

MW@VRT

Actieplan

DC / 18 december 2012

Philippe Van Meerbeeck
Corporate Strategie

Doelstelling

- Presentatie Actieplan Mediawijsheid
- Validering

Overzicht

- Definitie Mediawijsheid
- Doelstellingen *MW* in BHO
- Wie zijn de actoren? Wat doen we al?
- Actieplan *MW@VRT*
- Validering

Definitie MW

- Mediawijsheid is het geheel van **kennis**, **vaardigheden** en **attitudes** waarmee burgers zich bewust en kritisch kunnen bewegen in een complexe, veranderende en gemediatiseerde wereld
- Het is het vermogen tot een **actief** en **creatief** mediagebruik dat gericht is op maatschappelijke **participatie**

Criteria MW

- **Toegang** tot media
- **Technische beheersing** van media
- **Kritische** omgang met media
- **Communicatief** gebruik van media

Doelstelling BHO

- VRT draagt in verlengde van educatieve opdracht bij tot *MW* van Vlaming (SD23):
 - in algemeen aanbod (23.1)
 - in samenwerking met stakeholders (23.2)
 - via aangepast aanbod voor kinderen, jongeren, digitale inwijkelingen + kansen tot (co)creatie (23.3)

Actoren MW

- Dept. MEDIA: Kenniscentrum MW, LINC vzw, REC Radio, VIAA*
- Dept. ONDERWIJS: Agentschap Onderwijs Communicatie, CANON Cultuurcel, Platform voor Mediawijsheid Ingebeeld
- Dept. CJSM: BAM (Beeldende, Audiovisuele, Mediakunst), VIAA*
- Middenveld: onderwijs, vorming, zorg & erfgoed instellingen, openbare bibliotheken,...
- Omroepen: VRT, andere

Wat doet VRT al?

- *7de Dag, Koppen, Villa Vanthilt, Ook Getest op Mensen, Volt, Safer Internet Day, EUscreen, Radio Maken, Nieuw Talent, Meeting The Audience, Radio Tomorrowland, Wild Bunch, Mash Up, Topstarter, Hautekiet, De Volgelingen, De Grootste Helpdesk, Alles over e-Dinges, Friedl's Online Leesclub, Speak up, De 327, ...*
- **Toenemende aandacht & aantal items MW**
- **Toenemende *participatie*: FB, Twitter,...**
- **MAAR we weten & zeggen het NIET...**
- *Benchmark BBC Learning*

Actieplan MW

- Spoor 1: **Algemene Programmering**
- Spoor 2: **Participatieve Projecten**
 - *Kinderen, Jongeren, Digitale Inwijkelingen*
- Spoor 3: **Samenwerking**
 - *Urban radio, Ingebeeld*
 - *Digitale Week, Kenniscentrum, VIAA*

Spoor I

Algemene Programma's

Acties MW in AP

- Hoe **identificeren** we aanbod als MW?
- Hoe maken we **bewust** over MW?
- Hoe **informereren** we over MW?

Identificatie MW

- Via gerelateerde trefwoorden
- Definiëren subset van MW items voor rapportering en terbeschikkingstelling
- *Opzoeken & definiëren subset: D&A*
- *Valideren met Kenniscentrum MW: BHB/ Studiedienst*

Bewustmaken MW

- Campagne 'Mediawijs?'
- Infosessie ism MW ambassadeurs/experten
- Externe actie: *Digitale Week*
- Participatieve actie: *Deel je dag*
- Handleiding MW
- Kennisbank MW

Mediawijs?

