

Remco Pijpers,
Brigitte Theeuwes,
Nicole van den Bosch (red.)

mijn kind
Online

Kennisnet

HANDBOEK

GOED DOEN

2.0

Sociale media in het
voortgezet onderwijs



VOORWOORD



Toegang tot internet – en daarmee tot sociale media – is voor tieners net zo vanzelfsprekend als water uit de kraan. Jongeren en (sociale) media zijn onlosmakelijk met elkaar verbonden: ze staan continu in verbinding met bekenden, onbekenden en een onbeperkte hoeveelheid informatie, en dat brengt veel goeds.

In de berichtgeving over jongeren en sociale media voeren echter de excessen de boventoon. Denk aan cyberpesten, dreigtweets, sexting en project X-feesten die uit de hand lopen. Scholen hebben daardoor de neiging, is onze indruk, om nóg meer veiligheid te zoeken dan er al was. Ze maken bijvoorbeeld defensieve protocollen en roepen ouders bij elkaar om te praten over de risico's van sociale media, zodat ze hun kinderen nu 'eindelijk eens kunnen opvoeden'.

Wij denken dat het juist nodig is een stap vooruit te zetten door samen met leerlingen te kijken hoe je problemen kunt voorkómen. Meer dan dat zelfs: we moeten leerlingen opleiden tot socialemedianetwerkers. We moeten ze toerusten met vaardigheden die hen in staat stellen met sociale media het verschil te maken, voor zichzelf en voor anderen:

- weten hoe je invloed uitoefent via media;
- kennis en inzicht hebben in het functioneren van netwerken;
- netwerken kunnen gebruiken voor je persoonlijke ontwikkeling, voor je profilering, en voor het delen van je mediaproducten (variërend van foto's en filmpjes tot hartenkreten en meningen);
- het leren samenwerken via sociale media om persoonlijke en professionele doelen te bereiken.

Dat is ook de insteek van het project 'Sociaal met media' (www.sociaalmetmedia.nl). Daarin draait het om goed doen 2.0. Leerlingen zamelen bijvoorbeeld geld in via sociale media voor goede doelen ver weg, of ze bedenken hoe een zieke klasgenoot via nieuwe media toch de les bij kan wonen.

Op basis van onze ervaringen met 'Sociaal met media' hebben we dit boek gemaakt. Om scholen te inspireren in te zetten op de kracht van sociale media – en op de kracht en betrokkenheid van jongeren!

Aan de hand van het stappenplan – van idee tot uitvoering – doen de leerlingen mediavaardigheden op en bereiken ze een concreet projectresultaat. Je hoeft niet letterlijk alle stappen te volgen; gebruik wat je leuk, handig of zinvol vindt voor je lessen. Ter inspiratie vertellen vijf tieners over hun ervaringen met sociale media en hoe ze – ieder op eigen wijze – iets doen voor onze maatschappij.

Veel plezier!

Toine Maas,
Directeur Kennisnet

Remco Pijpers,
Directeur stichting Mijn Kind Online





Inhoud

Verkorte link

Regelmatig staan er in het boek verwijzingen naar een website of filmpje. Omdat het dan om een lange URL gaat, hebben we een verkorte URL gemaakt die begint met stmko.nl. Zo hoef je alleen de verkorte link over te tikken. Als je bijvoorbeeld stmko.nl/jip als webadres invult, kom je op www.jipsgoededoelen.nl/content/12-media.

