

Rapport

Mediawijsheid in de bibliotheek

Over mogelijke acties en samenwerking
met het secundair onderwijs

Colofon

Mediawijsheid ***in de bibliotheek***

auteur(s): Jana Bens, Carmen Van Puyenbroeck

© 2013

Een publicatie van Mediawijs.be.

Pleinlaan 9, 1050 Brussel

mediawijs@iminds.be

www.mediawijs.be

Voorwoord

Iedereen – of we dit nu willen of niet – wordt omringd door media. Media bekleden een steeds grotere plaats in ons leven en zijn bijna onontbeerlijk geworden om ons te kunnen informeren, te communiceren, een mening te vormen of deel te nemen aan het publieke debat. Een goed en doordacht gebruik van nieuwe en oude media¹ levert heel wat opportuniteiten op voor de gebruiker. Een logisch gevolg hiervan is dat het minder goed kunnen hanteren van media allerlei hinderpalen – groot en klein – met zich mee brengen, bijvoorbeeld op het vlak van privacy. Dit is waarom mediawijsheid zo belangrijk is en ook hoog op de beleidsagenda komt te staan. Ook steeds meer organisaties zien het belang in van mediawijsheid, zo ook de bibliotheek.

Het is zeer duidelijk dat de bibliotheek een zeer nauwe relatie heeft met mediawijsheid. In feite doen alle bibliotheken al sinds hun ontstaan aan mediawijsheid, al werd en wordt het vaak niet met deze term benoemd. Bibliotheken helpen personen bij het zoeken, selecteren en interpreteren van informatie en leren hen op die manier wijs om gaan met informatie op allerlei media. Ook leesbevordering maakt deel uit van het mediawijsheidsbeleid in de bib.

In deze studie onderzoeken we op welke terreinen van mediawijsheid de bibliotheek zich (nog meer) kan begeven. In eerste instantie willen we weten op welke manier mediawijsheid past binnen de functies van de bibliotheek. Vervolgens onderzoeken we hoe een mediawijsheidsbeleid voor jongeren vorm kan krijgen in de context van de bib. We gaan op zoek naar de sterktes en zwaktes van de bibliotheken en identificeren mogelijke succesfactoren en valkuilen. Deze laatste staven we met concrete ideeën. Tot slot gaan we na hoe bibliotheken kunnen samenwerken met scholen uit het secundair onderwijs (alle types en vormen). We onderzoeken of beide partijen geschikte samenwerkingspartners zijn en indien dit zo is, waar ze elkaar kunnen aanvullen. We gaan op zoek naar een geschikte aanpak voor dergelijke samenwerkingen en de rollen van beide partners wordt gedefinieerd. Ook wijzen we hier een aantal bevorderende en belemmerende factoren aan waar we telkens praktische oplossingen voor geven.

Deze bovenstaande conclusies bekomen we aan de hand van een literatuuronderzoek enerzijds, en interviews en focusgroepen met experts anderzijds. In de literatuurstudie wordt eerst een introductie gegeven tot het begrip mediawijsheid. Vervolgens gaan we na hoe mediawijs jongeren zijn. Daarna wordt de focus verlegd naar de bibliotheek zelf. We onderzoeken wat de verschillende functies zijn van de bib en welke invloed nieuwe media op deze hebben. Dan wordt de (nogal stroeve) relatie tussen jongeren en de bibliotheek besproken. We eindigen met een overzicht van de literatuur met betrekking tot mediawijsheid in de bib: concrete strategieën worden geïdentificeerd, er wordt besproken hoe een samenwerking met het secundair onderwijs tot stand kan komen, en randvoorwaarden voor succes worden in kaart gebracht. Het tweede deel van het onderzoek betreft het empirisch luik. Hiervoor werden zowel experts uit de bibliotheeksector als uit de onderwijssector in interviews en focusgroepen bevestigd. Door te kiezen voor deze aanpak, kunnen concrete ideeën gegenereerd worden en kunnen belangrijke contextelementen geïdentificeerd worden. Een uitgebreide beschrijving van de gebruikte methodologie leest u in de sectie 'methodologisch opzet'. De resultaten van het empirisch luik leest u in de daaropvolgende sectie. Tenslotte worden in het algemeen besluit de bevindingen uit het theoretisch en het empirisch gedeelte samengebracht om een antwoord te kunnen geven op de hierboven vermelde onderzoeksvragen.

¹ Met nieuwe media wordt alle computer-gemedieerde communicatie bedoeld, zoals internet, tabletcomputers en mobiele telefonie.

Inhoud

Voorwoord	3
Mediawijsheid	6
Begripsbepaling	6
Mediawijsheid van jongeren	8
Internettoepassingen	8
Nieuws, actualiteit en duiding	9
Beeld	10
Reclame en commercie	11
Games	12
Mediagebruik van jongeren: cijfers en feiten	12
De hedendaagse bibliotheek	13
Traditionele en nieuwe functies van de bibliotheek	13
Jongeren en de bibliotheek	14
Mediawijsheid in bibliotheken	15
Strategieën om mediawijsheid te bevorderen	15
Mediawijsheid van het bibliotheekpersoneel	17
Samenwerking met het secundair onderwijs	17
Mediawijze uitdagingen voor bibliotheken	18
Besluit	19
Methodologisch opzet	21
Onderzoeksthema's	21
Kwalitatief onderzoek: interviews en focusgroepen met experts	21
Voorstelling van de respondenten	23
Deelnemers interviews	23
Deelnemers focusgroepen	23
Empirisch onderzoek	24
Mediawijsheid en de functies van de bibliotheek	24
Mediawijsheidsbeleid voor jongeren in de bibliotheek	25
Waar moet een mediawijsheidsbeleid op inzetten?	25
Concrete voorbeelden	26
Succesfactoren en valkuilen	27
Samenwerking secundair onderwijs en bibliotheken	29
Meerwaarde van een mediawijze samenwerking	29
Bibliotheken en secundair scholen: een goede match	29
Sterktes en behoeftes van de bibliotheek	29

Sterktes en behoeftes van secundaire scholen.....	30
Bibliotheken en scholen: een mediawijze win-win samenwerking	31
Samenwerkingsmodellen	31
MODEL 1: Mediawijsheid is onbekend in school/bibwerking	32
MODEL 2: Mediawijsheid is geen onbekende meer in school en bib	33
Succesfactoren en valkuilen.....	34
Succesfactoren.....	34
Valkuilen en mogelijke oplossingen	35
Besluit	36
Algemeen besluit.....	38
Hedendaagse bibliotheek	38
Mediawijze jongeren?	38
Cruciale factoren voor mediawijsheid in de bibliotheek	39
Relatie tussen jongeren de bibliotheek	39
Drie samenwerkingsmodellen voor de bib en het secundair	39
onderwijs.....	39
Een bibliotheek is per definitie een mediawijze organisatie.....	40
Bibliografie.....	41
Bijlage.....	44

Mediawijsheid

Begripsbepaling

Wat meteen opvalt bij het bestuderen van de literatuur rond mediawijsheid is dat er geen eenduidige definitie van het begrip wordt gehanteerd. Zowel in beleidsdocumenten als in wetenschappelijke artikels is er sprake van een veelheid aan definities. Om te zorgen dat het praktijkveld werkt vanuit eenzelfde invalshoek, is een duidelijke definiëring van het concept noodzakelijk. Een duidelijke definitie werkt immers een defragmentering van het veld in de hand en maakt het op elkaar afstemmen van noden, wensen en sterktes des te eenvoudiger.

Een definitie van mediawijsheid die in de literatuur (Livingstone & Helsper, 2006; Buckingham, 2007; Mendoza, 2009; Segers & Bauwens, 2010) meermaals opduikt, is deze van Sonia Livingstone (2004). Zij omschrijft mediawijsheid als *“the ability to access, analyse, evaluate and create messages across a variety of contexts”* (p. 18-19). Deze omschrijving van het begrip bevat vier componenten. Ten eerste is toegang tot media een basisvoorwaarde. Dit gaat verder dan het louter aanschaffen van een computer of televisietoestel, ook het updaten, upgraden en uitbreiden van hard- en software is van belang. Daarnaast moet een persoon ook over analytische vaardigheden beschikken, waarmee Livingstone (2004) verwijst naar het begrijpen van de structuur, de technologie, de ‘taal’ en de representaties van media. De derde component van mediawijsheid is het kunnen evalueren van de media-inhouden, waarbij men aandacht moet hebben voor de politieke of ideologische context waarin een boodschap is ontstaan. Tenslotte is een mediawijs persoon ook in staat om mediateksten te creëren. Zeker op het internet is dit laatste aspect van toepassing (Livingstone, 2004).

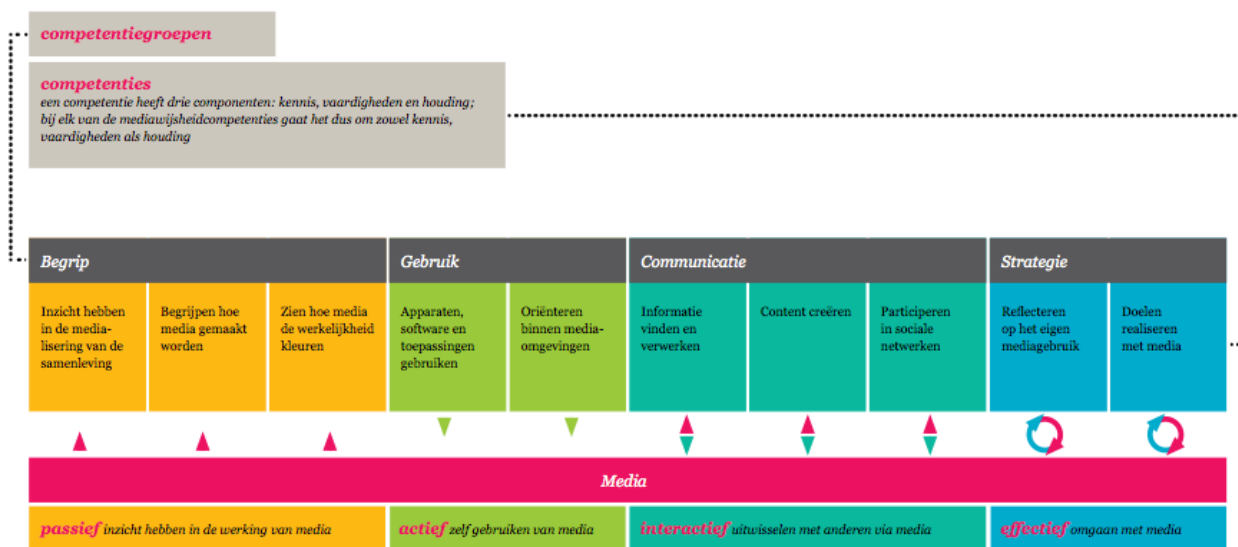
Bovenstaande definitie werd, zoals reeds aangegeven, door heel wat auteurs overgenomen. Anderen gebruikten deze definitie dan weer als basis voor een eigen omschrijving, zoals Segers en Bauwens (2010). Zij omschrijven mediawijsheid als *“het vermogen op een zinvolle manier om te gaan met de alomtegenwoordige media”* (p. 19). Dit gebeurt volgens de auteurs op drie terreinen, met name ‘media kennen’, wat overeen komt met de elementen ‘toegang’ en ‘analyse’ van Livingstone (2004), ‘media begrijpen’, wat duidt op het kritisch omgaan met media en dus ‘evaluatie’, en ‘media creëren’, wat dan weer verwijst naar de ‘creatie’ uit de definitie van Livingstone (2004).

Hoewel de definitie van Sonia Livingstone (2004) wijdverspreid is, zijn er ook auteurs die kritischer staan ten opzichte van deze begripsbepaling. Buckingham (2007) meent dat deze definitie te veel gebaseerd is op het concept van mediawijsheid als een set competenties. Hij meent dat in een dergelijke definitie te weinig rekening gehouden wordt met de sociale en culturele context. Mediawijsheid zou zich niet mogen beperken tot de interactie tussen de tekst en de lezer. Zowel de interpersoonlijke context als bredere economische en sociale processen spelen een cruciale rol. Buckingham (2007) is daarenboven van mening dat definities van media- en digitale geletterdheid al te vaak de klemtoon leggen op ‘informatie’. (Digitale) media zijn echter al lang meer dan informatietechnologieën, aangezien het internet door jongeren eerder wordt aangewend voor communicatie- of entertainmentredenen dan voor het opzoeken van informatie (Bauwens, Walrave & Lobet-Maris, 2010). Dit is dan ook iets waar in een begripsomschrijving rekening mee moet gehouden worden. In deze context kunnen we ook Vanwysberghe, Boudry en Verdegem (2012) vermelden, die onderzoek doen naar de zogenaamde ‘sociale mediawijsheid’, en dus duidelijk de communicatiefunctie van het internet in acht nemen. Zij menen dat er een cruciaal verschil is tussen mediawijsheid wat betreft traditionele media, zoals printmedia, radio of televisie, wat allen massamedia zijn, en nieuwe media. Het internet is immers een participatieve omgeving, waarin men zelf actief content creëert. Mediawijsheid gaat dan niet meer louter over het analyseren en evalueren van ontvangen boodschappen, maar ook over het zelf produceren van inhoud.

Actieve mediacreatie werd eveneens opgenomen als een aspect van mediawijsheid in de mediawijsheidcirkel uit het Handboek Mediawijsheid van de Nederlandse stichting Mijn Kind Online (Zwanenberg & Pardoën, 2010). In deze visie deelt men mediawijsheid op in vier componenten: techniek, creativiteit, analyse en reflectie. Met techniek bedoelt men de technische vaardigheden die nodig zijn om een bepaalde technologie te hanteren. Met creativiteit doelt men dan weer op het zelf produceren van media-inhouden en het actief participeren in de media-

omgeving. Met analyse wordt de kennis over media in het algemeen bedoeld, evenals het kunnen interpreteren van boodschappen. Tenslotte wijst reflectie dan weer op het kritisch omgaan met media, waarbij men zich bewust is van het eigen gedrag en de gemaakte keuzes (Zwanenberg & Pardoën, 2010).

Een meer uitgebreid model is het 'competentiemodel voor mediawijsheid', ontwikkeld door Mediawijzer.net. Hierin wordt mediawijsheid gedefinieerd als *'de verzameling competenties die je nodig hebt om actief en bewust deel te kunnen nemen aan de mediasamenleving'*. Het gaat om tien mediacompetenties die worden onderverdeeld in vier categorieën: begrip, gebruik, communicatie en strategie. Onderstaande figuur geeft mooi weer hoe de verschillende categorieën zich verhouden tot de media. Daar waar het bij 'begrip' louter gaat om het begrijpen van de media, en dus enkel een eenrichtingsrelatie veronderstelt van de media naar de ontvanger, is er bij 'strategie' werkelijk een interactie tussen de gebruiker en het medium (Mediawijzer.net, 2012).



Figuur 1: Competentiemodel voor mediawijsheid

Door hierboven te spreken over sociale mediawijsheid geven we te kennen dat er meerdere vormen van mediawijsheid bestaan. In de context van de bibliotheek wordt er vaak gesproken over informatiegeletterdheid, waarbij het gaat om het kunnen opzoeken, evalueren en gebruiken van informatie (Vanouplines, 2007; Bauwens et al., 2010). Aangezien de bibliotheek al van oudsher een opslagplaats van informatiebronnen is, is dit een logische denkpiste. Er zijn echter nog andere vormen van mediawijsheid, waaronder sociale, computer-, ICT-, digitale, netwerk-, en reclamewijsheid (Vanwynsberghe, Boudry & Verdegem, 2012).

Meyrovitz (1998) spreekt in dit verband over *'multiple media literacies'* oftewel meervoudige mediawijsheid. Hij maakt hierbij geen opdeling naargelang medium of inhoud, maar gaat uit van een typologie op basis van drie metaforen voor wat 'media' of 'communicatie' is. Als eerste vorm van mediawijsheid spreekt Meyrovitz (1998) over *'media content literacy'*, betreffende de media-inhouden. Deze vorm van geletterdheid heeft betrekking op vaardigheden zoals het kunnen decoderen van een boodschap, het achterhalen van de manifeste en latente inhoud, de intentie van de zender blootleggen en het bewust zijn van het feit dat verschillende culturele, institutionele en commerciële krachten een invloed hebben uitgeoefend op de boodschap. Het is deze vorm van mediawijsheid die we het vaakst zien terugkeren in het academische en praktijkveld. De inhoud is dan ook het meest opvallende aspect van de mediaboodschap. Naast de *'media content literacy'* onderscheidt Meyrovitz (1998) *'media grammar literacy'*, waarmee hij doelt op de productieve variabelen die kenmerkend zijn voor bepaalde media en een boodschap vormgeven. Hier is het belangrijk om te begrijpen dat deze variabelen, zoals kopteksten en close-ups, een invloed uitoefenen op de manier waarop we de media-inhoud percipiëren. De derde vorm van

mediawijsheid benoemt Meyrovitz (1998) als *'medium literacy'*. Een mediumgeletterd persoon begrijpt dat elk medium over een aantal relatief stabiele karakteristieken beschikt, die de communicatie beïnvloeden. Dit is een vrij medium deterministische manier van denken. Men gaat er vanuit dat het medium vorm geeft aan de communicatie, zowel op micro als op macro niveau. Binnen deze vorm van geletterdheid staat men ook stil bij de keuze van het ene medium boven het andere.

In dit onderzoek wordt de definitie gehanteerd zoals deze geformuleerd werd in de conceptnota mediawijsheid (Lieten & Smet, 2012): *"Mediawijsheid is het geheel van kennis, vaardigheden en attitudes waarmee burgers zich bewust en kritisch kunnen bewegen in een complexe, veranderende en gemediatiseerde wereld. Het is het vermogen tot een actief en creatief mediagebruik dat gericht is op maatschappelijke participatie."* (p.10). Deze begripsomschrijving is deels gebaseerd op de definitie van de eindtermen onderwijs en op de definitie van de Nederlandse Raad van Cultuur (2005). In vergelijking met de bovengenoemde definities komt in deze begripsomschrijving ook het belang van mediawijsheid aan bod. Mediawijsheid is hier een middel om te kunnen participeren in de maatschappij. Deze participatie kan enkel tot stand komen door vaardigheden aan te leren die tot kritisch burgerschap leiden. Een kritisch burger wordt men alleen als men zich creatief kan uitdrukken in diverse media. Deze begripsomschrijving is bovendien een actieve definitie, die er op wijst dat mediawijsheid nooit af is dat iedereen hier blijvend dient aan te werken (Lieten & Smet, 2012).

Mediawijsheid van jongeren

Aangezien een toenemende convergentie – een fenomeen waarbij verschillende technologieën en markten naar elkaar toegroeien – maakt dat content en medium niet altijd meer zo nauw verbonden zijn (Hartmann, 2013), bespreken we de mediawijsheid van jongeren aan de hand van de verschillende mediatoepassingen, zoals het internet, nieuws, reclame en games. We kunnen immers nauwelijks nog spreken van inhouden eigen aan een bepaald medium. Televisiecontent wordt, naast een televisietoestel ook bekeken op bijvoorbeeld computers, laptops en smartphones.

Internettoepassingen

Jongeren van vandaag zijn opgegroeid met allerlei digitale technologieën en hebben nooit een wereld zonder gekend. Tieners gaan gemiddeld één tot twee uur per dag online, wat het internet tot de populairste vrijetijdsbesteding onder jongeren maakt (De Bruyne, 2010). Daarom spreekt men veelal over deze groep als *'digital natives'* (Prensky, 2001), de *'netgeneratie'* of *'wizzkids'* (Livingstone, 2008; Bauwens et al., 2010). Men gaat er al te vaak van uit dat jongeren beschikken over een grote internetgeletterdheid en uitermate betrokken zijn bij de verschillende digitale technologieën (Prensky, 2001; Bauwens et al., 2010; Jeugdwerknet & Graffiti Jeugddienst, 2011; Bennett, 2012). Verschillende onderzoekers (Livingstone, 2008; Bauwens et al., 2010; De Bruyne, 2010; Franssen & Daems, 2011; Bennett, 2012) stellen echter dat we de internetvaardigheden van jongeren best niet overschatten en veralgemenen. Er bestaan grote verschillen tussen adolescenten onderling.

Het internetgebruik van jongeren blijkt, op het vlak van creatie, zeer passief te zijn. Slechts enkelen creëren actief content. Wel zijn jongeren bedreven online communicators. Hun internetvaardigheden zijn het sterkst op dit vlak. De online zoekstrategieën van jongeren blijken daarentegen niet op punt te staan. Ze blijken op zeer eenzijdige wijze en weinig systematisch te zoeken naar informatie. Ook hebben jongeren vaak moeite met de kwaliteitsbeoordeling van de gevonden informatie en is hun inzicht in de achterliggende technologische en economische structuren van zoekmachines beperkt. Jongeren zijn niet altijd de digital native voor wie men hen houdt (Bauwens et al., 2010; De Bruyne, 2010; Oomes, 2011). Een volwaardige digitale burger zijn, vereist niet enkel de nodige knoppenkennis, maar vaardigheden op heel wat meer terreinen. Ribble, Bailey en Ross (2004) onderscheiden negen competentiegebieden die een digitale burger moet beheersen: online etiquette, communicatie, educatie, toegang, commercie, verantwoordelijkheid, rechten, veiligheid (persoonlijk) en beveiliging (elektronisch).

Nochtans schatten jongeren hun eigen computer- en internetvaardigheden best hoog in, dit in contrast met de bevindingen van onderzoekers en leerkrachten. De basisvaardigheden, zoals een tekst typen met een tekstverwerkingsprogramma of een presentatie maken, hebben jongeren wel degelijk onder de knie. Het blijken echter de meer gevorderde vaardigheden, zoals het beheer van een website of het zelf opladen van informatie, waar jongeren moeilijkheden mee hebben. Hoewel zij zichzelf als internetvaardig beschouwen en veel van elkaar leren, verwachten ze toch dat ouders en leerkrachten hen bijstaan in hun online leerproces en helpen met het bijschaven van hun internetvaardigheden. Deze verwachtingen situeren zich op drie gebieden: kwaliteit, technologie en ethiek. Met kwaliteit wordt bedoeld op de omgang met en het beoordelen van webinhouden. Op technologisch vlak willen jongeren vooral iets leren wat ze nog niet kunnen, zoals een video monteren of een eigen website bouwen. Op school worden immers vaak de vaardigheden aangeleerd die tieners al beheersen. Op het vlak van ethiek verwachten jongeren dan weer dat ouders en leerkrachten hen helpen met onderwerpen zoals privacy of (illegaal) downloaden (Bauwens et al, 2010).

Naast het feit dat jongeren op school vaak vaardigheden leren die ze al onder de knie hebben, is wat ze op de schoolbanken leren vaak niet toepasbaar in hun dagelijks leven. Dit vloeit voort uit twee fundamenteel verschillende visies op het internet die jongeren en volwassenen hanteren. Jongeren gaan voornamelijk online om communicatieredenen, ontspanning en entertainment. Het zoeken van informatie komt pas op de derde plaats, in tegenstelling tot volwassenen, die een nood aan informatie opgeven als voornaamste reden om op het internet te surfen. Dit maakt dat jongeren op school en thuis vaardigheden leren die ze niet noodzakelijk kunnen koppelen aan hun dagelijks internetgebruik. Deze vaststelling is zeker interessant in het kader van mediawijze activiteiten in de bibliotheek, waarbij momenteel de meeste aandacht gaat naar informatiegeletterdheid (Bauwens et al, 2010).

De favoriete website van jongeren blijkt 'Facebook' te zijn, een populaire sociale netwerksite. Sociale netwerksites zoals Facebook en Netlog worden vaak omschreven als 'sociale media'. Het begrip 'sociale media' behelst echter veel meer dan alleen dat. Ook blogs, virtuele of gamewerelden, online gemeenschappen en internetprojecten waar men samen iets creëert, zoals Wikipedia, vallen onder deze noemer (Kaplan & Haenlein, 2010; Vanwynsberghe, Boudry & Verdegem, 2012). Jongeren moeten ook met deze internettoepassingen correct leren omgaan. Vanwynsberghe et al. (2012, p. 9) definiëren sociale mediawijze als "*de competenties van individuen om sociale media applicaties op geschikte wijze te gebruiken en sociale media inhouden kritisch te analyseren, te evalueren, te delen en te creëren.*" Bij sociale mediageletterdheid ligt de nadruk dus zowel op het kunnen gebruiken van inhouden, als op het kunnen produceren van media-inhouden. Bovendien kan de mediawijze gebruiker van sociale media opportuniteiten en gevaren herkennen. Goed gebruik van sociale media levert immers heel wat voordelen op voor de gebruiker, aangezien dergelijke applicaties een bijdrage leveren aan user empowerment/emancipatie van de gebruiker. Fout gebruik van sociale media leidt dan weer net tot disempowerment, doordat bijvoorbeeld de privacy van de gebruiker ten grabbel werd gegooit (Vanwynsberghe et al., 2012).

Aangezien heel wat jongeren fervente gebruikers zijn van sociale media, en dan vooral van Facebook, waarop 81% van jongeren met een profiel dagelijks op inlogt, is het bijzonder belangrijk dat jongeren correct omgaan met dit medium. Hierbij is het opvallend dat 12- tot 14-jarigen vaker dan oudere jongeren op verkenning gaan op sociale netwerksites. Hierdoor komen ze dan ook vaker terecht bij bijvoorbeeld de privacy instellingen van de website, die ze veelal aanpassen naar hun voorkeursinstelling (Jeugdwerknet & Graffiti Jeugddienst, 2012).

Nieuws, actualiteit en duiding

Nieuws neemt in onze hedendaagse maatschappij heel wat verschillende vormen aan. Zo lezen we allerhande artikels op het internet (op een vast of mobiel toestel), kijken we naar het journaal op televisie of lezen we een papieren krant. Heel wat personen – waaronder jongeren – gebruiken één of meer media om hun kennis van de actualiteit te onderhouden. Actualiteit is echter geen eenduidig begrip. Nieuws wordt geconstrueerd en journalisten schotelen ons een bepaalde visie op de werkelijkheid voor (Gamson, Croteau, Hoynes & Sasson, 1992). Een kritische blik is zeker gewenst wanneer men nieuws consumeert. Volgens Resmann, Vandenbrande en De Prez

(2010) zijn jongeren helaas weinig kritisch in hun nieuwsomgang. Wat ze op het televisiejournaal zien is per definitie waar en het enige nieuws van de dag. Het televisienieuws blijkt dan ook te fungeren als een maatstaf voor andere nieuwsmedia, zoals de krant. De nieuwswaarde en geloofwaardigheid van berichten wordt door jongeren dan steeds vergeleken met wat ze op televisie zagen. Het televisienieuws wordt bovendien al te vaak beschouwd als een venster op de realiteit (Resmann et al, 2010; Van Bauwel, 2010). Toch meent Van Bauwel (2010) dat jongeren best in staat zijn kritisch na te denken over het nieuws. Ze hebben alvast enig begrip van het nieuwsselectieproces, montagetechnieken en andere productieve variabelen, maar hun kennis en vaardigheden met betrekking tot nieuwsconsumptie is te beperkt (Resmann et al, 2010).

Jongeren combineren verschillende nieuwsplatforms en stellen op die manier het nieuws van hun keuze samen. Uiteraard bestaan er grote verschillen tussen adolescenten onderling. Zo zijn er jongeren die bij voorkeur online nieuws consumeren, tieners die het voornamelijk bij traditionele media houden of enkel gratis nieuws opzoeken, en jongeren die alle mogelijke nieuwsmedia combineren. Wel beperken bijna alle jongeren zich niet tot één medium (Van Cauwenberghe, Beentjes & d'Haenens, 2011). Een multimediale aanpak betreffende nieuwsgeletterdheid en -educatie is dus zeker noodzakelijk (Resmann et al, 2010). Een nieuwsconsumptie naar keuze kent echter risico's: kenniskloven dreigen te ontstaan omdat men enkel leest of kijkt wat men zelf interessant vindt en de gemeenschappelijke publieke sfeer brokkelt af omdat iedereen in zijn eigen individuele nieuwsbubbels vertoeft (Van Cauwenberghe et al, 2011).

In deze tijd van nieuwe media duiken hier en daar stemmen op die menen dat kranten ten dode zijn opgeschreven. Kranten lezende jongeren zouden al helemaal een uitstervend ras zijn. Toch lezen heel wat jongeren de krant, al associëren ze dit medium zelf niet met 'jong zijn'. Jonge krantenlezers beschouwen zichzelf als atypische jongeren, hoewel ze zeker niet alleen staan. De relatie tussen jongeren en kranten is veranderd. Kranten lezen is meer dan het vergaren van informatie want het is tegelijk een recreatief tijdverdrijf. De meerwaarde van de krant ligt volgens hen niet in de kans op duiding via commentaren, analyse- en opiniestukken, maar wel in de transporteerbaarheid. Nochtans bieden kranten de mogelijkheid het nieuws te kaderen in een grotere realiteit en zetten ze aan tot reflectie. Jongeren lijken zich echter niet bewust te zijn van deze reflectieve functie (Resmann et al, 2010).

Beeld

Informatie hoeft niet altijd in tekstuele vorm te verschijnen. Beeld is ook een vorm van informatie, en beeldgeletterdheid (als een facet van mediawijsheid) is van stijgend belang in de sterke hedendaagse beeldcultuur. In de conceptnota mediawijsheid (Lieten & Smet, 2012) wordt beeldgeletterdheid gedefinieerd als *"het vermogen [...] om de gedachtegang en bedoeling van de makers en gebruikers van beelden te volgen"* (Lieten & Smet, 2012, p. 10). Beeldgeletterdheid wapent personen tegen allerlei vormen van misleiding en manipulatie via beelden, zoals propaganda of reclame (Messaris, 1998; Natharius, 2007). Vanuit een meer positieve invalshoek zorgt beeldgeletterdheid ook voor een verrijking van de cognitieve vaardigheden en geeft het individuen meer mogelijkheden op het vlak van het creatieve denken (Messaris, 1998).

In de hedendaagse maatschappij worden jongeren – en volwassenen – voortdurend geconfronteerd met visuele boodschappen. Televisie, film, internet en andere informatie- en communicatietechnologieën zijn allen visuele media waar jongeren regelmatig mee in contact komen (Natharius, 2007; Avgerinou, 2009). Volgens Avgerinou (1997; 2009) leven we momenteel in de *"era of visual culture"* of *"bain d'images"*. Het beeld, en daarmee ook het zicht als zintuig, is belangrijker dan ooit. Personen zijn geneigd het zicht/zien als het meest accurate zintuig te beschouwen, en toch kunnen we ook via het oog misleid worden. 'Zien' lijkt een natuurlijke competentie, die we leren door ervaring. Toch is zien ook iets wat we moeten leren (Avgerinou & Ericson, 1997; Natharius, 2007). Natharius (2007) poneert hierover de stelling *"The more we know, the more we see"*, waarmee hij onder andere wil verwijzen naar de intertekstualiteit die ook in beelden terug te vinden is. Beelden kunnen naar andere beelden verwijzen en men kan beelden anders interpreteren naargelang de visuele (en intellectuele) bagage die men heeft.

Voor Messaris (1998) bestaat beeldgeletterdheid uit het begrijpen en kunnen omgaan met twee basiseigenschappen van de visuele taal. Enerzijds verwijzen beelden naar concepten en is het belangrijk deze beelden te kunnen decoderen als ontvanger. De betekenis van beelden kan daarbij meerdere gelaagdheden bevatten (Semali, 2003). Anderzijds is er ook de 'visuele syntax' van beelden, waarmee de onderlinge relatie tussen beelden bedoeld wordt. Messaris (1998) geeft hierbij het voorbeeld van twee advertenties voor medicijnen waar op de achtergrond een natuurtafereel te zien is, met bloemen, bomen en gras. Daar waarbij het natuurbeeld bij het ene medicijn verwijst naar de natuurlijke ingrediënten van het middel, verwijst hetzelfde natuurbeeld bij het andere medicijn naar de symptomen van hooikoorts die het product dient te bestrijden (Messariss, 1998). Belangrijk bij het decoderen van de visuele boodschap is steeds te bedenken wie de boodschap met welke bedoelingen heeft gemaakt. Daarbij is het eveneens belangrijk te achterhalen wat men niet te zien krijgt. Dezelfde objectieve gebeurtenis kan immers in een andere context heel anders vorm krijgen, vaak afhankelijk van de politieke of culturele voorkeur van de plaatselijke leiders en de invloed die zij kunnen uitoefenen op de media. Ook hebben we zelf persoonlijke filters, die bepalen wat we zien op de manier dat we het zien. We moeten ons dan ook bewust zijn van de eigen achterliggende waarden en normen wanneer we beelden gaan interpreteren. Natharius vergelijkt beelden met een spiegel, waar je ook niet doorheen probeert te lopen. Visuele boodschappen geven de illusie de realiteit te zijn, maar zijn dit allerm minst (Natharius, 2007).

