

# SAMENVATTING

## De rol van de bibliotheek bij het stimuleren van mediawijsheid

1 juli 2010

Ir. B.P.A. van Mil  
Ir. J.W. Kuipers  
M.E. van Gampelaere MSc  
B.R. Dunning MSc

Met medewerking van: prof. mr. dr. J.A. de Bruijn, TU Delft

**Voor meer informatie:**

Kwink Groep BV  
Postbus 93063  
2509 AB DEN HAAG  
+31 (0)70 359 6955  
[www.kwinkgroep.nl](http://www.kwinkgroep.nl)

Ir. B.P.A. van Mil  
consultant | managing partner  
+31 (0)6 3449 2008  
[bvanmil@kwinkgroep.nl](mailto:bvanmil@kwinkgroep.nl)

# Samenvatting

---

## 1. Houvast in een overvloed van informatie

Het media-aanbod is de afgelopen jaren sterk toegenomen en de maatschappelijke impact daarvan is bijzonder groot. Nieuws en informatie worden tegenwoordig niet meer alleen via zogenaamde oude media als radio, TV en krant aangeboden, maar ook steeds meer via nieuwe media als websites, live stream kanalen, blogs, tweets en sociale netwerken. Nieuwe media hebben ervoor gezorgd dat de hoeveelheid, snelheid en toegankelijkheid van informatie sterk is toegenomen. Door deze ontwikkeling is het nog belangrijker geworden dat alle burgers in staat zijn om de informatiebronnen die zij dagelijks tegenkomen op een juiste wijze te interpreteren.

Echter, juist het interpreteren van informatiebronnen blijkt voor velen ingewikkeld. Zo zijn er bijvoorbeeld zorgen over jongeren, die vaak slecht in staat zijn om op internet gestructureerd en effectief naar betrouwbare informatie te zoeken, gevonden informatie kritisch te analyseren en feiten van meningen te onderscheiden.<sup>1</sup> Dit verschijnsel doet zich overigens niet alleen voor onder jongeren, maar ook onder andere doelgroepen.

Bibliotheken hebben op dit punt een belangrijke rol. In het kader van onder meer die bibliotheekvernieuwing heeft de Vereniging van Openbare Bibliotheken (VOB) een 'Agenda voor de Toekomst' opgesteld waarin de rol van bibliotheken in de periode 2009-2012 wordt beschreven. In deze Agenda staat dat de openbare bibliotheek alle burgers vrije toegang tot informatie, kennis en cultuur moet bieden, zodat die burgers zich bewust, kritisch en actief in de maatschappij kunnen bewegen. Juist in onze huidige complexe informatiemaatschappij groeit immers de behoefte aan een onafhankelijk instituut dat mensen helpt bij de selectie van betrouwbare en betekenisvolle informatie. De openbare bibliotheek dient als 'de plaatselijke toegangspoort tot kennis, die een essentiële voorwaarde schept voor levenslang leren, onafhankelijke besluitvorming en de culturele ontwikkeling van individuen en maatschappelijke groeperingen'. De bibliotheek wil houvast bieden in de overvloed van informatie en media-uitingen die mensen dagelijks overspoelt.

## 2. Behoeftte aan een visie op de rol van bibliotheken

De maatschappelijke discussie over het bevorderen van mediawijsheid onder burgers wordt breed gevoerd. In dat debat heerst overeenstemming over de betekenisvolle rol die bibliotheken op het gebied van mediawijsheid kunnen spelen.

Tegelijkertijd kan worden geconstateerd dat er nog geen eenduidige visie bestaat op de wijze waarop de bibliotheek die rol concreet invulling zou moeten geven. Er is momenteel vanuit bibliotheken een grote variëteit aan initiatieven op het gebied van mediawijsheid. De actieve houding waarmee veel bibliotheken het onderwerp oppakken is positief en heeft veel opgeleverd. Dat laat onverlet dat nu de fase is aangebroken waarin het pionieren langzaam plaats moet maken voor

---

<sup>1</sup> Tweede kamer, Vergaderjaar 2008- 2009, Kamerstuk 28330, nr. 34.

professionalisering en standaardisering. Dit brengt ook nieuwe strategische vragen met zich mee die vragen om een antwoord. Vanuit het motto 'eerst denken, dan doen' wordt het raadzaam geacht om eerst een visie te ontwikkelen op de rol van bibliotheken in het licht van mediawijsheid, alvorens op een breed terrein uitvoerende activiteiten worden ontplooid.

Kwink Groep is gevraagd een bijdrage te leveren aan de visieontwikkeling op de (potentiële) rol van bibliotheken op het gebied van mediawijsheid. Dat heeft geresulteerd in een visiedocument waarvan dit de samenvatting is. De visie is gebaseerd op onder meer documentenanalyse en interviews met diverse betrokkenen van binnen en buiten de bibliotheeksector. Bij de totstandkoming van de visie is veelvuldig van gedachten gewisseld met de opdrachtgevers van het SIOB (Sector Instituut Openbare Bibliotheken) en Bibliotheek.nl.

