

artificiële
intelligentie

mediawijs

online
privacy

AI GELETTERDHEID VAN A TOT I

Leo Van Audenhove, Leona Craffert, Lotte Vermeire



VRIJE
UNIVERSITEIT
BRUSSEL



UNIVERSITY *of the*
WESTERN CAPE

Vier manieren waarop we AI tegenkomen

DOOR JOU GEBRUIKT

BEWUST

Je weet dat AI erbij betrokken is

Tools die je zelf kiest

- Chatbots: ChatGPT, Claude, Gemini
- Generatoren voor beeld, video en audio
- Schrijf- en vertaalassistenten

Grootste potentiële handelingsruimte: jij kiest, stuurt bij en kunt stoppen.

OP JOU TOEGEPAST

Beoordeeld door AI waarvan je weet

- AI-gescoorde videosollicitaties
- Chatbots aan overheidsloketten
- AI-proctoring bij online examens

Je weet het, maar stuurt zelden bij. Betwist en vraag menselijke herbeoordeling.

ONBEWUST

Je weet misschien niet dat het er is

AI in tools die je gebruikt

- Autocomplete en spellingcontrole
- Camera en fotoverbetering
- Rangschikking van zoekresultaten

Dagelijks gebruikt, zelden opgemerkt. Bewustzijn komt eerst.

Systemen die ongezien op jou inwerken

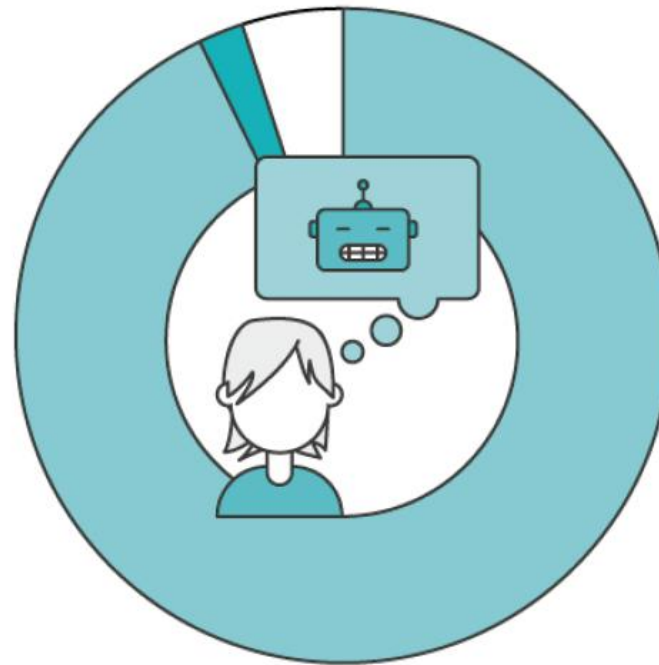
- Feeds van sociale media en streaming
- Kreditscore en fraudedetectie
- Risicoprofilering bij uitkeringen

Minst zichtbaar, minst individuele handelingsruimte. Vraagt rechten en collectieve actie.

Zichtbaar of verborgen: weet je dat AI in het spel is? Door jou gebruikt of op jou toegepast: wie heeft de controle?

Digitale trends in Vlaanderen

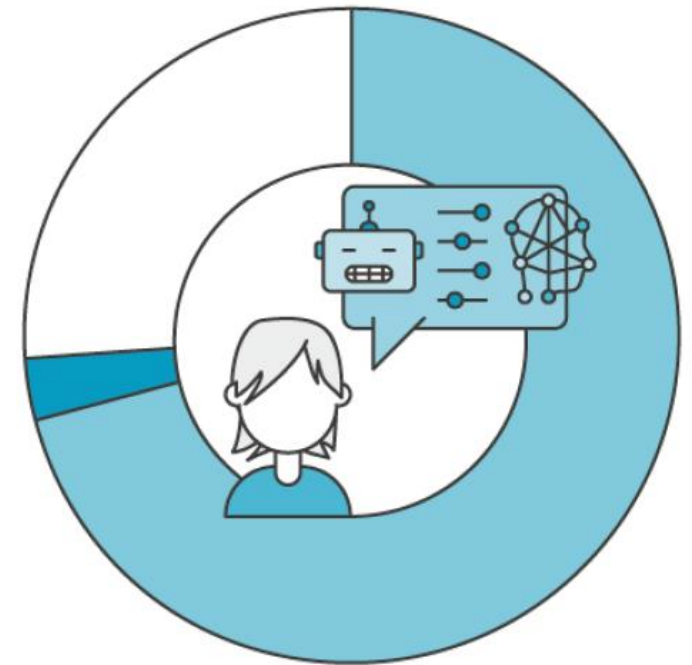
2024 2025 2024 2025



95% 

kent

het begrip AI



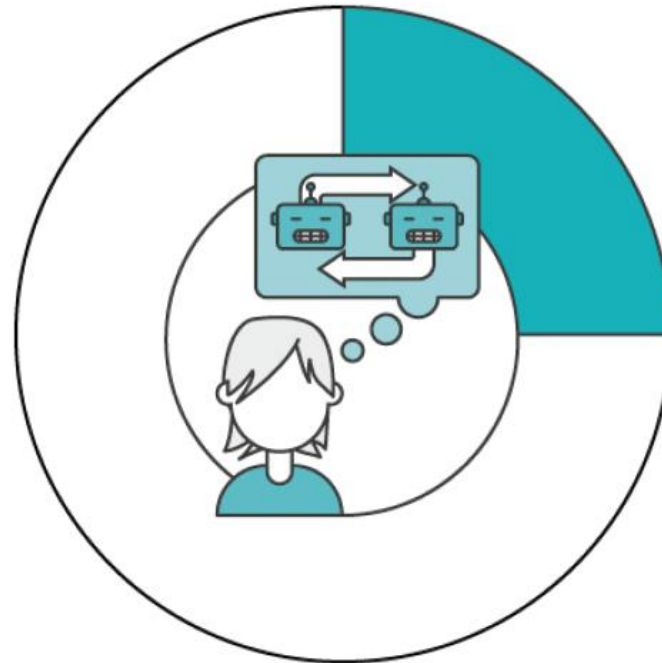
74% 

kan uitleggen

wat het begrip AI betekent

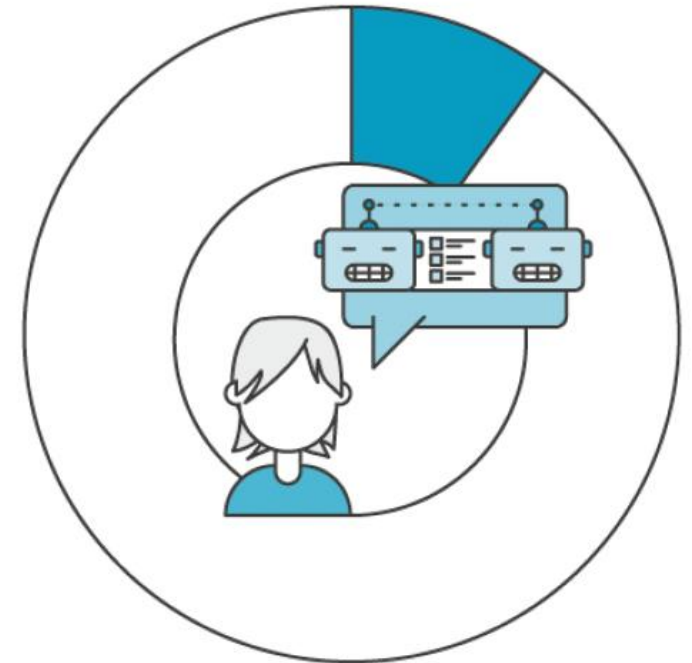
Digitale trends in Vlaanderen

2024 2025 2024 2025



25%
kent

het begrip 'agentic AI'