- 3 Voorwoord**
- 5 Bezin voor je begint**
- 5 Aan de slag:** Hoe word je een mediawijze school?
- 6 Aan de slag:** Weet welke vaardigheden leerlingen nodig hebben
- 8 Tieners over sociale media: Eline**
- 12 Hoofdstuk 1 – Het stappenplan**
- 13 Stap 1: Start met een prikkelend verhaal over sociale media**
- 13 Aan de slag:** Bespreek de kracht van sociale media
- 14 Aan de slag:** Ga met tieners in gesprek over hun digitale leven
- 16 Stap 2: Bedenk een goed doel**
- 17 Aan de slag:** Maak contact met het goede doel
- 19 Stap 3: Bedenk acties om het doel te bereiken**
- 20 Aan de slag:** Denk zo groot mogelijk
- 22 Stap 4: Presenteer je idee – the elevator pitch**
- 23 Aan de slag:** Geef de leerlingen tools
- 23 Aan de slag:** Leer presenteren
- 25 Stap 5: Stel een team samen, benut ieders talent**
- 25 Aan de slag:** Stimuleer de creativiteit van leerlingen
- 26 Stap 6: Maak een plan van aanpak**
- 27 Aan de slag:** Werk samen met behulp van tools
- 28 Stap 7: Voer je actie uit**
- 29 Aan de slag:** Hoe kan Twitter nuttig voor je zijn?
- 30 Aan de slag:** Analyseer samen een goede viral
- 31 Stap 8: Vier je succes**
- 32 Tieners over sociale media: Hidde**
- 36 Crowdfundingtips van Erwin Blom**
- 37 Hoofdstuk 2 – Goed doen 2.0 in beeld**
- 38 Vmbo'ers en vluchtelingen werken samen**
- 40 Brugklassers adviseren lokale ondernemers**
- 42 Tieners over sociale media: Leroy**
- 46 Hoofdstuk 3 – Jongeren helpen ondernemers met sociale media**
- 47 Waarom kies je voor een project met ondernemers?**
- 49 Werkboek 'Goed Doen 2.0 met ondernemers'**
- 64 Tieners over sociale media: Lenthe**
- 68 Hoofdstuk 4 – Tien tools**
- 69 Tools in de praktijk**
- Werkbladen:**
- 70 Animoto**
- 71 Bubble.us**
- 72 Glogster**
- 73 Lino**
- 74 Live Movie Maker**
- 75 Match the Memory**
- 76 Pinterest**
- 77 Prezi**
- 78 Weebly**
- 79 YouTube**
- 80 Tieners over sociale media: Leila**
- 84 'Kies je ding'-quiz**
- 86 Over Kennisnet**
- 86 Over stichting Mijn Kind Online**
- 87 Colofon**

Bezin voor je begint

Sociale media bieden allerlei kansen die door veel tieners nog onbenut blijven. Dat kun je met een project 'Sociaal met media' prachtig laten zien en belangrijker nog: je leerlingen het zelf laten ervaren. Daar komt echter veel bij kijken.

Welke stappen er nodig zijn om het project op te zetten en uit te voeren, kun je hierna lezen. Maar het is goed om eerst stil te staan bij de vraag:



Wat heb ik ervoor nodig om het project tot een goed einde te brengen? Oftewel: welke randvoorwaarden zijn belangrijk voor mij als docent?

Wat heb ik ervoor nodig om het project tot een goed einde te brengen? Oftewel: welke randvoorwaarden zijn belangrijk voor mij als docent?

Het lijkt een open deur, maar een goededoelenproject met een centrale rol voor sociale media vergt veel energie. Het vereist specifieke begeleiding om het project tot een goed einde te brengen. De volgende vragen kunnen je helpen om de juiste voorwaarden te scheppen.

- ☐ Heb ik er zin in?
- ☐ Kan ik er voldoende tijd voor vrij maken?
- ☐ Wat vindt de directie ervan? Wat is het beleid van de school op het gebied van sociale media? Zijn er afspraken over welke goede doelen de school ondersteunt?
- ☐ Krijg ik genoeg ruimte en steun om dit project te laten slagen?
- ☐ Zijn er voldoende collega's die het project willen en kunnen ondersteunen?



AAN DE SLAG

HOE WORD JE EEN MEDIAWIJZE SCHOOL?

Mediawijsheid, oftewel de manier waarop leerkrachten en leerlingen op school bewust omgaan met digitale media, is een belangrijk thema. Maar hoe geef je les over mediawijsheid? Het *Handboek Mediawijsheid* (Zwanenberg en Pardoën, 2010), een uitgave van stichting Mijn Kind Online, biedt daar concrete aanwijzingen voor.

Mediawijsheidcirkel

Deel 1 van het *Handboek Mediawijsheid* geeft een richtlijn om je eigen visie te vormen over mediawijsheid op school, aan de hand van de mediawijsheidcirkel. Daarmee kun je, als docent, als leerling en als school, op elk moment de praktijk in kaart brengen. Zowel voor de huidige situatie als voor een (gewenste) toekomstige situatie. Het model is een snelle en makkelijke manier om keuzes te maken.

Reflectie

Techniek

Analyse

Creativiteit



Praktische tips

Deel 2 van het *Handboek Mediawijsheid* gaat een stap verder: Hoe pas je de theorie toe in de klas? Hoe geef je mediales? In dit deel staan praktische aanwijzingen voor relevante thema's, lessen en werkvormen.

Het handboek is gratis te downloaden via stmko.nl/mediawijsheid.



