



# Nieuws in de Klas

## 2024-2025

### *Subsidiedossier*

# Inhoud

<b>Inhoud</b>	<b>2</b>
<b>1. Aanleiding</b>	<b>3</b>
1.1. Historiek en beleidscontext	3
1.2. De opdracht	5
1.3. De partners	5
<b>2. Wat leren we uit onderzoek en bevragingen?</b>	<b>8</b>
2.1. Onderzoek	8
2.1.1. Evaluatie 2015	8
2.1.2. Evaluatie 2021	9
2.1.2. Impactmeting lespakketten Nieuwsmakers, Feitencheckers en Opiniemakers	10
2.2. Jaarlijkse evaluatie bij leerkrachten	11
2.3. Bevraging leerkrachten via Teacher Tapp	12
2.4. Tot slot: evaluatie door de partners	13
<b>3. Wat we willen bereiken met Nieuws in de Klas</b>	<b>14</b>
<b>4. Doelstellingen Nieuws in de Klas</b>	<b>16</b>
4.1. OD1. Nieuws in de Klas leert kinderen en jongeren in Vlaamse scholen scholen een breed palet van journalistieke nieuws- en informatiemedia kennen.	16
4.2. OD2. Nieuws in de Klas ondersteunt leerkrachten educatief om kinderen en jongeren nieuws- en informatiewijs te maken.	20
4.3. OD3. Nieuws in de Klas verhoogt het bereik van het project met een actieve en activerende communicatie.	24
4.4. OD4. Nieuws in de Klas evalueert voortdurend de kwaliteit, het bereik en de impact van het project.	27
<b>5. Timing</b>	<b>29</b>
<b>6. Budget</b>	<b>31</b>
<b>Bijlage</b>	<b>34</b>
Bijlage 1: Leerlijn Nieuws- en informatiegeletterdheid	34
Bijlage 2: Verdeling van papieren en digitale kranten	38

# 1. Aanleiding

## 1.1. Historiek en beleidscontext

Nieuws in de Klas is een project met een **lange staat van dienst**. Wat in **2002** binnen de schoot van de **Vlaamse Nieuwsmedia** begon als **'Kranten in de Klas'** - een project om gratis kranten ter beschikking te stellen van leerkrachten en leerlingen - is doorheen de jaren uitgegroeid tot een samenwerkingsverband van verschillende organisaties waarbij leerkrachten en leerlingen toegang hebben tot kranten, nieuwsmagazines en online nieuwsmedia én een uitgebreid educatief aanbod om een heel jaar door te werken aan nieuws- en informatievaardigheden in de klas.

Sinds september **2016** is **Mediawijs** betrokken bij het project om samen met de Vlaamse Nieuwsmedia te werken aan de **verruiming** en **verdieping** van 'Kranten in de klas' naar **'Nieuws in de Klas'**. Mediawijs zette hierbij specifiek in op

- de **coördinatie** van de verruiming met nieuwe nieuws- en mediapartners en nieuwe educatieve partners;
- de verdere uitwerking van nieuw en aanvullend **educatief** materiaal bij Nieuws in de Klas voor leerkrachten;
- de **promotie** van het initiatief Nieuws in de Klas via haar communicatiekanalen.

In **2017** ging het vernieuwde Nieuws in de Klas van start, met een nieuwe huisstijl en nieuw **educatief materiaal**. Nieuwe mediapartners (Media.21 en WE MEDIA) werden betrokken, zodat het gratis nieuwsaanbod werd verrijkt. Hoewel Nieuws in de Klas een samenwerkingsverband werd, met Mediawijs als verantwoordelijke voor de coördinatie, diende elk van de partners een afzonderlijk subsidiedossier in.

In **2020** was er een nieuwe impuls. De Vlaamse Minister van Media, Benjamin Dalle, kondigde in zijn **beleidsnota Media 2020-2024** aan dat hij binnen het project Nieuws in de Klas **meer aandacht** wilde **voor online en buitenlands nieuws en voor de leefwereld van kinderen en jongeren zelf**.

“Om kritisch mediagebruik bij leerlingen in Vlaamse en Brusselse scholen aan te wakkeren en te bevorderen zal ik het **media-educatief project 'Nieuws in de Klas'** **actualiseren en focussen op het online gebruik van nieuws op diverse binnen- en buitenlandse platformen**.

Mijn beleid inzake mediawijsheid kadert ook in de **strijd tegen desinformatie** en de negatieve impact van deze problematiek op onze samenleving.

In deze tijden van fake news is kwaliteitsvolle informatie voor jongeren een must. Uit onderzoek blijkt dat kinderen en jongeren hun informatie vaak bij peers halen of op het internet vinden. Online informatie vraagt echter nog een vertaling op maat van kinderen en jongeren, want jongeren vinden niet altijd hun weg in de grote stroom van online informatie, en het is niet altijd duidelijk of deze informatie betrouwbaar is. De informatie is vaak niet op maat van kinderen of jongeren, of geeft geen antwoord op hun specifieke

vragen.” (Beleidsnota ingediend door minister Benjamin Dalle, Vlaams minister van Brussel, Jeugd en Media, Media, 2019-2024. Brussel, Vlaams Parlement, 8 november 2019, pp.21-22.)

Binnen het **relanceplan Vlaamse Veerkracht** van de Vlaamse Regering kreeg **Mediawijs** daarom de opdracht en een afzonderlijke subsidie om **Nieuws in de Klas uit te breiden met materiaal** dat aansluit bij de leefwereld van kinderen en jongeren onder de projectnaam Nieuws in de Klas 2.0. Dit resulteerde in **een leerlijn met online modules per graad** waarin leerlingen worden wegwijs gemaakt in nieuws, feiten en opinies. Met **challenges** worden jongeren uitgedaagd om echte **nieuwsmakers, feitencheckers en opiniemakers** te worden. Voor leerkrachten zijn er nieuwe **handleidingen** met een pak **lesideeën**.

Nieuws in de Klas wordt volledig **gesubsidieerd** wordt **door de Minister van Media**, toch sluit het ook aan op **doelstellingen van andere beleidsdomeinen**:

- **Jeugd**

Binnen de bevoegdheid Jeugd koos de Vlaamse Regering op 13 maart 2020 definitief voor **5 grote prioritaire doelstellingen** voor het **Jeugd- en kinderrechtenbeleidsplan 2020-2024**, waaronder **Mediawijsheid**.

“Na formeel advies van de Vlaamse Jeugdraad en van het Kinderrechtencommissariaat, selecteert de Vlaamse Regering definitief vijf grote prioritaire doelstellingen waarop het **Jeugd- en kinderrechtenbeleidsplan 2020-2024** wil inzetten:

- Welbevinden en positieve identiteitsontwikkeling,
- Gezonde en leefbare buurten,
- Engagement in de samenleving door vrijwillige inzet,
- Vrijtijdsbesteding voor allen en
- **Mediawijsheid**.

- **Onderwijs**

De Vlaamse **Minister van Onderwijs** vermeldde in zijn beleidsnota:

“Ik onderzoek, samen met mijn collega bevoegd voor Jeugd, de mogelijkheid om **vorming rond jeugdinformatie** op te zetten voor onder meer onderwijsprofessionals. We bekijken ook of we **ondersteuning voor scholen en jeugdverenigingen kunnen organiseren om met jongeren rond jeugdinformatie en mediawijsheid te werken.**” (Beleidsnota ingediend door minister Ben Weyts, viceminister-president van de Vlaamse Regering en Vlaams minister van Onderwijs, Sport, Dierenwelzijn en Vlaamse Rand, Onderwijs, 2019-2024. Brussel, Vlaams Parlement, 8 november 2019, p.36.)

- **Welzijn**

De Vlaamse **Minister van Welzijn** vermeldde in zijn beleidsnota:

“Daartoe dienen ouders sterk gesensibiliseerd te worden. Dat doen we met intensieve informatie- en sensibiliseringscampagnes om de burgers te informeren over de meerwaarde van vaccinaties en **we bestrijden fake news over de gezondheidsrisico's ervan.**” (Beleidsnota ingediend door Wouter Beke, Vlaams minister van Welzijn, Volksgezondheid, Gezin en Armoedebestrijding, Beleidsdomein Welzijn, Volksgezondheid, Gezin en Armoedebestrijding, 2019-2024. Brussel, Vlaams Parlement, 8 november 2019, p.48.)

## 1.2. De opdracht

Minister van Media, Benjamin Dalle en zijn kabinet gaven aan de partners van Nieuws in de Klas de opdracht om Nieuws in de Klas grondig tegen het licht te houden naar aanleiding van het toekennen van de projectsubsidies voor Nieuws in de Klas 2024-2025. Volgende kernelementen zijn daarin belangrijk:

- Hoe kunnen de **verschillende onderdelen** binnen Nieuws in de Klas beter op elkaar **afgestemd** worden in één subsidiedossier?
- Hoe kan er minder op papieren kranten, maar **meer op digitaal nieuws** worden ingezet?
- Hoe kan het **nieuwsaanbod** beter **afgestemd** worden op elkaar?
- Hoe kan het project **beter inspelen op de leefwereld van jongeren en de manier waarop ze nieuws consumeren** (smartphone - sociale media)?

Op basis van die opdracht werkten we in dit **dossier** de acties, timing en middelen verder uit.

## 1.3. De partners

Tot en met schooljaar 2023-2024 dienden **Vlaamse Nieuwsmedia** (in samenwerking met WE MEDIA) en Media.21 elk een apart subsidiedossier in voor een deel van de uitvoering van de werking van Nieuws in de Klas. Voor **Mediawijs** (IMEC vzw) hoort het onderdeel coördinatie onder de middelen die vallen onder de subsidieovereenkomst die afgesloten werd voor het Vlaams Kenniscentrum Mediawijsheid en werd in het kader van de relance een extra impuls geïnvesteerd in de ontwikkeling van een nieuwe educatieve werking.

Omdat het samenwerkingsverband Media.21 de samenwerking stopzet tegen 30/06/2024 (bericht van Media.21 op 19 januari 2024), werd een **educatieve partner** gezocht die mee de aandacht voor het **bredere nieuwslandschap en meer specifiek de online nieuwsmedia**.

De partners voor het project 'Nieuws in de Klas' zijn vanaf schooljaar 2024-2025:

- **Mediawijs** is het Vlaams Kenniscentrum voor Digitale en Mediageletterdheid bij **IMEC vzw** (ondernemingsnummer 0425.260.668) op initiatief van en gefinancierd door de Vlaams Minister van Media. IMEC vzw is een officiële Vlaamse non-profit strategische onderzoeks- en innovatieorganisatie en een toonaangevend R&D- en innovatiecentrum op het gebied van nano-elektronica en digitale technologieën. Als vertrouwde partner voor bedrijven, startups en de academische wereld brengen zij briljante geesten van over de hele wereld samen in een creatieve en stimulerende omgeving. Imec heeft wereldwijd zo'n 5500 onderzoekers in dienst.  
Mediawijs is een team binnen imec. Het helpt de burgers van de Vlaamse gemeenschap in Vlaanderen en Brussel om digitale technologie en media actief, creatief, bewust en kritisch in te zetten om te participeren in de samenleving. Hiervoor doet Mediawijs:
  - zet overleg, netwerken en samenwerking op met en tussen het Vlaamse digitale- en mediawijsheidsveld,
  - inspireert het Vlaamse digitale- en mediawijsheidsveld met vorming, kennisdeling en praktijkontwikkeling,

- stimuleert burgers om digitaal competent en mediawijs te handelen met informatie en campagnes,
- houdt alles wat met digitale technologie, media en digitale en mediawijsheid te maken heeft in het oog,
- speelt een actieve rol in het ontwikkelen van beleid over digitale en mediawijsheid in Vlaanderen, Brussel en Europa.

