



10 Media profielen



Wat?

Ben jij een eekhoorn, die vlot van het ene naar het andere programma springt op zijn computer, tablet of smartphone? Of eerder een egel, die zijn stekels opzet als hij het woord 'online' nog maar hoort? Kom het te weten aan de hand van de mediaprofieltest (www.mediaprofiel.be), de tien mediaprofielen en drie methodieken om met de profielen aan de slag te gaan.

Voor wie?

De tien profielen zijn ontwikkeld voor middenveld-organisaties en beleidsactoren die willen werken aan de mediacompetenties in hun organisatie of werkingsgebied. De mediaprofielen en mediaprofieltest bieden hiervoor een belangrijk startpunt.

Meer info?

Surf naar www.mediaprofiel.be
of mail naar info@mediawijs.be.



STUDIES IN MEDIA,
INNOVATION & TECHNOLOGY
RESEARCH GROUP



Vlaanderen
verbeelding werkt



Medegefinancierd door de Europese Unie
De financieringsfaciliteit voor Europese verbindingen



De digitale eekhoorn

- Handig met media, maar niet zo kritisch
- Creatief met media
- Nieuwsgierig
- Gaat op zoek naar ondersteuning
- Acrobaat





www.mediaprofiel.be

De digitale ree

- Kritisch, maar beperkt mediagebruik
- Afwachtende houding
- Koudwatervrees
- Geeft en krijgt weinig ondersteuning
- Voorzichtig

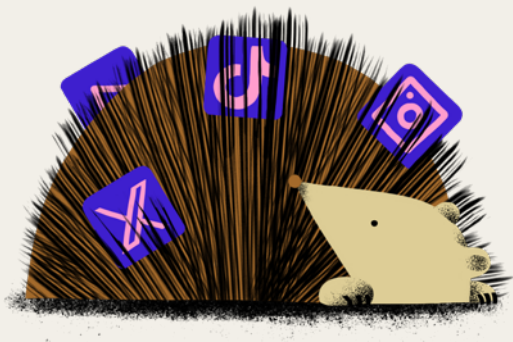




www.mediaprofiel.be

De digitale egel

- Weinig mediagebruik en -begrip
- Ziet weinig meerwaarde
- Digitale media zijn een bedreiging
- Geeft en krijgt beperkte ondersteuning
- Onbereikbaar





www.mediaprofiel.be

De digitale beer

- Basis mediagebruik en -begrip
- Hoge motivatie om mee te zijn
- Digitale evolutie gaat soms te snel
- Gaat op zoek naar ondersteuning
- Vechter





www.mediaprofiel.be

De digitale wolf

- Hoog mediagebruik en -begrip
- Zeer sterk gemotiveerd
- Produceert zelf media
- Krijgt en geeft veel digitale ondersteuning
- Leidersfiguur

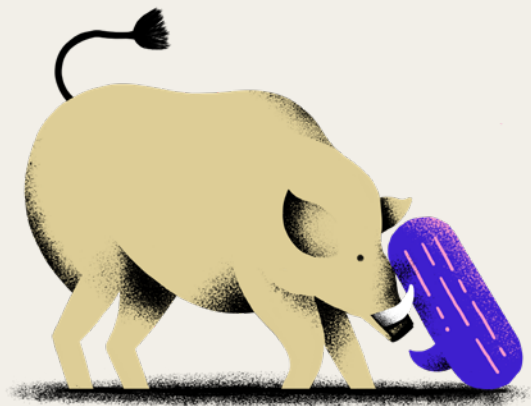




www.mediaprofiel.be

Het digitale everzwijn

- Kritisch mediagebruik
- Matig gemotiveerd om digitale media te gebruiken
- Blijft in comfortzone
- Geeft en krijgt weinig ondersteuning
- Gewoontedier





www.mediaprofiel.be

De digitale das

- Vlot mediagebruik en -begrip
- Gemotiveerd om digitale media te gebruiken
- Digitale media zijn functioneel
- Zelfredzaam, geeft weinig hulp
- Grondig





www.mediaprofiel.be

De digitale vos

- Hoog mediagebruik en -begrip
- Durver
- Gebruiken digitale media doelgericht
- Geeft veel hulp, krijgt zelf minder ondersteuning
- Zelfstandig





www.mediaprofiel.be

De gedurfde kat

- Heel kritisch, maar beperkt mediagebruik
- Eigenzinnige kijk op de digitale wereld
- Weinig interesse in de digitale wereld
- Rekent op anderen
- Verzet zich

