



# Jaarverslag Digital Playground 2005

# Inhoudsopgave

## **1. Inleiding**

- 1.1 Projectomschrijving
- 1.2 Doelstelling
- 1.3 Methode

## **2. Organisatie**

- 2.1 Personeel
- 2.2 PR & Communicatie

## **3. Activiteiten 2005**

- 3.1 DP Rotterdam
  - 3.1.1 Werving
  - 3.1.2 Speciale Projecten in Rotterdam
  - 3.1.3 Boeking
  - 3.1.4 Samenwerking
- 3.2 DP Onderzoek & Ontwikkeling
  - 3.2.1 Educatie
  - 3.2.2 Shop4media.nl
  - 3.2.3 DPtutorials
- 3.3 DP On Tour
  - 3.3.1 Zoetermeer
  - 3.3.2 Arnhem
  - 3.3.3 Leiden
  - 3.3.4 Kwantitatief
- 3.4 DP Specials
  - 3.4.1 Film by the Sea
  - 3.4.2 Breda Photo
  - 3.4.3 IDFA flies Tropics (Suriname)
  - 3.4.4 NFF
  - 3.4.5 Filmhuis Den Haag
  - 3.4.6 Kwantitatief
- 3.5 Conclusie DP on Tour / DP Specials en informatieraster

# 1. Inleiding

In het eerste jaar dat Digital Playground in het Cultuurplan zat heeft het project een flinke groei doorgemaakt, vooral op professioneel en organisatorisch gebied. Daarnaast is het aantal projecten in het land sterk uitgebreid. In het eerste halfjaar volgden maar liefst 1.650 leerlingen in het land een workshop tegenover 185 leerlingen in dezelfde periode in 2004.

Om een indruk te krijgen van de mate waarin de doelstellingen van de organisatie zijn gerealiseerd, worden in de onderstaande paragrafen de uitgangspunten van Digital Playground nog even op een rij gezet.

## 1.1 Projectomschrijving

Digital Playground laat jongeren vanaf 14 jaar, vanaf vmbo-niveau, kennis maken met de creatieve kant van de computer en met hedendaagse beeldcultuur. Dit gebeurt momenteel vooral in workshops waar, onder begeleiding van jonge workshopleiders, jongeren de basisprincipes leren kennen van één van de volgende disciplines: fotobewerking, geluid-editing, video-editing en webdesign. Digital Playground ontwikkelt methodes en middelen waarmee ook op andere manieren de onderstaande doelstelling wordt nagestreefd.

## 1.2 Doelstelling

Digital Playground stelt zich tot doel het creatieve gebruik van media onder jongeren te stimuleren en zo een bijdrage te leveren aan het kritische vermogen van jongeren ten aanzien van media. De creatieve omgang met media is de wijze waarop Digital Playground invulling geeft aan begrippen als mediacompetentie, visuele geletterdheid en mediawijsheid.

Voorheen werd het begrip 'digitale media' gehanteerd als verwijzing naar creatieve hard- en software. Dit begrip is vervangen door 'media' omdat ook traditionele media (radio, televisie, krant) grotendeels totstandkomen door digitale technieken waardoor het onderscheid tussen digitaal en analoog steeds meer verwatert.

## 1.3 Methode

Het programma van de workshops bestaat uit twee onderdelen: het maken van beeld- en geluidsopnamen met een digitale camera of geluidsrecorder en een computerworkshop waarin het opgenomen materiaal wordt verwerkt tot een digitaal werkstuk met (bewegend) beeld en geluid. Het maken van eigen opnamen leert de jongeren keuzes te maken, kritisch te zijn en op een andere manier te kijken naar beelden. Door hen vervolgens de (digitale) technieken waarmee die beelden worden gemaakt te laten ervaren, toepassen en begrijpen, leren ze hoe ze met beelden kunnen verleiden, manipuleren en beïnvloeden. De leerlingen worden gemotiveerd om zelf te spelen met betekenissen en met artistieke basisprincipes als vorm, kleur, compositie en ritme. Digital Playground stimuleert jongeren in hun eigen creativiteit en in hun omgang met beelden uit de kunst en uit de (jongeren)cultuur.

Digital Playground gaat uit van drie educatieve uitgangspunten, te weten

- peer education
- learning-by-doing
- aansluiten bij belevingswereld jongeren

### **Peer education**

Peer education betekent letterlijk leeftijdsgenotenonderwijs, kortom, jongeren leren van jongeren. Binnen Digital Playground heeft peer education twee functies: communicatie (jongeren nemen gemakkelijker informatie over van andere jongeren)

en connectie (de overdracht verloopt soepeler wanneer de aansluiting wordt gevonden bij de belevingswereld van jongeren).

### ***Learning by doing***

Learning by doing staat voor het al werkend oplossen van problemen. Binnen Digital Playground verwijst learning by doing enerzijds naar het spelenderwijs eigen maken van kennis en vaardigheden en anderzijds naar het ontwikkelen van creativiteit door te experimenteren. De gebruikte eigen software, de DPTutorials, maakt dit binnen de huidige workshops mogelijk.

### ***Aansluiten bij belevingswereld jongeren***

Digital Playground heeft de overtuiging dat het creativiteit beter gedijt in een niet-schoolse omgeving. Door een aangename sfeer te creëren en in het aanbod aan te haken bij de belevingswereld van jongeren, wordt de leerling meer centraal gesteld dan in de reguliere lessituatie.