---

### 3. Begrip 'mediawijsheid'

Mediawijsheid is een containerbegrip, dat een grote diversiteit aan interpretaties kent. Om de breedte van het terrein mediawijsheid te duiden, volgt hierna een uiteenzetting van de acht thema's die door het Mediawijsheid Expertisecentrum worden onderscheiden:<sup>2</sup>

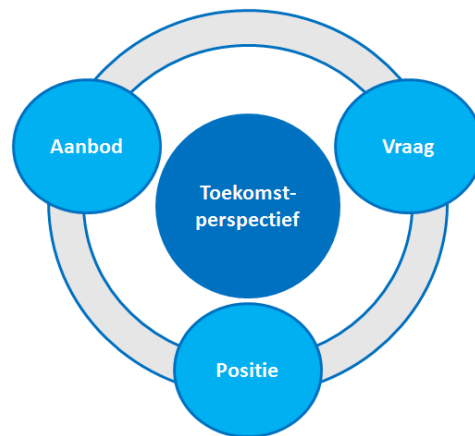
- *Praktische vaardigheden*: de bekwaamheid (in technische zin) in de omgang met en productie van media. Het gaat hierbij om ICT-vaardigheden, kennis van audio- en videoproductietechnieken, maar ook om lees- en schrijfvaardigheden.
- *Informatie- en strategische vaardigheden*: algemene vaardigheden bij het omgaan met informatie en media. Hierbij gaat het om algemene informatievaardigheden (zoals zoeken, selecteren, interpreteren, verwerken, creëren, communiceren) en de vaardigheid om media strategisch te kunnen inzetten om de eigen positie te versterken.
- *Mediabewustzijn*: bewustwording van de grote rol die media in de maatschappij spelen, gericht op het versterken van de positie van consumenten/burgers ten opzichte van media-aanbieders en overheid. Ook het erkennen van de dubbele rol van burgers als mediaconsumenten en mediaproductenten maakt deel uit van dit thema.
- *Verantwoord gebruik en veiligheid*: gericht op veilig mediagebruik. Hieronder vallen zowel de meer technische (virus, spam, firewall) als ook de sociale en ethische aspecten (digitaal pesten, omgaan met persoonlijke informatie).
- *Participatie en productie*: het stimuleren en activeren van participatie binnen de maatschappij. Inzet daarbij is het ontwikkelen van kennis en vaardigheden om zelfstandig media te maken.
- *Empowerment*: het stimuleren/activeren van zowel individuele burgers als specifieke (zorg-) doelgroepen, met het doel om hun positie in de maatschappij te versterken. Naast ouderen en maatschappelijk zwakkeren richten activiteiten zich ook op (kleine) maatschappelijke initiatieven ('civil society').
- *Auteursrecht*: Mediaparticipatie heeft steeds vaker een auteursrechtelijke component. We signaleren een groeiende behoefte aan activiteiten die burgers in de omgang met auteursrechtelijke vraagstukken ondersteunen en hen in staat stellen om op een geïnformeerde manier met auteursrechten om te gaan.

---

<sup>2</sup> Deze acht thema's zijn ondergebracht in drie programmalijnen. Zie: Kwartiermakersgroep Mediawijsheid (2008). *Programma Mediawijsheid, De inrichting van een expertisecentrum voor Mediawijsheid*. Meerjarenplan 2008-2010 en jaarplan: versienummer: 1.0 (14 maart 2008).

- *Innovatief en experimenteel mediagebruik*: In het snel veranderende medialandschap liggen veel mogelijkheden en kansen voor innovatief mediagebruik. Op dit moment komen mogelijkheden en kansen onder andere tot uitdrukking in web 2.0 toepassingen en de veranderende rol van de consument in de maatschappij (consument wordt prosumer = producer + consumer). Het is van belang binnen het netwerk mediawijsheid voldoende ruimte te creëren voor een experimentele benadering van media en mediagebruik.

Hierna wordt in drie stappen toegewerkt naar de visie. Eerst wordt de positie van bibliotheken beschreven (paragraaf 4), daarna het aanbod dat ze momenteel bieden op het gebied van mediawijsheid (paragraaf 5) en vervolgens de vraag die er naar mediawijsheid-diensten is (paragraaf 6). Dat vormt de basis voor het toekomstperspectief dat in paragraaf 7 van deze samenvatting wordt beschreven. In de figuur hierna wordt dit gevisualiseerd. In paragraaf 8 wordt tot slot beschreven hoe het pad van visie tot uitvoering eruit kan zien.