- Campagne om medewerkers vertrouwd te maken met MW
- Focus op wat we al doen, en waarom MW belangrijk is
- 3-5 x 1 min. animatiespots, stijl 'Het Laatste Woord'
- http://www.youtube.com/watch?v=0r34E_AyMwQ&feature=endscreen
- *Wie? Communicatie ism Marketing, BHB en VRT netten*
- Timing: Digitale Week - April 2013

MW voor *dimemies*

- Infosessie voor programma medewerkers: *'hoe maak ik mijn aanbod (meer) mediawijs'*
- Casestudies & hands on training door in/externe experts (Mediawijzer.net, BBC Learning)
- *Wie? O&O, Communicatie, BHB*
- Timing: 1x jaar tijdens Digitale Week

Digitale Week



digitale week

VAN ZATERDAG 20 TOT
VRIJDAG 26 APRIL 2013



Kijken naar de toekomst

LINC vzw

- Steunpunt voor nieuwe geletterdheid
- **L**ezen, **I**nformatie, **C**ommunicatie
- Leespromotie, Mediawijsheid
- Stimuleringsproject MW =< Kabinet Lieten
- Organiseert jaarlijks Digitale Week

Digitale Week

- 20 - 26 april 2013 / organisatie LINC vzw
- *Digitale kloof dichten, MW stimuleren, eigen aanbod in kijker zetten, nieuwe partners ontmoeten*
- 1.000 lokale acties, 15k bezoekers, jaarlijkse e-Award
- Partners: EGD, VGC, Senaat, Vlaams Parlement, Child Focus, Technofutur, Mobile Vikings, Radio 2
- Radio 2: Grootste Helpdesk, Inspecteur Decaluwé
- Radio 1, Ketnet, Jongeren: tbc Q1/2013