## 2 Organisatie

Digital Playground heeft van 1998 tot 2004 bestaan als evenement in Rotterdam en sporadisch daarbuiten. Sinds augustus 2004 heeft het project onderdak gevonden in de kelder van de Cinerama bioscoop in Rotterdam. Het onderwijs in de regio Rotterdam wordt vanuit deze locatie bereikt. Er vinden dan ook in deze regio normaal gesproken geen projecten plaats buiten de eigen locatie.

Sinds november 2001 is Digital Playground ook op andere plaatsen in het land actief. Het op locatie organiseren van de workshops heeft sinds 2003 door de aanschaf van een mobiele set laptops een sterke groei doorgemaakt. Inmiddels is er een redelijk structurele samenwerking met enkele filmfestivals en culturele organisaties in andere steden. In 2003 organiseerde Digital Playground drie projecten op locatie. In 2004 waren dat er al zes. Deze groei heeft doorgezet in 2005.

### 2.1 Personeel

Het vaste team van Digital Playground bestaat momenteel uit vijf medewerkers die uitsluitend voor dit project werken en vier medewerkers van Hal 4 die naast voor Digital Playground ook voor andere projecten van Stichting Hal 4 werken. Daarnaast is er een poule van ruim 20 workshopleiders die op oproepbasis voor het project werken.

De dagelijkse leiding ligt in handen van de projectleider Digital Playground. Hij is tevens verantwoordelijk voor het beheer van de workshopruimte in Rotterdam. Het team is in 2005 uitgebreid met een medewerker Educatie en een productie leider/marketingmedewerker.

De productie leider heeft het eerste halfjaar van 2005 gewerkt als floormanager in de locatie Rotterdam om zo met alle ins en outs van Digital Playground vertrouwd te raken. Met het begin van het nieuwe schooljaar is hiervoor een aparte floormanager aangenomen. Vanaf seizoen 2005-2006 is de productie leider verantwoordelijk voor de organisatie en werving van de DP On Tour-projecten. Samen met de projectleider Onderzoek en Ontwikkeling is hij tevens verantwoordelijk voor de organisatie en werving van de DP Specials en de marketing van Digital Playground. Het marketingplan dat begin 2006 klaar is zal de basis vormen voor de richtingkeuzes van de komende jaren.

Vanuit Hal 4 wordt de organisatie gecompleteerd door de Algemeen Directeur Hal 4, Zakelijk leider Hal 4, Sales medewerker en medewerker Publiciteit en Communicatie.

### 2.2 PR en Communicatie



Digital Playground ziet de Cultuurplanperiode als een tweede start. Door de opname in het plan kunnen veel ambities eindelijk waargemaakt worden. Daarom is het project in een nieuwe jas gestoken. De nieuwe website en de nieuwe huisstijl zijn net als de vorige door Ra.nj, digital entertainment ontworpen. De website is ontwikkeld op basis van de huisstijl en heeft twee duidelijke functies. Ten eerste moet de site de bron zijn voor alle informatie over Digital Playground voor het onderwijs en potentiële partners en ten tweede is het het publicatiemiddel van de werkstukken van de deelnemers. Alle projecten krijgen nu een eigen deel binnen de site waar alleen de werkstukken staan die bij dit project horen. Ze zijn binnen

enkele muisklikken op te roepen en maken de website geschikt om te gebruiken voor de nabespreking op school van de workshops.

Digital Playground richt zich in de communicatie vooral op scholen en daarmee op docenten en CKV coördinatoren, niet op de jongeren zelf. Er zijn minder echte nieuwsfeiten te melden nu Digital Playground een continu aanbod heeft, waardoor er minder te melden is voor de reguliere media. Digital Playground verstuurt ongeveer 1 keer in de twee maanden een email nieuwsbrief naar ruim 1.000 contacten uit het onderwijs en andere doelgroepen.

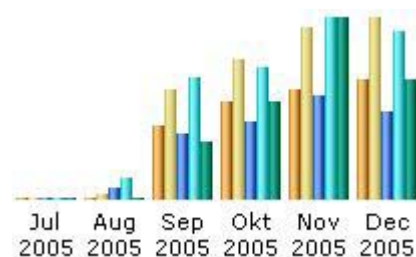
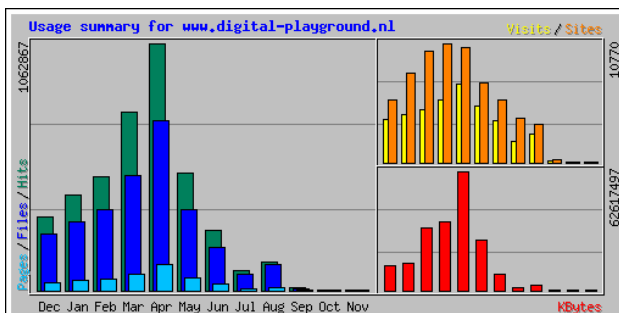
In Rotterdam weet de sales medewerker de doelgroep prima te vinden. De aandacht verschuift daarom wat publiciteit betreft naar de vakpers op het gebied van educatie en media. Hiermee wil Digital Playground het imago als centrum voor praktische media-educatie versterken. Dit wordt uitgewerkt in het communicatieplan dat in 2006 door de nieuwe medewerker Publiciteit en Communicatie zal worden opgesteld.

Digital Playground neemt een bijzondere positie in op het gebied van media-educatie. Er zijn veel educatieve projecten rond film en tv, maar geen enkel ander project weet zoveel deelnemers zelfstandig en creatief aan de slag te krijgen met deze materie. Vandaar de profilering als centrum voor praktische media-educatie. Digital Playground wordt regelmatig gevraagd voor presentaties en seminars. Zo zijn er presentaties gegeven in Berlijn op het mediafestival Transmediale en in november in de serie "Nieuw! Leren in de innovatiemaatschappij" van De Waag. Nu het team sinds oktober weer compleet is is een toename in aanvragen voor presentaties en samenwerkingen op dit gebied merkbaar. Digital Playground treedt weer meer naar buiten, wat een goede zaak is.