10%
kan uitleggen

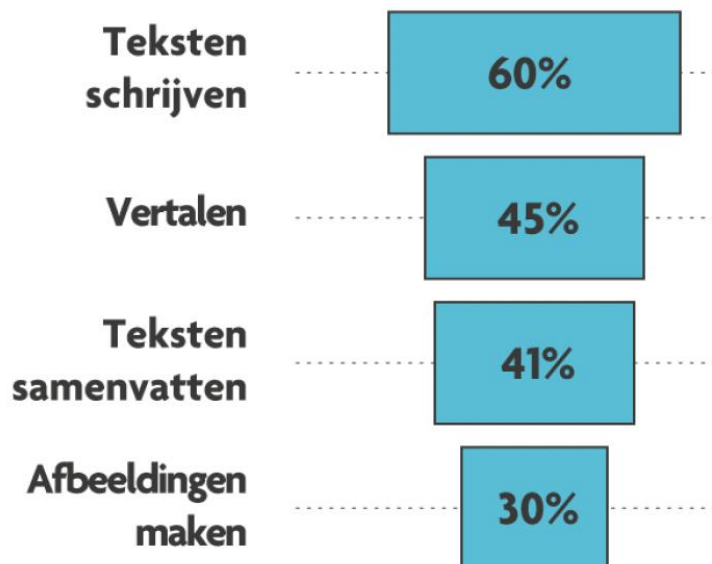
wat het begrip 'agentic AI' betekent

Efficiënter info vinden en productiviteit zijn belangrijkste redenen voor gebruik van generatieve AI*

Efficiënter info vinden



Productiviteit



Andere

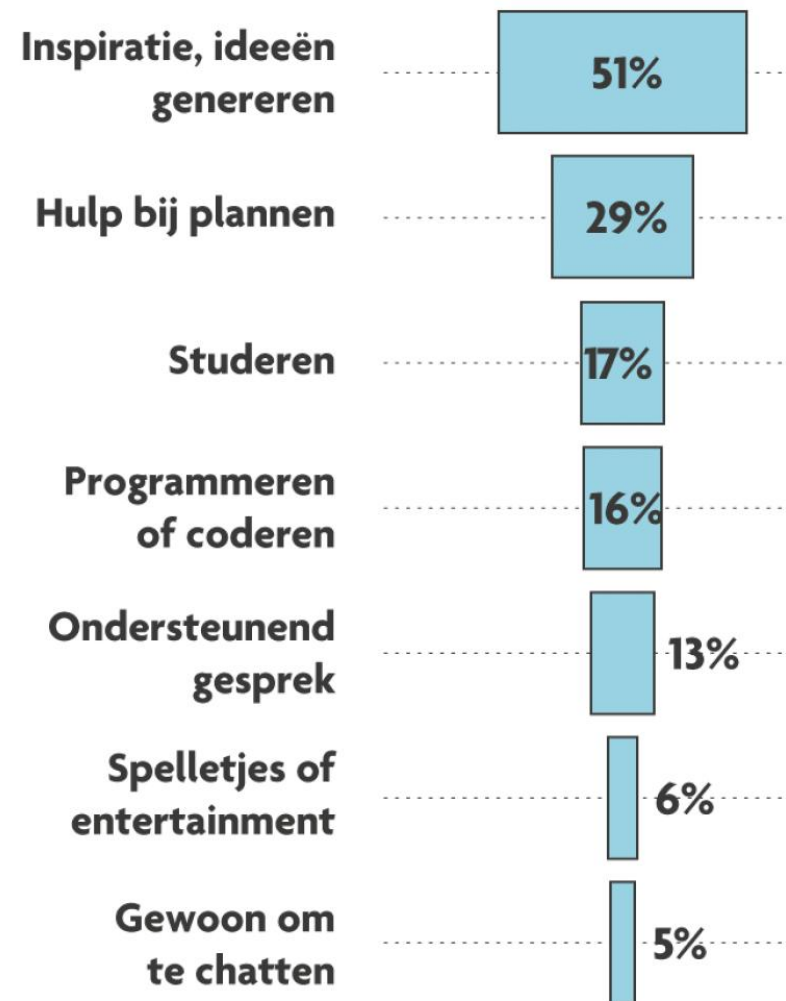


FIGURE 25: AWARENESS OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE (AI)

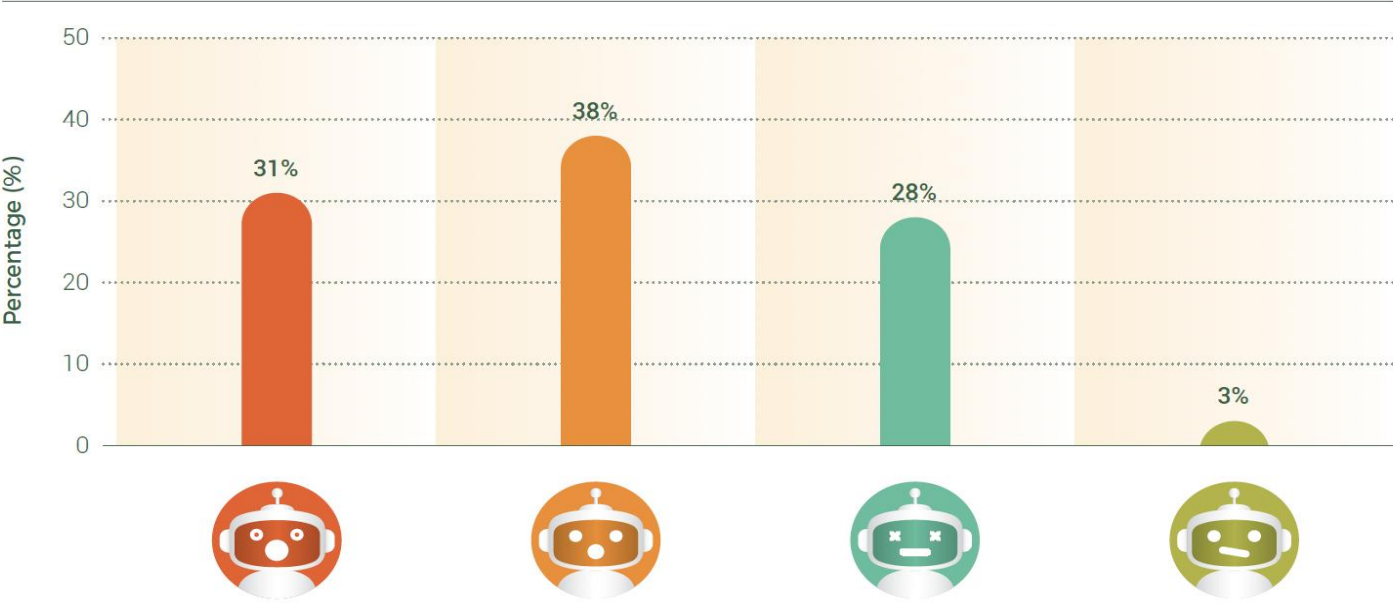
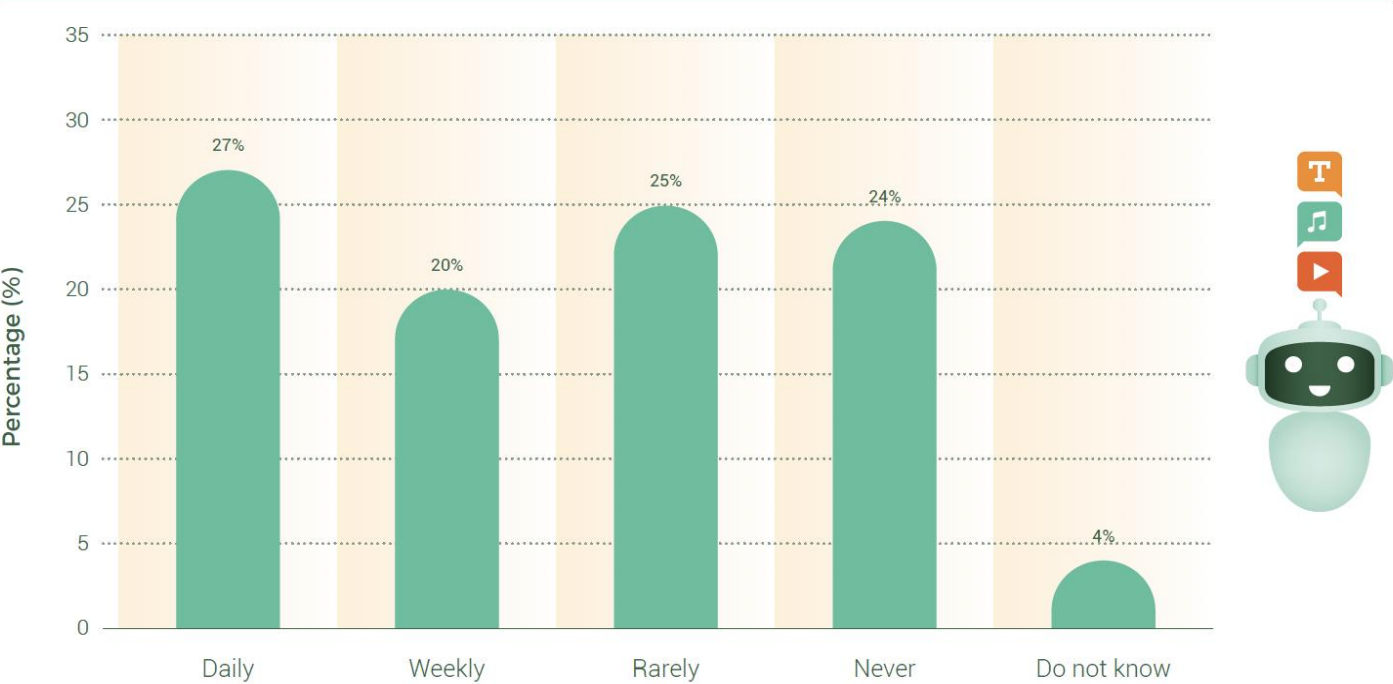


