

DIGITAL PLAYGROUND  
JAARVERSLAG 2007

## INHOUDSOPGAVE

|   |    |
|---|----|
| 1. Inleiding.....                                 | 3  |
| 1.1 Projectomschrijving .....                     | 3  |
| 1.2 Doelstelling .....                            | 3  |
| 1.3 Methode .....                                 | 3  |
| 2 Organisatie.....                                | 4  |
| 2.1 Personeel.....                                | 4  |
| 2.2 PR en Communicatie.....                       | 5  |
| 3 Activiteiten 2007 .....                         | 6  |
| 3.1 Educatie & Innovatie .....                    | 6  |
| 3.1.1 DPtutorials.....                            | 6  |
| 3.1.2 Shop4Media & DPages.....                    | 6  |
| 3.2 DP Rotterdam.....                             | 7  |
| 3.2.1 Samenwerking .....                          | 7  |
| 3.2.2 Speciale projecten in Rotterdam .....       | 7  |
| 3.2.3 Werving .....                               | 8  |
| 3.2.4 Boekingen .....                             | 8  |
| 3.3 DP On Tour & DP Special.....                  | 9  |
| 3.3.1 Projecten op locatie .....                  | 9  |
| 3.3.2 Kwantitatieve specificatie per project..... | 11 |
| 3.3.3 Conclusies en vooruitblik .....             | 11 |
| 4 Informatieraster .....                          | 12 |

## **1. Inleiding**

Er is iets aan de hand in het land van media-educatie. Het afgelopen jaar 2007 staat in het teken van een sterk toegenomen aandacht voor de activiteiten, maar ook van de aanpak van Digital Playground. De aandacht is enerzijds simpel uit te drukken in de sterk gegroeide bezoekersaantallen in met name Rotterdam. Daarnaast blijkt dat veel andere organisaties op zoek zijn naar juist die jongeren die wij bereiken, de doelgroep in de leeftijd 13-19 jaar. Onze investering in contacten met het onderwijs en ons aantrekkelijke, op jongeren gerichte aanbod blijken na jaren van ontwikkeling de investering dubbel en dwars waard. We hebben een goede formule in handen en staan nu dan ook op een punt waarop we een belangrijke stap kunnen zetten om echt landelijk door te breken als dé organisatie voor praktische media-educatie.

### **1.1 Projectomschrijving**

Digital Playground laat jongeren vanaf 13 jaar, vanaf vmbo-niveau, kennis maken met de creatieve kant van de computer en met hedendaagse beeldcultuur. Dit gebeurt via online tools als Shop4Media.nl en DPages, maar vooral in workshops waar, onder begeleiding van jonge workshopleiders, jongeren de basisprincipes leren kennen van één van de volgende disciplines: foto-, geluids-, videobewerking en webdesign.

### **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.

### **1.3 Methode**

Deelname aan Digital Playground bestaat uit drie onderdelen: de voorbereiding door middel van de educatieve website Shop4Media.nl, de DP workshops en evaluatie achteraf op school door middel van de nieuwe website DPages. De workshop kan ook los van de voorbereiding of de evaluatie worden geboekt en uitgevoerd, maar Digital Playground ontwikkelt zich naar een vorm waarin de workshop onderdeel uitmaakt van een lestraject waarin het model receptie-(re)actie-reflectie centraal staat.

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 maakt onderdeel uit van Stichting Hal 4 en vormt daarbinnen een afdeling met eigen personeel en een eigen begroting. De activiteiten van Digital Playground hebben een landelijke uitstraling. Naast de vaste workshoplocatie in Rotterdam, waar duizenden leerlingen jaarlijks over de vloer komen worden vele projecten in het land en zelfs Suriname georganiseerd. Deze vallen onder de noemer DP On Tour en DP Specials.

Ook online is Digital Playground steeds actiever, waarmee het bereik van het project sterk wordt vergroot. Naast de website Shop4Media.nl die in 2006 is gelanceerd is sinds mei 2007 DPages online (dpages.digitalplayground.nl).

### 2.1 Personeel

Het team van Digital Playground was in 2007 behoorlijk in beweging. Er kwam een nieuwe zakelijk leider, Sewan Mumcuyan, die al bij Hal 4 werkzaam was. Na een korte stoelendans vanwege zwangerschapsverlof werd een eigen publiciteitsmedewerker aangenomen. Er kwam een assistent sales bij en diverse mensen gingen meer of minder of voor een andere afdeling werken.