AAN DE SLAG

WEET WELKE VAARDIGHEDEN LEERLINGEN NODIG HEBBEN

Bij het geven van lessen over hoe leerlingen het beste om kunnen gaan met (nieuwe) media, draaide het lange tijd om veiligheid. Het voorkomen van problemen is vaak belangrijker dan het toerusten van leerlingen met de juiste vaardigheden. Gelukkig is er inmiddels steeds vaker aandacht voor het *maken* van media, voor de productieve en creatieve kant. Maar er wordt nog weinig stilgestaan bij daadwerkelijke *deelname* en wat dat van leerlingen vraagt. Het gaat daarbij om vaardigheden die onmisbaar zijn voor burgers van de 21ste eeuw:

Doe actief mee in de online wereld.

Elke pc en smartphone is een drukpers, tv-station, een platform voor politiek, een kans om een *community* of marktplaats te laten ontstaan. Hoe beter je in staat bent daar aan mee te doen, hoe meer invloed je hebt. Het verschil wordt niet gemaakt door mensen die media passief consumeren, maar door de actievelingen.

Werk samen via sociale media.

Digitale media en sociale netwerken leveren nieuwe manieren voor economische productie. Samenwerking via deze kanalen vraagt om goede afstemming. Dat moet je leren.

Krijg inzicht in je eigen netwerk.

We leven in een *network society*, met sociale media als spil. Om (later) op de arbeidsmarkt goed mee te draaien, is inzicht in je eigen netwerk nodig. Hoe is je leernetwerk opgebouwd? Hoe steekt je sociale professionele netwerk in elkaar:

Wie heeft met wie verbindingen en welke rol speel jij daarin? Hoe verander je die rol, als dat nodig is?

Daarbij is het ook belangrijk dat leerlingen de volgende vaardigheden leren:

Ga gefocust om met informatiestromen.

Er is zoveel afleiding door sociale media (ook via de mobiele telefoon), zoveel informatie te verwerken, dat het een vaardigheid op zich is om effectief en geconcentreerd met je tijd om te gaan. "Focus gaat over het vermogen om 'nee' te zeggen", aldus Steve Jobs, de bekende oprichter van Apple.

Ontwikkel een neus voor onzin.

Goed zoeken op internet betekent dat je geen genoegen neemt met één zoekresultaat. Bij alles wat je vindt, vraag je je af: Is dit waar, zijn er andere bronnen die dit bevestigen? Is het echt een feit of heeft iemand er belang bij om dit als een feit te presenteren en via de echo van sociale media luider te laten klinken? Stel je antenne goed af: Word ik misleid, ja of nee?

Samenvattend: zoals we kinderen leren lezen en schrijven, zullen we ze ook digitale beginselen moeten bijbrengen. Daar is goed onderwijs voor nodig.

Meer informatie:

www.mijnkindonline.nl/mediawijsheid

www.kennisnet.nl/mediawijsheid

1. Uit het boek *Net Smart: How to Thrive Online* van Howard Rheingold.





TIENERS OVER SOCIALE MEDIA

Naam: Eline

Leeftijd: 15 jaar

Woonplaats: Groningen

School: Zernike College, Groningen

Klas: 4-vmbo, grafimedia

Zelfgemaakt: Lipdub,
zie stmko.nl/zernike



Droom: Fotograaf

'Ik wil de hele wereld in kaart brengen. En dan onderweg mensen helpen.'



Eline (15) regisseert een lipdub waarmee haar klas via sociale media aandacht vraagt voor een groot mozaïekproject. In haar vrije tijd dweilt ze als vrijwilliger bij de Groningse basketbalclub: 'Het is mooi als je anderen kunt helpen door iets te doen wat je leuk vindt.'

“M

ensen denken vaak veel te negatief over dingen. Bij de Facebookrellen hoorde je alleen maar dat het zo vreselijk was geweest. Terwijl er de volgende ochtend allemaal jongeren naar Haren waren gekomen om de boel weer op te bouwen. Over sociale media hoor je regelmatig: daar komt alleen maar ruzie van. Maar het hoeft niet fout te gaan. Je moet goed nadenken en niet zomaar iets aanvinken. Ik gebruik Twitter en Facebook vooral om met vrienden te communiceren. En Dropbox is handig voor school. Dit project is ook heel positief, want met sociale media steunen we een kunstenaar die een mozaïek maakt om de stad op te fleuren. Dat mozaïeken is heel veel werk. We zijn met de klas gaan helpen en het is echt lastig om al die steentjes te knippen. Het lijkt of het allemaal stukjes door elkaar zijn, maar het moet precies binnen de vormen passen en alles is op kleur gesorteerd. Ik heb respect voor de mensen die het maken. En ze hebben nog veel meer hulp nodig. Daarom dacht ik meteen aan het maken van een lipdub, want dat trekt aandacht.”

En actie!

