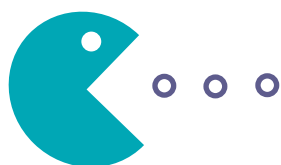


digitale week 2015

# inspiratiepakket



De Digitale Week is een initiatief van LINC vzw





# inhoudsopgave

---

## **Dancing Shoes – Feest: 10 jaar Digitale Week**

The digital party planner: organiseren van a tot z .....	8
* Verzamel inspiratie met pinterest.....	8
** Goed georganiseerd met Trello.....	10
*** Geen fuif zonder muziek.....	12
Een facebookfeestje in kinderschoenen .....	14
* Sharenting: over ouders en het delen van beeldmateriaal.....	14
The digital hand shake.....	17
** Online identiteit.....	17
Feesten van vroeger .....	19
*** Een digitale tentoonstelling.....	19

## **Digitale Sporen - Mediawijsheid en privacy**

Voorlezen krijg een nieuwe dimensie .....	24
* Een digitaal voorleesmoment.....	24
** De bomen in het e-boekenbos .....	25
*** Digitaal aan de slag met (kinder)boeken.....	27
Opvoeding en internet .....	28
* Op zoek naar informatie over opvoeden .....	28
Gezinsverhaal .....	29
** Samen schrijven/tekenen/filmen/... aan een gezinsblog.....	29
Gamefeest! .....	31
*** Samen gamen met kinderen en ouders .....	31

## **In Kinderschoentjes - Digitale Opvoeding**

Leergesprek: auteursrecht .....	36
* Op zoek naar rechtenvrije afbeeldingen .....	36
** Mag mijn foto zomaar op facebook/twitter/instagram...? .....	39
*** Creative commons, wat zijn dat voor beestjes?.....	41
Facebook: poort tot de digitale identiteit .....	43
* Tien belangrijke privacy-instellingen.....	43
Sporen uitwissen .....	45
** Doorprik je bubbel.....	45
Ieder een eigen merk .....	47
*** Videobloggen: hoe zit het in 2024 met jouw eigen merk? .....	47
Algemene aandachtspuntjes en tips .....	49
Colofon .....	50

# digitale week inspiratiepakketten 2015

---

Al voor het tiende jaar op rij organiseert LINC vzw de Digitale Week in heel Vlaanderen en Brussel. Tien dagen lang – van 20 tot en met 30 april – worden er overal te lande gratis (en bijna-gratis) activiteiten georganiseerd om de mensen wegwijz te maken in het digitale landschap. Tablets, Facebook, computermuis en wasmachine... ze passeren allemaal de revue. Maar met 10 jaar ervaring is het soms zoeken naar een creatieve nieuwe insteek. Daarom biedt LINC vzw ook dit jaar drie splinternieuwe inspiratiebundels aan.

Iedere bundel volgt één van de drie campagnesporen van de Digitale Week 2015: 'Dancing Shoes' (feest), 'Sporen' (privacy & mediawijsheid) en 'Kinderschoenen' (opvoeding). Ze bevatten telkens vier ideeën om mee aan de slag te gaan rond het thema in kwestie, variërend in lesniveau en organisatorische moeilijkheidsgraad. In november 2014 publiceerden we wekelijks één van die pakketjes.

Deze bundel bevat die drie pakketjes. Hopelijk vind je tijdens het bladeren in deze bundel een tof idee. Of liever nog: hopelijk zet wat je hier leest iets in gang en inspireert het je tot een eigen originele activiteit waarmee je jouw organisatie in de kijker kan plaatsen. Wij van LINC vzw wensen jullie alvast heel veel plezier en succes!

De activiteiten in deze bundel worden gemerkt volgens moeilijkheidsgraad.

- \* Makkelijk op te zetten en vereist weinig voorkennis.
- \*\* Vraagt al wat meer organisatie of vraagt al wat voorkennis.
- \*\*\* Deze activiteit biedt behoorlijk wat uitdaging. Zowel voor deelnemer als organisator.

We behandelen per campagnespoor enkele subthema's. Per hoofdstuk werkten we één van deze subthema's uit op deze drie niveaus. Voor de andere subthema's geven we je telkens één voorbeeld. We geven je ook enkele ideeën voor activiteiten op de crossover tussen digitale media en erfgoed.



# dancing shoes - 10 x digitale week

---

## Thema

De Digitale Week is jarig en blikst daarom terug op een spoor van digitale voetafdrukken. Sporen, je kan ze bewust achterlaten om de weg terug te vinden zoals Hans en Grietje, maar je verleden kan je ook achtervolgen zonder dat je het wenst of zelf beseft. Hetzelfde principe gaat op voor je digitale voetafdruk. Herinner je je eerste stappen online nog? Welke persoonlijke info je via sociale media hebt gedeeld? Wat zegt Google bijvoorbeeld wanneer je je naam intypt? En denk ook eens aan alle laptops, smartphones en tablets die je al hebt versleten. Of aan het grotere plaatje: hoe zijn we geëvolueerd van een verleden vastgelegd in oude fotoboeken en volksverhalen naar een digitaal tijdperk? Binnen dit algemeen kader van digitale voetafdrukken lanceren we het eerste inspiratiepakket getiteld 'Dancing shoes'. We blijven in de sfeer van onze feestelijke editie door het onderwerp steeds te linken aan feesten. Van chirofuij over kinderpartijtje tot oude volksfeesten, ze passeren allemaal de revue.

## Mediawijsheid en doelgroep

De inspiratiepakketten zijn inhoudelijk gebaseerd op de mediawijsheidscirkel, een model dat digitale vaardigheden opdeelt in vier types vaardigheden of kwadranten: techniek (technische vaardigheden), creativiteit (expressie en participatie via media), analyse (het begrijpen van de werking en invloed van media) en reflectie (kritische reflectie ten opzichte van het eigen mediagebruik). Elke activiteit raakt verschillende kwadranten aan, maar zal de nadruk leggen op één van deze vaardigheden.

Daarenboven zijn de activiteiten in dit pakket specifiek gericht op jongeren. Jongeren, alias de generatie Z<sup>1</sup>, worden veelal beschouwd als een moeilijke doelgroep als het om het organiseren van een educatieve activiteit rond digitale media gaat. Hun leerkrachten en ouders behoren namelijk tot een generatie die niet is opgegroeid met smartphones en digitale snuffjes, wat de leerlingen een voorsprong geeft op vlak van digitale vaardigheden. Daarenboven komen er steeds meer en sneller nieuwe hypes op de markt, wat het nog moeilijker maakt om bij te benen. Nochtans hebben ook jongeren nog behoefte aan begeleiding. Hoewel zij de nodige knoppenkennis (techniek) bezitten om te experimenteren met media, wijst onderzoek uit dat slechts 40% van hen binnen de schoolmuren leren hoe zij digitale media strategisch kunnen inzetten, bijvoorbeeld hoe een LinkedIn-profiel hen kan helpen om later een job te vinden. Ook creatieve vaardigheden zoals het delen van hun schrijftalent via een blog, zijn skills die jongeren niet uit zichzelf verwerven (creativiteit). Zij gebruiken media in hun vrije tijd veelal om sociaal contact te onderhouden met hun vrienden.<sup>2</sup> Maar ook daar is er nood aan extra ondersteuning, denk maar aan de privacy-instellingen op Facebook (reflectie). En zelfs al gebruiken jongeren voor schooltaken het internet (lees: Google) als informatiebron, ook in dit kader weze de jonge burger beter gewaarschuwd om alle media-inhoud met een korrel zout te nemen en verder te leren kijken dan de filter bubble groot is (analyse).

---

<sup>1</sup> <http://www.werkxyz.be/werkxyz/meer-over-de-generatie-xyz/>

<sup>2</sup> [Onderzoek Apestaartjaren 2014](#) (LINC vzw en Mediaraven)

## the digital party planner: organiseren van a tot z

---

*Er zijn heel wat organisatorische tools beschikbaar die je kunnen helpen bij het organiseren van een fuif. Of het nu gaat om plankalenders, lijstjes met recepten, moodboards of to-do-lijstjes... Het digitale tijdperk voorziet in een pak handige tips, tricks, tools en apps. Zo organiseer ook jij in een handomdraai een feest als een ware party planner! Wedden dat je vrienden jaloers zullen zijn?*

### \* verzamel inspiratie met pinterest

---

Pinterest is een visuele ontdekkingstool die je kunt gebruiken om ideeën te vinden en te delen voor al je projecten en interesses. Ideaal dus om een originele fuif te plannen en samen inspiratie te zoeken en te delen online. Het principe is simpel. Je deelt foto's en video's met anderen om te inspireren. Eens je een account hebt aangemaakt krijg je de beschikking over prikborden en punaises. De prikborden (boards) kun je allemaal een naam geven, zoals 'De beste fuif ooit' of 'Dresscode'. Nadien kan je die prikborden vol hangen en struin je met je punaises het internet af. Kom je iets tegen dat je op je board wilt plaatsen, dan kun je een foto pinnen. Je hoeft alleen maar op 'Pin It' te drukken, een omschrijving toe te voegen, de juiste board te selecteren en de foto wordt geplaatst.

*(Via deze link kan je een introductiefilmpje van Pinterest bekijken: <https://about.pinterest.com/nl> )*

Enkele voorbeelden toegepast op het feestelijk thema vind je hier.

Uitnodiging	<a href="http://www.pinterest.com/pin/532480355912519760">http://www.pinterest.com/pin/532480355912519760</a>
Barversiering	<a href="http://www.pinterest.com/explore/party-bars">http://www.pinterest.com/explore/party-bars</a>
Wegwijzers	<a href="http://www.pinterest.com/pin/343469909052994438">http://www.pinterest.com/pin/343469909052994438</a>
Dansvloer	<a href="http://www.pinterest.com/pin/223702306465391134">http://www.pinterest.com/pin/223702306465391134</a>
DIY discobal	<a href="http://www.pinterest.com/search/pins/?q=discobal">http://www.pinterest.com/search/pins/?q=discobal</a>



## Mediawijs

Jongeren zijn erg bedreven in sociale media, waarvan Pinterest er één is. Nochtans gebruiken zij deze media vooral om in contact te blijven met elkaar, terwijl deze kanalen veel meer te bieden hebben, zoals handige organisatiefuncties. Je kan namelijk vele e-mailthreads met zware bijlagen vermijden door foto's per thema te delen op Pinterest. Daarenboven beslis je volledig zelf met wie je je prikbord deelt. Het is dus perfect mogelijk om in besloten groep een fuif te plannen. Door jongeren te wijzen op het nut van sociale media behalve de sociale functie en het te gebruiken om samen een origineel fuifconcept te bedenken, scherpen zij hun creatieve vaardigheden aan. Door in een gesloten groep te werken worden zij zich ook bewust van de privacy-instellingen op dergelijke kanalen, die standaard zo ingesteld zijn dat alles wat je erop plaatst publiek toegankelijk is voor iedereen en bijvoorbeeld ook zichtbaar is via zoekmachines als Google.

## Methodiek

Laat jongeren in groepjes samenwerken op een prikbord om ideeën te verzamelen voor hun eindejaarsfeest, chirofuif of verjaardagsfeestje. Hiervoor moeten alle jongeren een account aanmaken. De opdracht kan klassikaal in groep uitgelegd worden of via instructies en online monitoring. Wijs hen op de privacy-instellingen en de keuze van een gesloten prikbord. Je kan zelf vooraf een prikbord aanmaken en koppelen aan de boards van alle groepjes. Nadien kunnen de deelnemers alle inspiratie samenleggen en tentoonstellen of met elkaar delen op het gezamenlijke prikbord. Aandacht voor het tentoonstellingsmoment is belangrijk om de jongeren een positief gevoel van betrokkenheid en trots op hun vondsten te geven, één van de vele voordelen van online content delen. De nadruk in deze activiteit ligt op het creatieve aspect en het proces van ideeën verzamelen. Let er dus op om niet te vervallen in een klassikale technische uitleg over Pinterest of bijvoorbeeld over de gevaren van auteursrechten schenden bij afbeeldingen.



