

Digital and media literacy & advertising

Remembering there is more than Fake News
for digital and media literacy education

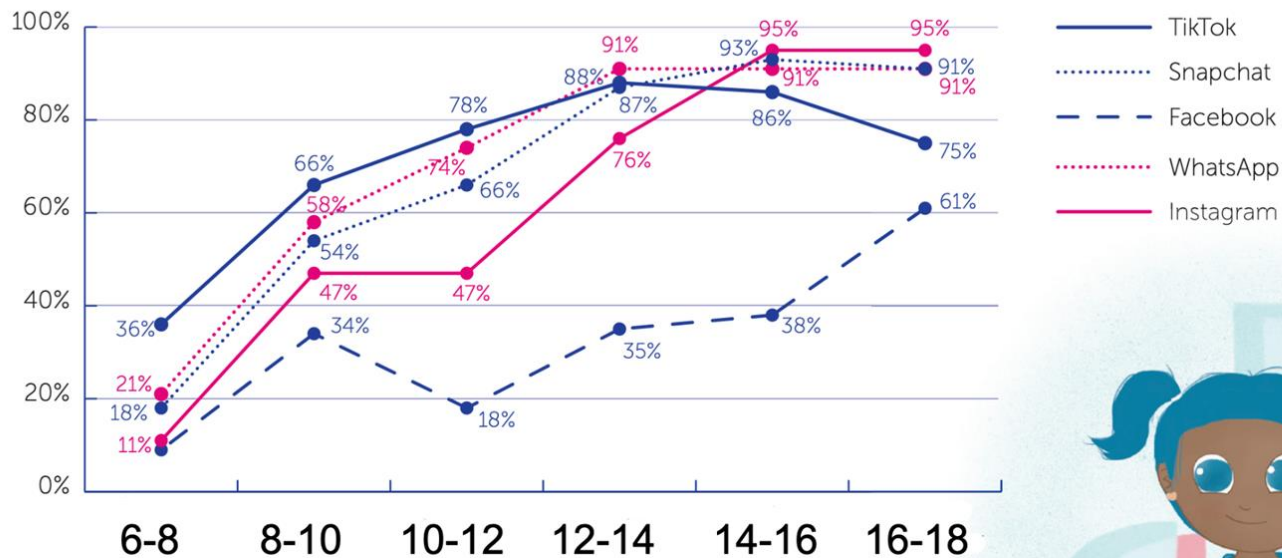


Mediawijs

- Andy.Demeulenaere@mediawijs.be, coordinator @
- Mediawijs, Flemish Knowledge Centre for Digital and Media Literacy since 2013
 - Flemish: northern half of Belgium, government funded
 - Knowledge Centre: research and best practice based supporting the field in reaching the public
 - Digital and Media Literacy: two sides of the same coin



Apestaartjaren 2021-2022



Figuur 2: Frequentie gebruik van websites en apps door kinderen en jongeren, per leeftijd





Social Media en Influencer-barometer

- 16-25yo
 - 87% follow influencers (avg. 10)
 - 32% say they bought something within 3 months of seeing it with an influencer
 - 24% influenced for fashion
 - ca. ¼ influenced for sports
- +25yo
 - 42,4% follow influencers (avg. 2)
 - 36% say they bought something within 3 months of seeing it with an influencer



Media literacy is

(...) the whole of **knowledge, skills and attitudes** that allows citizens to deal with **the complex, changing and mediatised world**

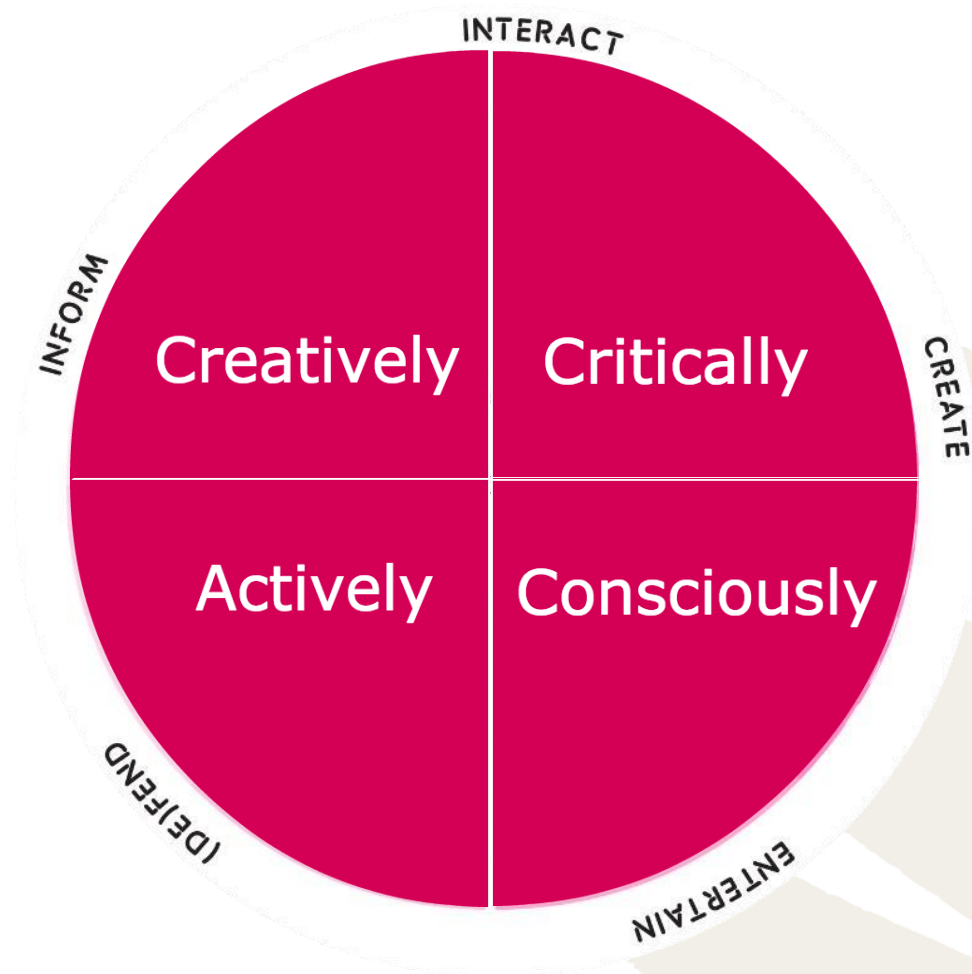
in a **conscious** and **critical** way.