“Samen met Dagmar, mijn klasgenootje, regisseer ik de lipdub. We kijken hoe lang het liedje duurt, hoe lang het stukje tekst voor ieder groepje is, we checken of de groepjes al een plan hebben en dan stippelen we de hele route uit. Na een middag oefenen, nemen we de lipdub in één keer op. Daarna zetten we hem op YouTube, Twitter en Facebook. Ik hoop dat er veel mensen reageren.”



HET PROJECT





Eline en haar klasgenoten helpen mee aan het mozaïek om de buurt op te fleuren.



'Ik doe iets voor een ander, waardoor de wedstrijd door kan gaan. Want als er niet gedweild wordt, ligt er overal zweet en glijden de spelers uit.'

Vrijwilligerswerk

"Sommigen noemen mij 'zweetveger', omdat ik sinds drie jaar dweil bij de wedstrijden van de basketbalclub Donar (GasTerra Flames). Mensen zien dweilen als een vies klusje, maar het is veel meer dan dat. Ja het is vies omdat je andermans zweet opveegt, toch kun je het ook zien als: ik doe iets voor een ander, waardoor de wedstrijd door kan gaan. Want als er niet gedweild wordt, ligt er overal zweet en glijden de spelers uit.

Het is mooi als je anderen kunt helpen door iets te doen wat je heel leuk vindt. Al wist ik van tevoren niet dat het leuk zou zijn. Je moet je eigen vloerhelpt in de gaten houden en je hebt contact met de spelers. Je leert er heel veel van, want je zit dicht op het spel dan het publiek.

Om de week ben ik er vanaf half acht 's avonds en kom ik pas rond half elf thuis. Meestal maak ik dan 's middags mijn huiswerk. Ik heb wel met mezelf afgesproken dat als ik de volgende dag een proefwerk heb – na een wedstrijd – dan wissel ik met een andere dweiler, zodat ik genoeg tijd heb om te leren. Ik verdien er niets mee, maar ik pas regelmatig op bij de burens.

Het is fijn dat ik kan zeggen: ik dweil bij Donar. Ik wil vooral het enthousiasme voor de sport overbrengen op anderen. Dat gaat meestal mondeling, maar ik twitter soms bijvoorbeeld: Ik ga nu naar Donar toe, *go Donar go!*"

Droom

"Al vanaf mijn negende wil ik fotograaf worden. Ik word blij van fotografie. Ik wil alles fotograferen: insecten, mensen, dieren, landschappen, sport... Ik wil de hele wereld in kaart brengen. En dan onderweg mensen helpen. Misschien kan ik wel in Kenia helpen met het bouwen van waterputten, en daar foto's van maken. Dan laat ik die hier zien, zodat mensen gemotiveerd raken om hen ook te steunen."



We kregen taart om ons
project te vieren :-)



Hoofdstuk 1

Het stappenplan

STAP 1

Start met een prikkelend verhaal over sociale media

Tieners zijn geen socialemedia-alleskunnners, althans de meeste niet. Ze bedienen hun telefoon met het simpelste gemak, ze plaatsen zonder moeite tweets, maken grappen op Facebook, en posten een foto op Twitter of een filmpje op YouTube.

Maar vraag je ze om een stukje voor een blog te schrijven dat een groot publiek raakt, of een video te maken die heel veel mensen bereikt, dan slaagt daar een minderheid in. Laat staan dat leerlingen op eigen houtje een goed doel kunnen ondersteunen met behulp van sociale media. Dat moeten ze leren. Door het te doen, door te ervaren hoe het werkt. En daarvoor is een goede voorbereiding noodzakelijk.

'Sociaal met media' – je inzetten voor een goed doel met behulp van sociale media – laat jongeren alles zelf dóen. Maar je kunt niet halsoverkop beginnen. Voordat je een goed doel kiest en tot actie overgaat, is het handig je leerlingen het nodige bij te brengen over sociale media.

Je begint met een prikkelend verhaal. Hoe vertel je de leerlingen wat de kracht van sociale media is? Door ze te laten zien wat er allemaal kan. Want het is cruciaal jongeren te vertellen wat de gevaren zijn van internet, maar het is net zo belangrijk dat je stilstaat bij de mogelijkheden.

Op YouTube vind je filmpjes die je aan de klas kunt laten zien. Na een positief filmpje heb je de aandacht van je groep. Je kunt de discussie op gang brengen door te vragen waarom de leerlingen denken dat de inzet van sociale media in het getoonde voorbeeld werkt.

Voor meer verdieping en inspiratie over sociale media kun je kijken op stmko.nl/media.