De projecten op locatie krijgen wel hier en daar aandacht, maar dat gaat voor een deel buiten ons gezichtsveld om, doordat de instellingen die ons inhuren zelf de lokale pers benaderen. De nieuwe medewerker Publiciteit en Communicatie die begin 2006 wordt aangenomen krijgt als taak om ook de publiciteit rond deze projecten te begeleiden. Dit is ook belangrijk om de eenheid, vooral bewaking van de huisstijl, in uitingen te bewaren. De DP On Tours en DP Specials hebben tot nu toe te weinig de door ons gewenste uitstraling op de locaties waar ze plaatsvinden, zowel in fysiek op de locaties als in de plaatselijke pers.

## Website

In de maanden januari tot en met augustus 2005 zijn er 31.543 bezoekers op de oude website [www.digital-playground.nl](http://www.digital-playground.nl) geweest.



Sinds de nieuwe site online is zijn er 19.147 bezoekers geweest (tot eind december). In 2006 zal de functionaliteit van de site nog verder worden uitgebreid. O.a. met een export-functie voor de opgeslagen werkstukken.

## 3 Activiteiten 2005

### 3.1 DP Rotterdam



Digital Playground is het hele schooljaar open. Een jaarverslag van Digital Playground gaat daardoor over delen van twee schooljaren. Doordat de eigen locatie al in 2004 werd geopend draaide Digital Playground al op volle sterkte bij de start van de Cultuurplanperiode. Dit was een bewuste keuze, omdat halverwege het schooljaar beginnen onverstandig zou zijn geweest. Veel scholen hebben dan namelijk de keuzes voor het CKV programma al gemaakt. Daarnaast was Rotterdam gewend aan Digital Playground in het najaar. Dit zou ook een negatief effect gehad kunnen hebben op deelname.

Na de grote verbouwing van de ruimte in 2004 hebben zijn er in 2005 uiteindelijk geen extra investeringen meer gedaan in de ruimte zelf, omdat de prioriteit bij nieuwe hardware lag. In 2005 is nog met sterk verouderde apparatuur gewerkt. Deze computers zijn al in 2001 aangeschaft en inmiddels allang afgeschreven en versleten door het intensieve gebruik. Dit stond innovatie op het gebied van de bestaande workshops in de weg. Op de valreep van 2005 is een nieuwe set laptops aangeschaft, waardoor er ook technische vernieuwing kan worden doorgevoerd, zoals het gebruik van nieuwe software en het gebruik van een draadloos netwerk, wat het ruimtegebruik flexibeler maakt.

Geplande werkzaamheden, zoals aanpassingen aan het herentoilet, schilderen en beletteren van de entree en de aanschaf van nieuwe werkbladen (tafels) zijn naar 2006 verschoven in verband met de liquiditeitspositie van Hal 4.

#### 3.1.1 Werving

Digital Playground heeft voor Rotterdam een sales medewerker in dienst voor 0,4 fte. Zij heeft contact met CKV docenten en CKV coördinatoren in de regio Rotterdam. Bij de start van 2005 was het schooljaar al halverwege en een groot deel van de vaste boekers had al in 2004 geboekt. In het voorjaar is gezocht naar mogelijkheden om zoveel mogelijk extra boekingen te krijgen. Er waren echter weinig grote tentoonstellingen bij de partners, waardoor er niet veel "nieuws" te promoten was. Het meest in het oog springend waren de samenwerking met Boijmans van Beuningen rond de Alles Dalí tentoonstelling en de filmworkshops met en tijdens het IFFR.

In april is een grote mailing naar het onderwijs gedaan met de nieuwe brochure voor schooljaar 2004-2005. Nieuwe tentoonstellingen in het Historisch Museum Rotterdam (HMR), Kunsthal en het Nederlands Fotomuseum werden in september aangegerepen om Digital Playground extra onder de aandacht te brengen.

De SKVR boekte een groot aantal workshops bij Digital Playground in het kader van het Cultuurtraject. Deze samenwerking werd in schooljaar 2004-2005 voor het eerst opgezet. Voor deze workshops werd een aangepast programma ontwikkeld, met name omdat een deel van deze leerlingen eerstejaars VMBO leerling is. De normale Digital Playground workshops zouden te moeilijk voor ze zijn, omdat zij eigenlijk te jong zijn voor dit aanbod. De gerichte opdrachten zoals het ontwerpen van een eigen vakantiekaart werkten goed. De samenwerking is dan ook uitgebreid in schooljaar 2005-2006.

### 3.1.2 Speciale projecten in Rotterdam

#### FunX

In samenwerking met radiozender FunX is in het eerste halfjaar het project Digital Playground FunX Radio Battle uitgevoerd. Deelnemers aan de Sound workshop kregen de opdracht een korte radioreportage te maken. Maandelijks werden de beste reportages geselecteerd en op de site van Digital Playground konden mensen via een poll stemmen. De werkstukken van de winnaar werden vervolgens door FunX uitgezonden. De ontwikkeling van de workshop en de techiek op de website werden gesubsidieerd door het ThuisKopie fonds (2004).

