



DE PROFIELEN KWAMEN TOT STAND MET STEUN VAN:



Medegefinancierd door de Europese Unie

De financieringsfaciliteit voor Europese verbindingen

In deze publicatie wordt slechts de mening van de auteur weergegeven.
De Europese Unie is niet aansprakelijk voor het gebruik dat eventueel
wordt gemaakt van de informatie in deze publicatie.



meer info: www.mediaprofiel.be/aandeslag



KENMERKEN

BIJNA GEEN MEDIAGEBRUIK EN -BEGRIIP

ZIET MEERWAARDE NIET

ANGST VOOR DIGITALE MEDIA

GEEFT EN KRIJGT WEINIG
TOT GEEN ONDERSTEUNING

ONZICHTBAAR





KENMERKEN

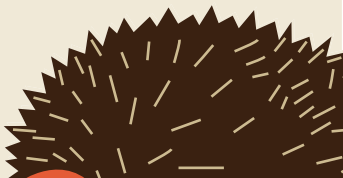
WEINIG MEDIAGEBRUIK EN -BEGRIIP

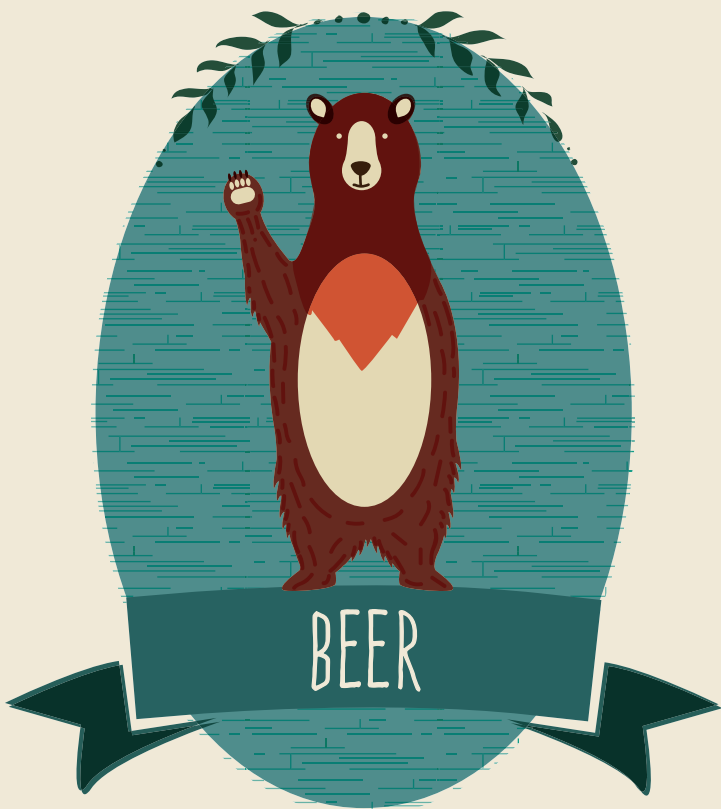
ZIET WEINIG MEERWAARDE

DIGITALE MEDIA ZIJN EEN BEDREIGING

GEEFT EN KRIJGT
BEPERKTE ONDERSTEUNING

ONBEREIKBAAR





KENMERKEN

BASIS MEDIAGEBRUIK EN -BEGRIIP

HOGЕ MOTIVATIE OM MEE TE ZIJN

DIGITALE EVOLUTIE GAAT SOMS TE SNEL

GAAT OP ZOEK NAAR ONDERSTEUNING

VECHTER





KENMERKEN

HEEL KRITISCH, MAAR
BEPERKT MEDIAGEBRUIK

EIGENZINNIGE KIJK OP
DE DIGITALE WERELD

WEINIG INTERESSE IN
DE DIGITALE WERELD

REKENEN OP ANDEREN

VERZET ZICH





KENMERKEN

KRITISCH, MAAR BEPERKT MEDIAGEBRUIK

AFWACHTENDE HOUDING

KOUDWATERVREES

GEEFT EN KRIJGT
WEINIG ONDERSTEUNING

VOORZICHTIG





KENMERKEN

KRITISCH MEDIAGEBRUIK

MATIG GEMOTIVEERD OM
DIGITALE MEDIA TE GEBRUIKEN

BLIJFT IN COMFORTZONE

GEEFT EN KRIJGT
WEINIG ONDERSTEUNING

GEWOONTEDIER





KENMERKEN

HANDIG MET MEDIA,
MAAR WEINIG KRITISCH

CREATIEF MET MEDIA

NIEUWSGIERIG

GAAT OP ZOEK NAAR ONDERSTEUNING

ACROBAAT





KENMERKEN

VLOT MEDIAGEBRUIK EN -BEGRIIP

GEMOTIVEERD OM DIGITALE
MEDIA TE GEBRUIKEN

DIGITALE MEDIA ZIJN FUNCTIONEEL

ZELFREDZAAM, GEEFT WEINIG HULP

GRONDIG





KENMERKEN

HOOG MEDIAGEBRUIK EN -BEGRIIP

DURVER

GEBRUIKEN DIGITALE MEDIA DOELGERICHT

GEEFT VEEL HULP, MAAR
KRIJGT MINDER ONDERSTEUNING

ZELFSTANDIG





KENMERKEN

HOOG MEDIAGEBRUIK EN -BEGRIIP

ZEER STERK GEMOTIVEERD

PRODUCEERT ZELF MEDIA

KRIJGT EN GEEFT VEEL DIGITALE ONDERSTEUNING

LEIDERSFIGUUR





1

AAN DE SLAG MET DE MEDIAPROFIELEN

INZICHT IN
HET EIGEN MEDIAPROFIEL

STAP 1

- ★ Vorm groepen van vier personen.
- ★ Bespreek de mediaprofielkaarten: Benoem de belangrijkste drempels en pluspunten van ieder profiel.
- ★ Laat de deelnemers hun eigen profiel kiezen uit de mediaprofielkaarten of laat iedereen de zelftest afnemen op www.mediaprofiel.be.

