

• Toelichting bij petitie 'Heel Nederland Mediawijs' •

Nederland wil vooroplopen met digitalisering. In de 'Nederlandse Digitaliseringsstrategie' geeft het Kabinet aan dat zij daarmee het Nederlandse verdienvermogen wil versterken, beter richting wil geven aan technologische ontwikkelingen en vol wil inzetten op de economische en maatschappelijke kansen van digitalisering. Om voorop te kunnen lopen moet het vertrouwen van burgers en bedrijven vergroot worden én moet iedereen mee kunnen doen. Het fundament voor digitalisering en de weerbaarheid van burgers en bedrijven moet daarbij versterkt worden.

Het netwerk Mediawijzer.net steunt bovengenoemde ambities. Zij zijn de basis voor een gezonde, welvarende samenleving en een goed functionerende democratie. Zij zijn echter alleen te realiseren als in de uitwerking van de digitaliseringsplannen voldoende aandacht wordt gegeven aan de ontwikkeling van mediawijsheid. (Wetenschappelijk) onderzoek laat zien dat niet alleen digitale vaardigheden, maar juist ook mediawijze vaardigheden in toenemende mate bepalen of mensen profiteren van/bijdragen aan digitalisering en zich staande kunnen houden in de digitaliserende samenleving.

Momenteel is de Nederlandse samenleving nog verre van mediawijs. Een recent verkennend onderzoek door Kantar Public wijst uit dat 42% van de volwassen Nederlanders (18+), ruim 5 miljoen mensen, niet mediawijs is. Een deel van de volwassenen dreigt de aansluiting te missen. Daarbij voelt een grote groep burgers zich onzeker over leven met en in online media. Dit maakt mensen terughoudend en leidt tot angst en twijfels over hun eigen online gedrag.

De afgelopen jaren is geïnvesteerd in het mediawijs maken van kinderen, onder verantwoordelijkheid van het Ministerie van OCW. Nu is een inhaalslag bij volwassenen noodzakelijk. Hiervoor is een Rijksbrede en integrale aanpak nodig. Helaas zien we in de diverse digitaliseringsplannen wel aandacht voor het vergroten van digitale vaardigheden van burgers, maar komt mediawijsheid er amper in voor.

Het netwerk Mediawijzer.net roept daarom, in lijn met diverse adviesraden, politiek en overheid op om mediawijsheid een steviger positie te geven in de uitwerking van de digitaliseringsplannen en hier een Rijksbrede, interdepartementale actieagenda voor te ontwikkelen. Zodat in 2025 iedereen in Nederland mediawijs is of bezig is dat te worden. Daarbij kan geprofiteerd worden van de ervaring, expertise en het netwerk van meer dan 1.000 organisaties en experts dat de afgelopen 10 jaar is opgebouwd.

Onderstaand lichten wij onze oproep verder toe.

Wat is mediawijsheid?

Mediawijsheid bestaat uit de kennis, vaardigheden en mentaliteit die nodig zijn om bewust, kritisch en actief om te gaan met digitale media. Mediawijsheid gaat over het veilig en slim in kunnen zetten van alle beschikbare media om de eigen kwaliteit

van leven te vergroten én ervoor te zorgen dat je optimaal kunt deelnemen aan de wereld om je heen. Mediawijsheid wordt gezien als onderdeel van digitale geletterdheid en overlapt daarbinnen deels met computational thinking, ICT basisvaardigheden en informatievaardigheden¹. Ten opzichte van de andere vaardigheden vertegenwoordigt mediawijsheid met name de 'hogere orde vaardigheden'² oftewel de informatie-navigatievaardigheden, de sociale vaardigheden en de creatieve vaardigheden. Nederlanders die alleen operationele digitale vaardigheden bezitten kunnen vele uren online spenderen, maar zijn daarmee nog niet mediawijs.

Investeren in mediawijsheid belangrijker dan ooit!

Mediawijsheid levert de Nederlandse samenleving enorm veel op. Het maakt dat Nederlanders op slimme manieren deel kunnen nemen aan de participatiesamenleving. Ze hebben makkelijker toegang tot informatie, krijgen meer eigen verantwoordelijkheid en regie bij de invulling van hun zorg, kunnen op www.mijnoverheid.nl veel zaken online regelen en met online onderwijs aan hun persoonlijke ontwikkeling werken. Ze kunnen bovendien eenvoudiger waardevolle contacten en netwerken onderhouden en een grotere betrokkenheid ontwikkelen bij het politieke proces. Mediawijsheid is een voorwaarde voor een welvarende samenleving en goed functionerende democratie.

