

Nota	Partneroproep 'Campagne : De Mediamissie'	20 febr 2017
Inhoud	Oproep voor partnervoorstellen voor en informatie over het project 2017 'Campagne: De Mediamissie' (werktitel)	

1. Situering

Het Vlaams Kenniscentrum Mediawijsheid, Mediawijs, kreeg van Minister van Media, Sven Gatz, de opdracht om de mediawijsheid in Vlaanderen te stimuleren en te verhogen in 2015, 2016 en 2017. Mediawijsheid is - in het kort - het goed (technisch, strategisch en kritisch) en actief (consumeren en creëren) gebruiken van allerlei media (audiovisueel, print, social media, internet en ict ...) om deel te nemen aan de maatschappij (sociaal, professioneel, beleidsmatig).

Met de 'Campagne: De Mediamissie' wil Mediawijs de mediawijsheid van kinderen van 10-12 jaar in Vlaanderen stimuleren maar ook hun begeleiders (klas, gezin, vrije tijd) activeren om deze kinderen te ondersteunen bij hun mediawijze ontwikkeling.

In dit document stellen we de inhoud, aanpak en oproep voor het project 'Campagne: De Mediamissie' voor.

2. Omschrijving en doel

Mediawijs lanceert in het najaar van 2017 een **campagne** met als **werktitel 'De Mediamissie'**. Met deze campagne wil Mediawijs de mediawijsheid in Vlaanderen verhogen. De centrale doelgroep van de campagne is kinderen van 10-12 jaar. Maar we activeren ook ouders, leerkrachten en vrije tijdsgroepen om de kinderen te ondersteunen bij hun mediawijze ontwikkeling.

Mediawijs is op zoek naar een **inhoudelijke partner** voor de uitwerking van de campagne, met als belangrijkste onderdeel de opdrachten voor het online opdrachtenspel en de werkvormen voor de begeleiders (leerkrachten, ouders, vrijetijdsbegeleiders), en daarnaast de manier om die begeleiders en de omgeving van de kinderen te activeren.

3. Kader

Het **doel** van de campagne is de **mediawijsheid te verhogen**. Mediawijs volgt de definitie die de Vlaamse regering in haar conceptnota hanteert: *Het geheel van kennis, vaardigheden en attitudes waarmee burgers zich bewust en kritisch kunnen bewegen in een complexe, veranderende en gemediatiseerde wereld. Het is het vermogen tot een actief en creatief mediagebruik dat gericht is op maatschappelijke participatie.*

Kinderen tussen 10 en 12 jaar vormen de **hoofddoelgroep** van De Mediamissie. Zij zijn een interessante doelgroep aangezien zij media zelfstandig gebruiken en vrij goed weten wat ze met welke media kunnen en willen doen. Ze houden er ook van om sociale contacten te leggen online. Kortom, ze ervaren op deze leeftijd heel wat voordelen van (sociale) media. Maar de kans dat ze ook met de nadelen (cyberpesten, sexting, contact met onbekenden ...) geconfronteerd worden, wordt steeds groter. Kinderen van 10-12 jaar staan ook aan de 'vooravond' van de stap naar het secundair onderwijs, wat ook een grote stap betekent in hun mediagebruik. De online wereld ontplooit zich verder voor hen en ook sociale media spelen steeds meer een centrale rol in hun leven.

Daarnaast is het goed om ook het **brede netwerk** van een kind te betrekken. Hun **leeftijdsgenoten** zijn van belang om van elkaar te leren, om samen te overleggen en samen te werken ... Maar ook de **begeleiders** van kinderen kunnen mee betrokken worden. Op deze leeftijd zijn kinderen van 10-12 jaar nog **sterker beïnvloedbaar** door hun opvoeders: hun begeleiders (ouders, leerkrachten, leiding uit de jeugdbeweging ...) kunnen hen nog heel wat bijbrengen en kunnen ook een rol spelen van 'vertrouwenspersoon' waar kinderen op kunnen terugvallen bij een minder fijne ervaring. Daarom wordt niet alleen in de bredere campagne, maar ook met een opdrachterspel de connectie met leerkrachten (begeleiders van het spel), ouders (extra deelnemers aan spel) en vrijetijdsbegeleiders (bv. jeugdleiders) gemaakt. Met het spel kunnen zij mediawijze inzichten stimuleren, verpakt in een laagdrempelige en uitdagende werkvorm.

