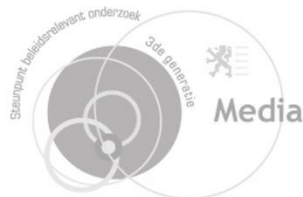


Mediawijsheid bij 'digital natives'

Onderzoeksresultaten van de studie naar kritische en strategische mediavaardigheden bij Vlaamse kinderen en jongeren

Alexander Deweppe, Ike Picone, Katia Segers en Caroline Pauwels



Inhoud

- Inleiding en situering problematiek
- Beleidskader en conceptualisering
- Operationalisering en competentiemodel
- Onderzoeksvragen, proefpersonen en methodologie
- Resultaten, discussie en conclusies

Inleiding

- Containerterm MEDIA:
 - Professionele sector
 - Bron van geschreven en audiovisuele informatie, communicatie en ontspanning
 - Repertoire van platformen, kanalen en toestellen voor consulteren van content
- MEDIAWIJSHEID: kennis en vaardigheid m.b.t. die 3 betekenissen
 - Gericht bezit en gebruik, van
 - Media-informatie en media-toestellen
 - Internationaal 'media literacy', hier afgestapt van term 'media-geletterdheid'

Onderzoeksproblematiek

- Belangrijkste internationale 'media literacy'-focus:
 1. Begrip, gebruik en bezit van mediatoestellen en informatiekkanalen
 2. Communicatie en creatie a.d.h.v. die toestellen en kanalen
- Belangrijkste internationale debatten:
 1. Competentieniveaus op basis van socio-demografische kenmerken
 2. E-inclusie, digitale kloof en mediawijsheids-educatie-trajecten
- Minder aandacht voor:
 - Specifieke groepen (die ≠ binnen grotere populatie, ≠ kansen/doel-groepen)
 - Strategisch en kritisch gebruik van media (meer geavanceerde competenties)

Mediawijsheid binnen de (huidige) beleidscontext

- Strategische en operationele doelstelling(en) binnen beleidsnota Media
 - MW als essentiële factor (impact SNS, belang Kenniscentrum, evolutie KiK)
- Naast nieuws, 1 transversale lijn binnen huidig steunpunt
 - Vervat in de Participatiesurvey 2014
 - Focus op operationele en functionele vaardigheden
 - Vanuit bezit en gebruik
 - MW in 3 case studies (n=180): ~~1 kansengroep~~, ~~1 doelgroep~~, 1 leeftijdsgroep
- Huidige studie complementair met SVR-studie (2011), Apestaartjaren onderzoeksrapport 5 (2013), Digimeter (2014) en PaS (2014)
 - MAAR: Methodologisch en Demografisch manifest anders (!)

Conceptualisering

- Mediawijsheid: is de verzameling van kennis, vaardigheden en **mentaliteit** die nodig is om actief, **doelmatig** en **kritisch** te kunnen participeren in een complexe, fundamenteel veranderlijke en in toenemende mate media-gedreven wereld.
- Doorgaans gemeten a.d.h.v. Competentiemodel
 - (in casu o.b.v. model Mediawijzer.net en Van Deursen & Van Dijk, 2009)
 - binnen EU: veel ≠ competentie modellen
 - vaak voor ≠ doelgroepen, ≠ competentie modellen
 - voorlopig geen geconsolideerd competentie model voor Vlaanderen

Elementen Competentiemodel

- 10 ≠ competenties
 - (+ 5 gradaties binnen elke competentie – ordinale variabelen)
- 4 types vaardigheden
 - operationeel / functioneel / kritisch / strategisch
- 4 types media-activiteiten
 - gebruik / communicatie / begrip / reflectie
- 4 activiteitsniveaus
 - passief / actief / interactief / reactief

Structuur Competentiemodel

Nr.	Competentie	Vaardigheid	Activiteitsniveau	TYPE ACTIVITEIT
1	Oriëntatie in mediaomgeving	operationeel	passief	GEBRUIK
2	Bedienen toestellen	operationeel	actief	GEBRUIK
3	Informatiebeheer	functioneel	actief	GEBRUIK
4	Content creatie	functioneel	(inter)actief	COMMUNICATIE
5	SNS gebruik/participatie	functioneel	(inter)actief	COMMUNICATIE
6	Bewustzijn Mediatisering	kritisch	passief	BEGRIP
7	Begrip Mediaproductie	kritisch	passief	BEGRIP
8	Doorzicht Mediakleuring	kritisch	reactief	REFLECTIE
9	Intentioneel mediagebruik	strategie	(re)actief	REFLECTIE
10	Reflectie mediagebruik	strategie	passief–reactief	REFLECTIE