Het Mediawijs-team bestaat uit 15 tot 20 betaalde medewerkers, elk expert in digitale en mediawijsheid als geheel en elk met specifieke expertise op thema's als onderwijs, jeugdwerk, onderzoek, een leven lang leren, projectmanagement, digitale inclusie, nieuws- en informatievaardigheden, nepnieuws en propaganda, haatspraak, cyberpesten, secundaire sexting, privacy, digitale vaardigheden, media-opvoeding ...

**Vlaamse Nieuwsmedia** (ondernemingsnummer 0465.907.925) is de associatie van de Vlaamse nieuwsuitgevers. Vlaamse Nieuwsmedia wil de toekomst van de Vlaamse nieuwsbedrijven faciliteren door aan haar leden diensten te verstrekken die de bevordering van hun economische, commerciële en financiële belangen beogen. Vlaamse Nieuwsmedia promoot de Vlaamse nieuwsindustrie als innovatieve en duurzame groeisector met een bijzondere culturele en economische waarde. De associatie richt zich in eerste instantie op de lezersmarkt. Vlaamse Nieuwsmedia vertegenwoordigt de leden-uitgevers DPG Media, Mediafin en Mediahuis. Vlaamse Nieuwsmedia staat bovendien open voor andere leden.

Om de nieuwspakketten aan te vullen met nieuwsmagazines werkt Vlaamse Nieuwsmedia in dit project samen met WE MEDIA (ondernemingsnummer 0409.569.137). WE MEDIA vertegenwoordigt de Belgische uitgevers van magazines, gratis pers en kranten. Ze heeft als missie de maatschappelijke rol van mediabrands te versterken. De mediabrands zijn alle mediamerken die op een professionele én onafhankelijke manier informatieve content creëren. (voor de kosten die WE MEDIA hiervoor maakt, wordt een gedeelte van de subsidie aan hen doorgestort).

- **StampMedia vzw** (ondernemingsnummer 0861.276.064) is erkend als Vlaamse Organisatie Informatie en Participatie voor en over de Jeugd binnen het Vlaamse jeugdbeleid en versterkt de stem van jongeren. We doen dit door jongeren mediawijs te maken en door media jongerenwijs te maken. Als verbindende organisatie hebben we bijzondere aandacht voor de jongeren die het minst gehoord worden.
  - StampMedia versterkt de stem van jongeren: we kijken permanent hoe we het verhaal van jongeren op een goede en passende manier kunnen ondersteunen. We werken samen met andere mediaspelers om via hun kanalen de stem van jongeren nog meer in de aandacht te brengen.
  - StampMedia is een experimenteerplek: jongeren kunnen naar hartenlust experimenteren met media. Ze worden hierbij ondersteund door professionele jongerenbegeleiders, nemen deel aan vorming en krijgen de ruimte om te zoeken.
  - StampMedia is een redactie: jongeren werken aan journalistieke stukken. Ze maken publicaties over de onderwerpen die zij interessant vinden. Om dit te vergemakkelijken, krijgen ze vorming en gedegen feedback op al wat ze maken.
  - StampMedia is een persagentschap: de stukken die de jongeren maken, worden uitgestuurd naar "volwassen" nieuwskanalen. Daarnaast helpt StampMedia

andere mediaspelers om representatiever nieuws te maken door informatie uit de leefwereld van jongeren op maat aan te bieden aan redacties en journalisten.

- StampMedia is een informatiepunt: we informeren jongeren over nieuws en de achtergrond bij dat nieuws. We informeren de media over jongeren. We helpen andere organisaties om met hun informatie tot bij jongeren te geraken.
- StampMedia is een diverse organisatie: de organisatie wil een afspiegeling zijn van de maatschappij. We zoeken bewust een evenwicht op in stemmen en profielen. Dit doen we op alle niveaus van de organisatie en vinden we ook terug binnen de eigen structuur.
- StampMedia is een bruggenbouwer: we werken graag en veel samen, en brengen de diverse netwerken rond de organisatie met elkaar in verbinding. We zijn een actieve partner en versterken andere organisaties met wat wij samen doen.

## 2. Wat leren we uit onderzoek en bevestigingen?

### 2.1. Onderzoek

Doorheen de jaren werd Nieuws in de Klas in zijn geheel - en soms gedeeltelijk - geëvalueerd door externe onderzoekers. Elk evaluatieonderzoek vormde steeds een aanleiding tot een aanpassing en verbetering van het project.

#### 2.1.1. Evaluatie 2015

In 2015 evalueerden onderzoekers van de Universiteit Antwerpen in opdracht van het Departement Cultuur, Jeugd, Media, het 'Kranten in de Klas'-project, onder meer om de kansen van een meer digitale versie na te gaan.

Deze evaluatie vormde de aanleiding om 'Kranten in de Klas' uit te breiden naar 'Nieuws in de Klas': met nieuwe partners naast Vlaamse Nieuwsmedia, met een ruimer nieuwsaanbod en met meer aandacht voor educatieve ondersteuning van leerkrachten.

De krachtlijnen daarin waren de volgende.

1. Kranten in de Klas in de toenmalige vorm oogstte veel waardering onder de gebruikers.
2. Er was ruimte voor verbreding van het project op vlak van didactisch materiaal en aangeboden bronnen.
3. Leerkrachten stonden argwanend tegenover een (uitsluitend) digitaal Kranten in de Klas.
4. Infrastructurele belemmeringen (n.v.d.r. gebrek aan internetverbinding en toestellen) vormden daarvoor het voornaamste struikelblok.
5. Hoewel aspirant-leerkrachten grote interesse hebben in KiK is het (of een gelijkaardig) project afwezig in hun opleiding.
6. Werken aan mediawijsheid in de klas betekent voor leerkrachten voornamelijk werken rond tekstbegrip, media gebruiken en media begrijpen.
7. Mediaal bijdragen (n.v.d.r. zelf media maken) is de grote afwezige.
8. De mate waarin leerkrachten zelf media gebruiken en aan mediacreatie werken in de klas hebben invloed op het gebruik van KiK.
9. Leerlingen media laten creëren begint bij het mediawijsheidsgehalte van de leerkracht.
10. Inzetten op leerkrachtencompetenties en -attitudes is sterk aanbevolen.
11. Een gecombineerd aanbod – papier en digitaal – lijkt de meest logische piste voor toekomst.

(Mathea SIMONS, Kaat DAEMEN, Fien HIEL, Jan T'SAS en Jesse VAN PEE. [Mediawijsheid en tekstbegrip aanbrengen: kan \(K\)iK dat ook digitaal? Evaluatieonderzoek van het project Kranten in de Klas \(KiK\)](#). Antwerpen, mei - juni 2015, Universitas, p.6.)



## 2.1.2. Evaluatie 2021

In 2021 analyseerden onderzoekers van de Katholieke Universiteit Leuven het initiatief Nieuws in de Klas. Dit rapport maakt onderdeel uit van de doorlichting van het mediawijsheidsbeleid in opdracht van het Departement Cultuur, Jeugd en Media. In dit rapport is een balans opgemaakt aan de hand van een SWOT-analyse van de sterktes, zwaktes, opportuniteiten en bedreigingen van dit initiatief. Daarnaast werden ook enkele aandachtspunten voor de actualisering van Nieuws in de Klas geformuleerd.

De belangrijkste waren de volgende:

- **Onderzoek naar de impact** van Nieuws in de Klas op leerlingen is **noodzakelijk**. Om een passend en effectief programma op te stellen, is kennis over de impact van Nieuws in de Klas op de nieuwswijsheid van de leerlingen noodzakelijk.
- Het aanbod van Nieuws in de Klas is **onvoldoende aangepast aan verschillende doelgroepen**. Het bestaat uit een ongedifferentieerd aanbod voor zowel basisonderwijs als voor de verschillende onderwijsvormen van het secundair onderwijs. Het **aanbod afstemmen op graad en niveau** is ook een vraag van de leerkrachten. Er zou bijvoorbeeld kunnen gewerkt worden met een meer kindvriendelijk nieuwsaanbod zoals Wablief, Kidsweek of Klap. De leerkrachten geven aan dat het huidige aanbod te moeilijk is voor deze groep leerlingen, dus een apart initiatief met nieuws op maat is wenselijk.
- Het digitale aanbod wordt nog veel minder gebruikt dan het papieren aanbod. Eén van de redenen is dat **leerkrachten de digitale omgeving als een uitdaging** zien. Een oplossing zou kunnen zijn om een programma te ontwikkelen gericht op leerkrachten, waarbij hen wordt aangeleerd hoe ze op een constructieve en efficiënte manier kunnen omgaan met de digitale omgeving van Nieuws in de Klas en er zo mee vertrouwd raken.
- Het aanbod van Nieuws in de Klas is te **gefragmenteerd** (Nieuws in de Klas, 2020a, p. 12). Dit leidt tot een zeer ongelijke verdeling van het gebruik door leerkrachten, terwijl **de afzonderlijke onderdelen inhoudelijk (zeer) positief beoordeeld** worden. Nieuws in de Klas heeft behoefte aan een meer overkoepelende visie.
- Een **apart programma** binnen Nieuws in de Klas of een apart initiatief dat zich focust op **kinderen op de lagere school en hun ouders** is wenselijk, zodat kinderen mediawijsheid aangeleerd krijgen en er thuis meer over media gepraat wordt.
- Een platform waarop leerkrachten of leerlingen hun opdrachten/activiteiten rond Nieuws in de Klas kunnen **delen** kan stimulerend werken. Zo kunnen leerkrachten materiaal van elkaar gebruiken en wordt er een interactieve component aan het initiatief toegevoegd waardoor leerkrachten van elkaar kunnen leren en elkaar kunnen inspireren.

(Vandenbergh, H., Donoso, V., & d'Haenens, L. (2021). [Advies over Nieuws in de Klas. Een casestudie binnen de doorlichting van het Vlaams mediawijsheidsbeleid](#). KU Leuven: Instituut voor Mediastudies [Deelrapport advies Nieuws in de Klas\\_FINAL\\_April2021.pdf \(vlaanderen.be\)](#) )

## 2.1.2. Impactmeting lespakketten Nieuwsmakers, Feitencheckers en Opiniemakers

**Arteveldehogeschool** deed in het schooljaar 2022-2023 een **impactmeting** voor de net uitgewerkte lespakketten **Nieuwsmakers, Feitencheckers en Opiniemakers** voor de drie verschillende graden in het secundair onderwijs. Zij gingen na in welke mate het lesmateriaal voldoende geschikt is, welke aanpassingen er nodig zijn en welke impact het lesmateriaal heeft op de kennis, vaardigheden en attitudes van de leerlingen. De impact van het lespakket op leerlingen werd gemeten aan de hand van een premeting en een postmeting. De leerkrachten die meededen aan het onderzoek met hun klas(sen) werden gevraagd naar hun ervaringen in diepte-interviews. De belangrijkste inzichten:

- **Nieuwsmakers** is een **succesvolle eerste kennismaking** voor jongeren die weinig afweten van nieuws en journalistiek. Het lespakket geeft hen een meer complete perceptie van wat nieuws is. Leerlingen die een negatieve relatie hebben met nieuws, zijn wat positiever na het doorlopen van het lespakket.
- Nieuwsmakers zet een **eerste stap in het vormen van nieuwsmedia-kritische jongeren**, maar brengt nog geen grote ommekeer teweeg in denkprocessen.
- Nieuwsmakers wordt **goed onthaald door leerlingen en heel goed door leerkrachten**, al kan de tijdsinschatting van de methodieken beter. Ook waren de video's te lang;
- **Feitencheckers verhoogt de kennis van leerlingen over desinformatie, algoritmes, fact-checking en framing**, wat ook leidt tot **meer zelfvertrouwen** bij leerlingen. Er gaat voor heel wat leerlingen een wereld open.
- Feitencheckers maakt van leerlingen **enthousiaste speurders**, al is dat soms ten koste van het analytisch en kritisch denken. Ze baseren zich soms te veel op hun buikgevoel en vergeten soms dat de bron controleren een belangrijke check is.
- Feitencheckers zaait **geen paniek** bij leerlingen, en hun vertrouwen in nieuws stijgt lichtjes;
- Feitencheckers is een **succes bij leerlingen en leerkrachten** die het duidelijk, leerrijk en nuttig vinden. De thema's sluiten heel goed aan bij de leefwereld van de leerlingen.
- De **modules 'Kritisch Denken'** slagen er **nog niet in om leerlingen bewuster en kritischer te maken**. Het blijft qua inzichten oppervlakkig en het heeft weinig impact op het kritisch denken van leerlingen. Leerlingen hebben vooral **veel moeite met tekstanalyse**.
- **Leerlingen leren veel bij over polarisatie en haatspraak** en zijn ook minder geneigd om hieraan deel te nemen of het te laten escaleren. Ze zijn waakzamer en bewuster.
- Het lespakket is een **succes bij leerlingen** die de oefeningen en online modules zeer leerrijk vinden, maar leerkrachten vinden niet elke module even relevant. Leerkrachten zijn enthousiast over de modules polarisatie, haatspraak en burgerzin.