#### 4. Positie van bibliotheken

De bibliotheek is een uniek instituut, dat zich vanuit de traditionele uitleenfunctie steeds verder ontwikkelt tot een breed cultureel ontmoetingscentrum. De openbare bibliotheek is de grootste culturele instelling van ons land met ongeveer 4 miljoen leden en 130 miljoen uitleningen per jaar. De rol van de bibliotheek is vanouds gerelateerd aan 'volksverheffing': het toegankelijk maken van informatie en cultuur voor iedereen.<sup>3</sup> Deze rol is veranderd. De bibliotheek maakt een verandering door van een organisatie gecentreerd rondom de uitleen van boeken naar een cultureel ontmoetingscentrum dat op een breder terrein actief is. Als huidige kernfuncties van de bibliotheek zijn te noemen: warenhuis van kennis en informatie, centrum voor ontwikkeling en educatie, encyclopedie van kunst en cultuur, inspiratiebron van lezen en literatuur en tot slot: podium voor ontmoeting en debat.<sup>4</sup>

De bijna 170 openbare bibliotheken in Nederland hebben samen ongeveer 1100 vestigingen. Daardoor heeft vrijwel iedere Nederlandse burger een bibliotheek in de buurt.<sup>5</sup> Dat dichte netwerk is

<sup>3</sup> Huysmans, F. en Hillebrink, C. (2008). *De openbare bibliotheek tien jaar van nu*, SCP, Den Haag.

<sup>4</sup> Vereniging van Openbare Bibliotheken en Vereniging van Nederlandse Gemeente (2005). *Richtlijnen voor basisbibliotheken*. Den Haag.

<sup>5</sup> Vereniging Openbare Bibliotheken (2008). *Agenda voor de toekomst: De strategie van de Vereniging van Openbare Bibliotheken voor de jaren 2009-2012*. Eindhoven: Drukkerij Lecturis, p.25.

een belangrijk pluspunt van de openbare bibliotheken ten opzichte van andere partijen. De naamsbekendheid van die bibliotheken is groot. Een andere belangrijke onderscheidende eigenschap van de bibliotheek is de onafhankelijke uitstraling. De bibliotheek is onafhankelijk ten aanzien van de aangeboden informatie en wordt door gebruikers als laagdrempelig ervaren.

---

## 5. Huidig aanbod

Nederlandse bibliotheken ontplooiën een groot aantal initiatieven op het gebied van mediawijsheid. Daarin valt op dat relatief veel initiatieven zijn gericht op de doelgroep kinderen en jongeren: meer dan een derde van de gevonden dienst-doelgroep-combinaties richt zich daarop. Andere doelgroepen waarvoor redelijk veel diensten zijn gerealiseerd zijn leerkrachten/docenten en ouders.

Als het gaat om het type van diensten dat de bibliotheek aanbiedt, dan valt juist de grote variëteit op. Deze diensten zijn te clusteren in zes uiteenlopende categorieën:

- *Oefenen in lezen en schrijven.* Het eerste type initiatief is 'oefenen in lezen en schrijven' en is een essentiële randvoorwaarde om daadwerkelijk mediawijs te kunnen worden. Leerlingen uit het primair en voortgezet onderwijs blijken vaak slecht te scoren op 'begrijpend lezen'. Door initiatieven als bijvoorbeeld Netnieuws (van de Vereniging Openbare Bibliotheken) wordt aan bezoekers van bibliotheken de mogelijkheid geboden om in een eenvoudige en veilige omgeving te oefenen in lezen en schrijven. Dit type initiatief maakt overigens vaak deel uit van het beleid van bibliotheken op het gebied van inburgering, laaggeletterdheid en leesbevordering.<sup>6</sup>
- *Omgaan met computers en internet.* Het tweede type initiatief betreft 'omgaan met computers en internet'. Veel bibliotheken hebben een aanbod op dit vlak. Onderwerpen die in de desbetreffende cursussen of workshops aan de orde komen, zijn bijvoorbeeld internetbankieren, printen, scannen en e-mailen. Voorbeelden van initiatieven op dit gebied zijn Grannyweb (van de Overijsselse Bibliotheek Dienst) en Effe Checken (van de Bibliotheek Hoorn).<sup>7</sup>
- *Web 2.0 toepassingen.* Het derde type initiatief heeft betrekking op de kennismaking met en het gebruik van Web 2.0 toepassingen. Een voorbeeld is de cursus '23 dingen'.<sup>8</sup> Onderwerpen die aan bod komen in deze cursus zijn bijvoorbeeld: bloggen, RSS feeds, Wiki's, Podcasts en sociale netwerken.
- *Ontsluiten van informatie.* Het vierde type initiatief, het 'ontsluiten van informatie', richt zich op de gidsfunctie van een bibliotheek. Een voorbeeld is het initiatief Biebsearch van de Bibliotheek Zwolle. In dat initiatief werken onderwijs en bibliotheek samen, zodat leerlingen in één digitale omgeving toegang krijgen tot zowel het lesmateriaal van hun onderwijsinstelling als tot het digitale aanbod van de bibliotheek.<sup>9</sup> Andere voorbeelden betreffen bijvoorbeeld digitale leskisten. Zo biedt de Bibliotheek Heerlen een digitale leskist 'Poëzie en Harrie Geelen' aan.<sup>10</sup>
- *Zoeken en beoordelen van informatie.* Het vijfde type initiatief heeft betrekking op 'zoeken en beoordelen van informatie'. Initiatieven als Webdetective (van de Overijsselse Bibliotheek