#### Duik in de Dijk

Duik in de Dijk was een groot multidisciplinair kunstproject in het kader van Rotterdam heeft Koorts rond de Oostzeedijk in Rotterdam Kralingen. Met Galerie Blik werd een educatief project uitgevoerd als onderdeel van dit project. Jongeren maakten opnames en deden interviews langs de Oostzeedijk met als doel te komen tot een visie op de ontwikkeling van het gebied rond de dijk. Uiteraard op bescheiden niveau, maar het project was een succes. De opnamen werden verwerkt in websites die allemaal via de website van het project [www.duikindedijk.nl](http://www.duikindedijk.nl) te bezichtigen zijn geweest. Er werd een eindpresentatie georganiseerd in de galerie voor de deelnemers en andere geïnteresseerden.

### 3.1.3 Boekingen

De volgende scholen hebben een of meerdere workshops geboekt in 2005:

Accent College	Grafisch Lyceum	Ring van Putten
Albeda College	GSG Randstad	Scheepvaart- en transport college
Alfrink College	Hogeschool Utrecht	SG Randstad
Amman College	Krimpenerwaard College	SG Schravenland
BNC Damstede	Libanon Lyceum	SSC Zuidwest
Calvijn College	Lodewijk Rogier College	St.-Antoniuscollege
Coenecoop College	Marnix Gymnasium	Stanislas College
Comenius College	Melanchton College	Technisch Instituut Zandhoven
De Vos Vlaardingen	Moller Lyceum	Thorbecke Lyceum
Edith Stein College	Nieuw Zuid	Veurs College
Einstein Lyceum	Nova College	Wolfert van Borselen
Emmaus College	Praktijkschool De Brug	Zadkine College
GK Hoogendorpschool	Randstad	ZPC

Het aantal scholen dat in 2005 een workshop boekte verdubbelde ruim ten opzichte van 2004. Uiteindelijk hebben leerlingen van 39 verschillende scholen een workshop gevolgd.

Het totaal aantal deelnemers viel met 4.840 leerlingen wat tegen. De prognose was 6.000. Er zijn enkele redenen waardoor dit eerste jaar minder deelnemers opleverde



dan verwacht. De belangrijkste is dat het feit dat Digital Playground vanaf september 2004 open was. Deze eerste maanden in de nieuwe locatie waren erg druk. Digital Playground werd traditioneel in september en oktober georganiseerd en dit heeft er zeker toe geleid dat de meeste vaste boekers in het najaar boekten. De verdeling van boekingen was dus niet geleidelijk over het jaar, maar er zat een piek in het najaar van 2004. Ter illustratie: in het *schooljaar* 2004-2005 volgden 5.507 leerlingen een workshop.

Verder waren er weinig grote tentoonstellingen waarbij aangehaakt kon worden in het eerste halfjaar van 2005. Daarnaast was het het eerste jaar waarin Digital Playground continu open was. Het feit dat scholen nu goed weten dat Digital Playground het hele jaar open is voor dit eerste jaar lijkt nu tegen ons te werken, want in het najaar van 2005 viel het aantal boekingen tegen, terwijl de vooruitzichten voor het eerste halfjaar van 2006 er juist heel goed uit zien. Er zit dus een golfbeweging in die nog moeilijk in te schatten is.

### 3.1.4 Samenwerking



Voor de inhoud van de workshops, met name de DP+ workshops (voorheen DPart<sup>+</sup> genaamd), wordt samengewerkt met culturele instellingen in Rotterdam. De instellingen die in het kader van de workshops zijn bezocht zijn: Boijmans van Beuningen, Witte de With Centrum voor hedendaagse kunst, Nederlands Fotomuseum, Historisch Museum Rotterdam, TENT. en Kunsthal. Met het NAI, V2\_ en CBK is de samenwerking in de buitenroutes van voorgaande jaren voortgezet. Er zijn in 2005 voorbereidende gesprekken gevoerd met twee nieuwe partners: het Natuurmuseum en het Wereldmuseum. Beiden worden vanaf januari 2006 opgenomen in het vaste DP+ programma.

Enkele tentoonstellingen die dit jaar extra aandacht binnen de workshops kregen waren Alles Dalí (Boijmans), Winkelen in Rotterdam (HMR), Charlie Chaplin (Kunsthal) en Why, Mister Why? (Nederlands Fotomuseum) en Re-enactment (Witte de With).

### 3.2 DP Onderzoek & Ontwikkeling

Met ingang van de Cultuurplanperiode heeft Digital Playground de afdeling Onderzoek & Ontwikkeling in het leven geroepen. De inhoudelijke en didactische ontwikkeling van Digital Playground als geheel staat binnen deze afdeling centraal.

De belangrijkste activiteiten zijn:

- ontwikkeling culturele programma's binnen de bestaande workshops in Rotterdam en in het land
- onderzoek naar technische innovatie

- ontwikkeling van nieuwe producten
- onderhouden en uitbreiden van contacten met het werkveld
- presenteren en uitdragen van het gedachtegoed van Digital Playground
- onderzoek naar beleidsmatige ontwikkelingen in media, media-educatie, ICT en onderwijs

Sinds 2005 neemt Digital Playground deel aan het Platform Educatie en Innovatieve Media, met onder meer de Waag Society, V2\_ en Faculteit Kunst, Media & Technologie van de HKU.

### **3.2.1 Educatie**

Digital Playground is bij uitstek een educatief project dat wordt ingezet voor de invulling van het vak Culturele en Kunstzinnige Vorming (CKV). De workshops van Digital Playground hebben sterke raakvlakken met kunst- en media-educatie. Toch heeft Digital Playground tot 2005 om financiële redenen geen medewerker Educatie kunnen aanstellen. Sinds begin 2005 is deze wens vervuld, waardoor Digital Playground inhoudelijk een belangrijke stap vooruit heeft kunnen maken. Voorgaande jaren lag de nadruk voornamelijk op achtereenvolgens de technische en de kunstinhoudelijke ontwikkeling. Nu deze aandachtsgebieden sterk ontwikkeld zijn (met de realisatie van de DPtutorials en de DP+ en DP Special programma's) werd het tijd meer specifieke aandacht te geven aan de vraag van de afnemers van de producten van Digital Playground; het onderwijs.