Over de staat van de beeldgeletterdheid van jongeren is tot nog toe weinig geschreven. Wel valt het op dat, hoewel we in deze maatschappij overspoeld worden met beelden, er in het onderwijs zeer weinig aandacht besteed wordt aan beeldgeletterdheid. In het onderwijs ligt de nadruk nog zeer sterk op taal en verbale communicatie. Avgerinou en Ericson (1997) wijden dit gebrek aan aandacht voor beeld in het onderwijs aan het feit dat men denkt dat men niet hoeft te 'leren zien', maar dat dit iets is wat men leert uit directe ervaring. Toch is het belangrijk dat beeldgeletterdheid een plaats krijgt in het schoolse curriculum. Beeldgeletterdheid stelt personen immers in staat de wereld beter te begrijpen. Beelden beïnvloeden onze waarden, attitudes, voorkeuren, ideeën en levensstijl en beeldgeletterdheid verschaft ons meer inzicht in deze processen (Avgerinou & Ericson, 1997; Avgerinou, 2009).

Reclame en commercie

Reclame en commercie vormen meer dan eens een reden tot bezorgdheid bij ouders en onderzoekers. Zo heeft reclame enkele ongewenste en nefaste gevolgen. Advertenties propageren een materialistische levensstijl (Buijzen & Valkenburg, 2003) en reclame voor voedingswaren zou zwaarlijvigheid veroorzaken, hoewel dit laatste zeker niet op eenduidige wijze werd bewezen aangezien andere factoren ook een rol kunnen spelen, zoals veel televisiekijken of computeren, beide activiteiten waarbij weinig beweging vereist is (Zywicki, Holt & Ohlhausen, 2004; Wilde, 2009). Ook kan reclame leiden tot een conflict tussen ouder en kind, dat ontstaat nadat ouders een door het kind gevraagd product weigeren (Atkin, 1978; Buijzen & Valkenburg, 2003). Een ander neveneffect van reclame is 'ongelukkigheid', wat uiteenvalt in enerzijds teleurstelling op korte termijn en anderzijds de meer permanente '*life dissatisfaction*' (Buijzen & Valkenburg, 2003). Tenslotte zou reclame ook seksualisering van jonge meisjes teweegbrengen, maar dit is een vrij controversieel topic (Merskin, 2004; Calvert, 2008).

Reclame uit zich, naargelang het medium, op heel uiteenlopende wijzen. Zo is online reclame vaak in hoge mate verweven met de content. Een goed voorbeeld hiervan zijn de zogenaamde 'advergAMES' (Wise, Bolls, Kim, Venkataraman & Meyer, 2008). Ook wordt het hedendaagse reclamelandschap gekenmerkt door een groot aantal sociale advertenties, veelal op sociale netwerksites, waarbij opinieleiders ingezet worden om de doelgroep te overtuigen (Tucker, 2012). Aangezien adolescenten vaak extra gevoelig zijn voor groepsdruk, is dit een verontrustende trend. De opinie van anderen is voor deze groep veelal bepalend (Buijzen, 2010).

Hoewel kinderen en jongeren vaak blootgesteld worden aan reclame voor volwassenen, zijn zij daarnaast zelf een gegee rde doelgroep voor marketeers. Jongeren beslissen immers veelal mee over de gezins aankopen, beheren een eigen budget en zijn de consumenten van de toekomst (Moore, 2004; Te'eni-Harari, Lampert & Lehman-Wilzig, 2007; Buijzen, 2010). Toch blijken jongeren niet altijd even kritisch om te gaan met reclame. Onderzoek

wees uit dat 11- tot 15-jarigen zich vaak laten overtuigen door de aantrekkelijkheid van de boodschap in plaats van door de inhoud ervan (Te'en-Harari et al., 2007).

Games

Ook video- en online games wekken ongerustheid op bij academici en in de maatschappij. Gewelddadige games zouden jongeren agressief maken en hen aanzetten tot het plegen van gewelddaden. Toch is er onder wetenschappers geen consensus wat betreft de lange termijneffecten van games. Wel werd bewezen dat het spelen van een gewelddadig computerspel op korte termijn een toestand van agitatie kan veroorzaken bij de gamer (De Pauw, Pleysier, Van Looy, Bourgonjon, Rutten, Vanhooven & Soetaert, 2008). Daarnaast werken games verslavend (Fisher, 1994; Van Rooij, Schoenmakers, Vermulst, Van Den Eijnden & Van De Mheen, 2011). Vooral jongeren die multiplayer games spelen, lopen, wegens de sociale druk, risico op een gameverslaving (De Pauw et al., 2008). Uit Nederlands onderzoek bleek echter dat slechts een kleine subgroep (1,5% van de 13- tot 16-jarigen) ernstige symptomen van verslaving vertoont (van Rooij, Schoenmakers, Meerkerk & van de Mheen, 2008). Tenslotte hebben computerspelletjes ook mogelijk fysieke gevolgen voor de speler, zoals geïrriteerde ogen, rug- en hoofdpijn, verwaarlozing van de persoonlijke hygiëne en slaapttekort (De Pauw et al., 2008).

Mediawijsheid, en dan meer specifiek 'gamegeletterdheid', vrijwaart jongeren van deze negatieve gevolgen. Klimmt (2009) deelt gamegeletterdheid op in drie dimensies. De eerste dimensie betreft het kunnen weerstaan aan de automatische effecten van een videogame, zoals de gewaarwording van een verhoogde staat van opgewondenheid na het spelen. Belangrijk is om steeds een psychologische afstand te behouden tussen wat gebeurt in de game en wat echt is. Ten tweede moet de speler om kunnen gaan met de sociale druk die ervaren wordt in multiplayer games. Tenslotte moet de gamer ook leren omgaan met inertie-effecten die ingebouwd worden in games om te speler te stimuleren langer en vaker te gamen. De speler moet steeds de autonomie behouden over zijn beslissing om al dan niet te stoppen met spelen (Klimmt, 2009).

Het is bewezen dat (gewelddadige) games een aantal mogelijke negatieve gevolgen hebben op de speler, maar voor het leeuwendeel van de gamers blijven deze effecten beperkt. Computerspelletjes kunnen zeker ook positieve gevolgen hebben, zoals het bijbrengen van intellectuele vaardigheden, probleemoplossend denken, strategieontwikkeling en creativiteit (De Pauw et al., 2008). Games kunnen ook ingezet worden in heel diverse contexten, zoals het onderwijs of de gezondheidssector, om 'serieuze' doelen te dienen. Men spreekt dan van '*serious games*' (De Pauw et al., 2008; Bannier, 2010).

In België blijkt gamen een populaire vrijetijdsbesteding te zijn. Uit onderzoek van het Onderzoeks- en Informatiecentrum van de Verbruikersorganisaties (OIVO) uit 2010 bleek dat 76% van de 10- tot 17-jarigen gamet. De meeste gamers bevinden zich in de leeftijdsgroep van 10 tot en met 13 jaar. Ook blijken het vooral jongens te zijn die graag computerspelletjes spelen. Negen op de tien jongens gamet, in vergelijking met zes op de tien meisjes (OIVO, 2010; Jeugdwerknet & Graffiti Jeugddienst, 2011). Daarenboven winnen ook de mobiele gameconsoles (bijvoorbeeld Nintendo DS of PSP) aan populariteit. Bij acties rond mediawijsheid voor jongeren is gamegeletterdheid zeker een te behandelen topic.

Mediagebruik van jongeren: cijfers en feiten

Jongeren beschikken veelal over tal van media en digitale technologieën. Ze beperken zich niet tot één medium en zijn werkelijk experts in het switchen tussen media. Dit verklaart grotendeels het succes van multifunctionele toestellen zoals een smartphone of tablet, waarbij men snel van de ene toepassing naar de andere kan overschakelen. Toch blijven ook de meer traditionele media populair. In 2012 beschikte 99% van de Vlaamse 12- tot 18-jarigen thuis over een televisietoestel. Wel daalde het aantal jongeren met een televisie op de slaapkamer van 46% in 2010 naar 32% in 2012, wat wijst op het feit dat tieners steeds vaker bewegende beelden bekijken op hun computer in plaats van op een televisietoestel. 61% van de 12- tot 18-jarigen beschikt dan ook over een computer op de kamer, en 99% heeft een internetconnectie thuis (Jeugdwerknet, Graffiti Jeugddienst, 2012).

Jongeren die beroeps- of kunstonderwijs volgen blijken vaker over een televisie en/of computer op de kamer te beschikken dan andere jongeren (Vandercammen & Vandenbrande, 2011). Verder heeft een vijfde van de jongeren tussen 12 en 18 jaar een tablet in zijn bezit, 85% heeft een gametoestel en 61% een mp3-speler. Het bezit van een mp3-speler kende wel een daling van een kwart tegenover 2010. Ook dit kunnen we verklaren door de integratie van deze functie in andere toestellen. (Jeugdwerknet & Graffiti Jeugddienst, 2012).

De gemiddelde Europese 9- tot 16-jarige surft per dag 88 minuten op het internet. Het verschil tussen de 15- en 16-jarigen en de 9- en 10-jarigen is echter groot. De oudste leeftijdsgroep surft dubbel zo veel als de jongere leeftijdsgroep (Livingstone, Haddon, Görzig & Olafsson, 2011). Bovendien blijkt ook het gebruik te verschillen tussen oudere en jongere tieners. Zestienplussers gebruiken het internet om hun vrijetijdsbesteding te plannen, in contrast met de -14-jarigen, voor wie het internet vaak een vorm van vrijetijdsbesteding op zich is aangezien zij vaak nog niet alleen op stap mogen. Voor 80% van de 12- tot 18-jarigen is Facebook de meest bezochte site. Ook andere sociale netwerksites, zoals YouTube en het inmiddels opgedoekte MSN, kwamen uit het onderzoek als populaire sites naar voren. Surfen wordt voornamelijk via een computer gedaan. Slechts 33% van jongeren gaf aan het internet te gebruiken via zijn of haar smartphone. Deze jongeren doen dit dan meestal via het WiFi netwerk thuis of elders. Een minderheid van tieners beschikt immers over een mobiel data abonnement. Jongeren gebruiken hun gsm voornamelijk om te sms'en, te bellen, foto's te nemen en muziek te beluisteren (Jeugdnetwerk & Graffiti Jeugddienst, 2012).

Het verschil in mediabezit met socio-economisch kwetsbare tieners is groot. Zij blijken beduidend minder vaak over mediatoestellen te beschikken. Het verschil is vooral merkbaar in verband met het bezit van een computer, radio, vaste telefoon of tablet. De socio-economische status van jongeren heeft dan weer minder invloed op het bezit van een gsm of smartphone (Jeugdwerknet & Graffiti Jeugddienst, 2012).

De hedendaagse bibliotheek

Traditionele en nieuwe functies van de bibliotheek

Vrijheid, democratie en persoonlijke ontwikkeling zijn al van bij het ontstaan van de openbare bibliotheek, tijdens de Franse revolutie, kernwaarden. Dit beeld van de openbare bibliotheek past binnen de Verlichting. De betere burgerij wilde zich op het einde van de 18^e eeuw losmaken van de dominantie van kerk en adel en de openbare bibliotheek fungeerde hierin als een plek waar vrije dialoog mogelijk was. Om via deze dialoog tot politieke beslissingen te komen zijn redelijke argumenten door partijen nodig en dit creëert een nood aan informatie. Later zette de burgerij zich in voor de emancipatie van de arbeidersklasse, waarbij de oprichting van openbare leeszaal een belangrijke eis was. De bibliotheek moest onbeperkte toegang bieden tot informatie, zodat de burger zichzelf kon ontwikkelen en in staat werd gesteld te kunnen participeren op democratisch vlak (Huysmans & Hillebrink, 2008).

In de praktijk blijkt echter dat personen – zowel vroeger als nu – andere, vooral recreatieve, redenen hebben om de bibliotheek te bezoeken, namelijk omdat ze graag lezen. Daarenboven wordt de traditionele opdracht van de bibliotheek, het onbeperkt aanbieden van informatie, in zekere mate uitgehold door de komst van nieuwe media, zoals het internet, waar informatie gratis en vrij toegankelijk aanwezig is (Den Boef; Nijboer & Kircz, 2008; Huysmans & Hillebrink, 2008). De informatiefunctie van de bibliotheek heeft dus aan belang moeten inboeten.

Frank Huysmans (2006) onderscheidt, naast de informatiefunctie, nog vier andere functies van de hedendaagse bib. De bibliotheek is ook een *“centrum voor ontwikkeling en educatie”*, een *“encyclopedie over kunst en cultuur”*, een *“inspiratiebron voor lezen en literatuur”* en een *“podium voor ontmoeting en debat”* (Huysmans, 2006, p.22). Het marketingplan van LOCUS (2008), het Vlaams steunpunt voor bibliotheken, cultuur- en gemeenschapscentra en lokaal cultuurbeleid, stelt dat het product van de bibliotheek afgestemd moet worden op vier behoeftes: informatie, ontspanning en cultuur, educatie en ontmoeting (Coltura & Vercruyssen, 2008). Den Boef et al. (2008) spreken dan weer over de zogenaamde *‘experience library’*, waarbij de bibliotheek een centrum is voor ervaringen

met betrekking tot entertainment, educatie of esthetiek. Deze verschillende visies wijzen vooral op het feit dat de bibliotheek meer is dan een plek waar men informatie kan raadplegen.

De bibliotheek is, net zoals de samenleving, onderhevig aan technologische verandering. Enerzijds doet deze technologische evolutie de bestaansreden van de bibliotheek wankelen. Anderzijds creëert deze trend ook nieuwe bestaansredenen, onder andere op het vlak van mediawijsheid (Huysmans, 2006; Oomes, 2011). Heel wat bibliotheken beantwoorden aan de technologische evolutie door zelf ook te innoveren, zowel op het vlak van de digitale infrastructuur als op het gebied van digitale diensten en producten (Calff, 2008). De bibliotheek is dus steeds meer een online ruimte dan een fysieke ruimte. (Kapitzke, 2001; De Bruyne, 2010). Kapitzke (2001) benoemt deze online ruimte als de '*cybrary*'. Bezoekers verwachten een digitaal aanbod van de bibliotheek zodat de dienstverlening compatibel is met hun drukke levens (Huysmans & Hillebrink, 2008). Toch meent De Bruyne (2010) dat net de fysieke ruimte van de bib een grote troef is, over de invulling ervan moet dan ook goed nagedacht worden. De bibliotheek is immers een plek waar men kan ontsnappen aan de drukte en snelheid van de dagelijkse realiteit en op zoek kan gaan naar verdieping. De bibliotheek kan jongeren (en volwassenen) ook bijstaan in de selectie van informatie en hen wegwijs maken in het overaanbod van informatie (De Bruyne, 2010). Hierbij fungeert de bibliotheek dus zowel als een centrum voor informatievoorziening en als een centrum voor meta-informatie. De bib is dus een plek voor informatie over de informatie, waarbij de term 'informatie' ook cultuur en literatuur omvat (Huysmans, 2006). De bibliotheek blijft de plek bij uitstek voor het vinden van betrouwbare informatie, waaraan in de hedendaagse samenleving steeds meer behoefte is vanwege de steeds toenemende kwantiteit en niet per se verbeterde kwaliteit van informatie (Oomes, 2011).

Zoals eerder vermeld, is de bib ook een plaats voor ontspanning en ontmoeting en een plek voor verdieping waar men kan ontsnappen aan de dagelijkse vluchtige en razendsnelle informatiestroom (De Bruyne, 2010). Bij het uitwerken van de fysieke plek van de bibliotheek houdt men dan ook best rekening met dit pluspunt van de bibliotheek. De Bruyne (2010) stelt bovendien dat niet alles wat in de bib ondernomen wordt ook per se met boeken, literatuur of muziek te maken hoeft te hebben.

Jongeren en de bibliotheek

Vanaf twaalf jaar lezen jongeren minder en gaan ze minder vaak naar de bibliotheek. Andere vrijetijdsbestedingen, zoals computeren of gamen, winnen aan belang, zodat het bibliotheekbezoek naar de achtergrond verschuift. Voor de bibliotheek zijn de 16- en 17-jarigen de moeilijkste te bereiken doelgroep. Ze associëren de bib vooral met boeken, en lezen is volgens hen iets wat je doet voor school. (Stalpers, 2005; Deinum, 2010; Huysmans & Hillebrink, 2010; Siebelhoff, Caarles & Cheung, 2010). Jongeren die over een internetaansluiting beschikken in de thuisomgeving én deze efficiënt weten te gebruiken, gaan minder naar de bibliotheek om te voorzien in hun informatiebehoefte. Wel bezoeken zij de bib voor school, bijvoorbeeld om een groepswork te maken (D'Elia, 2007).

Wanneer jongeren later een gezin stichten, vanaf twintig jaar, is er weer een lichte stijging in het bibliotheekgebruik. Toch is het opvallend dat het bibliotheekgebruik bij alle bevolkingsgroepen, ongeacht leeftijd of opleidingsniveau, terugloopt (Glorieux, Moens, Van Thielen, 2004; Huysmans & Hillebrink, 2010).

Redenen voor deze terugloop zijn divers: er is uiteraard de concurrentie van andere media, waaronder het internet. (Huysmans & Hillebrink, 2010; Martens & Bauwens, 2010). Toch appreciëren jongeren het feit dat ze in de bibliotheek kunnen surfen op het internet, al volstaat het louter aanbieden van een computer met internetaansluiting niet. De meeste jongeren beschikken thuis immers over de nodige technologieën, waardoor internettoegang geen echte meerwaarde vormt. Het aanbieden van gratis draadloos internet is dan wel weer iets dat jongeren naar waarde schatten (D'Elia, 2007; De Bruyne, 2010).

Naast de toenemende concurrentie van andere media blijken mensen eveneens vaker boeken te kopen of als geschenk te krijgen dan ze uit te lenen (Huysmans & Hillebrink, 2010). Daarnaast lezen de meeste jongeren vooral omdat het moet voor school. Deinum (2010) spreekt over deze trend als een zeer verontrustend, aangezien

leesplezier correleert met een hoge betrokkenheid en klantentrouw in de bibliotheek. Deinums (2010) visie is echter in sterke mate gebaseerd op de idee van de bibliotheek als een boekencentrum, terwijl de bib in de realiteit zoveel meer is dan dat. Toch blijkt het idee van de bib als boekencentrum ook onder jongeren sterk te leven. Jongeren geven de bibliotheek een lage score op het vlak van '*fitness-for-use*', zo zegt Stalpers (2005). Jongeren denken dat de bib niet in staat is om hun (vrijtijds)behoeften te vervullen. Uiteraard hoeft het oordeel van jongeren niet te stroken met de realiteit, maar het leert veel over het imago dat de bibliotheek heeft bij deze doelgroep (Stalpers, 2005). Het inwilligen van wensen en noden van jongeren is een hele opgave aangezien het niet om een homogene groep gaat. Er bestaat niet zoiets als één jongerencultuur of dé jongere. Jongeren willen geen etiket opgeplakt krijgen. De bibliotheek houdt best rekening met de heel uiteenlopende wensen, voorkeuren en behoeften van jongeren (De Bruyne, 2010).

Jongeren associëren de bibliotheek met stilte en ervaren dit als zinvol en normaal. Dit biedt hen de mogelijkheid er rustig voor school te werken wanneer de thuisomgeving hiervoor te druk is. Tegelijk is het een reden waarom jongeren niet vaker naar de bibliotheek gaan. Heel wat tieners hebben immers het gevoel dat weinig mag in de bibliotheek. De bibliotheek wordt daarom zelden bezocht voor recreatieve doeleinden, en wel geschikt bevonden voor leeractiviteiten (De Bruyne, 2010).

Stalpers (2005) schrijft de bib drie belangrijke taken toe wat betreft het jongerensegment. Ten eerste moet de bibliotheek (1) adolescenten stimuleren om beter, vaker en meer complexere teksten te lezen. Ten tweede gaat het over (2) informatiebemiddeling. De bibliotheek heeft de opdracht om informatie, in welke vorm dan ook, ter beschikking te stellen. Dit impliceert dat de bibliotheek ook toegang voorziet tot digitale bronnen en de gebruiker bijstaat in het strategisch gebruik. Tenslotte heeft de bibliotheek een (3) educatieve taak. Hierbij is een nauwe samenwerking met het onderwijs van cruciaal belang. Wanneer de bibliotheek er niet in slaagt jongeren aan zich te binden, bestaat het risico dat zij niet in staat zal zijn om deze taken te vervullen (Stalpers, 2005).

Mediawijsheid in bibliotheken

Deze sectie bespreekt hoe mediawijsheid in bibliotheken aan bod kan komen, met in het achterhoofd de focus op jongeren uit het secundair onderwijs. Ook mogelijke kansen en uitdagingen op het vlak van een samenwerking met het secundair onderwijs komen aan bod.

Strategieën om mediawijsheid te bevorderen

De bibliotheek is er in geslaagd een gevestigde waarde te worden op het vlak van toegang tot computers en het internet. De Belgische bibliotheken scoren op dit vlak zeer goed, aangezien in elke bib toegang tot computers en het internet aanwezig is (Quick, Prior, Toombs, Taylor & Currenti, 2013). We gaven reeds aan dat jongeren het enorm appreciëren wanneer ze in de bibliotheek gebruik kunnen maken van een draadloos netwerk (De Bruyne, 2010). Op dit moment beschikt iets minder dan één derde van de Vlaamse bibliotheken over een draadloos netwerk (Bios, 2011). De acties van de bibliotheek mogen echter niet beperkt worden tot het louter aanbieden van toegang. Mediawijsheid is immers een kwestie van vaardigheden en attitudes (Van Mil, Kuipers, Van Gampelaere & Dunning, 2010). De bibliotheek is de expert op het vlak van informatiegeletterdheid, en kan via deze insteek dus ook mediageletterdheid stimuleren. De bib kan een sleutelpositie innemen bij het verbeteren van de mediavaardigheden en kritische zin van jongeren specifiek, en de algehele bevolking in het algemeen (Nijboer & Hammelburg, 2009). Stalpers (2005) meent dat de bibliotheek, naast het voorzien van toegang, nog op drie andere facetten van mediawijsheid kan inzetten, namelijk het vergroten van de technische kennis, het aanbrengen van structuur in de aangeboden informatie, en het bijbrengen van strategische vaardigheden.

Ook Oomes (2011) stelt dat de altijd aanwezige gidsrol van de bibliotheek ook in een digitale maatschappij belangrijk blijft, weliswaar op een andere manier dan voorheen. De bibliotheek staat gebruikers bij in het zoeken en vinden van informatie en bij het interpreteren en kritisch beoordelen ervan. Hoewel jongeren correct leren

omgaan met informatie een belangrijke taak van de bibliotheek is, zijn er nog andere vormen van mediawijsheid die aandacht verdienen.

Contentproductie krijgt best ook een plaats in mediawijze programma's. Door de opkomst van web 2.0 en sociale netwerksites is de creatie van mediacontent iets waar we rekening mee moeten houden. Voor de bibliotheek zorgt deze trend enerzijds voor een uitdaging – hoe kunnen we contentproductie inpassen in huidige of nieuwe mediawijsheidprogramma's? – en anderzijds biedt dit ook opportuniteiten. In plaats van de bibliotheek als 'lesgever' over traditionele media wordt de bib dan een platform waar men zelf met media aan de slag kan gaan en zelf media-inhouden kan produceren (Nijboer & Hammelburg, 2009). In het onderzoeksrapport van Van Mil et al. (2010) over de rol van Nederlandse bibliotheken bij het stimuleren van mediawijsheid onderscheidt men zes typen initiatieven die bibliotheken kunnen ondernemen. Programma's met betrekking tot web 2.0 toepassingen zijn hier één van. Onderwerpen die aan bod kunnen komen zijn bloggen, sociale netwerksites, RSS feeds, wiki's en podcasts. Een tweede soort initiatief omvat contentcreatie door het maken van film of andere inhoud. Hier ligt de focus op (nieuws)berichtgeving. Een derde type initiatief betreft het omgaan met computers en het internet. Het gaat hier om het aanleren van basisvaardigheden zoals e-mailen, printen of internetbankieren. Veel bibliotheken hebben reeds een aanbod op dit vlak (Van Mil et al., 2010). Tegelijk beschikken heel wat jongeren al over deze knoppenkennis en hebben dus minder baat bij deze initiatieven. Jongeren hebben nood aan het leren evalueren, analyseren en synthetiseren van informatie (Garrod, 2001). De volgende twee typen initiatieven gaan over deze vaardigheden. Het vierde type initiatief gaat over het ontsluiten van informatie en de vijfde vorm betreft het zoeken en beoordelen van informatie (Van Mil et al., 2010). Het laatste soort initiatief gaat over het oefenen in lezen en schrijven. De auteurs menen dat begrijpend lezen een essentiële voorwaarde is om mediawijs te kunnen handelen.

Ook Martens en Bauwens (2010) menen dat het lezen van boeken en geletterdheid in de klassieke zin van het woord belangrijk is voor andere vormen van mediageletterdheid. Zij spreken in deze context van '*multigeletterdheden*'. Enerzijds is er de functionele geletterdheid, met betrekking tot woordenschat, grammatica en taalgebruik. Anderzijds is er de culturele geletterdheid, wat een meer kritische vorm van geletterdheid betreft. Het gaat hier om de vertrouwdheid met culturele waarden en normen, tradities, stereotypes, vooroordelen en de historische ontwikkeling van een maatschappij. Martens en Bauwens (2010) stellen dat *"een optimale mediaconsumptie . . . in alle gevallen het samenspel van een functionele geletterdheid en een culturele geletterdheid [veronderstelt]"* (p. 49), en laat het boek nu net het medium zijn om deze geletterdheden tot stand te brengen. Om kritisch om te gaan met media is in de eerste plaats een zeker niveau van leesvaardigheid vereist (Martens & Bauwens, 2010). Boeken lezen blijft – ook in een tijd waarin digitale technologieën de bovenhand dreigen te krijgen – belangrijk. De bibliotheek mag leesbevordering dus zeker niet verwaarlozen.

Leesvaardigheid focust op de bekwaamheid van studenten om geschreven informatie te verwerken en gebruiken in realistische situaties. De volgende data komen van het PISA-programma (Programme for International Student Assessment), een internationale door de OESO ontwikkelde standaard. Het PISA-onderzoek test om de drie jaar kennis en vaardigheden die essentieel zijn voor een volwaardige deelname aan de moderne maatschappij. PISA definieert leesvaardigheid als *'het begrijpen, het gebruiken van, het reflecteren op en het zich inlaten met geschreven teksten, zodat iemand zijn doelen kan bereiken, zijn kennis en capaciteiten kan ontwikkelen en kan participeren in de maatschappij.'* Het gaat daarbij dus verder dan het louter decoderen van informatie en het letterlijk interpreteren van wat in teksten geschreven staat. Leesvaardigheid benadrukt de vaardigheden van de leerlingen om geschreven informatie te gebruiken in realiteitsgebonden contexten. Leesvaardigheidsniveau 1 of lager betekent dat de leerlingen niet succesvol zijn op de basisindicatoren voor leesvaardigheid die PISA meet. Deze jongeren hebben grote problemen om geschreven informatie te decoderen en te gebruiken om hun kennis en capaciteiten te ontwikkelen (Van Soom, 2012). Uit de PISA-gegevens blijkt dat bijna 1 op 5 jongeren het moeilijk heeft om vlot met geschreven boodschappen om te gaan (Van Soom, 2012).

Naast het ontwikkelen van programma's die rechtstreeks voor de eindgebruiker bedoeld zijn, is het ook mogelijk om initiatieven uit te werken voor instructeurs van mediawijsheid, zoals bijvoorbeeld leerkrachten. Vaak heeft deze groep zelf onvoldoende kennis om jongeren bij te staan in hun mediaconsumptie en –productie. Daarom is het

belangrijk dat de bibliotheeksector actief samenwerkt met andere sectoren, zoals het onderwijs en de media (Nijboer & Hammelburg, 2009).

Mediawijsheid van het bibliotheekpersoneel

Een succesvol mediawijsheidprogramma is enkel mogelijk indien ook het bibliotheekpersoneel zelf over de juiste mediavaardigheden beschikt. Daarom is het trainen en motiveren van deze groep onontbeerlijk. Bovendien blijkt uit onderzoek dat de nodige ondersteuning tijdens een programma leidt tot meer creativiteit en zelfvertrouwen van het bibliotheekpersoneel, wat het initiatief alleen maar ten goede kan komen (Nijboer & Hammelburg, 2009). Wanneer we de kenmerken van het Vlaamse bibliotheekpersoneel bestuderen, merken we echter op dat de gemiddelde leeftijd van de bibliotheekmedewerker 46,1 jaar is en dat slechts 1% van de medewerkers jonger is dan 25 (Naessens, 2013). Door hun relatief hoge leeftijd hebben heel wat bibliotheekmedewerkers, zonder te willen veralgemenen, het moeilijk om de technologische vooruitgang bij te houden en beschikken zij vaak niet over de nodige digitale vaardigheden. Het is belangrijk dat dit personeelssegment leert omgaan met gemaakte (technologische) veranderingen (Garrod, 2001; Spacey, Goulding & Murray, 2003).

De bibliotheekmedewerker vereist in deze gedigitaliseerde samenleving een heel ander profiel dan vroeger het geval was. Zo beschikt de nieuwe medewerker over de nodige technische competenties, en helpt hij anderen bij het gebruik van informatie- en communicatietechnologieën waarbij pedagogische vaardigheden van belang zijn. De nieuwe bibliotheekmedewerker is zich bewust van de context, met inbegrip van de specifieke aanwezige doelgroepen, waarin hij actief is. Ook heeft deze medewerker een actieve houding en staat hij open voor samenwerking met andere actoren uit het veld. Hij heeft aandacht voor de doelen van maatschappelijke organisaties en is in staat deze te verbinden met de doelen en het beleid van de bibliotheek (Oomes, 2011). Uiteraard is het cruciaal dat de bibliotheekmedewerker overtuigd is van het nut van mediawijsheid en ICT in de bib (Garrod, 2001; Spacey, Goulding & Murray, 2003).

Het opbouwen van een mediawijs personeelsbestand kan op twee manieren gebeuren (Van Mil et al., 2010). In eerste instantie kan dit via het opleiden van het bestaande bibliotheekmedewerkers. Hierbij is het essentieel dat de training een duidelijke meerwaarde biedt en een ruimere focus kent dan enkel het aanleren van ICT-vaardigheden. Een pedagogische invalshoek en een benadering vanuit de specifieke bibliotheekcontext is een must (McCarney, 2004). Onderzoek wijst uit dat oudere werknemers minder geneigd zijn een opleiding en vorming te volgen. Daarom moet het nut en praktisch belang van dergelijke opleidingen heel duidelijk gesteld worden (Vanderbiesen & Djait, 2009).

Een andere manier is het aanwerven van mediawijze professionals die een nieuwe wind laten waaien door de bibliotheek en hun expertise inzetten in tal van projecten (Van Mil et al., 2010). Aangezien heel wat huidige bibliotheekmedewerkers stilaan de pensioengerechtigde leeftijd bereiken, kan men bij de selectie van de vervangende medewerkers best rekening houden met deze nieuwe eisen. Het opstellen van een duidelijk functieprofiel is een eerste stap en het is evident dat ook opleiders van bibliotheekpersoneel een rol te spelen hebben in dit mediawijs verhaal. Een goede afstemming op de noden van de bibliotheeksector van de opleidingen is dan ook een must (Oome, 2011).

Samenwerking met het secundair onderwijs

Bij het uitwerken van een strategie voor het bevorderen van de mediawijsheid van jongeren in de bibliotheek, kan en mag een nauwe samenwerking met het secundair onderwijs niet ontbreken. Stalpers (2001) beschrijft in dit verband een vraagstuk uit de Nederlandse context, dat zeker ook toepasbaar is voor België. Hij stelt dat openbare bibliotheken doorgaans nauwe samenwerkingsverbanden hebben met het basisonderwijs. Beide partijen zien elkaar als een natuurlijke samenwerkingspartner, aangezien leren lezen en leesbevordering gemeenschappelijke werkdomeinen zijn. In het voortgezet of secundair onderwijs zien we echter beduidend minder samenwerkingen. Leerkrachten willen hun beperkte lestijd ten volle benutten en een samenwerking met de bibliotheek lijkt daardoor

minder logisch. Een goede profilering vanuit de bibliotheek is noodzakelijk om leerkrachten van de meerwaarde van een dergelijke samenwerking te overtuigen (Stalpers, 2001). De voordelen van een dergelijke samenwerking zijn immers divers: het delen van middelen, verantwoordelijkheden, verminderde kosten, positieve uitkomsten, Daarenboven vergroten partnerschappen de zichtbaarheid en het bereik van de bibliotheek (Brown, 2004).