Uiteindelijk zijn er zes medewerkers die uitsluitend voor dit project werken en drie medewerkers van Hal 4 die naast voor Digital Playground ook voor andere projecten van Stichting Hal 4 werken. Er is een poule van 20 workshopleiders die op oproepbasis voor het project in Rotterdam werken en 30 workshopleiders voor de projecten buiten Rotterdam. Het vaste personeelsbestand zag er gedurende het jaar als volgt uit:

| naam                      | functie                | fte  | in dienst  | uit dienst | opmerkingen  |
|---------------------------|------------------------|------|------------|------------|--------------|
| Cohen, Sharon             | Assistent-educatie     | 40%  | 16-2-2007  | 1-6-2007   |              |
| Dongen, Melanie van       | Floormanager           | 60%  | 16-10-2006 | n.v.t.     |              |
| Frijns, Dionne            | Publiciteitsmedewerker | 50%  | 1-4-2006   | n.v.t.     |              |
| Jacobs de Jong, Annejole  | Medewerker sales       | 40%  | 8-6-1998   | n.v.t.     |              |
| Laak, Bart van de         | Zakelijk leider        | 50%  | 1-1-2003   | 1-5-2007   |              |
| Legerstee, Hedi           | Medewerker publiciteit | 80%  | 1-5-2007   | n.v.t.     |              |
| Maduro, Corina            | Medewerker educatie    | 80%  | 1-6-2007   | n.v.t.     |              |
| Most, Evan van der        | Algemeen directeur     | 50%  | 1-1-1983   | n.v.t.     |              |
| Mumcuyan, Sewan           | Zakelijk leider        | 50%  | 1-7-2007   | n.v.t.     |              |
| Stuijvenberg, Eveline van | Medewerker educatie    | 80%  | 1-1-2005   | n.v.t.     |              |
| Vorselman, Henry          | Projectleider          | 90%  | 1-7-2003   | n.v.t.     |              |
| Webbers, Valentijn        | Productieleider T&S    | 100% | 1-1-2005   | n.v.t.     | v.a. 1-3 90% |

## 2.2 PR en Communicatie

Digital Playground richt zich in de communicatie vooral op scholen en daarmee op docenten, directies en CKV coördinatoren, niet op de jongeren zelf. Digital Playground verstuurt ongeveer 1 keer in de twee maanden een email nieuwsbrief naar ruim 1.000 contacten uit het onderwijs en andere geïnteresseerden.

### Publiciteit

De poster en jaarbrochure (zie de voorkant van dit jaarverslag) werd vormgegeven door Mark Verhaagen. Zijn stijl past goed bij Digital Playground en bij de jaarlijkse opdracht om een beeld te ontwerpen waarin onze mascotte Dig-E en het werken met digitale media centraal staat. De brochure is naar alle contacten in het onderwijs in Zuid Holland verzonden. Ook zijn er flyers gemaakt voor Digital Playground in het Filmhuis Den Haag.

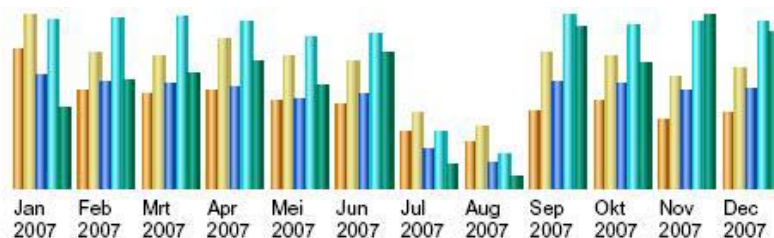
Diverse medewerkers hebben een conferenties, seminars en bijeenkomsten bijgewoond.

- Nationale Onderwijs Tentoonstelling (NOT) (eigen stand)
- British Educational Trade and Technology Show
- Projectenmarkt HKU
- School & Computer: Didactiek en ICT Congres
- Dag van de Cultuureducatie
- LUX: debat over cultuureducatie
- Jeugd 2.0 (virtueel platform)
- FutureLab: why don't you?
- presentatie rapport 'Netwerken en Verbindingen, arts and culture education in the Netherlands', professor Anne Bamford
- Slotconferentie Ict-STER

Daarnaast heeft Digital Playground zich in 2007 aangemeld als participant in de mediawijsheidkaart (onderdeel nieuwe netwerk Media-educatie, opgestart vanuit oa het Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid).