---

<sup>6</sup> <http://mediawijsheidkaart.nl>

<sup>7</sup> <http://www.familyweb.nl>

<sup>8</sup> <http://www.23dingen.nl>

<sup>9</sup> <http://www.biebsearch.nl>

<sup>10</sup> <http://www.harriegeelen.nu>

- Dienst), de Nationale Jeugdkrakercompetitie (van de VOB in samenwerking met de Overijsselse Bibliotheek Dienst) en My Life Story (van Biblioservice Gelderland) zijn daar voorbeelden van.
- *Maken van film/content*. Het laatste type initiatief is het 'maken van film/content'. Het doel van dit type initiatieven is om mensen bekend te maken met het zelf produceren van berichtgeving. NovaLocal en de Wijkmedia ateliers zijn voorbeelden van dit type initiatieven.<sup>11</sup>

---

## 6. Maatschappelijke vraag

Kinderen en jongeren zijn, meer dan oudere generaties, gewend aan een veelheid van media-uitingen. De jonge generatie kan worden omschreven als een digitale generatie die is opgegroeid met nieuwe media. Uit onderzoek<sup>12</sup> blijkt dat het overgrote deel van het mediagebruik door jongeren buiten de school plaatsvindt. In hetzelfde onderzoek wordt ook betoogd dat leerlingen in hun vrije tijd weliswaar relatief veel tijd besteden aan diverse media, maar dat ze daarbij nog niet vanzelfsprekend de juiste vaardigheden ontwikkelen die hen in staat stellen om goede informatie te vinden en deze op een juiste wijze te beoordelen.

Het Instituut voor Toegepaste Sociale wetenschappen (ITS) onderschrijft deze observatie. Dit instituut heeft een onderzoek<sup>13</sup> onder docenten uitgevoerd naar de mediawijsheid van hun leerlingen.<sup>14</sup> Daarbij is zowel onderzoek gedaan naar de mediawijsheid van leerlingen in het primair onderwijs (PO) als naar de mediawijsheid van leerlingen in het voortgezet onderwijs (VO).

Hieruit blijkt onder meer dat 18% van de PO-leerkrachten aangeeft dat geen van de leerlingen 'informatie kan zoeken en beoordelen' via internet. Zo'n 40% van de leerkrachten geeft aan dat sommige leerlingen dat wel kunnen, maar de meeste leerlingen niet. Als het gaat om het voortgezet onderwijs (VO), dan verschuift het beeld van 'niemand' naar 'sommige leerlingen'. Zo blijkt uit het ITS-onderzoek dat 43% van de leerkrachten aangeeft dat slechts sommige leerlingen uit het VO in staat zijn 'informatie te zoeken en beoordelen'. Bovendien geeft 2% van de docenten aan dat geen enkele leerling zelfstandig informatie kan zoeken en beoordelen.

Uit hetzelfde onderzoek blijkt volgens de betrokken leraren dat vaardigheden op het terrein van zelfstandig zoeken en beoordelen van informatie door leerlingen niet thuis worden aangeleerd. Tweederde van de leraren in het basisonderwijs en de helft van de leraren in het voortgezet onderwijs meent dat slechts sommige of geen van hun leerlingen deze vaardigheden thuis hebben geleerd. Hetzelfde geldt voor het creatief gebruiken van media. Driekwart van de leraren uit het basisonderwijs en de helft van de leraren uit het voortgezet onderwijs is van mening dat geen of slechts sommige van hun leerlingen thuis vaardigheden hebben ontwikkeld in het creatief gebruik van media.

Naast kinderen en jongeren zijn er ook andere doelgroepen met een eigen behoefte aan dienstverlening op het gebied van mediawijsheid. Dit zijn bijvoorbeeld ouders en opvoeders, die hun kinderen willen ondersteunen in de opvoeding. Waar kinderen en jongeren in een hoog tempo alle

---

<sup>11</sup> <http://www.novalocal.nl> en <http://www.wijkmediaateliers.nl>.

<sup>12</sup> Veen (2009). *Homo Zappiens: opgroeien, leven en werken in een digitaal tijdperk*. Amsterdam: Pearson Education Uitgeverij.

<sup>13</sup> Smeets, E. & Wester, M. (2009). *Mediawijsheid in het basisonderwijs en voortgezet onderwijs*. Nijmegen: ITS Radboud Universiteit Nijmegen.

<sup>14</sup> Er zijn in totaal 362 leraren uit het primair onderwijs en 845 leraren uit het voortgezet onderwijs bevroegd.

nieuwe Web 2.0 mogelijkheden aanleren, hebben ouders moeite deze ontwikkeling bij te benen. Ouderen (senioren) zijn niet opgegroeid met een computer en zijn vaak niet op de hoogte van de mogelijkheden van het internet, laat staan van mogelijkheden van Web 2.0. Hierdoor hebben zij een digitale achterstand opgelopen die zelfs kan leiden tot een sociaal isolement. Werkzoekenden zijn sterk afhankelijk van het internet. Op het internet worden vacatures aangeboden, kan contact met organisaties worden gelegd en worden sollicitatietips gegeven. Dat vergt wel dat een werkzoekende de vaardigheden heeft om zich goed op internet te bewegen.