FIGURE 26: FREQUENCY OF USING GENERATIVE AI FOR TEXT, AUDIO AND VIDEO CREATION



CoLab for e-Inclusion and Social Innovation

Digital engagement in South Africa:

Current landscape and readiness outlook in four provinces

August 2025

The infographic features a large, stylized circular graphic composed of overlapping segments in various colors (green, orange, brown, grey). Inside the circle are icons representing digital engagement: a Wi-Fi signal, a smartphone, a group of people, a gear with a play button, and a cloud with data lines. Below the circle are logos for vliruos, University of the Western Cape, imec-mict-ugent, and VUB SMT.

vliruos

UNIVERSITY OF THE WESTERN CAPE

imec-mict-ugent

VUB SMT STUDIES IN MEDIA, INNOVATION & TECHNOLOGY RESEARCH GROUP

FIGURE 27: FEELINGS ABOUT INCREASED USE OF AI IN DAILY LIFE

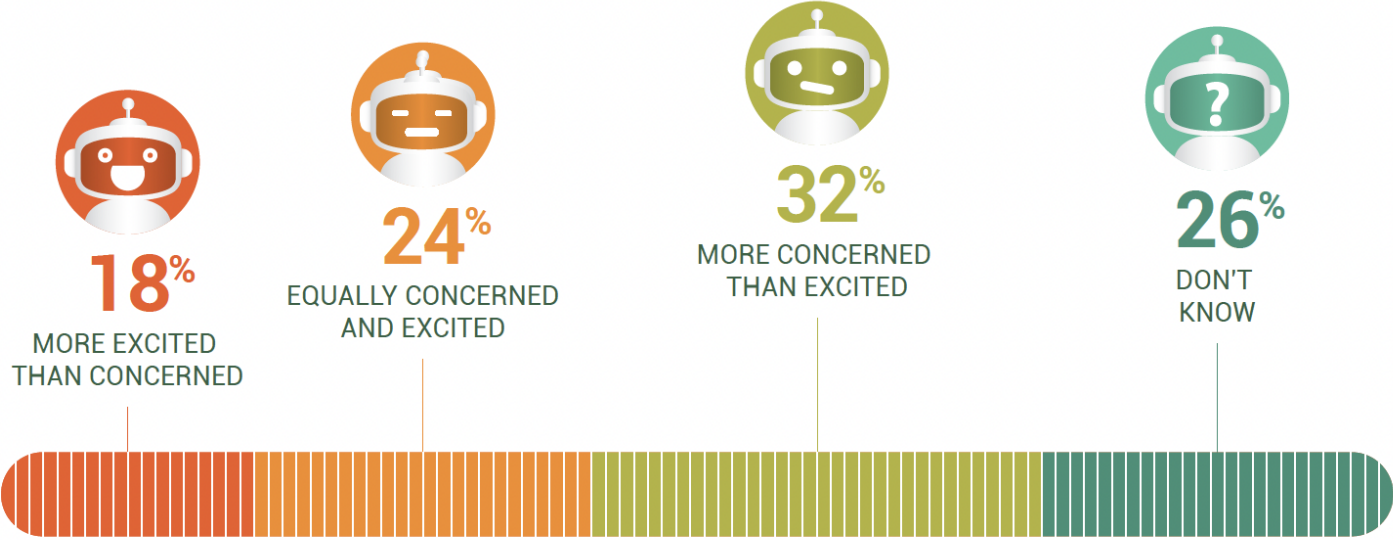
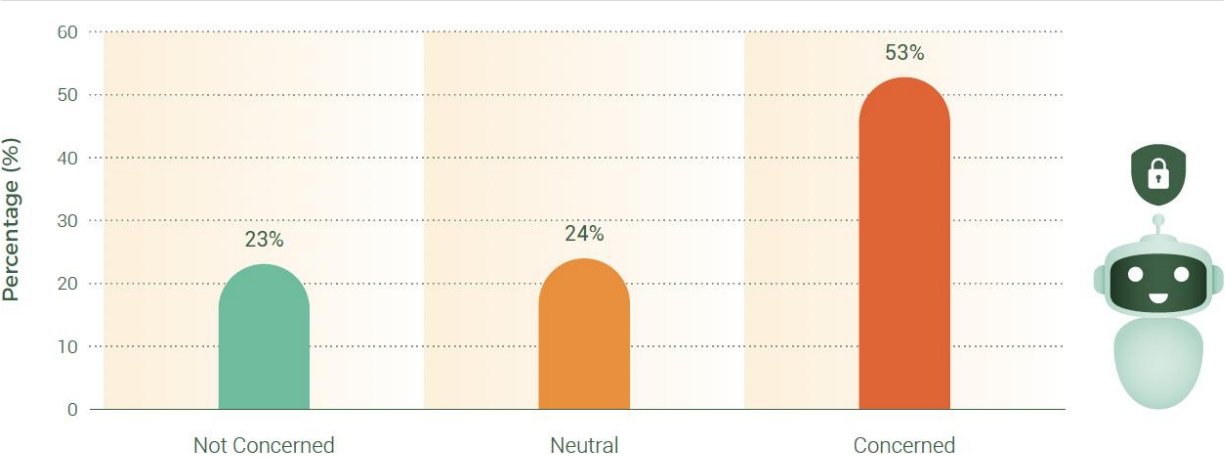


FIGURE 28: CONCERN ABOUT AI'S INFLUENCE ON PRIVACY



KEY INSIGHTS

Public understanding is not keeping pace:

AI has entered public discourse and, for many, daily life through generative tools – but familiarity and understanding remain limited. This gap between surface-level awareness and active engagement suggests that AI's integration into society is outpacing people's capacity to critically assess or fully participate in its use.

