

# ANALYSE MEDIAWIJSHEIDKAART

## Identificeren van hiaten



# ANALYSE MEDIAWIJSHEIDKAART

## Identificeren van hiaten

**Michelle van Berchum**

**12 november 2009**

**status** Definitief

**versie** 1.0

**interne toets** Welmoed Lockefer

Copyright © 2009 Verdonck, Klooster & Associates B.V.

Alle rechten voorbehouden. Niets van deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen, of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de auteursrechthebbende.

## Inhoudsopgave

<b>1</b>	<b>Inleiding</b>	<b>1</b>
	1.1 Aanleiding	1
	1.2 Opdracht en resultaat	1
	1.3 Aanpak	2
<b>2</b>	<b>Resultaten</b>	<b>3</b>
	2.1 Algemeen	3
	2.2 Verdeling over de programmalijnen	3
	2.3 Verdeling over de thema's	4
	2.4 Verdeling over de doelgroepen	6
	2.5 Verdeling per thema in combinatie met de doelgroepen	7
<b>3</b>	<b>Conclusies &amp; Aanbevelingen</b>	<b>8</b>
	3.1 Conclusies	8
	3.2 Aanbevelingen	9

# 1 Inleiding

## 1.1 Aanleiding

Van eind 2007 tot begin 2008 heeft Stichting Nederland Kennisland een inventarisatie gedaan van initiatieven op het gebied van Mediawijsheid in Nederland<sup>1</sup>. Op basis van deze inventarisatie is de website [www.mediawijsheidkaart.nl](http://www.mediawijsheidkaart.nl) ontwikkeld (in het verdere rapport Mediawijsheidkaart genoemd). Deze website geeft een overzicht van initiatieven, geordend naar de programmalijnen, thema's en doelgroepen van het Mediawijsheid Expertisecentrum, die in Nederland actief zijn op het gebied van mediawijsheid. De Mediawijsheidkaart is onlangs geüpdate met nieuwe initiatieven naar aanleiding van een oproep binnen het Mediawijsheid Netwerk.

Het Mediawijsheid Expertisecentrum is momenteel bezig een nieuwe Stimuleringsregeling voor 2010 te formuleren. In deze Stimuleringsregeling worden bestaande werkgroepen uitgenodigd op vooraf gedefinieerde hiaten projectvoorstellen te formuleren. Het Mediawijsheid Expertisecentrum heeft Verdonck, Klooster & Associates gevraagd te helpen bij het identificeren van mogelijk hiaten door de Mediawijsheidkaart te analyseren.

## 1.2 Opdracht en resultaat

*Analyseer in hoeverre de initiatieven in de Mediawijsheidkaart de programmalijnen, thema's en doelgroepen van het Mediawijsheid Expertisecentrum afdekken ten behoeve van het identificeren van hiaten.*

Hiaten definiëren we zoals Kennisland (2008) witte vlekken definieerde, namelijk "onderwerpen die binnen de doelstellingen van het netwerk vallen, maar waarop geen (of weinig) initiatieven gericht zijn."

Concreet levert de analyse de volgende resultaten:

- Een overzicht in Excel van alle initiatieven, met naam en organisatie. In dit overzicht wordt per programmalijn, thema, doelgroep en thema per doelgroep de aantallen initiatieven gegeven. Dit overzicht wordt ook digitaal beschikbaar gesteld.
- Een rapport waarin is opgenomen:
  - Een analyse op de mate waarin de initiatieven de programmalijnen, thema's en doelgroepen dekken. Dit gebeurt op basis van het overzicht in Excel.
  - Conclusies over de dekking van de verschillende programmalijnen, thema's en doelgroepen door de initiatieven.
  - Aanbevelingen voor het kiezen van hiaten om op te nemen in de Stimuleringsregeling 2010

---

<sup>1</sup> Zie: Stichting Nederland Kennisland. (2008). *Mediawijsheidkaart.nl. Onderzoeksverslag 'Mediawijsheidkaart.nl*. Amsterdam: Stichting Nederland Kennisland.