Britain in a Day

Geabonneerd

2617
abonnees

559888
videoweergaven

Aanbevolen

Bladeren door video's

Britain in a Day

Kanaal doorzoeken

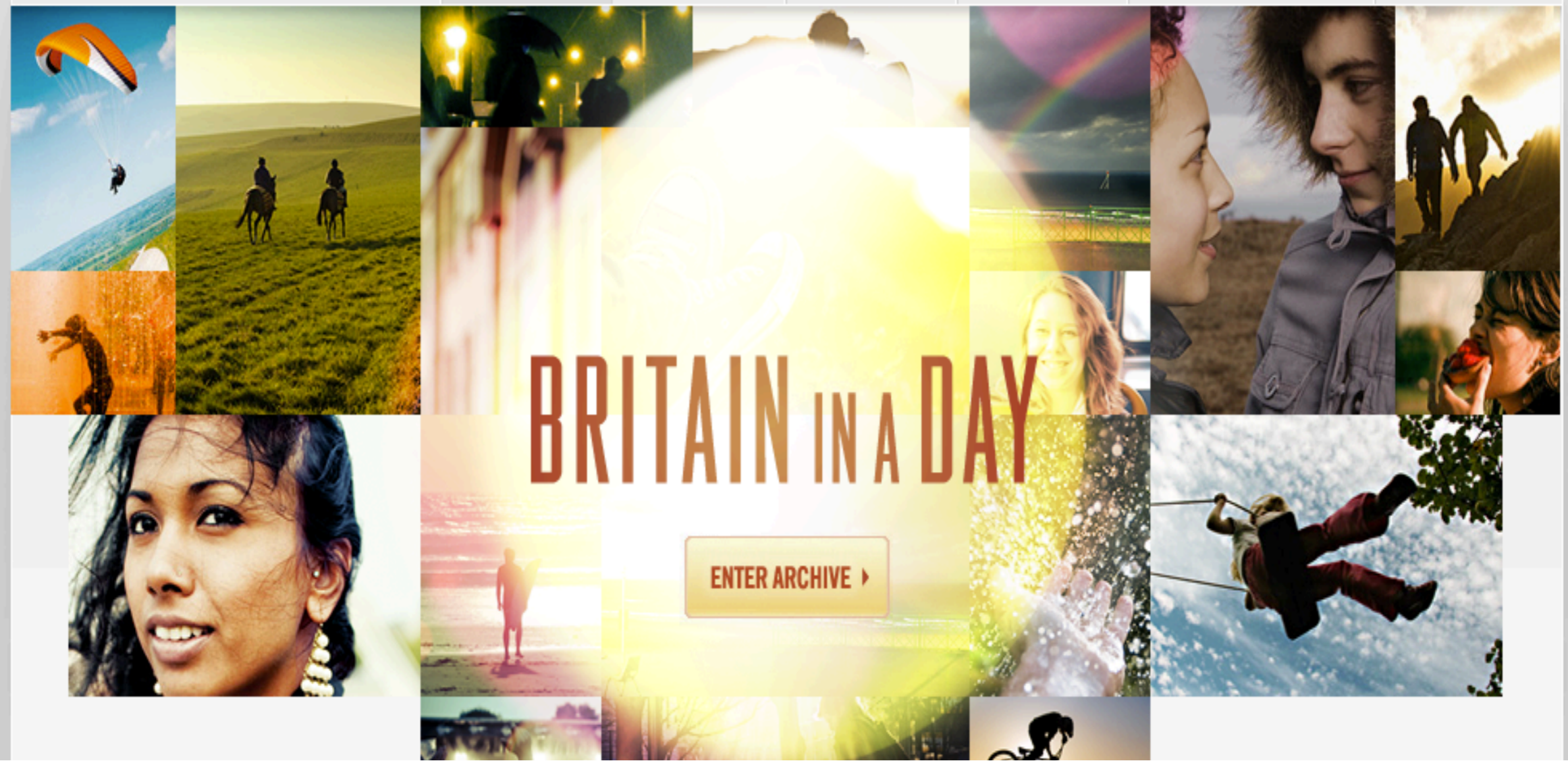
SUBSCRIBE | SHARE

HOME

TEAM

FAQS

ARCHIVE



BRITAIN IN A DAY

ENTER ARCHIVE

Deel je dag

- Optie voor participatieve actie rond MW
- Baseline: 'Deel 1 dag uit je leven'
- Cf. 'Britain in a day': 12/11/11
 - 12.000 clips, 800 uur
 - BBC2: 90' film, tv-reeks
 - 'How to' filmpjes BBC website
 - Doorzoekbaar online archief ism YouTube
- Optie voor 60 Jaar TV (31/10/2013)
- <http://www.youtube.com/user/britaininaday>

Handleiding MW

- Tips & tools over toepassen MW
- Interne handleiding voor medewerkers, programmabriefings,...
- *Wie? BHB & Studiedienst ism Kenniscentrum*
- Timing: Q3/2013

Kennisbank MW

- Online informatie & resources *basecamp*
- Best practices & curated content
- *vrt.be/mediawijs* (cf. BBC Mediawise)
- Ism Kenniscentrum MW
- *Wie? BHB, Studiedienst, Communicatie, D&A*
- Timing: Q4/2103 - 2014

Communicatie MW

- Over doelstellingen, acties & resultaten
- Nav Digitale Week, EBU Media Literacy Day, Media & Learning Conference,...
- *Wie? Communicatie, BHB*
- Timing: Q1-4/2013

Spoor 2

Participatieve Projecten

Participatieve projecten

- Veilige internetomgeving voor kinderen
- PP voor kinderen: 2/jaar
- PP voor jongeren: 2/jaar
- PP voor digitale inwijkelingen: 1/jaar

Veilig internet Kinderen

- DOEL: veilige online omgeving ketnet.be, kaatje.be, mobiele app videozone ketnet.be
- ACTIES 2013: 'how to' filmpjes, Safer Internet Day, Vet op Net filmpjes, cookies policy, security upgrade, PWC audit, AMICA beeldherkenning, campagne tegen cyberpesten,...
- SAMENWERKING met EMSOC: Use case profiel ketnet.be