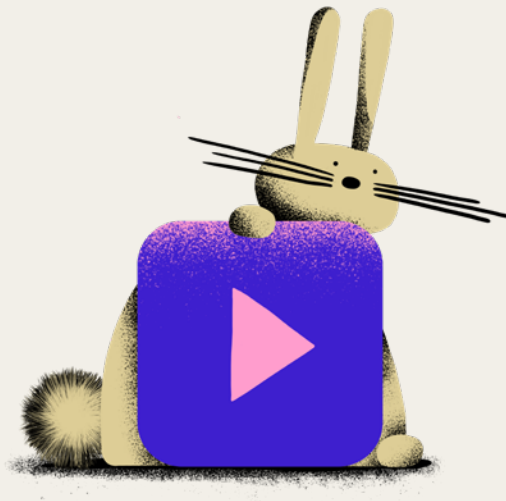




www.mediaprofiel.be

Het digitale konijn

- Bijna geen mediagebruik en -begrip
- Ziet meerwaarde niet
- Angst voor digitale media
- Geeft en krijgt weinig tot geen ondersteuning
- Onzichtbaar





www.mediaprofiel.be

Aan de slag met de mediaprofielen

Inzicht in je eigen mediaprofiel



Inzicht in het eigen mediaprofiel

Stap 1

Vorm groepen van vier personen.

Bespreek de mediaprofielkaarten:

→ Benoem de belangrijkste drempels en pluspunten van ieder profiel.

Laat de deelnemers hun **eigen profiel kiezen** uit de mediaprofielkaarten of laat iedereen de **zelftest** afnemen op www.mediaprofiel.be.

Stap 2

Laat iedere deelnemer zijn **profiel toelichten**. Klopt dit profiel of niet? Waarom wel/niet?

Stap 3

Benoem per profiel wat er nodig is om:

- je **zwakke punten** op vlak van media te verbeteren.
- je **sterke punten** op vlak van media te benutten en verder te ontwikkelen.

Denk na over welke **bijkomende vormingen of hulp** je hierbij nodig hebt en vraag naar de ervaringen in de groep.



Aan de slag met de mediaprofielen

Inzicht in de mediaprofielen van teamleden



Inzicht in de mediaprofielen van teamleden

Stap 1

Vorm groepen van vier personen.

Bespreek de mediaprofielkaarten:

→ Benoem de belangrijkste drempels en pluspunten van ieder profiel.

Laat het team hun **eigen profiel kiezen** uit de mediaprofielkaarten of laat alle teamleden de **zelftest** afnemen op www.mediaprofiel.be.

Stap 2

Laat ieder teamlid zijn eigen **profiel toelichten**.

Klopt dit profiel of niet? Waarom wel/niet?



Stap 3

Bespreek welk effect de geselecteerde profielen hebben voor jouw organisatie. Benoem wat er nodig is in de organisatie om:

→ de **zwakke punten** op vlak van media te verbeteren.

→ de **sterke punten** op vlak van media te benutten en verder te versterken.

Denk na over welke **bijkomende vormen of hulp** het team hierbij nodig heeft en vraag naar de ervaringen in de groep. Vertrek hierbij van een breed kader (toegang, kennis, vaardigheden, attitude, ondersteuning ...).

Aan de slag met de mediaprofielen

Inzicht in de ondersteuning van het doelpubliek



Inzicht in de ondersteuning van het doelpubliek

Stap 1

Vorm groepen van vier personen.

Laat iedere groep één of meerdere **profielen bespreken**, zodat de tien mediaprofielen aan bod komen.



Stap 2

Laat iedere groep zijn profiel bespreken door volgende **vragen te beantwoorden**:

- Wordt dit profiel bereikt? Welke lokale actoren bereiken dit profiel?
- Welke communicatiestrategie wordt gebruikt? Welk pedagogisch aanbod is er voor dit profiel binnen de organisatie(s), gemeente, stad of regio? Hoe sluit dit aan bij de leernoden van het profiel? Speelt men hier voldoende op in?

Stap 3

Benoem per profiel **wat er nodig** is om:

- de **zwakke punten** op vlak van media in de communicatie en de pedagogische ondersteuning te verbeteren.
- de **sterke punten** op vlak van media in de communicatie en de pedagogische ondersteuning te benutten en te versterken.