## \*\* goed georganiseerd met Trello

---

Moet je een groot project organiseren, maar is plannen niet echt je ding? Vind je post-its plakken op je muur toch niet zo handig? En wat, die deadline was gisteren? Dan is Trello echt iets voor jou. Trello is een online tool om op een overzichtelijke manier projecten te beheren. Je kan het vergelijken met een prikbord, waarop je briefjes (kaarten) met 'to do's', 'in progress' en 'dones' naast elkaar plakt. Je kan ook zelf lijsten en kaarten toevoegen en benoemen, bijvoorbeeld: 'nazorg: schoonmaak' of 'vooraf: versiering'. Zo zie je in één oogopslag wat er nog moet gebeuren en wat al voltooid is. Op elk moment, want je Trello-account is beschikbaar op je pc en op je smartphone. Bovendien is het ook een sociale tool, want je kan je prikbord toegankelijk maken voor anderen en taken toedelen aan mede-organisatoren. Zo blijven alle betrokkenen op de hoogte van de vooruitgang en de to do's. In de aanloop naar een groot evenement zoals een fuif kan Trello je dus wel wat zweetdruppels besparen.

### *Help?*

[Op het welcome board](#)<sup>3</sup> vind je een voorbeeld van een uitgewerkt prikbord en een aantal tips & tricks, zowel voor basisgebruik als voor gevorderden. Via het [Trello-Helpportaal](#)<sup>4</sup> vind je handleidingen per thema. Je vindt dit portaal door op de 'i' op de blauwe balk bovenaan te klikken.

Een uitgebreide brochure over de organisatie van een evenement vind je via deze link: [http://issuu.com/poppunt/docs/concerten\\_fuiven\\_festivals\\_organiseren](http://issuu.com/poppunt/docs/concerten_fuiven_festivals_organiseren)

## Mediawijs

Studenten leren in de klas wel samenwerken via groepsworkjes, maar of dit altijd op de meest efficiënte manier verloopt, is een andere vraag. Vaak wonen zij niet in hetzelfde dorp en is het moeilijk om af te spreken. Ook de vele e-mails of berichten over elk detail dat over het hoofd werd gezien wekken dan frustraties op. Daarom is Trello een overzichtelijke tool die ook jongeren kan helpen om media strategisch in te zetten. Net zoals bij Pinterest, beslis je ook hier volledig zelf met wie je je prikbord deelt. Het is dus perfect mogelijk om in besloten groep een fuif te plannen. Door jongeren te wijzen op het nut van media, behalve de zoek- en sociale functie, en deze tool te gebruiken om samen een fuif van A tot Z te plannen, scherpen zij op een constructieve manier hun technische vaardigheden aan.

---

<sup>3</sup> <https://trello.com/board/welcome-board/4e70ad8c10018d287b007de2>

<sup>4</sup> <http://help.trello.com/?source=gethelp>

## Methodiek

Organiseer met het groepje jongeren een begeleide brainstorm rond de fuif en leg de nadruk op de inhoud: het organisatorische aspect van taken plannen, agenda en deadlines opstellen, checklists maken,... Om je een beeld te geven van wat er allemaal bij de organisatie van een evenement komt kijken, verwijzen we je graag door naar [de bijhorende publicatie van Fuifpunt](#)<sup>5</sup>. Eventueel kan je de Ambrassade, de organisatie achter Fuifpunt, betrekken als partner.

Ook de opgedane ideeën en inspiratie uit de vorige opdracht kan je meenemen. Neem vooral voldoende de tijd om je deelnemers de taken te laten verdelen en leg hierop ook de focus. Toon nadien kort hoe je dat digitaal aanpakt met Trello, zodat het duidelijk wordt dat Trello slechts een hulpmiddel is om het uiteindelijke doel te bereiken. Hiervoor kan je gebruik maken van de uitleg die je vindt op het welcome board.

Om van start te kunnen gaan moeten alle jongeren een account aanmaken. Je kan zelf vooraf een basisprikbord opstellen en de deelnemers via deze weg uitnodigen om een Trello-account aan te maken. Zij hebben dan ineens toegang tot het gezamenlijke prikbord. Het verloop van de opdracht kan je opvolgen via online monitoring door bijvoorbeeld een extra kaart met 'vragen en tips' of 'help' toe te voegen. Om het project mooi af te sluiten kunnen de deelnemers tijdens een evaluatiemoment terugblikken, het goede verloop van hun project vieren en eventuele verbeteringen of andere toepassingen voor de toekomst met elkaar bespreken. Ook hier is de extra aandacht voor het afronden van een intens groepswerk belangrijk opdat alle jongeren kunnen afsluiten met een positief gevoel van betrokkenheid.

De nadruk in deze activiteit ligt op het organisatorische aspect en het proces van taken plannen. Let er dus opnieuw op om niet te vervallen in een klassikale technische uitleg over Trello. De activiteit werd inhoudelijk ingevuld met de organisatie van een muziek-evenement of fuif. Je kan echter ook voor een gemakkelijker onderwerp kiezen, zoals de organisatie van een ander groepswerk.



---

<sup>5</sup> <http://www.fuifpunt.be/thema/organisatie-en-tips>

### \*\*\* geen fuif zonder muziek

---

Goed, we hebben onze inspiratie opgedaan en alle taken verdeeld om de fuif succesvol te organiseren. Om dan nu over te gaan naar het meest essentiële onderdeel. Muziek. Een fuif zonder muziek, dat zou maar saai zijn natuurlijk. Maar er komt heel wat bij kijken om muziek te spelen op een evenement. De reden hiervoor zijn auteursrechten. Je hebt er waarschijnlijk al het meest over gehoord in het kader van illegaal downloaden. Sinds de opkomst van websites die illegaal downloading of peer-to-peer sharing mogelijk maken, vind je amper iemand die nog nooit een nummer illegaal heeft gedownload en bijgevolg auteursrechten heeft geschonden. Sommige artiesten, zoals Radiohead recent, proberen zelfs hun albums te promoten via websites als Bittorrent, net omdat zij zoveel bezoekers genereren. Het is makkelijk om anoniem met één muisklik een nummer te stelen. Wanneer je echter een muziek-evenement organiseert, dringt het besef al sneller door dat je moet betalen voor artiesten en muziek. Muziek is namelijk de reden dat de meeste mensen naar je fuif komen, zonder muziek zou je weinig bezoekers aantrekken en bijgevolg ook weinig verdienen aan inkom en consumpties. Maar eerlijk dus dat je dan ook moet betalen aan de makers van die muziek, niet?

### Twee opties...

Over het algemeen zijn er twee opties om muziek legaal af te spelen tijdens een evenement: je maakt gebruik van bestaande muziek, of je boekt een band die niet is aangesloten bij SABAM (veelal startende onbekende bands), die eigen nummers speelt. Indien je opteert voor de eerste keuze, dien je voor auteursrechten te betalen via SABAM alsook een 'billijke vergoeding'. Dus ook wanneer je eigen albums of aangekochte nummers afspeelt via een geluidsinstallatie, dien je auteursrechten te betalen. Alle info over hoe dat juist in zijn werk gaat, vind je op [fuifpunt.be](http://fuifpunt.be)<sup>6</sup>. De andere optie, een band boeken met eigen nummers, kan met behulp van vi.be. vi.be is de Vlaamse muziekwereld online: een community van bands, dj's, fans en key players uit de sector. Op vi.be promoot je muziek en concerten. Blog je, deel je foto's en video's. Ontdek je nieuwe muziek, de juiste mensen en events.



---

<sup>6</sup> <http://www.fuifpunt.be/pagina/auteursrechten>

## Mediawijs

Eenzijds leren deelnemers kritisch te kijken naar het belang van auteursrechten en de invloed van internet op de muziekindustrie. De nadruk in deze activiteit ligt bewust niet op digitale media en illegaal downloaden op zich. Net door jongeren te confronteren met de vergelijking tussen illegaal downloaden en een fuif zonder muziek, willen we hen laten reflecteren over hun eigen downloadgedrag en kritisch laten nadenken over hoe internet het makkelijker maakt om anoniem en zonder al te veel schuldgevoelens of gevolgen een beschermd werk te stelen.

Anderzijds leren zij het functionele doel van sociale netwerksites op een andere manier kennen door in te zoomen op een gespecialiseerd thematisch netwerk: vi.be. Deze website legt zelf de nadruk op het belang van online netwerken als muzikartiest, om het netwerk te gebruiken om je muziek te promoten en contacten te leggen.

## Methodiek

Indien je ervoor kiest om de workshops te koppelen aan de effectieve organisatie van een muziekevenement, kan je het principe van ‘word fuiforganisator voor een dag’ toepassen door bijvoorbeeld samen te werken met de plaatselijke jeugdbeweging, een andere lokale organisator of zelfs grotere festivalorganisator en hen vragen om je deelnemers te laten meedraaien voor een dag. Door het proces van programmatie in het echte leven mee te doorlopen, leren de deelnemers het belang van auteursrechten en het correct betalen van muzikanten, waarom de kosten voor auteursrechten worden berekend op basis van inkomgeld en hoe je een factuur opstelt. Zo worden zij ook geconfronteerd met de omvang van schending van auteursrechten en hoe dit de muzieksector schaadt. Tot slot kunnen deelnemers ook helpen om nieuwe bands te ontdekken via gespecialiseerde sociale netwerken als vi.be of soundcloud. In deze methodiek is opnieuw betrokkenheid van de deelnemers van groot belang. Zij moeten het gevoel hebben dat ze effectief een bijdrage hebben geleverd tijdens de inleef-dag.

Indien je liever de focus legt op de theorie achter auteursrechten en het programmeren van bands, kan je d.m.v. hypothetische opdrachten de organisatie van een muziekevenement ook simuleren. In het [dossier auteursrechten van mediawijs.be](http://mediawijs.be/dossiers/dossier-auteursrechten)<sup>7</sup>, vind je alle nodige informatie. Gezien de complexiteit van de materie, raden we aan om aansluitend een spreker uit te nodigen voor een open vragenronde of een digitaal forum te organiseren onder begeleiding van een expert. Poppunt, de organisatie achter vi.be kan hiervoor een interessante partner zijn om te contacteren.

---

<sup>7</sup> <http://mediawijs.be/dossiers/dossier-auteursrechten>

## een facebookfeestje in kinderschoenen

*Verjaardagen en feestjes zijn het ideale moment om je oogappel op foto te vereeuwigen. En die foto's bewaren we tegenwoordig niet enkel meer in een mooi album onderaan in de kast, maar op digitale wijze, bijvoorbeeld in een album op Facebook of Pinterest.*

### \* sharenting: over ouders en het delen van beeldmateriaal

Ouders delen graag belangrijke momenten in het leven van hun kind. Door de netwerkfunctie van sociale media en het wijdverspreide gebruik van smartphones en tablets gebeurt dit ook vaak online. "Waarom delen ouders graag foto's en video's van hun jonge kinderen op sociale media?" is de titel van een artikel door Bieke Zaman<sup>8</sup> onderzoeker en docent mediastudies aan de KULeuven. Een citaat:

*"De eerste echo, vuile en lachende babysmoeltjes, vragen en opmerkingen over zieke kinderen of slechte nachten, allemaal ijverig gedeeld op online platformen. Men noemt dat 'sharenting', een samentrekking van parents en sharing. Het verwijst naar ouders die het hele doen en laten van hun kinderen op het internet delen. Maar waarom doen ouders dit, ook al zijn ze zich bewust van de mogelijke risico's? Het is geen schreeuw om aandacht of opschepperij, maar heeft alles te maken met welgekomen steun en informatie van familie, vrienden of andere mama's."*

De opkomst en populariteit van het fenomeen 'sharenting' houdt echter enkele privacyrisico's in. Het is bijvoorbeeld erg moeilijk om online content volledig te verwijderen of te bepalen wie er toegang toe heeft en dit kan later gevolgen hebben voor je kind. Daarom is het nodig om ouders bewust te maken en hen op een veilige manier de positieve kant van sharenting te laten ervaren en alternatieven aan te bieden.



---

<sup>8</sup> Het volledige artikel kan je lezen op <http://kuleuvenblogt.be/2014/06/12/het-mysterie-achter-sharenting-waarom-ouders-graag-fotos-en-videos-van-hun-jonge-kinderen-delen-op-sociale-media>

## Mediawijs

Wanneer je ouders bewust maakt van zowel de positieve kracht als de risico's verbonden aan sharenting, dan ligt de focus op reflectie en analyse van het mediagebruik. Ouders confronteren met wat ze zelf online delen via sociale media, bijvoorbeeld "Help! Ons Jefke heeft weeral overgegeven!", laat hen nadenken over hun eigen gedrag en waarom ze precies dit delen. Het artikel van Bieke Zaman kan voor een leidraad in het gesprek zorgen. Daarenboven leren ouders de risico's kennen, want wat gebeurt er bijvoorbeeld later als Jefke groot is en geconfronteerd wordt met die foto? Met andere woorden: hoe bescherm je de privacy van je kind? Door samen te analyseren hoe Facebook en andere sociale media op dit vlak werken, leren ouders wat de gevolgen zijn en hoe ze op een veilige manier de nodige steun kunnen vinden binnen hun online netwerk.