Public sentiment is cautious, not resistant:

While concern outweighs excitement for many, the prevailing mood is ambivalence or uncertainty rather than opposition. Notably, lower-than-expected privacy concerns – compared to other digital technologies – may suggest limited understanding of AI's

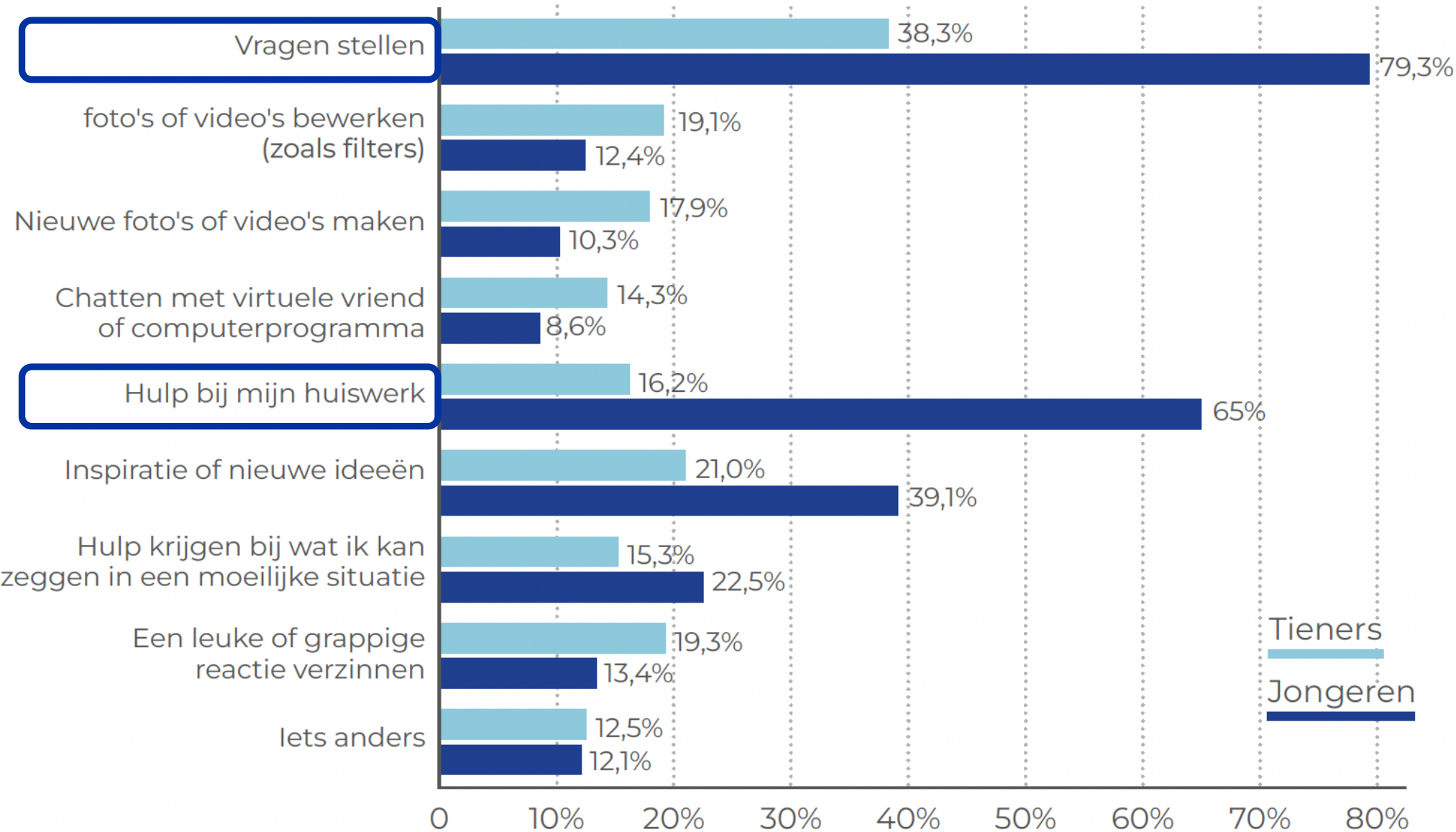
De digitale leefwereld van kinderen en jongeren

2026



	Tieners 10-12	Jongeren 12-18
Nooit	32,8%	5,9%
Maar af en toe, niet wekelijks	22,2%	16,6%
Minstens wekelijks	45,0 %	77,5%

Tabel 6: AI gebruik bij tieners (N = 830) en jongeren (N = 3025)



De digitale leefwereld van kinderen en jongeren 2026



Grafiek 17: Minstens wekelijks AI gebruik voor activiteiten, volgens tieners (Nmin=377) en jongeren (Nmin=2328) die minstens één AI-toepassing wekelijks gebruiken

De digitale leefwereld van kinderen en jongeren 2026



	Tieners	Jongeren
Ik weet niet hoe het werkt	26,6%	8,4%
Ik ken geen AI-toepassingen	18,8%	4,0%
Ik heb het niet nodig	69,9%	50,1%
Ik vind het niet nuttig	34,9%	23,3%
Het werkt niet goed	9,2%	9,9%
Ik vertrouw de antwoorden niet	47,3%	29,8%
Ik mag het niet gebruiken van mijn school	9,2%	15,9%
Ik mag het niet gebruiken van mijn ouders	15,4%	5,8%
Het maakt mensen lui en zorgt ervoor dat ze zelf niet meer nadenken	39,0%	32,9%
Het is slecht voor het milieu en klimaat	17,6%	19,5%
Het is gevaarlijk	26,3%	11,8%
Andere reden	13,7%	15,3%

Tabel 7: Redenen om AI-toepassingen weinig of niet te gebruiken, volgens tieners (N=441) en jongeren (N=661) die AI weinig of niet gebruiken

WAAROM IS AI-WIJSDEID NODIG

- ▷ Nieuwe technologie met grote maatschappelijke impact
 - ▷ Adoptie gaat zeer snel
 - ▷ Kennis en inzicht volgt met moeite
- ▷ MAAR elke nieuwe technologie nood aan nieuwe geletterdheid
 - ▷ Mediawijsheid
 - ▷ Digitale geletterdheid
 - ▷ Sociale mediageletterdheid
 - ▷ Data geletterdheid
 - ▷ Etc.
- ▷ Noodzaak tot integratie en coherente visie