### Website

In de maanden januari tot en met december 2007 zijn er ruim 51 duizend unieke bezoekers op [www.digitalplayground.nl](http://www.digitalplayground.nl) geweest. Dit aantal is iets hoger dan vorig jaar.



| Maand    | Unieke bezoekers | Aantal bezoeken | Pagina's | Hits    | Bytes     |
|----------|------------------|-----------------|----------|---------|-----------|
| Jan 2007 | 7113             | 8795            | 191483   | 289013  | 10.01 GB  |
| Feb 2007 | 4958             | 6913            | 182511   | 292185  | 13.63 GB  |
| Mrt 2007 | 4760             | 6657            | 178646   | 294227  | 14.29 GB  |
| Apr 2007 | 4971             | 7561            | 173326   | 285292  | 16.09 GB  |
| Mei 2007 | 4444             | 6713            | 152575   | 257267  | 12.94 GB  |
| Jun 2007 | 4257             | 6450            | 159938   | 264156  | 17.01 GB  |
| Jul 2007 | 2827             | 3775            | 64590    | 92522   | 2.69 GB   |
| Aug 2007 | 2325             | 3095            | 41794    | 58471   | 1.33 GB   |
| Sep 2007 | 3892             | 6895            | 183257   | 295955  | 20.25 GB  |
| Okt 2007 | 4412             | 6723            | 180076   | 282407  | 15.87 GB  |
| Nov 2007 | 3490             | 5635            | 165263   | 284633  | 21.67 GB  |
| Dec 2007 | 3719             | 6128            | 170774   | 284751  | 19.57 GB  |
| Totaal   | 51168            | 75340           | 1844233  | 2980879 | 165.35 GB |

## **3 Activiteiten 2007**

### **3.1 Educatie & Innovatie**

De inhoudelijke en didactische ontwikkeling van Digital Playground als geheel staat binnen deze afdeling centraal. De afdeling heette tot 2007 Onderzoek & Ontwikkeling, maar Educatie & Innovatie dekt de lading beter. Digital Playground houdt zich nu eenmaal bezig met media-educatie. Educatie in het algemeen heeft meer gewicht gekregen binnen Digital Playground en is niet los te zien van welke ontwikkeling binnen Digital Playground dan ook. Er is dan ook een medewerker educatie aangenomen dit jaar, die zich vooral bezighoudt met DP Rotterdam.

De afdeling Educatie & Innovatie 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 tot uiting komt in de lesbrieven, inhoudelijke verdieping, nieuwe workshops en de opleiding van de workshopleiders.

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.

#### **3.1.1 DPtutorials**

De eigen software, de DPtutorials, is een van de belangrijkste middelen die Digital Playground heeft. De DPtutorials maken learning-by-doing mogelijk. De workshopleider hoeft hierdoor niet voor de groep plenair uit te leggen hoe de software werkt, maar de leerlingen worden door Dig-E, onze mascotte, stap voor stap meegenomen in de bewerkingssoftware waar ze hun film, website, etc. mee maken. Ze krijgen precies genoeg uitgelegd om in staat te zijn creatief te worden en zelf hun werkstuk af te maken. De workshopleider heeft de rol van begeleider en moet vooral enthousiasmerend werken.

De DPtutorials zijn vanaf 2001 in gebruik en sindsdien wordt de software jaarlijks doorontwikkeld. In 2007 is vooral een stap gezet in de vormgeving en de techniek achter de DPtutorials. De *look en feel* van de software sluit nu aan bij de huisstijl van Digital Playground en de veiligheid van de software is verbeterd. Dit houdt in dat de kans dat werkstukken niet goed online komen of zoekraken sterk is verkleind.

Daarnaast is het nu mogelijk om binnen de DPtutorials film en geluid af te spelen en hyperlinks te maken naar online content. Dit vergroot de educatieve mogelijkheden van de software. Zaken kunnen nu worden uitgelegd door middel van een animatie of een filmpje. De inhoudelijke toepassing van deze nieuwe mogelijkheden volgt in 2008.

Verder zijn in 2007 aparte tutorials gemaakt voor de workshops Beeldlimerick en Animatie, met inhoud die op deze workshops is toegespitst.

#### **3.1.2 Shop4Media & DPages**

In 2007 heeft een grootscheepse update van Shop4Media plaatsgevonden. Van diverse hoofdstukken zijn de slideshows aangepast en bij elk hoofdstuk is een quiz toegevoegd. Op deze wijze wordt ook binnen Shop4Media het DPtraject (receptie, reactie en reflectie) ingezet.

In de periode januari tot juli 2007 hebben ruim 12.000 bezoeken aan Shop4Media plaatsgevonden. Door een verhuizing van de server zijn de gegevens over de unieke bezoekers van Shop4Media verloren gegaan. In totaal hebben ruim 340 docenten zich geregistreerd voor gebruik van Shop4Media.