### 1.3 Aanpak

De analyse van de Mediawijsheidkaart is uitgevoerd van 9 tot en met 11 november 2008.

De analyse is gestart met het inventariseren van het *aantal initiatieven* per programmalijn, thema en doelgroep. Hierbij is uitgegaan van de programmalijnen, thema's en doelgroepen zoals geïdentificeerd en beschreven door Stichting Nederland Kennisland (2008).

Voor deze inventarisatie (telling) is zowel gebruik gemaakt van de zoekfunctionaliteit van de openbaar toegankelijke website, als van de database voor het beheer van de website. Daarvoor is toegang verkregen via het programmabureau.

Dit resulteerde in een overzicht in Excel van alle initiatieven, geordend naar thema en doelgroep.

Op basis van deze inventarisatie bleken drie initiatieven dubbel in de Kaart voor te komen. In 2008 waren deze initiatieven voor het eerst opgenomen en met de onlangs uitgevoerde update zijn deze opnieuw ingevoerd. Vergelijking liet zien dat de twee invoering een herziene, bijgewerkte versie was van de eerder ingevoerde initiatieven. Na overleg met het programmabureau zijn de initiatieven zoals ingevoerd in 2008 verwijderd.

De resultaten in Excel zijn verwerkt tot tabellen en grafieken die inzicht geven in de mate waarin de initiatieven de verschillende programmalijnen, thema's en doelgroepen dekken. Deze komen terug in het hoofdstuk 2 Resultaten van dit rapport en hebben geleid tot conclusies en aanbevelingen omtrent de (keuze van) hiaten.

## 2 Resultaten

Dit hoofdstuk bevat de resultaten van de analyse in hoeverre de initiatieven de verschillende programmalijnen, thema's en doelgroepen dekken. Zoals al eerder vermeld is in 2008 door Stichting Nederland Kennisland een eerste inventarisatie en analyse van initiatieven uitgevoerd. De resultaten van de huidige analyse worden, voor zover relevant en mogelijk, vergeleken met de resultaten uit 2008. Zodoende is de groei in het aantal initiatieven snel inzichtelijk en is de verdeling over de thema's en doelgroepen gemakkelijk te vergelijken. Aangezien het aantal initiatieven verschillend is voor 2008 en 2009, wordt deze steeds gegeven in het onderschrift van de figuren.

### 2.1 Algemeen

De Mediawijsheidkaart bevat op 9 november 2009 231 unieke initiatieven. Regelmatig richten initiatieven zich op meer dan één thema. Stichting Nederland Kennisland (2008) heeft er destijds voor gekozen om voor elk initiatief slechts één thema aan te wijzen. De database van de Mediawijsheidkaart (en de kaart zelf) laat echter zien dat de huidige initiatieven – indien van toepassing – opgevoerd zijn voor meerdere thema's. Voor de resultaten betekent dit dat een initiatief in meerdere thema's – en doelgroepen, want daar geldt dit ook voor – terug kan komen.

De 231 initiatieven verdelen zich als volgt over de verschillende programmalijnen en thema's:

- Programmalijn Mediavaardigheden en –bewustzijn (189 initiatieven)
  - Praktische vaardigheden: 58 initiatieven
  - Informatie & strategische vaardigheden: 45 initiatieven
  - Mediabewustzijn: 85 initiatieven
  - Verantwoord gebruik & veiligheid: 59 initiatieven
- Programmalijn Stimuleren/activeren participatie (60 initiatieven)
  - Participatie en productie: 41 initiatieven
  - Empowerment: 16 initiatieven
  - Auteursrecht: 8 initiatieven
- Programmalijn Innovatie (12)
  - Innovatief en experimenteel mediagebruik: 12 initiatieven