Bekijk dit filmpje over sociale media op stmko.nl/socialemedia



AAN DE SLAG

BESPREEK DE KRACHT VAN SOCIALE MEDIA

Dat je met sociale media krachtige veranderingen in gang kunt zetten, kun je laten zien en bespreken aan de hand van mooie voorbeelden:

1. Stop Kony: Wereldwijd bekeken tientallen miljoenen mensen deze professioneel gemaakte video over de Oegandese oorlogsmisdadiger Joseph Kony. En ze verspreidden deze video massaal om aandacht te vragen voor de noodzaak tot zijn arrestatie.

[Zie stmko.nl/kony](http://stmko.nl/kony).

2. Free Hugs Campaign: Sinds de eerste *free hugs*-video's opdoken en massaal bekeken werden, is het fenomeen 'gratis knuffels uitdelen op straat' algemeen bekend geworden.

[Zie stmko.nl/hugs](http://stmko.nl/hugs).

3. Ouders Online: Het forum van Ouders Online (www.ouders.nl), waar tweehonderd gebruikers – die elkaar niet persoonlijk kenden – in 2008 de handen ineen sloegen om een gezin te ondersteunen dat na een sterfgeval in financiële problemen was gekomen. Er werd gezorgd voor eten en drinken, kaartjes voor een musical, een weekje vakantie etc.

4. Jipsgoededoelen.nl: Jip Maathuis bedacht vijf jaar geleden als 10-jarige jongen een actie met chocoladeletters. Zijn doel was om er vijfhonderd te verkopen en van elke verkochte letter



AAN DE SLAG

één euro aan War Child te doneren. Inmiddels zijn er meer dan 100.000 verkocht! Daardoor hebben ruim zesduizend oorlogskinderen samen kunnen sporten en spelen.

Zie stmko.nl/jip.

5. Change the sky: In 2010 was Joost Pastoor één van de jonge sprekers bij TEDxYouth@Amsterdam. Hij was toen 13 jaar. Joost is kunstenaar. Hij is ook kankerpatiënt. En steeds weer lag hij dan vanuit zijn ziekenhuisbed te staren naar boven, naar saaie, grijze systeemplafonds. Dat kon toch anders, dacht hij. Hoe leuk zou het zijn als je vanuit je ziekenhuisbed kunt kijken naar mooie kunstwerken? De organisatie van TEDxYouth schaarde zich achter dit idee en zette alles op alles om Joost te helpen zijn droom waar te maken. Zie www.changethesky.nl.

De kracht van sociale media kun je ook demonstreren door te laten zien hoe het bedrijfsleven is veranderd door sociale media. Bedrijven doen inmiddels echt anders zaken, met name door de gebruiker (consument) bij het ondernemen te betrekken. Het boek *Wikinomics* van Don Tapscott zet mooi uiteen hoe ondernemers effectief gebruik kunnen maken van de kennis buiten het bedrijf. Lego speelt hier bijvoorbeeld op in door liefhebbers zelf bouwtekeningen te laten uploaden. Nike biedt in zijn winkels schoenen aan die de onderneming zelf bedacht, maar via www.nikeid.com kun je nu ook je eigen schoen ontwerpen.

GA MET TIENERS IN GESPREK OVER HUN DIGITALE LEVEN

Behalve dat je met leerlingen praat over de kracht van sociale media (wat je ermee kunt bereiken), is het ook goed met ze in gesprek te gaan over hun eigen gedrag. Wat doen ze het meest? Wat gaat goed? Wat vinden ze lastig? De minidocumentaires over het digitale leven van tieners op *New Kids on the Web* (www.newkidsontheweb.nl) zijn een prima startpunt voor zo'n discussie. Deze gesprekken voer je om het digitale leven van je leerlingen beter te begrijpen. Daardoor voelen zij zich serieus genomen, zeker als je de goede vragen stelt: vragen waarbij geen sprake is van een (negatief) oordeel, maar oprechte vragen waar je het antwoord nog niet op weet.

Aanraders:



Zora en haar mobiele telefoon
Zora (15): 'Hij is nooit uit. Hij is echt nooit uit. Dan lijkt het alsof ik geen contact heb met de buitenwereld.' Zie stmko.nl/zora.

weg. Wat zou je missen en waarom? Hoe breng je de week door?

- Hoe zorg je dat sociale media je helpen bij je huiswerk, in plaats van dat ze je afleiden?



Nando en internetondernemen

Nando (13): 'Ik kan er nog niks over zeggen. We zijn best bang dat het idee gestolen wordt.' Zie stmko.nl/nando.

Vragen die je aan leerlingen kunt stellen:

- Wie heeft wel eens geld verdiend via internet? Hoe ben je begonnen? Hoe heb je jezelf geleerd om omzet binnen te halen? Wat kun je nu, wat je eerst niet kon?
- Wie werkt samen met anderen via internet, bijvoorbeeld in games? Hoe doe je dat?