Op basis van deze resultaten van de impactmeting werd er voor de start van schooljaar 2023-2024 een **reeks aanpassingen doorgevoerd**.

## 2.2. Jaarlijkse evaluatie bij leerkrachten

Elk jaar wordt er aan de leerkrachten die aan de slag gaan met Nieuws in de Klas een enquête gestuurd. We bereiken met deze evaluatie voornamelijk leerkrachten die aan de slag gaan met papieren kranten en magazines, aangezien we van deze groep alle contactgegevens hebben en hen dus ook gericht kunnen aanschrijven. Leerkrachten die enkel met lesmateriaal of online dossiers aan de slag gaan, moeten geen gegevens opgeven om materiaal te downloaden. Deze evaluatie geeft dus allicht een vertekend beeld.

Wat we uit de evaluaties doorheen de jaren leren:

- Nieuws in de Klas wordt **gewaardeerd** door heel wat leerkrachten, zowel in het lager als in het secundair onderwijs. Ze vinden dit een goed initiatief om leerlingen kennis te laten maken met de verschillende nieuwsmedia.
- Nieuws in de Klas wordt vooral gebruikt in de **derde graad lager onderwijs en over alle jaren in het secundair onderwijs**.
- Nieuws in de Klas kent ook een heel **trouw publiek**. De meeste leerkrachten werken al 3 tot 5 jaar of meer dan 5 jaar met het project. Maar het initiatief trekt ondertussen ook jaarlijks een nieuw publiek aan.
- Leerkrachten gaan niet enkel aan de slag met het thema nieuws tijdens de periode waarin ze papieren kranten ontvangen. Ze doen dit ook doorheen het schooljaar. Dit toont aan dat er een **nood is aan materiaal om heel het schooljaar door te werken** met nieuws en actualiteit en niet enkel wanneer ze met papieren kranten en magazines aan de slag gaan.
- Voor de meerderheid betekent Nieuws in de Klas wel nog steeds **papieren kranten en magazines**. Die worden het beste gemaakt omdat
  - dit ook het beste gekend is bij het trouwe publiek;
  - oudere leerkrachten papieren kranten meer als 'echt nieuws' beschouwen;
  - sommige leerkrachten huiverachtig staan ten opzichte van digitaal werken in de klas;
  - er niet altijd het juiste materiaal is;
  - ze meer extra materiaal nodig hebben en meer moeite moeten doen om op de verschillende websites in te loggen;
  - sommige leerkrachten vinden dat jongeren 'al te veel online zitten';
  - zeker in het lager onderwijs papieren kranten toelaten om letterlijk creatief aan de slag te gaan.
- De **digitale log-ins** winnen **sinds de coronacrisis wel aan populariteit**, al is het wel nog een uitdaging om deze te verspreiden.
- Ander mediamateriaal zoals de **themasdossiers worden minder gebruikt**, omdat leerkrachten dit nog niet voldoende kennen of dit voor sommige doelgroepen te moeilijk is.
- Het **belang van fysiek materiaal**, meer bepaald kranten en magazines, wordt daarmee aangetoond. Maar leerkrachten geven daarbij ook wel aan dat ze
  - graag een pakket op maat hebben omdat sommige kranten te moeilijk zijn.
  - en dat ze de pakketten over verschillende dagen of weken willen spreiden omdat

1 week te kort is om met de pakketten aan de slag te gaan.

- Het **lesmateriaal** van Nieuws in de Klas vinden leerkrachten interessant. Uit de evaluatie blijkt dat de **helft van de leerkrachten** die de enquête ingevuld hebben hier ook **mee aan de slag** gaan. De andere helft geeft aan dat ze zelf lesmateriaal hebben gemaakt.
- We merken wel dat de tools zoals Iedereen Journalist, de affiche rond betrouwbare info en de EDUboxen van VRT heel populair zijn bij leerkrachten. Die werden heel veel aangevraagd en de vraag is nog steeds groot. Het is dan ook belangrijk om te blijven inzetten op interessant lesmateriaal voor leerkrachten.
- Buitenlandse nieuwsbronnen worden quasi niet gebruikt in de klas.

## 2.3. Bevraging leerkrachten via Teacher Tapp

Teacher Tapp Vlaanderen wil dagelijks het onderwijspersoneel bevragen. Via de Teacher Tapp app krijgt iedereen die in het onderwijs werkt elke dag de kans drie meerkeuzevragen te beantwoorden die aansluiten bij de dagelijkse praktijk of de actualiteit. Elke dag verzamelt Arteveldehogeschool (die de app en de analyse van de resultaten coördineert) antwoorden van zo'n 1000 leerkrachten.

Ook externe organisaties krijgen de kans om af en toe vragen te stellen. Mediawijs maakte van deze mogelijkheid gebruik en stelde enkele vragen via de app.

Hoewel de resultaten richtinggevend zijn, moet men wel rekening houden met het feit dat deze vragen enkel beantwoord werden door leerkrachten die aan de slag gaan met de digitale Teacher Tapp app. Het gaat dus niet om een volledig representatieve steekproef van het lerarenkorps.

Hieronder kan je de belangrijkste resultaten terugvinden:

- Wanneer werk je rond actua in de klas?
  - 65% als het past bij het lesonderwerp
  - 52% bij een belangrijke gebeurtenis
  - 46% als een leerling erom vraagt
- Wat heb je nodig om rond actua te werken?
  - 41% achtergrondinformatie
  - 44% concreet materiaal
  - 8% expert van buiten de klas
  - 59% werkvormen, voorbeeldlessen en methodieken
  - 31% actua gericht op bepaalde doelgroepen
  - 33% digitale middelen
- Hoe integreer je actua in de klas?
  - 18% bespreekt papieren krantenartikels
  - 35% bespreekt online krantenartikels
  - 59% bespreekt dit zonder gebruik van krant
  - 28% kijkt naar karrewiet
  - 28% bekijkt reportages
- Wil je graag papieren kranten in de les?
  - 12% heeft dit op school
  - 16% neemt zelf kranten mee
  - 32% wil het niet

- 22% heeft het niet, maar wil het
- Algemene vragen
  - 80% van de leerlingen gelooft zomaar alle informatie uit bronnen
  - 59% van de leerkrachten lager onderwijs en 70% van leerkrachten secundair onderwijs voelt zich bekwaam om rond kritische vaardigheden te werken

## 2.4. Tot slot: evaluatie door de partners

Naast wat blijkt uit recente evaluaties (de jaarlijkse evaluatie bij leerkrachten en de impactanalyse van de lespakketten), vangen de partners ook veel signalen op per mail, op de Nieuws in de Klas-dag, tijdens vormingen voor Mediacoaches, ... Daaruit blijkt dat Nieuws in de Klas **elk jaar positief onthaald wordt bij de leerkrachten**. Ze vinden het een waardevol aanbod, waarin jaarlijks heel wat leerlingen aan nieuwswijsheid werken.

Vanuit de **huidige werking ligt daarom de nadruk** vooral op

- die zaken waar de **leerkrachten positief** over zijn;
- **wat** de huidige **partners** kunnen **aanbieden**;
- hoe we kinderen en jongeren laten **kennismaken met de verschillende nieuwsmedia** van de partners via
  - papieren of digitaal nieuwspakket voor de verschillende graden.
  - het Archief voor Onderwijs van meemoo: inspirerende videocollecties over actuele thema's, media en samenleving, mediawijsheid en concrete tips hoe leerkrachten en leerlingen op een mediawijze manier aan de slag kunnen met dit beeldmateriaal met o.a. nieuws en duiding van verschillende omroepmedia,
  - de themadossiers (tot eind juni 2024) door Media.21: elke week een dossier waarin de inhoudelijke insteken van de verschillende media van Media.21 voor een specifiek onderwerp gebundeld worden, vooral geschikt voor hogere graden);
  - Journalist in de Klas: een reeks video's of podcasts van interviews met journalisten.

De **stapsgewijze uitbreiding** met media, partners, educatieve tools ... was de voorbije jaren zeker **waardevol**. Dat stapelde echter vooral ook heel wat puzzelstukken op elkaar. De afgelopen jaren hebben we dankzij de relancemiddelen gewerkt aan een meer **duidelijke pedagogische visie** die ervoor kan zorgen dat de puzzel klopt. Zo werkten we verschillende projecten uit voor secundair onderwijs en werden de papieren en digitale pakketten ook meer afgestemd op de leefwereld van de kinderen en jongeren. Maar extra inspanningen zijn nodig om het aanbod, zowel qua nieuwsmedia, als qua educatief aanbod (inclusief Journalist in de Klas, de Nieuwsquiz en Krantenmaker) **op maat** van de specifieke noden van leerlingen van verschillende **leeftijden** en in verschillende **onderwijstrajecten** af te stemmen. We moeten ons blijven de vraag stellen of alles wat er momenteel aangeboden wordt binnen Nieuws in de Klas even waardevol is voor kinderen en jongeren.