It is the ability to

use media in an **active** and **creative** way,

aimed at **societal participation'**

Media Literacy Concept paper Flemish Government (2012)



- <https://docs.google.com/document/d/1ioomS1tNOvH4Uvfy2agsLAAGPgVMxPrFyzc8Nu9Uj04/edit?usp=sharing>



CONTINUOUS
CURRICULAR STRAND

Media Literacy

More info?
www.mediawijs.be





	LEVEL	COMPLEXITY OF THE TASK	AUTONOMY	COGNITIVE DOMAIN
*	Exploratory	Provided examples and tasks provided	Completely with help	Explore
**	Starting	Simple tasks	Partly with help	Recall and recognize
***	Advanced	Clear and routine tasks, with occasional expected and unexpected problems that may arise	Independent	Understand and apply
****	Expert	Very diverse tasks and problems	Guiding others	Reflect and create



TODDLER	1ST DEGREE PRIMARY	2ND DEGREE PRIMARY	3RD DEGREE PRIMARY
The student explores a limited number of information carriers adapted to age and target group	The pupil names various information carriers adapted to age and target group.	The pupil names various information carriers and a limited number of information forms adapted to age and target group.	The pupil names various information carriers and information forms adapted to age and target group.
N/A	N/A	The student explores the objectives of a limited number of information forms provided.	The student recognizes that information forms have objectives and names the objectives of a number of information forms provided.

1ST DEGREE SECONDARY	2ND DEGREE SECONDARY	3RD DEGREE SECONDARY
The pupil names and compares different information carriers and information forms adapted to age and target group.		
The student names the objectives of several forms of information provided.	The pupil names the objectives of several forms of information provided and articulates the impact of this.	



[Game] **Game jezelf reclamewijs**

7 - 9j | 10 - 12j

Hallo daar! Ik ben **Snuffel**.

Ik help kinderen en ouders om een neus voor reclame te ontwikkelen. **Klik op mij als je meer informatie wil over de verschillende games!**

Om een neus voor reclame te ontwikkelen moet je eerst en vooral **merken kunnen herkennen**, want op die manier kan je ook reclame herkennen: op straat, in winkels, op je televisie of computerscherm, enzovoort.

Nadien kan je nadenken over de reclameboodschap. **Welke strategie gebruiken de reclamemakers? Willen de reclamemakers dat je hun product koopt? En hoe pakken ze dit aan? Willen ze je een goed gevoel geven? Gebruiken ze bekende personen om hun producten aan te prijzen? Is de reclame eerlijk?**

Door jezelf deze vragen te stellen kan je op een goede manier omgaan met reclame en word je niet beïnvloed zonder dat je het weet!

Heel veel plezier!

experience by **bazookas** **UNIVERSITEIT GENT** **mediowijs** Disclaimer





media  nest





Action for primary schools (30 000 pupils/year)

- Campaign week in March for 10-12 yo with class activities introduced by a Ketnet series every day
- (Extra) Lessons usable throughout the year
- Fill-in workbooks for 6-8 + 8-10 yo



Reclamebingo

Reclame is overal! Welke reclame heb jij al gezien? Kruis aan op de kaart waar je de reclame zag of hoorde. Kan je alle vakjes aankruisen? BINGO!