Focus Competentiemodel

Nr.	Competentie	Vaardigheid	Activiteitsniveau	TYPE ACTIVITEIT
1	Oriëntatie in mediaomgeving	operationeel	passief	GEBRUIK
2	Bedienen toestellen	operationeel	actief	GEBRUIK
3	Informatiebeheer	functioneel	actief	GEBRUIK
4	Content creatie	functioneel	(inter)actief	COMMUNICATIE
5	SNS gebruik/participatie	functioneel	(inter)actief	COMMUNICATIE
6	Bewustzijn Mediatisering	kritisch	passief	BEGRIP
7	Begrip Mediaproductie	kritisch	passief	BEGRIP
8	Doorzicht Mediakleuring	kritisch	reactief	REFLECTIE
9	Intentioneel mediagebruik	strategie	(re)actief	REFLECTIE
10	Reflectie mediagebruik	strategie	passief–reactief	REFLECTIE

Operationalisering

- Kritische vaardigheden:

1. Bewustzijn van mediatisering

niet opmerken mediëring content - ... - analyse ≠ facetten

2. Begrip van conventies in de productie van mediacontent

geen onderscheid commerciële vs. redactionele content -...- gedetailleerde kennis formats, technieken, codes en conventies

3. Doorzicht in effecten van mediakleuring

moeite met onderscheid tussen formats en feitelijkheid bepaalde content -...- vorm ≈ inhoud, en begrip politieke, ideologische of levensbeschouwelijke kleuring achter inhoud

Operationalisering

- Strategische vaardigheden:

1. weloverwogen en intentioneel gebruiken van bepaalde bronnen, platformen en toepassingen

bepikt of gebrekkig kunnen benutten -...- doelgericht verwezenlijken ambities en makkelijk, doeltreffend en selectief schakelen tussen tools en bronnen

2. meta-reflectie over de eigen mediaconsumptie

niet over nadenken -...- bewustzijn verleidingsmechanismen, identificeren verslavingen, beschouwen/welbevinden media-habitus, optimaliseren/doseren van mediaconsumptie

Onderzoeksvragen

- (Hoe evolueert bezit / gebruik?)
- Hoe evolueert content-consumptie?
- Hoe evolueert repertoire (+ combinatie van inhouden en toestellen)?
- Hoe worden toestellen/content aangewend in / voor school?
- Hoe evolueert de invloed van de ouders/school/vrienden?
- Hoe evolueren noties van betrouwbaarheid, format en kleuring?
- Wat is de mening over betaalbaarheid of privacy?
- Wat typeert de media-habitus voor verschillende leeftijden?
- Welke evolutie zit er in die media-habitus?
- ...

Proefpersonen

- ‘Digital Natives’: opgegroeid in een ‘mediaverzadigde’ wereld (1980 ≤ ...)
 - (Selectie respondenten ≈ leeftijdsopdeling EU Kids Online)
- 3 leeftijdscategorieën
 - Jongste 9 t.e.m. 11 jaar / Middelste 12 en 13 jaar/ Oudste 14 t.e.m. 16 jaar
- 60 respondenten (28 jongens, 32 meisjes)
- 12 gemengde groepen, telkens 5 kinderen (± 1,5 u durende sessies)
- 4 gesprekssessies per leeftijdsgroep
- Dataverzameling (zomer 2013 – winter 2014)
- Drie waves: 1 speelpleinwerking in de Brusselse Rand, 1 speelpleinwerking in Vlaams Brabant, 1 ASO-school in Oost-Vlaanderen

Methodologie (1)