De plannen voor DPages zijn al in 2006 opgestart. DPages moest een online module worden die docenten konden inzetten. Een aantal wensen vormden de basis voor de opzet van deze site:

- Docenten gemakkelijker inzicht geven in de door de leerlingen gemaakte werkstukken.
- Bundelingen van de werkstukken per dagdeel.
- De leerlingen de gelegenheid de werkstukken te voorzien van een persoonlijke (schriftelijke) motivatie.
- Zowel leerling als docent kan werkstuk en motivatie gemakkelijk opslaan in een (digitaal) CKV dossier en/of de resultaten printen.

Het idee is altijd geweest om het gehele inhoudelijke natraject plaats te laten vinden vanuit een door de docent aangemaakte webcommunity, waarop alle werkstukken en leerlingprofielen zijn gebundeld.

Uit deze wensen is uiteindelijk DPages gekomen: de reflectiemodule in de vorm van een profielsite. Vlak voor het einde van schooljaar 06-07 is de site in een pilot getest en in gebruikgenomen door het Johan de Witt College in Den Haag. Na wat kleine aanpassingen is DPages vanaf september 2007 aangeboden aan docenten die een workshop hebben geboekt. Vooralsnog wordt de site weinig gebruikt. Een onderzoek naar de achterliggende redenen wordt in 2008 uitgevoerd, maar het is in ieder geval al duidelijk dat er te weinig in de marketing van DPages is gestoken. Op basis van het onderzoek wordt DPages verbeterd.

## **3.2 DP Rotterdam**

In 2006 zijn belangrijke investeringen in apparatuur gedaan waardoor in 2007 nauwelijks investeringen nodig waren. Bij DP Rotterdam is dit jaar vooral aandacht geweest voor verbetering en verbreding van het aanbod en voor de kwaliteit van het werk dat door de workshopleiders wordt geleverd.

### **3.2.1 Samenwerking**

Voor de inhoud van de workshops, met name de DP+ workshops, wordt samengewerkt met culturele instellingen in Rotterdam. De instellingen die in het kader van de workshops zijn bezocht zijn: Museum Boijmans van Beuningen, Kunsthall, Natuurhistorisch Museum Rotterdam, TENT., Maritiem Museum, Centrum Beeldende Kunst, Historisch Museum Rotterdam.

Met NAI is de workshop City Commercials ontwikkeld. In deze workshop staat de stad als decor voor reclame centraal. In 2007 is deze workshop goed geboekt. Ook de bestaande Architectuurroute is regelmatig geboekt.

We proberen meer en meer samenwerkingen op te zetten waarbij de hele groep naar dezelfde tentoonstelling en instelling kan. Dit is logistiek beter te doen en is makkelijker te verkopen aan het onderwijs. Rond een aantal grotere tentoonstellingen zijn dan ook succesvolle workshops georganiseerd. Bij de Kunsthall zijn veel leerlingen geweest bij Alles beweegt (Jean Tinguely). Bij Boijmans van Beuningen was Vreemde Dingen (surrealisme en design) populair en bij het Historisch Museum Rotterdam scoorden Achter Gesloten Deuren en de opvallende tentoonstelling Bloedmooi goed.

### **3.2.2 Speciale projecten in Rotterdam**

Maritiem Museum - Varen naar Mekka – de reis van je leven

In het najaar van 2004 werd Digital Playground benaderd door het Maritiem Museum om de mogelijkheden tot een samenwerking rond de tentoonstelling Varen naar Mekka – de reis van je leven te bespreken. In januari 2005 zijn vervolgens enkele leerlingen van het ISG Ghaldoun met camera's van Digital Playground op pelgrimstocht naar Mekka geweest. De opnamen die deze leerlingen hebben gemaakt zijn gebruikt in een

educatieve website. In de periode 23 september 2006 t/m 11 maart 2007 zijn tientallen workshops gegeven bij deze tentoonstelling. De website kon worden gebruikt als voorbereiding. Speciaal voor deze workshops is een passende DPTutorial gemaakt in Mekka-stijl. Voor het vmbo werd de workshop Groeten uit Mekka ontwikkeld, waarin de deelnemers een vakantiekaart met de groeten uit Mekka maakten.

#### V2\_ DEAF

Met V2\_ Organisatie is wederom tijdens het Dutch Electronic Arts Festival (DEAF) samengewerkt. Dit leverde echter zeer weinig boekingen op. Het bleef lang onduidelijk of er budget bij DEAF zou zijn voor samenwerking. Het lag in de bedoeling dat de workshops net als het festival in Las Palmas zouden worden gegeven, maar dat ging uiteindelijk niet door. Het programma van DEAF spreekt de VO scholen niet echt aan is onze ervaring.