MEDIAWIJSHEID

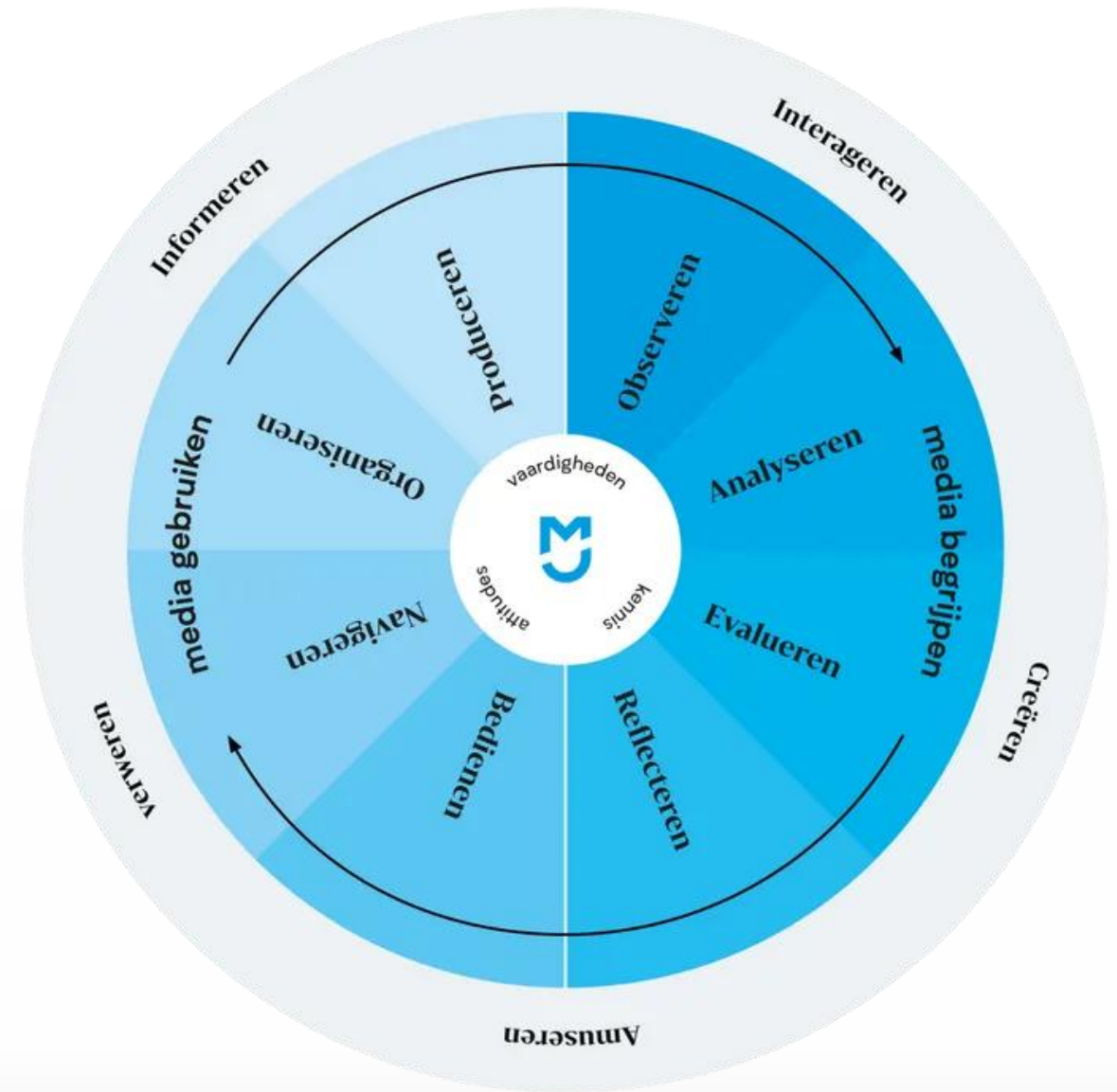
- ▷ **Mediawijsheid** is het geheel van kennis, vaardigheden en attitudes waarmee je je actief, creatief, kritisch en bewust, kunt bewegen in een modern mediasamenleving
- ▷ **Bewust en kritisch:** Je begrijpt hoe media werken en kunt nepnieuws en desinformatie onderscheiden van feiten
- ▷ **Actief en creatief:** je gebruikt media niet alleen passief, maar weet ze ook in te zetten voor eigen expressie en maatschappelijke deelname
- ▷ **Levenslang leren:** Omdat media continu veranderen blijft mediawijsheid zich ontwikkelen

MEDIAWIJS COMPETENTIEMODEL

- ▷ Attitude
- ▷ Vaardigheden
- ▷ Kennis

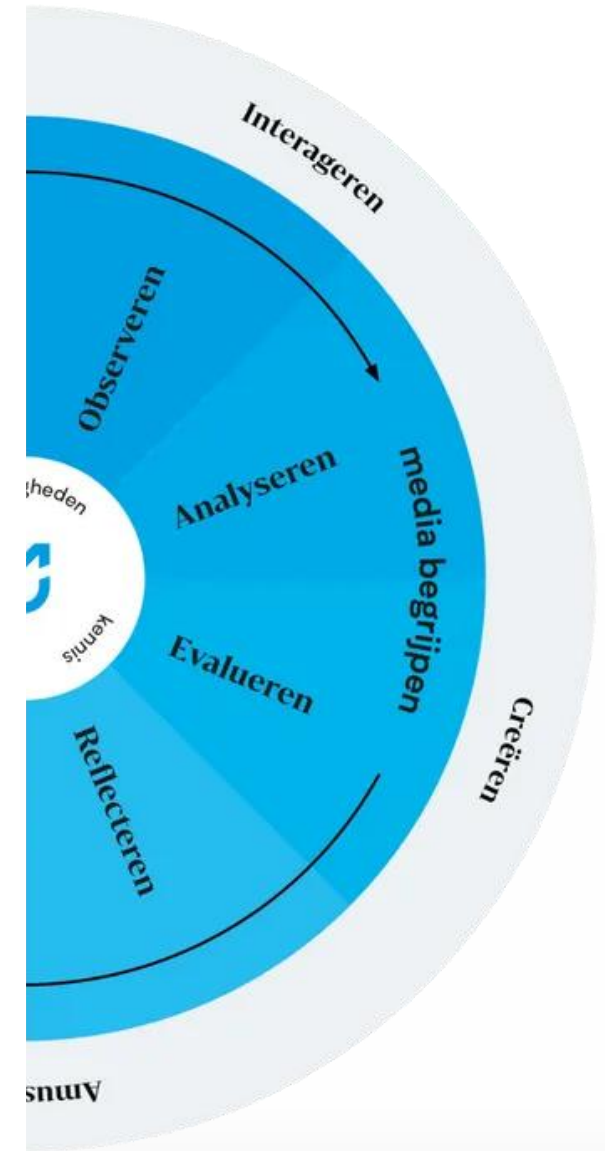
- ▷ Om zich te:

