

# PROFILEREN MET SOCIAL MEDIA

Social media worden steeds populairder onder jonge kinderen. Zeventig procent van alle leerlingen in groep 8 maakt wekelijks gebruik van social media. Scholen hebben vaak het gevoel 'iets te moeten doen met social media' maar weten niet goed wat en hoe ze dat moeten doen. Jammer, want met social media zet je de school op de kaart.

Sanne Kuyt, voormalig basisschoolleerkracht en momenteel werkzaam bij Waag Society (een organisatie die zich inzet om diverse groepen in de samenleving toegang te bieden tot het internet en nieuwe mediavormen), houdt zich bezig met het implementeren van social media in het basisonderwijs. Volgens Kuyt is de instelling 'iets moeten doen met social media' alles behalve productief. "Scholen moeten inzien hoe social media in hun voordeel kunnen werken." Dat gaat vaak bottom-up. Wat Kuyt steeds vaker ziet, is dat leerkrachten zelf met initiatieven komen zoals instructiefilmpjes waarin leerlingen iets uitleggen op een eigen YouTube-kanaal. Ook ouders komen soms met goede ideeën. Waar leerkrachten en ouders tegenaan lopen, is de directie die eerst over het initiatief wil nadenken. "Dat heeft vaak te maken met de geringe kennis over social media", zegt Kuyt. Scholen kunnen zichzelf veel sterker online profileren. Waarom wachten totdat een van de ouders of leerlingen een (positief of negatief) bericht online zet?

### Vormen van social media

Social media worden nog weinig gebruikt in het onderwijs. Scholen hebben soms wel een Twitteraccount of Facebookpagina, maar die worden niet altijd even actief gebruikt. Volgens social media expert Jessica Winters is er in het onderwijs nog een wereld te winnen. Zelf vindt ze Facebook

en Hyves zeer geschikt. Veel kinderen zitten (nog) op Hyves, zodra ze wat ouder worden stappen ze over op Facebook. Om leerlingen te werven, informeren en te betrekken, is het van belang op beide sites actief te zijn. Een Facebookpagina geeft de school letterlijk een gezicht. Door informatie, foto's en filmpjes te posten wordt de school toegankelijk en aantrekkelijk. "Social media zijn de toekomst van communicatie. Studenten checken straks geen e-mail meer, maar Facebook en Twitter op hun iPad", aldus Winters (Leeuwarder Courant, 18 januari 2012). Ook de cijfers laten de kansen en noodzaak voor het gebruik van social media zien: Facebook heeft iedere maand 8,6 miljoen unieke bezoekers, Hyves 5,4 miljoen en Twitter 4,1 miljoen (februari 2012, Comscore.com). Het bereik via social media is dus groot.

### Online profileren

Het is duidelijk: social media zijn hot en happening en mogen niet ontbreken in de communicatie van een school, maar hoe kun je social media zo inzetten dat ze positief bijdragen aan het beeld (het profiel) van de school? Daarvoor is het belangrijk om te weten wat profileren is en wat daarvoor nodig is.

Profileren is: zo helder mogelijk je ware gezicht laten zien. Niet door een fraai masker



op te zetten, maar door te laten zien wie je echt bent. Dat vraagt om wat voorbereiding. Voor een school betekent het dat men:

1. als team duidelijk heeft wat men met leerlingen wil bereiken met het onderwijs maar ook ten aanzien van social media,
  2. dat zichtbaar vertaalt in het pedagogisch/didactisch klimaat,
  3. dat ook vertaalt naar de eisen en kwaliteiten van het team,
  4. en naar de buitenschoolse partners die men inschakelt bij het behalen van de leerling-doelen.
- Bovenal, en nu wordt het profiel steeds tastbaarder voor ouder, leerling en publiek, betekent het dat:
5. men in de inrichting van schoolgebouw, plein en in de communicatiemiddelen zichtbaar maakt wat men met leerlingen wil bereiken en
  6. dat ook tot uiting komt in de (onderwijs-

