

# Inhoud

## 7 aanraders

1.	Wat kan ik met sociale media?	04
2.	Twitter, Facebook, WhatsApp en Youtube gebruiken	14
3.	Google en sociale media integreren	28
4.	Sociale media als communicatiemiddel	40
5.	Scoren met sociale media	52
6.	Sociale media in de klas	64
7.	Sociale media gebruiken en bijhouden	74

## 1 afrader

1.	De nadelen en gevaren van sociale media	84
	Meer weten?	94
	Reeds verschenen / In voorbereiding	95

### **Online hulp bij sociale media**

Bij een aantal in dit boek behandelde tools bieden we online extra tips en adviezen. Via de website [www.instondo.nl/socialemedia](http://www.instondo.nl/socialemedia) kun je een indeling vinden van dit boek met visuele, praktische en actuele informatie die je kan helpen bij je eerste stappen in de sociale media. Ook kun je hier op de hoogte blijven van de ontwikkelingen.

# Aanrader 1.

## Wat kan ik met sociale media?

---

Sociale media zijn in de afgelopen tien jaar in rap tempo opgekomen. Tegenwoordig heb je ermee te maken of je wilt of niet. Neem de opstanden in Noord-Afrika waar Facebook een belangrijke rol in speelde. Op feestjes praten mensen erover en bedrijven maken op grote schaal reclame via sociale media. Ook op persoonlijk vlak worden ze veel gebruikt. Negen op de tien mensen in Nederland hebben een profiel op Facebook, Twitter en LinkedIn en maken gebruik van YouTube en WhatsApp. Deze bekendste ‘platforms’ worden in dit boek besproken.

### Waar komen sociale media vandaan?

Toen mensen op grote schaal thuis internet kregen (omstreeks 1994) nam niet alleen de hoeveelheid informatie toe, maar ook de behoefte eraan. Naast het delen van informatie werd het vinden van en contact leggen met (oud)bekenden of professionals een doel. Dit resulteerde in 1995 in de eerste profielensite **classmates.com**. Bekenden konden nu via die site worden verbonden. Zo werken sociale media over het algemeen nog steeds. Alleen ligt de focus tegenwoordig vaak op het vinden van interessante mensen.

Vlak voor de millenniumwisseling werd de site **livejournal.com** gelanceerd. Gebruikers kregen een soort weblog voor berichten, een profielpagina, een vriendenpagina en een vroege vorm van een ‘prikbord’ (pagina waar anderen berichten kunnen achterlaten). Dit is de eerste site die door zijn interactiemogelijkheden voor het eerst echt lijkt op een sociale mediasite. De echte basis voor sociale media werd gelegd in 2003 met de komst van **MySpace**. Ook de site **Friendster** kwam online, waarvan Facebook uiteindelijk is afgeleid. Deze sites verschillen van bijvoorbeeld LiveJournal, doordat ze zich richten op een groot publiek.


Ze richten zich niet op individuele gebruikers, maar willen meer een soort netwerk of kleine gemeenschap opbouwen. Hier willen mensen graag bijhoren, waardoor ze zich voor zo'n netwerk aanmelden. In deze tijd ontstaan er allerlei kleine netwerken die zich vaak vooral op jongeren richten om kleine virtuele vriendengroepen en eigen profielen in te richten. Een enkele site is er voor professioneel gebruik. **LinkedIn** (gericht op cv's en professie) start in 2003. Andere sites richten zich vooral op het onderhouden van vrienden of op profielen voor jongeren, zoals **Hyves** dat in 2004 als succesvol Nederlands massamedium opkomt.

Andere platforms gaan zich richten op het delen van informatie. **Flickr** besluit fotoalbums te delen, **Digg** gaat over nieuws en mede door de komst van breedbandinternet komt er vanaf 2005 een heel nieuw aspect: het bekijken van ongeveer alles op video via **YouTube**. Hier ligt de kiem van de huidige sociale media.

### **Van gebruikers voor gebruikers**


Sociale media richten zich vanaf het begin op de gebruiker die iets wil delen met ofwel vrienden ofwel 'de rest van de wereld'. YouTube begon als site waar een gebruiker een leuke, interessante of indrukwekkende video kon plaatsen en andere gebruikers konden die vinden via een zoekterm of link. Zo werd de vele informatie die het internet omvat op allerlei manieren gekanaliseerd en vindbaar gemaakt voor het doel dat het moest dienen.