In het eerder aangehaalde onderzoeksrapport van Van Mil et al. (2010) doet men een aantal concrete aanbevelingen rond welke diensten vanuit de bib kunnen worden aangeboden aan het onderwijs. Ten eerste kan de bibliotheek, of een overkoepelende vereniging, een online lessenpakket voor leerkrachten ontwikkelen. Hierbij is de begeleiding van een bibliotheekmedewerker noodzakelijk om de eventuele gebrekkige kennis en/of vaardigheden rond mediawijsheid van leerkrachten op te vangen. Daarnaast wordt er best een website ontworpen, waarop leerlingen e-modules kunnen volgen. Leerkrachten kunnen deze modules verwerken in hun lessen of huistaken. Tenslotte stelt de bibliotheek aantrekkelijk voorlichtingsmateriaal, bijvoorbeeld rond privacy, ter beschikking van de scholen (Van Mil et al., 2010). Het is echter de vraag of deze concrete acties in elke situatie gewenst zijn. Een analyse van de lokale noden en het reeds aanwezig aanbod wordt best eerst onderzocht vooraleer concrete acties worden opgezet.

Brown (2004) identificeert drie factoren die een samenwerking tussen de bibliotheek en een secundaire school succesvol maken. Ten eerste is het belangrijk dat beide partijen er een gemeenschappelijke visie op nahouden. Hierbij is open dialoog een cruciale voorwaarde. Daarnaast is het van belang dat er sprake is van wederzijds vertrouwen. Tenslotte blijkt de kans op slagen ook afhankelijk te zijn van de mate waarin de doelen gesteld binnen de samenwerking genoeg afwijkend zijn van die van de individuele organisaties. Op die manier heeft elke partij andere kennis of middelen te bieden en vormt de samenwerking ook werkelijk een meerwaarde. Sterke partnerschappen scoren goed op bovenstaande kwaliteiten, en zijn tevens goed op andere vlakken. Zo hebben de partijen uit een geslaagd samenwerkingsverband een netwerk van formele en informele relaties opgebouwd en tonen de medewerkers flexibiliteit om de nodige veranderingen door te voeren (Brown, 2004).

Mediawijze uitdagingen voor bibliotheken

Bibliotheken worden met verschillende uitdagingen geconfronteerd bij het uitwerken van een strategie rond mediawijsheid. De wetenschappelijke literatuur hierover is zeer beperkt, en het identificeren van deze uitdagingen vormt een belangrijke doelstelling van het empirisch onderzoek in deze studie.

De uitdagingen situeren zich zowel op extern als intern niveau. Sommige uitdagingen hebben te maken met beslissingen buiten de bibliotheeksector, zoals bijvoorbeeld de invoering van de maximumfactuur in het onderwijs, wat uitstappen, ook naar de bibliotheek, tegenhoudt (Vermeersch, Van den Cruyce, Vandenbroucke & Segers, 2012). Andere uitdagingen hebben dan wel weer hun basis in de bibliotheek zelf, zoals het belang van competent bibliotheekpersoneel. Het trainen, motiveren en ondersteunen van de medewerkers is dan ook cruciaal, net zoals het aanbieden van de nodige faciliteiten (Nijboer & Hammelburg, 2010; Huysmans, 2006).

Verder dienen we rekening houden met de diversiteit van het bibliotheeklandschap. Niet elke bibliotheek beschikt over evenveel middelen of mankracht en is dus in staat een uitgebreid programma met betrekking tot mediawijsheid op poten te zetten. In grote stedelijke bibliotheken worden bijvoorbeeld heel wat routinematige taken geautomatiseerd, waardoor tijd overblijft voor andere zaken. In kleine bibliotheken worden deze taken echter vaak nog handmatig uitgevoerd (Oomes, 2011). Bibliotheken kiezen best bewust voor het al dan niet ingaan op bepaalde innovaties en kijken best eerst hoe deze technologieën passen binnen de missie, strategie en basisopdrachten van de bibliotheek (Zickuhr, Rainee, Purcell, 2013).

Het is voornamelijk van belang dat de bibliotheek zich duidelijk(er) gaat profileren als een multimediaal instituut. Momenteel wordt de bibliotheek nog al te vaak gepercipieerd als een boekencentrum, hoewel de bib duidelijk meer is dan dat. Een uitgebreidere mediareputatie is noodzakelijk om legitimatie te verwerven voor de

verschillende mediawijsheid programma's die de bib onderneemt. De bibliotheek wordt dan beschouwd als de expert op het vlak van mediawijsheid, naast hun expertise over het medium boek (Van Mil et al., 2010).

Besluit

In deze literatuurstudie werd eerst een introductie gegeven tot het begrip mediawijsheid. Het werd duidelijk dat er heel veel definities bestaan, wat een probleem kan vormen bij de communicatie tussen verschillende individuen of organisaties die rond mediawijsheid willen (samen) werken. In deze studie hanteren we de definitie uit de conceptnota mediawijsheid (Lieten & Smet, 2012): "*Mediawijsheid is het geheel van kennis, vaardigheden en attitudes waarmee burgers zich bewust en kritisch kunnen bewegen in een complexe, veranderende en gemediatiseerde wereld. Het is het vermogen tot een actief en creatief mediagebruik dat gericht is op maatschappelijke participatie.*" (p.10). Ook de mediawijsheidcirkel, ontwikkeld door Mijn Kind Online, komt in het empirisch luik van deze studie nog aan bod. De vier kwadranten, techniek, creativiteit, analyse en reflectie, geven immers een goede en eenvoudige weergave van wat mediawijsheid inhoudt.

De jongerengeneratie van vandaag wordt soms bestempeld als de '*digital natives*', hoewel zij zeker niet allemaal even goed kunnen omgaan met digitale technologieën. Zo staan hun informatievaardigheden zeker niet op punt. De competenties van jongeren blijken het sterkt te zijn op het vlak van (online) communicatie, maar zelfs daar kunnen jongeren nog bijleren wat betreft reflectief mediagebruik. Het is van belang dat jongeren beseffen dat mediawijsheid een werkwoord is waaraan een leven lang aandacht moet besteed worden. Mediawijsheid beperkt zich bovendien niet tot de online omgeving, zo is het bijvoorbeeld belangrijk dat jongeren inzicht hebben in het proces van nieuwsconstructie waarbij het onbelangrijk is of het gaat over online, televisie- of geschreven nieuws.

Ook de correcte, kritische omgang met beelden en reclame blijkt voor jongeren niet altijd evident. Jongeren missen soms de vaardigheden om beelden te duiden of reclame als dusdanig te herkennen.

Hoewel jongeren van vandaag opgroeiden in een gemediatiseerde samenleving, blijken ook zij nood te hebben om op gepaste wijze te leren omgaan met media. Deze nood is hoog aangezien jongeren voortdurend met media bezig zijn. De gemiddelde 9- tot 16-jarige surft immers 88 minuten per dag op het internet, waarbij ze naar sociale netwerksites surfen, online televisie kijken, gamen of de krant lezen.

Na de sectie over mediawijsheid en jongeren, werd onderzocht wat de traditionele en hedendaagse functies van de bibliotheek zijn. Uit de literatuur bleek dat we vandaag vijf verschillende functies kunnen onderscheiden: (1) informatie, (2) inspiratiebron voor lezen en literatuur, (3) educatie, (4) ontspanning en cultuur, en (5) ontmoeting en debat. Door technologische evoluties heeft de informatiefunctie, die voorheen de bovenhand haalde, aan belang ingeboet. De technologische vernieuwing zorgt tevens voor nieuwe bestaansredenen van de bibliotheek, bijvoorbeeld op het vlak van mediawijsheid. De bibliotheek kan, als expert op het gebied van informatie, personen wegwijs maken in het overaanbod aan informatie en hen helpen zoeken, selecteren en interpreteren. Ook de fysieke ruimte van de bib, waar personen terecht kunnen voor verdieping, blijkt een troef.

Om allerlei redenen, waaronder de concurrentie van andere media zoals het internet, gaan jongeren vanaf hun puberteit heel wat minder vaak naar de bibliotheek. Voor heel wat jongeren heeft de bibliotheek een nogal oubollig imago. Het is een plek die nuttig kan zijn voor schoolzaken, maar het is geen plaats waar een tiener zijn vrije tijd wil spenderen. De bib die een mediawijsheidsbeleid voor jongeren wil uitwerken probeert dit imago dan ook best te corrigeren.

Jongeren appreciëren het sterk wanneer een gratis draadloos netwerk ter beschikking wordt gesteld in de bibliotheek. Een mediawijsheidsaanpak mag echter niet stoppen bij toegang. De bibliotheek kan nog veel meer ondernemen, bijvoorbeeld op het vlak van informatievaardigheden of contentproductie. Ook leesbevordering past binnen een mediawijsheidsbeleid, aangezien we door lezen 'culturele geletterdheid' ontwikkelen, waardoor we ook

andere media beter begrijpen. De bibliotheek hoeft haar activiteiten bovendien niet per se te richten op de jongere. Ook instructeurs van mediawijsheid, zoals leerkrachten, vormen een mogelijke doelgroep.

Om het succes van een mediawijsheidsprogramma te verzekeren, zijn de competenties van het bibliotheekpersoneel cruciaal. Kennis en vaardigheden zijn van belang, naast een juiste attitude tot mediawijsheid. Het profiel van de bibliotheekmedewerker is over de jaren heen veranderd. Ervaring met media is onontbeerlijk geworden. Andere mediawijze uitdagingen voor de bib zijn: de diversiteit van het bibliotheeklandschap, de maximumfactuur in het onderwijs, en het imago van de bib als een boekencentrum. De bibliotheek kan zich dan ook best profileren als een centrum voor alle media, naast het boek.

Bij het implementeren van een mediawijsheidsbeleid in de bibliotheek is het verstandig op zoek te gaan naar (lokale) partners. Zo kan de secundaire school een mogelijke samenwerkingspartner zijn. Een partnerschap heeft het voordeel dat men de kosten en verantwoordelijkheden kan delen. De relatie met het secundair onderwijs verloopt momenteel eerder stroef, vergeleken met het basisonderwijs. Het is dus van belang dat beide partijen het nut van een samenwerking inzien. De mogelijke samenwerking met het secundair onderwijs wordt eveneens uitgebreid besproken in het empirisch luik van deze studie. Daarin gaan we op zoek naar concrete samenwerkingsmogelijkheden en onderzoeken we de rol van beide partners in het mediawijsheidverhaal.

Methodologisch opzet

Onderzoeksthema's

Naast het uitwerken van een literatuuronderzoek, waarbij de beschikbare literatuur rond mediawijsheid in bibliotheken bestudeerd werd, werd er ook een empirisch onderzoek tot stand gebracht om een antwoord te bieden op de onderzoeksvragen. In dit onderzoek staat de samenwerking tussen twee leeromgevingen centraal met betrekking tot het thema van mediawijsheid voor jongeren, namelijk de bibliotheek en het secundair onderwijs. In deze studie is het perspectief van de bibliotheek de voornaamste invalshoek. Er wordt onderzocht op welke manier mediawijsheid past binnen de muren van de bibliotheek en hoe er samengewerkt kan worden met het secundair onderwijs om bepaalde mediawijsheidsdoelstellingen te realiseren.

Er zijn drie onderzoeksthema's met verschillende onderzoeksvragen aan de hand waarvan we dit onderzoeken. De onderzoeksvragen worden beantwoord door de literatuurstudie en de resultaten van het eigen empirisch onderzoek samen te brengen. De onderzoeksthema's en -vragen luiden:

- Mediawijsheid en de functies van de bibliotheek
 - Wat zijn de functies van de bibliotheek?
 - Sluit mediawijsheid aan bij deze functies? Waar past mediawijsheid in de bib?
 - Wat betekent mediawijsheid in de context van de bibliotheek?
 - Behoort mediawijsheid tot het takenpakket van de bib?
- Mediawijsheidsbeleid voor jongeren in de bib
 - Wat zijn de noden van jongeren?
 - Wat zijn de sterktes van de bib?
 - Welke aanpak kan gehanteerd worden?
 - Wat zijn succesfactoren en valkuilen?
- Samenwerking bibliotheken en secundaire scholen
 - Wat zijn de sterktes van beide partijen?
 - Wat zijn de noden van beide partijen?
 - Hoe kan een samenwerking geïnitieerd worden?
 - Welke aanpak kan gehanteerd worden?
 - Wat is de rol van beide partners in een samenwerking?
 - Wat zijn succesfactoren en belemmerende factoren?

Het bespreken van de resultaten van het empirisch onderzoek, gebeurt aan de hand van de verschillende onderzoeksthema's. In deze sectie wordt bovenstaande structuur gehanteerd. Het bespreken van de verschillende onderzoeksvragen gebeurt niet afzonderlijk, maar de antwoorden zijn uiteraard wel in de tekst terug te vinden. Deze vragen dienen eerder als leidraad bij het bespreken van de verschillende onderzoeksthema's.

Kwalitatief onderzoek: interviews en focusgroepen met experts

Bovenstaande onderzoeksvragen werden beantwoord aan de hand van een aanpak met interviews en focusgroepen met experts. Alle experts bevonden zich in een goedgeplaatste positie om de nodige informatie te verschaffen. Uiteraard hadden de experts veelal een uitgesproken mening over de besproken topics, waardoor de interviews en focusgroepen dus duidelijk subjectief van aard zijn. We gebruiken de inzichten van de experts niet als de waarheid, doch wel als een tool om inzicht te krijgen in de sociale processen en contexten die relevant zijn

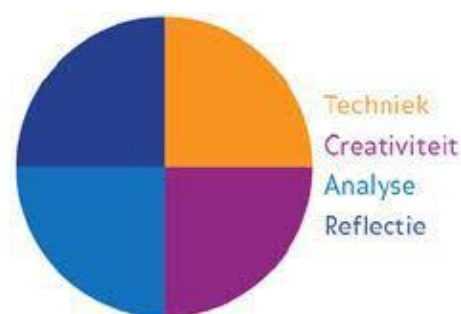
voor het onderzoek. Bovendien willen we met deze onderzoeksmethoden concrete ideeën genereren betreffende de samenwerking rond mediawijsheid in bibliotheken en scholen (Richards, 1996; Aberbach & Rockman, 2002).

Bij de afname van de interviews gebruikten we een semigestructureerde interviewleidraad met open vragen. Dit zorgde voor de nodige flexibiliteit en vrijheid voor de respondent tijdens het interview. Bovendien kan op die manier ingespeeld worden op de antwoorden van de expert. Het nadeel van deze techniek is dat de inconsistente ordening van de antwoorden het moeilijker maakt de antwoorden van verschillende respondenten te vergelijken (Aberbach & Rockman, 2002; Mortelmans 2007). In totaal werden er vijf interviews afgenomen, waarvan twee met bibliotheekmedewerkers en drie met experts uit de onderwijssector. De vragen werden afgestemd op de sector waarin de respondent werkzaam is. De interviewleiden kunnen geraadpleegd worden in bijlage.

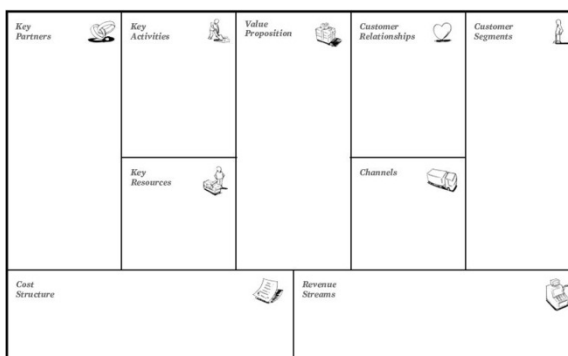
Naast interviews, organiseerden we ook twee focusgroepen, met telkens negen deelnemers. De focusgroepen hadden een duur van tweeënhalf tot drie uur. Focusgroepen zijn uiterst geschikt om verschillende personen rond een bepaald onderzoeksthema samen te brengen en vanuit hun synergie tot bepaalde inzichten of ideeën te komen (Morgan, 1996; Mortelmans, 2007). Voor dit onderzoek konden bijgevolg zowel onderwijs- als bibliotheekpersonen samengebracht worden. Dit is cruciaal aangezien een belangrijk deel van deze studie handelt over mogelijke samenwerkingsverbanden tussen beide instanties.

De focusgroepen kenden een interactieve aanpak, bestaande uit twee delen. In het eerste deel werd aan de respondenten gevraagd individueel uit te maken waar de huidige expertise en actiedomeinen van de eigen organisatie gesitueerd konden worden op de mediawijsheidcirkel (Zwanenberg & Pardoën, 2010). Vervolgens werd aan de deelnemers gevraagd om in groep, verdeeld naargelang hun expertisedomein bibliotheek of onderwijs, de mediawijsheidcirkel voor hun sector te bespreken, voor zowel de huidige als toekomstige situatie.

In het tweede deel werd de scheiding tussen deelnemers uit de onderwijs- en bibliotheeksector opgeheven. Hier werkten we verder met gemengde groepen. De participanten creëerden in groep een samenwerkingsmodel geschikt voor bibliotheken en scholen op het vlak van mediawijsheid. Als hulpmiddel werd het 'business model canvas' (Business Model Generation, 2013) gehanteerd. Deze samenwerkingsmodellen en het draaiboek voor de focusgroepen vind je in bijlage.



Figuur 2: Mediawijsheidcirkel



Figuur 3: Business Model Canvas

Voor Mediawijs.be startte met deze studie, waren er reeds twee focusgroepen georganiseerd door Bibnet. De verslagen van deze sessies werden mee verwerkt in dit onderzoek. Ook de bevindingen van de studiedag

'Mediawijsheid in scholen en bibliotheken'², werden mee in rekening gebracht bij de analyse van de data. Op deze studiedag toetsten we de eerste conclusies van de literatuurstudie, interviews en focusgroepen.

Voorstelling van de respondenten

In deze sectie worden de respondenten kort voorgesteld zodat het duidelijk wordt op welk vlak hun expertise zich bevindt.

Deelnemers interviews

Bart Boelen – Bart Boelen is Lector ICT aan de lerarenopleiding van de KHLeuven en geeft nascholingen en lezingen die gerelateerd zijn aan ICT en onderwijs. Daarnaast begeleidt hij scholen in het gebruik van tablets en konden de onderzoeksprojecten 'Op zoek naar mezelf' en de 'Sociaal Genetwerkte Leraar' op zijn inbreng rekenen. Momenteel werkt hij mee aan de Vlaamse Mediacoach opleiding en ontwikkelt hij als onderwijstechnoloog het traject voor Blended Learning van de KHLeuven, departement lerarenopleiding.

Joke Simons – Joke Simons is onderzoeker en onderzoekscoördinator voor de groep Onderwijs en Vorming aan de Thomas More hogeschool in Mechelen. Ze is actief binnen het onderzoekscentrum Cimis en werkt momenteel aan het project 'Mediawijze leraren'.

Pedro De Bruyckere – Pedro De Bruyckere is regent en pedagoog. Hij verdiept zich al jaren in de leefwereld van jongeren en is een zelfverklaarde verslaafde aan populaire cultuur. Hij werkt momenteel in de lerarenopleiding secundair onderwijs van de Artevelde hogeschool en doet onderzoek naar het gebruik van popmuziek in de klas.

Anneleen Schelstraete – Anneleen Schelstraete werkt als assistent dienstleider op de dienst communicatie van de openbare bibliotheek van Gent. Als één van de deelnemers aan de Mediacoach opleiding verwierf ze expertise op het vlak van mediawijsheid, die ze ook weet te integreren in haar dagelijkse werkpraktijk in de bibliotheek.

Ilse Depré – Ilse Depré is diensthoofd publiekswerking in de openbare bibliotheek van Leuven. In deze bibliotheek zie je duidelijk een sterke focus op digitale activiteiten. Zo neemt Ilse met de bibliotheek deel aan de Digitale Week en is de bib actief op verscheidene sociale mediaplatformen. Voorheen werkte Ilse Depré als projectleider digitale bibliotheken en communicatieverantwoordelijke bij Bibnet.

Deelnemers focusgroepen

De samenstelling van de focusgroepen bestond uit enerzijds enkele experts op het vlak van onderwijs of bibliotheken en anderzijds uit enkele deelnemers van de Mediacoach opleiding, een traject voor professionals die mediawijsheid willen integreren in hun eigen werkpraktijk. Deze opleiding kwam tot stand door de samenwerking tussen Linc vzw, Bibnet, Mediaraven en de KHLeuven. De opleiding is gesubsidieerd door de Vlaamse overheid (Linc vzw, 2013).

De volgende personen namen deel aan één van de twee georganiseerde focusgroepen: Delphien Bastien (Mediaraven), Marleen Dewitte (Bibliotheek Roeselare), Kim Dillen (Bibliotheek Bornem), Elien Gillaerts (CSJM), Hilde Lingier (CVO Brussel en Vlaamse Gemeenschapscommissie), Veerle Marckx (Kranten in de Klas), Ilse Moubax (DKO), Loekie Ruissen (Sint-Joriscollege Eindhoven), Simon Smessaert (CJSM), Patti Stegen (Bibliotheek Wemmel), Dirk Terryn (Canon Cultuurcel), Tina Van Acker (Villa Crossmedia), Wouter Van Den Driessche (Agentschap Sociaal-Cultureel Werk voor Jeugd en Volwassenen) en Hannes van Haverbeke (LOCUS). Elly Van Acoleyen en Koen Vandendriessche, beiden actief bij Bibnet, participeerden in beide focusgroepen.

² Studiedag werd georganiseerd door Bibnet & Mediawijs.be op 24 mei 2013

Empirisch onderzoek

Mediawijsheid en de functies van de bibliotheek

In het theoretisch gedeelte bespraken we de verschillende functies van de openbare bibliotheek. Afhankelijk van de auteur varieert de visie op deze functies, maar algemeen kunnen we stellen dat de belangrijkste functies zijn: (1) informatie, (2) ontspanning en cultuur, (3) ontwikkeling en educatie, (4) ontmoeting, en (5) inspiratiebron voor lezen en literatuur. Deze functies kwamen ook aan bod tijdens de interviews. Ilse Depré van de bibliotheek van Leuven wijst er op dat deze functies in het verleden allemaal vervuld konden worden door boeken. Vandaag zijn er echter heel wat meer media die ingeschakeld kunnen en moeten worden bij het verwezenlijken van de taken van de bibliotheek.

Alle experts zijn van mening dat de bib meerdere media moet aanbieden en inschakelen om deze functies te vervullen. Vooral op vlak van informativaardigheden blijkt hier een groot potentieel te zijn, aangezien de **informatieopdracht** reeds van oudsher één van de belangrijkste taken van de openbare bibliotheek is. Bibliotheken hebben personen altijd bijgestaan in het vinden, interpreteren en gebruiken van informatie en in die zin is mediawijsheid dus geen nieuw concept voor de bib. Alleen zijn naast boeken nu tal van andere media aanwezig waarin informatie te raadplegen valt. Ilse Depré wijst er wel op dat door de toegenomen diversiteit van informatiemedia het omgaan met informatie meer complex wordt. Ze verwoordt het als volgt: *“Bij een boek ligt dat anders. Vooraleer je een uitgever vindt, moet dat toch al min of meer in orde zijn, maar op het internet kan alles gezet worden. Daar kan de bib een rol in gaan spelen, in het begeleiden van personen bij het vinden van informatie.”* Ook Pedro De Bruyckere is zeer te vinden voor de rol van de bibliotheek als gids tussen het overaanbod aan informatie. De bibliotheek dient volgens hem als *“een antigif tegen de filterbubbel”*. Volgens De Bruyckere leven we in een informatiesamenleving waarin *“je bestaat door informatie te produceren”*. Het is dan ook belangrijk mensen hier mee om te leren gaan. Hij meent dat mensen, naast het bijstaan bij het gebruiken van informatie, ook begeleiding wensen bij het produceren ervan.

Uiteraard blijft het **aanzetten tot lezen** een belangrijke functie van de bibliotheek. Hoewel de bibliotheek dit steeds heeft gedaan kan men leesbevordering ook beschouwen als een vorm van werken rond mediawijsheid, zo menen verschillende experts. In de focusgroepen (door Bibnet zelf georganiseerd) kwam ter sprake dat mediawijsheid naast nieuwe media ook de meer traditionele media, waaronder boeken, bevat. Ilse Depré van de bibliotheek van Leuven stelt echter dat leesbevordering zowel slaat op papieren als digitale boeken.

Een derde functie is die van de bib als een plek voor **ontspanning en cultuur**. Ook hier kan mediawijsheid aan bod komen. Bart Boelen wijst er op dat media, in welke vorm ook, cultuurbepalende elementen zijn. Nieuwe en oude media maken een groot deel uit van ons leven en bepalen in sterke mate ons doen en laten. De bibliotheek kan dus zeker een rol spelen bij het wijs leren omgaan met media, door onder andere deze ‘nieuwere’ vormen van cultuur naar de bibliotheek te halen.

De bibliotheek is – in deze vierde functie - ook een plek voor **ontmoeting**. Deze ontmoeting kan fysiek in de bibliotheek of via de virtuele weg gebeuren. *“Alles waar mee gecommuniceerd wordt, is media”*, zo stelt Pedro de Bruyckere. Communicatie en interactie met anderen zijn dan ook de belangrijkste elementen van web 2.0. Aangezien elke bibliotheek in Vlaanderen over één of meerdere computers met internetconnectie beschikt, is deze manier van communicatie en ontmoeting al enige tijd de bibliotheek binnengedrongen. Aan deze ontmoetingsfunctie van de bibliotheek, kunnen mediawijze activiteiten gekoppeld worden, zoals het bewust leren omgaan met hun digitale identiteit en kritisch leren nadenken over wat online gedeeld kan worden en wat niet. De

vijfde en laatste functie, **ontwikkeling en educatie**, kan zeer eenvoudig gelinkt worden aan mediawijsheid, aangezien personen mediawijs maken een vorm van educatie is.

Hoewel bibliotheken al jaren rond mediawijsheid werken – vaak zonder dat dit zo benoemd werd – blijken de technologische evoluties voor de bibliotheken extra taken met zich mee te brengen. De vraag of mediawijsheid werkelijk tot de taak van de bib behoort, is overbodig. Alle experts menen dat mediawijsheid nauw aansluit bij de traditionele opdrachten van de bib. De experts zijn het echter niet eens over de mate waarin de bib zich met mediawijsheid kan en moet bezighouden. Daar waar de onderwijsexperts, Joke Simons, Bart Boelen en Perdo De Bruyckere, een zeer grote rol zien weggelegd voor de bibliotheek op heel diverse terreinen van mediawijsheid, zijn de bibliotheekexperts eerder van mening dat mediawijsheid aan bod kan en moet komen, zolang dit aansluit bij de andere activiteiten van de bibliotheek. Anneleen Schelstraete van de bibliotheek van Gent bekijkt dit vrij nauw en meent dat alle mediawijsheidsactiviteiten moeten aansluiten bij de collectie. Zo zegt Schelstraete: *“Die collectie, dat is een beetje de kern van onze werking hé. [...] Wij zijn geen VormingPlus of avondschool. [...] Dat is wel belangrijk, dat omdat het in de bib is, dat het er toch iets mee te maken heeft”*. Ilse Depré linkt mediawijsheid eerder aan de missie en visie van de bib in het algemeen. Ook op de studiedag van Bibnet kwam dit thema aan bod en bleken de meningen sterk verdeeld. Er werd geopperd dat de ‘collectie’ heel breed geïnterpreteerd kan worden. Zo kan bijvoorbeeld de content op Mediargus ook als deel van de collectie beschouwd worden. Iedereen was het wel eens dat aan elke actie steeds bepaalde leer- of andere doelen moeten worden gekoppeld. ‘Zomaar’ iets ondernemen rond mediawijsheid, is vanzelfsprekend geen goed idee.

Mediawijsheid is dus inherent verbonden met alle functies van de bibliotheek. Uit de interviews met de experts blijkt dat het voor de bibliotheek vooral belangrijk is in te zetten op informatievaardigheden en leesbevordering. Het is onmogelijk even sterk in te zetten op alle aspecten van mediawijsheid. Keuzes maken is dus onvermijdelijk en hierbij worden best twee zaken in acht genomen. In eerste instantie is het belangrijk te weten wat er al gebeurt in de lokale omgeving van de bibliotheek. In sommige steden of gemeentes is een uitgebreid aanbod aanwezig op het vlak van technische vaardigheden, in andere gebieden niet. Dit heeft uiteraard een invloed op het eigen (te ontwikkelen) aanbod van de bib, zo stellen Ilse Depré en Pedro De Bruyckere. Ook in de focusgroepen kwam het belang van een omgevingsanalyse aan bod. Daarnaast is het, zoals reeds aangegeven werd, belangrijk na te gaan hoe mediawijsheidsactiviteiten linken aan de doelen, missie en visie van de bibliotheek.

Uit bovenstaande uiteenzetting wordt duidelijk dat mediawijsheid een zeer omvattend begrip is. Joke Simons waarschuwt dan ook voor de veelheid aan definities die het mediawijsheidveld kenmerkt. Dit is problematisch aangezien *“iedereen denkt over mediawijsheid te spreken, maar je spreekt naast elkaar”*. Simons stelt dat aanbiedende partijen op het vlak van mediawijsheid, zoals een bibliotheek, concreet en duidelijk moeten overbrengen op welke vlakken er ingezet wordt. De mediawijsheidscirkel kan hierbij een nuttige tool zijn. Bovendien is het van belang te vertrekken vanuit de opportuniteiten van mediagebruik en niet alleen aandacht te besteden aan de gevaren van media, zo stellen Bart Boelen en Pedro De Bruyckere.

Mediawijsheidsbeleid voor jongeren in de bibliotheek

Waar moet een mediawijsheidsbeleid op inzetten?

Heel wat bibliotheken beseffen inmiddels wel dat ze ‘iets’ rond mediawijsheid willen en kunnen doen, en zijn zoekende naar hoe ze dit juist kunnen invullen. De eerste stap is het uitwerken van een visie en het nadenken over wat men wil bereiken door mediawijsheid in de bibliotheekwerking te integreren. Vooral Anneleen Schelstraete van de bibliotheek van Gent hamert op het belang van een doordacht beleid.

Uit het literatuuronderzoek bleek dat jongeren zeker niet altijd over de nodige mediavaardigheden beschikken. Ook verschillende experts, waaronder Pedro De Bruyckere en Anneleen Schelstraete, bevestigen dit in de interviews. Jongeren blijken vooral niet steeds kritisch om te gaan met informatie en ook hun zoekstrategieën staan niet op punt. Aangezien informatie aanbieden een duidelijke functie van de bibliotheek is, valt het aan te

raden om op activiteiten op het vlak van informativaardigheden in te zetten. Ook hier blijft het belangrijk eerst te onderzoeken wat reeds door andere lokale organisaties aangeboden wordt. Vooral voor het kwadrant 'techniek' op de mediawijsheidcirkel is dit van toepassing. Immers, een bibliotheek kan, maar hoeft niet, in te zetten op technische vaardigheden van jongeren. Op de studiedag kwam naar voren dat het aanleren van technische vaardigheden zeker belangrijk blijft, maar dat het lokale aanbod bepaalt op de bib hier al dan niet op inzet.

Informativaardigheden situeren zich in het kwadrant 'analyse' van de mediawijsheidcirkel. Volgens de deelnemers van de focusgroepen zijn analyse, samen met reflectie, de grote sterktes van de bibliotheek. Op dit gebied heeft de bib een groot potentieel en de participanten waren het er over eens dat dit potentieel momenteel nog niet volledig benut wordt, onder andere omdat het bibliotheekpersoneel niet altijd over de juiste competenties beschikt. In de sectie over de valkuilen (2.4.2) gaan we hier dieper op in. Reflectie is idealiter impliciet aanwezig in activiteiten waarin de andere kwadranten aan bod komen, zo bleek uit de focusgroepen. De bibliotheek staat minder sterk op het vlak van creativiteit en hoeft dit dan ook niet zelf op te nemen aangezien er tal van andere spelers zijn te vinden die hier als partner kunnen optreden. Wel kan de bibliotheek fungeren als een 'third place' – een term die binnen de focusgroepen aan bod kwam – waar scholen of andere organisaties terecht kunnen om het creatieve te exploreren. De bibliotheek heeft immers heel wat mogelijkheden, vanwege het grote aanbod aan bronnen, media en fysieke ruimte. Ilse Depré stelt bovendien dat een bibliotheek, indien gewenst, zelf kan inzetten op creativiteit, ook al ligt dit minder in lijn met de traditionele functies.

Verschillende experts uit de focusgroepen vinden, net zoals Pedro De Bruyckere, dat toegang belangrijk blijft. *"In onze grote steden, Brussel, Antwerpen, daar merken we dat het post-pc tijdperk veel sneller gebeurt dan dat we verwacht hebben [...]. In Brussel is dat een realiteit voor veel jongeren, vooral voor doelgroepen dan. Dan heb je, bij wijze van spreken, opeens terug computerlokalen nodig. Niet om les te geven, maar omdat je een generatie hebt die heel mobiel online is, maar geen stand-alone reflex meer heeft"*, zo stelt De Bruyckere. Met andere woorden, veel jongeren in steden zijn mobiel online, maar hebben geen vaste computer, wat gevolgen heeft voor hun surfgedrag en –vaardigheden. Volgens De Bruyckere kan de bibliotheek hier een rol in spelen. Toegang hebben tot het internet, diverse informatiebronnen en media is echter de eerste stap naar mediawijsheid. Het is de voorwaarde om mediawijsheid te kunnen trainen en daarom heeft de bibliotheek met de uitgebreide (media)collectie een zeer waardevol instrument in handen.