### Welke social media zijn er en wat doen ze?

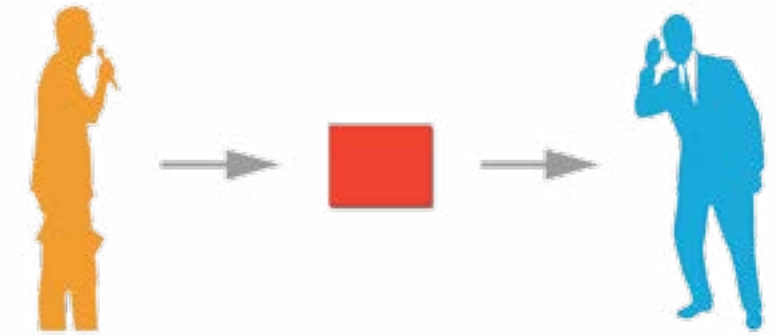
Welke soorten social media zijn er?	Social Netwerk	Weblog (Blog)	Microblogging	Video-sharing	Wiki's
Wat kun je ermee?	Socialnetwerken hebben als belangrijkste functie het maken van een profiel, het toevoegen van vrienden en het delen van informatie.	Weblogs (afgekort 'blogs') zijn oorspronkelijk ontstaan als online dagboeken met persoonlijke gebeurtenissen van de schrijver.	Microblogging stelt de gebruiker in staat om korte teksten of een enkele foto (met titel of ondertitel) te publiceren.	Video-sharing maakt het mogelijk om video's op het internet te plaatsen en te bekijken. Daarnaast kun je ook reageren op video's.	In een Wiki werk je gezamenlijk met anderen (wereldwijd of in je eigen taal) aan artikelen over elk mogelijke onderwerp. Het sociale aspect van Wiki's is het delen van kennis en het verbeteren van diezelfde kennis.
Hoek kan een school dit gebruiken?	D.m.v. Facebook en Hyves kan een school: - zich profileren en presenteren richting ouders en leerlingen; - laten zien wat er allemaal gebeurt op school; - ouders en leerlingen informeren; - nieuwe leerlingen werven; - in contact blijven met oud-leerlingen.	Docenten en leerlingen kunnen de website van de school (of de eigen pagina van de klas) voorzien van persoonlijke gebeurtenissen. Een weblogfunctie kan eenvoudig worden toegepast op de meeste websites van scholen.	Door gebruik te maken van Twitter kan een school snel ouders, leerlingen en docenten informeren. Ook kan dit contact tussen ouders en school vergemakkelijken.	Het delen van video's kan via Facebook, Hyves, Twitter, YouTube of de website van de school plaatsvinden. Naast het delen van leuke, interessante of educatieve video's kunnen docenten ook hun eigen artikelen uitleggen en delen. Op deze manier kunnen leerlingen de uitleg nog eens terugkijken. Daarnaast kunnen snelle leerlingen zelfstandig aangeslag met nieuwe lesstof.	Docenten in het basisonderwijs kunnen gebruik maken van WikiKids. Voor het voortgezet onderwijs kan Wikipedia worden gebruikt. Leerlingen leren om artikelen te maken die passen in een encyclopedie. Voor het basisonderwijs zijn hiervoor verschillende kant-en-klare lessen beschikbaar.

kundige) hoogtepunten en evenementen tijdens het schooljaar.

Vergeet niet dat je je met de website van de school al voor een groot deel online profileert. Voor een oriënterende ouder en/of kind is de eerste kennismaking met de school vaak online. Social media kan deze kennismaking bewerkstelligen en/of aanvullen. Naast een helder profiel van de school is het leuk om bijvoorbeeld een filmpje of het laatste nieuws te kunnen vinden via Twitter. Een mooi voorbeeld is het Twitter-account van CBS Anna van Buren in Enschede. De school gebruikt Twitter om ouders (dagelijks) te informeren. Leerkrachten en ouders reageren op de berichten en plaatsen foto's van activiteiten die in en rondom de school hebben plaatsgevonden (<https://twitter.com/#!/annavanburenR>). Social media kunnen op die manier ook bijdragen aan een verhoging van de ouderparticipatie. Ouders laten meedenken of activeren kan bijvoorbeeld via een oproep op Facebook of Twitter.

### Angst is slechte raadgever

Naast het feit dat veel leerkrachten weinig weten van social media speelt angst een belangrijke rol om er niets mee te doen.