Hoewel ik YouTube beschouw als het eerste echt grote platform, is de wereld van de sociale media nog steeds opgedeeld in een groot aantal kleine 'gemeenschapjes'. Ten eerste doordat er veel verschillende sites zijn en ten tweede omdat weinig mensen het gemak van deze media doorhebben. Vanaf 2005 begint het aantal gebruikers snel te groeien. Hoe meer gebruikers er zijn, hoe interessanter een platform wordt. Allerelei bedrijven kregen steeds meer oren naar sociale media. Aan de ene kant om hun exposure op een makkelijke manier te vergroten en aan de andere kant wilden bedrijven als Google graag invloed. Dit bleek concreet uit de overname van YouTube in 2006. Er werd vanaf toen op grote schaal geïnvesteerd in sociale media.




Vooral de snelheid, de maakbaarheid van pagina's, de functionaliteit en de populariteit zorgden voor een snelle toeloop van commercie. Door dit laatste heeft deze nieuwe manier van 'dingen' delen zich al vaker bewezen. Een mooi voorbeeld deed zich voor op 15 januari 2009. Boven New York crashte een Airbus en deze maakte een spectaculaire reddingslanding op de Hudson River. Veel omstanders maakten foto's, deelden die en schreven erover op Twitter en Facebook. Zo verspreidde het nieuws zich veel sneller dan bijvoorbeeld de New York Times of CNN dit konden verslaan.

Dit geeft aan dat sociale media een onderdeel zijn geworden van het maatschappelijke leven van mensen. Dat er massaal aan wordt meegedaan en dat het niet iets 'leuks' is, alleen voor vrijetijdsbesteding. Los van het verspreiden van nieuws: iedereen heeft toegang tot sociale media, mensen zoeken erop en het verbindt mensen. Zeker nu mensen het meer en meer op hun mobiel gaan gebruiken is het een vrij directe, nuttig bruikbare en leuke manier van communicatie.



Natuurlijk hebben scholen minder aan snelle en adequate nieuwsdeling dan kranten of nieuwssites, maar dit is, samen met het sociale kenmerk, wel een van de redenen waardoor op grote schaal gebruik wordt gemaakt van sociale media. Sinds 2009 is het gebruik ervan explosief gegroeid en in de toekomst zal er alleen maar meer gebruik van worden gemaakt. Hoe klein een netwerk ook is, er zijn handige dingen mee te doen voor bijvoorbeeld scholen. Ten eerste om mensen te binden en kennis en sfeer te verspreiden, maar ook om kennis te vinden en toe te passen. Vooral dat eerste kan een reden zijn om ermee te beginnen. Er zijn al veel scholen die dit inderdaad doen.



## Voorbeeld

*Anine is IB'er op een basisschool in Zoetermeer. Zij zorgt ervoor dat haar school een leuk profiel heeft op Facebook en dat mensen op Twitter kunnen lezen wat de school allemaal doet aan activiteiten en welke methodes ze toepast. Anine heeft deze taak drie jaar geleden op zich genomen. Nu heeft ze een pagina met 353 'likes' op Facebook en een aantal mooie albums waarin foto's staan van wat er op school is gebeurd. Deze foto's zijn allemaal gezien door ouders en die zijn blij dat ze zo makkelijk een beeld krijgen in wat hun kinderen dagelijks op school doen. Twee dagen geleden heeft ze voor groep 8 een spel gedeeld om ze te helpen bij de keuze van middelbare school. Op de ouderavond een dag later kreeg de leerkracht een compliment dat de leerlingen zo goed worden begeleid en zoveel krijgen aangereikt. Op de Open dag zijn er zelfs ouders geweest die speciaal naar haar toe kwamen voor de foto's van de eerste dag in de peuterklas, "dat zag er zo leuk uit". Voor diezelfde Open dag zocht ze parkeerwachten. Gelukkig heeft ze via een bericht op de Facebookpagina van school een groepje ouders bereid gevonden dit om beurten te doen. Anine merkt dat veel mensen de pagina volgen, "omdat ze dat leuk vinden".*