---

## **7. De visie: het toekomstperspectief voor de bibliotheek**

Hiervoor zijn de positionering van bibliotheken, hun huidige aanbod en de maatschappelijke vraag vanuit doelgroepen beschreven. De visie die hierna wordt beschreven is de resultante van deze drie aspecten.

### **Incrementeel groeimodel**

In deze visie is ervoor gekozen om geen hoogdravend perspectief te schetsen voor de zeer lange termijn. De reden daarvoor is dat het ontwikkelen van een eerste, eenvoudig basispakket dat iedere bibliotheek kan aanbieden, al een zeer uitdagende opgave is. Pas dan is de tijd rijp om verder te denken over doorontwikkeling van dat pakket. In die zin is er sprake van een stapsgewijs proces.

### **Lokaal ondernemerschap én uitrol van bewezen initiatieven**

Bibliotheken blijken ondernemend te zijn als het gaat om het bedenken en uitvoeren van mediawijsheidprojecten. De afgelopen jaren zijn te duiden als een pionierfase waarin vele projecten zijn opgestart. Tegelijkertijd breekt het moment aan waarop die pionierfase plaats moet maken voor een fase van professionalisering, van standaardisering en van uitrol van datgene dat succesvol blijkt te zijn. Succesvolle initiatieven moeten breder worden uitgerold dan in het bedieningsgebied waar de initiatiefnemer toevallig werkzaam is. Dat is doeltreffend omdat het bewezen initiatieven betreft. Dat is doelmatig omdat de investeringskosten vaak in de ontwikkeling zitten en niet zozeer in de (landelijke) uitrol daarvan.

Daarvoor is nodig dat er nog meer zicht ontstaat op de initiatieven die bibliotheken op het terrein van mediawijsheid al ontplooiën. De huidige weergave van initiatieven op het gebied van mediawijsheid (bijvoorbeeld op de website [Mediawijsheidkaart.nl](http://Mediawijsheidkaart.nl)) is een stap in de goede richting, maar omdat niet alle bibliotheken hier gebruik van maken en hun initiatieven toevoegen, voldoet dit nog niet aan de wens. Dat vergt aandacht.

### **Mediawijze medewerkers**

Om door de buitenwereld gezien te worden als een logische aanbieder van 'mediawijsheid', is het van belang dat bibliotheken zich meer en meer profileren als een instituut dat toegang biedt tot alle media en niet alleen tot boeken.

Daarvoor is het van belang dat er binnen elke bibliotheek(vestiging) medewerkers zijn met diepgaande kennis over mediawijsheid. Daarnaast is het van belang om de basiskennis over mediawijsheid bij alle front-office bibliotheekmedewerkers meer vanzelfsprekend te maken. Er zijn

bibliotheken die daar op dit moment al invulling aan geven, bijvoorbeeld door (een groot deel van) hun personeel een cursus '23 dingen' te laten volgen.<sup>15</sup>

Opleiding en ontwikkeling van personeel is dan ook van groot belang. Daarnaast kunnen ook nieuwe medewerkers worden aangetrokken met een ander profiel, in dit geval een mediaprofiel. De aanstaande vervangingsvraag ten gevolge van de vergrijzing van het personeel is in dit verband een ontwikkeling die kansen biedt. Een andere mogelijkheid ontstaat door de komst van maatschappelijke stages. Bibliotheken kunnen via die weg bijvoorbeeld digistagiars in hun bibliotheek laten rondlopen (zoals sommige bibliotheken al doen). Ook het aantrekken van combinatiefunctionarissen, via de Brede School Impuls, biedt in dat licht een kans.

### Media-uitstraling

De uitstraling van de bibliotheek moet transformeren van een boekeninstituut naar een multimediaal centrum. Bijvoorbeeld door een duidelijk aanwezig loket binnen de bibliotheek in te richten, waar een bibliotheekmedewerker kan worden bevroegd over (nieuwe) mediagerelateerde zaken. Een ander voorbeeld zijn de zogenaamde 'skoolzones'<sup>16</sup>, die in diverse bibliotheken te vinden zijn.

### Doelgroepen: met name gericht op primair onderwijs én voortgezet onderwijs

In de Agenda voor de toekomst voor de jaren 2009-2012 geeft de VOB het grote belang aan van het verder vormgeven van de samenwerking met het onderwijs in de komende jaren.<sup>17</sup> Ook op het gebied van mediawijsheid is deze strategie van toepassing.

Het onderwijs, en dan met name primair en voortgezet onderwijs, is volgens ons dan ook de belangrijkste doelgroep waarop de bibliotheken zich in eerste instantie (maar niet uitsluitend) zouden moeten richten. De keuze voor primair onderwijs is ingegeven vanuit een aantal redenen.

