijn en dus redelijk mediawijze zijn, in te- genstelling tot hun ouders, die iets minder op die kan- len zitten. Nochtans raden we ouders wel aan hierover te praten. Vraag 's avonds aan tafel niet alleen *Hoe was het op school vandaag?* maar ook *Hoe was het op Instagram of Snapchat?* Zo weten kinde- ren dat hun ouders mee zijn met social media en erin geïnteresseerd zijn, zodat een gesprek eerever minder gefor- ceerd lijkt."
Of ze kunnen een natuurlijk moment aangrijpen om erover te praten, zegt Elke Boudry als coördinator van MediaNest.be, de website van Mediawijs waar ouders tips vinden over media- opvoeding. "Als in het nieuws iets verschijnt over sociale media of als ouders merken dat hun kinderen plots iets nieuws ontdekken. Toen mijn kinderen met musical.ly (*tussenpo jongeren, playbock- ebben's posters, wndr.*) begon-
Gevoelige informatie alleen via privéberichten delen, vriendschapsverzoeken niet zomaar accepteren of de pri- vacyinstellingen gebruiken op sociale media. Dat zijn een paar van de goede raden die jongens (*zie grafiek*) Dat blijkt uit het tweejaarlijkse onderzoek *Apestaartjaren* bij 2.681 twaalf- tot achttienjarigen. Ook met de privacy van hun vrienden springen meisjes voorzichtiger om. "Vermoe- delijk omdat ze al vaker slachtoffer geweest zijn van misbruiken dan jongens", zegt Delphine Bastien van Media- raven, dat samen met Media- wijs en onderzoeksgroep
8 binnenland
Een op vijf jongeren onrustig door eigen smartphonegebruik, leert 'Apestaartjarenonderzoek'
Tablets,
het nieuwe kinderspeelgoed
Ruim de helft van onze kinderen heeft een eigen tablet. De snelheid waarmee onze jeugd 'digitali- seert' maakt ouders onzeker.
Mediagebruik van kinderen en jongeren
YouTube
44% gebruikt het platform in 2016.
-82% van de kinderen en jongeren gebruikt het vandaag om filmpjes en games te bekijken en een muziek te beluisteren.
50% speelde spelletjes op zijn smartphone in 2016.
-80% van de kinderen speelt vandaag die spelletjes. 48 % doet het dagelijks.
Facebook verliest elk jaar een tweetje bereizn. De mevrolle jongeren hebben nog wel een profiel, maar gebruiken dat passief. Een Facebookprofiel is voor jongeren zoals een e-mailadres: het is praktisch om het te hebben, maar eigenlijk doe je er weinig mee. 43 % van de jongeren post minder dan één keer per maand iets op de tijdlijn.
E-mails? Met volwassenen en zo? Vergeet het. Jongeren zeggen het liever met via Snapchat, WhatsApp of Facebook Messenger. Of, nog beter: met een foto via Instagram. Al blijft de grootste tijdsinvester OF, nog beter:
57 % van de ouders die actief zijn op sociale media, deelt er informatie over zijn of haar kinderen (ouderschap). De meerderheid (58%) erkent hiervoor geen toestemming aan de jongere. Een vijfde van de jongeren geeft aan dit niet leuk te vinden, vooral als het over gênante foto's gaat.
Drie tips voor ouders
1. Wees mee
2. Hou er rekening mee
3. Doe eens digitaal
'Als er open over hun digitale leven gepraat kan worden, zullen kinderen minder gereemd zijn om het te melden wanneer er iets ongebruike- lijks gebeurt'
Swipen
Het Apestaartjarenonderzoek werd intussen voor de zevende keer uitgevoerd in Vlaanderen, maar het is de eerste keer dat ook kinderen (6 tot 12 jaar) bevraagd werden. Het valt op hoeveel de kinderen grijpen zijn op spelletjes spelen, vooral met de tablet. Tie- ners daarentegen zijn al een pak sociaaler en zitten ze elkaar veel- vuldiger op privéberichten stu- ren en zijn ze allemaal graag filmpjes of naar hun vrienden. Daarnaast kij- ken ze allemaal graag filmpjes of luisteren ze naar muziek.
We tuigen in de toekomst ook de allerkleinsten te bevragen, zegt Elke Boudry van Mediawijs, het Vlaamse Kenniscentrum voor
DeMorgen.
donderdag 17/05/2018
www.demorgen.be
STANDPUNT BART EECKHOUT
Na de betoging: 'De vakbonden én de regering zijn blij met een dode mus'