De kern van de Mediamissie wordt gevormd door een online opdrachterspel gekoppeld aan een videoserie (een 5-tal episodes van een web- of televisieserie) van Ketnet. Dit opdrachterspel is onder andere **geïnspireerd door MediaMasters** (<http://www.mediamasters.nl/>) een initiatief van Mediawijzer.net, de Nederlandse tegenhanger van Mediawijs. In het najaar van 2016 organiseerde Mediawijs een pilootproject waarbij 34 Vlaamse klassen deelnamen aan de Nederlandse MediaMasters van Mediawijzer.net. Op basis van de evaluatie van dit pilootproject en door de interesse bij Vlaamse partners, waaronder Ketnet, besliste de stuurgroep van Mediawijs om een Vlaamse variant op MediaMasters te ontwikkelen.

De campagne vindt plaats in het **najaar van 2017**, ten vroegste in de tweede helft van september 2017 ten laatste in december 2017.

4. Concrete realisaties

Mediawijs is op zoek naar een **inhoudelijke** partner voor de uitwerking van de campagne, met als belangrijkste onderdeel de opdrachten voor het online opdrachtenspel en de werkvormen voor de begeleiders (leerkrachten, ouders, vrijetijdsbegeleiders), en daarnaast de manier om die begeleiders en de omgeving van de kinderen te activeren.

Het **opdrachtenspel** vertrekt van het kind zelf en geeft hem of haar de mogelijkheid om in verschillende omgevingen uitdagingen aan te gaan:

- individueel,
- met het gezin,
- in de klas en
- in de vrijetijdsgroep

In het project worden **minstens volgende onderdelen** concreet gerealiseerd:

- Uitgewerkte en uitgeteste opdrachten op maat van kinderen van 10-12 jaar. Deze opdrachten kunnen de kinderen zelfstandig, tussen leeftijdsgenoten onderling of in een thuis- of school- of vrije tijdscontext in een online opdrachtenspel spelen.
- Uitgewerkte en uitgeteste werkvormen voor de begeleiders van de kinderen die deelnemen aan het spel: ouders en leerkrachten en begeleiders uit de vrije tijd.
- Uitgewerkte ideeën om de begeleiders en omgeving van de kinderen te activeren en over de campagne te communiceren.
- Samenwerking met
 - Mediawijs,
 - relevante inhoudelijke expertpartners voor de uitwerking van de werkvormen,
 - de technische partner voor de online omgeving,
 - Ketnet en de betrokken videoproductie,
 - relevante partners voor de communicatie over de campagne.

5. Belangrijke aandachtspunten

In het project is het belangrijk om rekening te houden met volgende elementen.

- Het opdrachtenspel is het vehikel voor een breder campagne en communicatie, daarin zul je moeten meedenken;
- De opdrachten moeten grootschalig uitvoerbaar zijn en online verwerkbaar, binnen het financiële kader dat met de technische ontwikkelaar afgesproken wordt;
- Zorg voor een duurzaam kader, het project moet de start zijn van een werking die daarna verder kan gaan zonder de projectmiddelen, in dit geval een model voor campagne en spel dat herhaald kan worden met andere invullingen/doelgroepen;
- Leg de nadruk op een genuanceerde invulling van het concept mediawijsheid door zowel aandacht te hebben voor de voordelen, als voor de nadelen;
- Leg de nadruk op een positieve rol die begeleiders kunnen spelen;
- Door de samenwerking met andere relevante partners kan de duurzaamheid versterkt worden.

In het kader van dit project wordt

- een betrouwbare expertenpoule uitgebouwd, doorheen het traject in samenwerking met Mediawijs;

- een traject gelopen, waarbij de inhoudelijke en vormelijke invulling op verschillende momenten wordt getoetst.

Dit is een oproep voor coördinatie, ontwikkeling en uitvoering, niet voor onderzoek.

6. Proces en timing Mediawijs project 'Campagne Mediamissie'

- Tot en met 17 maart 2017 om 11.00 uur kan elke rechtspersoon of overheidsinstantie een partnervoorstel indienen via het formulier op www.mediawijs.be/oproep2017.
- In de week van 20 maart 2017 zal een adviescommissie van personeel en leden van de Stuurgroep van Mediawijs de voorstellen rangschikken op basis van kwaliteit, ervaring, budget, timing.
- Op basis van die rangschikking zal het Dagelijks Bestuur van Mediawijs met de weerhouden partners in gesprek gaan om de definitieve projectinhoud en het -proces vast te leggen.
- Dit consortium zal het projectgeheel ten vroegste rond 1 april 2017 opstarten.
- Het project wordt in het najaar van 2017 breder bekend gemaakt aan het publiek, ten vroegste in de tweede helft van september.
- De uitvoering start rond 1 april 2017 en eindigt na de campagne in najaar 2017.