- ▷ Informeren
- ▷ Interageren
- ▷ Creëren
- ▷ Amuseren
- ▷ Verweren

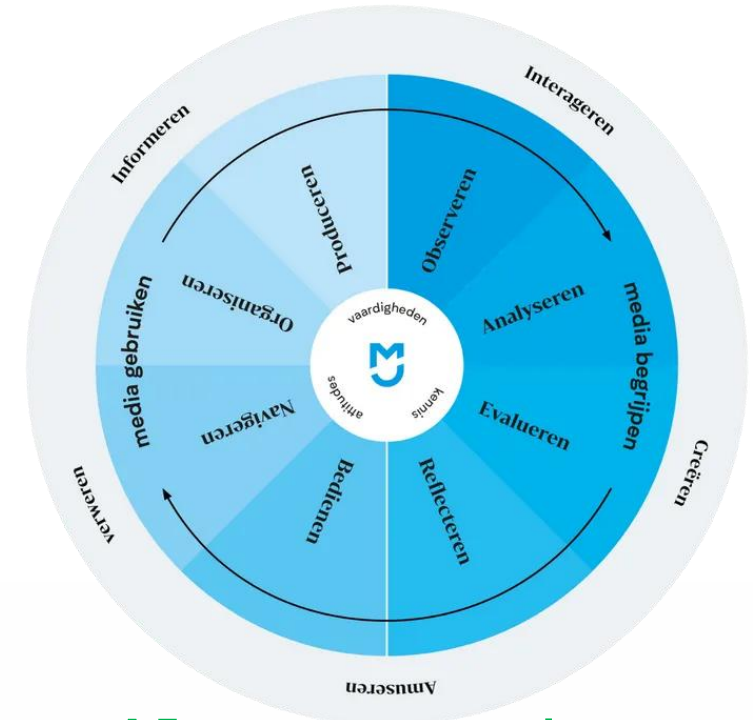


MEDIAWIJS COMPETENTIEMODEL

- ▷ Attitude
 - ▷ Vaardigheden
 - ▷ Kennis
- Om zich te:
- ▷ Informeren
 - ▷ Interageren
 - ▷ Creëren
 - ▷ Amuseren
 - ▷ Verwerken

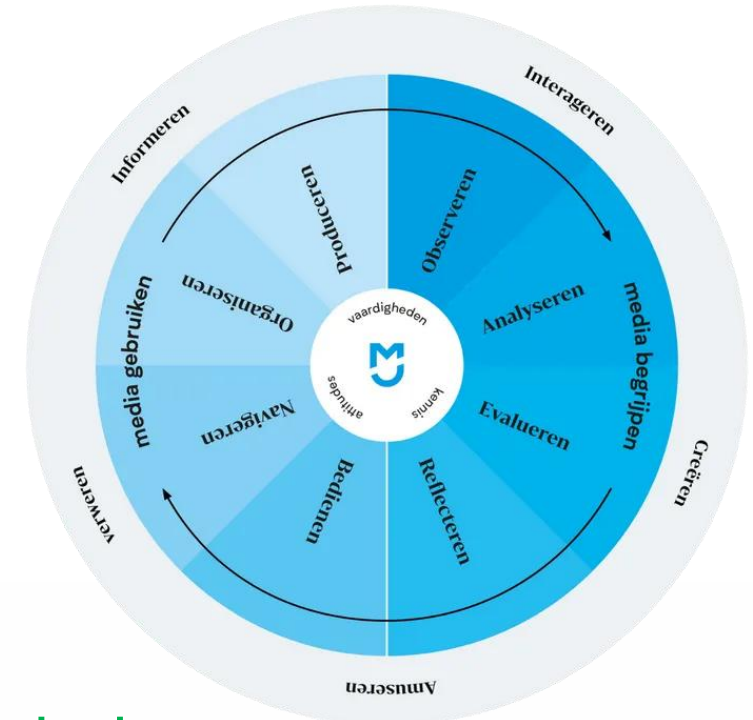


AI BEGRIJPEN: OBSERVEREN



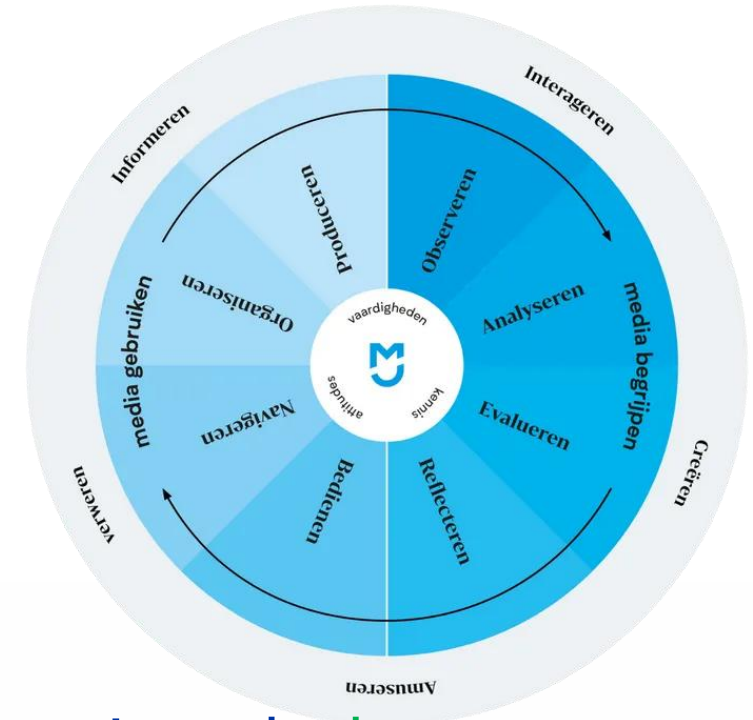
- ▶ Het is belangrijk om je bewust te zijn van hoe AI-systemen in elkaar zitten, hoe ze werken en hoe ze níét werken. AI leert patronen uit trainingsdata en voorspelt waarschijnlijke uitkomsten. Het "weet" of "begrijpt" niets zoals een mens. Als je hun effecten, (on)mogelijkheden, bereik en doelen kent, en herkent waar AI achter de schermen meedraait, kan je ze ook op de juiste manier inzetten.

AI BEGRIJPEN: ANALYSEREN



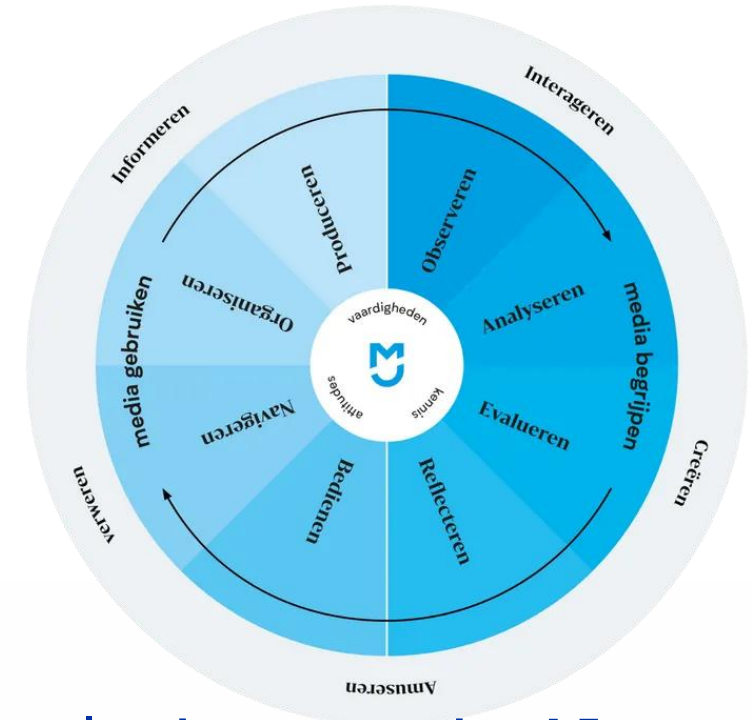
- ▶ AI-systemen zijn nooit neutraal. Ze dragen de keuzes van hun makers en de patronen, inclusief vooroordelen, van hun trainingsdata in zich. AI-output kan dus gevolgen hebben: voor wat je te zien krijgt, voor hoe groepen voorgesteld worden en voor beslissingen over mensen (bias). Door AI-toepassingen en hun output telkens kritisch te bekijken, verlies je het bredere plaatje niet uit het oog.