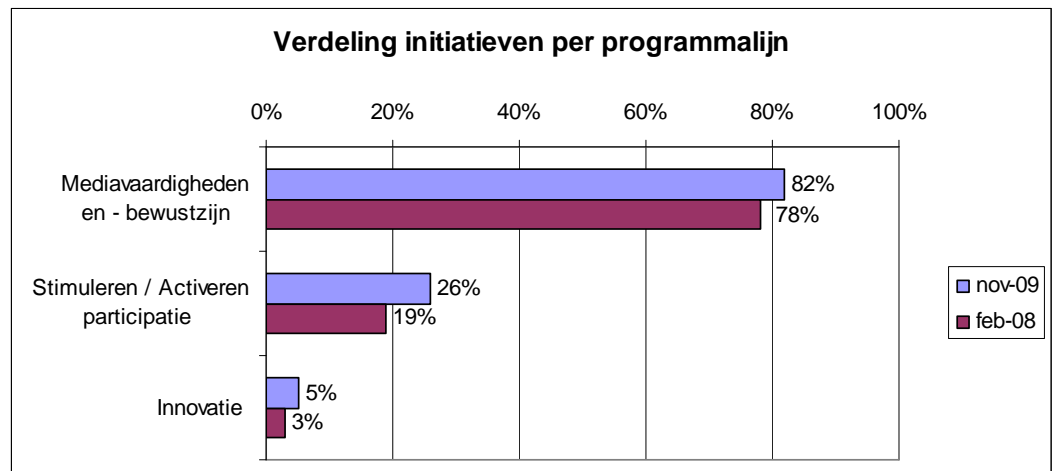
De initiatieven dekken gezamenlijk dus alle geïdentificeerde programmalijnen en thema's. Dit geldt ook voor de doelgroepen.

In de volgende paragrafen komt aan de orde hoe de initiatieven zijn verdeeld over de programmalijnen, thema's en doelgroepen. Daarbij wordt steeds gerekend en vergeleken aan de hand van procenten.

### 2.2 Verdeling over de programmalijnen

Kijkend naar de verdeling van de initiatieven over de programmalijnen is duidelijk dat het overgrote deel onder de programmalijnen Mediavaardigheden en –bewustzijn en Stimuleren/activeren participatie valt. De programmalijn Innovatie wordt door slechts 5% van de initiatieven uit de Mediawijsheidkaart vertegenwoordigd.

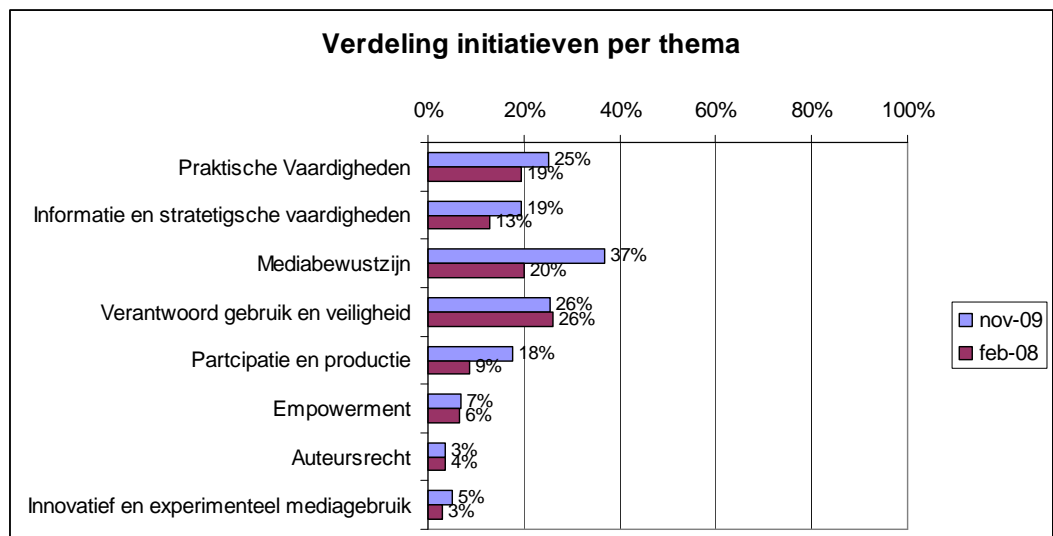
Zoals onderstaand figuur laat zien is deze verdeling vergelijkbaar met het onderzoek van Stichting Nederland Kennisland (2008).