Mediawijs.be en tools

- Website, subsites, databanken, tools actualiseren
- Jaarlijks één thema

- Andy Demeulenaere
- Zara Mommerency
- Hadewijch Vanwynsberghe
- Kenneth Schenning



M-awards

Zomer - Najaar 2020





Vorming | 24 juni 2020

24 juni 2020: 3de Webinar e-Inclusie: corona en anderstaligen

Lesmateriaal digitale basisvaardigheden

Concrete lessen en materiaal van e-inclusie-organisaties

Het lesmateriaal



Eenvoudige handleidingen

Artikel | 2020



Computerhulp op afstand

Artikel | 2020

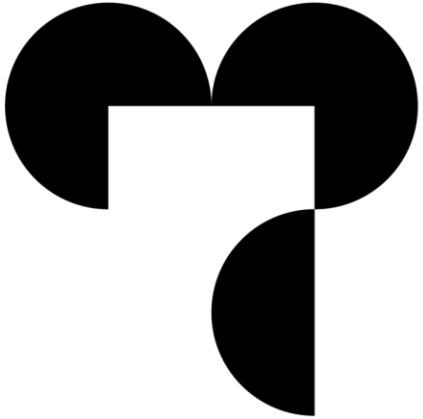
E-skills en e-inclusie

- Inspiratiedag e-Inclusie voor 150-200 professionals en vrijwilligers
- Expertennetwerk met VVSG en VOCVO
- Week van de Geletterdheid
- Inspiratiepakketten over
  - E-inclusie
  - Safer Internet Day
- TASKFORCE e-INCLUSIE
- Webinars
- Webinars

e inclusie
KENNISCENTRUM MEDIAWIJSHEID

- Opleiding 90 deelnemers, 3 locaties, 3x9 sessies, stageproject
- Video-MOOC → aanpassingen (video van derden, games in de klas)
- Partners: Linc, Cultuurconnect, Mediaraven
- Mediacoach.be
- Basiseducatie, Duo's, Erfgoed en Werk
- Splitsoefening Cultuur/Onderwijs/ Welzijn

- Kenneth Schenning
- Karen Linten



media coach

\+ **Versie voor Erfgoed!**



APESTAARTJAREN

JONGEREN EN DIGITALE MEDIA

B-Bico

Co-financed by the Connecting Europe Facility of the European Union

B-BICO: Belgian Better Internet Consortium

Belgian network for main awareness initiatives,
with ao FOD Economy, Unia, CCB, dept. Education ...
Safer Internet Day, joint actions supported by European Commission

Child Focus 116000 | MEDIA animation | FÉDÉRATION | CSEM CONSEIL SUPÉRIEUR de l'éducation aux médias | mediawijs

Worldwide, 24-31 October

GEZONDE SCH




betternet
IMPACT WIZARD

Corona

- Opafstand.mediawijs.be + YouTubekanaal
- De Schaal van M: werkblaadjes
- Nieuws in de Klas
  - Online video De verleidingskracht van Fake news (FB: 5800, YT: 2500)
  - Pagina over fake news en Corona en samenwerking met Klasse en Wat Wat
  - Difference day → Interactieve versit EDUbox AI
- Medianest Cijfers in Corona + schermtijdactie + pers
- Congres: Webinar Apestaartjaren
- Mediacoach:
  - laatste sessie online
  - slotdag 2019-2020 uitgesteld
  - Jury online
- Taskforce e-Inclusie, webinars, ondersteuning netwerk, best practice