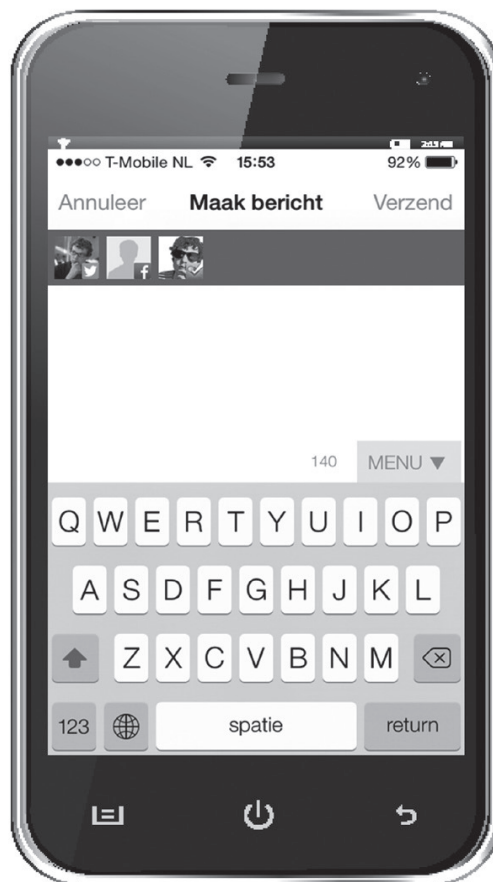
### Opmerking:

Het bijhouden van een pagina op Facebook is handig. Ouders vinden het vaak leuk om te zien wat er op school allemaal gebeurt en kunnen makkelijk gemobiliseerd worden om te helpen bij bijvoorbeeld een schoolfeest. Juist doordat mensen een beeld krijgen via sociale media hoe het eraan toegaat, treedt er verbroedering op. Ook nieuwe ouders kunnen zich op afstand inlezen en een beeld vormen van de school.

## Sociale media verschillen van elkaar

Los van de specificaties van afzonderlijke sociale media biedt het ene platform een heel ander soort netwerk dan het andere, in berichtgeving maar ook in type interactie. Twitter is veel sneller en overzichtelijker dan Facebook, maar het kan zin hebben om beide te gebruiken. Doe dit echter wel op een andere manier. Soms worden berichten van Twitter gedeeld op Facebook en LinkedIn. Dat klinkt makkelijk, maar in feite hoort bepaalde informatie bij een bepaald netwerk.

Ook ieder netwerk is anders. Veel mensen die Facebook gebruiken hebben geen of weinig kennis over Twitter. Hierdoor zijn allerlei kenmerkende Twitterdingen storend en worden niet begrepen. Kortom, een ideaal Facebookbericht ziet er anders uit dan een bericht op Twitter of LinkedIn. Onderhoud dus verschillende berichten in verschillende netwerken op verschillende media. Als je graag wil doorplaatsen op een ander medium, doe dit dan handmatig of via een app waarmee je direct kunt plaatsen, zoals HootSuite.



## Olympische Spelen op school

De Olympische Spelen zijn in februari 2014 op tv in volle gang. Het is leuk om hier op school ook aandacht aan te besteden. In groep 7 hebben leerlingen in groepjes van drie allemaal collages gemaakt van verschillende sporten. Het ziet er geweldig uit en het is leuk om dit te laten zien aan geïnteresseerden via social media. Omdat het een mooi beeld van de bezigheden op school geeft wil de school het verspreiden via Twitter en via Facebook. Op Twitter wordt een bericht gemaakt met een fotootje erbij: "Op school al helemaal in de stemming haha . #Sochi2014". Dit wordt doorgestuurd op Facebook. Op Twitter komen een paar leuke antwoorden, maar op Facebook blijft het stil.

Een andere basisschool had hetzelfde idee en plaatst een foto op Twitter en apart op Facebook. De foto op Facebook wordt maar liefst 70 keer leuk gevonden. Facebook plaatst de foto namelijk bovenaan en het bericht is gericht aan de ouders.

### Aandachtspunten:

- Bedenk voor wie je het bericht ergens zet. Is het voor externen of voor bijvoorbeeld ouders of toekomstig ouders?
- Bedenk ook dat ieder netwerk zijn eigen eigenaardigheden en voorkeuren heeft.
- Het apart plaatsen hoeft niet of nauwelijks extra tijd te kosten en het gebruik van apps is hier handig en snel voor.