- Groot bereik: Het primair onderwijs is het grootst qua omvang: meer dan 1,5 miljoen leerlingen die les krijgen van zo'n 133.000 leerkrachten.
- Er is een wereld te winnen: Uit het onderzoek van ITS<sup>18</sup> is gebleken dat 18% van de leerkrachten in het primair onderwijs aangeeft dat geen van hun leerlingen 'informatie kunnen zoeken en beoordelen' via internet. Daarnaast geeft 40% van de leerkrachten aan dat sommige leerlingen dat wel kunnen, maar de meeste leerlingen niet. Dat toont aan dat bij deze doelgroep nog veel progressie te boeken is, zeker vanuit de constatering dat deze doelgroep een hoog mediagebruik kent.
- Voorkomen is beter dan genezen. Uit onderzoek blijkt dat op het voortgezet onderwijs al een tweedeling is ontstaan tussen de leerlingen die goed hun weg kunnen vinden in de digitale samenleving en de leerlingen die dat niet kunnen. Het vergt onevenredig veel inspanningen om de leerlingen die 'de boot hebben gemist' alsnog bij te spijkeren tot op het gewenste niveau. Een opgelopen achterstand is niet eenvoudig in te halen.
- Jong geleerd is oud gedaan: Het leervermogen van leerlingen tot 12 jaar is relatief groot. Aandacht voor vaardigheden rondom mediawijsheid heeft daarom een groot effect op de

---

<sup>15</sup> <http://www.23dingen.nl>.

<sup>16</sup> Zie ook <http://www.skoolzone.nl>

<sup>17</sup> Vereniging Openbare Bibliotheken (2008). *Agenda voor de toekomst: De strategie van de Vereniging van Openbare Bibliotheken voor de jaren 2009-2012*. Eindhoven: Drukkerij Lecturis, p. 63.

<sup>18</sup> Smeets, E. & Wester, M. (2009). *Mediawijsheid in het basisonderwijs en voortgezet onderwijs*. Nijmegen: ITS Radboud Universiteit Nijmegen, p. 9.

ontwikkeling van leerlingen, naast aandacht voor technisch en begrijpend lezen en naast aandacht voor taalontwikkeling.

Daarnaast is ook aandacht voor het voortgezet onderwijs van belang. Uit het onderzoek van ITS<sup>19</sup> is immers gebleken dat een groot deel van de leerkrachten aangeeft dat sommige leerlingen wel 'informatie kunnen zoeken en beoordelen', maar de meeste leerlingen niet. Ook bij deze doelgroep is dus nog veel te winnen. Daarnaast kan hiermee aan leerlingen een vervolg worden geboden op wat tijdens het primair onderwijs aan de orde is geweest op het gebied van mediawijsheid.

### **Diensten: Focus op informatie- en strategische vaardigheden**

Mediawijsheid is een breed begrip. De verschillende vormen van dienstverlening variëren van het aanleren van praktische vaardigheden (omgaan met een computer en met internet) tot bescherming van de gebruiker tegen digitaal pesten en van het zelf produceren van informatie en verspreiden via internet tot het kunnen vinden van relevante informatie.

Op grond van dit onderzoek wordt geconcludeerd dat de bibliotheken zich eerst en vooral zouden moeten richten op 'informatie- en strategische vaardigheden'. Het gaat dan om algemene vaardigheden bij het omgaan met informatie en media. Dit betreft enerzijds algemene informatievaardigheden (zoals zoeken, selecteren, interpreteren, verwerken, creëren, communiceren) en anderzijds de vaardigheid om media strategisch te kunnen inzetten om de eigen positie te versterken. In totaal kan een drietal onderdelen van informatie- en strategische vaardigheden worden onderscheiden:

- *Vinden*: zoeken en kunnen selecteren uit een groot aanbod.
- *Beoordelen*: bronnen herkennen en kennen, betrouwbaarheid inschatten en interpreteren. Daarbij gaat het om bewustwording ten aanzien van de bron van waaruit de informatie wordt gegeven en ten aanzien van de grens tussen reclame en onafhankelijke informatie.
- *Produceren*: op basis van een veelheid aan informatie en meningen zelf een beschouwing kunnen maken. Hierbij passen vaardigheden als die van een (Wikipedia-achtige) redacteur.

Deze strategische keuze is gebaseerd op een aantal argumenten. Ten eerste past dit aanbod bij de kernfunctie van de bibliotheek als informatie-instituut. Dienstverlening op het terrein van mediawijsheid vormt geen nieuwe kernfunctie, maar is een logisch verlengde van de bestaande kernfuncties zoals ook leesbevordering. Het gaat daarbij met name om de kernfuncties op het terrein van kennis & informatie en ontwikkeling & educatie. Ten tweede is dit aanbod van bibliotheken complementair (en niet zozeer concurrerend) aan het aanbod van anderen. De bibliotheek is daarbij de meest geëigende partij om deze invalshoek voor haar rekening te nemen, al dan niet in samenwerking met anderen. Samenwerking met bijvoorbeeld omroepen ligt voor de hand als het gaat om de technische invalshoek van het zelf produceren. Ten derde is het aanbod vraaggericht en sluit het aan bij een maatschappelijke behoefte. Dat blijkt onder meer uit het door ITS<sup>20</sup> uitgevoerde onderzoek. Daarnaast bevestigt een onlangs ingediende motie in de Tweede Kamer de specifieke aandacht die wordt gevraagd voor het aanleren van media- en informatievaardigheden bij jongeren