PP Kinderen

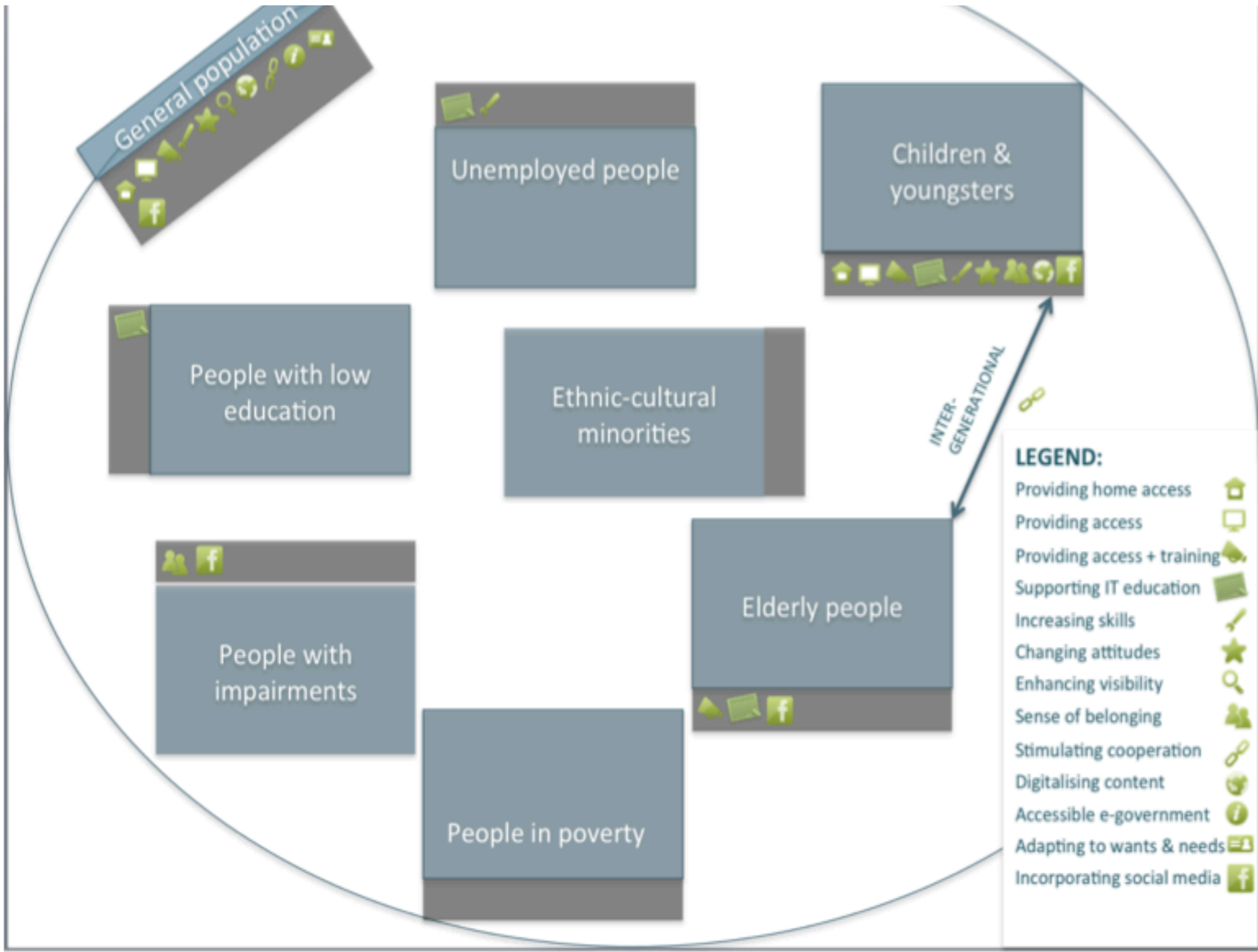
- DOEL: 2 pp/jaar
- 2012: *Het is De Max, Verhuis Ketnet Op 12, Wie wordt Wrapper,...*
- 2013: Checklist 12 + opties: app voor uploaden eigen nieuwsitems, second screen app Ketnet King Size, Kids Lab (ism KUL)