#### IFFR

Tijdens het International Film Festival Rotterdam 07 hebben in totaal 9 workshops plaatsgevonden. Naast de filmworkshops vonden ook beeldlimerick workshops plaats. Alle workshops werden ingeleid door ene jonge Nederlands filmmaker die een eigen werk presenteerde en iets vertelde over het maken van films.

In de evaluatie van dit festival is de wens uitgesproken meer aandacht te besteden aan de werkstukken, mogelijk in de vorm van een filmfestival.

### 3.2.3 Werving

Voor de werving van deelnemers in Rotterdam zijn een medewerker sales en een assistent verantwoordelijk. Beide medewerkers werken ook voor Theater Hal 4 en Rotterdams Lef. Zij hebben contact met CKV docenten en CKV coördinatoren in de regio Rotterdam. Nieuwe tentoonstellingen bij onze samenwerkingspartners zijn aangegrepen om extra mailings naar het onderwijs te doen, naast de jaarlijkse grote mailing van de nieuwe brochure voor schooljaar 2007-2008.

De SKVR boekte weer een groot aantal workshops bij Digital Playground in het kader van het Cultuurtraject. In dit aanbod werden de Digital Playground Animatie workshops, de workshop Beeldlimerick en de Soundwalk opgenomen.

### 3.2.4 Boekingen

De volgende 51 scholen hebben een of meerdere workshops geboekt in 2007:

|                           |                         |                          |
|---------------------------|-------------------------|--------------------------|
| Albeda College            | ISG Ghaldoun            | Roncalli Mavo            |
| Calvijn                   | Jan Tinbergen college   | Rotterdamsch Lyceum      |
| City college              | Johannes Calvijn        | RSG Broklede             |
| Comenius College          | Krimpenerwaard college  | St Laurenscollege        |
| Cosmicus College          | Libanon                 | Stanislas College        |
| CSG Willem van Oranje     | Lodewijk Rogier College | Stedelijk Dalton Lyceum  |
| De Passie                 | Lucia Petrus            | Stedelijk Gymnasium      |
| Einstein Lyceum           | Maerlant college        | Schiedam                 |
| Emmaus College            | Marnix Gymnasium        | Thorbecke                |
| G.K. van Hogendorpschool  | Melanchthon College     | Vrij Technisch Instituut |
| Gemini College            | Moller Lyceum           | Zandhoven                |
| Grafisch Lyceum Rotterdam | Nieuw Zuid              | Wartburg College         |
| Havo voor muziek en dans  | OPDC Griffioen          | Wolfert Dalton           |
| Helinium                  | Penta College           | Wolfert van Borselen     |
| Het college Vos           | Picasso Lyceum          | Zadkine                  |
| Holland Accent college    | Zoetermeer              | Zadkine Popacademie      |
|                           | GSG Randstad            | Zadkine VMBO             |
|                           | ROC Leijgraaf           | ZPC                      |
|                           | ROC Zadkine             | ZWIN College Oostburg    |



In dit overzicht is geen onderscheid gemaakt tussen diverse vestigingen van scholen. Van meerdere scholen hebben verschillende vestigingen onafhankelijk van elkaar workshops geboekt.

Het totale aantal deelnemers was 7.711. Dit betekent een toename met ruim 30% ten opzichte van 2006. Aangezien de doelstelling 7.000 was is dit een erg goede score. Deels komt dit door het zeer succesvolle project Varen naar Mekka dat we samen met het Maritiem Museum hebben georganiseerd. Dit leverde ruim 800 leerlingen op in 2007. Ten tweede blijft de samenwerking met de SKVR erg belangrijk vanwege de grote hoeveelheid leerlingen die via het Cultuurtraject van de SKVR onze workshops volgen. De groei is echter groter dan wij kunnen verklaren. We durven dan ook niet te voorspellen dat dit door zal zetten in 2008.