Figuur 1. Verdeling initiatieven per programmalijn. (In 2009: N=231, In 2008: N=142)

## 2.3 Verdeling over de thema's

In onderstaand figuur wordt de verdeling van de initiatieven per thema weergegeven.



Figuur 2. Verdeling initiatieven per thema. (In 2009: N=231, In 2008: N=142)

De figuur laat zien dat alle thema's gedekt zijn. Wel springt het thema *Mediabewustzijn* er duidelijk uit: 37% van de initiatieven vallen hieronder. Op de tweede en derde plaats komen respectievelijk *Verantwoord gebruik en veiligheid* (26%) en *Praktische Vaardigheden* (25%). Deze top drie van initiatieven valt geheel binnen de thema's van de programmalijn Mediavaardigheden en –bewustzijn.

Buiten de programmalijn Mediavaardigheden en –bewustzijn ligt de focus van de initiatieven op het thema *Participatie en productie*. Oftewel "het ontwikkelen van kennis en vaardigheden om zelfstandig media te maken" om daarmee te participeren op het gebied van media binnen de maatschappij. Dit thema behoort tot de programmalijn Stimuleren/activeren participatie.

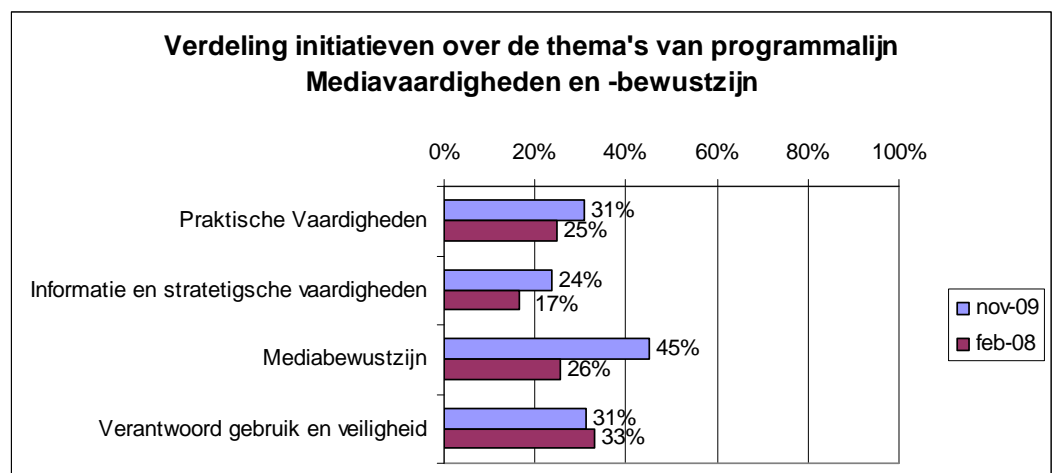
Het aantal initiatieven binnen het thema *Auteursrecht* is opvallend laag, ook in vergelijking met het eerdere onderzoek van Kennisland. Als enige thema is het aantal initiatieven procentueel afgenomen, van 6% naar 3%.

### 2.3.1 Aanvullend: Verdeling over de thema's per programmalijn

In paragraaf 2.3 hebben we gekeken naar de onderlinge verdeling van de initiatieven over de thema's in totaliteit. Het is duidelijk dat de thema's met het meest aantal initiatieven vallen binnen de programmalijn Mediavaardigheden en –bewustzijn. Het is ook interessant te kijken naar de verdeling van initiatieven over de thema's *binnen* de programmalijnen, om zodoende ook *per programma lijn* de focus te identificeren. Voor de programmalijn Innovatie is dit echter niet aan de orde omdat deze slechts één thema bevat waar alle bijbehorende initiatieven dan automatisch onder vallen.