TIP: Lees het boek *Focus! Over sociale media als afleider* van Justine Pardoën.





Groep 7/8 van basisschool Zevenhof
in Zevenhoven werkt aan een actie
voor Oegandese gezinnen.

STAP 2

Bedenk een goed doel

Wie als docent al heel enthousiast is over een goed doel, kan die bevlogenheid vaak prima overbrengen op zijn of haar klas. Het is dus niet noodzakelijk de leerlingen een goed doel te laten kiezen. Het kan veel tijd schelen om zelf het goede doel te bepalen, want leerlingen vinden het vaak lastig kiezen: er zijn immers zoveel goede doelen.

Leuk is het natuurlijk wel om de leerlingen na te laten denken over wat 'hun ding' is: wat maakt hen verdrietig of boos, waarbij voelen ze zich machteloos? Hebben ze wel eens het gevoel: ik moet hier wat aan doen? Of het gevoel dat ze écht het verschil willen maken? Vaak zitten die gevoelens wel ergens verborgen, maar weten ze niet welke stap ze eerst moeten zetten. Het begint bij het 'zien' van het probleem.

Voorbeelden van goede doelen

- **Een doel ver weg**, bijvoorbeeld een Marokkaanse dovenschool helpen aan schoolpullen.
- **Een doel dicht bij**, bijvoorbeeld eten inzamelen voor de lokale voedselbank of gaan wandelen met rolstoelgebruikers uit het verzorgingstehuis om de hoek.

Sociaal zijn met media in het kader van een goed doel kan van alles bevatten: van iemand helpen die het moeilijk heeft, tot contact maken met leeftijdsgenoten in een ander land om van elkaar te leren. Zo had War Child een prachtig project: klas 3c van het Amsterdamse Montessori Lyceum chatte met jongeren in Sierra Leone tijdens de eerste editie van TEDxYouth. Daar kwam een mooie actie uit voort. De Afrikaanse leerlingen droomden van hun eigen fototoonstelling. Ze hadden zelf foto's gemaakt over heftige

onderwerpen. Bijvoorbeeld over pesten en over meisjes die op jonge leeftijd moeten trouwen en kinderen krijgen. De Nederlandse scholieren kregen het voor elkaar dat die expositie in Amsterdam plaatsvond.

Wat is 'mijn ding'?

Om op zoek te gaan naar 'hun ding' kunnen leerlingen de 'Kies je ding-quiz' (zie blz. 84) maken die gebaseerd is op de quiz uit het boek *Do Something!* (2010, Lublin, Martir en Steers). In deze korte quiz beantwoorden leerlingen vragen over tien thema's die ertoe doen. Het thema met de meeste positieve antwoorden, raakt hen het meest. Bespreek de resultaten met de klas en bekijk gezamenlijk wat de voorkeur heeft van de meeste leerlingen.

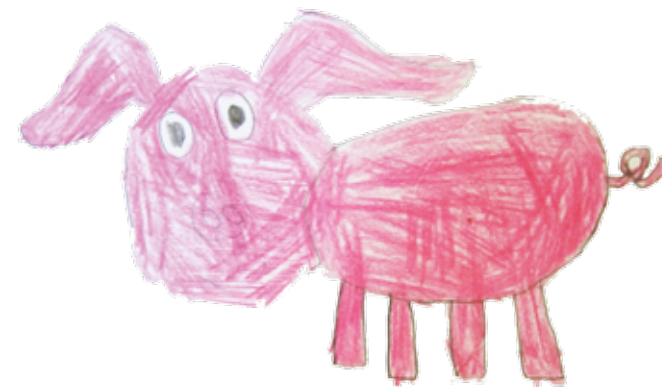
Focus: word concreet

Ga met de leerlingen op zoek naar dat deel van het gekozen thema waar de leerlingen op willen focussen. Is 'hun ding' ver weg of dicht bij huis? Bij 'honger en dakloosheid' kun je verkennen of de leerlingen iets willen doen tegen het hongerprobleem in een ontwikkelingsland of iets willen betekenen voor de voedselbank in de buurt. Misschien willen ze soep serveren voor de daklozen of hen helpen met het onder de aandacht brengen van de daklozenkrant?

Het is belangrijk om tot een concreet doel te komen: geld inzamelen tegen honger in Afrika is te breed. Een meetbaar en haalbaar doel is bijvoorbeeld het inzamelen van 1500 euro zodat een aantal Oegandese families een kameel kunnen kopen. Kamelenmelk biedt deze gezinnen voldoende voedingsstoffen (want kamelen produceren ook melk als er weinig eten en drinken is).