PP Jongeren

- DOEL: 2 pp/jaar
- 2012: MNM: *Radio Maken, Nieuw Talent, Meeting the Audience* - STUBRU: *Radio Tomorrowland, Wild Bunch* - CANVAS: *Mash Up*, - EEN: *Topstarter* - CANVAS & OPI2: *De 327, De Jongeren redactie,...*
- 2013: MNM: *Start to DJ, Meeting the Audience, Urban Music Event*; STUBRU: *Radio Tomorrowland, Wild Bunch*; JONG: *Speak up (tbc)*; Op12: *tbc*

Digitale Inwijkelingen

- Rapport EMSOC 2012: sociale en digitale uitsluiting lopen parallel
- Definitie: *de groep van personen die uitgesloten worden in de maatschappij ten gevolge van het niet of onvoldoende kunnen werken met nieuwe media*
- Doelgroepen: kinderen, jongeren, senioren, mensen met lage opleiding, werklozen, mensen in armoede, etnisch - culturele minderheden, mensen met beperking



PP Digitale Inwijkelingen

- DOEL: 1 pp/jaar
- 2012: RADIO2: *De Grootste Helpdesk, Alles over e-Dinges* - RADIO 1: *Friedl's online leesclub*
- 2013: RADIO2: Grootste Helpdesk, Alles over e-Dinges; Digitale Week: actie tvv Digitale Inwijkelingen ism Kenniscentrum

Bestendigen MW

- *Welke elementen nemen we mee naar nieuw aanbod?*
 - Identificeren + oplistten
 - Input voor programma briefings, Handleiding + Kennisbank MW
 - *Wie? BHB, Studiedienst*

Informeren over *MW@VRT*

- Periodiek overleg met externe actoren MW
 - Ism Kenniscentrum *MW*
 - (Half)jaarlijks, bij start nieuw seizoen
 - *Wie? BHB, Studiedienst*

Spoor 3

Samenwerking

Samenwerking MW

- 2 trajecten
 - *Urban radio*
 - *Ingebeeld*
- Digitale Week ism LINC vzw
- Kenniscentrum MW
- VIAA

Urban radio

- STRAK: pop up studentenradio Leuven
- vzw Radio XP – Radiohuis Leuven
- REC Radio: tbc
- MNM: UrbaNice, Urban 50, Let's go urban
- *Rapportering: Media/Radio, BHB*

[Home](#) > [Zelf doen](#) > [Verwoord/verbeeld](#) > [Studentenfilm - Sprakeloos](#)

STUDENTENFILM - SPRAKELOOS



Studentenfilm "Sprakeloos", door Daisy Bindels, Carmen A- en Annick Janssen.



[Vorige](#)



[Volgende](#)

1. **Introductie**

[1.1 Introductie](#)

2. **Over de studentenfilms**

[2.1 Over de studentenfilms](#)

3. **Over de stage**

INgebeeld
Platform Mediawijsheid

INgebeeld.be

- Pilotproject met AOC – Onderwijs (sept. 2012-13)
 - 3 trajecten lerarenopleiding + stageschool
 - Gebruik VRT content: WOI/II, andere...
 - Co-creatie met *Publiek Geheim*
 - *Inbreng VRT: 1 producer FT + archief (max. 100 items)*
 - Structurele samenwerking 2013-16: *na evaluatie piloot Q3/2013*
 - *Rapportering: AOC/Canon Cultuurcel, BHB*

Stimuleringsprojecten MW

- *Educentrum, **LINC**, Link i/d kabel, Mentor, SPK, TONUSO* ≤ €650k/2 j van Kabinet Media
- *MW bij kwetsbare doelgroepen: jeugdzorg, kansarmen, wijkzorg, mensen met beperking,...*
- *Samenwerking tvv Digitale Inwijkelingen ihkv Digitale Week met LINC vzw*
- *Rapportering: BHB, Studiedienst*