### **3.3 DP On Tour & DP Special**

Digital Playground organiseert projecten door heel Nederland: DP On Tour en DP Special. De twee typen verschillen onderling wat betreft inhoud, vorm en aanleiding. Zo is een DP On Tour-project een kopie van de Digital Playground zoals deze in Rotterdam het hele jaar aan het onderwijs wordt aangeboden: workshops met vier mediadisciplines en een opdracht voor de leerling, veelal in combinatie met een bezoek aan een tentoonstelling of culturele wandelroute door de stad. Een editie van de DP On Tour komt tot stand in samenwerking met opdrachtgevers in heel Nederland die het concept Digital Playground graag willen inzetten voor het onderwijsveld van de eigen gemeente. Het gaat hier vrijwel altijd om partijen die zelf niet direct een kunstinhoudelijke doelstelling nastreven (e.g. onderwijsorganisaties, gemeenten, provincies, culturele koepelorganisaties).

De DP Special-projecten komen tot stand in opdracht van, en in samenwerking met kunstinstellingen of culturele festivals. Naar aanleiding van het inhoudelijke aanbod van deze organisaties past Digital Playground de workshops aan. Dit kan bijvoorbeeld door gastsprekers uit te nodigen, routes uit te zetten, thematische introductiefilms te maken of door heel specifiek inhoudelijke opdrachten te formuleren. Bij de meeste DP Special-projecten staat één mediadiscipline centraal, wat de mogelijkheid biedt om met de leerlingen dieper in te gaan op de specifieke kenmerken en kwaliteiten van die discipline. Naast de projecten op locatie is Digital Playground ook op structurele wijze de samenwerking aangegaan met partners buiten Rotterdam. Het gaat om het Filmhuis Den Haag en The Back Lot in Suriname. Hieronder een overzicht van de resultaten over 2007.

#### **3.3.1 Projecten op locatie**

In 2007 heeft Digital Playground nieuwe partners gevonden in o.a. Haarlem, Leeuwarden, Roermond, Woerden. Daarnaast zijn een aantal bestaande projecten herhaald en uitgebreid. Naast de semi-vaste locaties in Den Haag en Paramaribo stond Digital Playground het afgelopen jaar in 15 verschillende steden. Een drietal projecten wordt hieronder ter illustratie uitgelicht.

##### **DP Roermond**

Naar aanleiding van een landelijke mailing richting een aantal specifieke organisaties is Digital Playground in contact gekomen met het Huis voor de Kunsten Limburg, een regionale organisatie ter bevordering van cultuuronderwijs in Limburg. Met steun vanuit de provincie Limburg werd het mogelijk een projectweek te organiseren waarbij een mooie inhoudelijke samenwerking werd gevonden met het Stedelijk Museum Roermond. Gewapend met een camera of geluidsrecorder bezochten de leerlingen de verschillende tentoonstellingen om materiaal te verzamelen voor het eigen digitale kunststuk. Leerlingen die websites bouwden of digitale foto's bewerkten, bezochten de tentoonstellingen 'Radiant - 30 jaar Ra' en 'NECK'LACE', exposities waarin het sieraad centraal stond. De bijbehorende foto-opdracht luidde: maak op basis van elementen uit de tentoonstelling je eigen sieraad en toon dit aan de hand van je eigen lichaam. Dit

leverde veel mooie creaties op. De begeleidende docenten stonden versteld van wat de leerlingen in zo'n korte tijd wisten te creëren.

#### DP Utrecht

Al jaren werkt Digital Playground in Utrecht samen met het Nederlands Film Festival. De herhaalde samenwerking heeft ertoe geleid dat Digital Playground bij het onderwijs is gaan leven en dat leerlingen zich steeds beter zijn gaan voorbereiden op de workshop. Een extra stimulans hierbij zijn de Junior Kalveren Awards die tijdens de gala-avond worden uitgereikt voor beste film, beste montage, beste acteur/actrice en beste cameravoering. Tijdens die avond kunnen de leerlingen hun acteertalent laten testen door een professioneel castingbureau. Daarnaast zijn er een filmquiz waar de deelnemers mooie prijzen kunnen winnen. De Junior Kalveren Uitreiking vindt plaats op de avond voor de echte Kalveren Uitreiking. Het project is bij herhaling een groot succes. Digital Playground en het Nederlands Filmfestival kijken naar de mogelijkheden om de samenwerking uit te breiden.

#### DP Leeuwarden

In oktober ontving Parnas, Centrum voor de Kunsten in Leeuwarden, bijna 250 scholieren die allemaal aan de slag gingen met digitale media. De deelnemers konden kiezen uit verschillende opdrachten. Een deel bezocht het Fries Museum en maakte naar aanleiding van de tentoonstelling 'Beautiful People' een reclameposter (STILL) of een documentaire over het thema 'schoonheid' (MOVING). De opdrachten in het Keramiekmuseum Prinsessehof draaiden om het thema's Passie en Verzamelen. De leerlingen maakten een film over hun eigen passie (MOVING) of een website over hun persoonlijke verzameling (GLOBAL). Het was de eerste keer dat Digital Playground in Leeuwarden werd georganiseerd. Inmiddels ligt er een aanvraag voor een tweede editie.