De afdeling Educatie is binnen Digital Playground verantwoordelijk voor de aansluiting van het aanbod op het onderwijs en de resultaten van dit werk zijn terug te vinden in alle producten en activiteiten van Digital Playground. Daarbij staat de ontwikkeling van een passende didactische methodiek voorop, die met name tot uiting komt in de lesbrieven, inhoudelijke verdieping en de opleiding van de workshopleiders.

De opleiding van workshopleiders heeft de speciale aandacht, omdat zij uiteindelijk de kwaliteit en het 'gezicht' van Digital Playground bepalen. Doordat de workshopleiders gedurende het gehele jaar werk geboden kan worden, kunnen ook hogere eisen worden gesteld ten aanzien van de inhoud en voorbereiding. Dat betreft het inlezen en bezoek aan instellingen ter voorbereiding op workshops en het verdiepen van kennis van de programma's waarmee wordt gewerkt. Het bezoek aan de kunstinstellingen en de opdrachten die ter plekke worden uitgevoerd tijdens de workshops, worden ontwikkeld door de medewerker Educatie, in samenspraak met de kunstinstelling. Daarnaast worden alle workshopleiders inhoudelijk begeleid gedurende het gehele jaar.

Alle workshopleiders, ook de gevorderde, krijgen aan het begin van het schooljaar een algemene introductie. Daarbij worden de didactische uitgangspunten van Digital Playground (nogmaals) uiteengezet, krijgen de workshopleiders tips voor het contact met de leerlingen, wordt jongerencultuur onder de loep genomen en wordt informatie verstrekt over alle samenwerkende kunstinstellingen. Op deze manier kan Digital Playground een constante kwaliteit aanbieden op het gebied van de begeleiding van de workshops. Deze informatie wordt tevens gebundeld in een gids, de DP Reader, van het huidige schooljaar.

Tijdens de instructiedag aan het begin van schooljaar 2005 – 2006 is de autoriteit op het gebied van CKV-onderwijs Henriette Coppens (verbonden aan het ICLON) uitgenodigd om een workshop didactiek te geven aan de workshopleiders.

### 3.2.2 Shop4Media

De afgelopen jaren is gebleken dat de resultaten workshops van Digital Playground sterk verschillen. Per school, maar ook per project. Een van de redenen hiervoor ligt in de voorbereiding op de workshops op school. Te vaak bleek dat er helemaal geen voorbereiding had plaatsgevonden. Enkele redenen hiervoor zijn te weinig tijd, onbekendheid met wat Digital Playground precies inhoudt bij de docenten zelf en het feit dat er verschillende workshops tegelijk worden gegeven, waardoor het lastig is de voorbereiding klassikaal te doen. Er is daarom eind 2004 besloten een manier te zoeken waarop de lesbrieven digitaal zouden kunnen worden aangeboden. Uiteindelijk bleek dat er een veel grotere stap gezet moest worden om aan de ambities te voldoen. Dit werd Shop4Media, een interactief voortraject voor de workshops van Digital Playground, maar ook een op zichzelf staande educatieve website.

Voor de totstandkoming van de website werd in een subsidieaanvraag gedaan bij het Prins Bernhard Cultuurfond en samenwerking gezocht met Ra.nj, digital entertainment. Voor het project werd subsidie toegekend door het Lindenweij Fonds, onderdeel van het Prins Bernhard Cultuurfonds. De website gaat maart 2006 online.

#### Over Shop4Media



Met behulp van de website Shop4Media.nl kan in de klas een introductieles over media worden gegeven. In woord, (bewegend) beeld en gesproken tekst wordt uitleg gegeven over de onderwerpen mediageschiedenis, beeld, montage, geluid, vormgeving en beeldtaal. Naast de informatie die wordt overgedragen, kunnen leerlingen zelf experimenteren met deze onderwerpen in een interactieve leeromgeving. De website is gratis te gebruiken en bedoeld voor alle leerjaren van het voortgezet onderwijs, vanaf vmbo-niveau. Shop4Media kan zowel individueel als klassikaal worden gebruikt.

De website is uitgerust met een leerlingvolgsysteem. Hierbij maakt de docent een virtueel klaslokaal aan, waarin de leerlingen zich registreren. Zo kan de docent bijhouden welke leerlingen de site al hebben bezocht en welke onderdelen van de website zij met goed gevolg hebben doorlopen. Wanneer de leerling alle onderdelen van de site heeft bezocht, krijgt deze een persoonlijk verslag van bevindingen en keuzes. Dit verslag kan worden opgeslagen, geprint en toegevoegd worden aan het CKV dossier.