Kenniscentrum MW

- Partners: iMinds-Digital Society, iMinds-ICRI KU Leuven, Cemeso Vrije Universiteit Brussel, MIOS Universiteit Antwerpen, LINC vzw, JAVI-Jeugdwerknet, Stuurgroep Volwassenen Onderwijs, MAKS, REC Radiocentrum, Thomas More, Katholieke Hogeschool Limburg, Provinciale Hogeschool Limburg
- €450k in 2013-14 <= Kabinet Lieten
- Start Q1/2013: doelgroepen jongeren, leerkrachten, senioren + testpakket onderwijs
- Online platform good practices MW
- Mogelijke inbreng VRT: info, expertise, content, samen Kennisbank MW opbouwen
- *Wie? BHB, Studiedienst, D&A*

VIAA

- Bewaren & ontsluiten Vlaams a/v erfgoed
- Media + Cultuur: 11,8 mio€ in opstartfase 2013-14 aan Waalse Krook vzw + iMinds
- Aanloop oprichting Digitaal Vlaams Archief
- VIAA & VRT
 - Digitaliseren & bewaren VRT archief (D&A)
 - Tbs VRT archief voor niet-commerciële doeleinden: onderwijs, cultuur, erfgoed, bibliotheken

Monitoring MW

- Algemene programma's: kwalitatieve rapportering met voorbeelden van programma's/items die beantwoorden aan criteria MW + Twitter Analytics
- Participatieve projecten: inventaris + kwalitatieve rapportering met vb.
- Frequentie: 1 x jaar
- *Wie? Opzoeken items: D&A. Rapportering: BHB ism Studiedienst*

Timing 2013

- Q1: overleg Kenniscentrum, LINC, VIAA
- Q2: Digitale Week
 - Campagne + Infosessie/WVS MW
 - Samenwerking rond Digitale Inwijkelingen
- Q3: Kennisbank MW, Ingebeeld
- Q4: Rapportering + evaluatie => 2014-16

ACTIE	BAU	k€	OPMERKING
Mediawijs-campagne	Communicatie/BHB	5	
Infosessie MW	O&O/BHB	3	
Digitale Week	BHB/Studiedienst/ Media	3	Actie tvv Digitale Inwijkelingen
Handleiding MW	BHB/Studiedienst	0,5	
Kennisbank MW	BHB/Studiedienst	3	Zie Kenniscentrum MW
PP Kinderen	Ketnet	-	
PP Jongeren	Jongeren/Op 12	-	
PP Digitale Inwijkelingen	-	-	Zie Digitale Week
Urban radio	Media/Radio	-	
INgebeeld	BHB/D&A	-	Valorisatie D&A: 9MM + gebruik 100 fragmenten
Kenniscentrum MW	BHB/Studiedienst	-	Zie Kennisbank MW
	TOTAAL	14,5k€	

MW@VRT: samengevat

- BHO 'slim & correct' invullen
- **AP:** we doen al veel. Zichtbaar maken & communiceren
- **PP:** we halen doelstellingen Kinderen & Jongeren. Voor Digitale Inwijkelingen bekijken we actie met LINC vzw
- **Samenwerking:** we halen doelstelling urban radio. Voor INgebeeld bepalen we structurele samenwerking na evaluatie piloot Q3/2013. We bepalen samenwerking met Kenniscentrum MW na opstart Q1/2013
- **Monitoring:** jaarlijkse kwalitatieve rapportering

Next steps

- Presentatie Mediacollege + PH Overleg
- Presentatie Kabinet Media, Dept. CSJM, AOC-Onderwijs
- Implementatie: start Q1/2013

Validering

- Actieplan *MW*
- Monitoring *MW*
- Next steps