- Leeftijdsverschil jongste >< oudste participanten
 - => Zelfde methode voor ≠ leeftijdsgroepen: problematisch
 - => ‘Mixed method approach’ (deels kwantitatief, deels kwalitatief)
- A) Kwantitatief: intake
 - “Socio-demo info + media-bezit en gebruiksfrequentie”
 - Enquête (± 5’ over operationele / functionele competenties)
 - Thema’s: Krant & Tv-journaal, toestelbezit, frequentie ≠ media-activiteiten, gemiddelde duur ≠ media-activiteiten, accounts
 - ± CAPI voor 9-11 (~~SNS~~), pen & paper voor 12-13 en 14-16

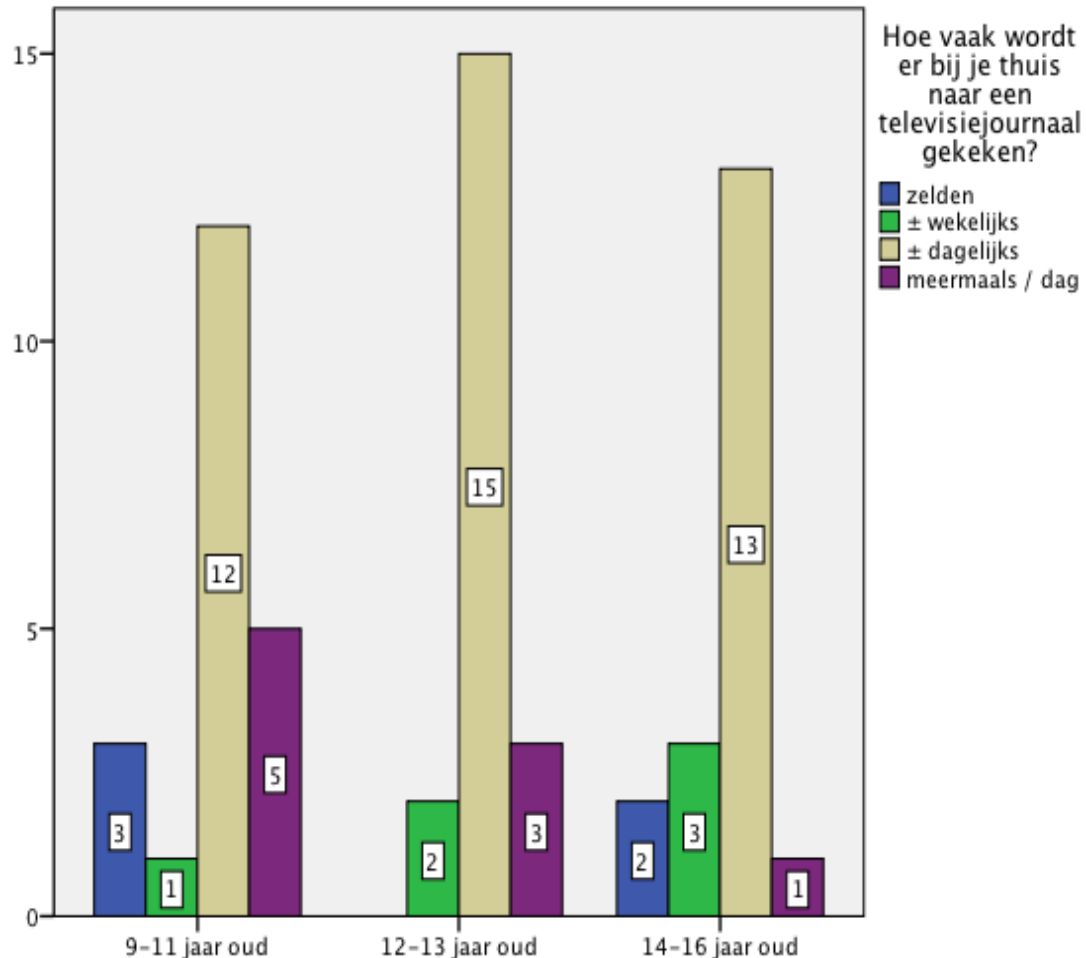
Methodologie (2)