Creëer betrokkenheid

Het persoonlijke contact met het gekozen goede doel is belangrijk om de betrokkenheid van de leerlingen te vergroten. Als het om een goed doel in de omgeving van je leerlin-



gen gaat, kun je mensen die erbij betrokken zijn uitnodigen om hun verhaal te vertellen, of gaan leerlingen zelf naar de plaats waar het om gaat. Bij goede doelen ver weg, kun je via Skype contact hebben met dorpsbewoners, projectleiders, scholen et cetera.

Voor goede doelen ver weg kun je samenwerken met de 1%Club (www.eenprocentclub.nl).

De 1%Club is een *crowdfunding* platform dat mensen met slimme ideeën in ontwikkelingslanden verbindt met mensen, geld en kennis over de hele wereld. Je kunt leerlingen zelf een project uit laten zoeken op de website of zelf iets kiezen. Met de klas maak je een profiel aan op de website en op die manier houd je contact met de projecteigenaar. Die zal enthousiast reageren op de creaties van de leerlingen (bijvoorbeeld een *flashmob*, lipdub of *viral*) en via het forum kunnen de leerlingen en de projecteigenaar nauw met elkaar in contact blijven.

TIP: Je kunt de 1%Club ook vragen of zij een project hebben dat aansluit bij het gekozen thema waarvoor de klas zich wil inzetten, bijvoorbeeld onderwijs of honger. Of je zoekt een project dat aansluit bij een land dat tegelijkertijd aan bod komt bij wereldoriëntatie of aardrijkskunde. De 1%Club weet ook welke projecteigenaren enthousiast zijn en graag samen willen werken.



AAN DE SLAG

MAAK CONTACT MET HET GOEDE DOEL

Sociale media bieden bij uitstek de mogelijkheid om rechtstreeks contact te leggen met de mensen van het gekozen goede doel. Als je een project in de buurt steunt, is het natuurlijk leuk om er met de groep langs te gaan, of betrokkenen uit te nodigen in de klas. Gaat het om een project in een ver land als Kenia of Nepal, dan is bijvoorbeeld Skype een geschikte manier om elkaar te leren kennen.

Skypen met dovenschool in Tanger

Klas 1 van Effatha, een school voor kinderen met een auditieve en/of communicatieve beperking, steunt de dovenschool in Tanger. Tijdens het project skypen de leerlingen live met hun leeftijdsgenoten in Marokko. Van tevoren hadden ze allerlei vragen voorbereid. Het was spannend of de leerlingen in Tanger hun gebarentaal zouden begrijpen. Toen de verbinding was gelukt en het videogesprek kon beginnen, werden de leerlingen erg enthousiast.

Eén voor één gingen de leerlingen voor de webcam zitten en stelden zich voor. Met behulp van de chatfunctie (geschreven taal) konden de leerlingen elkaar goed begrijpen, want de Nederlandse gebarentaal is niet hetzelfde als Marokkaanse gebarentaal.

Naast de voorbereide vragen stelden de leerlingen ook meer persoonlijke vragen: Hoe heet je, hoe oud ben je, ben je altijd doof geweest? Uiteindelijk werd in het gesprek duidelijk dat de school in Tanger een schoolbus nodig had. Dat is een mooi, concreet doel waarvoor de leerlingen in Nederland geld kunnen inzamelen.

Deel je verhaal

Soms lukt het alleen om verbinding te krijgen met een (volwassen) contactpersoon van het goede doel. Maar het mooiste is natuurlijk om net zoals de leerlingen van Effatha contact te leggen met leeftijdsgenoten ter plaatse. Daarvoor kun je ook e-mail, Twitter of Facebook gebruiken. Leerlingen kunnen filmpjes, foto's en verhalen uitwisselen van en over hun eigen leefomgeving. Of ze vragen de scholieren 'aan de andere kant' om hen ook ergens mee te helpen.

Goede voorbereiding

Succesvol contact via Skype valt of staat met een goede voorbereiding:

- Zorg voor een Skype-account.
- Regel een computer of laptop met ingebouwde webcam en microfoon.
- Oefen als docent een keer met de contactpersoon van het goede doel.
- Zorg dat leerlingen vragen hebben voorbereid (vaak in het Engels) en dat duidelijk is wie wat vraagt.
- Let op eventuele tijdsverschillen als het om een ander land gaat.
- Maak van tevoren heldere afspraken met de mensen ter plaatse.

Het is leuk om het videogesprek op het digibord te projecteren, zodat iedereen de persoon aan de andere kant ziet. Maar wees niet teleurgesteld als het videogesprek niet lukt. Chatten is dan een mooi alternatief.