Maar mediawijsheid is ook noodzakelijk om de schaduwkanten van (sociale) media tegen te gaan: privacy issues, verslaving, pesten, sexting, cybercrime, nepnieuws, fear of missing out (FOMO), filter bubble, radicalisering, online normvervaging en grensoverschrijdend gedrag. Het kan serieus fout gaan in media. In 2014 telde het CBS 100.000 slachtoffers van identiteitsfraude, 480.000 slachtoffers van aan- en verkoopfraude en 700.000 slachtoffers van hacken. In Nederland heeft naar schatting 25% van de jongeren ervaring met sexting. We weten niet goed hoe de digitale technieken werken en wat er gebeurt met de data die we overal achterlaten, wat algoritmes en big data zijn. Anderen kunnen dat misbruiken en dat gebeurt op steeds grotere schaal. Het is belangrijk dat Nederlanders hiervoor weerbaar worden.

Tenslotte kunnen investeringen in mediawijsheid bijdragen aan het snel(ler) dichten van de digitale kloof die in Nederland ontstaat. We zien dat niet alle Nederlanders in gelijke mate weten te profiteren van de digitalisering en medialisering van de samenleving. Hoogopgeleiden benutten het internet relatief veel voor het vinden van informatie, educatie en hun carrière. Zo profiteren zij optimaal van de mogelijkheden van internet om hun doelen op de arbeidsmarkt en in de wetenschap te bereiken. Laagopgeleiden vertonen daarentegen vooral een consumptief gebruik. Zij gebruiken het internet relatief vaak om te gamen, te chatten, YouTube en films te bekijken. Internet verkleint op deze wijze de verschillen in de samenleving niet, maar vergroot deze juist. Alleen met het aanleren van de nodige mediawijze vaardigheden is deze kloof te overbruggen. Ook adviesraden (Rathenau Instituut, SCP, Raad voor Cultuur, Commissariaat voor de

¹ SLO Mediawijsheid inhoudslijst maart 2018

² De hogere vaardigheden worden ook wel softskills genoemd. Het zijn alle persoonlijke, emotionele, sociale en intellectuele vaardigheden – de term komt uit het competentiegerichte onderwijs en staat in de IT wereld tegenover de hardskills (technische en apparaat gerelateerde vaardigheden)

Media) benadrukken al geruime tijd de noodzaak om te investeren in mediawijsheid voor álle Nederlanders.

Nederland nog (lang) niet mediawijs

Onderzoek door Kantar Public (voormalig TNS Nipo) laat zien dat 42% van de volwassen Nederlanders die op internet actief zijn, ruim 5 miljoen mensen, niet mediawijs is. Zij missen daardoor kansen en lopen soms ook flink risico. Het resterende deel van de bevolking heeft een zekere mate van mediawijsheid, maar volgens het onderzoek kan niemand als volledig mediawijs worden aangemerkt.

Nederlanders zijn online wel zeer actief (93%), maar vinden het lastig om goed met sociale media om te gaan en ondervinden de nodige online obstakels. Een aantal feiten op een rij:

- 78% vindt dat de overheid meer moet doen om de mensen te helpen in de digitale wereld
- 73% is de laatste tijd steeds kritischer geworden op alles wat ze online invullen en achterlaten
- 62% weet niet wat een algoritme is en wat het doet
- 48% weet niet wie ze online kunnen vertrouwen
- Bijna 40% vindt het lastig om ontwikkelingen op sociale media bij te houden
- 38% vindt het vervelend dat men steeds meer zaken online moet regelen
- 36% vindt het lastig om nepnieuws van echt nieuws te onderscheiden
- 20% voelt zich steeds onzekerder over wat ze wel en niet moeten doen in sociale media

Binnen de samenleving kunnen op basis van het Kantar-onderzoek vier groepen worden geïdentificeerd. Er is een duidelijke groep Koplopers, twee middengroepen (Actieven en Afwachtenden) en een hele duidelijke groep Kwetsbaren. De verschillen tussen deze laatste groep en de Koplopers zijn enorm, op alle fronten.