#### **Programmalijn Mediavaardigheden en –bewustzijn**

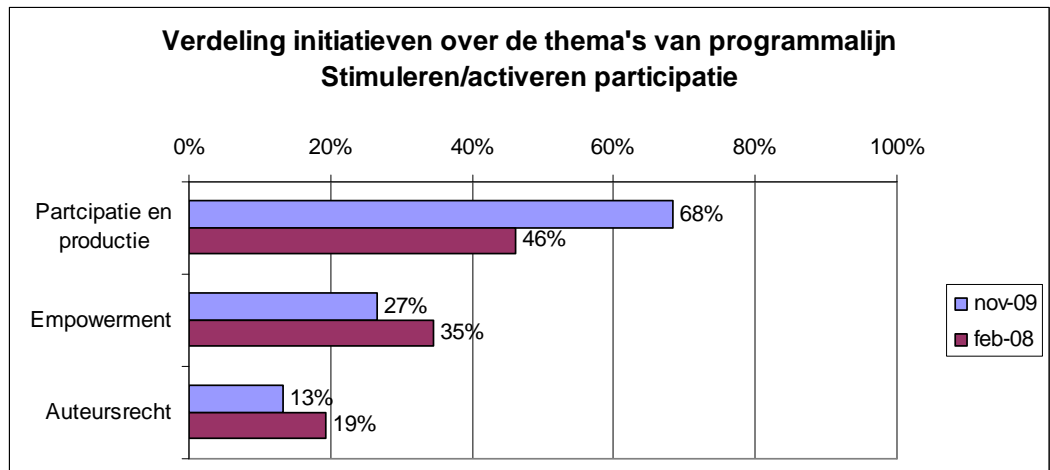
De focus binnen de programmalijn Mediavaardigheden en –bewustzijn ligt met 45% van de 189 initiatieven op "bewustwording van de grote rol die media in de maatschappij spelen", oftewel het thema Mediabewustzijn. In 2008 was dit nog het thema Verantwoord gebruik en veiligheid met 33% van de toenmalige 109 initiatieven in deze programmalijn.



Figuur 3. Verdeling initiatieven over de thema's van programmalijn Mediavaardigheden en -bewustzijn. (In 2009: N=189, In 2008: N=109)

#### **Programmalijn Stimuleren/activeren participatie**

De focus binnen deze programmalijn ligt met 68% van de 60 initiatieven in deze programmalijn op het thema Participatie en productie. Dit was in 2008 eveneens het geval, zij het minder nadrukkelijk (46% van de toenmalige 26 initiatieven).

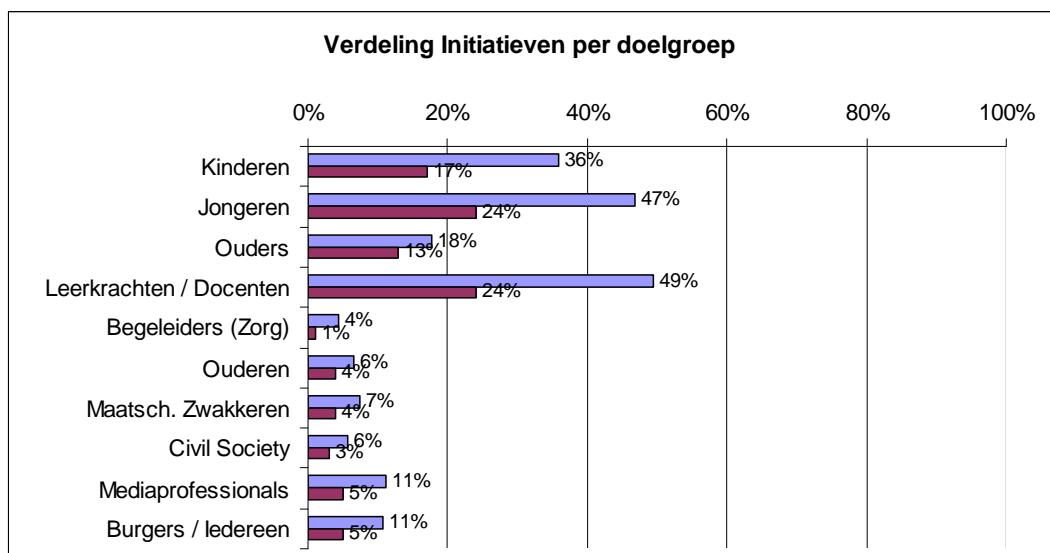


Figuur 4. Verdeling initiatieven over de thema's van programmalijn Stimuleren/activeren participatie. (In 2009: N=60, In 2008: N=26)