STAP 2

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

STAP 3

- ★ Benoem per profiel wat er nodig is om:
 - ▶ je zwakke punten op vlak van media te verbeteren.
 - ▶ je sterke punten op vlak van media te benutten en verder te ontwikkelen.
- ★ Denk na over welke bijkomende vormingen of hulp je hierbij nodig hebt en vraag naar de ervaringen in de groep.



meer info: www.mediaprofiel.be/aandeslag



2

AAN DE SLAG MET DE MEDIAPROFIELEN

INZICHT IN DE MEDIAPROFIELEN
VAN TEAMLEDEN

STAP 1

- ★ Vorm groepen van vier personen.
- ★ Bespreek de mediaprofielkaarten: Benoem de belangrijkste drempels en pluspunten van ieder profiel.
- ★ Laat het team hun eigen profiel kiezen uit de mediaprofielkaarten of laat alle teamleden de zelftest afnemen op www.mediaprofiel.be.

STAP 2

- ★ Laat ieder teamlid zijn eigen profiel toelichten. Klopt dit profiel of niet? Waarom wel/niet?

STAP 3

- ★ Bespreek welk effect de geselecteerde profielen hebben voor jouw organisatie. Benoem wat er nodig is in de organisatie om:
 - de zwakke punten op vlak van media te verbeteren.
 - de sterke punten op vlak van media te benutten en verder te versterken.
- ★ Denk na over welke bijkomende vormingen of hulp het team hierbij nodig heeft en vraag naar de ervaringen in de groep. Vertrek hierbij van een breed kader (toegang, kennis, vaardigheden, attitude, ondersteuning...).



Meer info: www.mediaprofiel.be/aandeslag



3

AAN DE SLAG MET DE MEDIAPROFIELEN

INZICHT IN DE ONDERSTEUNING
VAN HET DOELPUBIEK

STAP 1

- ✦ Vorm groepen van vier personen.
- ✦ Laat iedere groep één of meerdere profielen bespreken, zodanig dat de tien mediaprofielen aan bod komen.

STAP 2

- ✦ Laat iedere groep zijn profiel(en) bespreken door volgende vragen te beantwoorden:
 - Wordt dit profiel bereikt? Welke lokale actoren bereiken dit profiel? Welke communicatiestrategie wordt gebruikt?
 - Welk pedagogisch aanbod is er voor dit profiel binnen de organisatie(s), gemeente, stad of regio? Hoe sluit dit aan bij de leernoden van het profiel? Speelt men hier voldoende op in?

STAP 3

- ✦ Benoem per profiel wat er nodig is om:
 - de zwakke punten op vlak van media in de communicatie en de pedagogische ondersteuning te verbeteren.
 - de sterke punten op vlak van media in de communicatie en de pedagogische ondersteuning te benutten en te versterken.



meer info: www.mediaprofiel.be/aandeslag