- B) Kwantitatief / Kwalitatief: voorkeur en intensiteit dragers
 - “Welke dragers meest/minst/liefst gebruikt voor bepaalde taken?”
 - ‘Card sorting’ van interface-pictogrammen (9-11)
 - Extra vragen in de intake-enquête (12-13 en 14-16)
- C) Kwalitatief: Focusgroepsessies rond media-casussen
 - “Kritische attitudes en strategische overwegingen bij mediagebruik”
 - Draaiboek: semi-gestructureerd interview
 - Voordelen: opinies uitwisselen, sociale controle op antwoorden, consensus
 - Casussen: (nieuwe) media toestel(gebruik), acquisitie van informatie, gebruik SNS en consumptie van nieuws of audiovisuele content

Resultaten: Media-habitus & Online vs. Offline informatie

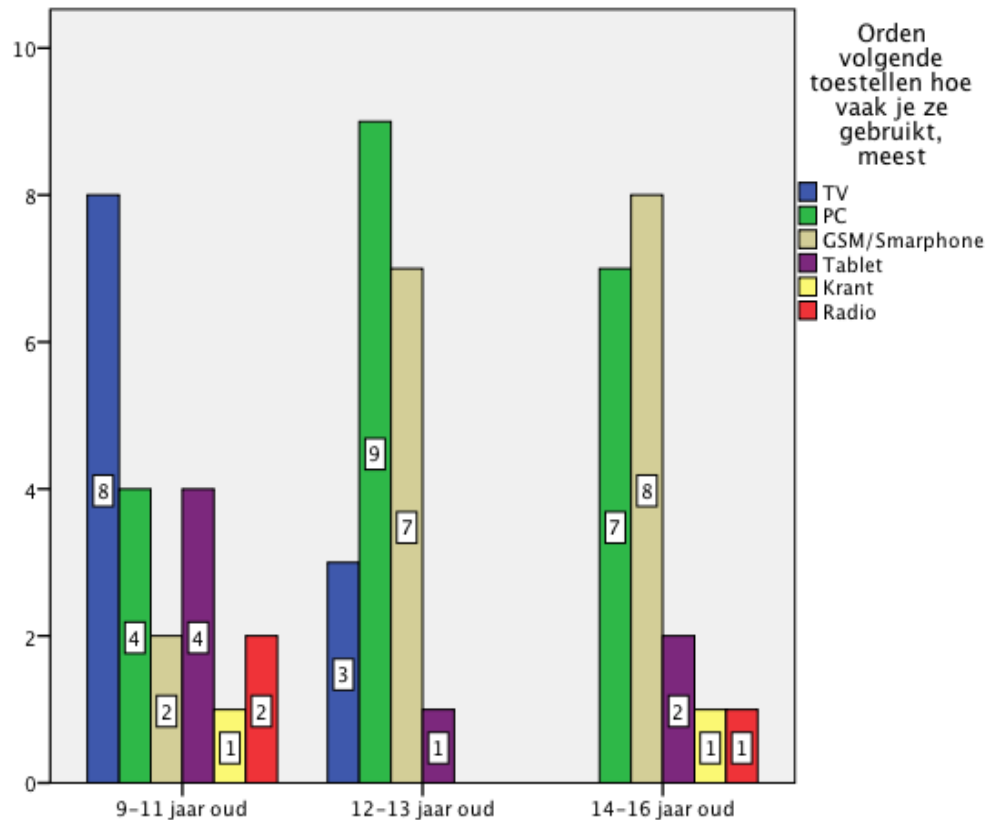
- Opportunistisch > planmatig media-repertoire (vooral bij 9 tot 11)
 - vb. beschrijving mediapatronen normale vakantie-/schooldag
 - => Zeer grillig
 - => Voornamelijk bepaald door ouderlijke regulering toegang.
 - Leeftijdsgroepen 12-16: meer patronen (< inmenging ouders, > eigen bezit)
- Specifiek m.b.t. nieuwsconsumptie:
 - Tv-journaals > Papieren krant > Nieuwsapps > Nieuwssites
- Voorts (leeftijdsgroep 14 tot 16):
 - “Bibliotheek; daar ga ik nooit heen”, en
 - “ik zoek ALLES op mijn computer op”

Resultaten: Nieuwe vs. traditionele media



- Niet alles hoeft digitaal te zijn;
- Traditionele geschreven en audiovisuele content geniet – vooral bij 14 tot 16 – voor sommige activiteiten de voorkeur:
 - “rondslingerende krant bij het ontbijt”
 - “Altijd radionieuws” in auto op weg naar school
 - Kijken naar het journaal – meestal met minstens één van de ouders (± dagdagelijkse gezinsactiviteit)