## 2.4 Verdeling over de doelgroepen

Kijkend naar de verdeling van de initiatieven met betrekking tot de doelgroepen is duidelijk te zien dat het overgrote deel van de initiatieven (mede) gericht is op Kinderen, Jongeren, Ouders en Leerkrachten / docenten. Het onderzoek van Stichting Nederland Kennisland (2008) liet soortgelijke resultaten zien en concludeerde naar aanleiding daarvan dat "de overgrote meerderheid van de initiatieven zich richt op mensen die direct of indirect in het onderwijs zitten".

In vergelijking met de andere doelgroepen is het aantal initiatieven voor hen overigens ook enorm toegenomen. Voor Kinderen, Jongeren, Leerkrachten/docenten, Mediaprofessionals en Burgers/iedereen is het percentage in november 2009 verdubbeld ten opzichte van februari 2008.



Figuur 5. Verdeling initiatieven per doelgroep. (In 2009: N=231, In 2008: N=142)

## 2.5 Verdeling per thema in combinatie met de doelgroepen

Tot slot is er gekeken naar het aantal initiatieven per thema, per doelgroep. Waar we tot nu toe zagen dat de initiatieven gezamenlijk alle thema's en doelgroepen afdekken, worden nu verschillende hiaten zichtbaar. Het is zeker niet het geval dat voor elk thema, in combinatie met iedere doelgroep initiatieven zijn opgenomen in de Mediawijsheidkaart. In onderstaande tabel staat de dekking van een thema, in combinatie met de doelgroepen zowel in percentages als in het aantal initiatieven weergegeven. Vetgedrukt zijn de cellen waar een thema, samen met een specifieke doelgroep door 0 tot 2 initiatieven (<1%) wordt gedekt.

Doelgroepen	Thema's							
	Praktische Vaardigheden	Informatie en strategische vaardigheden	Media-bewustzijn	Verantwoord gebruik en veiligheid	Participatie en productie	Empowerment	Auteursrecht	Innovatief en experimenteel mediagebruik
Kinderen	10,4% (24)	10,4% (24)	14,7% (34)	9,1% (21)	8,2% (19)	<b>0,4% (1)</b>	<b>0,4% (1)</b>	1,3% (3)
Jongeren	14,3% (33)	10,8% (25)	19,0% (44)	8,2% (19)	14,3% (33)	3,0% (7)	1,7% (4)	2,6% (6)
Ouders	2,6% (6)	2,6% (6)	4,3% (10)	13,0% (30)	1,3% (3)	<b>0,4% (1)</b>	<b>0,4% (1)</b>	<b>0,0% (0)</b>
Leerkrachten/docenten	12,6% (29)	14,3% (33)	21,6% (50)	15,2% (35)	8,7% (20)	1,7% (4)	<b>0,9% (2)</b>	2,2% (5)
Begeleiders (zorg)	1,7% (4)	1,7% (4)	1,7% (4)	2,6% (6)	<b>0,9% (2)</b>	<b>0,4% (1)</b>	<b>0,0% (0)</b>	<b>0,0% (0)</b>
Ouderen	3,9% (9)	<b>0,4% (1)</b>	2,2% (5)	1,3% (3)	<b>0,9% (2)</b>	<b>0,4% (1)</b>	<b>0,0% (0)</b>	<b>0,0% (0)</b>
Maatschappelijk zwakkeren	2,2% (5)	<b>0,0% (0)</b>	1,7% (4)	<b>0,0% (0)</b>	1,7% (4)	2,2% (5)	<b>0,0% (0)</b>	<b>0,9% (2)</b>
'Civil Society'	<b>0,9% (2)</b>	<b>0,9% (2)</b>	1,7% (4)	<b>0,4% (1)</b>	1,3% (3)	<b>0,9% (2)</b>	<b>0,9% (2)</b>	<b>0,9% (2)</b>
Mediaprofessionals	2,6% (6)	1,7% (4)	3,9% (9)	5,2% (12)	3,0% (7)	1,3% (3)	1,3% (3)	<b>0,9% (2)</b>
Burgers / Iedereen	1,7% (4)	<b>0,4% (1)</b>	3,9% (9)	1,7% (4)	1,3% (3)	2,2% (5)	2,2% (5)	<b>0,4% (1)</b>

