

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 60

van **KLAAS SLOOTMANS**

datum: 2 januari 2023

aan **BENJAMIN DALLE**

VLAAMS MINISTER VAN BRUSSEL, JEUGD, MEDIA EN ARMOEDEBESTRIJDING

MediaNXT - Evaluatie

Via mediaNXT, een initiatief van mediarte en minister van Media Benjamin Dalle, zetten VRT, DPG Media, Mediahuis, SBS en Woestijnvis dit najaar voor de eerste keer samen hun deuren open voor 30 werkzoekende jongeren met 'digitale skills', die zes weken lang kunnen proeven van de sector van de digitale media (content creatie, digital marketing, data-based storytelling ...). Tijdens de eerste twee weken worden ze in groep ondergedompeld in de werking van media via een intensief opleidingstraject. Daarna verspreiden ze zich over de diverse mediaspelers, waar ze elk vier weken lang op de vloer begeleid worden door gespecialiseerde mediamakers.

1. Ik meende dat het precies belangrijk was om in een dergelijk opzet met criteria als creativiteit en talent te werken, maar blijkbaar moest het vooral politiek correct zijn.

Op welke manier werd er concreet invulling gegeven aan het inclusieve karakter van dit project? Hoeveel jongeren met een andere etnisch-culturele achtergrond of met een beperking werden geselecteerd? En hoe lag de verhouding tussen de geslachten?

2. Tijdens de zomer werd de zoektocht naar talent opgestart via een breed verspreide communicatiecampagne die jongeren opriep zich in te schrijven.

Welke kanalen werden gebruikt voor deze campagne?

3. De groep van dertig potentiële deelnemers werd geselecteerd na een talentscouting in oktober.

Wie voerde deze scouting uit?

4. Waaruit bestond het programma van het 'bootcamp' precies? En waaruit bestond het aandeel van de openbare omroep in het project mediaNXT?

5. Is mediaNXT een eenmalig project of komt er nog een vervolg?

ANTWOORD

op vraag nr. 60 van 2 januari 2023

van **KLAAS SLOOTMANS**

1. Het inclusieve karakter van MediaNXT bestaat erin dat niemand wordt uitgesloten door selectiecriteria die een hindernis zouden kunnen vormen. Omwille van hun motivatie en competenties werden uiteindelijk 34 kandidaten geselecteerd. 18 onder hen waren vrouwen, 13 onder hen hadden een andere etnisch-culturele achtergrond, 1 persoon had een beperking.
2. De oproep is verspreid via een affichecampagne. Daarnaast is er gebruik gemaakt van direct mailing, Instagram, Youtube, TikTok, Facebook en de LinkedIn-pagina van mediarte om de oproep online te verspreiden. De deelnemende partners hebben ook hun eigen digitale kanalen ingezet om de oproep te verspreiden.
3. De selectie vond plaats door medewerkers van alle partners (VRT, DPG Media, SBS, Mediahuis en Woestijnvis) onder begeleiding van mediarte.
4. Tijdens de eerste twee weken werden de jongeren in groep ondergedompeld in de mediasector via een opleidingstraject. Tijdens de bootcamp zijn er 40 sessies georganiseerd waaraan 49 gastsprekers van de verschillende mediapartners meewerkten. Daarna zijn de deelnemers vier weken zelf aan de slag gegaan bij de verschillende mediapartners.

VRT was een belangrijke partner omwille van hun ervaring met VRT NXT. Zo zorgde de openbare omroep voor 14 sprekers, 12 opleidingsplaatsen en organiseerde ze een van de twee bootcampweken.

5. MediaNXT kent in 2023 een vervolg.