Resultaten: Balans geschreven/audiovisuele/mobiele content



- Queeste naar maximale aanwezigheid op online en mobiele toepassingen
 - In steeds toenemende mate (tot ± 13 jaar)
 - [tot die leeftijd aan banden gelegd door ouders, nadien meer bezit, minder controle]
- Leeftijd 14-16, prevalentie van mobiele en online technologieën
 - ten nadele van meer traditionele media-toestellen
 - (tv van meest gebruikte toestel, verdwijnt ± helemaal)

Resultaten: Content voor ontspanning

- Audiovisuele content en digitale informatie:
 - Unanieme meningen over alle leeftijdsgroepen
 - Content moet “gratis”, “vrij” en “altijd beschikbaar” zijn.
 - (Zijn de gewenste inhouden dat niet, dan wordt – hoofdzakelijk door de oudste groep respondenten – actief gezocht naar een manier om dat te omzeilen).
- “Klassieke content”: geschreven inhouden (e.g. boeken, magazines,...)
 - 9 t.e.m. 13: “Lezen is saai” vs. “voor het slapen, lees ik nog wat in mijn boek”
 - 14 tot 16 – vooral meisjes: “boeken/tijdschriften lezen is leuk”, vooral "in de zomer", "aan het strand", of "aan het zwembad".