### 3. Wat we willen bereiken met Nieuws in de Klas

Nieuws en informatie zijn essentieel om deel te nemen aan de samenleving. Nieuws in de Klas wil daarom jongeren betrouwbare bronnen aanreiken. Naast betrouwbare informatie circuleert er echter ook veel misleidende en foute informatie, vooral in de online wereld. Daarom is het belangrijk dat kinderen en jongeren betrouwbare bronnen kunnen herkennen en bij twijfel zelf kunnen checken of iets waar is. En dit op een manier die hen niet wantrouwig maakt voor alle soorten informatie. Daarom maakt **Nieuws in de Klas van kinderen en jongeren in Vlaanderen en Brussel nieuws- en informatiewijze burgers met een aanbod op maat van het Vlaamse onderwijs.**

**Vanuit het maatschappelijk belang van nieuws en informatie, het (gebrek aan) gebruik ervan door kinderen en jongeren en de Vlaamse beleidscontext komen we voor Nieuws in de Klas tot de volgende Strategische Doelstelling:**

**Nieuws in de Klas zorgt dat kinderen en jongeren in Vlaanderen en Brussel actief, kritisch, bewust en creatief met nieuws en informatie omgaan om te kunnen deelnemen aan onze samenleving en misleiding/misbruik, die leidt tot wantrouwen en deconnectie, tegen te gaan.**

#### Nieuws in de Klas stimuleert nieuws- en informatiewijsheid.

Nieuws- en informatiewijsheid is een competentie die deel uitmaakt van mediawijsheid en is het geheel aan **kennis, vaardigheden en attitudes** om **actief en creatief nieuws en informatie te gebruiken** en **bewust en kritisch te begrijpen** om te **participeren** aan onze complexe, veranderende en gemedialiseerde maatschappij en omvat:

- Nieuws en informatie gebruiken:
  - Bedienen: een nieuws- of informatie-item kunnen lezen en begrijpen,
  - Navigeren: het nodige nieuws en de gewenste informatie kunnen vinden,
  - Organiseren: nieuws, informatie en de bijhorende media kunnen structureren en opslaan,
  - Produceren: zelf nieuws en informatie kunnen maken,
- De rol van nieuws en informatie begrijpen:
  - Observeren: nagaan hoe nieuws en informatie gebruikt en ingezet wordt,
  - Analyseren: destilleren wat de gevolgen daarvan zijn,
  - Evalueren: de positieve of negatieve waarde van die gevolgen bepalen,
  - Reflecteren: nadenken over wat je moet aanpassen aan je eigen gedrag, het beleid ...

#### Nieuws in de Klas is een leesbevorderingsproject.

Nieuws in de Klas wil leerlingen ertoe aanzetten om vaker nieuwsbronnen te lezen, op papier of digitaal. Nieuws lezen draagt bij tot het vormen van kritische en goed geïnformeerde burgers en zet leerlingen aan om te participeren aan het 'echte' leven buiten de school. Door in te zetten op een diversiteit aan bronnen wil het project daarbij het leesplezier en de taalvaardigheid van de leerlingen doen toenemen.

### Nieuws in de Klas stimuleert de voeling met de maatschappij.

Door te werken met actueel nieuws wordt de kennis over wat er gebeurt in de wereld versterkt. Enerzijds worden jongeren gestimuleerd om na te denken over nieuws en informatie die ze al kennen, anderzijds wordt hun wereldbeeld verbreed door ook andere nieuwsbronnen aan te reiken.

### Nieuws in de Klas is op maat van de jongere.

Op maat van kinderen en jongeren in het Vlaamse onderwijs betekent dat we vertrekken van:

- de concrete beleving en noden qua nieuws en informatie van kinderen en jongeren,
- een leeftijdsgerichte leerlijn (zie bijlage 1) voor het Vlaamse onderwijs met als kern:
  - leerlingen kunnen verschillende dragers en vormen van informatie (her)kennen en benoemen, met aandacht voor het hele spectrum van Vlaamse kranten, magazines en onafhankelijke nieuwssites en leren zo nieuwsbronnen met elkaar vergelijken - op papier, maar ook online,
  - leerlingen kennen het doel van verschillende vormen van informatie,
  - leerlingen kennen en kunnen verschillende zoekstrategieën toepassen op verschillende soorten informatie(bronnen),
  - leerlingen leren kritisch omgaan met media en informatie. Ze kennen en kunnen verschillende strategieën toepassen om informatie te beoordelen op betrouwbaarheid,
  - leerlingen kunnen informatie verwerken opdat een gemakkelijke en gestructureerde opslag en opvraging mogelijk is,
  - leerlingen leren zelf media maken via bijvoorbeeld Krantenmaker. Zo krijgen ze inzicht in het productieproces van informatie, de verspreiding en hun eigen rol hierin.

### Daarom willen we binnen Nieuws in de Klas

- een **aanbod** van alle **nieuwsmedia** op maat van de specifieke leeftijdsgroepen;
- **handvatten** aanreiken **voor leerkrachten** om via **educatief** materiaal een heel schooljaar te werken aan nieuwswijsheid.
- studiedagen en **vormingen**/vormingstrajecten organiseren voor leerkrachten;
- grotere **acties** opzetten (zoals de challenges de voorbije jaren) om nieuws- en informatievaardigheden in de kijker te zetten en te oefenen;
- het **bereik** vergroten op sociale media, door gerichte content over nieuws- en informatiegeletterdheid te maken op basis van ons bestaand materiaal zoals de affiches, lesmethodieken en video's;
- een verdiepende studie plannen die het project Nieuws in de Klas **valueert** en inzicht verschaft in wat leerkrachten nodig hebben.

## 4. Doelstellingen Nieuws in de Klas

### 4.1. OD1. Nieuws in de Klas leert kinderen en jongeren in Vlaamse scholen scholen een breed palet van journalistieke nieuws- en informatiemedia kennen.

Kinderen en jongeren zijn niet altijd bezig met nieuws. Zij die het nieuws wel volgen, doen dat bijna dagelijks, zo blijkt uit het Apestaartjaren-onderzoek. Maar hoe volgen ze dan het nieuws?

Uit **Apestaartjaren 2022** blijkt dat **3 op 4 kinderen thuis of op school naar Karrewiet** kijkt. Daarna komt de tv en de radio. Online volgen zij veel minder het nieuws.

In de **Nieuwsbarometer 2023** zien we dat

- jongeren online het nieuws vooral volgen via hun **sociale media (68%)**,
- amper **één op de drie (31%)** een **nieuws-app** opent of rechtstreeks surft naar een **nieuwssite**, bij de min 20-jarigen doet nog geen kwart dat,
- **Instagram (52%)** het belangrijkste sociale-mediaplatform blijft. **TikTok** is echter aan een stevige opmars bezig en komt bij de jongsten quasi op gelijke hoogte met Instagram: meer dan de helft (52%) van de 12-15-jarigen volgt nieuws via TikTok,
- het **vertrouwen** in nieuws daalt: zes op de tien (60%) jongeren zegt vertrouwen te hebben in het nieuws dat ze zelf consumeren, minder jongeren (45%) vertrouwen het nieuws in het algemeen,
- jongeren er minder goed in slagen om **nepnieuws** te herkennen: 42% schat de echtheid van drie van vijf voorgelegde verhalen juist in.

Op basis van de evoluties in nieuws- en mediagebruik van kinderen en jongeren, stellen we vast dat er hierbij **noden** zijn om

- jongeren online **meer naar erkende nieuwsmedia en hun social media accounts** te leiden als beter alternatief voor de informatie die ze op sociale media zoals TikTok en Instagram ontdekken van niet erkende 'nieuwsmedia',
- kinderen en jongeren te **laten kennismaken met nieuwsmedia** die rekening houden met hun geletterdheid en interesses,
- kinderen en jongeren **inzicht** te geven in **hoe nieuws gemaakt wordt**,
- **nieuwsmedia op maat** te kunnen vinden .

De **Digimeter 2023** geeft voor het eerst een mogelijk effect hiervan weer: terwijl de jongste leeftijdsgroep erg actieve gebruikers zijn van sociale media, stellen we vast dat **18-24-jarigen** op dagelijks vlak **minder** gebruik gaan maken van **sociale media voor nieuwsconsumptie (54%**,



-8%). Tegelijkertijd gaan ze **meer terugvallen op traditionele nieuwsmerken** als gatekeeper naar hun informatie. 18-24-jarigen maken namelijk zowel dagelijks (17%, +2%), als wekelijks (40%, +8%) meer gebruik van de **nieuwsapps** op hun smartphone. Ook het gebruik van **nieuwswebsites** kent een stijging bij de 18-24-jarigen, want 42% (+5%) gebruikt dit wekelijks.

Uit de jaarlijkse **enquête** van **Nieuws in de Klas** geven leerkrachten aan dat ze (papieren) nieuwsmedia in de klas een belangrijke factor vinden om deel te nemen aan Nieuws in de Klas.

De partners van Nieuws in de Klas blijven daarom inzetten op het **aanbieden van journalistiek nieuws in de klassen**, met een duidelijke opdeling over de onderwijsgraden en -niveaus wat betreft papieren/digitale nieuwsmedia. Wanneer we de didactische nood (ervaring) en mogelijkheden (indeling lesmomenten) afwegen ten opzichte van de doelstellingen om jongeren uiteindelijk meer toe te leiden naar nieuwsmedia op de platformen waar ze zijn (online), is het aangewezen om

- voor het **lager onderwijs** in te zetten op de **meer leesbare papieren kranten**,
- voor het **secundair onderwijs** in te zetten op **digitale nieuwsmedia**, met een stijgend **geletterdheidsniveau** en complexere thema's. Dit digitale aanbod wordt aangevuld met magazines op papier. Hierbij geven we ook aandacht aan een **breder pakket** van nieuwsmedia, zowel online, als audiovisueel via **opiniondossiers** voor de 3de graad (zie doelstelling 2).

**Vlaamse Nieuwsmedia en WE MEDIA** stellen daarom een **uitgebreid aanbod aan papieren en digitale nieuwsmedia**, aangepast per leeftijdsgroep, ter beschikking. Voor 10-14-jarigen wordt er gewerkt met een gecombineerd aanbod van papieren kranten en magazines en toegang tot de digitale versies. Voor 14-18 jarigen zetten we volledig in op een digitaal aanbod, aangevuld met een beperkt aantal magazines op papier. (Zie bijlage 2 voor meer informatie over de verdeling van de papieren en digitale nieuwsmedia)

Daarnaast zetten we niet enkel in op nieuwsmedia in de klas, maar **ook op de nieuwsmakers** (journalisten) **en de actualiteit zelf**. Met de verschillende partners gaan we op zoek naar hoe we die twee aspecten op een betere, toegankelijke en bruikbare manier in de klas kunnen brengen.

Tot slot werken we ook gericht samen met andere partners zoals VRT, VTM, meemoo ... en bekijken de mogelijkheden om hun nieuwsaanbod mee te nemen in Nieuws in de Klas en verder af te stemmen op elkaar. Ook bekijken we de piste om andere spelers te betrekken in het Nieuws in de Klas verhaal en verkennen we een piste om het krantenarchief van de bibliotheek een concretere plaats te geven binnen Nieuws in de Klas.

#### **Het is onze ambitie om:**

- het brede nieuwsaanbod dat er is, aan te bieden,
- om er mee aan de slag te gaan,
- om diverse nieuwsbronnen te leren kennen.

#### **daarom bieden we**

- toegang tot papieren en digitale pakketten,

- toegang tot een breder nieuwsaanbod.