## Methodiek

Een klassieke methodiek om te wijzen op de risico's van online content delen is het schokeffect toepassen bij aanvang van een groepsworkshop. Je kent vooraf de namen van de deelnemers en hebt hun facebookpagina's doorzocht naar persoonlijke informatie over hun leven en kinderen. Sommige begeleiders hangen zelfs de foto's en informatie die ze gevonden hebben op in het lokaal of tonen het op een groot scherm. Je kan je best voorstellen dat deze confrontatie emoties opwekt bij de deelnemers. Hoewel dit een effectieve methode blijkt om deelnemers te confronteren en te laten reflecteren over hun mediagebruik, raden we toch aan om ook de positieve kant van sharenting te belichten, zoals hierboven vermeld. Je kan eveneens opteren om andere voorbeelden te gebruiken om het gesprek op gang te brengen, zoals [het populaire Youtube-filmpje](#)<sup>9</sup> waarin een waarzegger het leven van voorbijgangers onthult. Ook het nieuws kan je de nodige input geven om de discussie rond sharenting op te wekken. Enkele voorbeelden rond foto's die voor heisa zorgden, vind je op de websites van [De Morgen](#)<sup>10</sup> en [De Telegraaf](#)<sup>11</sup>.

---

<sup>9</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=F7pYHN9iC9I>

<sup>10</sup> <http://www.demorgen.be/buitenland/facebook-weigert-foto-van-doodzieke-baby-wegens-te-grafisch-a2048760/>

<sup>11</sup> [http://www.telegraaf.nl/vrouw/mama/kinderen/23125077/\\_Je\\_kind\\_wordt\\_gebruikt\\_voor\\_een\\_rollenspel\\_.html](http://www.telegraaf.nl/vrouw/mama/kinderen/23125077/_Je_kind_wordt_gebruikt_voor_een_rollenspel_.html)

Nadat het groepsgesprek rond het mediagebruik van de deelnemers, alsook de redenen en gevolgen ervan, is afgerond kan je overgaan naar de mogelijke opties om veiliger om te gaan met sociale media. Je kan samen de privacy-instellingen op de accounts van de deelnemers aanpassen.

Enkele tips om de privacyinstellingen aan te passen, vind je op de [website van mediawijs.be](http://www.mediawijs.be)<sup>12</sup>

Nadien kan je in de sessie eventueel ook andere leuke manieren om foto's te bewaren en te delen voorstellen, zoals albums maken op Vistaprint. Let erop om ook hier te kijken naar de rechten van dit soort websites. Ook de focus leggen op het nemen en selecteren van de foto's zelf kan een fijne denkoefening zijn. Belangrijke aandachtspunten hierbij zijn 'Hoe ga je selecteren welke foto's je deelt en welke niet?' 'Met welk doel neem je foto's en voor welk medium?' Je kan je deelnemers een creatieve opdracht geven door hen een foto te laten nemen van een versiering of attribuut bij een gezinsactiviteit of een 'souvenir' hieraan, zonder hun kind op de foto te plaatsen. Toon als begeleider ook enkele goede voorbeelden ter inspiratie en ga het gesprek aan over de foto's die ze genomen hebben

En tot slot, voor de meer nostalgische albumbewaarders, rest natuurlijk nog steeds het alternatief om retro en goedkoop Kruidvat met een usb-stick te bezoeken.



---

<sup>12</sup> <http://www.mediawijs.be/dossiers/dossier-online-privacy/tien-belangrijke-privacyinstellingen-op-facebook>



## the digital hand shake

---

*Een handshake kan verwijzen naar een eerste ontmoeting, relaties en vriendschap (een vriendelijk gebaar bij sociaal contact), maar ook een contract kan op deze symbolische manier bevestigd worden (let's shake hands on it). Voor beide interpretaties geldt: de handshakes gebeuren meer en meer online.*

### \*\* online identiteit

---

In dit onderdeel willen we de focus leggen op hoe jongeren hun identiteit kunnen ontwikkelen door talenten te tonen en te verspreiden via sociale media, zij het onder vrienden of professioneel. Denk bijvoorbeeld aan muzikanten die Soundcloud gebruiken om hun muziek te verspreiden, professionelen die LinkedIn gebruiken om hun netwerk te vergroten en beroepskansen te genereren, maar evengoed een juweelontwerpster die Facebook gebruikt om reclame te maken voor haar stand op het lokale marktje.

### Mediawijs

In bovenstaande voorbeelden worden sociale media strategisch ingezet en gebruikt voor hun netwerkfunctie. Nochtans gebruiken de meeste jongeren dit medium niet voor deze reden, maar eerder voor sociaal contact en chatten onder vrienden. Een bijzondere campagne tegen cyberpesten toonde echter aan dat jongeren veel meer kunnen bereiken met sociale media, eens ze een duwtje in de rug krijgen. De Europese No Hate Speech- campagne zet sociale media in om jongeren zich te laten beschermen tegen pesten in het algemeen, niet door met de vinger te wijzen naar de daders, maar door slachtoffers online te sterken en hun talenten in de kijker te zetten. De reden dat we dit voorbeeld aanhalen is omdat het een negatief gevolg van de online samenleving, namelijk cyberpesten, aanpakt met een positief gevolg ervan, namelijk de mogelijkheid om jezelf en je talenten voor te stellen en te promoten. Jongeren leren op deze manier niet enkel om media strategisch in te zetten (promotie, marketing voor sociale of beroepsredenen), maar ook om te werken aan hun (online) identiteit.



## Methodiek

Een effectieve methodiek voor dit soort onderwerpen is een inspirerende workshop met veel voorbeelden, eventueel begeleid door een professional in sociale media marketing of een BV die sociale media inzet om zijn of haar talent te ondersteunen. Het doel is om de jongeren te laten uitwisselen over hun hobby's, talenten, interesses en over de gewenste doelen die ze willen bereiken wanneer ze hiervoor sociale media inzetten (bijv. promotie, werk zoeken, kennis uitwisselen, gelijkgezinden vinden,....) en daar ook de focus op te leggen. Media zijn maar een middel, niet het doel op zich.

Een meer uitgebreide aanpak is om jongeren te betrekken en hen de boodschap van de digital handshake - workshop mee te laten verspreiden. Een leuk voorbeeld van zulke initiatieven vind je bijvoorbeeld in de ['No Hate Speech'-campagne](#)<sup>13</sup> waarin jongeren zelf mee de mediastunt mochten vormgeven. Een kleinschaliger initiatief is [het Molenbeekse Street Talent](#)<sup>14</sup>.



---

<sup>13</sup> <http://tumult.be/no-hate-4-nationale-acties>

<sup>14</sup> <http://www.brusselnieuws.be/nl/video/tvbrussel/street-talent-jongeren-organiseren-eigen-talentenjacht>

## feesten van vroeger

---

*Hoe zijn we geëvolueerd van een verleden opgeslagen in oude fotoboeken en volksverhalen naar een digitaal tijdperk van Facebookfoto's en Youtubefilmpjes? Heel wat mensen filosoferen hier ongetwijfeld wel eens over in een nostalgisch moment, waarschijnlijk vergezeld van een glaasje wijn. Niets mis mee, maar dat neemt niet weg dat de twee elkaar niet kunnen versterken of aanvullen. Via digital storytelling bijvoorbeeld.*

### \*\*\* een digitale tentoonstelling

---

Storytelling is de oude kunst van het vertellen over wat je hebt meegemaakt. Digital storytelling is de nieuwe digitale variant hiervan. Je gebruikt digitale media (film, foto's, audio, muziek, tekst, compilatieprogramma's) om je eigen levensverhaal te vertellen of een gezamenlijk verhaal te creëren met anderen. Denk bijvoorbeeld aan de (echte) user generated content op sites als YouTube. Video's die door gewone mensen zijn gemaakt. Videoclips die het verhaal vertellen van het alledaagse leven. Een stukje levensgeschiedenis dus, ... over een aantal jaren dan toch.

Herinner je je verhalen voor het slapengaan van oma of opa uit de goede oude tijd? Of misschien heb je ooit op school wel eens een getuigenis gehoord van iemand die de oorlog heeft meegemaakt en is dat verhaal je bijgebleven? Het punt dat we willen maken is dat je voor een staaltje geschiedenis niet altijd ver moet zoeken. Geschiedenis kan je overal vinden, zelfs heel dichtbij. In verhalen van dorpelingen of misschien zelfs in oude dagboeken die verstoep liggen op je eigen zolder. Een spannende zoektocht wordt het hoe dan ook als je wat dieper begint te graven. Dus pak je Sherlock Holmes-vergrootglas op en reis met ons terug in de tijd op zoek naar (jawel nog steeds in het feestelijk thema:) retro-feestgedruis.

## Mediawijs

Digital storytelling is een vorm van mediaproductie met een aantal boeiende effecten. Extra aandacht voor mediaproductie is nog steeds nodig bij jongeren, want cijfers tonen aan dat minder dan 10% van de leerkrachten in het secundair onderwijs<sup>15</sup> behalve foto's maken en bewerken, ook nog andere vormen van mediaproductie actief inzet. Het concept van digital storytelling toepassen scherpt echter niet enkel de technische en creatieve vaardigheden aan die je gebruikt om een video te maken. Het zorgt ook psychologisch voor de nodige zelfreflectie of het kan op sociaal vlak een bepaald maatschappelijk thema in een ander perspectief plaatsen. De methodiek 'digital storytelling' is in eerste instantie namelijk ontstaan als vorm van therapie bij personen die zich moeilijk op een andere manier kunnen uitdrukken,

---

<sup>15</sup> [MICTIVO, Monitor ICT-Integratie in het Vlaamse Onderwijs](#)

bijvoorbeeld omwille van een taalbarrière. De therapeutische kracht ligt hem in de afstand die gecreëerd wordt en die reflectie beter mogelijk maakt. Door een video te maken word je als het ware een scenarist die vanop afstand naar een situatie kijkt en de puzzelstukjes moet zien te structureren tot een begrijpbaar geheel. Digital storytelling kan dus ook gebruikt worden om in te spelen op de behoefte van jongeren om zichzelf te ontdekken en te tonen en in dit geval voor het creëren van een stukje collectieve cultuur van alledag.

Enkele voorbeelden van digital storytelling: [Kif Kif, This is my story](#)<sup>16</sup>, [Strandverhalen](#)<sup>17</sup> en '[De geschiedenis van de kermis](#)<sup>18</sup>'.

## Methodiek

Laat de deelnemers via digital storytelling feesten van vroeger reconstrueren. De beelden en informatie kunnen nadien ook bewaard worden via Pinterest en op de [website van LECA](#)<sup>19</sup>. LECA is het Landelijk Expertisecentrum voor Cultuur van Alledag en specialiseert zich in het erfgoed van sociale gebruiken, rituelen en festiviteiten. Zij vormen een interessante partner voor deze workshop.

Een intergenerationele uitwisseling opzetten voor deze activiteit kan een surplus bieden. Door duo's van senioren en jongeren samen te stellen, kunnen deelnemers elkaar versterken: ouderen kunnen input geven uit hun eigen geschiedenis en jongeren kunnen hun knoppenkennis delen om samen een video te maken.



---

<sup>16</sup> <http://www.kifkif.be/kif-kif-tv/mijn-generatie-stefan-kif-kif-award-nominee-2>

<sup>17</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=GE4olfa8bmg>

<sup>18</sup> [http://archieff.schooltv.nl/beeldbank/clip/20060508\\_kermis01](http://archieff.schooltv.nl/beeldbank/clip/20060508_kermis01)

<sup>19</sup> <http://www.lecavzw.be/achtergrond/informatie-gezocht-rond-vieringen-en-feesten>

## Omschrijving workshop-dag(en)

We raden aan om twee dagen uit te rekken voor deze activiteit. Op de eerste dag worden de duo's gevormd, krijgen zij de opdracht mee alsook een introductie in digital storytelling. Geef tijdens deze dag een overzicht van alle aandachtspunten op het vlak van rechten en privacy bij het verzamelen van bronnen en het verspreiden van digitale verhalen en laat hen de verschillende apps voor digital storytelling uitproberen. Nadien krijgen de duo's de opdracht om een concept van een digitaal verhaal te maken rond het thema 'de geschiedenis van volks- en dorpsfeesten'. Ter voorbereiding van de volgende workshopdag dienen de duo's enkele bronnen (foto's, muziek, documenten, kaarten, affiches, enzovoort) mee naar de workshop te brengen voor het maken van hun digitaal verhaal (gemakkelijk digitaal bereikbaar tijdens volgende sessie). Tot slot is het beter om deelnemers het scenario voorafgaand aan de tweede workshop te laten voorbereiden en hun idee voor een verhaal in een storyboard te laten gieten.