Memorandum

- Prioriteit 1: Veranker het Vlaams Digitale en Mediawijsheidsbeleid decretaal
- Prioriteit 2: Maak van het Digitale en Mediawijsheidsbeleid een écht scharnierbeleid
- Prioriteit 3: Zorg eindelijk voor een Vlaams E-inclusiebeleid
- Prioriteit 4: Maak ook jongeren onder Jongerenwelzijn en Mensen met een Beperking Mediawijs
- Prioriteit 5: Ondersteun ouders bij mediaopvoeding
- Prioriteit 6: Ga de noden voor Digitale en Mediawijsheid na op de werkvloer
- Prioriteit 7: Versterk de Ethische kaders bij digitale en media-innovatie

Prioriteiten van Mediawijs voor de verkiezingen 2019

“De meeste overheidsmaatregelen lopen over een langere periode. Toch zijn veel maatregelen precair omdat zij niet vervat zijn in een decreet en met een eenvoudige beslissing kunnen worden stopgezet. Dat geldt ook voor het kenniscentrum, dat een centrale rol heeft in het mediawijsheidsbeleid.”

Memorandum

- **Prioriteit 1: Veranker het Vlaams Digitale en Mediawijsheidsbeleid decretaal**

1. **Veranker Mediawijs als Vlaams Centrum Digitale en Mediawijsheid** als hub tussen onderzoek, beleid, veld en burger met voldoende middelen om die taak ten volle op te kunnen nemen ten opzichte van alle sectoren en de uitdagingen die voorliggen
2. Voorzie de nodige **middelen** om **via onderzoek en monitoring** de situatie van Digitale en Mediawijsheid in **het veld en bij de inwoners** van Vlaanderen en Brussel op te volgen en te rapporteren.
3. Zorg voor **projectmiddelen, zowel voor experimenten, als voor opschaling van geslaagde experimenten**, dat kan binnen een reglementering van de Vlaamse overheid of binnen een formule in beheer van Mediawijs (zoals dat tussen 2015 en 2017 opriep tot partnerprojecten en die beheerde).
4. Verruim verder de middelen om **als mediasector educatief samen** te **werken** aan Digitale en Mediawijsheid zoals nu al gebeurt in Nieuws in de Klas en De Schaal van M

“Het thema komt voor in de beleidsnota’s Jeugd, Onderwijs en Armoedebestrijding, maar is afwezig in de beleidsdocumenten van Sociale Economie (SE) en van Welzijn, Volksgezondheid en Gezin (WVG), domeinen die bij uitstek te maken hebben met senioren, kansarmen en mensen met een beperking.”

Memorandum

- **Prioriteit 2: Maak van het Digitale en Mediawijsheidsbeleid een écht scharnierbeleid**

1. Maak van Digitale en Mediawijsheid een **transversaal scharnierbeleid, gecoördineerd** door de Vlaamse **Minister van Media**, met specifieke aandacht en samenwerkingen met de andere beleidsdomeinen.
2. Verdeel de lusten en lasten - of ook wel: **zorg samen voor financiering met bv. matching financiering (50/50) voor de mate waarin er vanuit de middelen van media voor andere sectoren gewerkt wordt.**

“De beperkte aandacht in de beleidsdocumenten van WSE en WVG weerspiegelt zich in het beperkt aantal overheidsmaatregelen in die sectoren. Hoewel het Vlaamse ouderenbeleidsplan uitdrukkelijk een doelstelling formuleert over het dichten van de digitale kloof bij ouderen, zijn daarvoor weinig maatregelen genomen.”

Memorandum

- **Prioriteit 3: Zorg eindelijk voor een Vlaams E-inclusiebeleid**

1. **Stel een Vlaams E-inclusiebeleid op** voor wie zich uitgesloten voelt of weet door de digitalisering van de samenleving met speciale aandacht voor mensen in armoede (Armoedebeleid), ouderen (Ouderenbeleid), met een beperking (Gelijke Kansen en Welzijn), met een migratieachtergrond (Integratie), met een lage (digitale) geletterdheid (Onderwijs en Vorming, Sociaal Cultureel werk, Werk)
2. **Verruim** en **ondersteun** de **opdracht van Mediawijs**, als Kenniscentrum Digitale en Mediawijsheid om binnen dit beleid te coördineren, te stimuleren en te ondersteunen
3. Zorg voor **afstemming met de Federale** Digitale Agenda en Maatschappelijke Integratie.
4. Stel een **kaderscheppend beleid** voor e-inclusie en digitale vaardigheden op samen **met de steden en gemeenten**, met speciale aandacht voor de rol van **bibliotheken** hierin.
5. Neem E-inclusie en digitale vaardigheden op als **prioriteit binnen het bovenlokaal cultuurbeleid.**