Tenslotte wijst Ilse Depré er op dat bij de implementatie van een mediawijsheidsbeleid ook rekening dient te worden gehouden met return of investment – *"gaat dat ook iets opleveren voor de bib"*. Wanneer jongeren bijvoorbeeld overtuigd kunnen worden om vaker de bibliotheek te bezoeken, met het project ook ouders bereikt worden, of het imago van de bib verbeterd wordt, dan heeft de activiteit ook voor de bibliotheek een duidelijke meerwaarde gehad.

Concrete voorbeelden

Zowel de focusgroepen als de interviews hebben concrete ideeën gegenereerd met betrekking tot mediawijsheid in de bibliotheek. Bij elk van deze voorbeelden staan jongeren als doelgroep centraal.

Een eerste idee dat zowel door Anneleen Schelstraete als door Pedro De Bruyckere naar voren werd geschoven is dat van een **huiswerkplek in de bibliotheek**, waar verschillende media en bronnen ter beschikking gesteld worden van de aanwezige jongeren. Best wordt er ook begeleiding voorzien met betrekking tot het huiswerk zelf of betreffende het raadplegen van de verschillende informatiebronnen. Deze begeleiding kan maar hoeft niet door de bib zelf te gebeuren. Anneleen geeft te kennen dat heel wat leerlingen en studenten de bibliotheek momenteel beschouwen als een ideale studeer- of werkplek.

Verschillende experts menen dat de bibliotheek uiterst geschikt is als een **experimenteerruimte voor media**. Zo leren jongeren de bib op een totaal andere manier kennen, stelt Ilse Depré. In het verleden lag de klemtoon voor mediawijsheid in bibliotheken vaak op knoppenkennis, waarbij de bibliotheek als lesgever naar voren treedt. Door de bibliotheek open te stellen als een experimenteerruimte creëert men een heel andere relatie met de jongere.

“Het is maar door zelf te doen en te proberen dat jongeren iets leren”, zo zei Bart Boelen op de studiedag, “door een keer tegen de lamp te lopen, hopelijk niet te hard, leer je het wel. Het kan ook zijn dat je iets niet mediawijs produceert, maar door ernaar te kijken leer je wel”. De bibliotheek fungeert in deze context als een veilige omgeving waarin creatief geëxperimenteerd kan worden met media.

Bart Boelen, Joke Simons en Ilse Depré zien voor de bibliotheek dan weer een grote rol weggelegd als **opleiders en begeleiders van andere instructeurs van mediawijsheid**, zoals leerkrachten of lerarenopleiders (train the trainers). Hoewel er in lerarenopleidingen bewust gewerkt wordt aan mediawijsheid, blijkt zeker niet elke pas afgestudeerde leerkracht mediawijs te zijn. Pedro De Bruyckere wijst er op dat de afstuderende leerkrachten vaak niet in aanraking zijn gekomen met mediawijsheid in hun eigen schoolcarrière aangezien de vakoverschrijdende eindterm pas dateert uit 2010. Voor veel (ietwat) oudere leerkrachten is mediawijsheid dan weer een nieuw concept. Bart Boelen meent dat leerkrachten *“een duwtje in de rug nodig hebben”*. Leerkrachten voelen zich vaak niet sterk genoeg, zowel op technisch vlak als breder, om aan de slag te gaan met media. Iemand moet hen duidelijk maken dat *“je zelf niet per se Facebook moet hebben. Je kan ook jouw leerlingen de hemd van het lijf vragen over hoe dat allemaal werkt. Kritische vragen stellen, zo breng je hen ook iets bij. Men moet leerkrachten tonen dat ze er niet bang van moeten zijn”*. Volgens Boelen kan de bibliotheek een rol spelen in de vorming en begeleiding van leerkrachten. Door pedagogische studiedagen te organiseren in de bibliotheek, maakt men leerkrachten bovendien warm voor de hele werking van de bib, zo meent Ilse Depré.

De bibliotheek hoeft niet steeds zelf een aanbod uitwerken, zo menen verschillende deelnemers van de focusgroepen. De bibliotheek kan ook functioneren als een **‘third place’**, een plek waar organisaties of scholen terecht kunnen voor vormingen op het vlak van mediawijsheid. De bibliotheek bezit immers heel wat materialen en ruimte en kan die eenvoudig ter beschikking stellen van derden. Ook hier blijft het echter van belang dat de bib nagaat in welke mate dergelijke activiteiten passen bij de doelen, missie en visie van de bibliotheek. Deze kunnen vrij ruim geïnterpreteerd worden. Op de studiedag gaf iemand het voorbeeld dat een actie, die in misschien niet zo nauw aansluit bij de activiteiten van de bibliotheek, wel op ander vlak nuttig kan zijn, bijvoorbeeld om een ander imago van de bib te bewerkstelligen of om meer bekendheid te generen. Ook dit zijn mogelijk doelen zijn van de bibliotheek.

Succesfactoren en valkuilen

Succesfactoren

Uit het interview met Anneleen Schelstraete kwam het belang van een duidelijk beleid en visie naar voren. Het is cruciaal dat de **mediawijze werking** van een bibliotheek steeds **gekoppeld** wordt **aan de doelen, missie en visie** van de bibliotheek. Door de mediawijsheidsactiviteiten in een duidelijk plan uit te werken, krijgt de bib een goed overzicht van de domeinen waarop reeds actie is, en waar lacunes zijn. Door een systematische planning wordt taken verdelen eenvoudiger en verhoogt de efficiëntie. Schelstraete meent dat in vele bibliotheken er door verschillende medewerkers naast elkaar gewerkt wordt. Men is niet op de hoogte van wat de ander doet rond mediawijsheid. *“Mediawijsheid zit versplinterd in de organisatie, de taken zijn niet goed gedefinieerd”*, zo stelt Anneleen Schelstraete.

Andere succesfactoren die in de interviews en focusgroepen geïdentificeerd werden, hangen samen met de valkuilen, die in de volgende sectie worden behandeld. Zo is het voor een succesvol mediawijsheidsbeleid van belang dat de **bibliotheekmedewerkers** over de nodige **kennis, vaardigheden en attitudes** beschikken met betrekking tot het aanwenden van technologieën en mediawijsheid in de bib. De keuze van de juiste aanpak voor het bereiken van jongeren is eveneens cruciaal.

Valkuilen en mogelijke oplossingen

Een eerste valkuil werd door bijna alle experts uit de interviews en focusgroepen geïdentificeerd. Het betreft de **competenties** waarover **bibliotheekmedewerkers** best beschikken, wil men een succesvol mediawijsheidsbeleid

opzetten in de bib. De experts geven aan dat niet elke bibliotheekmedewerker over de nodige kennis, vaardigheden en attitudes beschikt. Medewerkers kunnen best zelf correct omgaan met (nieuwe) media, en hebben een positieve houding tegenover deze technologieën en mediawijsheid in het algemeen als functie voor de bibliotheek. Zowel Anneleen Schelstraete als Ilse Depré vertellen dat dit momenteel soms niet het geval is. De hogere leeftijd van heel wat bibliotheekmedewerkers kan hier een mogelijke verklaring zijn, zo menen zij. Depré verwoordt het als volgt *“Het personeel van sector is eerder oud, en dat vormt soms een probleem voor het digitale aspect van mediawijsheid. Om er echt op te kunnen inzetten, moeten de medewerkers ook zelf de competenties hebben, en dat is zeker niet altijd het geval momenteel”*. Uiteraard mag er niet veralgemeend worden en zijn er oudere werknemers die wel zeer begaan zijn met het onderwerp van mediawijsheid in de bib. Depré merkt ook op dat personen die op pensioen gaan steeds vaker vervangen worden door personen die wel over de nodige competenties beschikken. Bibliotheken worden er zich bewust van dat een verscheidenheid aan profielen een meerwaarde is en dat personen zonder bibliotheekachtergrond ook van betekenis kunnen zijn voor de bibliotheek.

De expertise op vlak van mediawijsheid is ook zeer ongelijk verdeeld in de bibliotheek. In grote bibliotheken zijn er vaak enkele medewerkers die over zeer veel kennis en vaardigheden beschikken, terwijl anderen net helemaal geen competenties met betrekking tot mediawijsheid hebben. In kleine bibliotheken zijn de mediawijsheidexperts veelal nog schaarser. De experts uit de bibliotheeksector menen dan ook dat iedereen best beschikt over enkele basiscompetenties. Het bibliotheekpersoneel dat contact heeft met het publiek kent de aspecten van mediawijsheid waar het publiek mee in aanraking komt en heeft de technologieën zelf ook onder de knie zodat bezoekers met vragen verder worden geholpen. Daarnaast kunnen er in grote bibliotheken enkele experts aanwezig zijn, om zelf projecten met betrekking tot mediawijsheid op te zetten samen met relevante partners. Ilse Depré is van mening dat deelnemers aan de Mediacoach opleiding, deze expertfunctie zeker kunnen invullen.

Om de nodige expertise naar de bibliotheek te halen – zowel de basiscompetenties als de meer gevorderde kennis en vaardigheden – is het van belang om bibliotheekmedewerkers op te leiden. Daarnaast kan men bij vervangingen van werknemers die op pensioen gaan, ook rekening houden met de nodige competenties op het vlak van mediawijsheid. Tenslotte is het ook van belang dat medewerkers ook over de nodige capaciteiten beschikken om met een jeugdige doelgroep te werken. Dit betekent inlevingsvermogen in de wereld van jongeren en het hanteren van gepaste methoden om deze groep te benaderen, zo stelt Ilse Depré.

Dit laatste blijkt zeker niet evident te zijn. Een tweede valkuil die door verschillende experts geïdentificeerd werd betreft dan ook de **relatie die jongeren met de bib hebben**. We zagen al in het literatuuronderzoek dat jongeren vanaf hun puberteit veel minder tot niet de bibliotheek bezoeken. Om een mediawijsheidsbeleid voor jongeren te implementeren, moet men natuurlijk in eerste instantie de doelgroep bereiken. Het is belangrijk dat de inhoud van een programma aansluit op de leefwereld van jongeren, zo stelt Joke Simons. Daarbij wordt best rekening gehouden met de verschillende noden en wensen van jongeren van verschillende leeftijden uit de verschillende onderwijsvormen. Dé jongere bestaat immers niet. Bart Boelen pleit voor een actieve aanpak naar jongeren toe. Op de vraag hoe jongeren bereikt kunnen worden antwoordde hij *“Doen! Integreren! Creatief produceren, hen prikkelen en goesting doen krijgen om met media aan de slag te gaan. Via die weg ook techniek, reflectie en analyse, en het beschouwende er insteken. Interactief! Met vallen en opstaan. Een klinisch steriele les geven, gaat heel wat effect missen, denk ik”*. Boelen stelt dus voor om te vertrekken vanuit de creativiteit als kwadrant op de mediawijsheidscirkel, en van daaruit ook de andere kwadranten te benaderen. Dit is opvallend, aangezien we eerder zagen dat creativiteit het minst sterke punt is van vele bibliotheken. Bibliotheken werken dus best samen met externe partners om deze component in te vullen.

Tenslotte vormen ook de **middelen, tijd en mankracht** mogelijke belemmerende factoren voor een bibliotheek die aan mediawijsheid wil doen. De experts gaven aan dat dit een reële valkuil/factor is. De uitleendienst blijft de core business van een bibliotheek, en bij een beperkt budget zijn projecten zoals mediawijze activiteiten dan de eerste om te sneuvelen. Ilse Depré vindt echter dat bibliotheken mediawijsheid niet mogen laten varen. De bib kan een rol spelen als *‘third place’*, door projecten van andere organisaties te faciliteren en hen de nodige ruimte en materialen aan te bieden. *“Het is belangrijk dat de bib blijft inzetten op mediawijsheid, alleen de intensiteit waarmee de bib projecten kan ondernemen of ondersteunen zal soms omlaag moeten”*, zo stelt Depré.

Het probleem van een tekort aan middelen, tijd en mankracht is vanzelfsprekend groter voor kleine bibliotheken. Zij beschikken over een beperkt aantal medewerkers, waarvan niet verwacht kan worden dat zij over expertise beschikken in alle domeinen. Bovendien gaan in deze bibliotheken bijna alle manuren naar de dagdagelijkse taken, zoals het bedienen van de balie. Daar waar grote bibliotheken vaak kunnen rekenen op de steun van allerlei organisaties, zoals vormingscentra of hogescholen, kunnen kleine bibliotheken dit ook minder. Voor hen is het dus extra moeilijk zelf iets te verwezenlijken op het vlak van mediawijsheid. Ilse Depré suggereert dan ook om, rekening houdend met de noden van deze bibliotheken, een medewerker op regioniveau in te schakelen. Deze regiomedewerker kan zich voor een aantal bibliotheken bezig houden met bib-overstijgende thema's waar kleinere bibs niet aan toe komen, de kennis niet voor hebben, of in hun eentje niet kunnen realiseren.

Zoals te verwachten, bestaan er enkele valkuilen voor bibliotheken die een mediawijsheidsbeleid willen implementeren. Uit het bovenstaande blijkt ook dat voor deze factoren vaak een oplossing kan gevonden worden. Door het hanteren van een stappenplan kan efficiënt en met beperkte middelen ingezet worden op het verbeteren van competenties van medewerkers en mediawijze activiteiten voor jongeren bedacht worden.

Samenwerking secundair onderwijs en bibliotheken

Meerwaarde van een mediawijze samenwerking

Een samenwerking rond mediawijsheid heeft voor zowel secundaire scholen als voor bibliotheken voordelen. Beide partijen hebben immers sterke en zwakke kanten, en zoals in de volgende sectie duidelijk wordt vullen scholen en bibliotheken elkaar goed aan. Een bibliotheek kan dus zeer zeker iets betekenen voor een school op het vlak van mediawijsheid. Scholen moeten immers voldoen aan de vakoverschrijdende eindterm mediawijsheid die sinds 2010 in het programma werd opgenomen. Scholen zijn vaak nog zoekende hoe dit in te vullen en staan zeker open voor externe partners. Omgekeerd heeft een samenwerking met het secundair onderwijs ook voordelen voor de bibliotheek, aangezien op die manier de moeilijke doelgroep van jongeren wordt bereikt. Dit bereik heeft verstrekkende positieve effecten. Zo worden jongeren bewust dat de bibliotheek meer is dan alleen een plek waar je boeken kan uitleenen, waardoor ze vaker de bibliotheek bezoeken. *“Jongeren leren de bib kennen als een plek waar ze kunnen experimenteren met media”*, stelt Ilse Depré.

Belangrijk is te beseffen dat hier wordt gepleit voor een werkelijke 'samen'-werking, waarbij er van beide partijen engagement verwacht wordt. Scholen besteden hun mediawijsheidopdracht soms uit aan externe organisaties om op eenvoudige wijze aan de vakoverschrijdende eindterm te voldoen. De vakoverschrijdende eindterm impliceert immers geen resultaatsverplichting, wel een inspanningsbereidheid, stelt Joke Simons. Ze zegt hier het volgende over: *“Het moet meer zijn dan dat. [...] Daarom wil dit niet zeggen dat je niets meer mag uitbesteden, maar zij zouden niet zomaar hun aanbod mogen doen in de school, dit moet duidelijk ingebed zijn in het beleid van de school rond mediawijsheid”*. Ook Bart Boelen wijst op het belang van het substantieel inbedden van mediawijsheidsactiviteiten in het beleid van de school. De bibliotheek kan en mag dus zeker een aanbod hebben op het vlak van mediawijsheid, maar in dit rapport wordt de nadruk gelegd op mogelijke samenwerkingsverbanden waar beide partijen een essentieel aandeel in hebben.

Bibliotheken en secundaire scholen: een goede match

Bibliotheken en secundaire scholen blijken elkaar goed aanvullen op vlak van mediawijsheid. Hieronder worden de sterktes en behoeftes van de twee partijen besproken.

Sterktes en behoeftes van de bibliotheek

Uit de interviews en focusgroepen bleek, zoals eveneens in de sectie 'Waar moet een mediawijsheidsbeleid op inzetten' (2.1) aan bod kwam, dat de bibliotheek vooral sterk staat op het vlak van analyse en reflectie. Bibliotheken zijn immers al zeer lang goed in het bijbrengen van informatievaardigheden en het publiek kritisch

leren omgaan met gevonden informatie, beiden aspecten van analyse en reflectie. Creativiteit leunt minder aan bij de traditionele opdrachten van de bibliotheek. Daarnaast heeft de bibliotheek heel wat te bieden op vlak van toegang. De bib heeft een zeer grote en diverse mediacollectie wat uiteraard een meerwaarde vormt voor mediawijze activiteiten. De bib heeft ook de ruimte om jongeren op te vangen en met hen aan de slag te gaan. Volgens Pedro De Bruyckere is het tenslotte ook een voordeel dat de bibliotheek een lokale organisatie is. Vaak heeft de bibliotheek een lokaal netwerk, dat nuttig is bij een samenwerking met een school. Bovendien heeft de bib hierdoor de mogelijkheid om, in tegenstelling tot nationale instanties, in te spelen op lokale wensen en noden.

Hoewel de bibliotheek dus al heel wat te bieden heeft, blijken scholen de mogelijkheden toch nog te overschatten, zo stelt Ilse Depré. *“Men verwacht veel diepgaandere ondersteuning dan de bibliotheek kan bieden. [...] Vaak denkt men dat mensen in de bib, zeker in grote bibliotheken, heel veel tijd hebben om allerlei projecten te doen, maar dat is zeker niet altijd waar. Bijna iedereen zit wel ‘ns een keer aan de balie en er zijn ook zoveel andere taken”*. Dit laatste komt bij de interviews zelf ook meerdere keren naar voren. Daar waar de experts uit de onderwijssector de bibliotheek een zeer grote rol toeschrijven op het vlak van mediawijsheid en heel veel van de bib verwachten, wordt dit door de experts uit de bibliotheeksector toch ietwat genuanceerd. Ook in grote bibliotheken kampt men immers al te vaak met tijdsgebrek.

De behoeftes van de bibliotheek situeren zich voornamelijk op het didactische vlak. Bibliotheekmedewerkers zijn niet opgeleid als onderwijzers en hebben dan ook minder knowhow betreffende didactische technieken, zo stellen Bart Boelen en Anneleen Schelstraete. Ook in de focusgroepen kwam deze beperking van bibliotheken naar voren.

Sterktes en behoeftes van secundaire scholen

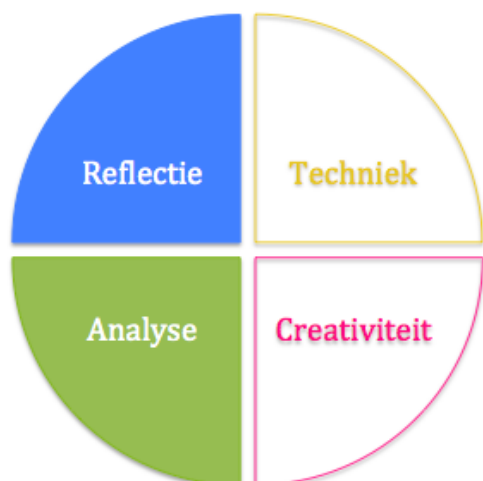
Scholen blijken momenteel het meest in te zetten op de kwadranten techniek en creativiteit van de mediawijsheidscirkel. Zowel in de focusgroepen als in diverse interviews kwam dit naar voren. Deze twee aspecten zijn dan ook de kwadranten waar het onderwijs het sterkst staat. Nochtans is het volgens de respondenten van de focusgroepen en interviews noodzakelijk dat de school op alle vier de kwadranten inzet. In de focusgroepen werd gevraagd een toekomstige mediawijsheidscirkel voor de onderwijssector te tekenen. Eén focusgroep tekende een volle cirkel, wat wil zeggen dat elke kwadrant even sterk aan bod moet komen. In de andere focusgroep werd een bijna volle cirkel getekend, waar uitsluitend een klein streepje blanco gelaten werd, om duidelijk te maken dat er in het mediawijsheidsbeleid op school ook plaats is voor de expertise van andere organisaties, zoals de bibliotheek. Op het vlak van reflectie en analyse zijn er momenteel nog tekorten in de aanpak van scholen.

Scholen hebben de nodige didactische vaardigheden in huis. Zij weten hoe men jongeren het best kan benaderen en op welke manier de didactische component aan mediawijsheid wordt gekoppeld. Hoewel dit momenteel nog niet vaak door leerkrachten wordt gedaan, zouden zij door hun scholing wel hiertoe in staat moeten zijn.

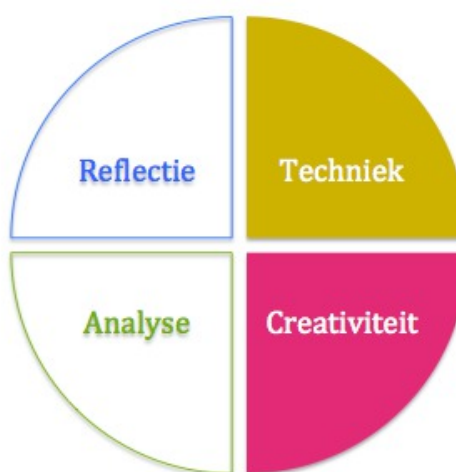
De school kent wel een beperking op het vlak van materialen. Scholen beschikken meestal wel over een computerlokaal, maar hebben geen toegang tot diverse on- en offline bronnen. Daarenboven is de tijd van leerkrachten om rond mediawijsheid te werken vaak beperkt. Pedro De Bruyckere spreekt in deze context over ‘planlast’. Het lesprogramma is vaak al zeer druk, waardoor leerkrachten weinig tijd over hebben aan de vakoverschrijdende eindtermen te werken. Bovendien beschouwen leerkrachten deze eindtermen niet als de kern van hun job, zo meent Joke Simons. Ook beschikken niet alle leerkrachten over de nodige competenties om rond mediawijsheid aan de slag te gaan, stellen Bart Boelen en Pedro De Bruyckere. Het gevolg is, volgens Simons en Boelen, dat mediawijsheid vaak systematisch naar enkele leerkrachten wordt toegeschoven. *“In het secundair is er een zeer sterke vakjesmentaliteit”*, zo zegt Simons. Op scholen is het bijgevolg vaak een heel geschipper om mediawijsheid een plaats te geven in het curriculum.

Bibliotheken en scholen: een mediawijze win-win samenwerking

Uit bovenstaande blijkt dat scholen en bibliotheken elkaar goed aanvullen. Daar waar bibliotheken niet over de nodige didactische vaardigheden beschikken, hebben scholen deze wel. Daarnaast ontbreekt in scholen de mogelijkheid om een uitgebreide collectie bronnen via verscheidene media te raadplegen, en is dit net wel in de bibliotheek aanwezig. Ook op vlak van componenten uit de mediawijheidcirkel vullen beide instanties elkaar aan, zoals blijkt uit onderstaande figuren. Deze figuren werden gemaakt door de deelnemers van de focusgroepen. De mediawijheidcirkel links is deze voor de bibliotheeksector, en rechts voor de onderwijssector. De gevulde kwadranten duiden op een sterkte van de desbetreffende sector.



Figuur 3: Bibliotheeksector



Figuur 4: Onderwijssector

De sterktes van de bibliotheek liggen daar waar de zwaktes van scholen liggen, en omgekeerd. Op die manier kunnen beide sectoren iets voor elkaar betekenen en elkaar helpen om te groeien.

Samenwerkingsmodellen

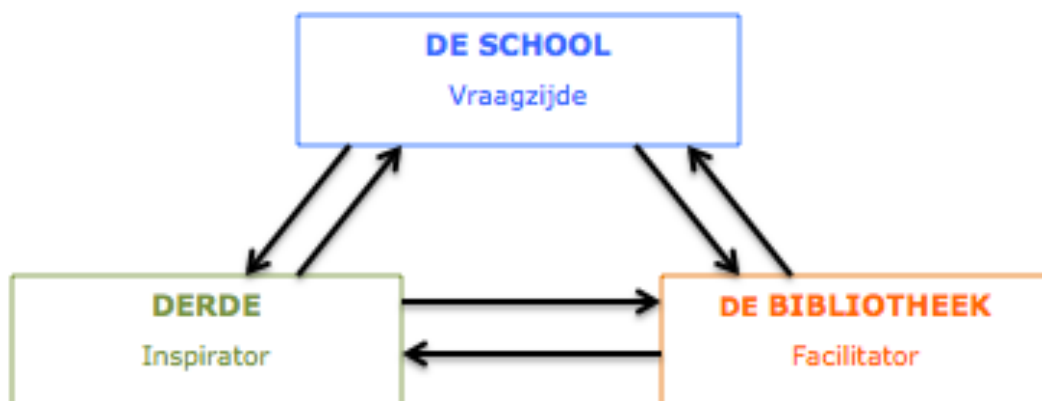
Ilse Depré bevestigt wat uit de literatuurstudie naar voren kwam: daar waar er een natuurlijke relatie lijkt te zijn tussen bibliotheken en lagere scholen, verloopt deze relatie met secundaire scholen eerder stroef. Daarom is het belangrijk dat de bib eerst een relatie uitbouwt met de school, om later die relatie verder te kunnen benutten, door dan meer geavanceerde acties op te zetten. In eerste instantie kan er dus gewerkt worden met een concreet aanbod naar de school toe. Schooldirecties staan immers open voor samenwerkingen, als er een concreet project aangeboden wordt, zo stelt Joke Simons. Via dit concreet project kan de relatie geïnitieerd worden, waarna de relatie verder uitgediept kan worden. *“Positieve ervaringen doen goesting krijgen in meer”*, zo werd er op één van de focusgroepen gezegd. Samenwerkingen vragen heel wat inspanning van verschillende personen. Hoewel een samenwerking dus veel kan opleveren voor beide partijen, is er vaak een zekere drempel om eraan te beginnen. Deze drempels worden uiteraard best eerst weggewerkt om dan later tot een geëngageerde en geavanceerde samenwerking te komen. Dit gebeurt stapsgewijs: een *“laagdrempelig begin, om de banden weer aan te halen. Als het dan weer een automatisme wordt om naar de bib te stappen omdat er een aantal vaste dingen zijn die aangeboden worden of een aantal vaste samenwerkingen zijn, dan kunt ge wat creatiever worden in uw projecten en kunnen die wat meer moeite vergen, maar die eerste stap moet redelijk hapklaar zijn om de scholen mee te krijgen”*, zo werd op een focusgroep aangehaald. Hieruit volgt dat de bibliotheek best de initiatiefnemer is bij het opzetten van een samenwerking. Tijdens het stellingsspel op de studiedag van Bibnet was de meerderheid van de

deelnemers het hier echter niet mee eens. De tegenstanders waren niet akkoord dat men denkt dat de bibliotheek alle kennis met betrekking tot mediawijsheid in pacht heeft en daarom het initiatief moet/kan nemen. De school wordt op dit vlak best niet onderschat. Heel veel scholen werken immers al rond mediawijsheid. De voorstanders van de bib als initiatiefnemer denken dat scholen vaak het aanbod van de bibliotheek niet kennen en dat de bib daarom best een voortrekkersrol opneemt. We concluderen dat het initiatief bij beide partijen kan liggen, afhankelijk van de lokale context en dat een bibliotheek zeker zelf de eerste stap naar een school kan en mag zetten.

De hieronder uitgewerkte modellen, zijn gebaseerd op voorstellen uit de focusgroepen, aangevuld met inzichten uit de verschillende interviews. Een samenwerking tussen een bibliotheek en school kan zich bovendien op de verschillende onderwijsniveaus situeren, het kan dus evengoed gaan over een school uit het Deeltijds Kunstonderwijs (DKO). Ilse Moubax gaf in de focusgroepen te kennen dat *“DKO vaak als het buitenbeentje wordt beschouwd”*, maar dat *“men zeker ook een betekenisvolle samenwerking met DKO kan opzetten”*.

MODEL 1: Mediawijsheid is onbekend in school/bibwerking

In het eerste samenwerkingsverband wordt er een samenwerking geïnitieerd. Indien zowel de bibliotheek als de school weinig mediawijze en samenwerkingservaring hebben, wordt er best een derde partner betrokken. Hieronder zie je een schematisch voorstelling van deze samenwerking:



Figuur 5: Samenwerkingsmodel 1

De school bevindt zich aan de vraagzijde, aangezien het mediawijsheidsprogramma, dat uit deze samenwerking voortvloeit, gericht is op jongeren van de school. De school is verantwoordelijk voor het begeleiden van de leerlingen binnen het project en voor het inbedden van het project binnen het eigen mediawijsheidbeleid. Het is de taak van de school te zorgen voor een duidelijk mediawijsheidbeleid. Hierdoor maken deze projecten deel uit van een doordacht beleid. Bij het opstellen van een dergelijk beleid waakt de school er over dat alle vier de kwadranten van de mediawijsheidcirkel aan bod komen. Aan deze vier componenten hoeft niet elk jaar even sterk aandacht besteed te worden, zo meent Joke Simons. Zij spreekt over het belang van een leerlijn: *“er moet een leerlijn ingesteld worden. Soms gaan leerlingen ook kleinere stappen nemen in die evolutie, maar op het einde van het zesde jaar secundair onderwijs, is het toch de bedoeling dat die vier kwadranten volleerd aanwezig zijn bij*

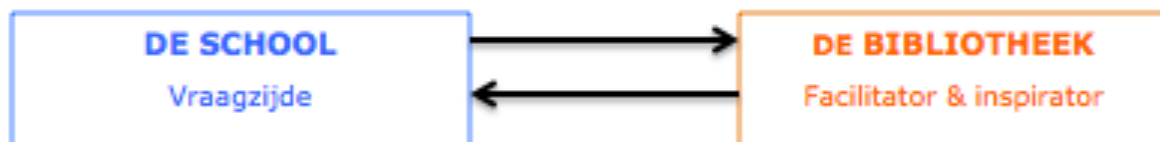
leerlingen. Je kan ze nooit elk jaar even sterk oefenen, maar dat neemt niet weg dat er elk jaar wel aandacht aan besteed moet worden". Het is aan de school om, in overleg met de bibliotheek, te onderzoeken welke plaats de bib kan innemen in het mediawijsheidbeleid en op welke componenten van de leerlijn de bibliotheek kan inzetten.

De bibliotheek neemt in dit model de rol van facilitator op. De bibliotheek beschikt namelijk over een groot aantal bronnen en media waartoe zij toegang kan verlenen. Daarnaast heeft de bib ook de ruimte om leerlingen te ontvangen en indien nodig een project op te zetten. Aangezien de ervaring en kennis van de bibliotheek op het vlak van mediawijsheid in dit model nog moet groeien, wordt er hier een derde expertisepartner voorgesteld. Deze partner fungeert als inspirator, op het vlak van mediawijsheid, zowel inhoudelijk als pedagogisch/didactisch. Mogelijke derde partners zijn kunsteducatieve organisaties, organisaties die zich op professioneel vlak met media en jongeren bezighouden, of vormingsorganisaties. Zij bieden concrete projecten aan, doen aan procesbegeleiding en beschikken vaak over het nodige materiaal.

Hier is belangrijk dat de bibliotheek en de school deze samenwerking aangrijpen om zelf meer expertise te verwerven op het vlak van mediawijsheid. Het is dan ook de bedoeling dat de school en de bib op termijn een zelfstandige samenwerking kunnen opzetten, los van de derde expertisepartner. Zowel de school als de bibliotheek staan binnen dit model dan ook open voor 'on-the-job-training'. Naar de derde partner toe kan de vraag voor expertiseoverdracht zeker gesteld worden zodat dit project duurzaam wordt ingebed in de werking van de school en de bib.

MODEL 2: Mediawijsheid is geen onbekende meer in school en bib

Hier zijn de school en de bibliotheek voldoende sterk om zonder derde partner de samenwerking verder te zetten of op te starten. Schematisch kunnen we dit als volgt voorstellen:



Figuur 6: Samenwerkingsmodel 2a

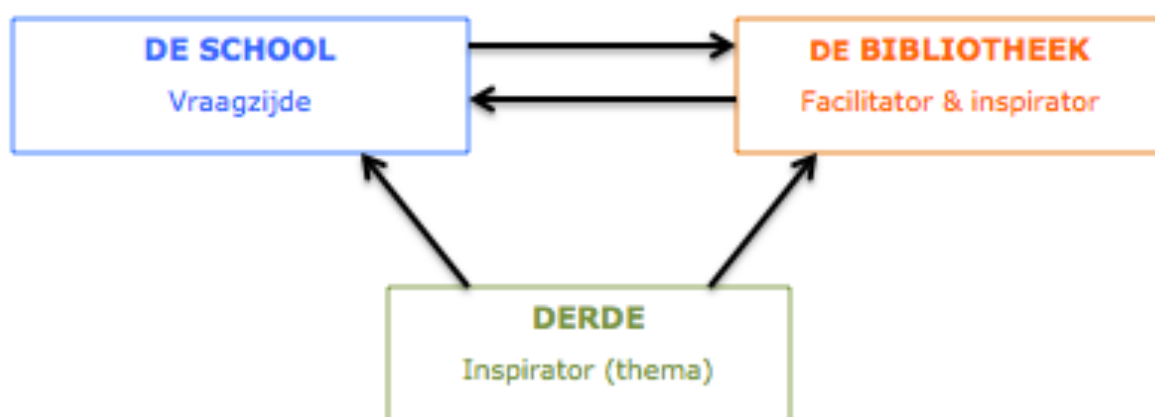
De taken van derde partner, zijn overgedragen naar de school en de bibliotheek. Wie welke taak opneemt, is afhankelijk van hun inmiddels opgebouwde expertise en sterktes. De samenwerking gaat over zowel concrete projecten, ingebed in het mediawijsheidbeleid van de school, als over een meer structurele samenwerking. Zo vonden Bart Boelen en Joke Simons het een goed idee om een kerngroep van leerkrachten, directieleden en bibliotheekmedewerkers samen te stellen, die op regelmatige basis overleg hebben rond mediawijsheid. Op die manier speelt de bibliotheek rechtstreeks in op noden, problemen of wensen van de school. Ook kan de bib dan snel communiceren over het eigen aanbod betreffende mediawijsheid. De bibliotheek staat de school op die manier bij in de implementatie van haar mediawijsheidbeleid. De school roept de hulp in van de bib voor de realisatie van concrete projecten binnen hun mediawijsheidbeleid.