Tabel 1. "Dekking" van de thema's en doelgroep gecombineerd. (In 2009: N=231, In 2008: N=142)

Voor vier thema's in combinatie met specifieke doelgroepen is *geen enkel initiatief* bekend in de Mediawijsheidkaart:

- Informatie en strategische vaardigheden voor Maatschappelijk zwakkeren
- Verantwoord gebruik en veiligheid voor Maatschappelijk zwakkeren
- Auteursrecht voor Begeleiders (zorg) / Ouderen / Maatschappelijk zwakkeren
- Innovatief en experimenteel mediagebruik voor Ouders / Begeleiders (zorg) / Ouderen

## 3 Conclusies & Aanbevelingen

### 3.1 Conclusies

Op basis van de analyse van de Mediawijsheidkaart, waarvan de resultaten in het voorgaande hoofdstuk zijn uitgewerkt, zijn zes conclusies getrokken:

**(1) De Mediawijsheidkaart bevat op 9 november 2009 231 unieke initiatieven welke zich regelmatig richten op meer dan één thema en/of één doelgroep.** Initiatieven kunnen dus binnen verschillende thema's en doelgroepen terugkomen (80 mogelijke combinaties van thema en doelgroep).

**(2) Iets meer dan 80% van de initiatieven valt onder de programmalijn Mediavaardigheden en –bewustzijn.** Het thema Mediabewustzijn springt er in het bijzonder uit: 37% van alle initiatieven hebben betrekking op dit thema.

**(3) Het aantal initiatieven voor het thema Auteursrecht is opvallend laag.** Het is zelfs het enige thema dat procentueel is afgenomen ten opzichte van 2008. Gezien de opkomst van vrij te gebruiken (open) materialen via internet gaat dit in tegen onze verwachting. Deze opkomst maken het bekend zijn met (open vormen van) auteursrechten, en een goed gebruik ervan steeds belangrijker.

**(4) Het overgrote deel van de initiatieven is (mede) bedoeld voor Kinderen, Jongeren, Ouders en Leerkrachten/docenten.** Bijna de helft van de initiatieven zijn zelfs (ondermeer) gericht op Jongeren en/of Leerkrachten/docenten. Het aantal initiatieven voor Kinderen, Jongeren en Leerkrachten/docenten is zelfs verdubbeld ten opzichte van februari 2008.

**(5) De analyse heeft 8 hiaten opgeleverd waar geen enkel initiatief actief is.** Dit zijn :

- Informatie en strategische vaardigheden i.c.m. Maatschappelijk zwakkeren
- Verantwoord gebruik i.c.m. veiligheid en Maatschappelijk zwakkeren
- Auteursrecht i.c.m. Begeleiders (zorg) / Ouderen / Maatschappelijk zwakkeren
- Innovatief en experimenteel mediagebruik i.c.m. Ouders / Begeleiders (zorg) / Ouderen

Daarnaast zijn er 20 potentiële hiaten waar slechts 1 of 2 van de initiatieven (0%>1%) betrekking op hebben.