Zender - Boodschap - Medium - Boodschap - Ontvanger

### Omgaan met geruchten (in roddelcircuit, pers en social media):

- Geef snel de juiste informatie, ook als het gerucht (tot op zekere hoogte) moet worden bevestigd.
- Probeer hierbij zo volledig en open mogelijk te zijn.
- Doe dit altijd via een formeel informatiekanal. Een reactie via informele kanalen kan een averechts effect hebben. Facebook is voor de informele nieuwtjes, een mix van serieuze en leuke berichten. Hier willen mensen rondkijken, snuffelen, winkelen. Op Twitter willen ze snel geïnformeerd worden.
- Weet hoe social media werken en reageer vlot. Zeker bij een incident gaat op social media van alles 'rondzingen' en verlies je snel de regie.
- Grijp snel in als het met een leuk initiatief de verkeerde kant opgaat. Op social media vliegen events wel eens uit de bocht. Een verkiezing van de leukste leerkracht kan door 'grappige' leerlingen omslaan in een wedstrijd 'wie is de engste man op school'.
- Vergeet hierbij niet om aandacht te besteden aan de oorzaak waardoor het gerucht is ontstaan.

### Do's en don'ts

- **Blijf actueel. Niets fouter dan dat het laatste bericht van drie maanden geleden is. Een account op Hyves of Twitter waarin niets gebeurt, is funest voor het imago.**
- **Plaats geen lange teksten. Op Twitter kun je maximaal 140 tekens kwijt. Maar ook op Facebook worden stukjes van 130 karakters het best gelezen. Plaats eventueel een link naar een website met meer info. Plaats vooral foto's.**
- **Denk na over de inhoud, want een post die aanslaat, die mensen naar elkaar doorsturen (viral gaat), daar kan geen advertentie tegenop.**
- **Het is slim om accounts aan te maken met logische namen, zoals de naam van de directeur of de schoolnaam, om te voorkomen dat anderen ermee aan de haal gaan.**
- **Ga na welke social media een doelgroep gebruikt. Veel basisschoolleerlingen zitten nog op Hyves.**

Velen zien vooral de negatieve zijde van social media. Incidenten zoals cyberpesten of negatieve berichtgeving over de school op Hyves, Facebook of Twitter hebben leerkrachten en directie angstig gemaakt. Social media gooit de deuren van de school open. Binnen no time staat een foto of verhaal online en gaat het de hele wereld rond. Dat is niet meer tegen te houden. We kunnen er beter mee leren leven. Sociale media vraagt van scholen om:

1. hun kwaliteiten, hun profiel (nog) duidelijker in beeld te krijgen en te brengen.
2. transparant te zijn waar mogelijk. Geen verborgen gebreken bewaren, open zijn over de kwaliteiten.
3. snel en adequaat reageren op roddels en geruchten.

Sociale media zijn niet te beheersen. Het heeft geen zin om te proberen er controle op te krijgen. Dit geldt overigens net zo voor mondreclame en geruchtvorming. Veel beter kun je je richten op de zender van de informatie die via dat medium wordt verspreid. Als je in staat bent om in goed contact met de zender (leerkracht, leerling, ouder) te staan en je vervolgens consequent een juiste (bij de school passende) boodschap

ventileert, is de kans groot dat die zender, via welk medium dan ook, het juiste verhaal over de school vertelt.

### Over Scholen met Succes

Scholen met Succes is een gespecialiseerd onderzoek- en communicatiebureau voor het onderwijs. We helpen scholen bij het verkrijgen van inzicht in hun huidige marktsituatie en werken samen aan het creëren van een sterke marktpositie. Dit doen we door het uitvoeren van marktonderzoek, het ontwikkelen van schoolprofielen en het uitvoeren van communicatiecampagnes. Daarnaast verzorgen wij workshops en trainingen op het gebied van teamontwikkeling, profilering en communicatie.

### Contact

Scholen met Succes  
Telefoonnummer: 023- 534 11 58  
Email: [info@scholenmetsucces.nl](mailto:info@scholenmetsucces.nl)  
Website: [www.scholenmetsucces.nl](http://www.scholenmetsucces.nl)  
Twitter: @scholenmetsuc6



### Tips

- **Zet filmpjes van of over de school op YouTube, Twitter of Facebook.**
- **Als docent is het praktisch om (op Hyves of Facebook) een extra profiel aan te maken. Op dit profiel kun je vrienden worden met leerlingen en relevante schoolinfo plaatsen. Zo houd je werk en privé gescheiden.**
- **Wanneer je digitaal contact hebt met leerlingen, ga dan niet mee in hun taalgebruik (laterzz. Xx) maar blijf jezelf.**
- **Een aantal middelbare scholen heeft al een rooster-app, maar een uitgebreide app met bijvoorbeeld nieuws en info is praktisch en leuk.**
- **Betrek leerlingen bij het maken van keuzes/projecten via social media. Maak er een 'battle of concepts' van: het beste idee wint.**