Een dergelijke samenwerking tussen de school en de bib kan ook meer concrete vormen aannemen. Een voorbeeld dat in één van de focusgroepen werd gegeven, betreft een samenwerking rond het thema

'gedichtendag', waarbij de bib jongeren toegang verleent tot hun collectie en hen bijstaat in de selectie en interpretatie van bronnen, terwijl de DKO-school verantwoordelijk is voor de creatieve component en de verdere verwerking van de bronnen.

Uit de focusgroepen bleek ook dat werken rond mediawijsheid met jongeren best op impliciete wijze gebeurt, zonder het zo te benoemen. Dit kan door te werken rond een bepaald thema dat tevens aansluit bij het leerplan van de school. Het thema dient dan als "*kapstok voor mediawijsheid*", zoals één van de deelnemers van de focusgroepen het onder woorden bracht. In de focusgroepen werd het thema 'seks @ the bib' naar voren geschoven, andere mogelijke voorbeelden zijn werken rond kinderrechten of tewerkstelling. Ook in het eerste samenwerkingsmodel is dit van belang. Soms hebben noch de bibliotheek, noch de school echter de nodige expertise in huis om rond een dergelijk thema te werken. Dan kan er de hulp ingeroepen worden van een derde partner, die wel over deze kennis beschikt.

Schematisch ziet dit model er als volgt uit:



Figuur 7: Samenwerkingsmodel 2b

Hier wordt er opnieuw samengewerkt met een derde partner, hetzij minder intensief dan binnen het eerste samenwerkingsmodel. De derde partner fungeert hier als inspirator door de concrete invulling van het thema voor zich te nemen. De component mediawijsheid blijft echter de verantwoordelijkheid van de school en de bibliotheek. Voor het thema 'seks @ the bib' kan er bijvoorbeeld samengewerkt worden met Sensoa, voor het thema 'werk vinden' met de VDAB, en voor het thema 'kinderrechten' met Unicef.

Succesfactoren en valkuilen

Een samenwerking gebeurt steeds tussen mensen die een inspanning moeten leveren. Samenwerken eist vaak inzet en doorzettingsvermogen. Er zijn factoren, die de kans op succes van de samenwerking vergroten. Deze worden besproken in de volgende sectie (3.4.1). Aan de hand van de interviews en focusgroepen konden we tevens enkele valkuilen identificeren, die de kans op slagen kunnen belemmerend. Bij het bespreken van de valkuilen worden ook enkele mogelijke oplossingen voorgesteld.

Succesfactoren

Een eerste factor die de kans op slagen van de samenwerking aanzienlijk vergroot, is de **steun en gedragenheid door leerkrachten en directie** van de school. Een voorbeeld van Ilsé Depré toont aan dat dit niet steeds evident is: "*Bij de Bib op School, de beslissing is genomen door de directie, maar niet alle leerkrachten staan daar achter.*"

Het is toch belangrijk dat het gedragen wordt. [...] Dat is toch wel een probleem dat soms kan opduiken. [...] Bij Bib op School hebben we dat toch wel gemerkt, dat de verwachtingen op school wel verschilden van wat we initieel hadden afgesproken. Als je dan van hen input vraagt, dat het dan niet altijd komt. [...] Leerkrachten verwachten veel diepgaandere ondersteuning dan dat we tot nu toe kunnen bieden, met de mankracht die we hebben, ofwel hebben ze er geen idee van en zijn ze gewoon niet geïnteresseerd. Bij de Bib op School is het beetje het probleem dat we met een technische school samenwerken [...] en voor heel veel van die vakleerkrachten, die hebben zo iets van, de bibliotheek, daar zijn we niks mee, dat is voor Nederlands en Engels. [...] Het is altijd wel een beetje sleuren om ze mee te krijgen. [...] Dan bleek ook dat de leerkrachten die wel wilden meewerken, soms tegengewerkt werden of vies bekeken in de leraarskamer.” Dit voorbeeld toont het belang van een **goede afstemming van verwachtingen** en het duidelijk communiceren over wat de bib kan bieden en de investering die van de leerkrachten verwacht wordt.

Ook Bart Boelen meent dat een samenwerking staat of valt met het enthousiasme van de leerkrachten. Hij beoordeelt het als een ware succesfactor als er enkele gedreven leerkrachten zijn die het project of de samenwerking willen ondersteunen en op die manier ook de andere leerkrachten overtuigen. Leerkrachten moeten overtuigd worden van het belang van mediawijsheid. Het is ook om deze reden dat Pedro De Bruyckere pleit voor het toelaten van een beperkte vorm van praktijkonderzoek bij leerkrachten. Op die manier kunnen leraren experimenteren met het begrip mediawijsheid en onderzoeken hoe ze dit in hun eigen lespraktijk kunnen betrekken. Door hen meer vertrouwd te maken met mediawijsheid, zien ze ook sneller het nut van een samenwerking hieromtrent in.

De steun van leerkrachten en het goed afstemmen van verwachtingen zijn dus twee belangrijke succesfactoren. Dit kan gerealiseerd worden door op regelmatige basis te communiceren. Goed **overleg**, waarbij de partners duidelijk zijn over hun voorkeuren, sterktes en noden, wordt dan ook door alle experts naar voren gedragen als de belangrijkste voorwaarde om de samenwerking te doen slagen.

Bart Boelen meent dat de bestaande relatie tussen een school en bibliotheek een rol speelt in het succes van een verdere samenwerking. Nauw samenwerken kan alleen als de relatie goed zit. Daarom wordt in het eerste samenwerkingsmodel aangeraden om een samenwerking te beginnen met een concreet project. Later kan men deze samenwerking diversifiëren. Verder speelt ook de fysieke afstand tussen de bib en de school een rol. Bibliotheken die dicht bij de school liggen hebben uiteraard een streepje voor wegens de tijdswinst met betrekking tot de verplaatsing.

Valkuilen en mogelijke oplossingen

Uiteraard bestaan er ook enkele valkuilen, die het succes van een samenwerking kunnen belemmeren. Door deze echter op voorhand te bespreken, kan hun effect beperkt worden. Ten eerste worden **scholen vaak overspoeld met projecten**, zo stelt Anneleen Schelstraete. Ook Ilse Depré en Joke Simons kwamen tot dezelfde vaststelling. Scholen moeten echter voldoen aan de vakoverschrijdende eindterm mediawijsheid, en staan dus zeker open voor de bibliotheek, als zij een concreet aanbod hebben. Later kan deze samenwerking dan geïntensifieerd en gediversifieerd worden.

Steun van het lerarenkorps is onontbeerlijk voor een goede samenwerking en toch blijkt dit in de praktijk niet altijd het geval te zijn. Leerkrachten hebben een zeer druk programma en doordat mediawijsheid een vakoverschrijdende eindterm is, beschouwen vele leerkrachten het niet als hun taak om werkelijk iets rond het topic te doen. Het is belangrijk dat de bibliotheek zich hiervan bewust is. Een enthousiaste schoolleiding vertaalt zich niet steeds in enthousiaste leerkrachten. Voldoende overleg is nodig om de leerkrachten te overtuigen van het nut van een samenwerking met de bib en hen te motiveren zelf een investering – zowel qua tijd als engagement – te maken.

Tenslotte meent Ilse Depré dat het **oubollige imago** van de bibliotheek haar ook op het vlak van samenwerkingen parten kan spelen. Er wordt vaak gedacht dat de bibliotheek uitsluitend dient om boeken uit te lenen. Daarom is

het van belang dat mogelijke partners van de bib, waaronder scholen, de bibliotheek leren kennen als een plek waar ook geëxperimenteerd wordt met media. Door een concreet project op te zetten in samenwerking met de school kan de bibliotheek bewijzen dat zij veel meer is haar mars heeft dan enkel het uitleenen van boeken. Een samenwerking groeit over de tijd heen en een eerste positieve ervaring vormt een goed begin.

Besluit

Elke bibliotheek doet al jarenlang, zonder het misschien te beseffen, aan mediawijsheid. Vooral op het vlak van informatievaardigheden en leesbevordering, en dat zijn dan ook de twee grootste sterktes van de bibliotheek. Dit vertaalt zich in de mediawijsheidscompetenties analyse en reflectie. De bibliotheek brengt hun publiek immers informatievaardigheden bij en leert hen kritisch nadenken over de gevonden informatie.

Voor een bib concreet aan de slag gaat is het noodzakelijk voldoende tijd vrij te maken voor een omgevingsanalyse op vlak van aanbod en noden, en voor het denkproces over de doelstellingen die men met het mediawijsheidbeleid wil bereiken.

Factoren die de implementatie van een mediawijsheidbeleid in de bib kunnen belemmeren, zijn de competenties van de medewerkers, de moeilijke relatie met jongeren en de middelen, en de tijd en mankracht die de bib kan vrijmaken. De competenties van het personeel vormen het grootste probleem. Momenteel blijken lang niet alle bibliotheekmedewerkers over de nodige kennis, vaardigheden en attitudes te beschikken. Het is van belang dat men niet alleen zelf goed kan omgaan met (nieuwe) media, maar dat men ook positief staat ten opzichte van mediawijsheid in de bib. Ook het omgaan met jongeren vergt bepaalde capaciteiten. In de bibliotheek is de expertise momenteel zeer ongelijk verdeeld. Het opleiden van bestaande medewerkers en het aanwerven van personen met een ander profiel is dan ook noodzakelijk. Niet elke werknemer hoeft echter expert te zijn op het vlak mediawijsheid. Het volstaat als iedereen de basiscompetenties heeft en dit aangevuld wordt met enkele deskundigen mediawijsheid die zelf projecten kunnen opzetten en weten welke partners hiervoor aan te spreken.

Een samenwerking tussen een bibliotheek en een secundaire school betekent voor beide partijen een meerwaarde. Beide partners vullen elkaar zeer goed aan: daar waar de bibliotheek het sterkst staat op het vlak van analyse en reflectie, zijn dit net de kwadranten die voorlopig nog het minst aan bod komen in het onderwijs. Daar liggen de sterktes dan weer voornamelijk op het vlak van creativiteit en analyse. Maar niet enkel inhoudelijk vullen scholen en bibliotheken elkaar aan, ook wat de uitvoering betreft is er een match. De bibliotheek mist immers veelal de didactische vaardigheden om mediawijsheid op een goede manier over te brengen naar jongeren. De school staat, als educatieve instantie, wel sterk op dit gebied. Anderzijds heeft de bibliotheek dan weer het voordeel over zeer veel materialen te beschikken. De collectie is heel uitgebreid – zowel offline als online – en toegankelijk via allerlei media. Hier kunnen scholen dan weer van profiteren bij een samenwerking.

De relatie tussen bibliotheken en het secundair onderwijs loopt vandaag eerder stroef. Vandaar is het voor veel bibliotheken noodzakelijk eerst een relatie laagdrempelig te initiëren via concrete projecten. Omdat vaak noch de school, noch de bibliotheek reeds over de nodige mediawijsheidsexpertise beschikt, is het aangeraden om samen te werken met een derde partner die deze kant voor zijn rekening kan nemen. Later, wanneer beide partijen zich meer gesterkt voelen, kan de samenwerking op zelfstandige basis worden verder gezet. De hulp van een derde kan wel nog ingeroepen worden bij het uitwerken van inhoudelijke thema's, maar de mediawijsheidcomponent ligt nu bij de school en de bibliotheek.

Om de samenwerking te doen slagen, is de steun van leerkrachten cruciaal. Vandaar is het noodzakelijk om vooraf voldoende overleg te plegen zodat verwachtingen en doelen kunnen worden afgestemd. Zo is het voor beide partners duidelijk welke investering verwacht wordt en wat elkeen kan bieden.

We kunnen concluderen dat er heel wat mogelijkheden bestaan voor de bibliotheek op het vlak van mediawijsheid waaronder zeker een samenwerking met het secundair onderwijs – waarbij aandacht besteed wordt aan alle

onderwijsvormen realiseerbaar en gewenst is. Het voordeel van de drie voorgestelde samenwerkingsmodellen is dat dit de bibliotheek toelaat vrij snel te starten met activiteiten en ruimte geeft langzaam te groeien in hun rol als lokaal mediacentrum, al dan niet in samenwerking met andere lokale partners waaronder het onderwijs.

Algemeen besluit

Hedendaagse bibliotheek

De bibliotheek heeft vijf belangrijke functies: (1) informatie, (2) inspiratiebron voor lezen en literatuur, (3) ontwikkeling en educatie, (4) ontspanning en cultuur, en (5) ontmoeting. Bij het verwezenlijken van deze functies staat niet alleen het boek centraal, maar moeten ook andere media aangewend worden.

De informatiefunctie heeft, in vergelijking met vroeger, door de technologische evoluties zeker aan belang moeten inboeten. Digitale informatie is van thuis uit beschikbaar voor bijna iedereen. **Toegang tot nieuwe media** blijft een punt waar aandacht aan besteed moet worden. Zeker in grote steden, zo stelt Pedro De Bruyckere, beschikken lang niet alle jongeren over een internetconnectie. Dit staat in contrast met de stelling van D'Elia (2007) en De Bruyne (2010), die menen dat toegang een bijna onbelangrijke factor is geworden in het jongerensegment. De Bruyckere spreekt dan ook over een zeer recente trend (2012-2013). Toegang kan zowel in de vorm van vaste computers als via draadloos internet tot stand komen. Jongeren blijken dit laatste enorm te appreciëren, aangezien uit de literatuur naar voren kwam dat heel wat jongeren wel over een smartphone beschikken maar niet over een data abonnement.

De **overvloed aan informatie** creëert immers heel wat moeilijkheden op het vlak van detectie, selectie en interpretatie van de gegevens. De technologische vernieuwing creëert dus ook nieuwe bestaansredenen voor de bibliotheek. De bibliotheek speelt al van oudsher een belangrijke bemiddelende rol tussen publiek en informatie. Op het vlak van leesbevordering, eveneens een belangrijk element van mediawijsheid, zo bleek uit het literatuuronderzoek, staat de bibliotheek zeer sterk. Ook bij de functie 'ontmoeting' kan de bibliotheek dingen ondernemen, bijvoorbeeld rond online communicatie. Ook binnen 'ontspanning en cultuur' hoort mediawijsheid thuis, aangezien media belangrijke cultuurbepalende elementen zijn, zonder dat heel wat personen zich hier bewust van zijn. Tenslotte is mediawijsheid ook een vorm van educatie, waardoor het ook zijn plaats heeft in de vijfde functie van de bibliotheek, 'ontwikkeling en educatie'. Mediawijsheid is dus inherent verbonden met elke functie van de bibliotheek.

Mediawijze jongeren?

Uit het theoretisch luik van deze studie bleek dat de **informatievaardigheden van jongeren niet altijd op punt** staan. Voor de bibliotheek, die heel wat expertise in huis heeft op het vlak van informatie, is dit dan ook een opportuniteit. Informatievaardigheden situeren zich in de kwadranten 'analyse' en 'reflectie' op de mediawijsheidscirkel, en dit zijn tegelijk de kwadranten waar volgens de experts het best op ingezet kan worden vanuit de bibliotheek.

Volgens Stalpers (2005) kan de bibliotheek op vier manieren de **gebruiker bijstaan in zijn bronnengebruik**. Ten eerste door toegang te voorzien tot alle media bronnen, daarnaast kan de bibliotheek de gebruiker ook voorzien van de nodige technische kennis en hem helpen door structuur in de informatie te bieden. Tenslotte kan de bibliotheek de gebruiker ook bijstaan bij het verwerven en aanwenden van de nodige strategische vaardigheden met de informatie om te gaan.

Om jongeren te bereiken is vertrekken vanuit creativiteit een goed idee. Creativiteit sluit minder aan bij de traditionele functies van de bibliotheek, maar dit mag bibliotheken er zeker niet van weerhouden om rond creativiteit te werken. De bibliotheek kan zich profileren als een experimenteerruimte waar jongeren zelf aan de slag kunnen gaan met media. Ook contentproductie komt op die manier aan bod. Of een bibliotheek al dan niet

rond techniek werkt, hangt af van de lokale noden en het aanbod in de omgeving. Hetzelfde geldt ook voor de andere kwadranten of mediawijsheidsthema's.

De experts vonden het een goed idee als er een **huiswerkplek** werd ingericht in de bib, waar jongeren terecht kunnen voor het raadplegen van bronnen, en voor de nodige begeleiding hierbij. Eventueel kan ook begeleiding omtrent het huiswerk zelf voorzien worden.

Tenslotte bleek uit de literatuurstudie dat de bibliotheek ook kan inzetten op **instructeurs van mediawijsheid**, zoals leerkrachten. Ook de geïnterviewde experts vonden dit een goed idee. Zowel Bart Boelen, Joke Simons als Pedro De Bruyckere gaven immers aan dat de mediawijsheidscompetenties van leerkrachten niet altijd optimaal zijn.

Cruciale factoren voor mediawijsheid in de bibliotheek

Om het mediawijsheidbeleid voor jongeren ook succesvol in de praktijk om te zetten, moet rekening gehouden worden met enkele cruciale factoren. Zo is het belangrijk dat de bibliotheek een **visie** heeft op **mediawijsheid**, zodat men op een structurele en duurzame manier mediawijsheid implementeert. Mediawijsheid wordt daarbij ingepast in de missie, visie en doelen van de bib. Daarnaast blijken de **competenties van het bibliotheekpersoneel** een factor waar nog aan gewerkt moet worden. Zowel uit het literatuur- als empirisch onderzoek bleek dat deze kennis, vaardigheden en attitudes cruciaal zijn voor het slagen van het programma. Niet iedereen moet echter over de meest gevorderde vaardigheden te beschikken. Het volstaat dat elke werknemer de basiscompetenties met betrekking tot media beheerst, en er daarnaast enkele mediawijsheidsexperts aanwezig zijn in de bibliotheek. Een derde factor betreft de **middelen, tijd en mankracht** van bibliotheken. Voor bibliotheken die moeten snoeien in hun aanbod, kan een rol als faciliterende partner een oplossing bieden. Voor kleine bibliotheken kan een regiomedewerker mediawijsheid dan weer een uitweg bieden.

Relatie tussen jongeren en de bibliotheek

Uit de literatuurstudie en uit de getuigenissen van de experts bleek de eerder stroeve relatie tussen jongeren en de bibliotheek. Om een mediawijsheidbeleid op te zetten voor jongeren, moet deze doelgroep uiteraard wel eerst bereikt worden. Daarom is een benadering waarbij jongeren zelf veel kunnen experimenteren en kunnen doen en ervaren ideaal.

De stroeve relatie kan opgevangen worden door samen te werken met secundaire scholen. Naast een bereik van de doelgroep kent deze samenwerking met het secundair onderwijs nog andere voordelen. Zo blijken deze twee partijen elkaar goed aan te vullen. Daar waar de bibliotheek sterk staat op het vlak van analyse en reflectie, is dit het gebrek van de school, die op zijn beurt dan weer goed is in creativiteit en techniek. Daarnaast heeft de school de didactische vaardigheden die de bib mist, en omgekeerd beschikt de bibliotheek over een groot aanbod bronnen op verscheidene media waar de school gebruik van kan maken.

Drie samenwerkingsmodellen voor de bib en het secundair

onderwijs

Omdat de relatie tussen de bibliotheek en de secundaire school zeker niet in elke gemeente of stad reeds uitgebouwd werd, stellen we drie samenwerkingsmodellen voor. De eerste twee modellen verschillen in de mate van engagement tussen de partners, het derde model betreft een inhoudelijke inbreng van externe partner.

In het eerste model wordt een samenwerking geïnitieerd, zodat de partners de tijd krijgen de mogelijkheden van een samenwerking af te tasten. In deze fase beschikken noch de bibliotheek, noch de school, vaak over de nodige

expertise met betrekking tot mediawijsheid, waardoor samenwerking met een derde partner aangewezen is. De derde partner verzorgt alles rond mediawijsheid (inhoud, procesbegeleiding, methodiek, ...).

Wanneer de school en de bib zich na verloop van tijd meer gesterkt voelen in hun samenwerking en de nodige expertise hebben opgebouwd, kan de samenwerking op zelfstandige basis worden verdergezet in het tweede samenwerkingsmodel. Hier ligt de mediawijsheidcomponent bij de secundaire school en de bib, beide partners hebben duidelijk zicht op de doelen, afstemming en meerwaarde van een duurzame samenwerking. Voor projecten rond bepaalde thema's kan men echter wel nog de hulp van een derde partner inroepen, die dan louter het inhoudelijke thema verzorgt. Dit derde samenwerkingsmodel betreft thema's waar noch bib, noch school experts zijn maar die wel geschikt zijn als inrijpoort voor mediawijsheid.

Deze samenwerkingsmodellen, gaande van lage instapdrempel naar hoog samenwerkingsengagement, laat de bibliotheek toe vrij snel te starten met activiteiten en geeft ruimte om langzaam te groeien in hun rol als lokaal mediacentrum. Dit is belangrijk, aangezien zowel het literatuur- als empirisch onderzoek aantoonde dat scholen en bibliotheken vaak nog niet voorbereid zijn op een zelfstandige samenwerking.

Factoren die de kans op slagen van een dergelijk samenwerkingsverband vergoten, zijn de **gedragenheid door leerkrachten en schooldirectie** en het **goed afstemmen van verwachtingen**, zo bleek uit de interviews en focusgroepen. Andere succesfactoren die reeds in het theoretisch luik geïdentificeerd werden waren een **gemeenschappelijke visie**, **wederzijds vertrouwen** en **voldoende afwijkende doelen in de samenwerking**, vergeleken met de doelen van de individuele partners. Mogelijke valkuilen zijn het **tijdsgebrek** en de **vakjesmentaliteit** in het secundair **onderwijs**, evenals het eerder **oubollige imago van de bibliotheek**. Organisaties beschouwen de bibliotheek immers nog voornamelijk als een boekencentrum, en dus minder geschikt voor een samenwerking op het vlak van andere media. Een betere profilering van de bibliotheek is dus zeker noodzakelijk.

Een bibliotheek is per definitie een mediawijze organisatie

De bibliotheek is onlosmakelijk verbonden met mediawijsheid. Indien men rekening houdt met de mogelijke valkuilen, is een succesvolle implementatie van een mediawijsheidbeleid in de bib zeker mogelijk. Belangrijk daarbij is dat mediawijsheid verwerkt wordt in de algemene doelstellingen van de bibliotheek.

Bibliografie

- Aberbach, J. D., & Rockman, B. A. (2002). Conducting and Coding Elite Interviews. *Political Science and Politics*, 35(4), 673-676.
- Atkin, C. K. (1978). Observation of parent-child interaction in supermarket decision-making. *Journal of Marketing*, 42(4), 41-45.
- Avgerinou, M., & Ericson, J. (1997). A Review of the concept of Visual Literacy. *British Journal of Educational Technology*, 28(4), 280-291.
- Avgerinou, M. D. (2009). Re-Viewing Visual Literacy in the "Bain d'Images" Era. *TechTrends*, 53(2), 28-34.
- Bannier, S. (2010). Het serieuze van serious games. In K. Segers & J. Bauwens (Eds.), *Maak mij wat wijs* (pp. 178-190). Tiel: LannooCampus.
- Bauwens, J., Walrave, M., & Lobet-Maris, C. (2010). Jong geleerd, oud gedaan: internetvaardigheden van tieners. In K. Segers & J. Bauwens (Eds.), *Maak mij wat wijs* (pp. 63-75). Tiel: LannooCampus.
- Bennett, S. (2012). Digital natives. In Z. Yan (Ed.), *Encyclopedia of Cyber Behavior* (Vol. 1). United States: IGI Global.
- Brown, C. A. (2004). Characteristics of Successful Partnerships Between Libraries, Schools, and Community agencies. *Library Philosophy and Practice*, 6(2), 1-14.
- Buckingham, D. (2007). Digital Media Literacies: rethinking media education in the age of internet. *Research in Comparative and International Education*, 2(1), 43-55.
- Buijzen, M. (2010). Hoe ouders de strijd met commercie kunnen aangaan. In K. Segers & J. Bauwens (Eds.), *Maak mij wat wijs* (pp. 120-132). Tiel: LannooCampus.
- Buijzen, M., & Valkenburg, P. M. (2003). The Unintended Effects of Television Advertising: A Parent-Child Survey. *Communication Research*, 30(5), 483-503. doi: 10.1177/0093650203256361
- Calff, J. S. (2008). *Innovatie met Effect*. Adviescommissie Bibliotheekinnovatie, 32 p.
- Calvert, S. L. (2008). Children as Consumers: Advertising and Marketing. *Future of Children*, 18(1), 205-234.
- Coltura, M., & Vercruyssen, B. (2008). *Marketingstrategie*. LOCUS, 44 p.
- D'Elia, G., Abbas, J., Bishop, K., Jacobs, D., & Rodger, E. J. (2007). The impact of youth's use of the internet on their use of the public library. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 58(14), 2180-2196. doi: 10.1002/asi.20675
- De Bruyne, L. (2010). Vuurtje stook in de bibliotheek. *Bibliotheek- en archiefgids*, 86(4), 14-20.
- De Pauw, E., Pleysier, S., Van Looy, J., Bourgonjon, J., Vanhooven, S., & Soetaert, R. (2008). *Ze krijgen er niet genoeg van! Jongeren en gaming, een overzichtstudie*. Het Vlaams Instituut voor Wetenschappelijk en Technologisch Aspectenonderzoek (viWTA), 202 p.
- Deinum, M. (2010). *De jongerenbibliotheek*. Masterproef, 45 p., Rijksuniversiteit Groningen, Groningen.
- Den Boef, A. H., Nijboer, J., & Kircz, J. (2008, 28-30 januari 2008). *The Demise of Quality? Quality Newspapers and the Information Function of Libraries on the Brink of Collapse or Resurrection?* Paper presented at the Providing Access to Information for Everyone, Proceedings of 16th BOBCATSSS Symposium 2008, Zadar, Croatia.
- Fisher, S. (1994). Identifying video game addiction in children and adolescents. *Addictive Behaviors*, 19(5), 545-553.
- Franssen, V., & Daems, A. (2011). De nieuwe gebruiker. *META*(6), 8-13.
- Gamson, W. A., Croteau, D., Hoynes, W., & Sasson, T. (1992). Media Images and the Social Construction of Reality. *Annual Review of Sociology*, 18, 373-393.
- Garrod, P. (2001). Staff training and end-user training issues within the hybrid library. *Library Management*, 22(1/2), 30-36.
- Generation, B. M. (2013). The Business Model Canvas. from http://www.businessmodelgeneration.com/downloads/business_model_canvas_poster.pdf
- Glorieux, I., Moens, M., & Van Thielen, L. (2004). De bibliotheek, een huis vol meningen. 32041 bezoekers over 165 bibliotheken. In TOR (Ed.), (p. 29).
- Hargittai, E. (2010). Digital Na(t)ives? Variation in Internet Skills and Uses among Members of the "Net Generation". *Sociological Inquiry*, 80(1), 92-113. doi: 10.1111/j.1475-682X.2009.00317.x
- Hartmann, M. (2013). From domestication to mediated mobilism. *Mobile Media & Communication*(1), 42-49. doi: 10.1177/2050157912464487
- Huysmans, F. (2006). *De betere bibliotheek*. Vereniging Openbare Bibliotheken. Amsterdam: Vossiuspers UvA.
- Huysmans, F., & Hillebrink, C. (2008). *De openbare bibliotheek tien jaar van nu*. Den Haag.

- Jeugdwerknet, & Jeugddienst, G. (2012). *Apestaartjaren 4*, 40 p.
- Kapitzke, C. (2001). Information literacy: The changing library. *Journal of Adolescent & Adult Literacy*, 44(5), 450-456.
- Klimmt, C. (2009). Key Dimensions of Contemporary Video Game Literacy: Towards A Normative Model of the Competent Digital Gamer. *Journal for Computer Game Culture*, 3(1), 23-31.
- Lieten, I., & Smet, P. (2012). *Conceptnota Mediawijsheid*. Brussel.
- Linc, v. (2013). Mediacoach, een mediawijs traject voor professionelen. Retrieved 11 juni, 2013, from <http://www.linc-vzw.be/projecten/mediacoach-een-mediawijs-traject-voor-professionelen>
- Livingstone, S. (2004). What is Media Literacy? *Intermedia*, 32(3), 18-20.
- Livingstone, S. (Ed.). (2008). *Internet Literacy: Young People's Negotiation of New Online Opportunities*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Livingstone, S., Haddon, L., Görzig, A., & Kjartan, O. (2011). EU Kids Online (p. 52).
- Livingstone, S., & Helsper, E. J. (2006). Does Advertising Literacy Mediate the Effects of Advertising on Children? A Critical Examination of Two Linked Research Literatures in Relation to Obesity and Food Choice. *Journal of Communication*, 56(3), 560-584. doi: 10.1111/j.1460-2466.2006.00301.x
- Martens, B., & Bauwens, J. (2010). In een boekje met een hoekje? Over het boek, geletterdheid en multigeletterdheden. In K. Segers & J. Bauwens (Eds.), *Maak mij wat wijs*. Tielt: LannooCampus.
- McCarney, J. (2004). Effective models of staff development in ICT. *European Journal of Teacher Education*, 27(1), 61-72. doi: 10.1080/0261976042000211801
- Mediawijzer.net. (2012). 10 Mediawijsheidcompetenties, geraadpleegd op <http://www.mediawijzer.net/competentiemodel>
- Mendoza, K. (2006). Surveying Parental Mediation: Connections, Challenges and Questions for Media Literacy. *Journal of Media Literacy Education*, 1(1), 28-41.
- Merskin, D. (2004). Reviving Lolita?: A Media Literacy Examination of Sexual Portrayals of Girls in Fashion Advertising. *American Behavioral Scientist*, 48(1), 119-129. doi: 10.1177/0002764204267257
- Messaris, P. (1998). Visual Aspects of Media Literacy. *Journal of Communication*, 48(1), 70-80.
- Meyrowitz, J. (1998). Multiple Media Literacies. *Journal of Communication*, 48(1), 96-108.
- Morgan, D. L. (1996). Focus Groups. *Annual Review of Sociology*, 22, 129-152.
- Mortelmans, D. (2007). *Handboek kwalitatieve onderzoeksmethoden*. Leuven: Acco.
- Naessens, M. (2013). Profiel van de medewerkers en de tewerkstelling in de Vlaamse openbare bibliotheken. *META*(3), 8-13.
- Natharius, D. (2004). The More We Know, the More We See: The Role of Visuality in Media Literacy. *American Behavioral Scientist*, 48(2), 238-247. doi: 10.1177/0002764204267269
- Nijboer, J., & Hammelburg, E. (2010). Extending media literacy: a new direction for libraries. *New Library World*, 111(1/2), 36-45. doi: 10.1108/03074801011015676
- Oomes, M. (2011). Nieuwe bibliotheken, nieuwe competenties. Op weg naar een passend opleidingsaanbod. (p. 64). Den Haag.
- Prensky, M. (2001). Digital Natives - Digital Immigrants. *On the Horizon*, 9(5), 1-15.
- Quick, S., Prior, G., Toombs, B., Taylor, L., & Rosanna, C. (2013). Gebruikerspercepties van de voordelen van ICT in openbare bibliotheken in België (p. 25): Bill & Melinda Gates Foundation.
- Ribble, M. S., Bailey, G. D., & Ross, T. W. (2004). Digital Citizenship. Addressing Appropriate Technology Behavior. *Learning & Leading with Technology*, 32(1), 6-11.
- Richards, D. (1996). Elite Interviewing: Approaches and Pitfalls. *Politics*, 16(3), 199-204.
- Segers, K., & Bauwens, J. (2010). Inleiding. Mediageletterdheid is nooit af. In K. Segers & J. Bauwens (Eds.), *Maak mij wat wijs* (pp. 15-21). Tielt: LannooCampus.
- Semali, L. (2003). Ways with Visual Languages: Making the Case for Critical Media Literacy. *The Clearing House*, 76(6), 271-277.
- Siebelhoff, M., Caarels, M., & Cheung, W. S. (2010). De wereld van Jeugd- en Jongeren en de plek van de bibliotheek. In T. Choice (Ed.). Amsterdam.
- Sorgdrager, W., & Weeda, C. H. (2005). *Mediawijsheid. De ontwikkeling van nieuw burgerschap*. Den Haag.
- Spacey, R., Goulding, A., & Murray, I. (2003). ICT and change in UK public libraries: does training matter? *Library Management*, 24(1/2), 61-69.