“Voor verschillende kwetsbare groepen is niet altijd een voldoende aangepaste en intensieve aanpak aanwezig om de drempel naar initiatieven voor het verhogen van mediawijsheid weg te nemen.”

Memorandum

- **Prioriteit 4: Maak ook jongeren onder Jongerenwelzijn en Mensen met een Beperking Mediawijs**

1. **Ontwikkel een visie** op de rol van Digitale en Mediawijsheid, en zeker digitale en kritische vaardigheden en e-inclusie binnen de sectoren die onze sociaal meest kwetsbare groepen ondersteunen, namelijk de sectoren onder wat nu nog **Jongerenwelzijn en VAPH** is.
2. Voorzie een **stimulerend beleid en projectfinanciering** om hier werk van te maken in voorzieningen en bij zorgorganisaties.
3. Verwerk op basis van de **lessons learned** van deze acties Digitale en Mediawijsheid in **het structurele beleid en de financiering** van deze sectoren.
4. Zorg hierbij voor een **actieve rol voor Mediawijs** als coördinerend Vlaams Kenniscentrum Digitale en Mediawijsheid.

Memorandum

- **Prioriteit 5: Ondersteun ouders bij mediaopvoeding**

1. **Zet verder in op** de Media-opvoedingsondersteuning voor ouders via **samenwerking tussen Mediawijs, Expoo en andere instanties** op **Vlaams** niveau voor gezamenlijke informatie- en expertiseontwikkeling en **campagnes**.
2. Zorg voor **vorming** o**ver Media-opvoeding voor lokale instanties** in samenwerking met Mediawijs en zijn partnerorganisaties zoals de Gezinsbond, Linc ...
3. Neem **lokaal Media-opvoedingsondersteuning op in de taakstelling** van de Huizen van het Kind en andere opvoedingsondersteunende instanties in samenwerking met gemeentelijke welzijnsdiensten, bibliotheken, Basiseducatie …
4. **Trek de keuring** van film, games, televisieprogramma’s en boeken **technologieneutraal door** en zorg voor aanvullende pedagogsich advies

“De geïdentificeerde maatregelen verschillen sterk van opzet en omvang. Het merendeel ervan is gericht op kinderen en jongeren (71%). Voor werkzoekenden en senioren neemt de Vlaamse overheid weinig maatregelen. […] De Vlaamse overheid vult de hiaten op dit vlak slechts beperkt aan.”

Memorandum

- **Prioriteit 6: Ga de noden voor Digitale en Mediawijsheid na op de werkvloer**

1. Stel via **onderzoek** een **stand van zaken op van kansen en problemen** in verband met digitale media in de **werkcontext**, speciaal wat betreft interpersoonlijke communicatie (bv. cyberpesten), mentale druk (bv. gebalanceerde bereikbaarheid), digitale basisvaardigheden, cybersecurity risico's en informatievaardigheden.
2. Ga **in gesprek met werkgevers- en werknemersorganisaties** over de noden aan ondersteuning voor werkgevers en werknemers inzake Digitale en Mediawijsheid.
3. Werk aan een **actieplan Digitale en Mediawijsheid op de werkvloer** in samenwerking met Mediawijs, het coördinerend Vlaams Kenniscentrum Digitale en Mediawijsheid.