Timing project Campagne 'Mediamissie'

20 februari 2017	Oproep naar voorstellen tot samenwerking
17 maart 2017	Deadline indienen voorstellen
Week van 20 maart 2017	Keuze van partners en richting door adviescommissie en start onderhandelingsronde met Dagelijks Bestuur Mediawijs
31 maart 2017	Bevestiging definitieve projectinhoud en -proces
1 april - najaar 2017	Uitvoering Project

7. Budget

Het totaalbudget voor dit onderdeel van de campagne bedraagt 20 000 euro. Dit budget gaat naar één partner.

8. Algemene principes partnerprojecten Mediawijs

We zetten vier elementen centraal in het kader van onze projecten.

1. Mediawijze inhoud

De projecten hebben een duidelijk mediawijze inhoud. Ze handelen over het efficiënt, actief en kritisch aanwenden van media, zetten hiertoe aan of faciliteren dit.

2. Partnerschap

De projecten worden uitgevoerd in partnerschap met verschillende instanties. Mediawijs is hierin één van de centrale partners en zit mee aan het stuur. We maken bovendien werk van een reëel partnerschap zodat ieder een actieve rol kunnen opnemen. Gerichte en lokale partnerships met brede welzijnsveld worden opgezet en uitgebouwd.

3. Impact

De projecten hebben minstens de kiemen in zich om een reële en grootschalige impact te helpen verwezenlijken. Ze kunnen daarvoor ook een eerste stap zijn of een belangrijke aanvulling.

4. Duurzaam

De projecten hebben ook na het projectjaar een effect. Ze lopen verder of hun resultaten worden nog minstens 2 jaar actief verspreid.

Daarom

- is de inhoudelijke doelstelling van de projecten in een participatief proces sterk vooraf afgebakend door Mediawijs,
- is Mediawijs in elk project een deelnemende partner,
- wordt de definitieve projectinvulling in gesprek met

9. Mediawijs project 'Campagne: Mediamissie' - Partnerformulier

Vul ten laatste op 17 maart 2017 om 11.00 uur dit formulier in op <http://mediawijs.be/oproep2017> om in te gaan op de partneroproep voor het Mediawijs project Campagne 'Mediamissie'. Voor vragen kan je terecht bij Elke Boudry, elke.boudry@imec.be of 0486 25 86 20.

Partnergegevens

- Naam rechtspersoon (organisatie, school, bedrijf...) of overheidsinstantie
- Adres
- Telefoonnummer
- E-mailadres
- Website
- BTW-nummer
- Rekeningnummer

Contactpersoon

- Naam contactpersoon

Indien afwijkend van rechtspersoon:

- Adres
- Telefoonnummer
- E-mailadres

Ervaring

- Welke relevante ervaring kun je voorleggen? Wat waren daarvan de resultaten?

Partnervoorstel

- Hoe zou je de taken willen opnemen, met welke resultaten als gevolg? Je kunt daarbij rekening houden met je doelstelling, doelgroep, de elementen uit de oproep ...
- Hoe zie je de timing van dit project? Geef dit weer in een tijdsverloop.
- Welk budget denk je hiervoor nodig te hebben? Welke middelen breng je zelf in (maak duidelijk welk onderdeel van het project al door andere middelen gefinancierd wordt en welk deel specifiek samen met Mediawijs ontwikkeld wordt)? Splits dit op in:
 - o Personeelskosten:
 - Functie, aandeel van een VTE, aantal maanden, totale kostprijs
 - o Werkingskosten:
 - Vervoer
 - Productiekosten materiaal
 - ...
 - o Andere medewerkers: experten die je engageert of vrijwilligers of...
 - o Inkomsten:
 - Gevraagd projectbudget
 - Eigen inbreng
- Ben je van plan om andere partners in te schakelen voor dit project, zo ja, welke en waarvoor?

Let wel: indirecte of overheadkosten worden expliciet geweerd uit deze partneroproep en komen niet in aanmerking.

10. Mediawijs project Campagne 'De Mediamissie' - Reglement

1. Door het invullen van het formulier bij de Partneroproep voor het Mediawijs project Campagne 'De Mediamissie', verbindt de potentiële partner zich ertoe om bij toekenning mee te stappen in het onderhandelingsproces met het Kenniscentrum Mediawijsheid van imec vzw om te komen tot een definitieve projectinhoud en -proces.
2. Het Kenniscentrum Mediawijsheid van imec vzw organiseert een procedure met een gemengde adviescommissie (personeel en leden van de stuurgroep van het Kenniscentrum Mediawijsheid), die de voorstellen rangschikt op prioriteit, richting geeft aan mogelijke wijzigingen in de voorstellen en aan een samen te stellen consortium voor de uitvoering van het project. Zij kan ook eventuele tekorten in de voorstellen aanstippen, die in het project nog dienen opgenomen te worden. De voorstellen worden beoordeeld op 'Kwaliteit en inhoud' (30%), 'Kwalitatieve ervaring' (30%), 'Budget' (20%), 'Timing' (20%). Voorstellen die minder dan 60% scoren op de totale score, zullen sowieso niet weerhouden worden. De commissie zal in de loop van de week van 20 maart 2017 haar advies overmaken aan het Dagelijks Bestuur van het Kenniscentrum Mediawijsheid.
3. Het Dagelijks Bestuur van het Kenniscentrum Mediawijsheid vat daaropvolgend het gesprek aan met de weerhouden partner(s) om de definitieve projectinhoud en het -proces vast te leggen binnen het voorziene budget en de voorziene timing. Wanneer hierover geen overeenstemming