Tijdens de volgende workshopsessie maken de duo's hun digital story. Op het einde van de dag stellen de duo's hun concept voor aan de groep, begeleid met een hapje en drankje van de streek. Ook hier willen we opnieuw wijzen op het belang van het tentoonstellingsmoment om de deelnemers een positief gevoel van betrokkenheid en trots op hun creatie te bieden.

## meer programma's en apps?

Video's maken, dat doe je met een programma dat je goed ligt. En zoveel smaken, zoveel kleuren. Daarom geven we je nog even dit lijstje mee met apps en programma's die je zelf kan uitproberen.

Windows Movie Maker	Sonic Pics	We Video
iMovie	Android Movie Studio	Photodex
Photostory	Storybird	Photofilmstrip
Animoto	Little Story Maker	Photosnack
Videopad	Little Story Creator	Videolan
Comic Life	Klynt	...

### Interessante partners voor digital storytelling

- Maks vzw
- Vormingplus Antwerpen
- Kifkif
- Bibliotheek van Geraardsbergen

### Materialen en links over digital storytelling

- [inspiratiegids Digital Storytelling](http://www.bibnet.be/portaal/Bibnet/Lokale_Ondersteuning/Inspiratiegidsen#storytelling) - Bibnet<sup>20</sup>
- [inspiratiegids Vormingplus Antwerpen](http://www.via-dia.be/)<sup>21</sup>
- [praktijkfiche digital storytelling \(Maks vzw\) op Mediawijs.be](http://mediawijs.be/dossiers/dossier-praktijken/praktijkfiche-vertel-je-eigen-verhaal-met-digital-stories)<sup>22</sup>
- [Educational uses of digital storytelling](http://digitalstorytelling.coe.uh.edu/page.cfm?id=27&cid=27)<sup>23</sup>
- Rechtenvrije muziek: [Mediahelpdesk](http://www.mediahelpdesk.be/vraag/hoe-gebruik-ik-rechtenvrije-muziek-in-mijn-filmpjes)<sup>24</sup>, [creative commons search](http://search.creativecommons.org/?lang=nl)<sup>25</sup>

---

<sup>20</sup> [http://www.bibnet.be/portaal/Bibnet/Lokale\\_Ondersteuning/Inspiratiegidsen#storytelling](http://www.bibnet.be/portaal/Bibnet/Lokale_Ondersteuning/Inspiratiegidsen#storytelling)

<sup>21</sup> <http://www.via-dia.be/>

<sup>22</sup> <http://mediawijs.be/dossiers/dossier-praktijken/praktijkfiche-vertel-je-eigen-verhaal-met-digital-stories>

<sup>23</sup> <http://digitalstorytelling.coe.uh.edu/page.cfm?id=27&cid=27>

<sup>24</sup> <http://www.mediahelpdesk.be/vraag/hoe-gebruik-ik-rechtenvrije-muziek-in-mijn-filmpjes>

<sup>25</sup> <http://search.creativecommons.org/?lang=nl>

# digitale opvoeding:

---

Ouder zijn in digitale tijden... Het is een taak met heel wat uitdagingen die pakweg twintig, dertig jaar geleden nog niet bestonden. Immers: nieuwe technologie zorgt voor nieuwe vraagstukken. Als het voor volwassenen zelf al zo moeilijk is om te gaan met digitale media, hoe moeten we onze kinderen er dan rond opvoeden? Om op al die opvoedingsvragen anno 2015 een antwoord te bieden, werd dit jaar 'opvoeding' één van onze drie kernthema's.

Wie denkt dat al dat digitaal geweld ten koste moet gaan van de (voor)leestijd, die heeft het grondig mis. Tablets, e-readers, voorlees-apps en een hele boel verrijkende inhoud kunnen de leeservaring verrijken. Daarnaast staan we ook even stil bij het 'Grote Boze Internet'. Hoe kan een ouder ervoor zorgen dat zijn kind veilig online is? Of beter nog: hoe kan een ouder van het internet een bruisende tool maken om samen met zijn kroost creatief of inhoudelijk aan de slag te gaan?

Naast de uitgave van dit inspiratiepakket dat volledig in het teken van opvoeding staat, werkt LINC vzw dit jaar ook samen met [EXPOO](http://expoo.be/)<sup>26</sup>, het expertisecentrum voor opvoedingsondersteuning en stuwende kracht achter de Week van de Opvoeding. Samen organiseren we op 26 maart 2015 een studiedag in Brussel. Deze studiedag zal volledig in het teken van digitale opvoeding staan en richt zich op het brede educatieve werkveld en het beleid. Houd [www.digitaleweek.be](http://www.digitaleweek.be) dus zeker in de gaten voor meer informatie!



---

<sup>26</sup> <http://expoo.be/>

## voorlezen krijg een nieuwe dimensie

---

*Net zoals de boekdrukkunst er voor gezorgd heeft dat boeken en informatie toegankelijker werden voor een groter deel van de bevolking en zo een revolutie heeft teweeggebracht, zo verandert het digitale tijdperk onze kijk op en onze ervaring van het lezen. Omdat het één het ander niet uitsluit, besteden we er in dit onderdeel graag wat aandacht aan.*

### \* een digitaal voorleesmoment...

---

#### concept

Digitale kinder- en prentenboeken kunnen een feest zijn om uit voor te lezen. Vele van deze boekjes bieden een rijke lees-, kijk- en doe-ervaring, met geluiden, beweging, mini-spelletjes, etc. Bovendien bieden verschillende digitale boekjes de mogelijkheid om te luisteren naar het ingesproken verhaal of zelfs om de eigen stem op te nemen bij het voorlezen. En wanneer de tablet wordt gekoppeld aan een projector of groot scherm (bv. televisie), wordt voorlezen aan een groep kinderen nog boeiender omdat iedereen de afbeeldingen en interacties op het scherm goed kan volgen.

#### mediawijs

Met de komst van de e-reader en de tablet, kent ook het digitale lezen een sterke boost. Het aanbod e-boeken is sterk toegenomen en er wordt zelfs geëxperimenteerd met het uitlenen van e-boeken in de bibliotheek. E-boeken bieden bovendien heel wat mogelijkheden om kinderboeken interactief en prikkelend te maken. Maar ouders worden enerzijds afgeschrikt door mogelijke nadelen van het gebruik van technologie door kinderen en anderzijds wordt een tablet of smartphone vaak (te) snel gebruikt als zoethoudertje terwijl de ouders andere taken uitoefenen.

Toch is het zeer waardevol om regelmatig nieuwe media en toestellen, zoals tablets, samen met de kinderen te gebruiken en hen zo te begeleiden in hun mediagebruik. Voorlezen uit een digitaal kinderboek stimuleert, net zoals 'klassiek' voorlezen, de taalvaardigheid, het leesplezier en de creativiteit van kinderen, en maakt ouders en kinderen samen vertrouwd met digitale boeken.





## methodiek



Organiseer een digitaal voorleesmoment voor kinderen en ouders. De impact is het grootst wanneer de tablet aangesloten is op een projector of groot scherm. Dit kan draadloos, bijvoorbeeld met een Apple TV en een iPad, met een ChromeCast en een Android tablet of (met een omweggetje via de computer) met een app zoals [Reflector](#)<sup>27</sup>.

Hierbij kunnen ouders en kinderen samen luisteren naar de voorlezer. Het kan ook leuk zijn om ouders, na een korte introductie over de tablet en het voor te lezen boek, zelf te laten voorlezen aan de groep en hen de apps en e-boeken te laten uitproberen. Daarna kunnen de deelnemers zelf hun ervaringen met leuke e-boekjes en apps uitwisselen.

### *Tips voor boekjes:*

- zoeken op trefwoorden als 'prentenboek' en 'kinderboek' op [www.iculture.nl](http://www.iculture.nl)
- 'kids'-sectie in digitale boekenwinkels als [www.amazon.com](http://www.amazon.com) (Kindle-app), iBooks Store (via de iBooks-app op de iPad)
- Fundels-app

## \*\* de bomen in het e-boekenbos

---

### Concept

Digitale boeken zijn populair en het aanbod groeit sterk. En hetzelfde geldt voor de tablets, besturingssystemen, apps en formaten. Er zijn e-boeken, pdf's en apps en het aanbod verschilt naargelang men voor Android of iOS (Apple) zoekt. Waar vind je informatie over leuke e-boeken en apps? Hoe kan je je digitale boekencollectie beheren?

---

<sup>27</sup> <http://www.airsquirrels.com/reflector/>

## Mediawijs

Het is niet eenvoudig om tussen alle apps, e-boeken, stores en besturingssystemen de 'juiste' of 'beste' digitale boeken te vinden. In de pers verschijnen positieve en negatieve berichten over het gebruik van tablets in het algemeen en over digitaal lezen in het bijzonder, zodat de twijfel kan toeslaan om zelf digitale boeken te gebruiken. Dankzij deze activiteit worden ouders, voorlezers, leerkrachten,... wat meer wegwijs in het aanbod en leren ze waarop ze kunnen letten bij de selectie van kwalitatieve en leuke digitale boeken. Met deze activiteit zet je in op de technische, analytische en reflectieve vaardigheden met betrekking tot mediawijsheid.

## Methodiek

Richt een workshop in waarbij de begeleider enkele begrippen en technologieën uitlegt en de deelnemers dan zelf e-boeken en apps laat gebruiken. Voorzie ook ruimte voor uitwisseling en het uiten van bezorgdheden (hoe lang mag mijn kind met de tablet bezig zijn?).

Een interessante brochure is '[104 leerzame apps en sites](#)'<sup>28</sup> van Mijn Kind Online en Kennisnet. De brochure is gericht op ouders van kinderen van 2 tot 8 jaar. Deze brochure bevat recensies van 104 apps en sites. Hiernaast is er ook uitgebreid aandacht voor de digitale ontwikkeling van kinderen.

Meer info vind je via [www.mijnkindonline.nl](http://www.mijnkindonline.nl) en [www.eduapp.nl](http://www.eduapp.nl) ! Ook [deze presentatie](#)<sup>29</sup> van Rune Buerman (Stichting Lezen) kan enige houvast bieden.



---

<sup>28</sup> [www.kennisnet.nl/fileadmin/contentelementen/kennisnet/Dossier\\_mediawijsheid/104-leerzame-apps-sites.pdf](http://www.kennisnet.nl/fileadmin/contentelementen/kennisnet/Dossier_mediawijsheid/104-leerzame-apps-sites.pdf)

<sup>29</sup> <http://www.slideshare.net/VVBAD/het-nieuwe-digitale-lezen>

## \*\*\* digitaal aan de slag met (kinder)boeken

---

### Concept

Met boeken en digitale boeken kan je meer doen dan alleen lezen. Waarom niet op een creatieve en digitale manier met boeken en hun inhoud omgaan? Kinderen kunnen een verhaaltje aan hun grootouders voorlezen via Skype, een filmpje maken over een boek (bv. [het Slaapschaap](#)<sup>30</sup>), een stripverhaal creëren met [Stripgenerator](#) of zelf een boekje of magazine maken en printen met [Picozine](#) of [Storybird](#).



### Mediawijs

Door op zoek te gaan naar creatieve hulpmiddelen bij het voorlezen, prikkelt dit niet alleen de digitale vaardigheden van de ouders, maar kunnen ze tegelijk ook hun kroost actief begeleiden in hun mediagebruik. De ouders leren omgaan met de gebruikte tools, ze kunnen digitale media een kader geven (analyse en reflectie) en het biedt hen aanknopingspunten voor een gesprek (op maat van hun kind).