## Sociale media en behoeften

Sociale contacten zijn overal belangrijk. Niet alleen met vrienden, buren, kennissen of familie, maar ook online. Als je begint aan een medium, moet je het ook onderhouden. Of je nu vijf berichten per dag verstuurt of één per maand maakt niet eens uit, maar onderhoud het. Dit doe je met vrienden immers op dezelfde manier.

In de sociale media hebben we virtueel ook vrienden ('friends') waar we veel aan hebben en zij hebben iets aan jou. Mooi is te bedenken dat er in verschillende media onderscheid gemaakt wordt in vrienden, volgers en leden. Dit onderscheid is bewust en kan ook zo gebruikt worden. Op Twitter iemand 'ontvolgen' is en voelt anders dan het opzeggen van een vriendschap op Facebook. Een vriend zeg je niet zomaar vaarwel.

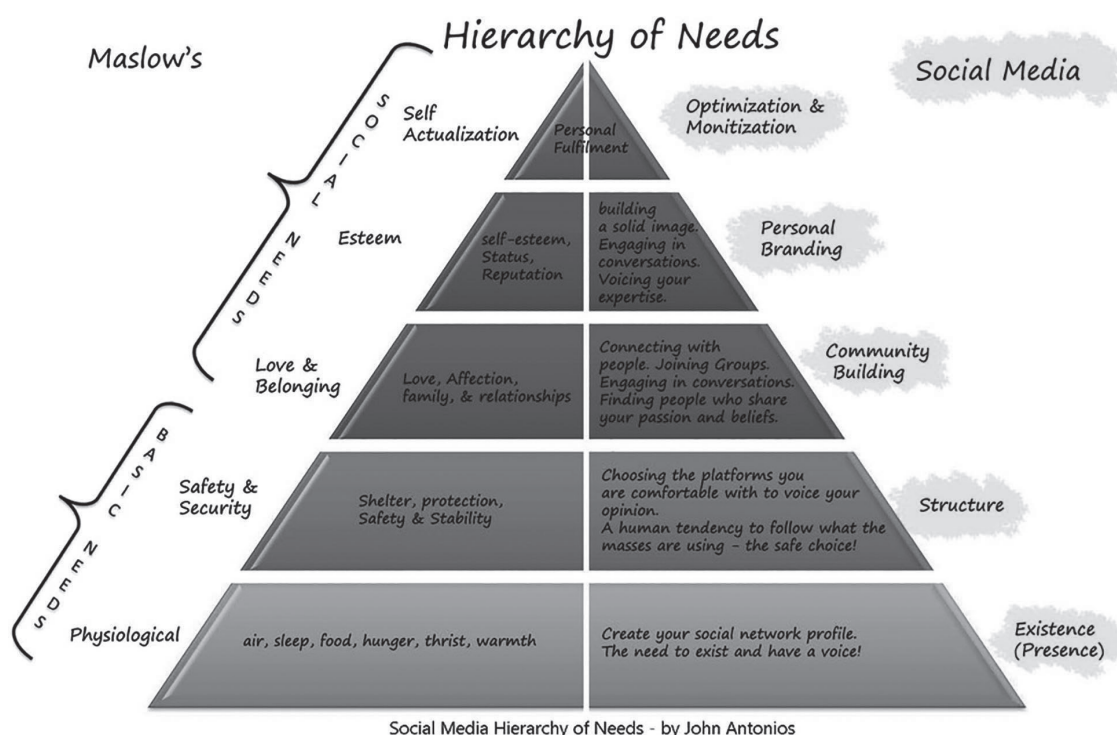
Sociale media sluiten aan bij dit vriendschapsidee. Psycholoog Abraham Maslow ontwikkelde in 1943 een model over de behoeften van de mens. Deze 'piramide van Maslow' geeft inzicht in de voordelen van sociale media.



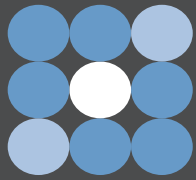


In de piramide van Maslow streeft iedereen dezelfde behoeften na. Wanneer in de behoefte is voorzien, schuift het naar een hoger niveau. Er worden geen niveaus overgeslagen, maar er is wel een weg terug naar beneden. Je kunt deze behoeften ook op andere dingen dan op jezelf betrekken; bijvoorbeeld social media. Die kennen ook bepaalde behoeften.