“Het minst zet de Vlaamse overheid in op de creatie van een veilige mediaomgeving. ”

Memorandum

- **Prioriteit 7: Versterk de Ethische kaders bij digitale en media-innovatie**

1. Voorzie **bij investeringen in digitale en media-innovatie** zoals innovatieve vormen van nieuwsmedia, AI, smart cities, targeted advertising ... **flankerende middelen** om **de ethische gevolgen te vertalen in sensibiliserende en regelgevende maatregelen** voor de innovatoren, de bedrijven, het beleid en de bevolking.
2. **Evalueer bestaande wetgevende en zelf- of co-regulerende kaders** voor media en informatietechnologie **permanent** in het licht van het steeds veranderende digitaliserende ecosysteem. Hou hierbij rekening dat hoewel de vorm van de media en informatietechnologie verandert, **de doelstelling van de regelgeving veelal valabel blijft** en veeleer effectieve en efficiënte aanpassingen behoeft in plaats van uitholling.
3. Heb ook **bij de digitalisering van de mensgerichte sectoren zoals onderwijs, cultuur, welzijn en sport** niet alleen aandacht voor de digitalisering van dienstverlening, gegevenshuishouding en communicatie, maar evenzeer voor de **digitale vaardigheden** van de medewerkers en deelnemers, de **ethische en creatieve aspecten** zowel in omgang met de technologie, als in het inhoudelijk aanbod, én **de digitale en mediawijsheid van medewerkers en deelnemers** in het algemeen.

- de beleidsdomeinen justitie, onderwijs, cultuur, jeugd, sport en media […] de fysieke, psychische als seksuele integriteit beschermen en werken daarbij verder op basis van het actieplan integriteit,
- de rol van VRT in educatie en informatie bij Media,
- bibliotheken, film- en cultuureducatie, filmkeuring en digitale strategie bij Cultuur
- de versterking van watwat.be en de afstemming met de gamesector en de Vlaamse Jeugdraad bij Jeugd

CJM

JKP

- Welbevinden en positieve identiteitsontwikkeling
  a. Integriteitsbeleid
  b. Hulpverlening
  c. Cyberpesten, digitale balans ...
- Gezonde en leefbare buurten
  a. digitale media als tool voor
     i. beleidsparticipatie
     ii. citizen science en datawijsheid
- Engagement en vrijwilligerswerk
  a. sociale media beleid organisaties - API's
- Vrijetijdsbesteding voor iedereen
  a. Media- & makerlabs / jeugdredacties / gaming / filmclub ... kwalitatief genot en amusement
  b. Bovenlokaal / Vlaams beleid voor bibliotheken

Mediawijsheid

Nieuws en informatie
- investeren in een actief Nieuws in de Klas
- een netwerk van medialabs en makerslabs in het jeugdwerk, met jeugddiensten en bibiliotheken
- jongerennieuws en Wat Wat

Online risico's
- intensieve begeleiding cyberpesten en sociale media in onderwijs financieren
- sociale mediabeleid voor jeugdwerk
- opleiding mediacoach voor Welzijn

Digitale inclusie
- Uitleensysteem en groepsaankoop in onderwijs
- ~~Open~~bare computerruimtes in bibs, jeugd(welzijns)werk en armoede
- Vorming, begeleiding en ondersteuning

- Hét beleidsplan digitalisering van Vlaanderen
- Het ondersteunen en versterken van scholen bij het ontwikkelen en uitvoeren van hun antipestbeleid, met een sociaalmediabeleid met bijzondere aandacht voor cyberpesten bij Onderwijs,
- Digital skills van hulpverleners bij Welzijn
- De digitale geletterdheid bij werk en armoede

- De geïntegreerde aanpak van seksuele gezondheid, vooral voor risicodoelgroepen, en de sensibiliseringscampagnes tegen fake news over vaccinaties en de aanpak van de verslavingsproblematiek o.a. bij gaming bij Gezondheidspromotie,
- Positieve identiteitsvorming en tegen discriminatie bij Samenleven, → Polarisering
- Het Vlaams Beleidsplan Cybersecurity/AI/STEM/Wetenschaps-communicatie bij EWI

Andere domeinen

Maak in de relance niet opnieuw dezelfde fouten:

- **laptops zonder beleid**
- **elk domein apart**
- **digitale skills voor kwetsbare groepen = coding? Fout!**

Oproep