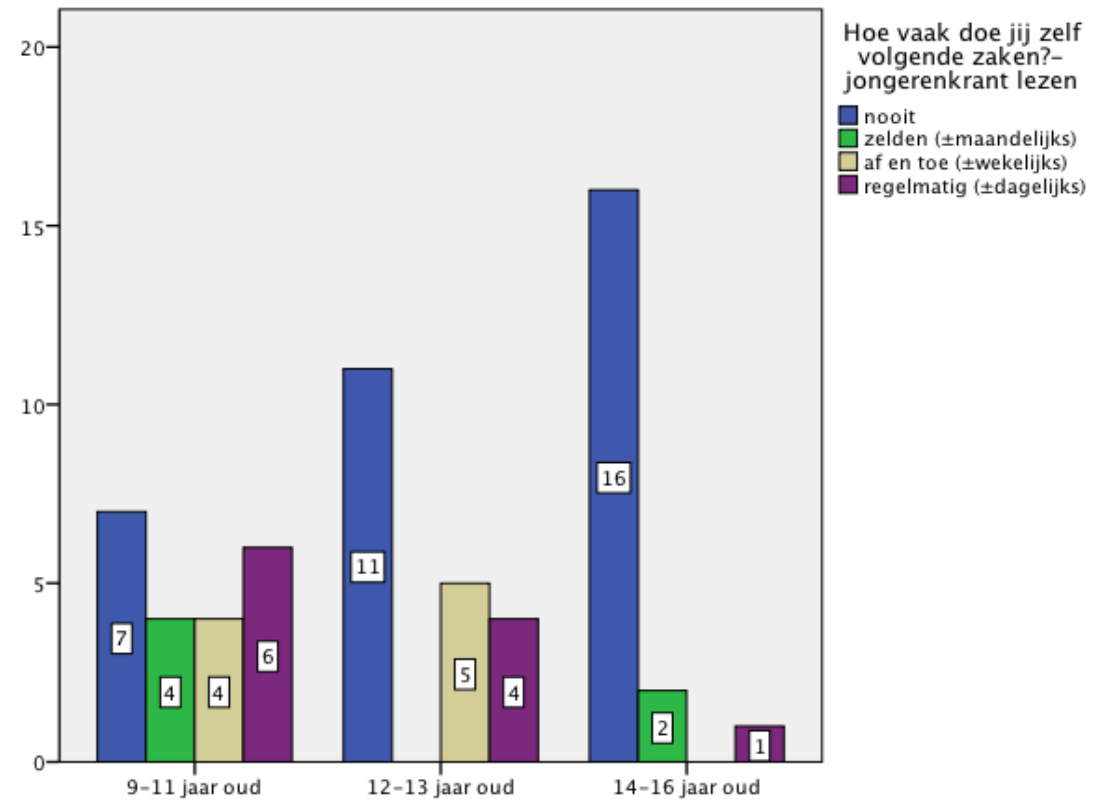
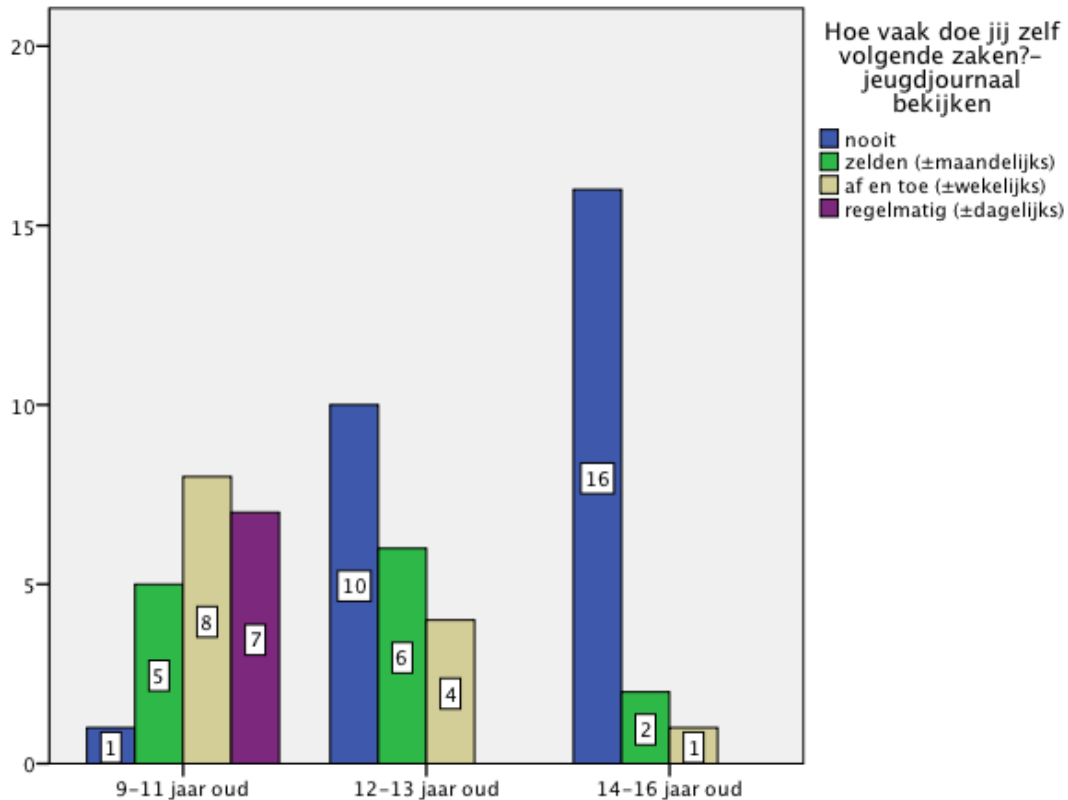
Resultaten: Communicatie & Sociale Media

- Gebruik van sociale media voor ‘persoonlijke profilering’ loopt terug
- SNS-statusupdates en e-mail verliezen populariteit
 - vanaf 12-13: ‘instant messaging’ is de nieuwe standaard
 - constante en persoonlijke communicatie (via sms, WhatsApp, Snapchat, ...),
“liefst via (mobiel) internet, want dan is het gratis (!)”
 - van op diverse apparaten en met een zéér hoge frequentie
 - hele dag door en ongeacht regels van school of ouders
- Aantal accounts en apps wordt bewust eerder beperkt wordt gehouden
- Nieuwe (creatieve) functionaliteiten
 - => vb. aanmaken van 2 bijna identieke FB-groepen
 - “één Facebook-groep met de leraar, een verborgen FB-groep zonder”