- Stalpers, C. (2005). *Gevormd door leeservaringen. De relatie tussen leesattitude, het lezen van fictie en het voornemen van adolescenten om lid te blijven van de openbare bibliotheek*. Doctoraat, Universiteit Utrecht, Utrecht.
- Tucker, C. (2012). Social Advertising. Geraadpleegd op <http://ssrn.com/abstract=1975897>.
- Van Bauwel, S. (2010). De televisie eet je op: over jongeren en televisie. In K. Segers & J. Bauwens (Eds.), *Maak mij wat wijs* (pp. 133-142). Tiel: LannooCampus.
- Van Cauwenberghe, A., Beentjens, H., & d'Haenens, L. (2011). Een typologie van jonge nieuwsgebruikers in een multimediaal landschap. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 39(1), 64-78.
- Van Mil, B. P. A., Kuipers, J. W., Van Gampelaere, M. E., & Dunning, B. R. (2010). De rol van de bibliotheek bij het stimuleren van mediawijsheid. In K. G. BV (Ed.), (p. 42). Den Haag.
- Van Rooij, A. J., Schoenmakers, T. M., Vermulst, A. A., Van Den Eijnden, R. J. J. M., & Van De Mheen, D. (2011). Online video game addiction: identification of addicted adolescent gamers. *Addiction*, 106(1), 205-212. doi: 10.1111/j.1360-0443.2010.03104.x
- Van Rooij, T., Schoenmakers, T., Meerkerk, G.-J., & van de Mheen, D. (2008). *Videogames en Nederlandse jongeren*. IVO.
- Vanderbiesen, W., & Djait, F. (2009). Opleidingsdeelname van de Europese bevolking en de Vlaamse werknemer. *Over.Werk. Tijdschrift van het Steunpunt WSE*, 1, 81-96.
- Vandercammen, M. (2010). *Jongeren en vrijetijdsbesteding* (38 p.). Brussel: OIVO.
- Vandercammen, M., & Kristel, V. (2011). *Jongeren en media* (15 p.). Brussel: OIVO.
- Vanouplines, P. (2007). Informatiegeletterdheid in de bibliotheek. *Bibliotheek- en archiefgids*, 83(6), 10-17.
- Van Soom, E. Villa Crossmedia, een kader voor mediawijsheidstraining. Onderzoek naar jongeren en mediawijsheid, met het oog op het ontwikkelen van mediawijsheidstraining in het kader van Villa Crossmedia, een project in het Interreg IVa 2 Zeeën-programma, Thomas More Mechelen, November 2012, pag. 11.
- Vanwynsberghe, H., Boudry, E., & Verdegem, P. (2012). The development of a conceptual framework of social media literacy HadewijchVanwynsberghe. *Etmaal van de Communicatiewetenschappen, Proceedings*.
- Wilde, P. (2009). Self-regulation and the response to concerns about food and beverage marketing to children in the United States. *Nutrition Reviews*, 67(3), 155-166. doi: 10.1111/j.1753-4887.2009.00183.x
- Wise, K., Bolls, P. D., Kim, H., Venkataraman, A., & Meyer, R. (2008). Enjoyment of advergames and brand attitudes: the impact of thematic relevance. *Journal of Interactive Advertising*, 9(1), 27-36.
- Zickuhr, K., Rainee, L., & Purcell, K. (2013). Library Services in the Digital Age. In P. R. Center (Ed.), *Pew Internet & American Life Project* (p. 80). Washington, D.C.
- Zwanenberg, F., & Pardoën, J. (2010). Handboek Mediawijsheid. In S. M. K. Online (Ed.), (p. 109). Leidschendam.
- Zywicki, T. J., Holt, D., & Ohlhausen, M. K. (2004). Obesity and Advertising Policy. *George Mason Law Review*, 12, 991-1001.

Bijlage

Bijlage 1: Vragenlijst interviews met experts uit de bibliotheeksector

Bijlage 2: Vragenlijst interviews met experts uit de onderwijssector

Bijlage 3: Verslag interview Anneleen Schelstraete

Bijlage 4: Verslag interview Ilse Depré

Bijlage 5: Verslag interview Bart Boelen

Bijlage 6: Verslag interview Pedro De Bruyckere

Bijlage 7: Verslag interview Joke Simons

Bijlage 8: Draaiboek focusgroepen

Bijlage 9: Bundeltje mediawijsheidcirkels (focusgroepen)

Bijlage 10: Business Model Canvas (focusgroepen)

BIJLAGE 1: Vragenlijst interviews met experts uit de bibliotheeksector

- Wat is voor u mediawijsheid?
 - invulling / definitie
 - Waarom is mediawijsheid belangrijk?

- Mediawijsheidcirkel als model voor verschillende aspecten van mediawijsheid
 - Kan u zich hier in vinden? Leg uit.

- Welke zaken/activiteiten onderneemt u als bib op het vlak van mediawijsheid?
 - Waar zou u deze plaatsen op de mediawijsheidcirkel?
 - Hoe beoordeelt u deze initiatieven?
 - Succesfactoren?
 - Belemmerende factoren?

- Vindt u dat de bib zich moet inzetten op het vlak van mediawijsheid?
 - Behoort dit tot het takenpakket?
 - Op welke aspecten zou de bib zich moeten focussen?
 - a.d.h.v. mediawijsheidcirkel
 - meer specifiek: nieuws / reclame / internet / games / andere ?
 - Waar eindigen de taken van de bib?
 - Welke zaken moeten ondernomen worden om de situatie te verbeteren (indien nodig)?
 - Hoe staat uw organisatie tegenover de implementatie van een mediawijsheidbeleid? Versus uw mening?

- Is er voldoende expertise aanwezig in de bib?
 - Indien nee: mogelijke redenen?
 - Wat wil expertise voor u concreet zeggen?
 - Worden er zaken ondernomen om meer expertise binnen te halen in de bib?
 - Zo ja, wat? Waarom?
 - Zo nee, waarom niet?

- Op welke aspecten van mediawijsheid moet er in het secundair onderwijs ingezet worden?
 - mediawijsheidcirkel?
 - meer specifiek: nieuws / reclame / internet / games / andere ?
 - Is er een overlap tussen de taken van de bib en het onderwijs of vullen ze elkaar eerder aan?

- Zijn er al samenwerkingsverbanden met het onderwijs?
 - Zo ja: Welke?
 - Zo nee: waarom niet?
 - Met secundair onderwijs specifiek?
 - Hoe beoordeelt u deze samenwerking?
 - Succesfactoren?
 - Pijnpunten / belemmerende factoren?
 - Hoe ziet de ideale samenwerking eruit voor u?

- Op welk vlak moeten onderwijs en bibliotheken samenwerken?
 - Randvoorwaarden voor een goede samenwerking?
-
- Belangrijkste conclusie van dit interview?

BIJLAGE 2: Vragenlijst interviews met experts uit de onderwijssector

- Wat is voor u mediawijsheid?
 - Invulling / definitie
 - Waarom is mediawijsheid belangrijk voor uzelf en uw organisatie?

- Mediawijsheidcirkel als model voor verschillende aspecten van mediawijsheid
 - Kan u zich hier in vinden? Leg uit.

- Informaticalessen onder druk
 - Goed idee?
 - Gevolgen?
 - Alternatieven?
 - Hoe passen informaticalessen al dan niet in een mediawijsheidbeleid?

- De leerkrachtengeneratie die nu afstudeert...
 - kan men hen als 'mediawijs' beschouwen?
 - En als goede instructeurs van mediawijsheid?
 - Hoe trachten jullie hen in de lerarenopleiding voor te bereiden?

- Mediageletterdheid in het secundair onderwijs: waar past dit in het curriculum?
 - Welke doelen zouden de lessen mediawijsheid moeten hebben?
 - Op welke aspecten zet het onderwijs best in (mediawijsheidcirkel)?
 - Meer specifiek: nieuws / internet / reclame / games / andere ? Waar op inzetten?
 - Hoe kan dit gebeuren?
 - Wat gebeurt nu? Hoe beoordeelt u de huidige situatie?
 - Welke zaken kunnen we ondernemen om van de huidige naar de ideale situatie te gaan?
 - Hoe bakenen we de taken van het secundair onderwijs betreffende mediawijsheid af? Wat zijn of waar liggen de grenzen?
 - Wat zijn belemmerende factoren in de realisatie van een mediawijsheidbeleid op school?
 - Succesfactoren?

- Samenwerking met de bibliotheek
 - is er een samenwerking?
 - Indien nee: waarom niet?
 - Hoe beoordeelt u de huidige samenwerkingsverbanden?
 - Op welke manier kan de bibliotheek iets betekenen voor het secundair onderwijs?

- Op welke aspecten moet de bibliotheek inzetten, vergeleken met de aspecten waar onderwijs op in zou moeten zetten (mediawijsheidcirkel)?
 - Meer specifiek: nieuws / internet / reclame / games / andere ? Waar op inzetten, vergeleken met onderwijs?
 - Is er een overlap tussen de taken van de bib en het onderwijs of vullen ze elkaar eerder aan?
 - Hoe ziet u de ideale samenwerking tussen de bibliotheek en het secundair onderwijs?

- Randvoorwaarden voor een goede samenwerking?
 - Wat wordt best ondernomen worden om de situatie te verbeteren (indien noodzakelijk)?
 - Wat is voor u het meest aansprekende voorbeeld van een samenwerking tussen onderwijs en bibliotheken op het valk van mediawijsheid? (waarom? Succesfactoren, e.d.
-
- Belangrijkste conclusie van dit interview?

Interview Anneleen Schelstraete – 3/05

Wat is mediawijsheid voor jou? Dat je kan inschatten, dat je weet hoe je met media kan omgaan. Iedereen wordt er mee geconfronteerd. Dat je dingen kan opzoeken, dat je kritisch naar de dingen kijkt, dat je jezelf afvraagt waarom je op facebook zit, wat deel ik met wie, dat je constant je eigen mediagebruik in vraag stelt. En als je iets niet weet, dat je weet dat je dat kan opzoeken, of dat je ergens terecht komt.

Visie van de bibliotheek Gent: is nog niet echt ontwikkeld. Men wil er wel iets mee doen, maar men moet nog heel erg zijn weg zoeken. Vanuit bib denk je in eerste instantie heel klassiek, de boeken. Maar nu komt die media daar meer en meer bij. De bib springt wel mee op de kar, maar er is nog wat nood aan iemand die het voortouw neemt of daar wat de coaching in doet. Ze zijn bezig met het ontwikkelen van een visie, maar ze zijn er nog niet.

Belang mediawijsheid: we worden overspoeld met media, daarom is het belangrijk dat je weet waar het over gaat. Daarom hoeft je er zelf niet allemaal aan meedoen, maar wel weten waar het over gaat en wat dat nu precies is. Kritisch zijn.

Mediawijsheidcirkel: in mediacoachopleiding, dus daar is anneleen wel mee vertrouwd. Anneleen vindt reflectie belangrijker dan de rest.

Wat doet bib nu op vlak van mediawijsheid: vooral aanbieden (boeken erover, toegang tot internet, wifi), begeleiding is er nog niet echt. De bib is wel zelf op sociale media, en dan proberen ze alles wat in de cirkel zit, wel te doen.

Anneleen zou graag protocol willen ontwikkelen voor de bib ivm eigen sociale mediagebruik. Waarom op het ene platform en niet op het andere. Er is nog geen platform maar zou er best komen. Er is wel een werkgroep sociale media. Daarin wordt bv besloten dat er meer leven op sociale mediapagina moet komen, meer persoonlijke verhalen, in plaats van louter droge bib info. Er wordt ook geëxperimenteerd. Mediawijsheid zelf komt niet echt aan bod op de sociale media.

Bibliotheekmedewerkers worden regelmatig aangesproken aan de balie met vragen over internet. Maar veel collega's vinden dat ze geen onderwijzers zijn of geen computerles geven en blokken ze dat een beetje af wanneer personen vragen hebben. Er werken ook zodanig veel personen, iemand die een vraag stelt kan toevallig de expert vasthebben, maar kan even goed medewerker zijn die er niets van afweet. Kennis is niet evenredig verdeeld over de organisatie.

Wat de bib nu doet, gaat wel goed zo. We moeten focussen op de dingen waar ze nu mee bezig zijn en zorgen dat we die goed doen, vindt anneleen. Dus niet direct nieuwe dingen ondernemen. Zeker naar de krook toe, gaat dat ander verhaal worden, maar op huidige locatie is het roeien met de riemen die men heeft. Er is geen geld of ruimte voor pc-lokalen of tablets of ... Als je de middelen niet hebt kan je er ook niet actief mee aan de slag gaan. Dat is zeker belemmerende factor.

Andere belemmerende factoren: tijd, personeelstekort. Anneleen haar taak is eigenlijk de evenementen organiseren, maar vanuit haar persoonlijke interesse is ze bij mediawijsheid terecht gekomen. Daarom doet zij dit nu, maar dit is eigenlijk haar taak niet. Personen van de ICT afdeling weten er niet altijd meer van. Mediawijsheid zit versplinterd in de organisatie. De taken zijn niet goed gedefinieerd, dus dat is een van de oorzaken. Naar de krook toe zou dit wel moeten verbeteren.

Zeer nuttig zou zijn als er iemand in huis is van bv digipolis die zowel bibliotheekbezoekers als bibliotheekmedewerkers advies zou kunnen verlenen.

In digitale week: kennismaking met sociale media, workshops. Ook jongeren komen hier op af. Jongeren zijn gewoon om te googelen, en een kant-en-klaar antwoord te krijgen, maar ze kijken niet verder dan de eerste 5 hits. Informatievaardigheden van jongeren staan zeker niet altijd op punt. Ook komen ze zo naar de bibliotheek, bv ze willen een boek op slakken in de tuin en als ze dat niet direct vinden, ze hebben niet door dat ze in een tuinboek moeten kijken. Ze worden zodanig overspoeld en verworden op vlak van informatie, dat ze niet altijd kritisch omgaan met informatie. Daar kan voor de bibliotheek dan ook zeker een succesverhaal inzitten. Nu wordt daar nog niet echt om ingezet. Vele medewerkers doen dat wel aan de balie, wanneer personen vragen stellen.

Anneleen heeft twee mediawijsheid trainingen gegeven in klassen over sociale media + wat deel je + privacy + kritische reflectie. Dat was een groot succes. Leerkrachten waren zeer enthousiast en vroegen of Anneleen dat nog wou doen, los van haar project. Daarin kan de bib ook een rol spelen, jongeren bewust maken over hun online gedrag. Wel gelinkt aan de collectie. Want louter computerles / internetles is eigenlijk niet de taak van de bib.

Voor een stuk is dit wel de taak van de bib. In de bibliotheek is er immers ook veel mogelijkheid om op het internet te gaan, heel wat jongeren doen dat ook, zeker kansengroepen die thuis de mogelijkheid niet hebben om online te gaan. In koudere vakanties/woensdagmiddag zit de bib vol met jonge personen die zitten te facebooken. Bib biedt het aan, dus moet ook mee instaan voor de mediawijsheid. Kunnen omgaan met verschillende online toepassingen en deze vaardigheden kunnen generaliseren naar andere toepassingen bv een bibliotheekcatalogus, het volgende nieuwe sociale mediaplatform, etc.

Mediawijsheidcirkel: bibliotheek zou vooral moeten focussen op bewustmaking (analyse en reflectie), maar ook zeker op het leren hanteren (techniek). Maar jongeren ook leren werken met verschillende media, niet alleen internet. Bv een huiswerkplek aanbieden aan jongeren, waar ze op internet kunnen, boeken raadplegen, maar ook begeleiding van het bibliotheekpersoneel. Daar heeft bib Gent nog infrastructuur niet voor, maar dat is wel iets waar Anneleen zeker voor is.

Moeilijk voor bib: hoe mediawijsheidsaanbod aanbieden? Via workshops of een bordje met 'heb je vragen, vraag maar'. Of interactieve introducties in de bib (met digitale aspect), maar daar zijn de middelen niet voor. Daar zijn ze in Gent nog niet helemaal uit. Het is nog wat experimenteren. Als bib is het wel belangrijk dat de bibliotheekcollectie hierin betrokken wordt. Ook directeur hamert er op dat er steeds link moet zijn met de collectie. Bib is namelijk geen vormingscentrum of avondschool. Ze kunnen personen wel doorverwijzen indien nodig. Maar in de bib moet de collectie er toch bij betrokken worden.

Ook veel van de personen in de bib zijn 45+ en die liggen daar totaal niet wakker van. Dat is zeker een obstakel. Heel wat oudere werknemers zijn niet mee, of ze vinden het maar zever. Bv iemand kwam naar balie en vroeg hulp met maken van powerpointpresentatie, en collega reageerde heel bot: 'wij zijn geen computerles, wij doen dat niet, dat is onze taak niet. Als je dat wil weten moet je maar les pakken of ne boek lenen over powerpoint'. Anneleen vond dat wel heel grof en bot. Ze vindt dat je de personen wel op weg kan zetten, daarom moet je hun handje niet vasthouden. De grens voor bibliotheek op vlak van mediawijsheid is dus zeker heel dun, niet evident. Personen op weg zetten en eventueel doorverwijzen. Er zijn collega's die zeggen 'nee trek uw plan', vaak ook omdat ze geen tijd hebben.

Wat moet nog ondernomen worden om van huidige naar ideale situatie te gaan?

- Intern moet er zeker nog gewerkt worden aan een duidelijker visie, met duidelijke afspraken en duidelijke taakverdeling. + nadenken waarom men iets doet.
- opleidingen en vormingen voor medewerkers
- werkingsmiddelen: technologie, personeel die weet waar ze mee bezig zijn, ruimte, budget

- meer samenwerken met de juiste partners (bv digipolis, iminds, linc, etc.). Bib weet niet alles. In de krook gaat het ook veel aantrekkelijker zijn voor partners om met hen samen te werken. Nu moet bib naar organisaties stappen, in de krook gaat dat omgekeerd zijn. Het wordt hippe, nieuwe plek, dat is aantrekkelijk voor organisaties. Die organisaties kunnen dan bv. Het personeel advies verlenen op vlak van digitale toepassingen, maar ook concreet helpen in het mediawijsheidsbeleid door workshops te organiseren.

Onvoldoende expertise in de bibliotheek rond mediawijsheid. Velen weten eens niet waar het over gaat. Oké, dat je dat niet doet, maar als je totaal niet weet waar het over gaat, zit je wel met een probleem. Zeker als je in de jeugdbib werkt of op afdeling met veel computers. Vaak worden personen met vragen dan doorverwezen naar die weinige personeelsleden met expertise, maar dat is ook vervelend voor die personen. Expertise is heel onevenredig verdeeld in de bib.

Bibliotheekmedewerkers moeten basiskennis hebben, dat volstaat, en dan enkele personen die er meer over weten en de echte experts zijn (lieft één op elke afdeling). Meeste personen hebben basisvragen, dus daar moet iedereen wel op kunnen antwoorden. Ook niet alleen kennis, maar ook goodwill!

Hoe meer expertise in de bib binnenhalen? Functieprofielen beter specificeren + personen aanwerven die er een interesse voor hebben; In bib worden meestal personen aangeworven die na hun 45^e nog terug willen gaan werken. Bib heeft geen hip imago, niet veel jonge personen willen in de bib werken. Hopelijk met de krook, doordat dit nieuw hip gebouw is, verandert dit een beetje. Ook huidige medewerkers opleiden. Er zijn zeker collega's die hiervoor openstaan en anderen die met een duwtje in de rug zeker zullen deelnemen. Ook de stad kan hier een rol in spelen. Zij bieden allerlei opleidingen aan, en daar zou ook wel iets rond mediawijsheid tussen kunnen zitten.

Secundair onderwijs: alle aspecten mediawijsheidskring moeten aan bod komen. Jongeren laten experimenteren en creëren want dat is interessant om hun blik te verruimen. Meer dan in de bibliotheek moet in onderwijs alle vier de kwadranten aan bod komen. In elk vak kan je dat wel integreren. Ook I@school is heel interessant project waar de bib mee kan instappen (dit gaat bib gent ook doen). De bib heeft de collectie en kan deze zeker openstellen voor dergelijke projecten. Met als resultaat dat ze bv een filmpje maken over de bib en de bib ook leren kennen. Niet altijd makkelijk om de juiste manier te vinden om iets te doen. Je moet de juiste klik vinden met de leeftijdsgroep, een aanpak kiezen die hen aanspreekt.

Meer samenwerkingen met lager onderwijs dan secundair. Vanuit bib zelf afgeblokt, omdat er geen personeel voor was. Ook politiek vanuit de bib om de leerkrachten op te voeden en hen te leren hoe ze een introductie kunnen doen bijvoorbeeld. Daar zijn ze nu wel van afgestapt. Samenwerkingen rond mediawijsheid bestaan er nog niet. Wel I@School project waar bib binnenkort mee gaat instappen. Nochtans zitten hier zeker mogelijkheden in. Zeker op het vlak van informatievaardigheden, dit sluit ook aan bij de mogelijkheden en expertise van de bib.

Vooraf nog grote zoektocht rond mediawijsheidsbeleid. Belangrijk dat er een visie komt. Link met boeken moet blijven. Bv in antwerpen twitterleesclub. Het gaat in de bib nog altijd om boeken, dus die link met de collectie moet er steeds zijn.

Scholen worden al zodanig veel overspoeld, het is moeilijk om de voet tussen de deur te krijgen.

Interview Ilse Depré (bibliotheek Leuven) – 21/05

Wat is mediawijsheid voor u? Om personen bewust leren omgaan met media. Niet enkel het digitale. Ook leesbevordering bijvoorbeeld. Ook niet alleen het negatieve, maar ook de positieve kanten, de mogelijkheden (bv. Contentcreatie).

Belangrijk omdat we heel veel geconfronteerd worden met media, in alle vormen. Zeker niet iedereen is daar vertrouwd mee. Anderen denken dan weer dat ze er heel vertrouwd mee zijn, maar dat is dan niet altijd ook zo.

Mediawijsheid vanuit de bibliotheek -> kijken dat ze vooral inzetten op die dingen die ook aanleunen bij de taken van de bib, die kort bij hen liggen. Mediawijsheid is zeker een taak van de bib, maar vooral dan leesbevordering (ook rond digitaal lezen), en ook informatiegeletterdheid (online en niet online). Je kan als bib op heel veel inzetten, leuven doet ook veel, zeker naar de jeugd. Maar je kan ook niet op alles inzetten en dat is ook zeker niet de bedoeling. Kijken naar welke partners er al zijn, welke organisaties er al zijn die rond mediawijsheid werken. Wat doen andere en daar op afstemmen. Bv in digitale week deed niemand iets rond sociale media, dus dan heeft de bib iets rond twitter gedaan. Ook omdat dat met de nieuws waarde van twitter ook wel aansluit bij de bronnen van de bib. Niet in concurrentie treden met andere organisaties, maar wel personen doorverwijzen indien nodig. Bib leuven geeft ook geen basiscursussen ICT omdat er in Leuven voldoende aanbod is op dat vlak. Andere bibliotheken doen dat misschien wel, maar dat hangt ook allemaal af van de lokale context. Kijken waar de gaten zijn in het aanbod én waar personen ook nood aan hebben (!) en dan blijkt dat in Leuven vooral de informatievaardigheden te zijn.

Mediawijsheidscirkel -> daar kan Ilse zich zeker in vinden. Momenteel wil bib meer inzetten op de creativiteit, zeker naar jongeren toe. Momenteel hebben ze project lopen, I@School, maar daar is de bib vooral faciliterende factor (infrastructuur, ruimte). Ze heeft ook meegewerkt aan een project rond digital storytelling. Maar algemeen is dit iets dat eigenlijk nog weinig gebeurt, omdat heel wat medewerkers zich daar niet echt in kunnen vinden, en niet de juiste competenties hebben. Nu vooral techniek en analyse & reflectie samen. Creativiteit willen ze graag op inzetten, maar dan zijn de competenties nodig en die zijn er nu nog niet.

Specifiek naar secundair onderwijs: techniek en analyse (bv met mediargus, zoektechnieken & informatievaardigheden). I@School zit dan wel weer die creativiteit is, maar daar is de bib geen drijvende partner, alleen infrastructuur.

Vanuit leuven nooit puur op de techniek inzetten, maar wel meer op dat reflecterende en de analyse. Techniek kan wel aan bod komen, maar R en A moet er bijkomen. Dit moet natuurlijk elke bib voor zichzelf uitmaken, hangt af van de lokale context. In sommige gemeentes is de bib het enige aanbod op techniek. Kijken in gemeente wat de noden zijn, wat er al gedaan wordt, met wie er samengewerkt kan worden, ...

In eerste instantie zou je zeggen dat creativiteit niet echt aansluit bij de bibliotheek, maar het komt ook op andere plekken niet echt aan bod. Zeker naar onderwijs toe moet er ingezet worden op de creativiteit. Maar wel altijd in samenspraak met andere partners en de school. Bib heeft ook niet de mogelijkheden & competenties in huis om dat allemaal zelf te doen. Ook het didactische, daar is de bib niet altijd sterk in. Op dat vlak kan de school een rol spelen, voor de begeleiding en het didactische.

Bib hoeft ook niet altijd de drijvende kracht te zijn. Kan ook faciliterende rol opnemen, infrastructuur en ruimte bieden bv. Bibliotheek moet kijken welke opportuniteiten er zijn op het vlak van samenwerkingen, want alleen kan je dat nooit doen. Er zijn zoveel dagdagelijkse taken, ook in een grote bibliotheek. Alles moet draaien, balies moeten bemand zijn, en al de rest komt er bovenop. In veel bibliotheken is mediawijsheid iets dat er extra bovenop komt. In een grote bibliotheek heb je vaak iemand die met educatieve vorming bezig is, en dan kan je dat in zijn job inbouwen. Maar in kleine bibliotheken is daar geen mankracht voor en dan is mediawijsheid iets dat er

bovenop komt. Ook de bibliothecaris zit daar mee aan de balie. Dan moet men meer gaan kijken wat er mogelijk is op regioverband. Bv. een medewerker aanstellen die dan in verschillende bibliotheken verantwoordelijk is voor educatieve vorming / mediawijsheid / Eén derde van de bibliotheken in Vlaanderen is heel klein en moet al krabben om de openingsuren te bemannen, dus dan is mediawijsheid echt wel ver van hun bed. Zij kunnen wel inzetten op samenwerkingen, en zo zijn er wel voorbeelden, maar het zijn vooral de grote bibliotheken die zelf zaken kunnen gaan ondernemen.

Bib op school: beslissing is genomen door de directie, maar niet alle leerkrachten staan daar achter. Het is belangrijk dat dat door de leerkrachten gedragen wordt. Betrokkenheid van alle partners is belangrijk bij samenwerkingen. Ook constant bijsturen en feedback geven is belangrijk.

Dat is een probleem dat zeker opduikt, ook bij de bib op school. De verwachtingen van de leerkrachten verschillen van wat er initieel gecommuniceerd was door de bib. Ook als er input van de leerkrachten gevraagd werd, kwam dat niet altijd even gemakkelijk. Vaak verkeerde verwachtingen, te hoge, van de bib. Leerkrachten verwachten veel diepgaandere ondersteuning dan de bib kan bieden. Andere leerkrachten zijn dan weer helemaal niet betrokken, en zien het nut er niet van in. Leuven werkt ook samen met een technische school, en heel veel van de vakleerkrachten vinden dat de bibliotheek geen meerwaarde is voor hen, dat is enkel voor Nederlands en Engels denken ze. Heel wat leerkrachten zijn dan ook niet geïnteresseerd in het project en dan is het heel hard sleuren om hen mee te krijgen.

Andere belemmerende factoren (naast betrokkenheid leerkrachten): tijdsdruk in de bib zelf, het moet er altijd bijkomen naast de gewone taken. Zelfs al vragen leerkrachten gewoon om een leeslijst, dan moet iemand zich daar mee bezig houden (vaak de jeugdafdeling, die al overbevraagd zijn). Dat vraagt allemaal tijd, moet ingepland worden.

Mediawijsheid behoort zeker tot takenpakket van de bib, maar in kleine bibliotheken is dit zeker niet altijd realiseerbaar. Kleine bibliotheken kampen niet alleen met minder mankracht, tijd en middelen, maar ze zitten dan vaak ook nog 'ns in een omgeving waar weinig partners zijn om mee samen te werken of om hen te ondersteunen. Bibliotheek Leuven zit op dat vlak in een luxepositie, heel veel partners (3 CVO's, centrum basiseducatie, ...). Bij die kleine bib moet er bovenlokaal gekeken worden, als we daar echt willen op inzetten. Daarom niet op Vlaams niveau, maar wel op provinciaal op regioniveau. Iemand aanstellen die dat voor de kleine bibs kan coördineren. Maar gezien de toestand van de financiën nu, gaan heel wat bibliotheken nog in de problemen komen en dergelijke projecten zijn dan vaak het eerste dat geschrapt wordt. De uitleen is nog altijd de basis en dat moet blijven draaien. Ook bib Leuven merkt dit: ze moeten volgend jaar inboeten aan budgetten + mankracht en dan moet je keuzen maken. De balies moeten bemand blijven, de boeken moeten in de rekken gezet worden, en de andere projecten moeten daar dan vaak plaats voor ruimen.

Leesbevordering hoort ook bij mediawijsheid, mediawijsheid is een ruim begrip. Bijna alle bibliotheken doen op dit moment dan eigenlijk ook al aan mediawijsheid, zonder dat het zo benoemd wordt op zonder dat men het zelf eigenlijk beseft. Als je mediawijsheid heel ruim bekijkt als 'omgaan met media' dan is elke bib daar wel mee bezig.

Sector is heel verouderd, en dat vormt soms probleem voor het digitale aspect van mediawijsheid. Om er echt op te kunnen inzetten, moeten de medewerkers ook zelf de competenties hebben, en dat is zeker niet altijd het geval momenteel. Maar binnen 10 jaar gaat zichzelf dat waarschijnlijk wel grotendeels oplossen. Personen die op pensioen gaan worden ook steeds vaker vervangen door jonge personen, die wel veel sneller mee zijn met al die technologieën en dat digitale. Nu in bib Leuven zijn de basisvaardigheden er wel, maar heel wat personen hebben moeite wanneer het iets geavanceerder wordt. Ook net nieuwe catalogus en je ziet ook dat sommigen van de medewerkers het daar moeilijker mee hebben dan anderen. Medewerkers moeten mee zijn! Er is nu ook heel nieuw systeem van de registreren en de reserveren en alle vragen van bezoekers daarover komen bij de balie, dus de personen aan de balie moeten het wel kunnen oplossen. Maar momenteel is zeker niet iedereen even sterk. Veel medewerkers beseffen ook dat ze niet voldoende vaardigheden hebben om het publiek verder te helpen.

Iedereen moet de basisvaardigheden hebben, en iedereen die met publiek in aanraking komt, moet de dingen waar de bezoekers mee in aanraking komen ook onder de knie hebben (catalogus, wifi, ...). Daarnaast als dat dan echt gaat over projecten opzetten, is het noodzakelijk om enkele experts in huis te hebben, bv personen die de mediacoach opleiding gevolgd hebben. Die zelf wat kunnen + weten welke partners ze kunnen inschakelen. Iedereen basisvaardigheden + beperkte groep die meer specifieke vaardigheden heeft om projecten te kunnen opzetten.

Expertise in de bib halen:

- aantal eigen interne vormingsdagen, bv naar aanleiding van de digitale week rond allerlei digitale thema's + die te maken hebben met de dienstverlening. Bv nieuwe catalogus uitgelegd, gopress en mediargus, wat als er een probleem is met de zelfuitleenbalie, de sorteerrobot. Ook niet alleen zeggen hoe ze het moeten oplossen, maar ook dat ze weten wat ze aan het doen zijn, waarom er een fout komt, etc. Probleem hierbij is dat het heel moeilijk is om iedereen samen te krijgen. Iedereen heeft ook andere uurroosters. Daarom sluit bib leuven ook 4 dagen om iedereen in groep te kunnen opleiden.

- mediacoach: één iemand, de persoon die verantwoordelijk is voor de educatieve vorming heeft dat gevolgd. Nu is er iemand bijgekomen voor die functie, zij is er wel van nature al meer mee weg, maar in tweede instantie kan zij ook de mediacoach opleiding volgen als er een tweede traject komt.

Bib is bezig met heel veel thema's bezig. Heel deel van de collectie is ook non-fictie dus je kan dat heel ruim bekijken. Nu is er bv een expo rond Guatemala, je zou kunnen denken dat dat niks met literatuur heeft te maken, maar zij zien dat eigenlijk heel breed.