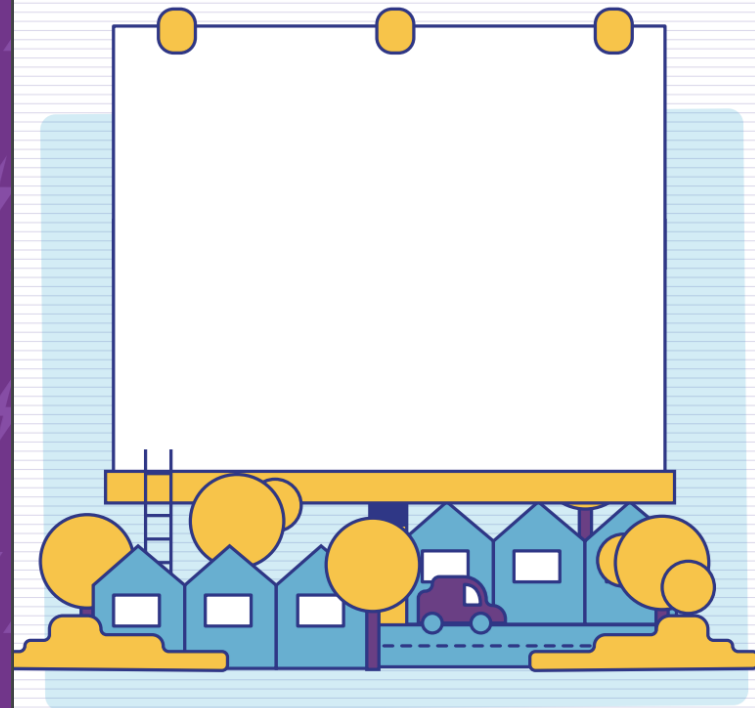


 <input type="checkbox"/>	 <input type="checkbox"/>	 <input type="checkbox"/>
 <input type="checkbox"/>	 <input type="checkbox"/>	 <input type="checkbox"/>
 <input type="checkbox"/>	 <input type="checkbox"/>	 <input type="checkbox"/>



Maak zelf reclame

Welke game, serie of YouTuber moet iedereen gezien hebben? 🎮
Maak er zelf reclame voor! Maak een tekening en schrijf erbij wat jij er zo geweldig aan vindt.







Debat

Iedereen beroemd online?



Quiz

Spot jij de reclame?



Kraak de code

Niets is wat het lijkt?



Wat hoort bij wat?

**Waarvoor maken deze
influencers reclame?**



Doe-opdracht

**Haal de influencer in jezelf naar
boven**



NWS



ed

imec

meccano

PERKINS



**SOCIALE
MEDIA**



Hoe kan ik reclame herkennen?

Media | door AdLit | 11-12



Welke soorten reclame bestaan er?

Media | door AdLit | 12-24



Hoe kan ik beter omgaan met reclame?

Media | door AdLit | 11-24



HOE ZIE IK OF IEMAND BETAALD WORDT VOOR WAT ZE POSTEN OP SOCIALE MEDIA?

Door Mediawijs | 11-24 jaar



Krijg een influencer **geld of een gratis product** voor een post? Dan zijn ze **verplicht** om een van deze **hashtags** te gebruiken:

- #reclame
- #publiciteit
- #advertentie

Soms zetten ze ook "**gesponsord**" of "**betaald partnerschap met X**" boven of onder hun post. 'Gesponsord' kan betekenen dat ze **geld** krijgen of een **gratis product**.

Ben je **niet zeker** of een post 'echt' of gesponsord is? Neem dan zeker een kijkje in de **caption** of omschrijving.

Is het wel een goed idee om dit te kopen dan?

JOUW GEVOEL BIJ DEZE INFO



[Print dit artikel](#)



european **youth information**
and counselling agency



ins@fe

Better Internet for Kids

www.betterinternetforkids.eu





CANADA'S CENTRE
FOR DIGITAL AND
MEDIA LITERACY



Lesson 1: Meet the Gullible Giant

Pair & Share/Small Group Activity:

1. Learn the [Ask Yourself, You Might, Try This](#) method to identify, analyze, and counteract media monster behaviors.
2. Identify one or more Gullible Giant monster behavior.
3. Identify one or more questions that can be asked to combat Gullible Giant behavior.

Definitions

- Gullible: Easily persuaded to believe something.
- Media literacy: The ability to [access](#), [analyze](#), [evaluate](#), [create](#), and [act](#) using all forms of communication. Media literacy education refers to the practices necessary to foster these skills.
- A Media literate person: Individuals of all ages who have developed the habits of inquiry and skills of expression they need when interacting with media to be critical thinkers, effective communicators, and active citizens in today's world.



MediaSmart

Education from the Advertising Industry

TikTok: Adverts, Creators and You

.....

For 13 – 17 yrs | Key Stage 3, 4, 5 – PSHE and Media Studies



Ever wondered how
TikTok works?

▶ 0:01 / 0:50



Thank you!

andy.demeulenaere@mediawijs.be - @andydakpandy



Co-financed by the Connecting Europe
Facility of the European Union



Mede gefinancierd door het
programma Erasmus+
van de Europese Unie