## Acties

- Actie 1.1 **Vlaamse Nieuwsmedia** en **WE MEDIA** bieden tijdens verschillende periodes in het schooljaar **papieren en digitale nieuwsmedia** aan voor klassen in functie van de didactische noden, de mentale ontwikkeling en de geletterdheid van de leerlingen en de doelstelling om jongeren uiteindelijk meer te leiden naar erkende digitale nieuwsmedia.
  - *Vlaamse Nieuwsmedia staat in voor de betaling van papieren en digitale kranten die door de uitgevers aan de scholen ter beschikking worden gesteld.*
  - *Vlaamse Nieuwsmedia voorziet ook de administratieve afhandeling voor Knack, BRUZZ en Humo. WE MEDIA verzorgt het contact met de magazine-uitgevers.*
  - *Vlaamse Nieuwsmedia en WE MEDIA stellen een uitgebreid aanbod papieren en digitale nieuwsmedia aangepast per leeftijdsgroep ter beschikking. Voor 10-14 jarigen wordt er gewerkt met een gecombineerd aanbod. Voor 14-18 jarigen zetten we volledig in op digitaal aangevuld met enkele magazines op papier.*
  - *Leerkrachten kunnen sneller dan vorige jaren een papieren en digitaal nieuwspakket aanvragen zodat ze reeds in oktober kunnen starten.*
  - *Vlaamse Nieuwsmedia bekijkt met Bpost, de distributieverantwoordelijken en uitgevers de verschillende periodes voor de papieren pakketten.*
  - *Gelet op het beperktere budget vanaf 2024-2025, zullen wellicht 60.000 leerlingen bereikt worden.*
- Actie 1.2. **Mediawijs** promoot het gebruik van alle **journalistieke nieuwsmedia** in de klas
  - *Naast de betalende nieuwsmedia, zijn er ook heel wat gratis nieuwsmedia voortdurend ter beschikking voor leerkrachten en leerlingen. Mediawijs stimuleert daarom leerkrachten (via educatief materiaal, nieuwsbrieven, sociale media) om gratis nieuwsmedia in te zetten in de klas. Bijvoorbeeld: VRT NWS, VTM NIEUWS, NWS.NWS.NWS, Karrewiet, gratis online nieuwsmedia, regionale omroepen en buitenlandse nieuwsmedia, alsook de archiefbeelden en KLAAR-collecties binnen het Archief voor Onderwijs.*
  - *Indien journalistiek nieuws niet gratis is, en ook niet beschikbaar is via de nieuwspakketten (bv. omdat het gaat om een betalend artikel van een autonoom internetmedium), maar wél relevant voor jongeren en leerkrachten, onderzoekt Mediawijs met het erkende nieuwsmedium hoe dit toch in de klas kan gebruikt worden.*
  - *We blijven opties verkennen om ook andere nieuws- en informatiemedia te betrekken bij het verhaal van Nieuws in de Klas. Zoals WAT WAT, Wablief, Factcheck.Vlaanderen ...*

Indicatoren:

OD.1. Nieuws in de Klas leert kinderen en jongeren in Vlaamse scholen scholen een breed palet van journalistieke nieuws- en informatiemedia kennen.	
Datum	Naam en beschrijving campagne
30 juni 2025	Per schooljaar worden meer dan 60.000 leerlingen bereikt met het nieuwsaanbod

## 4.2. OD2. Nieuws in de Klas ondersteunt leerkrachten educatief om kinderen en jongeren nieuws- en informatiewijs te maken.

Van jongs af aan is het belangrijk om te werken aan nieuws- en informatiegeletterheid. Daarom werkten we aan een **leerlijn nieuws- en informatiegeletterdheid vanaf kleuteronderwijs tot en met derde graad secundair onderwijs**. Op basis van deze leerlijn ontwikkelden we **educatief materiaal** om rond kritische informatievaardigheden te werken in de klas.

Voor **lager onderwijs** is er

- een handleiding over filosoferen over nepnieuws "**Kritikat**" voor de 1ste, 2de en 3de graad lager onderwijs,
- nieuw educatief materiaal uit het project **NieuwsWijsNeuzen** dat Mediawijs ontwikkelde samen met Odisee, Artevelde, het Geluidshuis en Ketnet,
- de **nieuwsquiz** om op een speelse manier de actualiteit te leren kennen.

Voor **secundair onderwijs** werkte Mediawijs in Nieuws in de Klas in samenwerking met Mediaraven, StampMedia en Hujo aan

- Nieuwsmakers,
- Feitencheckers
- Opiniemakers.

Daarnaast is er aan aanbod van

- lespakketten zoals Gezond Geweten en Dialoog in de Klas,
- EDUboxen in samenwerking met VRT,
- Journalist in de Klas in videoformaat,
- de online tool Krantenmaker van Vlaamse Nieuwsmedia.

Dit **educatief aanbod** wordt **goed geëvalueerd** door leerkrachten, **maar** we stellen vast dat

- de **bekendheid** ervan nog beter kan,
- **leerkrachten** een **drempel** ervaren om het in de praktijk te brengen om ermee te werken en ondersteuning vragen,
- er nog vragen zijn rond **doorheen het jaar** aan de slag gaan met de **actualiteit**,
- we educatief materiaal **voortdurend** moeten **actualiseren** aan de laatste trends zoals AI, deepfakes ... omdat het nieuwslandschap snel verandert,.

Uit de bevestigingen van **Teacher Tapp** en gesprekken met **leerkrachten** tijdens vormingsmomenten, stellen we dus vast dat leerkrachten een **drempel** ervaren om rond nieuws- en informatiegeletterdheid te werken, omdat **ze zichzelf niet bekwaam voelen** om kritische vaardigheden aan te leren in de klas.

We zetten daarom in op **vorming** voor leerkrachten om

- zelf nieuwswijzer te worden,
- zelf nieuwswijsheid binnen te brengen in de klas.

We mikken zowel op leerkrachten lager als secundair omdat we vaststellen dat er al van in het lager gewerkt wordt met Karrewiet en vanaf het secundair met zo goed als alle nieuwsmedia. We stellen dit ook open voor leerkrachten buiten het formele onderwijs zoals leerkrachten van de centra voor basiseducatie (Ligo's).

Het is onze **ambitie** om

- leerkrachten **handvatten** aan te reiken over hoe ze educatief aan de slag kunnen met het nieuwsaanbod,
- het **educatief aanbod** blijvend **actueel** te houden.
- het **educatief aanbod verder af te stemmen** op elkaar en te **integreren** in Nieuwsmakers, Feitencheckers en Opiniemakers voor wat betreft het lesmateriaal voor het secundair onderwijs,
- samen met partners **vormingen** aan te bieden gebaseerd op ons educatief materiaal via het **Mediamenu**. Op deze manier bieden we ondersteuning aan leerkrachten om aan de slag te gaan met ons educatief materiaal.
- **basisvormingen** over nieuws- en informatiewijsheid aan te bieden binnen bestaande vormingstrajecten zoals Mediacoach,
- in eigen **open aanbod vormingsmomenten** te organiseren volgens de noden van de leerkrachten.

### Acties schooljaar 2024-2025

- Actie 2.1. **Mediawijs** werkt samen met de partners van Nieuws in de Klas aan **educatief materiaal** over hoe je het **nieuwsaanbod** op een educatieve manier kan inzetten.
  - *We bieden leerkrachten handvatten aan om goed aan de slag te gaan met de nieuwspakketten, ander journalistiek nieuws en archiefmateriaal.*
- Actie 2.2. **Mediawijs actualiseert** jaarlijks **bestaand educatief materiaal** in samenwerking met partners.
  - *We actualiseren het educatief materiaal dat ontwikkeld is binnen de relance-middelen voor Nieuws in de Klas, nl. Nieuwsmakers, Feitencheckers en Opiniemakers volgens de laatste trends en ontwikkelingen en op basis van de noden van leerkrachten.*
- Actie 2.3. **StampMedia** zorgt voor **opinedossiers** voor de derde graad secundair onderwijs met een link naar een breed pallet aan nieuwsmedia en met specifieke aandacht voor de online nieuwsmedia.
  - *We integreren de huidige themadossiers binnen de doelstellingen van het*

educatieve aanbod van *Opiniemakers*. In plaats van thematische actuedossiers willen we opinedossiers opstellen die enerzijds aansluiten bij de leefwereld van jongeren, maar anderzijds ook aanzetten tot het vormen, delen en bediscussiëren van een eigen mening.

- In het begin van de subsidieperiode evalueren we de huidige aanpak en de frequentie van de themadossiers. Sowieso zetten we kwaliteit boven kwantiteit. In eerste instantie denken we aan 14 opinedossiers per jaar. We bekijken ook in welke mate opinedossiers ook op andere manieren dan tekstueel kunnen vormgegeven worden.
  - Het is hierbij belangrijk dat de verschillende standpunten van online nieuwsmedia en een breder aanbod van nieuwsmedia aan bod blijven komen met ruimte voor reflectie voor leerlingen over verschillende standpunten en hun eigen standpunt. Opinedossiers kunnen ook terugblikken op meningen uit het verleden en kunnen dus ook gebruik maken van archiefmateriaal uit het Archief voor Onderwijs.
- **Actie 2.4. Vlaamse Nieuwsmedia** organiseert een **actuaquiz** voor derde graad lager onderwijs.
    - Gedurende het volledige schooljaar wordt er bij de opstart van elke leveringsperiode telkens een nieuwe quiz gelanceerd voor klassen uit de derde graad lager onderwijs. Op het einde van het schooljaar is er een finale. Er worden verschillende prijzen uitgereikt in samenwerking met de uitgevers.
    - Met de Nieuwsquiz proberen we 40 klassen te bereiken per ronde.
    - Vlaamse Nieuwsmedia kijkt samen met Mediawijs hoe de quiz meer geïntegreerd kan worden in het bestaande aanbod.
  - **Actie 2.5. Vlaamse Nieuwsmedia** produceert, in samenspraak met de partners, **Journalist in de klas**-video's.
    - Het is onze ambitie om deze video's meer te integreren in het educatief materiaal van *Nieuwsmakers*, *Feitencheckers* en *Opiniemakers*. Zo worden de modules aangevuld met getuigenissen in online video-tutorials, info-video's of podcasts door journalisten en mediaprofessionals. Ze vertellen er over hun ervaringen en delen hun kennis rond thema's zoals 'Hoe werkt een redactie?', 'Hoe ziet een drukkerij eruit?',... Deze video's kunnen ook opdrachten bevatten. Dat kunnen bv. video's van maximum tien minuten zijn, waarin een journalist over een specifiek onderwerp spreekt waarover diej een artikel heeft geschreven, of hoe een reportage in het buitenland tot stand kwam, of een spraakmakend onderzoeksartikel ... Op die manier kunnen we op een eigentijdse manier de "journalist in de klas" brengen.
    - Vlaamse NieuwsMedia voorziet minstens 6 filmpjes per schooljaar.
    - We onderzoeken de mogelijkheid om deze video's op te nemen en te promoten in het Archief voor Onderwijs.
  - **Actie 2.6. Vlaamse Nieuwsmedia** staat in voor het beheer van **Krantenmaker**.
    - Vlaamse Nieuwsmedia onderhoudt de website en voert de nodige aanpassingen door indien nodig. De *Krantenmaker* is een populaire tool bij leerkrachten en leerlingen die graag een klas- of actua-krant willen maken. De site is eenvoudig in

gebruik en kreeg in schooljaar 2022-2023 een volledige make over. We bekijken of we de site in 2024-2025 nog verder kunnen finetunen. De Krantenmaker is de ideale tool om rond nieuwscreatie te werken in de klas.

- We trachten minstens 300 klassen te bereiken met de KrantenMaker.
  - We bekijken hoe we Krantenmaker meer kunnen integreren als tool binnen Nieuwsmakers, Feitencheckers en Opiniemakers.
- Actie 2.7. **Mediawijs** inspireert voortdurend leerkrachten, directie, pedagogische begeleiders ... via een **MediaMenu** van workshops en vormingen over nieuws- en informatiewijsheid.
    - We bieden vormingen aan over bestaand educatief materiaal binnen Nieuws in de Klas. De vormingen worden gegeven door de organisaties die hieraan meegewerkt hebben.
    - Leerkrachten boeken de vormingen rechtstreeks bij de partners.
  - Actie 2.8. **Mediawijs biedt basisvormingen** over nieuws- en informatiewijsheid aan op vraag van derden of binnen bestaande vormingstrajecten zoals Mediacoach.
    - Op vraag van derden bieden we basisvormingen aan over hoe je aan de slag kan gaan met het educatief aanbod van Nieuws in de Klas. Afhankelijk van de vraag kan de basisvorming minimaal aangepast worden.
  - Actie 2.9. **Mediawijs organiseert in eigen aanbod vormingsmomenten** over nieuws- en informatiegeletterdheid in de klas.
    - We organiseren verschillende vormingsmomenten over nieuws- en informatiegeletterdheid. We kijken hiervoor naar de noden die leven bij leerkrachten.