Shop4Media is opgezet als een webwinkel die informatie geeft over zes verschillende aspecten van media. Als de informatie beluisterd en/of gelezen is, breekt de experimenteerfase aan. Met de knop 'try b4 u buy' komt de leerling in een omgeving waarbij hij zelf kan ervaren hoe de principes van een bepaald onderdeel van media werken. Door te klikken, schuiven en te proberen kan de leerling experimenteren met de werking van media, om zo zelf te ondervinden wat de effecten zijn van andere

keuzes en oplossingen. Er is géén vaste volgorde waarin de onderwerpen doorlopen moeten worden. De volgende onderwerpen komen aan de orde:

- *Media (geschiedenis)*: over de geschiedenis van communicatie; van gesproken en geschreven tekst tot fotografie, film, internet en SMS.
- *Beeld*: hoe vertelt beeld een verhaal? De leerling experimenteert met standpunt en kadering om dezelfde foto een andere betekenis te geven.
- *Montage*: montage is één van de belangrijkste principes van film. De werking van montage wordt uitgelegd en de leerling kan het verhaal veranderen door korte scènes in een andere volgorde te zetten.
- *Geluid*: geluid is overal. Verschillende soorten geluid en hun werking worden omschreven. Geluiden kunnen onder bestaande filmscènes worden geplaatst om de invloed van geluid op beeld te ervaren.
- *Vormgeving*: alles is vormgegeven. Uitleg over verschillende soorten vormgeving waarbij de leerling ziet dat de vormgeving van een product samenhangt met de gebruiker en het doel van het product.
- *Beeldtaal*: ook zonder woorden kun je praten. Pictogrammen hebben vaak een vaste betekenis. De leerling merkt dat als je de context van deze afbeeldingen verandert ook de betekenis verandert.

### 3.2.3 DPtutorials

Voor de workshops zoals die nu worden gegeven is onze eigen software, de DPtutorials, essentieel. De software fungeert als een gids die de leerling door de belangrijkste stappen in de gebruikte multimedia programma's leidt. Deze worden dan ook jaarlijks doorontwikkeld. Sinds 2004 heeft Digital Playground de beschikking over een 'editor' die is ontwikkeld door Ra.nj waarmee de eigen medewerkers zelf kunnen bepalen wat de inhoud van de DPtutorials is en voor een groot deel hoe ze werken. Voor de start van het nieuwe schooljaar in 2005 zijn er enkele updates gedaan in de inhoud en de functionaliteit van de software. Er wordt nu al sinds 2000 mee gewerkt, maar nog jaarlijks komen er ideeën en suggesties van leerlingen, docenten en workshopleiders ter verbetering van het programma.

De DPtutorials draaien in een netwerk waarvan de componenten nauw op elkaar zijn afgestemd. Het uiteindelijke doel van dit netwerk is dat de werkstukken online komen te staan en dat er dus zo min mogelijk fout kan gaan. Zeker omdat de trend is dat werkstukken achteraf in de klas worden besproken en dan is het vervelend als er werkstukken missen. Daarom is in 2005 het "safety first" programma opgezet. Dit houdt in dat aan de ene kant workshopleiders extra training kregen waarin de totale werking van het netwerk werd uitgelegd, zodat de kans op menselijke fouten werd verkleind. Aan de andere kant werden in de DPtutorials verbeteringen aangebracht waardoor achteraf via iedere computer in het netwerk altijd te zien is welke leerling op welke computer had gewerkt en of de tutorials succesvol was afgerond. Ook wordt vanaf deze update een backup gemaakt van alle werkstukken op de computer waarop de leerling heeft gewerkt. Het verlies van werkstukken wordt door deze maatregelen vrijwel geheel voorkomen.

### 3.3 DP On Tour

Het onderscheid tussen de twee verschillende locatieprojecten die Digital Playground organiseert zit met name in de inhoud en de aanleiding. Een On Tour wordt georganiseerd voor opdrachtgevers zoals gemeenten of andere instellingen die zelf niet direct een inhoudelijke artistieke doelstelling hebben. Daarnaast is het ons streven om bij een DP On Tour altijd alle vier de workshops te geven.

De DP Specials worden georganiseerd in opdracht van (meestal) een culturele instelling of een festival. Digital Playground haakt dan aan bij de inhoudelijke doelstellingen van deze organisatie en kijkt welke workshops het beste passen bij

deze doelen. Zo worden dus meestal bij filmfestivals alleen filmworkshops (Moving) gegeven. Zie paragraaf 3.4.

### 3.3.1 Zoetermeer

Voor de tweede keer werd Digital Playground in Zoetermeer georganiseerd. In 2004 was het nog een succesvolle pilot van vier dagen, in 2005 was dat al gegroeid tot drie weken, geheel uitverkocht. Het evenement wordt door SIZO, een project van de Gemeente Zoetermeer aan het onderwijs aangeboden. De locatie is het CKC Zoetermeer. De scholen worden door SIZO benaderd waarna Digital Playground de definitieve boekingen doet. SIZO is een project ter bevordering van het gebruik van ICT in het onderwijs. Onze activiteiten sluiten daar prima op aan en vullen dit in door de creatieve kracht van de computer te benadrukken. De boekers komen dan ook vooral voor CKV.



Het CKC heeft de juiste faciliteiten voor Digital Playground. Een groot atrium waar de workshops plaats kunnen vinden en een mooi auditorium waar de workshops starten met een film en introductie. Ook in 2006 zal Digital Playground in Zoetermeer staan.

De workshopleiders in Zoetermeer komen vrijwel allemaal uit de groep die via de activiteiten in Den Haag is opgebouwd.

### 3.3.2 Arnhem

Na ruim drie jaar praten is het in 2005 gelukt om Digital Playground in Arnhem te organiseren. Helaas was het niet het succes waar op was gehoopt. De lokale organisatie zette, ondanks adviezen van Digital Playground dit niet te doen, te hoog in. Digital Playground adviseerde te starten met een pilot van een week met eventuele uitlooptmogelijkheden, maar er werd ingezet op vier weken vanwege de hoge ambitie van de opdrachtgever. Het evenement is uiteindelijk een eenmalige activiteit geworden. De opdrachtgever, Het Hoofdkwartier, heeft de voor hun workshopruimte aangeschafte materialen weer doorverkocht en besloten zich niet meer op deze manier op educatie te richten. Ook omdat de pas gerenoveerde workshopruimte uiteindelijk door de brandweer werd afgekeurd voor het geven van workshops aan groepen. Het gebouw en de ligging waren echter zeer geschikt voor de workshops.