Resultaten: Ouderlijke invloed vs. Kranten in de klas

- Ouderlijke invloed op nieuws-consumptie:
 - Voor alle leeftijdsgroepen nog steeds van enorm belang.
 - “ritueel” en “familiemoment”
 - Absolute minderheid respondenten kijkt niet af en toe eens mee met ouders of bladert af en toe in de krant (als die in huis ligt)
- Themaweken rond media-educatie in de klas:
 - 9 tot 11-jarigen: ongeveer helft heeft al “iets” met kranten gedaan.
 - vooral op oudste leeftijdsgroep: weinig animo of averechts effect
 - Papieren krant of bibliotheek voor bronnen of referentiemateriaal in het kader van schoolwerk, verdwijnt omzeggens helemaal (t.v.v. de computer)

Resultaten: Content op maat (leeftijdgebonden)



- Jongerenkranten / jeugdjournaals:
 - Niet populair en vanaf 12 jaar acute daling in populariteit uitval.
 - Ook de respondenten in de jongste groep: liever met de ouders samen naar het “echte nieuws” kijken

Resultaten: Betrouwbaarheid en controle van bronnen

- Kritisch vaststellen of een bepaalde inhoud of format betrouwbaar is
- Enkel door oudste leeftijdsgroep terloops in vraag wordt gesteld
 - Beperkte 'standaard kritische' houding, weinig discriminatie
 - Bijna geen differentiatie tussen formats, ≠ bronnen en kwaliteit
 - "Alles is informatie"
 - "Alles op het internet moet je met een korrel zout nemen"
 - "Wat op Wikipedia staat, moet je altijd nog eens extra checken"
- Tijdens FG-sessies: vooral 'sociaal wenselijke' antwoorden
- M.b.t. privacy: weinig voorkennis en weinig zorgen.
 - Jongste groep: "Wat is voor jullie privacy?" – "iets onheilspellends"
 - Ook oudere groepen weinig bezorgdheid hierover

Resultaten: Multitasken

- Simultaan gebruiken van meerdere ≠ toestellen en functies tegelijk
- Duikt vanaf 12-jarige leeftijd als operationele mediavaardigheden op.
- Oudste respondentengroep: geeft aan gedurig te 'media-multitasken'
 - Velen meer dan 4u per dag media-activiteiten
 - Vaak gelijktijdig primaire en secundaire media-activiteiten, die ze parallel met elkaar doen
 - Vb. "snel iets op zoeken voor de tv", of
 - Vb. "chatten/op een bericht antwoorden met de smartphone tijdens schoolwerk (op de computer)".

Resultaten: controle, supervisie, beperkingen en restricties

- Media-gebruik 9 tot 13-jarigen: hoofdzakelijk gereguleerd door ouders
- “Geen” impact van school en leeftijdsgenoten op media-repertoire
- Inmenging ouders media-gebruik “vrij beperkt”:
 - Door geen van de leeftijdsgroepen als “hinderlijk” ervaren
 - In de jongste groepen gecontesteerd, maar als “evident” beschouwd
 - Vanaf 13 jaar neemt ouderlijke controle blijkbaar spectaculair af

Resultaten: Nadenken over eigen media-gebruik

- Alle bevraagde leeftijdsgroepen over eigen mediagebruik:
 - Besef dat mediaconsumptie “overvloedig”/“overmatig” is
 - “Nog niet echt bij stil gestaan”
 - “Zoveel gebruik gebeurt spontaan”
- Meeste bevraagde jongeren en kinderen:
 - Weinig zorgen daarover
 - Weinig intentie voor enige fundamentele verandering

Discussie

- (te) Beperkte n-waarde om algemeen geldende vaststellingen te doen
 - Wel duidelijke tendensen
 - Breder kader van de 3 case studies is komen te vervallen
- Kennis mediakleuring en mediaproductie onvoldoende aan bod in studie
 - Wel veel extra informatie over operationele en functionele vaardigheden door bestuderen parameters kritische en strategische vaardigheden
 - Bovendien complementaire kijk op doorgaans kwantitatieve gegevens
- Methodologisch moeilijke puzzel door manifeste leeftijdsverschillen
- Nood aan nog beter/verfijnder competentiemodel (voor leeftijdsgroep)

Vragen

- Dank voor uw aandacht
- Verdere vragen: alexander.deweppe@vub.ac.be
- Samenvatting studie staat ter beschikking op de steunpunt-website
- Volledig rapport is binnenkort ook op de website te consulteren