## Indicatoren

### OD2. Nieuws in de Klas ondersteunt leerkrachten educatief om kinderen en jongeren nieuws- en informatiewijs te maken.

Datum	Naam en beschrijving campagne
30 juni 2025	De partners van Nieuws in de Klas werken samen aan minimum 20 producten zoals nieuw en geactualiseerd educatief materiaal, opiniedossiers, Journalist in de Klas video's ...
30 juni 2025	Mediawijs bereikt jaarlijks met fysieke of digitale

vormingsmomenten, expertengroepen ... minstens 200 personen.

### 4.3. OD3. Nieuws in de Klas verhoogt het bereik van het project met een actieve en activerende communicatie.

Om het nieuws- en educatief aanbod zo goed mogelijk te **promoten** bij scholen, leerkrachten en leerlingen te brengen, zetten we in op:

- promotie via **sociale media**,
- promotie via andere kanalen zoals **Klasse en Klascement**,
- **advertenties** nieuwsmedia.

Omdat niet alles uit het aanbod van Nieuws in de Klas voldoende bekend was, hebben we in 2023 en 2024 samengewerkt met Hotel Hungaria om een **goede sociale-mediastrategie** uit te werken. We merken dat die vruchten afwerpt en daarom willen we in 2024-2025 op de ingeslagen weg verdergaan.

In 2022 herwerkten we de **huisstijl** van Nieuws in de Klas. We blijven deze hanteren met de verschillende partners. Een herkenbare huisstijl over heel het project heen is immers belangrijk.

We werken ook verder aan de **optimalisatie van de website** van Nieuws in de Klas.

In 2022-2023 organiseerde Mediawijs voor het eerst voor het secundair onderwijs **drie challenges om actief aan de slag te gaan** als Nieuwsmaker, Feitenchecker of Opiniemaker, in samenwerking met expertpartners Mediaraven, Stampmedia en Hujo. De winnaars van elke challenge kregen een passende prijs. Ook in 2023-2024 staan deze challenges op de planning. We merken een groei in het aantal inschrijvingen. Mediawijs zet ook in schooljaar 2024-2025 verder in op deze **activerende challenges**.

- In de **eerste graad secundair onderwijs** dagen we leerlingen uit op klas- of schoolniveau online **nieuws te produceren zoals echte Nieuwsmakers**. De vaardigheden om diverse bronnen aan informatie te verwerken, deze te herwerken tot nieuws en dit te presenteren staan hierbij centraal.
- Voor de **tweede graad secundair onderwijs** zetten we in op de vaardigheden om de betrouwbaarheid van **nieuws en informatie te beoordelen** en om openheid te creëren in het zwart-wit-denken met de **Feitencheckers Challenge**.
- Voor de **derde graad secundair onderwijs** zetten we in op de **impact** die nieuws en informatie hebben op de **maatschappij** en deze **meningen** voeden en vormen. De **Opiniemakers Challenge** daagt jongeren uit om hiermee aan de slag te gaan door zelf



hun stem te laten horen over een maatschappelijk thema.

Ondanks de **groeïende interesse**, merken we ook nog enige **terughoudendheid** bij leerkrachten om deel te nemen aan de challenges. Op basis van **evaluaties uit het schooljaar 2023-2024** zullen we bekijken hoe we de **challenges moeten aanpassen in 2024-2025**.

Het is onze **ambitie** om

- het **bereik en de bekendheid** van Nieuws in de Klas stelselmatig **groter** te maken door een **actieve communicatie**,
- **leerkrachten en leerlingen** te **activeren** binnen Nieuws in de Klas met wedstrijden en campagnes.

### Acties schooljaar 2024-2025

- Actie 3.1 **De partners van Nieuws in de Klas** werken onder coördinatie van Mediawijs aan een **communicatiestrategie** om het bereik van het aanbod van Nieuws in de Klas te verhogen.
- Actie 3.2 **De partners van Nieuws in de Klas** staan in voor het beheer, onderhoud en **optimalisatie van de website** van het project.
- Actie 3.3 **Mediawijs** staat in voor het **promotiemateriaal** voor de verschillende onderdelen van het project.
  - *We denken hierbij aan de visuals voor de advertenties, visuals voor sociale media, flyers over het educatief materiaal, een folder, affiches, drukwerk ...*
- Actie 3.4 **Mediawijs** beheert de **communicatiekanalen** van Nieuws in de Klas waaronder de website, nieuwsbrief, sociale media en mailbox.
- Actie 3.5 **Vlaamse Nieuwsmedia** verzorgt de **hulplijn** voor alle vragen over papieren en digitale leveringen via de mailbox [info@nieuwsindeklas.be](mailto:info@nieuwsindeklas.be) en de Facebookpagina.
- Actie 3.6 **Vlaamse Nieuwsmedia en WE MEDIA** zetten in op het promoten van het nieuws- en educatief aanbod via hun leden met **advertenties**. Voor Vlaamse Nieuwsmedia en WE MEDIA komt dat op een investering van ongeveer €1.000.000 per schooljaar.

- Actie 3.7 **Mediawijs** organiseert samen met expertpartners verschillende **wedstrijden** voor **secundair onderwijs** in Vlaanderen en Brussel.
  - *Op basis van de evaluaties uit schooljaar 2023-2024 zullen we bekijken hoe we de challenges moeten aanpassen in 2024-2025. Sowieso zullen leerkrachten zich al bij de start van het schooljaar kunnen inschrijven om deel te nemen aan één van de drie wedstrijden.*
  - *Wat betreft de organisatie van de wedstrijden (jury, finale ...) werken we samen met expertpartners om deze tot een goed einde te brengen.*
  
- Actie 3.8 **Mediawijs** **evalueert** de wedstrijden en stuurt het concept bij.

### Indicatoren

OD3. Nieuws in de Klas verhoogt het bereik van het project met een actieve en activerende communicatie.	
Datum	Naam en beschrijving campagne
30 juni 2025	We bereiken jaarlijks 100 000 paginaweergaves met Nieuwsindeklas.be.

## 4.4. OD4. Nieuws in de Klas evalueert voortdurend de kwaliteit, het bereik en de impact van het project.

Elk jaar **evalueren** de partners van Nieuws in de Klas via een **enquête bij leraren** die nieuwspakketten bestelden wat ze van het hele Nieuws in de Klas-aanbod vinden. Dit leert ons veel. Er zijn echter **bependingen**, omdat de enquête door een hele groep gebruikers niet wordt ingevuld (die bv. enkel gebruik maken van het educatief aanbod), noch door de niet-gebruikers.

In 2022-2023 liet Mediawijs een evaluatie uitvoeren voor de educatieve pakketten Nieuwsmakers, Feitencheckers en Opiniemakers door Arteveldehogeschool. Een dergelijke **evaluatie uitgevoerd door externen bleek zeer zinvol** om het nut en effect van (een deel van) het aanbod te leren kennen. We willen **op deze ingeslagen weg** dan ook **verder gaan** en ook in 2024-2025 een evaluatie laten uitvoeren door een externe partner.

In 2024-2025 willen de partners van Nieuws in de Klas **volgende zaken onderzoeken**:

- wat doen scholen al op vlak van nieuws- en informatiewijsheid (los van Nieuws in de Klas),
- welke elementen spelen voor de leerkracht bij de keuze voor een papieren dan wel een digitale pakket,
- voor welke leeftijdsgroepen is een papieren aanbod te verkiezen en voor welke leeftijdsgroepen een digitaal aanbod,
- welke noden leven er bij leerkrachten en leerlingen om nieuwswijs te worden,
- hoe kan de samenstelling van de nieuwspakketten zo goed mogelijk op maat van elke graad en onderwijsvorm afgestemd worden, gelet op de praktische mogelijkheden voor de uitgevers en de logistieke medewerkers,
- passen de verschillende educatieve pakketten binnen deze noden?

We **herbekijken** binnen dit onderzoek ook hoe de **enquête** die nu jaarlijks wordt gestuurd, moet worden aangepast.

Het is onze **ambitie** om

- minstens tweejaarlijks een verdiepende studie uit te kunnen voeren, telkens met een andere focus zodat we de kwaliteit en geschiktheid van de verschillende onderdelen blijvend kunnen evalueren.

### Acties schooljaar 2024-2025

- Actie 4.1. **De partners van Nieuws in de Klas** voeren met een externe partner een **verdiepende studie** uit bij leerkrachten over het aanbod van Nieuws in de Klas.

- Actie 4.2. **De partners van Nieuws in de Klas evalueren de jaarlijkse enquête** die we tot nu uitsturen naar de leerkrachten die nieuwspakketten bestelden.

### Indicatoren

OD4. Nieuws in de Klas evalueert voortdurend de kwaliteit, het bereik en de impact van het project.	
Datum	Naam en beschrijving campagne
1 april 2025	Eindrapport met evaluatie van Nieuws in de Klas.

## 5. Timing

Nieuws in de Klas	Partner	Actie	2024												2025											
			Jul		Aug		Sep		Okt		Novr		Dec		Jan		Feb		Maa		Apr		Mei		Jun	
			1-15	15-31	1-15	15-31	1-15	15-31	1-15	15-31	1-15	15-31	1-15	15-31	1-15	15-31	1-15	15-31	1-15	15-31	1-15	15-31	1-15	15-31		
OD1. Nieuwsmedia	VNM	Actie 1.1. Verdeling nieuwspakketten																								
	MW	Actie 1.2. Promotie journalistieke nieuwsmedia																								
OD2. Educatieve ondersteuning	MW	Actie 2.1. Uitwerking nieuw materiaal																								
	MW	Actie 2.2. Actualiseren bestaand materiaal																								
	SM	Actie 2.3. Opiniedossiers																								
	VNM	Actie 2.4. Actuaquiz																								
	VNM	Actie 2.5. JiK																								
	VNM	Actie 2.6. Krantenmaker																								
	MW	Actie 2.7. MediaMenu																								
	MW	Actie 2.8. Basisvormingen																								
	MW	Actie 2.9. Open aanbod																								
OD3. Communicatie	Allen	Actie 3.1. Strategie																								
	Allen	Actie 3.2. Website																								
	MW	Actie 3.3. Promotiemateriaal																								
	MW	Actie 3.4. Beheer communicatiekanalen																								



## 6. Budget

Begroting	NIK 2024-2025								
	OD	Partner	Omschrijving	VTE	2024	VTE	2025	VTE	Totaal
<b>Totaal kosten</b>			Totaal kosten	<b>188%</b>	<b>€ 1.050.679,00</b>	<b>188%</b>	<b>€ 1.686.111,00</b>	<b>375%</b>	<b>€ 2.996.025,70</b>
			Personeelskosten	188%	€ 156.600,00	188%	€ 156.600,00	375%	€ 313.199,99
			Werkingskosten	/	€ 369.079,00	/	€ 1.004.511,00	/	€ 1.364.790,00
			Advertentieruimte		€ 525.000,00		€ 525.000,00	/	€ 1.318.035,71
			Overhead: 0,00%	/	€ 0,00	/	€ 0,00	/	€ 0,00
<b>Totaal opbrengsten</b>				<b>188%</b>	<b>€ 1.050.679,00</b>	<b>188%</b>	<b>€ 1.686.111,00</b>	<b>375%</b>	<b>€ 2.736.789,99</b>
		Mediawijs	Subsidie NIK 2024-2025	75%	€ 96.600,00	75%	€ 103.400,00	150%	€ 200.000,00
		Vlaamse Nieuwsmedia (en WE MEDIA)	Subsidie NIK 2024-2025 (50% pk + media / 100% wk)	44%	€ 219.131,50	44%	€ 536.868,50	88%	€ 756.000,00
		Vlaamse Nieuwsmedia (en WE MEDIA)	Eigen inbreng 2024-2025 (50% pk + media)	44%	€ 187.947,50	44%	€ 498.842,50	88%	€ 686.790,00
		Vlaamse Nieuwsmedia (en WE MEDIA)	Advertentieruimte (in kind 100%)	/	€ 525.000,00	/	€ 525.000,00	/	€ 1.050.000,00
		StampMedia	Subsidie NIK 2024-2025	25%	€ 22.000,00	25%	€ 22.000,00	50%	€ 44.000,00
<b>Directe kosten</b>				<b>188%</b>	<b>€ 1.050.679,00</b>	<b>188%</b>	<b>€ 1.686.111,00</b>	<b>375%</b>	<b>€ 2.736.789,99</b>
	<b>OD1. Nieuws- en informatieaanbod</b>		<b>Totaal</b>	<b>55%</b>	<b>€ 354.895,00</b>	<b>55%</b>	<b>€ 976.685,00</b>	<b>110%</b>	<b>€ 1.331.579,99</b>