Digital Playground heeft een team van 8 workshopleiders uit Arnhem opgeleid om de workshops te geven. Drie stagiairs van het Hoofdkwartier regelden de boekingen en deden het floormanagement tijdens de workshops. Enkele van de workshopleiders zijn inmiddels ook op andere locaties ingezet.

### 3.3.3 Leiden

Digital Playground in Leiden was een pilot in samenwerking met het Leidse Volkshuis (LVH). Na een reorganisatie en grondige renovatie van hun pand wilde deze organisatie meer op het gebied van kunsteducatie voor het onderwijs gaan doen. In Leiden is nog niet veel te doen op dit gebied.

De faciliteiten zijn perfect in het LVH. Een kleine theaterzaal die voor de introductie en afronding werd gebruikt ligt naast een ruime, goed verduisterbare workshopruimte. De werving van deelnemers voor de pilot van 1 week is zowel door Digital Playground als het LVH gedaan. Onderdeel van de workshops waren een architectuurroute (i.s.m. RAP), een rondleiding in Museum De Lakenhal of een

rondleiding in Atelier Haagweg 4. In samenwerking met deze instellingen is de culturele en educatieve content ontwikkeld.

Het doel van de pilot was te onderzoeken of een grotere opzet in Leiden mogelijk was. Zowel LVH en Digital Playground als de deelnemende kunstinstellingen denken dat dit absoluut mogelijk is en er wordt dan ook gewerkt aan een meerjarenplan voor Digital Playground in Leiden.

Vanwege de zeer korte voorbereidingstijd van dit project is het uitgevoerd met workshopleiders uit de Den Haag groep.

### 3.3.4 Kwantitatief

Plaats	Aantal deelnemende scholen	Aantal deelnemers
Zoetermeer	4	771
Arnhem	5	218
Leiden	3	181
Totaal	12	1.170

## 3.4 DP Specials

Educatief maatwerk voor kunstinstellingen en festivals.

### 3.4.1 Film by the Sea

Jaarlijks is Film by the Sea in Vlissingen het eerste filmfestival van het culturele seizoen. Sinds 2003 geeft Digital Playground workshops korte film op dit festival. In 2005 stond het project in september opnieuw een week in de Cinecity bioscoop, het hart van het festival. Onze aanwezigheid op het festival is een initiatief van Scoop, de organisatie die kunstenonderwijs in Zeeland promoot.

Door de duur van het festival is dit project beperkt tot een week en is groei ook niet mogelijk. Ook de financiën zijn ieder jaar weer beperkt. Digital Playground onderzoekt de mogelijkheden om via een aanvraag bij het Filmfonds de workshops goedkoper te maken. Het Filmfonds heeft aangegeven hier wel interesse in te hebben. Zij hebben in het verleden Digital Playground gesubsidieerd om het korte film programma verder te ontwikkelen.

Via Academie Willem de Kooning zijn diverse gekwalificeerde workshopleiders met roots in West Brabant en Zeeland gevonden. Zij zullen ook in 2006 weer worden ingezet als er een DP On Tour in Goes plaatsvindt.

### 3.4.2 Breda Photo

Naast de filmfestivals is Digital Playground al enige tijd bezig andere culturele festivals te benaderen, zoals fotofestivals. In Breda Photo is een eerste partner gevonden. Breda Photo is een tweejaarlijks fotofestival op verschillende locaties in Breda. De hoofdlocatie is het Breda's Museum en hier vonden dan ook de workshops plaats. De ruimte was perfect en de omgeving van het museum was ook zeer geschikt voor de workshops. Zowel de organisatie als de deelnemende scholen waren erg enthousiast over de resultaten. Op de laatste dag van de workshopweek was er een feestelijke opening van een tentoonstelling van alle werkstukken, vergroot afgedrukt op grote rollen papier en op de etalageruit geprojecteerd, in een etalage



van een leegstaand bedrijfspand naast het museum. Deze tentoonstelling heeft hier een week gestaan.

Digital Playground werd georganiseerd in het kader van het jongerenproject van Breda Photo. De workshops Moving en Still werden hier gegeven onder begeleiding van studenten van de academie St. Joost.

Breda Photo is zoals gezegd tweejaarlijks, dus volgend jaar vindt het niet plaats. Momenteel is er discussie of het festival wel blijft bestaan. Er zijn echter zeker mogelijkheden om ook buiten dit festival om projecten in Breda te organiseren, zeker gezien het enthousiasme van de scholen.

### 3.4.3 IDFA flies T@opics (Suriname)



In 2003 werd het eerste contact gelegd met The Back Lot uit Paramaribo. Zij organiseren sinds dat jaar twee filmfestivals in Suriname, IDFA flies T@opics en IFFR flies Paramaribo. Beide festivals worden in samenwerking met hun Nederlandse tegenhangers georganiseerd. The Back Lot heeft als doel het opbouwen van een filmindustrie in Suriname. Zij zetten hierbij zwaar in op educatie. Eind 2005 werd Digital Playground uitgenodigd naar Suriname te komen. The Back Lot heeft alle benodigde materialen aangeschaft en Digital Playground heeft ervoor gezorgd dat er in Paramaribo vijf workshopleiders werden opgeleid. Uiteindelijk zijn er drie dagen workshops gegeven aan in totaal iets meer dan 100 kinderen.