bereikt wordt, kan het Kenniscentrum het gesprek aanvatten met de volgend gerangschikte weerhouden partner(s). Het Kenniscentrum Mediawijsheid zal steeds als één van de leidende partners tot het consortium toetreden. Streefdatum voor de definitieve samenstelling van consortium en project is 1 april 2017.

4. Bij toekenning van het hele gevraagde budget, zal de partner minstens de in haar voorstel omvatte resultaten of een met imec vzw overeengekomen pakket van een gelijkaardige omvang realiseren binnen de maximale projecttiming, zoals dit zal worden opgenomen in een overeenkomst tussen de partner en imec vzw.
5. Bij toekenning van een lager budget zal de partner in onderhandeling treden met het Kenniscentrum Mediawijsheid van imec vzw over de te behalen resultaten, timing en rol van de partner binnen het consortium en project. Wanneer hierover overeenstemming wordt bereikt, zal dit opgenomen worden in een overeenkomst tussen de partner en imec vzw. Wanneer geen overeenkomst gevonden wordt binnen een redelijke termijn, worden beide partijen ontslagen van elke verplichting ten opzichte van elkaar in het kader van deze partneroproep.
6. In de overeenkomst zal elke partner zich ertoe verbinden om alle noodzakelijke en redelijke maatregelen te nemen om met de nodige zorgvuldigheid, kennis en inzet en in het algemeen in overeenstemming met de erkende professionele maatstaven een efficiënte uitvoering van het project te verzekeren zoals in die in de overeenkomst zal opgenomen zijn. Daarvoor zal elke partner voldoende gekwalificeerd personeel, uitrusting en materialen voorzien.
7. De voorziene steun van imec vzw wordt vastgelegd in de overeenkomst, net als de inbreng voorzien door de projectpartner. De projectpartner zal imec vzw factureren voor 80% van de voorziene steun bij de start van het project (voorzien rond 1 april 2017) en voor 20% na de kwalitatieve oplevering van alle overeengekomen resultaten (voorzien vóór 31 december 2017).
8. Binnen deze oproep worden geen indirecte of overheadkosten aanvaard.
9. Elke partner zal alle stukken tot staving van de gedane kosten in het kader van het project ter beschikking van het Rekenhof bewaren gedurende een periode van zeven (7) jaar na oplevering van de projectresultaten.
10. Elke partner blijft eigenaar van alle intellectuele eigendomsrechten die worden behaald in het kader van de uitvoering het Project maar geven onder een Creative Commons licentie aan de andere Begunstigden en aan het Kenniscentrum Mediawijsheid en imec vzw de toestemming om hun werk te vertonen, op te voeren, te distribueren, verspreiden, en met anderen te delen, maar beperkt tot niet-commerciële doeleinden (CC BY-NC-SA 3.0). In geen geval kan een (ex-)partner of een medewerker daarvan beroep doen op zijn of haar intellectuele eigendomsrechten op een onderdeel van de projectresultaten om het gebruik en de verspreiding van de gehele projectresultaten tegen te houden of aan banden te leggen.
11. Bij elk gebruik door een partner van een projectresultaat en bij elke publieke mededeling daarover zal steeds worden verwezen naar het project en naar de steun die van het Kenniscentrum Mediawijsheid, imec vzw en de Vlaamse Gemeenschap werd ontvangen.
12. De verbintenis van elke partner om haar taken in het project uit te voeren zal voor die partner geen resultaatsverbintenis inhouden, maar een inspanningsverbintenis. Elke partner is en blijft volledig en uitsluitend aansprakelijk voor de goede uitvoering van het overeengekomen project en voor de schade die door haar aan derde partijen wordt veroorzaakt in het kader van de uitvoering daarvan of door het gebruik van de projectresultaten. Daarom zal de partner die door een derde partij zou worden aangesproken een verhaalrecht hebben op de andere partner in zoverre de aanspraak van de derde partij op een fout en/of nalatigheid van de andere partner is gestoeld.
13. De interpretatie, toepassing en wijziging van dit reglement komt uitsluitend toe aan het Dagelijks Bestuur van het Kenniscentrum Mediawijsheid.