**(6) De doelgroepen zijn niet eenduidig omschreven**

De 10 gehanteerde doelgroepen hebben geen specifieke kenmerken meegekregen en roepen daardoor vragen op zoals:

- Kinderen: zijn dit *alle* kinderen tussen de 2 en 12 jaar? Ook kinderen met specifieke kenmerken zoals een bepaalde handicap? Dit geldt ook voor de doelgroep Jongeren in de leeftijd 12-18 jaar.
- Ouders: worden hier ook 'verzorgers' van kinderen bedoeld?
- Leerkrachten/docenten: welke leerkrachten en docenten zijn dit? Degene die les geven aan de doelgroepen Kinderen en Jongeren, of ook aan hogere leeftijden (Ouderen) en de doelgroep Maatschappelijk zwakkeren?

- Ook voor Begeleiders (zorg) geldt de vraag wie zij begeleiden of voor wie zij zorgen?
- Ouderen: welke kenmerken hebben deze ouderen? Speelt hier een leeftijdsgrens?
- Maatschappelijk zwakkeren: wie worden hiermee bedoeld? Zijn dit (automatisch) allochtonen, gehandicapten, jongeren in het speciaal onderwijs, werklozen, enzovoort? Valt een geestelijk gehandicapt kind van 10 jaar bijvoorbeeld onder de doelgroep Kinderen of juist Maatschappelijk zwakkeren?

Waar er negen doelgroepen betrekking hebben op *personen*, al dan niet in een specifieke rol, duidt de doelgroep Civil Society, door Kennisland ook wel omschreven als 'burgerinitiatieven' of 'kleine maatschappelijke organisaties', op *organisaties*. Hierdoor past deze niet tussen de andere doelgroepen. Dit kan mogelijk een verklaring zijn waarom het aantal initiatieven gericht op Civil Society laag is. Organisaties hebben doorgaans specifieke groepen personen als doelgroep en geen organisaties zelf. Daarnaast is voor hen mogelijk niet duidelijk wat of wie er precies wordt verstaan onder Civil Society.

### 3.2 Aanbevelingen

**(1) De acht hiaten waar geen enkel initiatief actief is zijn expliciet benoemd. Kijk echter ook naar de thema's in combinatie met doelgroepen waar minder dan 1% van alle initiatieven zijn ingedeeld.** Deze kunnen ons inziens eveneens duiden op een belangrijk hiaat.

**(2) De thema's Auteursrecht, Innovatief en experimenteel mediagebruik en de doelgroep Maatschappelijk zwakkeren verdienen aandacht.** Deze thema's en deze doelgroep komen herhaaldelijk terug in de 28 (potentiële) hiaten. Belangrijke ontwikkelingen zijn bijvoorbeeld gaande op het gebied van vrij te gebruiken (open) materialen, waarbij het goed begrijpen en toepassen van auteursrechten zeer belangrijk is.

**(3) Maak een keuze in hiaten ten behoeve van de Stimuleringsregeling 2010 door prioriteiten te stellen.** Dit kan op basis van:

- Het percentage / aantal initiatieven dat actief is binnen het betreffende hiaat: bij nul initiatieven is er een nadrukkelijker hiaat, dan bij drie initiatieven;
- De doelgroep: om verschillende redenen kan de ene doelgroep urgenter zijn dan de andere, bijvoorbeeld vanwege beleidskeuzes, de positie in de samenleving, mate van gebruik van media, enz.
- Thema: het ene thema kan urgenter aandacht vragen dan het andere, bijvoorbeeld op basis van ontwikkelingen in de samenleving op het gebied van media(gebruik) zoals digitale leermaterialen (zie aanbeveling 2).

**(4) Omschrijf de verschillende doelgroepen.** Voor het bepalen van de prioriteiten in hiaten op basis van de doelgroep moet voor iedereen duidelijk zijn over welke (zo objectief mogelijke) *kenmerken* elke doelgroep beschikt. Daarnaast helpt dit ook de initiatiefnemers en de gebruikers van de Mediawijsheidkaart hun initiatief of zichzelf als lid van een doelgroep te plaatsen.

**(5) Heroverweeg Civil Society als doelgroep.** De aanbeveling is om te onderzoeken of deze doelgroep kan opgaan in één of meerdere andere doelgroepen, of de naamgeving gewijzigd kan worden of dat de doelgroep dusdanig afwijkend is dat deze verwijderd kan worden.