In tegenstelling tot de Nederlandse praktijk waren de meeste deelnemers er op eigen initiatief. Er zijn geen boekingen gedaan via scholen. Er wordt wel gekeken hoe dit in de toekomst wel mogelijk te maken is. Het onderwijssysteem wijkt nogal af van hoe het in Nederland georganiseerd is. Een deel van de deelnemers kwam naar de workshops in het kader van het project International Children's Day of Broadcasting van UNICEF.

Onze deelname aan dit festival werd mogelijk gemaakt door een bijdrage van het Filmfonds en van de Gemeente Rotterdam. Digital Playground heeft geen plannen om in de nabije toekomst uit te breiden naar buiten het Nederlandse taalgebied, maar grijpt waar mogelijk graag de mogelijkheid aan de eigen kennis te verbreden en over te dragen.

### 3.4.4 NFF

Het Nederlands Filmfestival is de oudste samenwerkingspartner van Digital Playground. Al in 2002 werd er een week lang korte film workshops gegeven op dit festival. De locatie van voorgaande jaren, Theater Kikker, was niet beschikbaar, dus werd uitgeweken naar een gebouw van de HKU. Op zich een prima plek, maar vanaf de straat was het geheel niet zichtbaar, waardoor Digital Playground niet echt het gevoel kreeg onderdeel van het festival uit te maken.

Digital Playground hoopt in de toekomst met een wat grotere setting naar Utrecht af te kunnen reizen. Er is in de workshops hier maar plaats voor 16 leerlingen, vanwege de kleine opzet die het NFF wil. De stad is groot genoeg om een uitgebreidere editie te herbergen. Er lopen hiervoor onder andere gesprekken met het Utrechts Centrum voor de Kunsten en het Impakt festival.

### 3.4.5 Filmhuis Den Haag

De Digital Playground workshops in het Filmhuis Den Haag zijn een successtory. In 2004 is gestart met de samenwerking. In 2005 zijn verdeeld over twee perioden vijf weken workshops gegeven in zaal 5 van het Filmhuis. De werving wordt door het Filmhuis gedaan en het is tot nu toe iedere keer vrijwel uitverkocht. De inhoud wordt samen met het Filmhuis ontwikkeld. Momenteel wordt alleen de workshop Moving aangeboden, maar in de toekomst worden ook hier de workshops Still en Global gegeven.

In samenwerking met het Johan de Witt College zijn er nog extra dagen geboekt in het Filmhuis speciaal voor het praktijkonderwijs. Dit is een doelgroep waar Digital Playground tot nu toe geen ervaring mee had. De workshops zijn ontwikkeld voor leerlingen vanaf VMBO niveau, maar het bleek dat met enkele aanpassingen en intensievere begeleiding ook leerlingen uit het praktijkonderwijs prima aan de workshops kunnen deelnemen en tot mooie resultaten kunnen komen. Dit willen we dan ook in andere steden gaan oppakken.

### 3.4.6 International Filmfestival Rotterdam

Voor het tweede jaar is samengewerkt met het IFFR. Tijdens het festival werden uitsluitend filmworkshops gegeven. Het IFFR zorgde voor regisseurs die als start van de workshop eigen werk lieten zien en uitlegden wat het betekent om regisseur te zijn. In de uren dat er geen workshops waren was Digital Playground open als internetcafé voor het festival.

### 3.4.7 Kwantitatief

Plaats	Aantal deelnemende scholen	Aantal deelnemers
Film by the Sea	4	145
Breda Photo	4	219
Filmhuis Den Haag	13	998
NFF	4	160
IFFR	4	189
IDFA flies T@opics	Nvt.	105
Totaal	25	1.816

## 3.5 Conclusies DP on Tour / DP Specials en informatieraster

De doelstelling voor de projecten in het land was om in totaal 10 projecten te organiseren en daarmee 4.500 deelnemers te bereiken. Dit is niet helemaal gehaald. Dit komt er met name door dat we er niet in zijn geslaagd een evenement in Amsterdam te organiseren. Het project in NEMO in 2003 (kleine duizend deelnemers) had aangetoond dat daar voldoende belangstelling was. Eind 2004 werd Kunstweb echter opgeheven. Kunstweb was onze partner in Amsterdam. Hierdoor moeten we in deze stad opnieuw beginnen. Momenteel is er geen organisatie in Amsterdam die het kunstsonderwijs voor de gehele stad kan coördineren. Het is daarom voor ons erg moeilijk hier een voet aan de grond te krijgen. Op dit moment zijn we met De Waag in gesprek over een samenwerking die moet leiden tot meerdere maanden Digital



Playground in Amsterdam.

Toch is er ten opzichte van 2004 een enorme groei te zien. Mogelijk hebben we de doelstelling van 4.500 in het eerste jaar van de Cultuurplanperiode wat te hoog gesteld, maar de groei van ongeveer 950 in 2004 naar 2.986 deelnemers in 2005 is toch aanzienlijk. In weken gingen we van 8 naar 17 weken.

<b>Activiteit en bereik</b>	<b>Plan 2005</b>	<b>Verslag 2005</b>
<b><u>DP Rotterdam</u></b>		
Aantal scholen	25	39
Leerlingen	6.000	4.840
- Rotterdam	4.800	4.208
- elders	1.200	632
<b><u>DP On TOur</u></b>		
Projecten	4	3
Bereik	2.000	1.170
<b><u>DP Special</u></b>		
Projecten	10	6
Bereik	2.500	1.816