### Methodiek

Er zijn verschillende mogelijkheden om digitaal aan de slag te gaan met (kinder)boeken, afhankelijk van de tijd, de beschikbare toestellen en de eigen digitale kennis. Dat varieert van het inzetten van eenvoudige toepassingen (bv. Skype) tot het gebruik van moeilijkere software (bv. bij het maken van een filmpje). Welke digitale tools er gebruikt worden, is minder van belang dan de manier waarop met het verhaal uit een boekje aan de slag wordt gegaan. Van voorlezen tot naspelen of zelfs bewerken. De grote doelstelling is dat ouders met hun kinderen actief aan de slag gaan rond het begrijpen, beleven en creëren van (digitale en analoge) media. Laat hen praten met de kinderen over het boek, bespreek welke richting ze met een eventueel filmpje uit willen en ga dan samen op zoek naar toffe manieren op maat om hun idee om te zetten in een tof eindresultaat. Voor wie niet goed weet hoe te beginnen aan een filmpje, lijstte Mediaraven [enkele tips](#)<sup>31</sup> op.

---

<sup>30</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=VM06BfSGh6s>

<sup>31</sup> [http://www.mediahelpdesk.be/zoeken/vraag\\_categorie/646](http://www.mediahelpdesk.be/zoeken/vraag_categorie/646)

## opvoeding en internet

---

*Het internet komt vaak over als een groot en donker bos waar je je kroost maar liever niet doorheen stuurt. Toch hoeft surfen op het internet helemaal niet problematisch te zijn. Integendeel: het internet kan vele kansen bieden. Het internet kan bijvoorbeeld heel wat informatie ontsluiten. Maar voor ouders hun kroost naar die informatie kunnen leren zoeken, moeten ze het zélf onder de knie krijgen ... Daarom staan we hen bij met een praktische sessie 'opvoedingsinformatie zoeken'.*

### \* op zoek naar informatie over opvoeden

---

#### Concept

Ouders kunnen online een schat aan informatie over opvoeding vinden, tips voor activiteiten scoren en hun eigen ervaringen en bezorgdheden delen. Maar ook hier kan de zogenaamde 'information overload' afschrikken. Ouders scherpen dus best hun zoekvaardigheden aan en moeten leren welke informatie je kan delen en wat beter niet.

#### Mediawijs

Met het internet hebben ouders een massa opvoedingstips van specialisten en ervaringen van andere ouders binnen handbereik. De juiste informatie vinden is echter een vaardigheid die continu moet worden getraind. Ouders laten zich vaak verleiden tot wat 'sharenting' wordt genoemd, het (overmatig) delen van alles wat hun kroost doet, kan en zegt op sociale media. Dit kan tot ergernis leiden bij hun sociale-mediacontacten, maar kan ook risico's inhouden op het vlak van privacy. Door hier bewust mee om te gaan, kunnen ouders sociale media echter ook op een positieve manier inzetten voor opvoeding.

#### Methodiek

Tijdens deze activiteit worden algemene zoekvaardigheden aangescherpt en wordt er ingezoomd op enkele interessante websites, blogs, fora en apps. Ouders kunnen dan zelf, onder begeleiding van de workshopbegeleider, het antwoord zoeken op een vraag waar ze mee zitten. Om privacy onder de aandacht te brengen, kunnen facebookprofielen en/of foto's worden gezocht van de aanwezige ouders: wat laten ze eigenlijk allemaal zien?

## gezinsverhaal

---

*Samen aan iets werken, quality time voor het gezin. Ouders kunnen het koppelen aan het schrijven van een blog. Daarin leggen ze herinneringen vast, die gedeeld worden met vrienden en familie. Bovendien biedt zo'n blog de ideale insteek voor mediawijze gespreken. Ze kunnen bijvoorbeeld met de kinderen bespreken wat een goed paswoord is en hoe je dat veilig houdt.*

### \*\* samen schrijven/tekenen/filmen/... aan een gezinsblog

---

#### Concept

Een blog (van 'web log'), is een online logboek waarin de auteur (vaak 'blogger' genoemd) regelmatig informatie verstrekt aan zijn publiek. Dit kunnen persoonlijke verhalen zijn (een online gedeeld dagboek) en/of informatie over een specifiek onderwerp zijn (bijvoorbeeld een reisblog of een blog over vegetarisch eten). De bijdragen kunnen tekst, foto en video bevatten en vaak kunnen lezers, al dan niet anoniem, reacties plaatsen onder de bijdragen. De auteur heeft verder ook de keuze of hij zijn blog volledig openbaar wil maken of slechts een aantal specifieke lezers via een wachtwoord toegang wil verschaffen tot de blog. Met een gezinsblog kunnen één of meerdere leden van het gezin familie en vrienden op de hoogte houden van de activiteiten van de gezinsleden.

#### Mediawijs

Samen een gezinsblog beheren biedt gezinsleden de kans om de fascinerende wereld van het bloggen op een veilige manier te ontdekken. De technologie onder de knie krijgen is de eerste stap, maar de gezinsleden leren ook bijdragen te schrijven en daarbij het evenwicht te zoeken tussen het delen van informatie en het bewaren van de privacy van het gezin. Op een gezinsblog spelen foto's en filmpjes vaak een belangrijke rol. Kinderen (en hun ouders) leren dus spelenderwijs foto's en filmpjes te maken, te bewerken en te delen. Door samen met het medium te werken, kunnen ouders hun kinderen op een ongedwongen manier begeleiden in hun mediagebruik. En ook het publiek van de gezinsblog, bijvoorbeeld grootouders, scherpt digitale vaardigheden aan door zich te abonneren op een RSS-feed of reacties te plaatsen op bijdragen.



## Methodiek

Dit is het leukst als zowel ouders als hun kinderen aan de activiteit deelnemen. Laat de deelnemers, na een korte introductie over het fenomeen bloggen, met enkele sprekende voorbeelden, eventueel ook van enkele mogelijke blogplatformen, zelf aan de slag gaan. Eerst een conceptuele fase: de deelnemers stellen een plan op en beslissen welke naam ze aan hun blog willen geven, welke inhoud ze op de blog willen delen en wie de blog zal beheren. Daarna maken ze een blog aan, passen de (privacy-)instellingen aan en plaatsen meteen een eerste bijdrage. Ga het gesprek aan door te vragen welke activiteiten ze graag voor wie beschikbaar stellen en welke platformen hier geschikt voor kunnen zijn. Stimuleer creativiteit en spontaniteit door foto's en filmpjes te laten maken. Laat de deelnemers nadenken over privacy en stimuleer tegelijk hun creativiteit. Hoe kan je een gezinsactiviteit bijvoorbeeld in beeld brengen zonder per se de kinderen of jezelf voluit te tonen? Hoe kan je attributen of elementen van jouw omgeving gebruiken om toch de sfeer van een moment op te roepen? Vraag eventueel een (amateur)fotograaf om deze workshop mee te begeleiden. Geef een lijstje met mogelijke onderwerpen of blogopdrachten mee, zodat de deelnemers ook na de activiteit gestimuleerd worden om hun blog verder te gebruiken.

Als je op zoek bent naar een geschikt platform, kijk dan zeker eens op [wordpress.org](http://wordpress.org), [www.blogger.com](http://www.blogger.com) of [www.tumblr.com](http://www.tumblr.com). Meer blogtips vind je alvast ook via <http://www.talesfromthecrib.be/blogboek/>

Wil je meer weten rond digitale foto's maken en bewerken? Mediaraven lijstte [een aantal interessante tips](#)<sup>32</sup> op. Dat deden ze overigens ook rond het medium [video](#)<sup>33</sup>. Voor andere relevante informatie over rechtenvrije afbeeldingen verwijzen we je graag naar het inspiratiepakket 'Digitale Sporen'. Voor informatie over 'sharenting' verwijzen we je door naar het pakket 'Dancing Shoes'. Beide zijn te vinden op de [website](#)<sup>34</sup> van de Digitale Week.



---

<sup>32</sup> [http://www.mediahelpdesk.be/zoeken/vraag\\_categorie/644](http://www.mediahelpdesk.be/zoeken/vraag_categorie/644)

<sup>33</sup> [http://www.mediahelpdesk.be/zoeken/vraag\\_categorie/646](http://www.mediahelpdesk.be/zoeken/vraag_categorie/646)

<sup>34</sup> <http://digitaleweek.be/node/3239/>

## gamefeest!

*“Gamen, dat doe je alleen en is asociaal, toch?” Dat hoeft niet zo te zijn. Zeker niet anno 2015. De meeste gamers spelen hun spelletjes immers het liefst online of binnen een netwerk en met elkaar. Vat de kracht van het samen spelletjes spelen en organiseer zelf ook eens een gamefeestje!*

### \*\*\* samen gamen met kinderen en ouders

---

#### Concept

Wanneer we denken aan jongeren en computers zijn de drie vlotste associaties internet, smartphone en... games. Waarom dus niet eens samen met ouders, kinderen en jongeren aan de slag rond games tijdens een heus ‘Gamefeest’. Je kan zo’n feest op verschillende manieren invullen. Zo kan je bijvoorbeeld een LAN-party organiseren. Een LAN-party is een bijeenkomst van computerliefhebbers die in hun vrije tijd hun computers op een Local Area Network (LAN) aansluiten, dat de computers met elkaar verbindt. Iedere bezoeker van de LAN-party neemt zijn eigen computer met monitor en andere toebehoren mee; ook een netwerkkabel om de computer op het netwerk aan te sluiten hoort bij de basisuitrusting. LAN-party's duren vaak een weekend lang, maar het kan ook korter of langer. Het vergt echter de nodige voorbereiding om zo’n LAN-party te organiseren en dit is ook niet de meest laagdrempelige manier. Het is een stuk eenvoudiger als je als organisator alle benodigdheden, zoals games en pc’s of tablets zelf voorziet. Tijdens het feest spelen ouders, kinderen of jongeren samen diverse soorten games. Als organisator geef je de nodige tips en tricks om dit op een mediawijze manier te laten gebeuren. In het onderdeel ‘methodiek’ reiken we in dit kader heel wat gratis brochures, affiches en artikels aan. Zorg dat ouders, of eventueel ook jongeren, ook iets beknopt ‘op papier’ kunnen meenemen na de activiteit, zoals een lijstje met nuttige links.



## Mediawijs

Uit onderzoek blijkt dat ouders verschillende stijlen hanteren in het begeleiden van hun kinderen met betrekking tot mediawijsheid. Deze stijlen zijn restrictieve mediatie, actieve mediatie en co-playing. Een restrictieve mediatie legt regels op rond de speeltijd of de inhoud van de games. Het hanteren van actieve mediatie houdt in dat de ouder de dialoog aangaat met zijn kind over games. Dit stimuleert het kritisch denken van kinderen over games. Bij co-playing gaat een ouder samen met zijn kind games spelen. Hier kan je vragen stellen tijdens het spelen, tips geven en wordt de belevenis van games veel visueler en concreter. De 'LAN-party' zet in op deze laatste strategie.

Door ouders zelf aan de slag te laten gaan met hun kinderen rond games ligt de focus van deze methodiek op het creatieve aspect van mediawijsheid. Uiteraard biedt het ook de mogelijkheid om spelenderwijs technische vaardigheden bij te schaven bij de ouders - bij de kinderen is dit zelden een probleem met betrekking tot games - en de vaardigheden op vlak van reflectie en analyse van kinderen te versterken.

Meer informatie vind je in het artikel 'Hoe gaan ouders om met gamende kinderen' in het [dossier 'gaming'](#)<sup>35</sup> van Mediawijs.be

## Methodiek

### Wat heb je zo al nodig?

Games, uiteraard! Deze activiteit is een ideale manier voor bibliotheken om hun gamecollectie in de kijker te plaatsen. Andere organisaties kunnen ook games in de bib gaan lenen. Je kan ook games aankopen. Snuister eens in de gamemagazines [Chief](#) en [Invader Magazine](#). Hou zowel bij aankoop als lenen rekening met de [PEGI-codes](#)<sup>36</sup>. Deze kennen een 'rating' toe aan videogames en geven zo aan welk spel geschikt is voor welke leeftijd en wat voor soort inhoud de games bevatten. Er bestaan ook heel wat onlinespelletjes, zowel voor pc's als tablet.

Je kan een gamefeest organiseren voor verschillende leeftijdsgroepen, 0-5 jaar, 6-12 jaar, 12-16 jaar,... Hou bij de keuze van de spelletjes rekening met de subdoelgroep die je voor ogen hebt. Op zoek naar geschikte games voor kinderen vanaf 2 jaar? Download de browser [mybee](#). Een populair spel voor 7- tot 12-jarigen is 'Clash of Clans'. Je bouwt in dit spel een dorpje en komt onderweg allerlei uitdagingen tegen. Dit spel kan je bijvoorbeeld gebruiken om groepen van ouders en kinderen tegen elkaar te laten spelen. Remco Pijpers van Mijn Kind online geeft [enkele concrete aandachtspunten](#)<sup>37</sup> om dit spel in te zetten in functie van (media)opvoeding.