#### DP Den Haag

Na enkele jaren incidenteel projectweken te hebben georganiseerd, hebben Digital Playground en het Filmhuis Den Haag de handen ineengeslagen. Het filmhuis heeft met steun van gemeente Den Haag kunnen investeren in techniek en een ruimte vrijgemaakt, zodat Digital Playground twee weken per maand workshops kan geven. Deze structurele samenwerking heeft een aantal voordelen. Zo kunnen scholen het hele jaar door workshops boeken, wordt er langzaam een netwerk opgebouwd binnen het Haags onderwijs en geeft de samenwerking meer mogelijkheden voor het ontwikkelen van breed palet aan thematische programma's.

#### DP Suriname

In 2006 heeft de Surinaamse stichting The Back Lot het initiatief genomen om Digital Playground op te zetten in Suriname. De stichting zet zich in de film- en televisiesector in Suriname te professionaliseren en verder te ontwikkelen. Dit doet zij onder meer door middel van het produceren van televisieprogramma's (o.a. Jeugdjournaal), films, filmfestivals en workshops. The Back Lot organiseert nu voor het tweede jaar achtereenvolgende workshops tijdens de filmfestivals 'IFFR Flies Paramaribo' en 'IDFA Flies T@opics' en langzaam wordt de stap gezet richting andere gebieden in Suriname. De rol van Digital Playground beperkt zich tot advies en technische ondersteuning. The Back Lot heeft de ambitie om de workshops van Digital Playground in heel Suriname te organiseren, en zelfs daarbuiten. Een eerste project over de grens is al een feit. In mei realiseerde The Back Lot een week lang filmworkshops in Guyana. De beste resultaten waren op landelijke televisie te zien.

### 3.3.2 Kwantitatieve specificatie per project

Hieronder een overzicht van behaalde resultaten.

| <b>DP Special</b> |                         |                |                   |
|-------------------|-------------------------|----------------|-------------------|
| <b>locatie</b>    | <b>partner</b>          | <b>periode</b> | <b>deelnemers</b> |
| Haarlem           | Kunstbende              | 29 t/m 31 jan  | 153               |
| Haarlem           | Kunstbende              | 3 t/m 5 apr    | 145               |
| Woerden           | Vrede van Utrecht       | 13 t/m 16 jun  | 256               |
| s Gravendeel      | AZC / Vrolijkheid       | 25-jul         | 22                |
| Utrecht           | Nederlands Filmfestival | 13 t/m 21 sept | 298               |
| Amsterdam         | Cross Media Week        | 24, 25 sept    | 87                |
| Amsterdam         | Cinekid                 | 17 t/m 19 okt  | 58                |
| Leiden            | Het Leids Volkshuis     | 21 t/m 26 okt  | 108               |
| Amsterdam         | IDFA/Nowhere            | 10 t/m 14 dec  | 253               |

**Totaal 1380**

| <b>DP On Tour</b>         |                               |                  |                   |
|---------------------------|-------------------------------|------------------|-------------------|
| <b>locatie</b>            | <b>partner</b>                | <b>periode</b>   | <b>deelnemers</b> |
| Roermond                  | Huis voor de Kunsten          | 25 feb t/m 1 mrt | 213               |
| Zoetermeer                | OnderwijsAdvies/CKC           | 10 t/m 27 apr    | 543               |
| Heerlen                   | Glaspaleis                    | 10 t/m 14 sept   | 156               |
| Vlissingen                | Scoop/Film by the Sea         | 17 t/m 21 sept   | 162               |
| Leeuwarden                | Parnas                        | 8 t/m 12 okt     | 256               |
| Gilze, Oisterwijk, Dongen | AZC / Vrolijkheid             | 22 t/m 25 okt    | 48                |
| Goes                      | Scoop/Centrum voor de Kunsten | 8 t/m 20 nov     | 379               |