	Vlaamse Nieuwsmedia	Personeel (110% VTE)	55%	€ 40.857,14	55%	€ 40.857,14	110%	€ 81.714,28
	Vlaamse Nieuwsmedia (en WE MEDIA)	Kranten en magazines 10-14 jarigen (raming voor 2300 papier, 6500 digitaal, in euro, exclusief BTW)	/	€ 257.960,00	/	€ 773.880,00	/	€ 1.031.840,00
	Vlaamse Nieuwsmedia (en WE MEDIA)	Kranten en magazines 14-18+-jarigen (raming 1000 papier, 3000 digitaal, in euro, exclusief BTW)	/	€ 52.185,00	/	€ 156.555,00	/	€ 208.740,00
	Vlaamse Nieuwsmedia	Levering Bruzz	/	€ 750,00	/	€ 2.250,00	/	€ 3.000,00
	Vlaamse Nieuwsmedia	Ondersteuning werking	/	€ 3.142,86	/	€ 3.142,86	/	€ 6.285,71
	<b>OD2. Educatieve ondersteuning</b>	<b>Totaal</b>	<b>73%</b>	<b>€ 93.633,33</b>	<b>73%</b>	<b>€ 100.933,33</b>	<b>145%</b>	<b>€ 194.566,67</b>
	Mediawijs	Personeel (70% VTE)	35%	€ 34.533,33	35%	€ 34.533,33	70%	€ 69.066,67
	Vlaamse Nieuwsmedia	Personeel (25% VTE)	13%	€ 9.285,71	13%	€ 9.285,71	25%	€ 18.571,43
	StampMedia	Personeel ( % VTE)	25%	€ 17.600,00	25%	€ 17.600,00	50%	€ 35.200,00
	Mediawijs	Werkingskosten (lay-out en verspreiding educatief materiaal, challenges ...)	/	€ 13.600,00	/	€ 20.400,00	/	€ 34.000,00
	Vlaamse Nieuwsmedia	Journalist in de Klas video's	/	€ 12.500,00	/	€ 12.500,00	/	€ 25.000,00
	Vlaamse Nieuwsmedia	Nieuwsquiz en finale event	/	€ 1.000,00	/	€ 1.500,00	/	€ 2.500,00
	Vlaamse Nieuwsmedia	Ondersteuning werking	/	€ 714,29	/	€ 714,29	/	€ 1.428,57
	StampMedia	Werkingskost Opiniedossiers	/	€ 4.400,00	/	€ 4.400,00	/	€ 8.800,00
	<b>OD3. Communicatie</b>	<b>Totaal</b>	<b>45%</b>	<b>€ 580.284,00</b>	<b>45%</b>	<b>€ 582.626,00</b>	<b>90%</b>	<b>€ 1.162.910,00</b>
	Mediawijs	Personeel	30%	€ 29.600,00	30%	€ 29.600,00	60%	€ 59.200,00
	Vlaamse Nieuwsmedia	Personeel	15%	€ 11.142,86	15%	€ 11.142,86	30%	€ 22.285,71
	Mediawijs	Digitale communicatie, promotie en drukwerk	/	€ 9.000,00	/	€ 9.000,00	/	€ 18.000,00
	Vlaamse Nieuwsmedia	Digitale communicatie (website, nieuwsbrief ...)	/	€ 3.684,00	/	€ 5.526,00	/	€ 9.210,00
	Vlaamse Nieuwsmedia	Advertenties en promotie	/	€ 1.000,00	/	€ 1.500,00	/	€ 2.500,00



	Vlaamse Nieuwsmedia	Advertentieruimte kranten en magazines	/	€ 525.000,00	/	€ 525.000,00	/	€	1.050.000,00
	Vlaamse Nieuwsmedia	Ondersteuning werking	/	€ 857,14	/	€ 857,14	/		€ 1.714,29
	<b>OD4. Evaluatie</b>	<b>Totaal</b>	<b>15%</b>	<b>€ 21.866,67</b>	<b>15%</b>	<b>€ 25.866,67</b>	<b>30%</b>		<b>€ 47.733,33</b>
	Mediawijs	Personeel	10%	€ 9.866,67	10%	€ 9.866,67	20%		€ 19.733,33
	Vlaamse Nieuwsmedia	Personeel	5%	€ 3.714,29	5%	€ 3.714,29	10%		€ 7.428,57
	Vlaamse Nieuwsmedia	Externe evaluatie	/	€ 8.000,00	/	€ 12.000,00	/		€ 20.000,00
	Vlaamse Nieuwsmedia	Ondersteuning werking	/	€ 285,71	/	€ 285,71	/		€ 571,43

# Bijlage

## Bijlage 1: Leerlijn Nieuws- en informatiegeletterdheid

Toegepast op **nieuws- en informatiewijsheid als onderdeel van mediawijsheid** krijgen we deze **leerlijn**. (Deze leerlijn werd samengesteld op basis van advies en feedback van experts en in lijn met de vernieuwing van het secundair onderwijs en is een levend document, dat bij o.a. aanpassing van de eindtermen aangepast en uitgebreid wordt.)

### **Kleuter:**

Kleuters zijn heel sterk gericht op henzelf en hun ouders. Ze bewegen zich in de wereld als eilandjes, die regelmatig met elkaar verbinding leggen om te spelen, maar even goed kort daarna dat contact verleggen om met anderen te spelen. Ze schommelen tussen hun fantasie en heel concrete zaken. Ze kunnen nog niet structureren en abstractie is aan hen niet besteed. Nieuws is voor hen dan ook eerder boven hun hoofd, of net overweldigend en beangstigend.

Met kleuters gaan we dan ook **enkel enkele informatiedragers verkennen en die benoemen**. Vanaf het derde kleuter leren ze **stap per stap** om met hulp **informatie te vinden** in een **informatiedrager** die ze krijgen.

### **1e graad lager onderwijs**

Kleuter af, maar nog helemaal niet gewoon aan al dat gestructureerde van die eerste 'grote school', zijn kinderen in de eerste graad van het lager onderwijs zich volop daaraan aan het aanpassen. Ze krijgen heel wat te leren: lezen, schrijven, tafels ... en blinken nog steeds uit in impulsiviteit, fantasie en vluchtige 'vriendschappen'. Hun belangrijkste bron van informatie blijven hun ouders, al wordt hun leerkracht al wat belangrijker. Nieuws en informatie zijn nog steeds heel abstract en overweldigend.

Met kinderen in de eerste graad van het lager onderwijs gaan we vooral **helpen** om hun wereld iets meer **structuur** te geven. Ze **leren verschillende dragers van informatie (her)kennen en benoemen** en **proberen** te achterhalen wat het **doel** van enkele specifieke aangereikte vormen van informatie kan zijn. Met wat **hulp** kunnen ze **informatie vinden in een bron** die ze krijgen en op hun niveau is.

### **2de graad lager onderwijs**

Leerlingen van de tweede graad lager onderwijs trekken thuis steeds vaker met hun broers, zussen en huisdieren op, op school is hun leerkracht de persoon die alles weet en hebben ze steeds duidelijker vriendjes én vijandjes. Samen spelen en werken stimuleren is belangrijk om pestgroepjes te vermijden, zeker wanneer het gaat over verschillen in mening over de merken, personages en voorwerpen die ze op dat moment cool vinden.

De kinderen (her)kennen ondertussen een **aantal informatiedragers** en **leren** ook een **aantal 'informatievormen'** en het **doel** ervan onderscheiden en benoemen. Met wat **hulp** kunnen ze een **eenvoudige zoekvraag formuleren** over een thema dat ze krijgen en in **een gekregen (niet-)digitale bron** het antwoord zoeken. Ze proberen **voor het eerst de betrouwbaarheid** van die bron te beoordelen in verschillende stappen (wie, wat, waar, wanneer en hoe). Ze kunnen met wat **hulp** de gevonden **informatie opslaan** op een specifieke (niet-)digitale plaats. Ze **verkennen** hoe een aantal informatievormen die ze goed kennen, **geproduceerd** worden.

### 3de graad lager onderwijs

Leerlingen van de derde graad lager onderwijs zijn lichamelijk vaak heel actief en sluiten hun eerste hechte vriendschappen. Ze zijn echte trendwatchers en surfen van rage naar rage. Ze kunnen enorm opgaan in een onderwerp of vak dat hen interesseert en er grote verzamelingen van weetjes, kennis en voorwerpen over aanleggen. Al kijken ze nog steeds op naar hun leerkracht, hun vrienden staan op school centraal. Rond hun interesses of activiteiten groeien klikjes én stevig pestgedrag. Thuis is hun gezin nog heel belangrijk, maar ze worden niet graag in het openbaar (lees voor hun vrienden) betutteld. Hun rechtvaardigheidsgevoel is sterk: alles moet volgens de regels en eerlijk gebeuren en dat is voor hen vaak zeer zwart-wit.

De kinderen leren een **variëteit** van informatiedragers en -vormen herkennen en benoemen. Ze kunnen zelf **nieuwe voorbeelden** geven. Ze kunnen het **doel** van een **aantal informatievormen** benoemen. Met wat **hulp** kunnen ze een **eenvoudige zoekvraag formuleren** over een aangereikt thema en zoeken in een **aantal gekregen (niet-)digitale bronnen**. Daarbij **proberen** ze steeds vaker de verschillende **stappen** uit om de **betrouwbaarheid** van een bron na te gaan (wie, wat, waar, wanneer en hoe). Ze kunnen de gevonden **informatie opslaan** op een bepaalde (niet-)digitale plaats en de informatie **met wat hulp verwerken** met de methode die je hen aanreikt. Ze (her)kennen hoe een **aantal** aangereikte informatievormen worden **geproduceerd** en kunnen voorbeelden geven uit hun eigen leefwereld.

### 1ste graad secundair onderwijs

Leerlingen van de eerste graad secundair zitten volop in verandering. Een andere school, een andere manier van les en leren, andere kinderen op de speelplaats, verschillende leerkrachten ... maar vooral: een lichaam dat verandert en daarbij heel onhandig wordt. Thuis en vrienden staan op hetzelfde niveau, maar hun leeftijdsgenoten beginnen toch harder te trekken. Ze willen veel kennen en kunnen en beginnen abstracter te kunnen denken. Ze zijn gefascineerd door de verhaallijnen van soaps en sportcompetities. De poorten van hun leefwereld naar een grotere wereld gaan open op een kier. Ze stellen zich vragen over wat er rond hen en in de maatschappij gebeurt. Ze ontwikkelen een eigen mening, en enkele eigen waarden en normen, maar die worden vaak nog niet serieus genomen door volwassenen. Schokkende beelden kunnen hen erg verdrietig maken. Ze kunnen thema's verkennen om hun eigen grenzen te bepalen.