---

<sup>35</sup> <http://mediawijs.be/dossiers/dossier-gaming/hoe-gaan-ouders-om-met-gamende-kinderen>

<sup>36</sup> <http://www.pegi.info/nl/index/id/1185/>

<sup>37</sup> <http://mijnkindonline.nl/artikelen/clash-of-clans-speeltips-voor-kind-en-ouders>



Een andere leuke game voor jong en oud is het populaire Minecraft. Het Nederlandse Mijn Kind Online ontwikkelde hierover samen met Kennisnet [een brochure](#)<sup>38</sup> in de reeks 'Jong Geleerd'.



Naast games heb je ook pc's, laptops, tablets, gameconsoles,... nodig. Je dient hiervoor rekening te houden met de soorten games die je wil spelen. Je kan een spel op tablet eveneens op groot scherm spelen. Dit kan draadloos, bijvoorbeeld met een Apple TV en een iPad, met een ChromeCast en een Android tablet of (met een omweggetje via de computer) met een app zoals [Reflector](#)<sup>39</sup>. Bij [Huurhardware](#)<sup>40</sup> kan je terecht voor heel wat materialen.

Geef ouders zeker ook wat tips mee rond de 'in-app- aankopen', aankopen die je in de app zelf kan/moet doen om bijvoorbeeld naar een volgend level te geraken of meer mogelijkheden te krijgen in het spel. Zo kan je ouders handvaten meegeven om de [tablet te beveiligen](#)<sup>41</sup> en om [in-app-aankopen te blokkeren](#)<sup>42</sup>. Daarnaast hebben ouders ook vaak concrete vragen rond schermtijd. Mijn Kind Online biedt hiervoor een [handige affiche](#)<sup>43</sup> aan voor kleine kinderen 0-5 jaar.

Voor je samen met ouders en kinderen/jongeren begint te spelen kan je op basis van deze informatie ook een korte introductie geven. De kinderen/jongeren kunnen ondertussen al zelf even aan de slag gaan met de games. Je kan uiteraard ook de omgekeerde volgorde hanteren.

<sup>38</sup> <http://www.kennisnet.nl/themas/mediawijsheid/jong-geleerd-20-minecraft/>

<sup>39</sup> <http://www.airsquirrels.com/reflector/>

<sup>40</sup> <http://www.huurhardware.be/>

<sup>41</sup> <http://mijnkindonline.nl/artikelen/m+aak-je-tablet-kindvriendelijk>

<sup>42</sup> <http://www.consumentenbond.nl/test/elektronica-communicatie/telefonie/mobiele-telefoons/extra/blokkeer-in-app-aankopen-voor-je-kind/>

<sup>43</sup> <http://mijnkindonline.nl/publicaties/brochures/print-uit-en-hang-op-beeldschermtijd-0-5-jaar>

Daar start je de activiteit met het samen spelen van ouders en jongeren/kinderen en voorzie je nadien een reflectie. Tijdens het spelen zelf loop je als educatieve begeleider rond en geef je waar nodig mediawijze ondersteuning aan de ouders en jongeren/kinderen.

Geef ouders ook voldoende materiaal mee dat ze achteraf eens kunnen bekijken. Mediawijs.be ontwikkelt momenteel een specifieke brochure rond gaming en ouders (lanceringsdatum februari-maart 2015). Hiernaast bieden ze al ook een [online gaminggids](#)<sup>44</sup> aan voor begeleiders van kinderen en jongeren.

Ook op [www.weetwatzegamen.nl](http://www.weetwatzegamen.nl) staat veel informatie over games en mediaopvoeding.



---

<sup>44</sup> <http://mediawijs.be/dossiers/dossier-gaming/mediawijs-gamen-gaminggids-voor-begeleiders-van-kinderen-en-jongeren>

# digitale sporen: mediawijsheid & privacy

Het internet is als een bos. Iedere keer als je een wandeling maakt, laat je sporen achter. En net zoals een ervaren padvinder in het bos aan de hand van het spoor kan zeggen om welk soort dier het gaat, zo kan men op het internet ook een spoor naar onszelf terugvinden. Is dat erg? Niet per se. Maar we moeten ons er wél van bewust zijn.

Ongetwijfeld hoorde je al eens van cookies. En je hebt misschien ook al gehoord dat iedere website die we bezoeken zo'n bestand op onze computer achter laat. Waar dienen die cookies voor? En wat kan ik doen als ik dat helemaal niet wil? Het zijn de sporen die de padvinder vertellen waar we zijn geweest.

Andere sporen zetten we zelf actief uit. Sommige doelbewust, andere al wat gedachtelozer. Denk bijvoorbeeld maar aan een cv op LinkedIn of een foto van je verjaardagsetentje op Facebook. Een gevatte tweet of een uitgewerkte blogtekst vertelt de wereld rondom ons wat we denken over iets of iemand. Een videoblog vertelt de kijker een verhaal. Al de sporen die we op die manier achterlaten, vormen ons 'personal brand', ons eigen merk, dat we aan de wereld verkopen. Het zijn de sporen die de padvinder vertellen welk soort dier we zijn.

Net zoals in het bos sommige dieren en planten beschermd zijn, zo is ook niet ieder werk dat je op het internet vindt zomaar vrijelijk te gebruiken. En net zoals er in de natuur boswachters rondlopen, zo kijken er ook online allerlei mensen mee om erover te waken dat niemand zomaar een beschermd werk gebruikt.

Ben jij klaar om je digitale laarzen aan te trekken? Mooi. Want in dit pakket gaan we op tocht doorheen alles wat met auteursrecht, personal branding en digitale sporen te maken heeft.



## leergesprek: auteursrecht

---

*Ook iedere tekst en ieder plaatje dat we op het internet vinden, heeft een auteur. Die afbeelding die we zo makkelijk van het web plukken, die tekst die we zo snel als bron gebruiken of om te citeren, dat liedje dat we zo graag horen.*

### \* op zoek naar rechtenvrije afbeeldingen

---

Het is zo gebeurd. Je zoekt op het internet op een zoekwoord en voor je het weet vind je tientallen, zo niet honderden, relevante afbeeldingen. Handig wanneer je een presentatie maakt of een publicatie wilt opfleuren. Maar... wist je dat je de afbeeldingen die je zo vindt meestal niet zomaar mag gebruiken?

Net zoals ieder werk worden ook foto's beschermd door het auteursrecht<sup>45</sup>. Dat wil zeggen dat een foto – of iedere kopie van die foto – eigendom is van de maker van die foto. De maker mag zelf beslissen in welke werken haar/zijn/\* foto gebruikt mag worden en tegen welke prijs. De maker kan de foto in haar geheel verkopen of kan er voor kiezen licenties te verkopen. Maar soms kiest een maker er ook voor om de rechten op een foto af te staan aan de gemeenschap. Zo'n foto of afbeelding wordt dan rechtenvrij. Dat wilt zeggen dat iedereen die foto mag gebruiken in werken. Afhankelijk van de stipulaties mag die foto vervolgens ook bewerkt worden of gebruikt voor commerciële doeleinden. (Zie: '\*\*\* Creative Commons en GNU, wat zijn dat voor beestjes?')

Samen met de groep gaan we tijdens deze sessie op het internet op zoek naar rechtenvrije afbeeldingen. Nadien knopen we een kringgesprek aan: "Vond iedereen de plaatjes waar hij of zij naar op zoek was? Was het makkelijk om naar een specifiek onderwerp te zoeken? Is er genoeg aanbod? Gebruikten jullie voorheen wel eens andere beelden? ..."



---

<sup>45</sup> FOD Economie over auteursrecht in de digitale omgeving:  
[http://economie.fgov.be/nl/ondernemingen/Intellectuele\\_Eigendom/auteursrecht/Bescherming\\_door\\_auteursrecht/Auteursrechten\\_op\\_Internet/#.VGMBGxbURz8](http://economie.fgov.be/nl/ondernemingen/Intellectuele_Eigendom/auteursrecht/Bescherming_door_auteursrecht/Auteursrechten_op_Internet/#.VGMBGxbURz8)

## waar rechtenvrije afbeeldingen vinden?

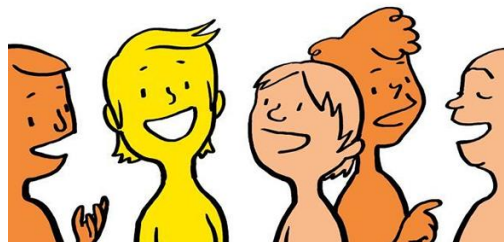
In tijden waarin de Googles en de Bings ons zoekgedrag domineren, is het niet vreemd dat we – ons al dan niet bewust van de (internationale) wetgeving rond auteursrecht – op dié plek gaan zoeken wanneer we een plaatje nodig hebben. Om met die gewoonte te breken, lijsten we hier een aantal rechtenvrije alternatieven op, die de groep kan gaan verkennen:

- Toon je deelnemers de basis. Bij Google kan je de instellingen aanpassen zodat je enkel zoekt op afbeeldingen die je bijvoorbeeld onbeperkt mag delen en gebruiken [https://www.google.be/advanced\\_search?hl=nl-BE&fg=1](https://www.google.be/advanced_search?hl=nl-BE&fg=1)
- De afbeeldingen die in Wikipedia en afgeleiden worden gebruikt, worden regelmatig gecontroleerd en vallen vrijwel allemaal onder een vrije licentie. Je kan ze doorzoeken via <https://commons.wikimedia.org>.
- [Shutterstock.com](https://www.shutterstock.com) is een bibliotheek van rechtenvrije foto's en stockfoto's
- In de 'uitgebreid zoeken'-modus van [Flickr.com](https://www.flickr.com) vind je een knopje 'Enkel vrije werken vallend onder Creative Commons'. Je hebt ook de optie om te kiezen voor werken die je commercieel mag gebruiken of werken die je mag bewerken.
- [Unsplash.com](https://unsplash.com). Deze website biedt rechtenvrije foto's aan in HD-kwaliteit. Elke 10 dagen plaatsen zij 10 nieuwe foto's die je kunt downloaden en gebruiken zonder vermelding van de bron.
- Het Engelstalige [http://budgetstockphoto.com/free\\_stock\\_photos.html](http://budgetstockphoto.com/free_stock_photos.html) bevat een lijst met diverse websites die vrije werken aanbieden. Er wordt duidelijk aangegeven of een account aanmaken nodig is, of je de werken commercieel mag inzetten, enz.
- <http://www.gratisfotodownloaden.be/> biedt een overzicht van vrije foto's in Google, Wikimedia, Fotopedia, Flickr,...
- Maak zelf foto's, want daar ben jij auteur van. Indien je een persoon herkenbaar fotografeert moet je wel rekening houden met het 'portretrecht'. Dit betekent dat je de toestemming moet hebben van deze persoon om de foto te maken en toestemming om deze te gebruiken. (zie "mag mijn foto zomaar op facebook/twitter/instagram...?')

*Opgelet: sommige van de aangehaalde sites doen niet enkel aan het verdelen van rechtenvrije werken, maar ook aan het verkopen van stockfoto's.*

## waar op letten bij het voeren van een kringgesprek?

- Maak bij het begin duidelijk wat de opzet is van de bijeenkomst. Geef aan dat het geen klassieke leraar-leerlingsituatie is, maar dat het gaat om een gesprek en er samen wordt geleerd.
- Maak tijd voor kennismaking en verwachtingen van de groep.
- Vaak zijn er verschillen in kennisniveau bij de leden van de groep. Dat is niet erg... Sterker nog: dat kan een aanvulling zijn. Laat de al gevorderde leden de leden met minder kennis/kunde helpen. (En waardeer hen hiervoor).
- In een groep zijn het vaak enkel de luidste stemmen die gehoord worden. Probeer daarom actief de stillere leden te betrekken. Dat kan door bijvoorbeeld een vraag aan hen te richten ('Wat vind jij er van?') of door te werken met een systeem waarin ieder lid van de groep maar een beperkt aantal keren het woord mag vragen.
- Weet dat een kringgesprek makkelijk van onderwerp kan veranderen. Bewaak dus de grenzen, maar laat ruimte voor gesprek over aanverwante thema's.
- We zijn het gewoon te werken binnen een context van docent en studenten. De groep verwacht dus vaak dat jij 'het beter weet.' Probeer steeds de groep zelf het antwoord te laten zoeken. Gooi een vraag van een deelnemer bijvoorbeeld altijd eerst in de groep. Werk je uiteraard voldoende in om zelf ook te weten wat die antwoorden (kunnen) zijn.
- Stimuleer het geven van concrete voorbeelden door de deelnemers. Geef zelf ook concrete tips. Leg steeds de link met het dagelijks leven.
- Herhaal tussendoor en/of op het einde van het gesprek wat er gezegd is. Leg verbanden tussen verschillende vragen en link deze met algemene begrippen, zoals auteursrecht en portretrecht.