Ook games komen aan bod, bib heeft zelf een gaming corner, ze doen ook gaming events tijdens de digitale week. Maar heel veel zaken kunnen aan bod komen. Ze doen ook lezingenreeks over opvoeding, en ze zijn nu ook aan het kijken hoe een digitaal thema ook daar naar voren gebracht kan worden. Nu vooral over typische opvoedingsprobleempjes (bv kinderen die slecht eten), maar ze zouden ook daar iets willen doen rond gevaren van internet of gaming etc.

Er moeten altijd keuzes gemaakt worden, niet alles kan aan bod komen. Bib leuven wil vooral inzetten op secundair onderwijs. Lager onderwijs komen de scholen eigenlijk vanzelf, maar vanaf secundair onderwijs verloopt die relatie van stroef. Ook leerlingen beginnen dan af te haken, komen niet meer naar de bib. Dus op die doelgroep wil men inzetten. Maar het stopt wanneer de uren op zijn. Het is vooral afhankelijk van de personen die er mee bezig kunnen zijn, de mankracht, het geld. Beperking van personen die er mee bezig zijn en ook specifiek naar die doelgroep kunnen werken, want dat is ook een eigenheid. Om met jongeren te werken heb je ook al een specifiek profiel nodig. Niet elke bib heeft dat profiel. Vroeger werd er heel veel gekeken naar dat klassieke profiel van bibliotheekschool, of germaanse. Heel wat bibs zijn dat nu wel aan het doorbreken en personen met divers profiel aan te nemen (bv jeugdwerk, sociaal werk, etc.). Dat is ook nodig.

Keuzes moeten worden gemaakt. Op basis waarvan worden de keuzes gemaakt? Kijken of het past bij de missie & visie van de bib. Eens dat de dingen gepland zijn, komen er soms nog dingen uit de bus die heel mooi zijn, en dan wordt wel geprobeerd om dat er nog bij te plannen. Maar altijd afwegen: past het bij ons? Zowel qua timing als qua visie van de bib.

Projecten hoeven niet zozeer aan de sluiten bij de collectie, maar wel bij de missie en visie van de bib (kennis, informatie & ontspanning faciliteren: daar kan je heel veel aan ophangen). Maar ook hier weer kijken wat er in de lokale context al gedaan wordt. + rekening houden met de return of investment, wat zit er voor de bib in. Bv bij project met school, gaat dat ook iets opleveren voor de bib (bv meer jongeren blijvend naar de bib, kunnen we ook de ouders bereiken, etc.).

Projecten best samen met partners, vooral partners die didactische kant mee kunnen ondersteunen. Dat kan een school zijn, dat kan één enthousiaste leerkracht zijn, dat is vaak al voldoende. Dat is ook iets dat moet groeien, er worden contacten gelegd en gaandeweg groeit de samenwerking. Bv eerst contacten gelegd rond digitale week, maar dan die contacten ook buiten de digitale week gaan gebruiken, en dan is die samenwerking zo gegroeid. Ook via de ene organisatie in contact met de andere enzovoort. Netwerk steeds uitgebreider. Eerst netwerk uitbouwen en dan komen de voorstellen vanzelf. Men begint de bib langzaam als een interessante partner te beschouwen die ook iets kan betekenen en dingen kan gaan faciliteren. Veel organisaties ook lang verkeerd beeld van de bib. Er wordt nog altijd veel gedacht dat de bib alleen boeken lenen is. Nogal oubollig imago. Terwijl bibliotheek ook andere mogelijkheden heeft en zeker wat de bieden heeft in een partnerschap. Heel erg verwevenheid van woord bibliotheek met boeken. Maar dat is ook een PR taak van de bib zelf. Om personen te laten zien dat de bib veel meer is dan dat. Toegang tot kennis, informatie, ontspanning, cultuur. Vroeger zat dat allemaal in boeken, maar nu al lang niet meer. Daarom ook belangrijk om mediawijsheid ook op te nemen. Bv begeleidingstraject in zoeken op internet. De informatie verschuift zich nu grotendeels naar dat digitale, en daar heeft de bib zeker een rol in te spelen. In het zoeken en kritisch beoordelen van info. Bij een boek ligt dat anders, eer je een uitgever vindt moet dat toch al min of meer in orde zijn, maar op internet kan alles gezet worden. Daar kan de bib een rol gaan spelen, in het begeleiden van personen bij het vinden van informatie -> gidsrol.

Meeste bibs beseffen wel dat die nood er is, maar probleem van mankracht. Je zit voor groot deel met uitleen, en dat moet ook nog gebeuren. Daarom is het ook wel goed dat er overkoepelende organisaties zijn zoals bibnet, die dan dingen gaan maken.

Uiteindelijk doen alle bibs voor 80% hetzelfde.

Jongeren de bib leren kennen als een plek waar ze kunnen experimenteren. Bib op een andere manier leren kennen.

Onderwijs moet op alle 4 de kwadranten van mediawijsheidcirkel. In onderwijs zelfde probleem, dat zit nu wel in de eindtermen, dat is er bijgekomen, maar ook daar zijn veel leerkrachten daar helemaal nog niet mee bezig. Daarom als bib iets aanbiedt, dat scholen daar meteen opspringen. Dat is een manier om aan hun eindtermen te komen. Dat is een voordeel voor de bibliotheek, hoewel je dan misschien wel weer met het probleem van betrokkenheid van de leerkrachten zit. Gewoon uitbesteden, maar er zelf niet mee bezig zijn. Het is belangrijk dat er in ICT lessen aan alle 4 de kwadranten aandacht worden besteed. In de andere vakken vooral die analyse en reflectie.

Momenteel samenwerkingsverbanden: I@school en bib op school. Verder zijn er wel scholen die naar de bib komen, leerkrachten nemen dan het initiatief. Bib geeft dan een rondleiding.

Bib op school: in begin was bib de meest open partner en de school de ontvangende partner. De directie had ja gezegd, maar de gedragenheid was er niet bij het lerarenkorps. Daar heeft men wat aan moeten sleuren. Nu zijn er wel enkele enthousiaste leerkrachten die mee zijn in het verhaal, maar zeker niet in de grote hoop. De meeste leerkrachten zouden bij wijze van spreken niet eens merken als het project zou stoppen.

Bij I@school is het veel meer een wisselwerking. Dan moesten de leerkrachten ook veel meer zelf in gaan investeren. Daar was er wel meer betrokkenheid. Bij bib op school minder, maar dat is misschien deels ook de fout van de bib. Het is ook allemaal heel snel moeten gaan, de directie beslist dat, maar leerkrachten staan er niet altijd achter. Dan bleek ook dat de leerkrachten die wel achter het project stonden, vies bekeken werden in de leraarskamer omdat ze zich met zo'n dingen bezig hielden. Dat is ook technische en beroepsschool, dat ligt daar waarschijnlijk ook anders dan in ASO school.

Hoe die leerkrachten meekrijgen? Bib Leuven organiseert studiedagen in de bib. Ze hebben dat al gedaan voor vti, maar ook al voor de lerarenopleiding (groep T), waar de leraren die lesgeven aan toekomstige leerkrachten bereikt werden. Ook gaan kijken hoe leerkrachten en bib kunnen gaan samenwerken, en dat is belangrijk, want zij

kunnen dat doorgeven aan de toekomstige leerkrachten, die dat dan hopelijk ook meenemen naar hun praktijk. Ook bv de toekomstige kleuterleidsters zijn al langsgeslagen.

Bib hoeft niet voor alles samen te werken, dingen kunnen ook gewoon aangeboden worden. Het hangt er vanaf wat de doelstellingen zijn in het project. Bv bij I@School is dat wel nodig.

Succesfactoren: gedrevenheid langs twee kanten + feit dat je er genoeg in kan investeren. Want als het tussen de soep en de patatten moet, dan werkt het niet.

Belemmerende factoren: tijdsinvestering + competenties die aanwezig zijn in de bib & op school. Het is niet de bedoeling dat de bib babysit gaat spelen, maar wel dat er achteraf ook iets gedaan wordt in de lessen met wat men in de bib doet.

Bib kan ook leerkrachten meer competenties bijbrengen. Bib leuven probeert dat wel, maar dat is niet altijd evident. Pedagogische studiedagen mogen ook altijd in de bib gedaan worden, de bib ondersteunt dat dan, het enige wat de bib dan vraagt is om zelf ook even uitleg te mogen doen over wat de bib kan betekenen voor de school. Ze willen ze dan ook echt naar de bib krijgen. Haalt ook zeker iets uit. Personen weten vaak niet wat de bib voor hen kan bieden, dus dat haalt leerkrachten wel zeker meer naar de bib & creëert basis voor samenwerkingen.

Ook samenwerking met conservatorium.

Idealiter wil bib leuven de bib op school uitbreiden naar andere scholen, als ze er ook de mankracht voor hebben. Maar heel veel mankracht is er niet, dus dat is wel een probleem. Er gaat volgend jaar ook weer geknipt worden in het personeelsbestand, en dan zijn dergelijke projecten de eerste die sneuvelen. De bib moet blijven draaien, dat is dan het belangrijkste. Wat de bib dan kan doen, is eerder uitkijken naar projecten waar de bib een faciliterende rol kan opnemen en er zelf minder tijd in moet steken (zoals I@school). Zorgen voor lokalen, reclame, personen opvangen, Maar dingen zelf opzetten, dat gaat dan moeten sneuvelen. Wel belangrijk dat de bib blijft inzetten op mediawijdsheid, maar de intensiteit waarmee de bib dergelijke projecten kan ondersteunen gaat heel pak lager zijn. Dus faciliterend ja, maar zelf zaken ondernemen moeilijk.

Vaak denkt men dat personen in de bib, zeker in grote bibliotheken, heel veel tijd hebben om allerlei projecten te doen, maar dat is zeker niet altijd waar. Bijna iedereen zit wel 'ns een keer aan de balie en er zijn ook zoveel andere taken.

Interview Bart Boelen – 03/05

Wat is mediawijsheid voor u?

= een stuk de competenties (kennis, vaardigheden, attitudes) om wijs om te springen met nieuwe media = technisch, creatief (participeren), juiste analyse (wat doe ik hier en welke impact heeft dat?), juiste reflectie (wie ben ik in mijn online gebeuren?)

→ komt overeen met mediawijsheidcirkel: heel eenvoudig model.

Waarom mediawijsheid belangrijk? Meer en meer omringt met technologie (of we dat nu willen of niet, want toch commercieel gepusht). Is cultuurbepalend element geworden, naast literatuur, audiomedial, ... Nieuwe media (vooral online gebeuren en mobiel techn) die maken heel groot deel uit van ons doen en laten in ons leven. Leren om hier wijs mee om te gaan.

Lerarenopleiding visie? Verschilt een klein beetje. Competentiematrix waarvan we hopen dan studenten deze bezitten als ze lerarenopleiding buitengaan. Tweetal weken geleden gekeken hoe dat mediawijsheid er al inzat in die matrix.: technische component al zeker erin + informatievaardigheden ook. Daarnaast moet leerkracht ook didactisch kunnen omgaan met media, ICT kunnen inzetten om zijn leerinhouden over te brengen. Daarnaast komt dan het kritisch kunnen omgaan met media. Dit zat er al een beetje in, maar nu het ethische/deontologische er nog meer ingestoken.

Leerkrachtengeneratie die nu afstuderen zeker niet mediawijs bij instroom. Er wordt in 2^e jaar wel bewust aan gewerkt. Ook in 3^e jaar een korte prik rond mediawijsheid in het algemeen (wat is dat? Hoe mee aan de slag? Hoe mediawijs ben ik op sociale media?). Vooral met betrekking tot nieuwe media. Andere media komen ook aan bod maar daar heeft Bart Boelen niet zo een zicht op.

Ook goede instructeurs van mediawijsheid? Niet per se van overtuigd dat dit zo is. Informaticastudenten wel zeker, want daar extra aandacht voor in hun opleidingsniche. Andere studenten, hebben er wat kaas van gegeten + meer mediawijs dan bij instroom, maar didactische vaardigheden worden er niet onmiddellijk aangekoppeld. Dus niet per se, hangt van leerkracht in kwestie af.

Informaticalessen die onder druk staan? Aanbeveling moet geschrapt worden volgens Bart Boelen. Informatica op zich heeft toch nog een stevige rol in de vorming van jongeren. Vooral technische aspect (cirkel!), maar ook probleemoplossende capaciteiten, redeneren, Dat is toch een fundament van mediawijs zijn. Gaat hier dan niet over de word lesjes waar je leert opsommingstekens te gebruiken, wel informatica informatica.

Gevolg als deze lessen verdwijnen? Jongeren minder het fundament hebben rond technische omgeving (bv begrijp ik het wel wat dat betekent als ik geen beveiligde verbinding aan ga als in log op facebook? Consequenties?) Als we dat gaan opnemen in geïntegreerde lessen rond ICT/media, dan gaat dat denkt hij een stukje gaan verwateren.

Alternatieven? Wat moeten scholen zeker ondernemen? Mediawijsheid zit sowieso in de vakoverschrijdende eindtermen (kritisch en alert omgaan met de nieuwe media). Scholen moeten er sowieso iets aan doen. Veel scholen laten het over aan de informaticaleerkracht. Als die niet meer mag meedoen, dan is het de leerkracht Nederlands, godsdienst, PAV, mavo, ... waar dat wel een beetje wordt aangehaald in expliciete lesjes rond sociale media enzovoort. Bart denkt alleen dat het heel snel vernauwd zal worden tot 'hoe zit dat met uw facebook', punt. Dat móet veel meer zijn. "Mediawijsheid heeft zo veel impact op het zijn van die leerlingen, op hun sociale leven, op hun perceptie, cultureel, dat dat toch veel breder moet gaan dan allen 'check ne keer de privacy instellingen van uwe facebook'. " Informatica essentiële component van mediawijsheidbeleid op school.

Momenteel is er hele beweging aan de gang, niet alleen in de Angelsaksische landen, maar ook bij ons. Zowel bij leerkrachten als bij vrijetijdspersonen, waar kinderen en jongeren leren visueel programmeren (scratch games maken etc.) toepassingen met bosjes uit de lucht. Dat slaat in, dat is geweldig, want algoritmisch leren denken om zelf iets te creëren. Jongeren zien de achterkant van een game. Mooier kan informatica niet zijn.

Sluiten informaticalessen voldoende aan bij de leefwereld van jongeren? Informaticalessen zijn enkele jaren geleden vernieuwd, meer toepassen en gebruiken van nieuwe media. Maar daadwerkelijke toepassing afhankelijk van leerkracht: heel knap tot pover. Bv filmpje maken en op youtube zetten, punt. Terwijl dit net een kans is.

Wat kunnen we daar aan doen? Probleem van het secundair onderwijs: langs ene kant wel beweging van integreren, terwijl heel veel scholen, leerkrachten, hun vakje als hun vakje zien en daar hoeft niet te veel meer bij te komen. Dingen breed opentrekken. Multimedialiteit in andere lessen inpassen (bv tijdens uitstap een flipcamera meegeven). Mediawijsheid en leerinhoud aan elkaar koppelen. Maar veel leerkrachten zien dat eigenlijk niet zitten. Bang voor het technische aspect.

Leerkrachten die nu afstuderen, heel wat verbetering, maar wel nog enkele die bang hebben. In opleiding opgevat dat ze mogen en naderhand ook willen experimenteren met nieuwe media.

Mediageletterdheid in secundair onderwijs: welke aspecten (cirkel): op alle kwadranten inzetten. Aandacht aan reflectie en analyse, naast creatieve en technische (wat nu al is). Positieve digitale identiteit opbouwen als jongvolwassenen door de jaren heen. Daar moet school hen in bijstaan. Meer aandacht voor reflecteren en analyse samen met de leerlingen.

Nu wordt er vooral ingezet op techniek en creativiteit.

Kijken waar jongeren mee geconfronteerd worden (nieuws, nieuwe media, reclame, ...) en daar moet aandacht aan besteed worden. Ook over reclame, niet alleen de advertenties in de krant, maar ook online. Nieuwe media krijgt meer aandacht van scholen, expliciet. Projectweek of in informaticales, maar dat is zeker nog niet overal substantieel ingebed.

Hoe van huidige naar ideale situatie (twee laatste componenten ook meenemen, hoe?)? Heel wat kansen voor alle leerkrachten! Bv godsdienst, godsdienst, taal, klastitularis ... Naast leerkracht informatica, die dan eerder met techniek en creativiteit bezig is. Met jongeren in gesprek gaan. Kansen (bv cyberpestgeval, iets uit pers) aangrijpen! Gesprek openen en mening van jongeren vragen. Ook echt naar jongeren luisteren (gooien ze echt hun privacy te grabbel?) Kritische vragen stellen en gesprek aangaan, dat gaan al een en ander wakker maken bij lln. Zonder dat je per se achter de computer moet kruipen. Analyse en reflectie kan even goed in gesprek. Leerkrachten hebben een duwtje in de rug nodig. Het is niet omdat je het technische niet allemaal beheerst, dat je het niet hoeft aan te raken. Bart boelen merkt op vormingen dat als hij lesmaterialen aanreikt, dat leerkrachten zich al een pak zekerder voelen om met hun leerlingen er aan te beginnen. Intentie moet er zijn, dat is al positief. Je hoeft niet per se facebook te hebben, je kan ook jouw leerlingen de hemd van het lijf vragen over hoe het werkt en kritische vragen stellen en zo breng je hen ook iets bij. Leerkrachten tonen dat ze er geen bang van moeten hebben.

Grenzen? Moeilijke vraag. Heeft bart boelen nog niet echt verkend. Dit is ook niet iets dat je hier en nu kan zeggen, want alles evolueert zo snel. Als je nu een programma samenstelt met wat er in thuishoort en wat niet, dan is dat over zes maanden al weer anders. Daarnaast moet een school ook monitoren waar hun leerlingen mee bezig zijn en daar op inspelen. Aanpak mediawijsheid hier op afstemmen. Wat school wél moet doen, is nadenken of je een social mediabeleid hanteert of niet (bv facebook op computer op school, mag dat? Openstellen draadloos netwerk? Gebruik gsm's?). Kijken hoe dit past in de pedagogische visie en welke richtlijnen men hier voor gaan uitwerken. Aantal leefregels uitstippelen, hopelijk samen met de leerlingen. Democratisch bespreken met lln. Kader schetsen rond gebruik van nieuwe media.

Scholen meestal geconfronteerd met problematische, ze vertrekken dan ook vaak van problemen (bv cyberpesten). Maar ook belangrijk om in te zetten op een positieve, preventieve aanpak (naast reageren op problematische). Jongeren van in begin weerbaar maken.

Belemmerende factoren in realisatie mediawijsheidbeleid? Tijd (heel vol leerprogramma), de opleiding van de leerkrachten, de durf om er iets mee te doen (leerkrachten zijn een beetje bang om er iets mee te doen). = grootste belemmeringen.

Succesfactoren? Enkele leerkrachten die dat aanzwengelen en die de rest trekken. Positief onthaald door andere leerkrachten en directie. Vaak zijn dit de ICT'ers of de jongere leerkrachten. Dat werkt viraal.

Samenwerking bibliotheek? Nu vooral bezoeken in de bib, of andersom bibmedewerker die rond informatievaardigheden komt werken in de klas. Daarnaast ook bib die aanbod doet naar een school. Bv in Genk: leerkrachten uitgenodigd om aanbod in de verf te zetten. Reactie leerkrachten is dan heel positief, maar zij hebben zo iets van 'leer het ons ook maar eens eerst'.

➔ ook voor de bibliotheek niet alleen aanbod naar leerlingen, maar ook voor leerkrachten!

Bart boelen niet zo veel zicht op aanbod van bibliotheken, dus moeilijk om het aanbod te beoordelen. Sommige bibs zijn daar al heel erg mee bezig, andere niet.

Op welke manier kan bib iets betekenen voor secundair onderwijs?

Heel wat bibliotheken stellen zich kritisch de vraag hoe ze iets kunnen doen rond games, tablets, facebook, informatievaardigheden, Vele bibliotheken doen goede zaak door terrein te verkennen en te onderzoeken hoe ze daar een rol in kunnen spelen. Heel open. Bibs proberen en dat vindt Bart Boelen al heel knap.

In relatie naar scholen toe: bib als een mediahuis, waar een school op kan terugvallen. Bib als mediaexpertisecentrum met nodige knowhow. Bib heeft tijd, middelen, personen die ze kunnen en willen uittrekken, in contrast met scholen waar dat veel minder het geval is. Minimediaexpertisecentrum in de bibliotheek. Een plek waar het onderwijs op kan terugvallen.

Mediawijsheidcirkel in de bib: eerder inzetten op analyse en reflectie, vooral op vlak van leerkrachten dan. Leerkrachten bijstaan. Welke technologieën zijn er? Impact? Hoe met jongeren hiermee omgaan?

Scholen worden te snel de consument, maar ze moeten zelf er ook mee aan de slag gaan. Bibliotheken kunnen hierin rol spelen, scholen equiperen met nodige kennis en vaardigheden.

Bibliotheek kan wel aanbod hebben naar leerlingen, maar misschien eerder onder vrije tijd en minder onder schooltijd. Maar naar scholen toe vooral de service verlenen als minikenniscentrum met betrekking tot media, waar ze leerkrachten en het beleid ondersteunen in hun beleid binnen de school.

Scholen hebben de knowhow op het vlak van het didactische (bv werkvormen: hoe leerlingen iets bijbrengen, een lezing van 2u is dan minder geschikt). Bibliotheken hebben hier minder kennis van, maar dan wel op het vlak van mediawijsheid. Dus op dit vlak kunnen scholen en bibliotheken samenwerken. Scholen de aanpak en didactiek, bib de mediawijsheid. Aanvulling op elkaar.

Randvoorwaarden van een goede samenwerking? Een toenadering tussen bib en scholen: bib is de meest open partner van de twee. Een open overleg tussen een kerngroep van leerkrachten en bibmedewerkers op regelmatige basis is zeker nodig. Bib kan dan zijn meerwaarde tonen op dat overleg door telkens input te geven aan de leerkrachten (bv een lespakket uitgekomen rond dit of dat / jullie zitten met dat probleem / ...). Zodat

scholen ook weten dat ze bij de bib terecht kunnen. Overleg waar school noden kan aangeven en bib hier op kan inspelen met haar expertise.

Hoe naar de ideale samenwerkingssituatie gaan? Bib moet zich van zijn beste kant laten zien; wij hebben de knowhow en wij willen die delen met jou, en dan gaan er al heel wat deuren open bij leerkrachten. Leerkrachten/school wordt op die manier ook echt vragende partij, en op die manier kan er ook echt een wisselwerking tot stand komen. Dat is de sleutel om het logge beest van het onderwijs wat tot leven te wekken.

Afwachtende houding van het onderwijs: komt doordat school niet tijd, middelen en personen heeft om een mediawijsheidsbeleid te realiseren. Zij hebben zoiets van 'pf, moeten we dat nu ook nog doen...' Onderwijswereld is aparte wereld, aparte mentaliteit. Scholen eerder afwachtende houding 'dit nu ook nog', 'het onderwijs moet het weer eens oplossen' zeggen ze dan. → belemmerende factor van een samenwerking

Andere belemmerende factoren die samenwerking kunnen bemoeilijken? 1) Hoe is de relatie al tussen de bib en de school 2) wat is de letterlijke fysieke afstand? 3) op welke momenten komen scholen nu al in aanraking met de bib en het stedelijke beleid daarrond? Kan heel goed zijn dat dat heel weinig is.

→ mediawijsheidsaspect zou wel eens een sleutel kunnen zijn om de school binnen te komen en een wisselwerking tot stand te brengen, ook op andere vlakken dan mediawijsheid.

Sprekend voorbeeld?

- Bib die lezing organiseert en leerkrachten uitnodigt (niet school gebonden)

- Bib en stad organiseren mediawijsheidsdag (projectdag rond nieuwe media: productie en beschouwende) waar alle scholen op inschrijven. Of dat dan succesvol is, dat weet hij nog niet. Inhoudelijk wel oké, maar aanpak met lange lezing iets minder.

Hoe moeten we dan jongeren bereiken?

Doen! Integreren! Creatief produceren, hen prikkelen en goesting doen krijgen om met nieuwe media aan de slag te gaan. Via die weg ook techniek, reflectie en analyse, en het beschouwende erin steken. Interactief! Vallen en opstaan, voorbeelden. Een klinisch steriele les geven, gaat al heel wat effect missen denkt Bart Boelen.

Leerkrachten duwtje in de rug nodig. Bibliotheek kan hier ook zeker een rol in spelen. Op dit moment handen te kort om leerkrachten te informeren over heel het aspect van mediawijsheid en hun grote vragen te beantwoorden (bv i.v.m. sociale media). Een bib kan hier wel voor een stuk antwoord op bieden. Leerkrachten tonen dat het niet zo moeilijk is, dat je niet alle technische kennis nodig hebt om er iets mee te doen, duwtje in de rug, durf bijbrengen, weerbaar maken.

Mediawijsheid is zoals techniekgeletterdheid, dat komt binnenwaaien in het onderwijs, en men pakt dat eerst geïsoleerd aan, maar men ziet nu ook in dat een geïntegreerde aanpak nodig is. Daar is men nu mee bezig, om het allemaal wat breder aan te pakken. Alles in één vakje steken, is de verkeerde aanpak.

Daarom ook vrij onderwijs aanbeveling rond afschaffen informaticalessen (naast druk verlichten van het programma). Maar ze zijn te kort door de bocht gegaan in de perceptie van 'jongeren zijn er mee bezig, dat doen ze elke dag, dus de technische vaardigheden hebben ze niet meer nodig, dat kunnen ze al'. Dat is een verkeerde perceptie

Interview Pedro De Bruyckere 7/05

Wat is voor u mediawijsheid: bewust, actief omgaan met alle vormen van media. Zowel de kansen als de gevaren inzien, waarbij de kansen groter zijn dan de gevaren. Media is hierbij ook veel meer dan de meeste personen denken. Onderscheid oude en nieuwe media moeten we vanaf stappen. Internet bestaat immers als 20 jaar. Alles waar mee gecommuniceerd wordt, is media.

Belang mediawijsheid: we leven in een communicatiemaatschappij, waar er volgens sommigen een overvloed aan informatie is, waar je bestaat door informatie te produceren. Daarom is het belangrijk dat je weet hoe je daar mee om moet gaan. Omdat we weten dat zeker jongeren (in tegenstelling tot wat alle digital natives-aanhangers beweren) dit niet spontaan doen.

Vanuit lerarenopleiding: inspireren op de eindtermen. Maar opleidingen zitten nog veel te vaak vast in het gevarenverhaal. ICT wordt veel te vaak herleidt tot 1) knoppenkunde of 2) de gevaren. Terwijl beide een verenging zijn die geen recht aan doen aan de mogelijkheden. Er is wel heel wat goede wil. Opleidingen lopen wel vaak achter de feiten aan. Er verandert heel snel heel veel en dat verblindt personen. Er zijn grote lijnen die constanter zijn dan dat personen denken. Men focust te veel op de veranderingen. Voorbeeldje is historische kritiek (omgaan met bronnen), dit is onderdeel van mediawijsheid. Dat bestaat al langer dan vandaag.

Mediawijsheidcirkel: ontbreekt iets cruciaal: het strategische, het geconnecteerde. Connectivisme = omgaan met informatie die buiten jou ligt, leren optimaal gebruiken van je netwerk, strategische vaardigheden (bv wat ga je van jezelf geven). Dat is niet hetzelfde als creativiteit, dat is eigenlijk het punt van na de creativiteit. Bv. Het bekendmaken van de dingen die je maakt. Hoe plaats je jezelf in het systeem? Hoe ga je je connecties gebruiken in je netwerk? Bv. Heel veel scholen steken veel tijd in opstellen CV's, maar hoe profileer je jezelf op linkedin en sociale media, daar wordt dan geen aandacht aan besteed. Het model is te veel inward bound, teveel op het individu gekeerd. Terwijl een van de belangrijkste dingen van web 2.0 communicatie is, interactie met de buitenwereld en dat vind je in dit model niet terug.

Informaticalessen onder druk? Het is heel dubbel. Informaticalessen is niet zelfde als mediawijsheidlessen. Techniekkant/knoppenkunde -> bv efficiënt werken met word of officepakket scoren meeste leerlingen slecht. Dus is daar nood aan? Waarschijnlijk wel nog. Ook gevorderde toepassingen (excel en access of filmbewerkingsprogramma's), naast inhoudelijke is er nog altijd een technisch vlak. Aan ene kant willen we zo geïntegreerd mogelijk les geven, aan andere kant komt dat vaak neer op het weg integreren. Heel veel regionale verschillen zullen er dan zijn, afhankelijk van de school en de leerkracht. Vele leerkrachten zijn zich niet bewust van de noodzaak om aan mediawijsheid te werken. Ze voelen zich niet sterk genoeg. Zonder één centraal vak, gaan die leerkrachten dat uit te weg gaan en komt mediawijsheid helemaal niet aan bod. Professionalisering is dus zeker een noodzaak! Afschaffen van zoiets moet voorafgegaan worden door een gedegen professionalisering.

Er is ook rapport vrijgekomen over planlast, een van de aanbevelingen daarvan is om het wegwerken van de vakoverschrijdende eindtermen, wat net een van de integratie paradepaardjes is. Levensecht leren is heel belangrijk, maar misschien is er ook nood aan een vak waar de techniek aan bod komt. Maar het is moeilijke kwestie. Pedro is er zelf nog niet helemaal uit.

Passen informaticalessen in een mediawijsheidbeleid? Ja, maar het is maar een fractie van mediawijsheid. Andere uiterste dat er enkel informaticalessen zijn en dat al de rest er niets mee doet, dat is helemaal verschrikkelijk. Vaak is het ook een zaak van kansen zien. Leerkrachten werken vaak aan mediawijsheid zonder dat ze het beseffen. Leerkrachten & buitenstaanders denken dan dat ze er niet mee bezig zijn, terwijl dit toch gebeurt. We hebben heel vaak het beeld van technofobe leerkrachten, maar Pedro denkt dat dit fout is. Technologie spelen vaak een rol in hun lessen.

Leerkrachtengeneratie die nu afstuderen zijn niet mediawijs. Zijn vaak niet op de hoogte van dingen die toch courant door leerlingen gebruikt worden. Dat is niet per se fout van de studenten lerarenopleidingen, de meeste van hen hebben ook geen mediawijsheid op school gekregen. De eindtermen mediawijsheid dateren van 2010, dus dan heb je nu niemand die dat op school heeft gehad. Hogescholen maken hier wel werk van, maar je hebt te maken met een inhaalslag. Elke lerarenopleiding is sowieso met de voeten bezig. Maar er zijn heel veel taken in het curriculum. De nieuwe leraren zijn er niet helemaal klaar voor. Pedro weet niet hoe dat naar toekomst zal gaan evolueren. Nu is sociale media in op school, dat thema leeft nu wel, maar voor jongeren is het nieuwe er wel af. Over piek heen bij jongeren, op de piek nu in het onderwijs. Maar na de piek komt het grote gat, dan zijn er weer andere thema's om op te focussen.

Mediawijsheidcirkel op school: met analyse en reflectievaardigheden is er een verbetering, dus dat verschuift nu naar het basisonderwijs. Dus op vlak van mediawijsheid zal er een verschuiving plaatsvinden naar het basisonderwijs. Analyse en reflectie moeten opgestart worden in basisonderwijs en dan focus creativiteit in secundair, en verdieping van de andere vaardigheden. Ook de strategische vaardigheden moeten in secundair toenemen in belang. Maar belangrijk dat de basis gelegd wordt in het basisonderwijs!

Games, nieuws, internet, etc. Kan je als doel en als middel bekijken. Je kan die thema's inzetten om andere doelen (bv lesinhouden) te bereiken en je kan ze als doel op zich bekijken. Reclamewijsheid moet ook al heel vroeg beginnen, omgaan met informatie en nieuws, dat gebeurt al heel lang. Bv met kranten omgaan, dat gebeurt al lang in de lagere school. Flat earth news is dan meer iets voor secundair.

Discussie die in buiten al heel sterk leeft is rond maximum schermtijd en dat gaat een mooie discussie worden in het onderwijs. School gaat grote rol kunnen spelen in leren doseren van schermtijd, het doelgericht gebruiken van technologie. Ook voorbeeldfunctie van de school.

Mediawijsheidbeleid op school: nodige overleg is nodig! Duidelijke afspraken zijn onontbeerlijk (wie doet wat, wat gaat waar over, etc.). Maar ook leerkrachten die op didactische redenen dingen willen doen, moeten de kans krijgen om te experimenteren (is dit een meerwaarde?). Beperkte vorm van praktijkonderzoek toelaten! Ook bij het maken van afspraken moeten leerlingen & leerkrachten betrokken worden, zodat de regels gedragen worden. Zoiets topdown instellen werkt niet.