Allereerst moet je aanwezig zijn om je stem te kunnen laten gelden. Daarna zoek je een geschikt platform en bouw je aan een gemeenschap. Je gaat dus op zoek naar virtuele vriendschappen en connecties. Net als bij vrienden in het leven verschilt de ene vriendschap van de andere. De bovenste twee stappen zullen nooit helemaal voltooid kunnen zijn, want hierin kan altijd worden doorgegroeid.



Bron: Brenda van de Wal



# TOOL



## Hoe maak ik een netwerk en een bericht?

Met de piramide van Maslow in het achterhoofd kunnen we kijken naar sociale media en hoe of waarom we die zouden willen gebruiken. Aan de basisbehoeften hebben we voldaan, want we hebben een stem en verschillende netwerken. We gaan kijken wat we met een bericht willen in sociale context. Naast deze voorbeelden zijn er natuurlijk meer te bedenken.

Soort bericht	Platform	Voorbeeld behoefte
Kijkje in de keuken	<b>'Extern'</b> Geïnteresseerden van buiten de school	<ul style="list-style-type: none"><li>• We willen aan mensen laten zien wat we op school doen als 'best practice'.</li><li>• We willen onszelf op de kaart zetten en makkelijk vindbaar worden op internet voor mensen die ons niet kennen.</li><li>• We willen iets van sfeer meegeven omdat we dat leuk vinden en om de blik te verruimen.</li></ul>
	<b>'Intern'</b> Ouders, leerkrachten en wellicht leerlingen	<ul style="list-style-type: none"><li>• We willen ouders laten zien wat hun kinderen op school doen.</li><li>• We willen ouders makkelijk op de hoogte houden van onze activiteiten, zoals een schoolfeest.</li><li>• We willen ouders handige tips en links geven over bijvoorbeeld schoolkeuze voor het VO.</li></ul>
	<b>'toekomstig/eerder intern'</b> Toekomstige ouders of geïnteresseerden	<ul style="list-style-type: none"><li>• We willen mensen bereiken met likes en shares.</li><li>• We willen kunnen worden gevonden.</li><li>• We willen weergeven wat de sfeer op school is.</li></ul>
Mensen betrekken	<b>'Extern'</b> Geïnteresseerden van buiten de school	<ul style="list-style-type: none"><li>• We zoeken een professional op een bepaald gebied.</li><li>• We zoeken informatie over een gebeurtenis of methode.</li><li>• We willen dat mensen reageren op onze berichten (in de vorm van tips en tops).</li></ul>
	<b>'Intern'</b> Ouders, leerkrachten en wellicht leerlingen	<ul style="list-style-type: none"><li>• We zoeken helpers voor de Open dag.</li><li>• We willen graag reactie op een beslissing.</li><li>• Meester Walter neemt afscheid, we zoeken foto's van vroeger.</li></ul>
	<b>'toekomstig / eerder intern'</b> Toekomstige ouders of geïnteresseerden	<ul style="list-style-type: none"><li>• We roepen mensen op de poster van de Open dag te delen.</li><li>• We zoeken leerlingen van vroeger voor een reünie.</li><li>• We zoeken huurders voor een lokaal dat als cursusruimte kan dienen.</li></ul>

## Samenvatting

Sociale media krijgen een steeds groter wordende plaats in de samenleving en zijn gericht op het bouwen van netwerken op maat.

Verschillende media creëren verschillende mogelijkheden voor communicatie, bereikbaarheid van en voor mensen, het maken van handige netwerken en exposure voor de school.

Op sociale platforms is heel veel mogelijk en er is veel in te richten naar eigen inzicht en voorkeur. Zowel naar binnen als naar buiten is er de mogelijkheid veel te bereiken met de sociale media. Het is goed om stil te staan bij het uiteindelijke doel voordat je een bericht plaatst.

**Bedenk:**

*Maslow heeft heel weinig empirische ondersteuning gekregen voor zijn theorie. Ook hijzelf had moeite zijn bevindingen wetenschappelijk te staven. Maar het wordt wel nog steeds als leidraad gebruikt. Als je start met een vriendschap, moet je die blijven onderhouden. Bedenk dus goed wat je met welk platform wilt bereiken.*

*Bedenk vooral dat sociale media niet zoveel anders zijn dan het dagelijks leven. Zowel professioneel als individueel vinden mensen het leuk of interessant om verschillende berichten te lezen. Alleen de ene vriend heeft een andere behoefte dan de ander. Bedenk wat waar thuishoort.*