## \*\* mag mijn foto zomaar op facebook/twitter/instagram...?

---

We zetten het kringgesprek van hierboven verder. We snijden twee nieuwe, aanverwante onderwerpen aan. Wanneer je een eigen foto op Facebook, Twitter, Instagram,... wilt zetten, dan moet je immers met een aantal dingen rekening houden. En dat doe je best grondig, want iedere foto die je online plaatst, staat daar voor een heel lange periode (noem het maar gerust 'eeuwig'). Een foto verwijderen kan nagenoeg niet en alle informatie online kan razendsnel gedeeld worden, vaak zonder dat je op de hoogte bent.

Naast het feit dat de foto deel wordt van je eigen 'personal brand' (zie: 'Voor ieder een eigen merk') wordt de foto ook deel van het digitale merk van iedereen die mee op de foto staat. We bekijken daarom even wat portretrecht is. Daarnaast is het ook goed te weten dat de gebruikersvoorwaarden van de meeste sociale netwerksites het één en ander zeggen over auteursrecht.

In het gesprek bevragen we de deelnemers rond hun kennis over deze onderwerpen. We laten de groep ook nadenken over wat de mogelijke gevolgen zijn, over wat er aan die gevolgen te doen valt en wat de groep daarover denkt.

## Portretrecht

Wanneer een portret een auteursrechtelijk beschermd werk is, moet de auteur rekening houden met de rechten van de afgebeelde persoon. Het portretrecht heeft echter een veel ruimer toepassingsgebied: ongeacht of het om een auteursrechtelijk beschermd portret gaat of niet, heeft iedereen het recht op zijn of haar afbeelding. Als je een herkenbare foto wilt nemen van een bepaalde persoon, of je wilt hem of haar filmen, dan zal je daarvoor in principe vooraf toelating moeten krijgen van die persoon. Weigert hij of zij, dan zal je fotosessie, video-opname, ... niet kunnen doorgaan. Het is daarnaast ook belangrijk om te onthouden dat de toestemming om de afbeelding te maken nog niet wil zeggen dat je ook toestemming hebt om de afbeelding te gebruiken.

Voor **publieke personen** gelden andere regels. Bekende politici, muzikanten, acteurs, atleten of andere beroemdheden moeten in zekere mate dulden dat er foto's of video's van hen worden gemaakt en dat die ook worden verspreid. Hetzelfde geldt voor "tijdelijk publieke personen" (mensen die gedurende een korte periode in de schijnwerpers staan) zoals reality-sterren, verdachten in een strafzaak of personen die strafrechtelijk veroordeeld zijn.

Meer over portretrecht kan je vinden in het dossier '[Mediamakers](http://www.mediawijs.be/dossiers/dossier-medimakers/)'<sup>46</sup> van Mediawijs.be.

---

<sup>46</sup> <http://www.mediawijs.be/dossiers/dossier-medimakers/>

## rechtsafstand: wat facebook met je foto mag doen

Of het nu gaat om Twitter, Facebook of Instagram, al deze online diensten behandelen in hun gebruiksovereenkomst hun beleid inzake afbeeldingen. En sommige bedrijven gaan daar behoorlijk ver in... Als voorbeeld bekijken we vandaag Facebook. We halen enkele aandachtspunten aan om je groepsgebrek te voeden. Laat je groep ook eens op zoek gaan naar wat de voorwaarden van andere sociale netwerksites zoal zeggen.

Facebook gebruikt al enige tijd de foto's die we als gebruikers zelf uploaden bij advertenties die ze op haar webpagina's plaatst. Je profielfoto kan worden gekoppeld aan een advertentie om je activiteit op Facebook te laten zien (bijvoorbeeld als je de pagina van Starbucks leuk vindt). Maar ook je andere foto's zijn niet zomaar veilig. Hoewel je er eerst kan lezen dat je zelf eigenaar blijft van je content, stelt Facebook even verder in haar gebruiksvoorwaarden het volgende:

*Voor inhoud waarop intellectuele-eigendomsrechten rusten, zoals foto's en video (IE-inhoud), geef je ons nadrukkelijk de volgende toestemming, afhankelijk van je privacy- en app-instellingen: je verleent ons een niet-exclusieve, overdraagbare, royaltyvrije, wereldwijde licentie om alle IE-inhoud te gebruiken die je plaatst op Facebook of in verband met Facebook (IE-licentie). Deze IE-licentie eindigt wanneer je jouw IE-inhoud of je account verwijdert, tenzij je jouw inhoud hebt gedeeld met anderen en zij de inhoud niet hebben verwijderd.<sup>47</sup>*

Verderop lezen we dat het verwijderen van die content een niet nader bepaalde 'redelijke termijn' duren kan. Ook dekt Facebook zich in voor het gebruik van jouw content op andere plekken:

*"Wanneer je inhoud of informatie publiceert met de instelling Openbaar, betekent dit dat je iedereen, inclusief mensen buiten Facebook, toestemming geeft om die informatie te bekijken en te gebruiken en deze aan jou te koppelen (d.w.z. je naam en profielfoto)."*

Bovendien mag Facebook die gegevens commercieel verhandelen.

*"Je geeft ons toestemming je naam, profielfoto, inhoud en informatie (zoals een merk dat je leuk vindt) te gebruiken voor commerciële, gesponsorde of gerelateerde inhoud die door ons wordt aangeboden of verbeterd. Dit betekent bijvoorbeeld dat je een bedrijf of een andere entiteit toestaat ons te betalen om je naam en/of profielfoto met je inhoud of informatie te tonen, zonder dat je daarvoor compensatie krijgt."*

---

<sup>47</sup> Facebook – Gebruikersvoorwaarden: <https://www.facebook.com/legal/terms>



Ben je gebeten door dit onderwerp? Ga dan zelf even speuren op volgende pagina's:

- <https://www.facebook.com/policies/>
- <https://www.facebook.com/legal/terms>
- [https://www.facebook.com/full\\_data\\_use\\_policy](https://www.facebook.com/full_data_use_policy)
- <https://www.facebook.com/about/privacy/your-info>
- <https://www.facebook.com/about/privacy/advertising>
- <https://www.facebook.com/help/>

### \*\*\* creative commons, wat zijn dat voor beestjes?

---

De 'internetmaatschappij' probeert zelf een aantal antwoorden te bieden op de auteursrechtelijke vraagstukken die het digitale tijdperk ons stelt. Een bloeiende open source gemeenschap werkt aan software, stelt muziek en afbeeldingen ter beschikking, creëert nieuwe tools en mogelijkheden. In een laatste fase van de gespreksmiddag zetten we daarom een boompje op over open source en Creative Commons-licenties. Zoals altijd bevragen we eerst de groep over de aanwezige kennis. Daarnaast gaan we even rondkijken op relevante websites. We komen tot slot terug in de groep met vragen als: "Wat zijn de grote voordelen van open source software en CC? Zijn er ook nadelen? Wat zijn die? Wat vinden jullie zelf van vrije software? Welke gratis software gebruik je zelf? Onder welke licenties doe je dat?"

## Open Source

De (letterlijke) vertaling van 'Open Source' is 'open bron'. Opensource-software is dan ook software waarvan de broncode openbaar is en (vaak) vrij te gebruiken en aan te passen. Enkele bekende voordelen zijn GNU (het open besturingssysteem dat aan de bron ligt van Linux en afgeleiden), VLC VideoLan (een lichte mediaspeler die een breed scala aan bestandstypen herkennen kan), GIMP (een beeldbewerkingsprogramma) en Apache Open Office (een vrije tekstverwerker).

De Wikipediapagina<sup>48</sup> over open source is zeer goed gestoffeerd en behandelt diverse onderwerpen die zeker een paar minuten van je aandacht waard zijn.

---

<sup>48</sup> [http://nl.wikipedia.org/wiki/Open\\_source](http://nl.wikipedia.org/wiki/Open_source)

## Creative Commons

Creative Commons is een oorspronkelijk Amerikaans project voor het bevorderen van open inhoud. Het wil het mogelijk maken om creatieve werken vrijer beschikbaar te stellen dan bij traditioneel auteursrecht.

### Creative Commons Licenties

Creative Commons licenties bieden je een eenvoudige manier om de auteursrechtenbepalingen te beheren, die automatisch op creatief werk van toepassing zijn. De licenties laten delen en hergebruik van creatief werk toe op een flexibele en legaal sluitende manier. Creative Commons biedt een kernpakket van zes auteursrechtenlicenties aan. Er bestaat niet één Creative Commons licentie. Daarom is het belangrijk om te beslissen welke van de zes licenties je neemt op je werk en te achterhalen welke van de zes licenties van toepassing is op een creatief werk dat je wilt gebruiken.

Creative Commons licenties hebben drie lagen. De voor mensen leesbare laag, de voor juristen leesbare legale code en de voor machines leesbare metadata. Samen verzekeren deze drie lagen dat de rechten die in dit spectrum worden aangeboden niet alleen een legaal concept blijven. Creative Commons is iets dat begrepen kan worden door de makers van creatieve werken, door gebruikers van die werken en ook door het web zelf.

### Publiek domein

Creative Commons biedt twee manieren aan om aan te geven dat een werk zonder beperkingen gebruikt kan worden. Met de CC0-verklaring kan een rechthebbende te kennen geven dat hij afstand doet van zijn auteursrecht voor zover dit wettelijk is toegestaan. Met de Publiek Domein Verklaring kan je werken identificeren die niet auteursrechtelijk beschermd zijn of waarvan het auteursrecht is verlopen.

Creative Commons België legt alles zelf helder en uitgebreid uit op hun website: <http://www.creativecommons.be/nl>



## facebook: poort tot de digitale identiteit

---

*Een digitaal beeld van jezelf opbouwen is niet moeilijk. Dat beeld zelf in de hand houden is iets helemaal anders. Om te weten hoe het zit met je eigen 'personal brand' kan het nooit kwaad jezelf regelmatig even op te zoeken via Google, Bing of gespecialiseerdere websites. Om effectief wat te doen aan dat 'brand', is het goed om even na te kijken wat je zoal met de wereld deelt. Vandaag is Facebook ons startpunt om na te kijken hoe het met onze digitale beelden zit. Samen gaan we op zoek naar de privacy-instellingen.*

OPGEPAST! (bijsluiter bij het gebruik van Facebook in vormingen)  
Facebook is notoir voor het snel aanpassen van haar diensten en haar privacybeleid. Kijk dus voor je een vorming over Facebook gaat geven altijd na of je informatie, je screenshots,... niet verouderd zijn. Niets is zo slecht voor je geloofwaardigheid als halverwege een sessie te moeten vaststellen dat die ene knop nu niet meer bestaat, dat een functie anders werkt, dat de standaarden veranderd zijn, etc.

### \* tien belangrijke privacy-instellingen

---

Regelmatig komen mensen in de media omwille van een flater op Facebook of Twitter. Dit bewijst dat je steeds goed moet nadenken over wat je wanneer en met wie delen wil. Maar je kan meer doen... In opdracht van Mediawijs.be kwamen Michel Walrave en Joris van Ouytsel (beiden: Mios, Universiteit Antwerpen) met tien gouden tips om je Facebook-instellingen te optimaliseren met het oog op je eigen privacybeleid.

Voor deze sessies hebben we een ruimte nodig met evenveel computers als er deelnemers aan de workshop zijn. Samen met het publiek gaan we deze tien stappen volgen om zo ons profiel beter te beveiligen. Uiteraard hoeft je in je workshop niet (alleen) te kiezen voor Facebook. Wij beperken ons echter tot dit medium omdat Facebook het grootste bereik heeft. Je kan dus net zo goed vergelijkbare of aanvullende activiteiten opzetten rond Twitter, Instagram, Google+,...

Daarnaast bevelen we aan om tijdens deze workshop informele discussies los te weken over online privacy. Peil naar ervaringen, meningen, visies. Op die manier verrijk je je hands-on workshop met een mediawijs groeps gesprek.