Ze kunnen een **variëteit** aan **informatiedragers benoemen** en de **doelstellingen** van een **variëteit** aan aangereikte informatievormen **bepalen**. Ze **leren zelf een zoekstrategie hanteren** om een zoekvraag te beantwoorden over een aangereikt thema op basis van een aantal

(niet-)digitale bronnen. Ze **(her)kennen de verschillende stappen om de betrouwbaarheid** van een bron na te gaan (wie, wat, waar, wanneer en hoe) en kunnen dit **toepassen** op een aangereikte bron. Ze **beheren informatie** volgens een **aangereikte structuur** en kunnen die **verwerken** aan de hand van een **aangereikte methode**. Ze **weten** hoe een aantal aangereikte informatievormen **geproduceerd** worden en geven daarvan **voorbeelden** uit de eigen leefwereld en hun **eigen rol** daarin.

## 2de graad secundair onderwijs

Nu hun lichaam zich begint te vormen, is het voor de leerlingen van de tweede graad secundair onderwijs vooral zoeken naar hoe hun identiteit past in de samenleving om hen heen. Ze vergelijken hun eigen identiteit voortdurend met die van leeftijdsgenoten én met ideaalbeelden uit de media. Ze stellen de keuzes van hun ouders en leerkrachten in vraag en beoordelen de maatschappij op haar rechtvaardigheid. Ze willen de wereld verkennen en hun grenzen verleggen en willen daarvoor wat autonomie. Ze zien de wereld zwart-wit, idealist of net helemaal niet. Ze zijn vatbaar voor extremen, omdat ze op zoek naar hun eigen weg, zich afzetten tegen de massa en experimenteren met zeer verschillende en wisselende rollen. Af en toe een serieuze discussie kan.

De leerlingen kennen ondertussen **de verschillende doelen** van de informatievormen die ze **zelf exploreren**. Ze **hanteren** zelf een **zoekstrategie** om een zoekvraag te beantwoorden over een aangereikt thema op basis van een aantal (niet-)digitale bronnen. Ze **kennen de verschillende stappen om de betrouwbaarheid** van een bron na te gaan (wie, wat, waar, wanneer en hoe) en kunnen die **toepassen** op een aantal aangereikte bronnen en die **vergelijken**. Ze slaan informatie op volgens een **structuur naar keuze** en kunnen die **verwerken** met een aantal aangereikte methodes. Ze weten hoe een aantal aangereikte informatievormen worden **geproduceerd**, geven voorbeelden uit de **brede maatschappij** en kennen daarin hun **eigen rol**.

## 3de graad secundair onderwijs

Leerlingen van de derde graad secundair kunnen rekening houden met allerlei gegevens, wanneer ze een situatie beoordelen. Hun taalgebruik is erg uiteenlopend. Ze merken dat ze invloed hebben op hun omgeving, maar die ook op henzelf. Daar worstelen ze wel mee. Hun ouders blijven bepalend voor de waarden en levensopvattingen van hun kinderen over maatschappelijke thema's zoals politiek, milieu, migranten, verdraagzaamheid, enzovoort. Tegelijkertijd nemen ze alles onder de loep, wanneer het gaat over de manier waarop iets gebeurt. Ze hebben heel wat idealen, die niet altijd gepaard gaan met acties. Die idealen zijn een belangrijke oefening om zaken te durven en te willen overdenken, want ze zijn op zoek naar een eigen set van 'waarden en normen'. Ze leren concrete situaties plaatsen in algemene ideologische opvattingen, en daarover kritisch oordelen. Ze vormen een standpunt over heel wat maatschappelijke, ethische en politieke kwesties zoals euthanasie, drugs, vreemdelingen, doodstraf, homoseksualiteit, enz. Soms zijn die extreem en zetten ze zich sterk af tegen de heersende waarden en normen. Op andere punten volgen ze eerder de algemene opvattingen, misschien tegen alle verwachtingen in. Ze zijn zoekend: de waarden die ze aannemen kunnen later weer veranderen. De leefwereld van wie in een beroepsgerichte of in een algemene

richting zit, groeit meer en meer uit elkaar. Zaak is om hen te helpen positieve keuzes te maken.

De leerlingen **kennen de verschillende doelen** van de informatievormen die ze gebruiken. Ze **hanteren** zelf een **eigen zoekstrategie** om een **eigen zoekvraag** te beantwoorden over een **zelf bepaald thema** met een aantal (niet-)digitale bronnen. Ze passen de verschillende stappen om de betrouwbaarheid van een bron na te gaan (wie, wat, waar, wanneer en hoe) toe op een aantal **zelf geselecteerde bronnen** en **vergelijken** die. Ze beheren de informatie volgens een **structuur naar keuze** en kunnen die **verwerken** aan de hand van **een eigen methode**. Ze weten hoe informatievormen worden geproduceerd, geven voorbeelden van de invloed daarvan op de **maatschappij**, kennen hun **eigen rol en die van anderen** hierin en gebruiken **strategieën** om daar **invloed** op uit te oefenen.

## Bijlage 2: Verdeling van papieren en digitale kranten

Het aanbod van Nieuws in de Klas is er voor zowel lager als secundair onderwijs. Nieuws in de Klas bereikt naast leerlingen uit het lager en middelbaar onderwijs ook studenten uit het hoger- en volwassenenonderwijs. Ook inburgeraars en nieuwe Vlamingen kunnen aan de slag met de kranten en magazines via vzw's, CVO's en andere organisaties. De focus ligt hier op het ontwikkelen van taalvaardigheid en het verwerven van inzicht in onze maatschappij.

Vlaamse Nieuwsmedia staat in voor de betaling van papieren en digitale kranten die door de uitgevers aan de scholen ter beschikking worden gesteld. Vlaamse Nieuwsmedia voorziet ook de administratieve afhandeling voor Knack, BRUZZ en Humo. WE MEDIA verzorgt het contact met de magazine-uitgevers.

Papieren nieuwspakketten voor de leeftijdsgroep 10-14 jaar worden geleverd tussen het begin en het einde van het schooljaar, telkens gedurende een periode van 1 week. Er worden ongeveer 10 leveringsperiodes voorzien van oktober 2024 tot juni 2025. Dat is in schooljaar 2024-2025 een vroegere start dan de vorige schooljaren. Deze periodes worden afgetoetst met Bpost en de distributieverantwoordelijken bij de uitgevers en kunnen onderhevig zijn aan last minute veranderingen. De digitale nieuwsmedia kunnen samen met de papieren versies worden besteld voor de doelgroep 10-14 jaar. Deze kinderen kunnen dus tegelijkertijd met papier en digitaal werken. De digitale optie loopt voor drie weken.

De leeftijdsgroep 14-18+ krijgen alleen een digitale toegang zonder papieren krantenpakket, maar wel met een papieren levering van Knack, Humo en BRUZZ. De toegang tot de kranten verloopt rechtstreeks via de 7 Vlaamse krantenwebsites. De leerkrachten en leerlingen krijgen daarbij meteen ook toegang tot de betalende content van de kranten. De toegang tot de magazines verloopt via [www.knack.be](http://www.knack.be), [www.humo.be](http://www.humo.be) en [www.bruzz.be](http://www.bruzz.be). We voorzien een gezamenlijke login voor al deze websites wat het gebruiksgemak voor de leerkracht verhoogt. Leerkrachten krijgen na hun vaste periode een verlenging van de digitale periode gedurende 2 weken. In totaal genieten zij dus van 3 weken digitale toegang.

Nieuws in de Klas bestaat al jaren uit vaste pakketten voor lager, secundair en hoger onderwijs. Voor de papieren pakketten waren dat in 2022-2023 nog wekelijks 15 exemplaren van De Morgen (DM), 15 exemplaren van De Standaard (DS), 15 exemplaren van Gazet Van Antwerpen (GVA), 15 exemplaren van Het Belang Van Limburg (HBVL), 15 exemplaren van Het Laatste Nieuws (HLN) en 15 exemplaren van Het Nieuwsblad (HN), 8 exemplaren van De Tijd (DT), 5 exemplaren van Metro, 1 exemplaar van Knack en 1 exemplaar van Humo. Een digitaal pakket bestaat uit een login voor de 7 kranten- en 2 magazinewebsites. Sinds 2023-2024 is er een opdeling in de leveringen voor lager en secundair onderwijs. Daarbij werd de krant De Tijd voor de jongste lezers (3e graad lager onderwijs) niet meer in het pakket opgenomen, noch op papier, noch digitaal. Komend schooljaar willen we dat verder zetten met een uitgebreid aanbod per leeftijdsgroep. De verdeling voor 10-14 jarigen (3e graad lager en 1e graad secundair onderwijs): Deze klassen zullen gedurende 1 week een papieren pakket ontvangen met daarin 15x DM, 15x DS, 15x GVA, 15x HBVL, 15x HLN en 15x HN, 3x Metro en 1x BRUZZ. De Tijd, Knack en Humo worden uit dit papieren pakket genomen.

Aanvullend kunnen zij een digitaal pakket aanvragen met daarin alle bronnen, met uitzondering

van De Tijd. Nadien krijgen zij nog 2 aansluitende weken met enkel digitaal.

De verdeling voor 14-18+ jarigen (2e en 3e graad secundair en volwassenenonderwijs): de papieren exemplaren beperken zich tot 1x Knack, 1x Humo en 1x BRUZZ. Deze doelgroep krijgt geen kranten op papier, maar wel drie magazines om tijdens hun papieren week te ontdekken. Voor deze doelgroep zetten we volledig in op digitaal: alle kranten en magazines kunnen digitaal gelezen worden gedurende de eerste week. Daarna krijgen zij net zoals de jongere doelgroep 2 aansluitende weken met enkel digitaal. De Tijd maakt wel deel uit van dit digitale pakket.

We willen met een gecombineerd aanbod voor 10- tot 14-jarigen deze doelgroep aanmoedigen om digitaal te ontdekken onder begeleiding van het onderwijs terwijl we hen het vertrouwde papier niet ontzeggen. De look en feel van een papieren krant zijn nog steeds een meerwaarde. Papier is in het lager onderwijs bovendien veel handiger voor groepswork en krantenprojecten. Er wordt in het lager ook nog veel meer op papier gewerkt en gecommuniceerd. Oudere kinderen en jongeren grijpen sneller naar hun smartphone en gebruiken die nu al vaak in de klas (wat niet altijd is toegestaan in lagere leeftijdsgroepen). Voor hen vormt digitaal een minder grote barrière, mede dankzij de Digisprong. De leerkrachten secundair onderwijs zijn ook al veel meer mee in het digitale verhaal: we zien dat zeer sterk in de verhouding tussen de huidige bestellingen voor lager en secundair onderwijs, waarbij leerkrachten secundair veel sneller naar digitaal grijpen.

De wereld verandert in snel tempo waarbij digitaal lezen aan populariteit wint. Jongeren consumeren nieuws ook voornamelijk online. De logische stap is om meer in te zetten op de digitale componenten om meer aan te sluiten bij de digitale leefwereld van jongeren. Toch benadrukken we dat er ook rekening moet worden gehouden met de realiteit: mensen willen nog steeds papier lezen, zeker ook in de context van het onderwijs. En een aantal studies toont aan dat men beter begrijpt (en onthoudt) wanneer men iets op papier leest dan wanneer men hetzelfde op het scherm ziet. Tot slot geven leerkrachten aan dat ze nog steeds zeer graag met papier aan de slag gaan en zij zijn uiteindelijk degenen die zich moeten engageren.