---

<sup>19</sup> Smeets, E. & Wester, M. (2009). *Mediawijsheid in het basisonderwijs en voortgezet onderwijs*. Nijmegen: ITS Radboud Universiteit Nijmegen

<sup>20</sup> Smeets, E. & Wester, M. (2009). *Mediawijsheid in het basisonderwijs en voortgezet onderwijs*. Nijmegen: ITS Radboud Universiteit Nijmegen.

en docenten. De indieners van de motie achten het een zorgelijke ontwikkeling dat steeds meer jongeren bij het doen van onderzoek slecht in staat zijn om op internet gestructureerd en effectief naar betrouwbare informatie te zoeken, gevonden informatie kritisch te analyseren en feiten van meningen te onderscheiden.<sup>21</sup>

### **Basispakket: een combinatie van digitale en fysieke diensten**

De vraag die zich vervolgens voordoet is welk dienstenpakket vanuit bibliotheken kan worden aangeboden. Op grond van het voorgaande doen wij de aanbeveling het basispakket te laten bestaan uit:

*Onderdeel 1: Online lespakket dat leerkrachten kunnen gebruiken in hun klas.* Dat lespakket is digitaal beschikbaar. Dit kan zelfstandig door leerling en/of docent worden gebruikt, maar er is ook aanvullende begeleiding door een gespecialiseerde bibliotheekmedewerker mogelijk. Dat laatste - de fysieke component - heeft een grote toegevoegde waarde. Ten eerste omdat het pakket zal moeten concurreren met andere pakketten van andere aanbieders. Immers, leerkrachten en scholen worden vanuit allerlei organisaties benaderd om bij hun leerlingen onderwerpen aan de orde te brengen in lessen. Bijvoorbeeld door de ANWB waar het gaat om verkeersveiligheid. Bijvoorbeeld door Nederland Schoon waar het gaat om het voorkomen van straatafval. Ook al is mediawijsheid een onderwerp dat van heel andere aard is, het zal bij leerkrachten moeten concurreren met die andere initiatieven. Ten tweede omdat niet alle leerkrachten affiniteit hebben met mediawijsheid en ICT. In een gunstig geval is er op een school een leerkracht aangewezen die er iets meer affiniteit mee heeft dan de collega-leerkrachten en die de andere leerkrachten van wat handreikingen voorziet.

*Onderdeel 2: Website voor leerlingen, met e-learning modules.* Het gaat hier om één centrale website van de bibliotheken tezamen. Het volgen van deze e-modules moet zowel mogelijk zijn voor individuen als voor groepen, met of zonder begeleiding door de school of bibliotheek. Leerkrachten kunnen de modules op die website gebruiken als bijvoorbeeld huiswerk- of lesopdrachten voor hun leerlingen. Te denken valt bijvoorbeeld aan een gecontroleerde Wikipedia-achtige website waar leerlingen leren om redacteur te zijn. Belangrijk is dat leerlingen leren redeneren, conclusies leren trekken en beoordelen, argumenteren, persoonlijke opvattingen onderscheiden van 'de waarheid', informatie leren verzamelen, beoordelen en filteren.

### *Onderdeel 3: Voorlichtingsmateriaal*

Op het internet zijn tal van voorlichtingsfilms te zien die gaan over aspecten die raken aan mediawijsheid. Echter, voorlichting waarin de aandacht puur is gericht op informatie- en strategische vaardigheden is (nog) niet beschikbaar. Deze voorlichting zou vooral agenderend moeten werken: bewustwording creëren ten aanzien van de huidige, vaak ontoereikende capaciteiten van veel leerlingen. Via deze voorlichting kunnen leerkrachten worden gestimuleerd om het online lespakket te gaan gebruiken.

Bij de keuze voor dit basispakket zijn drie criteria van belang geweest. Ten eerste de realiseerbaarheid. Omdat bij het voorgestelde basispakket de ontwikkeling sterk gecentraliseerd kan zijn, is de realiseerbaarheid van dit pakket groot. Iedere bibliotheek kan het basispakket uitdragen en

---

<sup>21</sup> Tweede kamer, Vergaderjaar 2008- 2009, Kamerstuk 28330, nr. 34.

aan de man brengen, al dan niet in samenwerking met of ondersteund door collega-bibliotheken of Provinciale Service Organisaties (PSO's). Ten tweede de bruikbaarheid voor de doelgroep, in dit geval de leerkrachten. In dit basispakket wordt een *'offer they can't refuse'* gedaan vanuit de bibliotheken aan de scholen: het aanbieden van een digitaal lespakket dat weinig tot geen voorbereiding van de leerkracht vergt en waarbij eventueel ondersteuning door een gespecialiseerde medewerker van de bibliotheek kan worden aangeboden. Ten derde de doelmatigheid. Toekomstige dienstverlening kan immers alleen succesvol zijn als deze betaalbaar en financieerbaar is en blijft. De onderdelen van het hier gekozen basispakket hebben als belangrijk voordeel dat de kosten per leerling (of gebruiker) relatief laag zijn. Dit basispakket realiseert een maximaal bereik met een minimale investering.