De tien tips snijden onderwerpen aan als ‘Wat deel je wel? Wat liever niet?’, ‘Hoe vindbaar willen we zijn’ en ‘Hoe beperk je reclame?’ Al deze thema’s bieden ruim de mogelijkheid voor een inhoudelijk debat. Check de lijst met tien tips op <http://mediawijs.be/dossiers/dossier-online-privacy/tien-belangrijke-privacyinstellingen-op-facebook!>

➔ Naast deze tien tips heeft het onderzoekproject ‘EMSOC’ ook een handige [roadmap](#)<sup>49</sup> als hulp bij vragen over sociale media en privacy en een [praktische gids](#)<sup>50</sup> in verband met jouw rechten en plichten met betrekking tot sociale media ontwikkeld.

---

<sup>49</sup> <http://mediawijs.be/dossiers/dossier-online-privacy/eerste-hulp-bij-vragen-over-sociale-media-privacy>

<sup>50</sup> <http://mediawijs.be/dossiers/dossier-online-privacy/praktische-juridische-gids-voor-gebruikers-van-sociale-netwerksites>

## sporen uitwissen

---

*Het is niet eenvoudig om anoniem te surfen op een ongefilterd en niet-gepersonaliseerd internet. Immers: de Google's en Facebook-en van deze wereld hebben er alle belang bij zoveel mogelijk van jou te weten te komen. Onder het mom van 'gebruikservaring' verzamelen ze heel wat gegevens over de gebruikers van het internet. Maar dit kan je voorkomen...*

### \*\* doorprik je bubbel

---

Mediawijs.be, het Vlaamse kenniscentrum voor Mediawijsheid, ontwikkelde binnen het dossier '[Online Privacy](http://mediawijs.be/dossiers/dossier-online-privacy)<sup>51</sup>' een steekkaart rond tien tips die je kunnen helpen om de internetbubbel te doorbreken. Wij vonden dit de ideale insteek voor een workshop over online privacybeleid.

Je kan hierbij kiezen voor een praktische workshop, waarin de tips worden overlopen, of voor een debat waarin je de effecten van 'gepersonaliseerd' internet bevraagt en samen met de groep nadenkt over de (mogelijke) implicaties.

### Welke bubbel?

Heb jij je ooit afgevraagd waarom jouw zoekresultaten in bv. Google anders zijn dan die van je buurman? Zelfs als je identieke zoektermen ingeeft, is de kans groot dat Google jullie andere resultaten voorschotelt. Dat komt omdat Google je zoekopdrachten bijhoudt. Hetzij met behulp van cookies, hetzij via je accountgegevens.

Hierdoor kan Google 'leren' waarnaar jij op zoek bent. Vragen kunnen in logische verbanden worden gesorteerd en je zoekervaring wordt – aldus Google – een stuk vlotter. Dit heeft echter als gevolg dat Google beslist welke informatie wij wel of niet te zien krijgen. Het is immers het onbekende algoritme dat Google gebruikt dat bepaalt welke zoekresultaten bovenaan komen te staan.

Internetactivist Eli Pariser doopte dit fenomeen 'de internetbubbel'.

---

<sup>51</sup> <http://mediawijs.be/dossiers/dossier-online-privacy>

## Help?

Mediawijs.be ging met Parisers informatie aan de slag. Ze geven tien tips die je in een workshop kan behandelen. Een uitleg bij de tips vind je op [hun website](http://www.thefilterbubble.com/)<sup>52</sup>, maar wij vatten alvast even voor je samen!

1. Maak komaf met cookies
2. Wis je webgeschiedenis
3. Laat Facebook weten dat ze je gegevens privé moeten houden
4. Deel je geboortedatum niet met iedereen
5. Schakel doelgerichte reclame uit
6. Ga incognito
7. Of nog beter: surf anoniem
8. Depersonaliseer je browser
9. Vertel Google en Facebook dat ze het makkelijker moeten maken om je filters te bekijken en te controleren
10. Maak duidelijk dat privacy je wel kan schelen

Benieuwd geworden naar de Filter Bubble? Bezoek de website van Eli Parsier: <http://www.thefilterbubble.com/>



<sup>52</sup> <http://mediawijs.be/dossiers/dossier-online-privacy/doorprik-je-bubble-om-anoniemer-te-surfen>

## Leder een eigen merk

---

*Het internet is een verlengde van de dagdagelijkse realiteit. Het is dan ook niet vreemd dat ook ons persoonlijk leven langzaam de digitale grens oversteekt. Facebook, blogs, Twitter, YouTube,... er zijn heel wat manieren om jezelf te uiten. Waar veel mensen echter niet bij stil staan, is dat al die impressies samen een eigen 'merk', een 'personal brand' vormen. Een beeld van jezelf dat anderen van je krijgen door de indrukken die je achterlaat op het internet.*

### \*\*\* videobloggen: hoe zit het in 2024 met jouw eigen merk?

---

We gaan actief aan de slag met dat beeld. Je kan het immers zelf vormen en er over nadenken. De volgende activiteit kan je met iedere groep doen, maar we bakenen even de doelgroep jongeren tussen de 15 en de 25 jaar af. Die groep is immers – offline en online – volop bezig met het ontdekken van zichzelf, met wie ze zijn, met wie ze willen zijn en... met hoe ze willen overkomen.

Samen met de groep gaan we aan de slag met een vorm van digital storytelling. Door het medium van vlogging (een samentrekking van video blogging, bloggen door te filmen dus) zetten we ze tot nadenken aan over het delen van informatie op het internet. Veel van die informatie staat immers voorgoed online. De vraag die we de jongeren stellen tijdens een workshop vloggen is: 'hoe zit het in 2024 met jouw eigen persoonlijke merk?'

## technisch

Vooraleer we inhoudelijk aan de slag kunnen gaan, moeten we weten hoe we kunnen vloggen. Belangrijk hier is dat je ook met heel eenvoudige tools knappe resultaten kan verkrijgen. Je hebt dus niet per se een fancy camera nodig, of kennis van dure montagesoftware. Een laptop met ingebouwde camera en microfoon en een eenvoudig – vaak gratis – programma volstaan. Je kan ook aan de slag met smartphones en/of tablets<sup>53</sup>. (Uiteraard mag je de lat altijd hoger leggen. Hou rekening met het niveau van je groep. Stel een realistische uitdaging.)

Daarnaast heb je best ook aandacht voor scripting en spreektechnieken. Laat je deelnemers voor ze aan de slag gaan een script opstellen waarin de structuur van hun filmpje wordt beschreven. Letterlijke tekst is niet nodig. Vertellen komt natuurlijker over dan afratelen, maar het is leuk op voorhand na te denken over een leidraad.

---

<sup>53</sup> Op zoek naar apps? Kijk eens rond op <http://www.hongkiat.com/blog/30-best-free-iphone-photo-video-applications/> of op <http://www.androidauthority.com/the-best-camera-apps-for-android-188148/>

## mediawijs

Uiteraard draait deze workshop niet alleen rond het leren creëren van content. In de eerste plaats willen we samen nadenken over wat er zal gebeuren met die foto die we nu uploaden. Wat zal het effect zijn van dat filmpje op Vine? En hoe zal het internet in 2024 omgaan met persoonlijke informatie? Enkele mogelijke insteken voor een filmpje:

- Wat gebeurt er met mijn fotoalbum in de komende tien jaar? Wat zijn de eventuele risico's van het delen van foto's met de rest van de wereld?
- Kan je Facebook/Flickr/... gebruiken als voornaamste opslagplaats voor je foto's?
- Hoe ziet de Facebook/Twitter/Instagram/Vine/Snapchat/... van de toekomst er uit?
- Waarom wil Facebook/Google/... onze foto's in reclame gebruiken?
- Hoe gaan websites om met ons materiaal? Hoe zouden ze er beter mee om kunnen gaan?

Een groepsdiscussie op voorhand biedt stof om de filmpjes van een sterke inhoud te voorzien. Moedig deelnemers ook aan om zelf op zoek te gaan naar informatiebronnen over privacy, gebruiksovereenkomsten, videomontage,...

Belangrijk is om, zeker bij dit type activiteiten, ook goed na te denken wat er achteraf met de resultaten gebeurt. Deel je de filmpjes op YouTube/Vimeo/...? Stel je ze alleen ter beschikking aan deelnemers op een afgesloten platform? Ga je ze als organisatie delen op Facebook? Hou je als organisatie rekening met de besluiten van de groep aan het einde van het traject en zet je die om in de praktijk?





## algemene aandachtspuntjes en tips

---

*Sommige zaken zijn dermate essentieel dat we ze belangrijk genoeg vonden om er een eigen pagina aan te wijden... Daarom hier een aantal zaken die je activiteit kunnen maken of kraken.*

- Samenwerken werkt! Denk tijdens de voorbereiding na over mogelijke partners of werk samen met lokale georganiseerde groepen: een vormingsinstelling, een school, een kinderopvang, seniorenverenigingen, sportverenigingen, jeugdbewegingen, hobbyverenigingen (bijvoorbeeld wandelclubs). Op die manier maak je meer kans om een grotere groep geïnteresseerde deelnemers aan te trekken. En samen is natuurlijk altijd leuker dan alleen!
- Benadruk steeds de voor de hand liggende voordelen van een digitale toepassing of apparaat. Het voordeel van een online variant is vaak dat deze gratis is of flexibeler in gebruik is. Bijvoorbeeld: een wandelroute online is gratis, terwijl de papieren variant betalend is. Daarenboven kan je op maat een route uitstippelen. Door het gebruik van een online toepassing of digitaal toestel te koppelen aan een ingeburgerde vrijetijdsinvulling, verlaag je voor niet-gebruikers de drempel door nut en betekenis te geven aan online toepassingen. Geef uiteraard ook tips in verband met de risico's, bijvoorbeeld op vlak van privacy.
- Maak zelf gebruik van bestaande handleidingen en oefen op voorhand je werkwijze om deze nadien vlot in groep te kunnen demonstreren. In sommige gevallen kan het nodig zijn om met een externe expert samen te werken.
- Leg tijdens een demonstratie de nadruk op het zelf uitproberen en de gebruiksvriendelijkheid van de websites of apparaten. Indien je gevorderden laat samen werken met beginners, kunnen deelnemers ook van elkaar leren. Je kan zo ook meerdere deelnemers met één toestel laten samenwerken.
- Zorg steeds dat je beschikt over voldoende voorbereide testtoestellen. Het kan ook een didactische keuze zijn om een softwaretoepassing samen te installeren met de groep. Weet echter dat dit kan zorgen voor vertraging en die twee uur vliegen zo voorbij! Ook hier baart oefening kunst. Wanneer deelnemers beschikken over een eigen toestel, wees je dan bewust van de mogelijke verschillen tussen de besturingssystemen en softwareversies. Soms zit die ene functie die je graag eens extra wil belichten net ergens anders weggestopt .
- Als je met cursisten online wil gaan, zorg er dan voor dat je over voldoende capaciteit beschikt. Met dertig deelnemers aan je activiteit kan het WiFi-netwerk, dat anders zo goed werkt, toch aardig onder druk komen te staan. Vraag dus best aan de verantwoordelijke wat de maximumcapaciteit is en hoe je die eventueel (tijdelijk) kan uitbreiden.
- Wil je graag werken met beeld- of geluidsmateriaal? Zorg dan niet alleen voor een projector en projectie-oppervlak, maar sta zeker ook stil bij geluidsversterking. Soms zijn de ingebouwde luidsprekers van je systeem niet toereikend en moet je zorgen voor externe geluidsboxen.



# op zoek naar meer?

---

Deze publicatie kadert in de 'Digitale Week 2015'. De Digitale Week is een initiatief van LINC vzw. Voor meer informatie kan je steeds terecht bij onze campagnecel via volgende coördinaten:

✉ [digitaleweek@linc-vzw.be](mailto:digitaleweek@linc-vzw.be)

LINC vzw

☎ 32 16 31 66 08

Maria-Theresiastraat 20

📍 32 471 24 08 21

BE-3000 Leuven

Meer informatie vind je ook steeds terug op onze website [www.digitaleweek.be](http://www.digitaleweek.be).

## Colofon

---

Auteurs: Rob Declerck, Jessica Van Opstal, Sandrijn Van Waeg  
Editors: Ria Swinnen, Laure Van Hoecke  
Redactie en opmaak: Rob Declerck

© LINC vzw, 2014