De groep Kwetsbaren laat de grootste risico's zien op alle competenties van mediawijsheid. Ze zijn niet compleet digitaal onvaardig (ze kunnen immers een online vragenlijst invullen), maar omdat mediawijsheid over veel meer gaat dan op de juiste knoppen kunnen klikken en zij juist op al die andere competenties niet kunnen meekomen, vormen ze een behoorlijke risicogroep. Het risico is tweeledig: ze zijn én niet mediawijs (volgens eigen inschatting) én weten ook veel vaker niet waar ze hulp kunnen vinden.

De groep Afwachten bestaat uit noodzakelijke gebruikers die redelijk onzeker zijn. De groep Actieven bestaat uit leergierige gebruikers die nog niet alle kansen zien en weten te benutten.

Rijksbrede integrale aanpak noodzakelijk

Inzet op zowel de Kwetsbaren als de Actieven en Afwachtenden is noodzakelijk om iedereen aan boord te krijgen én te houden in de digitale samenleving. Omdat de groepen verschillende uitdagingen kennen, waarbij mediawijsheid van belang is voor verschillende domeinen (zorg, onderwijs, inclusieve samenleving, veiligheid, etc.) vraagt dit om een Rijksbrede en integrale aanpak.

Ook wetenschappelijk onderzoek toont aan dat het cruciaal is dat beleidsmakers investeren in competenties verbonden met mediawijsheid (attitude en motivatie, materiële toegang, vaardigheden en gebruik) en de opbrengsten die Nederlanders ervaren op vier domeinen (economisch, sociaal, cultureel en persoonlijk). Huidig beleid en interventies gericht op de digitale burger richten zich meestal op functionele, praktische en normatief gewaardeerde vaardigheden en activiteiten binnen het economisch domein. Deze vaardigheden leveren echter maar beperkte voordelen op binnen de drie andere domeinen: sociaal, cultureel en persoonlijke.

Vaardigheden toegepast binnen het sociaal (en in mindere mate cultureel en persoonlijke) domein laten daarentegen wel een positief effect zien op het behalen van uitkomsten in het economisch domein. De onderzoekers pleiten er dan ook voor dat programma's en beleid gericht op sociale inclusie, een integrale aanpak moeten hanteren en ook 'populaire' activiteiten op moeten nemen die aansluiten bij alle domeinen.

Maar zelfs bij een 'smalle' benadering van digitale inclusie die zich met name op het economisch domein richt, benadrukken de onderzoekers dat er meer aandacht moet komen voor de 'zachtere' sociale, communicatieve, creatieve internetvaardigheden om hoogwaardige resultaten te behalen. Een pleidooi dus voor de typisch met mediawijsheid geassocieerde 'soft skills'.

Over het netwerk Mediawijzer.net

Het netwerk bestaat uit meer dan 1.000 organisaties en experts die zich sinds 2008 inzetten voor een 'mediawijs Nederland'. Het netwerk Mediawijzer.net heeft zich de afgelopen jaren met name op jongeren gericht. Netwerkpartners laten jongeren en hun ouders zien welke kansen digitalisering biedt, maar ook hoe om omgegaan kan worden met de keerzijde van onze gemedialiseerde samenleving. Succesvolle campagnes, zoals de Media Ukkie Dagen en de Week van de Mediawijsheid zijn belangrijke instrumenten. MediaMasters, een jaarlijkse mediawijsheid game, is inmiddels een begrip. 30% van alle groep 7 en 8 leerlingen doet mee. En het netwerk heeft diverse waardevolle tools voor ouders ontwikkeld, waarmee ze informatie kunnen vinden (Mediawijsheid.nl) of het gesprek met hun kinderen kunnen aangaan (de MediaDiamant).

Voor meer informatie over Mediawijzer.net zie www.mediawijzer.net en www.mediawijsheid.nl. Kernpartners van Mediawijzer.net zijn de Koninklijke Bibliotheek, ECP | Platform voor de InformatieSamenleving, Kennisnet, het Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid en de NPO.



BEELD EN GELUID



ECP

Platform voor de
InformatieSamenleving

Kennisnet



KB

Koninklijke Bibliotheek
Nationale bibliotheek
van Nederland