---

## 8. Van visie naar uitvoering

Bij de implementatie is het van belang te onderkennen dat mediawijsheid een integraal onderdeel moet zijn van het dienstverleningspakket van een bibliotheek aan bijvoorbeeld een school, en niet een apart onderdeel. Met andere woorden: het moet onderdeel worden gemaakt van een breder pakket waarin bijvoorbeeld ook leesbevordering een plaats heeft.

Het implementeren van de visie vergt het ontwikkelen van het basispakket, het 'verkopen' en onder de aandacht brengen ervan en vervolgens het leveren van het product.

### Ontwikkelen

Als het gaat om de ontwikkeling van het basispakket dan kunnen de volgende stappen worden onderscheiden:

- Marktonderzoek doen in het onderwijs. In deze visie zijn de contouren geschetst van het basispakket: een online lespakket, een website met e-learning-modules en voorlichtingsmateriaal. De inhoud van dat basispakket is gebaseerd op de behoeften bij de doelgroep, PO- en VO-instellingen, zoals die in eerder uitgevoerde studies naar voren zijn gekomen. Alvorens definitieve producten worden ontwikkeld is het van belang om diepgaander onderzoek te doen naar de specifieke behoefte. Daar is een marktonderzoek voor nodig dat uiteindelijk uitmondt in een gedetailleerd programma van eisen voor het basispakket.
- Inventarisatie van bestaande producten die aansluiten bij de behoefte. Voor elk van die producten in het basispakket dient te worden gezien of er één of meer initiatieven te identificeren zijn die bibliotheken al ondernemen en die mogelijk kunnen worden opgeschaald naar een landelijk niveau. In het kader van deze studie zijn bestaande initiatieven wel in een quick scan geïnventariseerd op basis van bestaande inventarisaties, maar daarbij dient de kanttekening te worden geplaatst dat die bestaande inventarisaties niet volledig compleet lijken te zijn. Immers, uit gesprekken zijn ook initiatieven naar voren gekomen die niet terug te vinden zijn in bestaande inventarisaties. Vandaar dat het van belang is een grondige inventarisatie op dat moment - na het marktonderzoek - te maken.
- Doorontwikkelen van een bestaand product (dan wel ontwikkelen van een nieuw product). Onderdeel hiervan is het uitvoeren van een eventuele pilot, waarvan de bevindingen kunnen worden gebruikt om het product verder te ontwikkelen.

## Verkopen

Als het gaat om het aan de man brengen van het pakket, dan kunnen de volgende stappen worden onderscheiden:

- Ontwikkelen van een communicatie- en marketingplan waarin een benadering wordt uitgewerkt om partijen als scholen, leerkrachten, brancheorganisaties, leerlingen, pabo's, ouders, VNG, IPO, et cetera te benaderen.
- Uitvoeren van dat plan door samenwerking tussen de landelijke bibliotheekinstellingen VOB en Bibliotheek.nl (die bijvoorbeeld in convenanten afspraken kunnen maken met onderwijskoepels over het aanbieden van het basispakket aan de onderwijsinstellingen), de bibliotheken (die bijvoorbeeld het basispakket in hun contacten met de onderwijsinstellingen onder de aandacht kunnen brengen) en de Provinciale Service Organisaties (die bijvoorbeeld de bibliotheken kunnen ondersteunen bij het vermarkten van het basispakket).

## Leveren

Het ontwikkelen van de elementen van een basispakket - zoals het online lespakket, de website met e-learning-modules en de voorlichtingsfilm - vraagt een eenmalige inspanning in tijd en geld (onderhoud en updates uitgezonderd). Het aanbieden van de optionele ondersteuning door een medewerker van de bibliotheek (die bijvoorbeeld de leerkracht helpt bij de toepassing van het online lespakket) vergt een wat grotere inspanning van de individuele bibliotheken. Als het gaat om levering dan kunnen de volgende stappen worden onderscheiden:

- Scholen ondersteunen bij toepassing van het online lespakket.
- Website met e-learning modules voortdurend onder de aandacht brengen en onderhouden.
- Voorlichtingmateriaal voortdurend onder de aandacht brengen en eventueel updaten.

## Strategie van de kleine successen

Er zullen onder de bibliotheken in Nederland altijd verschillende visies op het onderwerp mediawijsheid bestaan en blijven bestaan. Ook als het gaat om welke diensten daarbij passen of als het gaat om de mate waarin de bibliotheken samen willen optrekken als ware zij een franchiseonderneming. Met deze diversiteit is in deze visie nadrukkelijk rekening gehouden.

Naast de standaardisatie in een basispakket is er ook ruimte voor andere interessante initiatieven die bibliotheken ondernemen op het gebied van mediawijsheid en waarvan het van groot belang is dat ze worden voortgezet en doorontwikkeld.