AI BEGRIJPEN: EVALUEREN



- ▶ Als je AI kan doorgronden en analyseren, kan je ook **de waarde van AI-output beoordelen**. Klopt een antwoord, of is het **verzonnen ("gehallucineerd")**? Is een beeld, video of stem **echt of synthetisch**? Welke AI-tools zijn betrouwbaar, en voor welke taken zet je beter géén AI in? Zo weet je welke toepassingen het meest geschikt zijn voor jouw doelen.

AI BEGRIJPEN: REFLECTEREN



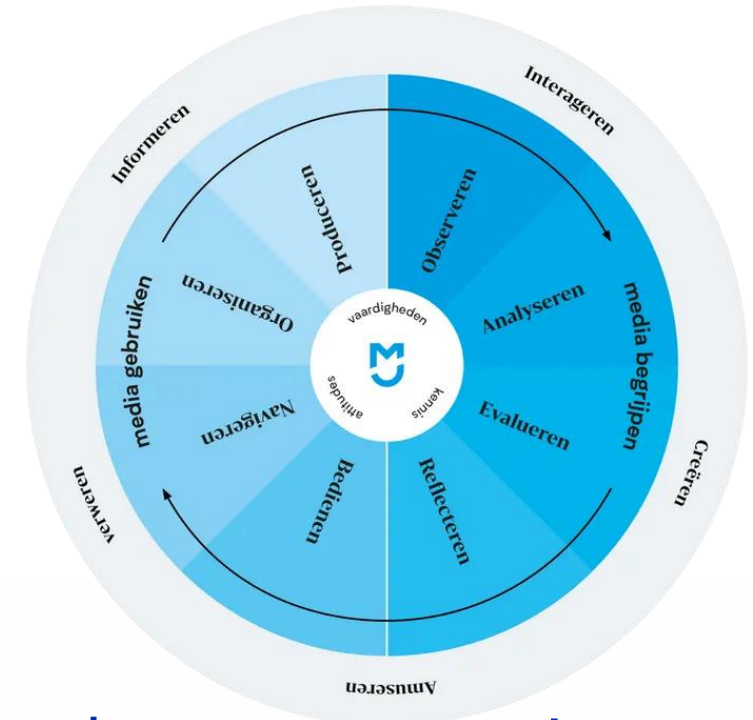
- ▶ Als gebruiker maak je deel uit van een samenleving waarin AI steeds meer meebeslist. Door hierover te reflecteren, sta je stil bij de maatschappelijke impact van AI, bijvoorbeeld op werk, democratie en milieu. Je kijkt ook naar je eigen gebruik: hoeveel je op AI vertrouwt en wat je eraan uitbesteedt. Zo kan je je eigen omgang met AI bijsturen waar nodig, en anderen daarin begeleiden.

MEDIAWIJS COMPETENTIEMODEL

- ▷ Attitude
- ▷ Vaardigheden
- ▷ Kennis
- ▷ Om zich te:
- ▷ Informeren
- ▷ Interageren
- ▷ Creëren
- ▷ Amuseren
- ▷ Verwerken

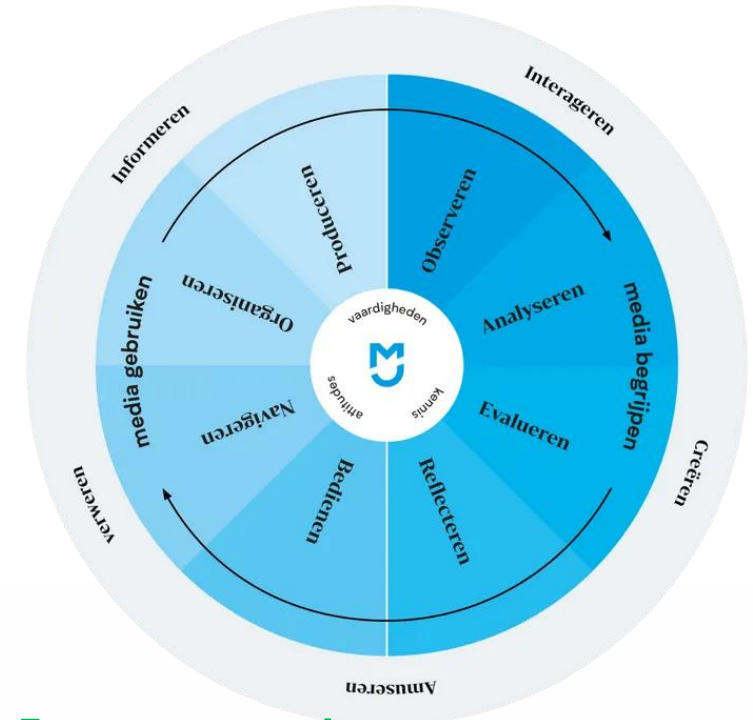


AI GEBRUIKEN: BEDIENEN



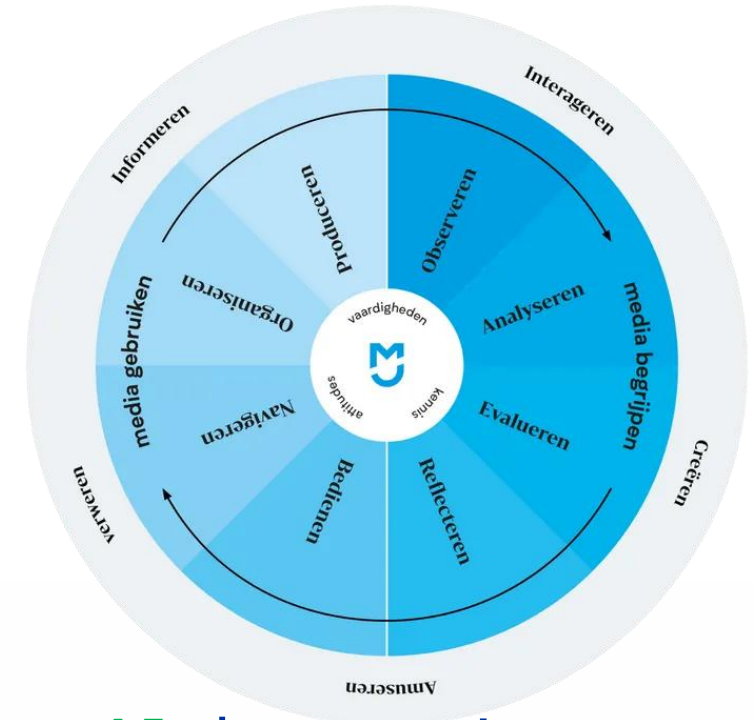
- ▶ AI kunnen bedienen: voor de meesten is het de eerste stap in het werken met AI. We hebben het dan over de "knoppenkennis" van AI. Die bestaat vooral uit taal: een vraag stellen aan een chatbot, duidelijk omschrijven wat je wil en het antwoord bijsturen tot het klopt. Ook een foto uploaden of een spraakassistent aanspreken hoort erbij.