**Totaal 1757**

| <b>DP Den Haag (special)</b> |                   |                |                   |
|------------------------------|-------------------|----------------|-------------------|
| <b>locatie</b>               | <b>partner</b>    | <b>periode</b> | <b>deelnemers</b> |
| Den Haag                     | Filmhuis Den Haag | 5 t/m 16 feb   | 257               |
| Den Haag                     | Filmhuis Den Haag | 5 t/m 16 mrt   | 204               |
| Den Haag                     | Filmhuis Den Haag | 2 t/m 16 apr   | 166               |
| Den Haag                     | Filmhuis Den Haag | 7 t/m 16 mei   | 144               |
| Den Haag                     | Filmhuis Den Haag | 7 t/m 16 mei   | 182               |
| Den Haag                     | Filmhuis Den Haag | 1 t/m 30 okt   | 216               |
| Den Haag                     | Filmhuis Den Haag | 5 t/m 14 nov   | 190               |
| Den Haag                     | Filmhuis Den Haag | 3 t/m 14 dec   | 349               |

**Totaal 1708**

| <b>DP Suriname (special)</b> |                |                |                   |
|------------------------------|----------------|----------------|-------------------|
| <b>locatie</b>               | <b>partner</b> | <b>periode</b> | <b>deelnemers</b> |
| IFFR Flies Paramaribo        | The Back Lot   | 23 t/m 27 apr  | 217               |
| Georgetown (Guyana)          | The Back Lot   | 14 t/m 18 mei  | 100               |
| IDFA flies T@opics           | The Back Lot   | 3 t/m 9 dec    | 200               |

**Totaal 517**

**TOTAAL 5362**

### 3.3.3 Conclusies en vooruitblik

Het realiseren van projectweken is geen eenvoudige opgave. De afhankelijkheid van lokale partners is erg groot. Terugkerende problemen waar Digital Playground en deze partners tegenaan lopen zijn (1) het vinden van aanvullende subsidie en (2) tegenvallende boekingen. Deze twee problemen zijn tegen te gaan wanneer Digital Playground zelf een netwerk zou opbouwen in het onderwijs, en wanneer Digital Playground het project financieel rond kan krijgen buiten de partner om. Een strategie is het opzetten van vaste locaties.

In de komende jaren wordt naast het organiseren van projecten op locatie ingezet op het aangaan van structurele samenwerking met een of meerdere lokale partijen. Een voorbeeld een dergelijke aanpak is de succesvolle samenwerking met het Filmhuis Den

Haag. In het komende jaar gaat de aandacht uit naar Amsterdam. De intentie is om in de tweede helft van 2008 een structureel aanbod te realiseren.

In Den Haag wordt de samenwerking in 2009 voortgezet zoals gepland. De aandacht zal vooral uitgaan naar de groei van het aantal boekingen, verbreding en verbetering van het workshopaanbod en uitbreiding van het team van workshopleiders. Daarnaast zal er worden gezocht naar mogelijkheden voor samenwerking met partijen die inhoudelijk kunnen bijdragen aan de workshops, zoals bijvoorbeeld het Museum voor Communicatie.

#### 4 Informatieraster

Het informatieraster is het format waarin de gemeente Rotterdam de kwantitatieve informatie van Digital Playground jaarlijks wil ontvangen. De meeste cijfers zijn in het bovenstaande al genoemd.

Het gebruik van Shop4Media was in het informatieraster in het Jaarplan 2007 nog niet opgenomen. Digital Playground wil echter het gebruik wel gaan opnemen in dit raster vanaf Jaarplan 2008, omdat Shop4Media een op zich staande media-educatie les is en het bereik van Digital Playground vergroot.

| Activiteit en bereik      | Plan 2007 | Verslag 2007 |
|---------------------------|-----------|--------------|
| <b>DP Rotterdam</b>       |           |              |
| Aantal scholen            | 40        | 53           |
| Leerlingen                | 7.000     | 7.711        |
| Rotterdam                 | 5.600     | 5.412        |
| Elders (regio)            | 1.400     | 2.299        |
| Docenten cursus deelname* | 125       | 0            |
| <b>DP On Tour</b>         |           |              |
| Projecten                 | 4         |              |
| Bereik                    | 2.500     | 1.757        |
| <b>DP Special</b>         |           |              |
| Projecten                 | 10        |              |
| Bereik                    | 3.000     | 3.605        |
| <b>Shop4Media**</b>       |           |              |
| Gebruikers (t/m verslag)  | -         | -            |

\* In het jaarverslag van 2006 en het jaarplan van 2008 is reeds aangegeven waarom we gestopt zijn met het organiseren van activiteiten voor docenten.

\*\* De gegevens voor het informatieraster zijn door de serververhuizing ook niet te achterhalen. Hier zou het gaan om het aantal leerlingen dat de gehele site met succes heeft doorlopen. We hebben slechts de cijfers vanaf april en ook die zijn onbetrouwbaar doordat niet duidelijk is hoe dit aantal precies is opgebouwd.