Huidige situatie: pedro heeft het gevoel dat veel personen op dit moment zoekende zijn. Belang is doorgedrongen (veelal omdat men met het negatieve in aanraking is gekomen). Daardoor besef. Nu vooral zoekende naar de geschikte aanpak. Aanreiken van middelen en ondersteunen is nu belangrijk (bv inspiratie regelgeving / integratie / thematieken). Er is al ontzettend veel, maar er zou nu een tegenbeweging moeten komen tegen de versnippering. Want er is zo veel dat scholen door het bos de bomen niet meer zien.

Grenzen? In Engeland pleidooi om jongeren om te leren gaan met porno, wat heel zinnig pleidooi. Dat is ook mediawijsheid. Heel veel personen zouden zeggen dat dit de grens is, een weg die de school niet kan nemen, maar langs andere kant is dit misschien ook wel de taak van de school? Anderzijds mag je die beelden ook niet overroepen.

Voeten zijn de houvast en scholen hebben dan de vrijheid om dat zelf in te vullen. Scholen hebben hier vrije autonomie in, meer dan ze soms zelf beseffen.

Belemmerende factoren mediawijsheidbeleid? Professionalisering & vorming leerkrachten is belangrijker dan technologie geven op school. Heel veel jongeren hebben smartphone. De mobiele technologie is al aanwezig, daar kan je heel wat mee doen. Infrastructuur is er voor stuk al? Maar alleen moeten leerkrachten getoond worden hoe ze hier mee omgaan en toch de nodige controle kunnen behouden. -> vaardigheden leerkrachten + attitudes (zekerheid bijbrengen). Maar in ruime zin: professionalisering

Succesfactoren -> leerkrachten moeten gevoel hebben dat ze iets hebben bijgedragen. Dat men gevoel heeft probleemsituaties goed te kunnen aanpakken en de leerlingen goed gevormd worden. Leerkrachten moeten er goed gevoel aan over houden.

Bibliotheken & scholen: heel wat bibs organiseren in week van mediawijsheid dingen voor scholen. Er is al lange traditie van scholen die naar bib gaan om te leren omgaan met informatie.

Nu die verschuiving van mediawijsheid naar lager onderwijs, dat kan voor bibs een geschenk uit de hemel zijn. Zeker voor jonge gezinnen speelt de bib een belangrijke rol. Dus bibliotheek heeft al die jonge doelgroep en kan dus zeker een goede partner zijn voor de lagere school die aan mediawijsheid moet doen. Ook de driehoek school – kind – ouders, die hebben alle drie al een band met de bib met de bib (los van doelgroepen). Daar ziet Pedro kansen.

Bib & secundair onderwijs? Toegang tot is een belangrijk punt. Postpc tijdperk is bij jongeren in grote steden veel sneller aan het gebeuren dan we hadden verwacht (jongeren zijn wel online maar hebben geen computer). In Brussel is dat een realiteit, vooral bij doelgroepen. Dus hebben we weer computerlokalen nodig. Jongeren zijn heel veel mobiel online, maar hebben niet meer die stand alone-reflex. Dus daar kan de bib zeker een rol in spelen. Maar daarnaast zeker ook op het vlak van curatorschap, informatie selecteren & ondersteunen. Concept van digitale curatorschap. Daar kan de bib een belangrijke rol spelen. Voor de muziek die niet op Spotify staat, voor de boeken die toch nog altijd belangrijk zijn. Dat zijn belangrijke taken die blijven bestaan.

Hoe zie je dat dan concreet in een samenwerking? Heel concept van de brede school & het educatieve. Samen met culturele centra etc, een hele partnerschap samen, waarbij aanbod naar ouders, naar leerlingen en naar leerkrachten op elkaar moet afgestemd worden.

Mediawijsheidcirkel & bibliotheken: creativiteit, reflectie en analyse kunnen kwadranten zijn om te focussen. Ondersteuning bij creatieve, analyse & reflectie. De bibliotheek als werkruimte, kan daar veel betekenen. Bibliotheek als een kenniscentrum waar je anderen kan ontmoeten en toegang hebt tot kennis. Die functie geeft de bib bestaansrecht. (met voorbeeld Amsterdam, hoewel daar de slinger misschien wel wat is doorgeslagen?) Daar zijn zeker mogelijkheden. De bibliotheek als antgift tegen de filterbubbel.

Randvoorwaarden samenwerking bib en onderwijs? Goed contact, elkaars noden en mogelijkheden kennen, genoeg open communicatie. Door goed contact wordt pas duidelijk wat de mogelijkheden zijn. Contact is nu al vaak stukje aanwezig doordat leerkrachten al naar de bibliotheek gaan. Moet dat contact meer geïnstitutionaliseerd worden? Dat is de vraag. Kijken naar de lokale mogelijkheden.

Belemmerende factoren: tijdgebrek, onwetendheid van beide kanten, budgetten

Aanbod is niet hetzelfde als een samenwerking! Zelfs als je aanbod doet, kan je best eerst gaan samenzitten zodat je de noden kan aftoetsen, zodat aanbod matcht met de vraag.

Professionalisering leerkrachten -> bib kan daar wel een rol in spelen. Is het een must van de bib? Elke bibliotheek is vrij in de prioriteiten die ze leggen. Er zijn nog andere organisaties die hier mee bezig is. Voordeel van bib is wel dat het een lokaal gegeven is en dat je dan kan kijken naar wat de lokale noden en prioriteiten zijn. Als er in de stad al een villacrossmedia is, dan is de rol van de bib anders dan in steden waar dat niet het geval is.

Interview Joke Simons – 8/05

Wat is mediawijsheid voor u? Ook in hun project, de vraag van hoe gaan we dat nu invullen? Veelvoud aan definities! Voor haar wil mediawijsheid zeggen het competent kunnen omgaan met informatie en die ook op een competente manier kan gebruiken. Hoe je dat dan precies doet, dat is minder van belang. In onderwijs wordt mediawijsheid heel eng herleidt naar omgang met nieuwe media, maar het is eigenlijk meer dan dat. Ook oude media spelen nog een rol. Hoe ga je om met info? Hoe doe je dat op een kritische manier? Hoe koppel je dat terug naar wat je weet en hoe zet je wat je weet ook in om op een juiste manier die informatie te gaan gebruiken?

Niet alleen strategische gebruiken, wat dat impliceert dat je weet welke manier je moet gebruiken, maar ook het kritisch omgaan met media en begrijpen wat de functie van media is. Media staan immers niet alleen, ze zijn ingebed in de samenleving en je moet beseffen dat de manier waarop die media invloed hebben op de samenleving ook jouw mediagebruik beïnvloedt.

Belang mediawijsheid -> gezien de samenleving is mediawijsheid belangrijk. Alle info komt via media op ons af en als je niet weet hoe je die info op kritische en competente manier kan gebruiken, dan kan je in deze samenleving niet overeind blijven. Zelfs al doe je niet aan nieuwe media mee, dan moet je toch mediawijs zijn, zodat je die keuze op een gefundeerde wijze kan maken.

In hun onderzoek mediawijze leraren vragen ze ook wat leerkrachten verstaan onder mediawijsheid. Leerkrachten zeggen dan zeg jij mij wat mediawijsheid is en dan zeggen wij of het klopt op niet. Maar dat is doelstelling niet, ze willen weten wat ZIJ verstaan onder mediawijsheid. Het is niet belangrijk om jouw visie mediawijsheid helemaal klopt met andere opvatting. Wel is het belangrijk dat er een aantal ankerpunten zijn, waaraan je jouw definitie kan toetsen. Die ankerpunten moeten komen van ministerie van onderwijs. Maar als je nu kijkt naar hun documenten, lijken zij ook heel wat verschillende definities te hanteren. Veelheid van definities is op dit moment een echt probleem. Daardoor denkt iedereen over mediawijsheid te spreken, maar je spreekt naast elkaar.

Vaak denkt men over mediawijsheid als een verzameling van technische vaardigheden en kennis over de apparatuur, terwijl het kritisch omgaan met vaak vergeten wordt.

Mediawijsheidcirkel: heeft het al gezien, maar niet helemaal vertrouwd. Joke heeft hier absoluut geen probleem mee. Daar kan ze zich zeker in vinden. Probleem in onderwijs is dat er nu voornamelijk gefocust wordt op techniek en creativiteit. Via alle workshops (krant maken, radio maken, etc.) denkt men dan dat men mediawijsheid bezig is, maar dit is maar een aspect van mediawijsheid. Mediawijsheid is totaliteit van alle vier de componenten. Focussen op één of twee van de vier volstaat niet. Men moet op school focussen op de vier, dit is nu niet het geval. Dit kan wel van school tot school verschillen. Meeste good practices situeren zich wel op niveau van het basisonderwijs. Dan laat men hen media maken en leert men hen die technische vaardigheden, maar laat men hen ook kritisch nadenken (wat betekenen media voor mij? Niet iedereen ziet alles op zelfde manier. Etc.). In secundair is er nog nauwelijks aandacht voor deze kritische reflectie. Men heeft in 2010 de voeten ingevoerd, de meeste docenten weten niet wat de inhoud is van de voet mediawijsheid.

Reden verschil basis/secundair: basisonderwijs functioneert als een geheel, terwijl in secundair nog heel sterk dat vakjesdenken is. Mediawijsheid, doordat het een voet is, heeft men het geprobeerd in het onderwijs binnen te brengen. De poging is al goed. Maar doordat het een voet is, gaat dat heel vaak apart blijven staan. Voeten worden heel vaak systematisch toegeschoven naar bepaalde leerkrachten in plaats van dat alle leerkrachten hier op werken + men werkt heel vaak projectmatig. Altijd dezelfde personen die het moeten realiseren. Dit is het probleem met de voet mediawijsheid.

Hoe kunnen we dat oplossen? De voeten zijn veel te vrijblijvend. Men vraagt een inspanningsbereidheid, versus de andere eindtermen, daar heeft men een resultaatsverplichting. Je moet enkel aantonen dat je met voeten bezig

bent en afhankelijk van de creativiteit van de directeur wordt iets kleins als iets groots opgeblazen. Zolang men geen leerlijn gaat uitbouwen over de jaren heen, gaat deze voet geen effect hebben. Men moet ook rekening houden met de verschillende onderwijsvormen. Anders gaat dat niet veel uithalen.

Secundaire leerkrachten bereid om iets rond mediawijsheid te doen? Onderzoek heeft uitgewezen dat zodra iets in voeten zit, leerkrachten dit niet als hun core opdracht van hun eigen job beschouwen. Zeker als het niet gedefinieerd wordt in het leerplan, dan zien ze het helemaal niet en vindt men het ook niet belangrijk. Joke denkt dat het leerkrachten van steeds dezelfde vakken zullen zijn die met mediawijsheid bezig zijn. En het gaat om een beperkt lijstje.

Mediawijsheidcirkel: op allemaal even veel inzetten? Of is er bepaalde evolutie? Er moet een bepaalde leerlijn zijn. Op het eind van het secundair moeten de vier kwadranten volleerd aanwezig zijn bij leerlingen. Je kan ze nooit elk jaar allemaal even sterk oefenen, maar men moet er wel elk jaar aandacht voor hebben. Hoe hoger je gaat, hoe meer zelfstandigheid we ook kunnen verwachten van leerlingen. Dan kunnen we ook meer dit kwadrant gewoon toetsen in de lessen. Er zit een evolutie in de vaardigheden en ontwikkeling van jongeren op het vlak van mediawijsheid.

Hoe moet mediawijsheid beleid vorm krijgen? In eerste instantie moet er een duidelijk beleid zijn. Zolang mediawijsheid geen beleidspijler is, blijft het iets perifeer. Het moet echt in het schoolbeleid ingeschreven worden en scholen moeten dan ook echt acties gaan uitstippelen, anders komt het er toch niet van.

Verschillende thema's? Heel moeilijk om te zeggen welke thema's scholen moeten aanraken en welke niet. Soms doen zich opportuniteiten voor en die moet je dan aangrijpen. Dan maakt het niet uit over welk thema dit gaat. Zolang ze niet 6 jaar aan een stuk hetzelfde kanaal aanbrengen. Kennen doelpubliek is belangrijk. Jongeren uit BSO of TSO spreek je bv. Met andere zaken aan dat ASO-jongeren. Aansluiten bij de leefwereld van de jongeren. En in elk vak doen er zich gelegenheden voor om rond mediawijsheid te werken, in elk vak kan je kansen grijpen.

Taken onderwijs mediawijsheid afbakenen? Niet zeker of dit moet. Het is al belangrijk dat er aandacht aan besteed wordt, dat men inziet dat mediawijsheid belangrijk is. Zonder dat men het allemaal gaat uitbesteden! Nu wordt er heel veel uitbesteed aan organisaties die bv workshops aanbieden. Dat is makkelijk voor scholen: je nodigt die uit en voilà je voldoet aan de voet. Het moet meer zijn dan alleen meer dat. Daarnaast zou er ook een soort kwaliteitscontrole moeten zijn op al die organisaties. Daarom wil dit niet zeggen dat je niets meer mag uitbesteden, maar het mag niet enkel bij dat aanbod blijven, dit moet duidelijk ingebed zijn in het beleid van de school rond mediawijsheid. Zolang dit niet is, zal het niet werken.

Belemmerende factoren:

- heel wat scholen niet uitgerust met de nodige materialen. (Anderzijds zijn leerkrachten heel afhankelijk van de technologie. Bv smartbord valt uit en de lessen stoppen. Leerkrachten zijn niet meer in staat om op reguliere wijze les te geven. Nu is het bijna een vervangingsmiddel in plaats van een ondersteunend middel.)
- tijd
- knowhow van de leerkrachten (heel wat oudere leerkrachten die zich die vaardigheden niet eigen hebben gemaakt + jonge leerkrachten die denken dat ze mediawijs zijn maar dit toch niet altijd het geval is -> dat conflict tussen deze twee relaties is serieuze belemmerende factor)
- niet ingebouwd in het curriculum waardoor veel leerkrachten het gevoel hebben dat dit iets is wat er bovenop komt ("weer iets dat naar het onderwijs wordt doorgesluist")
- in veel scholen geen ondersteuning/beleid door de directie

Knowhow leerkrachten, hoe daar iets aandoen? Hoe kan je die gap tussen leerkrachten opvangen? Sommigen zeggen dat niet iedereen mediawijs hoeft te zijn, maar als dit het geval is, dat blijft mediawijsheid iets wat er bijkomt, wat los staat van de gewone schoolwereld, terwijl het er integraal deel van zou moeten uitmaken. Dus op korte termijn moeten heel wat bijscholingen bijkomen. Dit zal niet populair zijn. Ook lerarenopleidingen volstaat momenteel niet. De lerarenopleiders zijn ook allemaal aan de oudere kant, dus het probleem situeert zich ook hier. Daar zit je met dezelfde kloof. Op korte termijn niet zo eenvoudig om dit probleem op te lossen. Niet iedereen moet even vaardig zijn, maar basisvaardigheden op vlak mediawijsheid zijn wel een vereiste voor iedereen.

Succesfactoren -> er moeten een paar voortrekkers zijn die de tijd en ruimte krijgen om dit te ontwikkelen. Dit vraagt een investering van de directie. Dit heeft ook tot gevolg dat dit jaar andere zaken niet gerealiseerd kunnen worden wegens gebrek aan tijd of geld. Er is steeds competitie tussen de verschillende dingen die belangrijk zijn in het onderwijs. Toch moet er aandacht besteed worden aan mediawijsheid. Er moet ook geld vrijgemaakt worden, ook in meer structurele zaken zoals de nodige technologie. Daarbij moet niet iedereen zijn eigen pc of tablet krijgen van de school, dat is foutief uitgangspunt. Jongeren zijn niet zorgzaam voor materiaal dat niet van hen in. Laat ze werken voor dat ding en ze gaan er wel de nodige zorg voor dragen. Meeste kinderen hebben ook laptop, tablet, smartphone, joke begrijpt politiek niet dat ze deze niet op school mogen gebruiken. Vaak argument dat dit problemen zou geven met het netwerk, maar dat vind ze een zwak argument. Beter investeren in het netwerk dan in de aankoop van 100 tablets, die ook maar een beperkte levensduur hebben, want dat is het probleem in onze wegwerpmatenschap.

Informaticalessen die onder druk staan. Dat vak heeft waarde, zolang het niet bij de technische vaardigheden blijft. Al zijn die technische vaardigheden belangrijk. Er moet ergens een vak zijn waar ze die leren (bv presentatie maken). Als je een vak wegneemt waarin die worden aangeleerd, dan heb je een probleem. Informatica moet als doel hebben mediawijsheid bij te brengen. Niet alleen het praktische maar ook het kritische. Ter ondersteuning van de rest van de leerkrachten. Dit zou een verlies zijn als we dit afschaffen.

Gevolgen hiervan: dit vergoot in bepaalde gevallen de kloof die er nu al is. Zeker in bepaalde studierichtingen zijn die vaardigheden heel belangrijk. We kunnen niet van leerkrachten Frans of wiskunde gaan verwachten dat zij dan ook maar leren hoe je een PowerPointpresentatie maakt. Dit kan beter in vak informatica aan bod komen. MAAR er moet wel een betere definiëring komen van de inhoud van dit vak. Niet louter de focus op de technische vaardigheden. Ideaal aangrijpingspunt voor nieuwe invulling is mediawijsheidscirkel.

Nu -> hangt er vanaf in welke school, in sommige scholen zit informatica zeer goed, in andere scholen helemaal niet. Hangt af van leerkrachten.

Lessen informatica kunnen zeker een rol spelen in het mediawijsheidsbeleid, maar zonder dat men alle mediawijsheid beperkt tot vak informatica. Informatica moet de basis leggen waar men in andere vakken op verder kan bouwen. Integratie in andere vakken blijft belangrijk.

Momenteel weet van samenwerking bib & school op vlak mediawijsheid? Joke heeft hier niet echt weet van, of er op dit vlak al sterke samenwerkingen zijn.

Kan bibliotheek iets betekenen voor het onderwijs? Afhankelijk van de invulling ervan + zolang de bibliotheek niet de taak van het onderwijs gaat overnemen. Als ze de school ondersteunt, is daar zeker wel een rol weggelegd voor de bib. Zeker in het kader van procesbegeleiding. Scholen zelf de knowhow aanleren zodat ze zelf aan de slag kunnen gaan en je zelf overbodig maakt (maar dat is dan ook weer ineens het nadeel, want als financiering van bibliotheken gaat afhangen van bv. Met hoeveel scholen er een samenwerking is, dan houdt dit systeem zichzelf in stand omdat men zich niet overbodig wil maken).

Als er ergens knowhow zit, dan is dat voor een stuk ook wel in de bibliotheek. Om die knowhow over te brengen zijn concrete samenwerkingen, overleg nodig, waarbij men moet inspelen op de noden van de leerkrachten en de scholen. Bibliotheekmedewerkers gaan dan zelf vormingen geven en aan procesbegeleiding doen in de scholen.

Daadwerkelijk samenzitten om scholen en bib op elkaar te laten afstemmen (noden van de school en sterktes van de bib, hoe kunnen wij samen iets realiseren?). Daar ook een meerjarenplan van maken, geen projectwerking. Zodat het een realistisch en haalbaar plan wordt.

Mediawijsheidcirkel, moet de bib dan op één van die aspecten meer inzetten of ook op allemaal? Ook op allemaal, maar bib mag wel haar klemtonen zetten (afhankelijk van noden en sterktes). Maar ze moeten wel snel benadrukken hoe hun rol kadert in die cirkel. Als niet iedereen zelfde taal spreekt, blijf je naast elkaar spreken en doen.

Bibliotheek mag niet in de valkuil trappen om op één thema te focussen. Nu doen veel organisaties dat. Dan ga je de school aanspreken op één thema, maar er zijn er net meerdere. De sterkte van bib zit net in het feit dat verschillende thema's aan bod kunnen komen, afhankelijk van de noden van de bibliotheek.

Dit gaat grote flexibiliteit vragen van de school om zich aan te passen aan de noden van de school. Anderzijds vraagt dit ook open houding van de school om duidelijk te communiceren over de noden. Bib mag zich niet vastpinnen op bepaalde thema's (in vorm van workshops bv). Bepaalde bibs mogen zich wel gaan specialiseren, maar het hele aanbod moet gecovered zijn.

Zijn scholen voldoende bereid? Zeer sterk afhankelijk van de directies. Bereidheid directies, daar staat of valt alles mee. Scholen zijn wel bereid als er een concreet aanbod is. Al zal prijskaartje ook wel belangrijk zijn.

Randvoorwaarden goede samenwerking?

- investeren in het creëren van een draagvlak bij beide partijen: overlegmomenten tot stand brengen, personen laten samenzitten, noden en sterktes elkaar laten vinden

- tijd nemen om op lange termijn iets te realiseren. Nadeel van heel veel projecten ministerie van onderwijs is dat ze projectmatig zijn, op korte termijn. In onderwijssetting duurt het heel lang vooraleer een verandering doorgedrongen is.

Er moet een leidende organisatie zijn die sterke voet binnen heeft bij het onderwijs. Bv canon cultuurcel? Een orgaan vinden waarop verschillende aanbieders ook kunnen gaan samenzitten, zodat men samen een aanbod kan brengen naar de scholen. Op dit moment zijn er namelijk zo veel verschillende aanbieders. Wie is waarmee bezig? Wie is waar in gespecialiseerd? + naar scholen gaan heeft nog steeds de meeste impact. De bib naar de school. Bv informatiesessies naar scholen toe om de rol van de bib duidelijk te maken (of via organen over de scholen heen). Via die bestaande overlegplatformen toenadering zoeken. Probeer het niet opnieuw via een nieuw overlegplatform. Want dan krijg je een overaanbod aan overlegplatform.



Draaiboek

Focusgroepen in kader van visietraject mediawijsheid voor bibliotheken en secundair onderwijs

Organisatie door Mediawijs.be & Bibnet

14 mei 2013

1. Doelstellingen van de focusgroepen

- Focusgroepen hebben al doel na te gaan wat er al gebeurt op vlak van mediawijsheid in bibs en secundair onderwijs, welke competenties er vooral worden aangesproken en waar men in toekomst naar toe wil.
- De voornaamste Een andere doelstelling is komen tot concrete samenwerkingsmodellen.

2. Praktische organisatie

- De focusgroepen vinden plaats op dinsdag 14 mei 2013 in KHLeuven, Campus Echo te Heverlee KVS.
- Onthaal van 9:00 tot 9:30 en lunch van 12:15 tot 13:15
- Het programma start om 9u30-12u en van 13u30-16

3. Volgorde van verloop & methodologie

3.1. Koen: kader van onderzoek en focusgroepen

3.2. Korte ronde: wie is wie?

3.3. Mediawijsheidscirkels

5 minuten Uitleg mediawijsheidscirkel (is gekend, korte opfrissing van theorie erachter)

30minuten individueel werken op onderstaande drie vragen

Drie vragen:

- Wat doen we nu?
- Waar zijn we goed in?
- Waar willen we in de toekomst naar toe?

Per individu A4 met 3 cirkels op.

30 minuten in groep toekomstcirkel voor sectoren bib en onderwijs uitwerken. Twee groepen: 1 bibsector en 1 onderwijs.

Resultaat: 1 cirkel in twee exemplaren voor onderwijs & voor bib voor volgende stap.

Per groep een flap met cirkel op + post its in vier kleuren (1 vr elke component)

3.4. Business model canvas

Twee nieuwe 'gemengde' groepen -) samenleggen mediawijsheidscirkels 'toekomstgericht' van bib en onderwijs. Deze dienen als basis voor invullen van business model canvas: 1 uur

Per groep bundel met aspecten van business model + flap voor visuele uitwerking van model ikv voorstelling.

3.5. Voorstellen van model aan elkaar

Per groep trekken we hier 15 minuten voor uit.

4. Centrale aandachtspunten

Het uitgangspunten van de focusgroep is nadenken hoe bibliotheken en secundair onderwijs mediawijsheid invullen en hoe zij elkaar kunnen versterken door het opzetten van efficiënte en effectieve samenwerkingen.

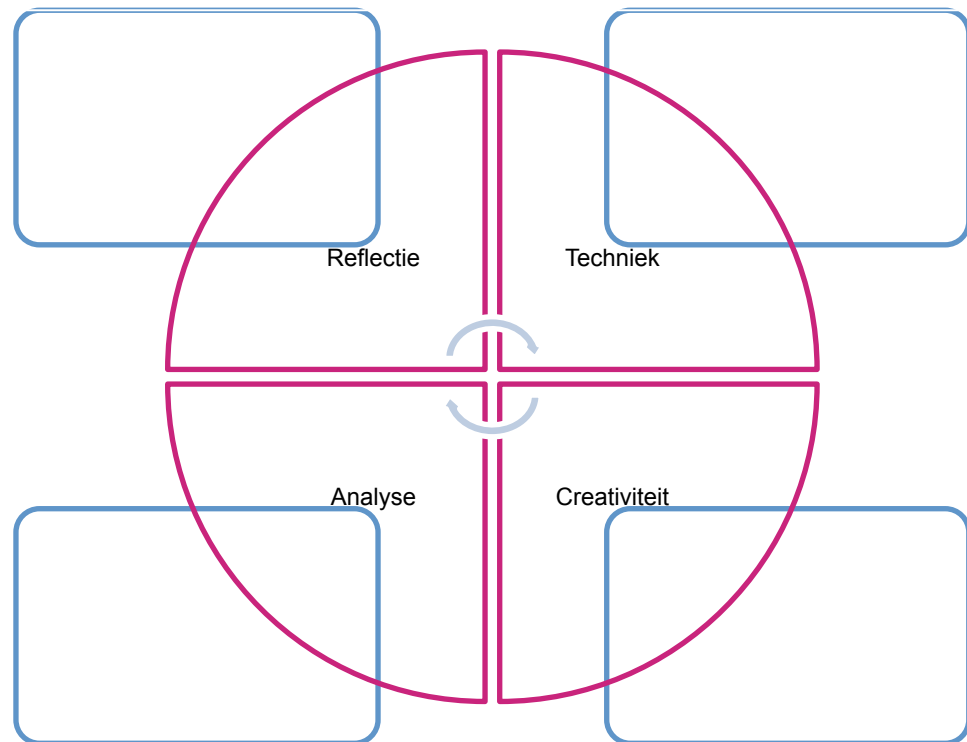
5. Programma

- **9u-9:30 Onthaal**
- **9:30-12:00 Focusgroep 1**
- **12u30-16u Focusgroep 2**

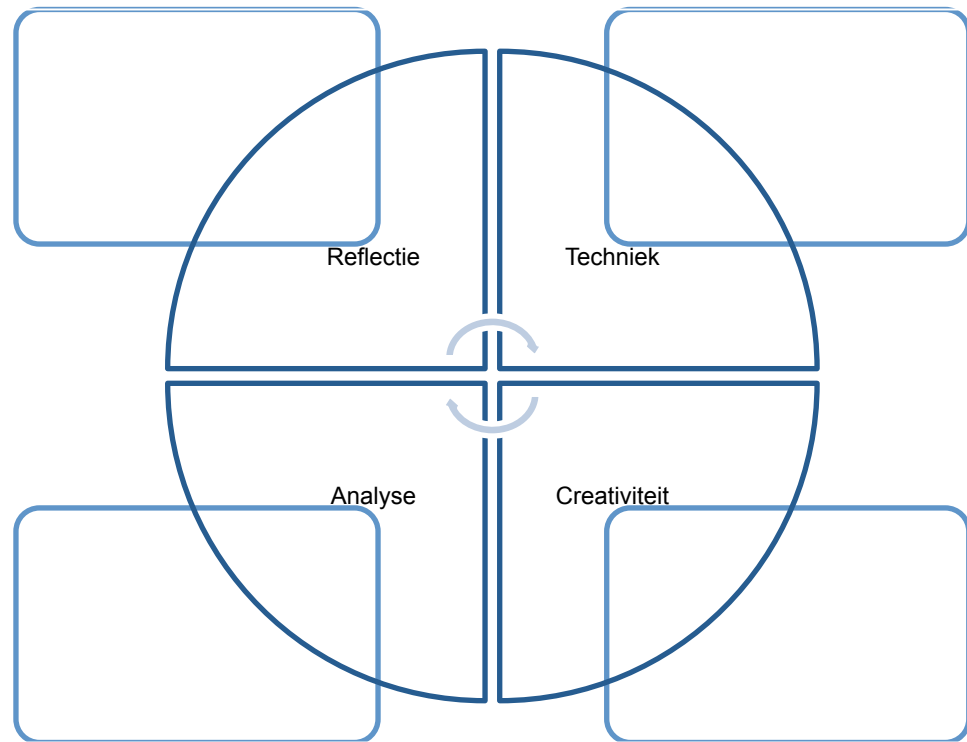
- Doelstellingen
 - Mediawijsheid in bib en onderwijs: waar staan we en waar willen we naar toe?
 - Hoe samenwerken?
- Aanpak
 - Koen: situering visietraject
 - Eerst zeer kort rondje van de tafel – wie is wie, welke professionele achtergrond, welke link met mediawijsheid?
 - Werken mediawijsheidscirkel: alleen en in groep.
 - Werken met business model canvas: gemengde groepen.
 - Voorstelling samenwerkingsmodel aan elkaar.
- Materiaal
 - 17 A4's met drie mediawijsheidscirkels op
 - Vier flappen met cirkel voor toekomst van bib en sector
 - 4 boekjes met canvas
 - Vier lege flappen
 - Audiorecorder
 - Stiften
 - Post its

BIJLAGE 9: Bundeltje mediawijsheidcirkels (focusgroepen)

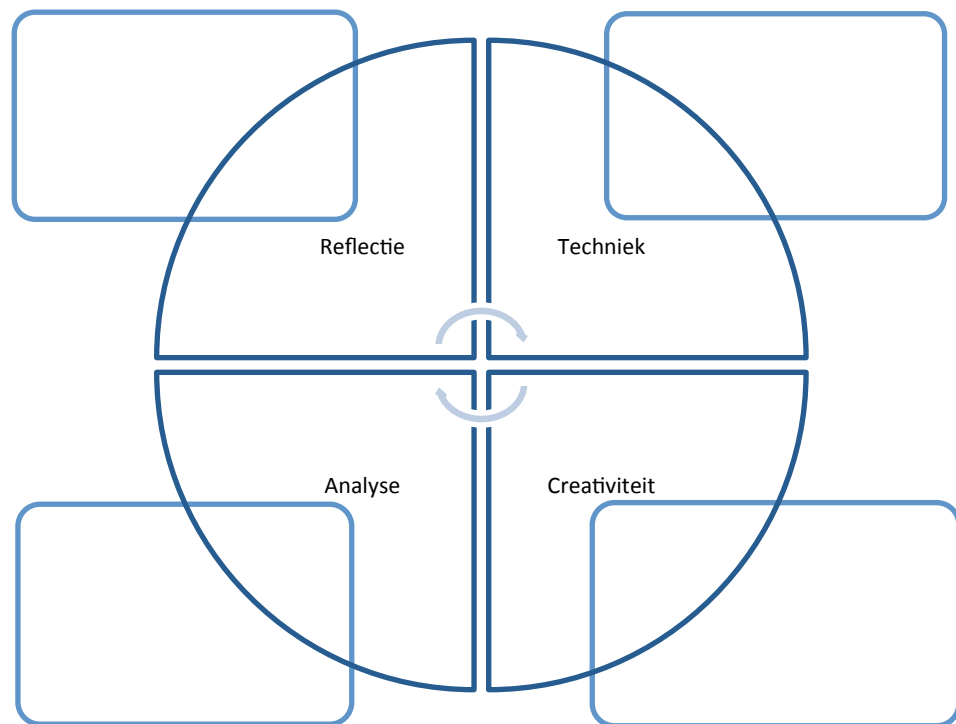
Wat doen we op vlak van mediawijsheid?



Waar zijn we goed in?



Waar willen we in toekomst naar toe?



BIJLAGE 10: Business Model Canvas (focusgroepen)

Strategische partners

Welke externe strategische partners maken deel uit van de samenwerking? Wat is hun rol? Wat is hun toegevoegde waarde?

Sleutelactiviteiten

Welke samenwerkingsactiviteiten zijn er? Wat wordt er ondernomen binnen het samenwerkingsverband?

Jongerensegmenten

Wat is de doelgroep? Welke specifieke kenmerken heeft die doelgroep? Wat zijn hun behoeften?

Waarde propositie

Bij welke behoeften past het aanbod? Wat is de toegevoegde waarde van de activiteit(en) voor de jongere? (Cfr. Mediawijsheidcirkel)

Relaties met jongeren

Hoe worden relaties gelegd en onderhouden? Welke relaties zijn er? Wat is de toegevoegde waarde van de verschillende typen relaties?

Kanalen

Hoe kan de doelgroep worden bereikt? Welke kanalen worden hiervoor aangewend?

Personen & middelen

Welke personen en middelen zijn intern nodig om de activiteiten succesvol te laten verlopen? Denk hierbij aan fysieke, financiële en menselijke middelen.

Kosten

Wat zijn de kosten van de ontwikkeling en implementatie? Welke kosten brengen de activiteiten, personen en middelen met zich mee? Hoe ziet de kostenstructuur er op korte en lange termijn uit?

Valkuilen en succesfactoren

Wat zijn mogelijke valkuilen in de samenwerking? Wat zijn de kritische succesfactoren die de kans op slagen verhogen?