AI GEBRUIKEN: NAVIGEREN



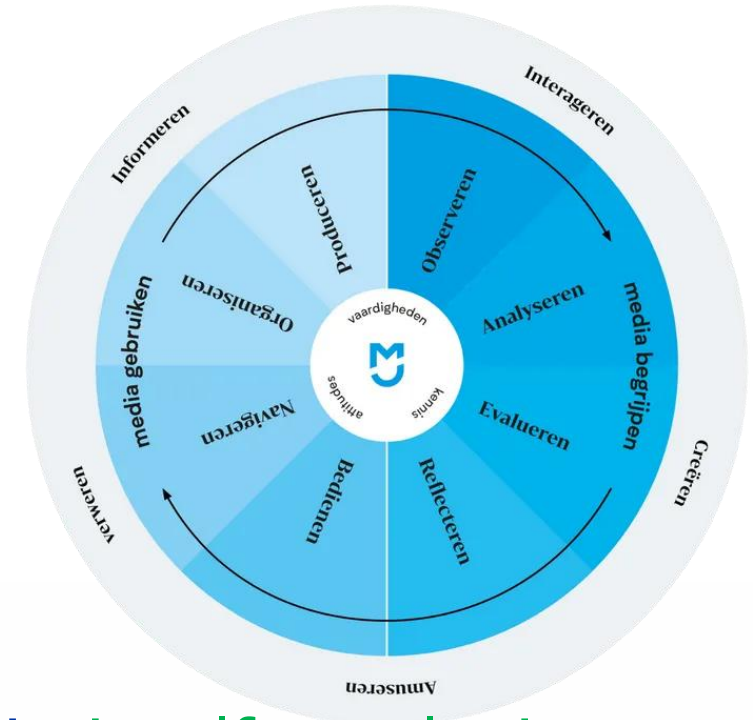
- ▶ Als je kan navigeren door het aanbod aan AI-toepassingen, weet je welke tool je voor welke taak inzet. Je weet ook wanneer je beter géén AI gebruikt. Je vindt bijvoorbeeld de AI-functie in je tekstverwerker terug. Heb je betrouwbare bronnen nodig, dan kies je bewust voor een zoekmachine of een expert.

AI GEBRUIKEN: ORGANISEREN



- ▶ Door **structuur aan te brengen in je werk met AI**, bewaar je het overzicht en kan je er makkelijker mee verder. Denk aan prompts bewaren die goed werken, je gesprekken per project ordenen of bijhouden welke stukken van een tekst met AI tot stand kwamen.

AI GEBRUIKEN: PRODUCEREN



- ▶ Als je creatief aan de slag kan met AI, kan je jezelf ontplooiën en optimaal deelnemen aan de samenleving. AI is daarbij een hulpmiddel: jij blijft de maker. Dat kan op verschillende manieren: een illustratie maken voor een presentatie, een liedje componeren, een eigen chatbot bouwen, een zelfgeschreven tekst laten nalezen, ... Wie met AI iets maakt, is daar ook open over.

MEDIAWIJS COMPETENTIEMODEL



- ▷ AI begrijpen wil niet zeggen dat je het kan gebruiken
 - ▷ AI gebruiken wil niet zeggen dat kritische reflectie verhoogt
 - ▷ AI begrijpen leidt niet noodzakelijk tot verandering gedrag
 - ▷ Kritische reflectie is geen Zwitsers zakmes
-
- ▷ Inzetten op vaardigheden én kennis én kritische reflectie
 - ▷ Om autonoom handelen en 'agency' te verhogen

WAT MAAKT AI ANDERS

- ▶ Mediawijs: Wie heeft informatie gemaakt, met welk doel, voor welk publiek, en met welke framing?
- ▶ AI-wijsheid
 - ▶ Geen vaste boodschap, verandert constant op basis van
 - ▶ Data en algoritmes die bias bevatten
 - ▶ Gepersonaliseerd op basis van wie wat vraagt
 - ▶ Presenteert vaak één wijsheid / antwoord
 - ▶ Processen erachter vaak onzichtbaar
 - ▶ Moeilijk te beoordelen met klassieke “checking” methodes
 - ▶ Vraagt expliciete actie van gebruiker

WAT ZIJN DE GROTE THEMA'S

- ▷ Denkwerk uitbesteden (Cognitive outsourcing)
 - ▷ Wat besteed je uit? Met welke gevolgen op denkvermogen?
 - ▷ Welke bevolkingsgroepen met welke gevolgen?
- ▷ Mentale gezondheid
 - ▷ AI als gesprekspartner, vriend of therapeut
 - ▷ Chatbots en AI die vooral 'pleasen'
 - ▷ Digitaal welzijn en weerbaarheid
- ▷ Privacy
 - ▷ AI lijken op menselijke gesprekspartner
 - ▷ Delen van informatie voelt natuurlijk aan

ONDERWIJS: LEERKRACHTEN (N=23)

- ▷ Nadruk op belang van beleid rond AI in onderwijs
 - ▷ Onzeker over verantwoordelijkheid binnen curriculum
 - ▷ Gezien nadruk op LLM vaak taalleerkrachten
 - ▷ Voelen zich niet onderlegd en gewapend
- ▷ Onduidelijkheid over belang technische vs kritische kennis
 - ▷ Onenigheid en verwarring binnen onderwijsveld
 - ▷ Nood aan leerlijn: Welke kennis op welke leeftijd?
 - ▷ Nood aan experimentele reflectieve pedagogie
- ▷ Kritisch denken als centrale competentie
 - ▷ Menselijk toezicht, misinformatie en blind vertrouwen
 - ▷ Jongeren die meest baat zouden hebben, vaak minst kritisch

ONDERWIJS: JONGEREN 10-13 JAAR (N=60)

- ▷ Rudimentaire kennis en begrip van genAI
 - ▷ ChatGPT, Google, creatieve toepassingen, huiswerk
- ▷ Rudimentair begrip van gevaren (vb. milieu, onjuistheden)
 - ▷ Vaak ingegeven door ouders en leerkrachten
 - ▷ Sommigen herkennen fouten/onjuistheden
 - ▷ Sommigen dubbelchecken informatie
 - ▷ Ouders, anderen, zelf-verificatie
 - ▷ Jongeren die het NIET mogen gebruiken, checken minder
- ▷ Als ze het gebruiken, ruime ingang
 - ▷ Snapchat AI, ChatGPT (ook al mag het niet)
 - ▷ AI gewaardeerd voor gemak, hulp, responsiviteit, creativiteit

ONDERWIJS: JONGEREN 14-18 JAAR (N=58)

- ▷ Sterkere kennis en begrip van GenAI (minder AI)
 - ▷ Erkennen hun eigen kennis als basis en oppervlakkig
 - ▷ Erkennen dat AI onderliggend is marketing en personalisatie
- ▷ Bezorgd om negatieve aspecten
 - ▷ Privacy, manipulatie en 'creepy' gedrag
 - ▷ Onjuistheden in antwoorden GenAI
 - ▷ Fatalistisch over eigen mogelijkheden om te sturen
 - ▷ Bezorgd over toekomst van werk
- ▷ Gebruik vindt ruime ingang
 - ▷ AI gewaardeerd voor gemak, entertainment, responsiviteit
 - ▷ Verwachten/wensen sturing van expert(-leerkrachten)
 - ▷ Erkennen dat die er vaak minder van weten dan zichzelf

CONCLUSIES

- ▷ Optimistisch, bezorgd & fatalistisch
 - ▷ Optimistisch om mogelijkheden
 - ▷ Bezorgd om milieu, privacy, onjuistheden
 - ▷ Fatalistisch over mogelijkheid tot sturen
- ▷ Kennis en inzicht lopen achter op effectief gebruik
 - ▷ Kritische kennis alleen onvoldoende
 - ▷ Moet toegepast worden op AI en GenAI
- ▷ Nood aan regulering
 - ▷ Vrijwaren agency van burgers
 - ▷ Vrijwaren privacy en data van burgers
 - ▷ Vrijwaren neutraliteit van informatie en kennis



Leo Van Audenhove
Leo.Van.Audenhove@vub.be



VRIJE
UNIVERSITEIT
BRUSSEL