Leerlingen van Effatha skypen met de dovenschool in Tanger (Marokko).

STAP 3 Bedenk acties om je doel te bereiken

Heb je eenmaal het goede doel bepaald, brainstorm dan in groepjes van maximaal vijf leerlingen over mogelijke acties.

Er zijn drie soorten acties:

- 1 Een actie met als doel om mensen te mobiliseren.**

Als je aandacht vraagt voor een actie, inspireer je mensen om de handen uit de mouwen te steken en iets te doen voor een ander. Vele handen maken licht werk. Daar heb je geen geld voor nodig.

Leerlingen van het Zernike College in Groningen maakten bijvoorbeeld een lipdub om mensen aan te sporen een kunstenares te helpen met het maken van een groot mozaïek voor een spoorviaduct in de wijk.
- 2 Een actie die bedoeld is om geld in te zamelen.**

Leerlingen van de Voorwegschool in Heemstede slaagden er bijvoorbeeld in om 1500 euro in te zamelen, waardoor kregen honderd kinderen in Kenia een ledlampje om 's avonds huiswerk te kunnen maken.
- 3 Een actie waarbij je samen met een andere partij iets maakt; het doel is co-creatie.**

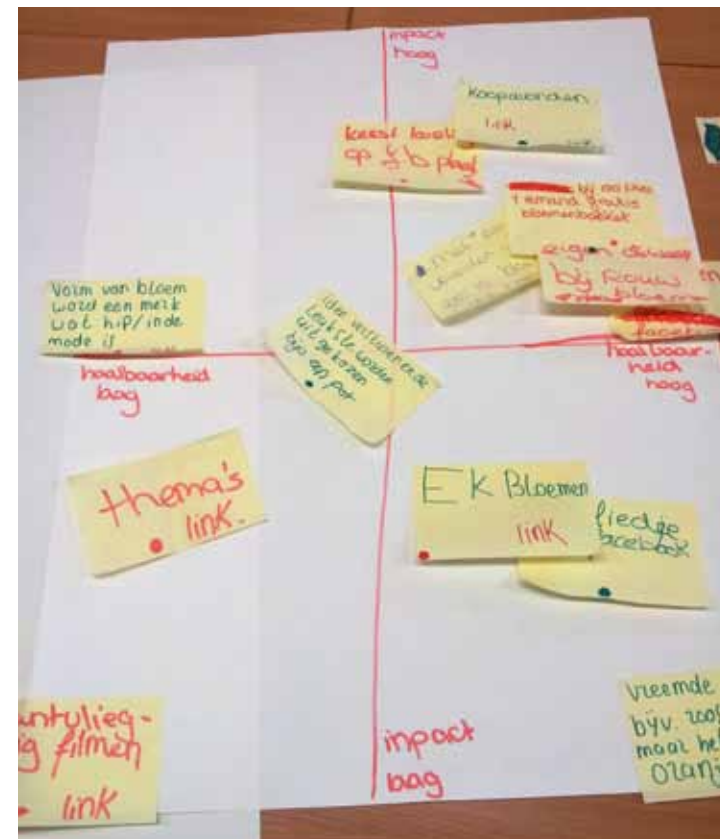
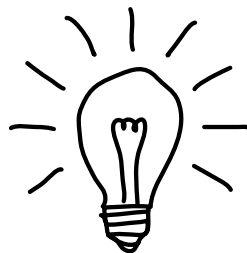
Zoals de leerlingen van het Bahûrim College en een aantal in Brielle woonachtige vluchtelingen uit Ethiopië en Eritrea, die samenwerkten aan een fototentoonstelling over emoties.

Tijdens de brainstorm proberen de leerlingen zoveel mogelijk ideeën boven tafel te krijgen. Dit werkt goed als je de leerlingen vraagt ideeën in kernwoorden op te schrijven op post-its. Je kunt ook kiezen voor het maken van een *mindmap* op papier of digitaal, bijvoorbeeld via www.mindmeister.nl, www.mapmyself.com of <https://bubbl.us> (zie ook de uitleg op blz. 71).

Denk bij een goede brainstorm aan het volgende:

- 1 Elk idee is een goed idee.**
Slechte ideeën bestaan niet. Vermijd 'ja maar', zet dit om in 'ja en'. Wees creatief, volg je gevoel.
- 2 Iedereen heeft recht op spreektijd.**
- 3 Kom met wilde ideeën.**
Wees extreem! Het juiste idee vloeit vaak voort uit wat eerst onhaalbaar lijkt. Hoe ongewoner of extremer het idee, hoe beter. De check op haalbaarheid stel je uit.
- 4 Probeer zoveel mogelijk te verzinnen.**
Schrijf minstens tien ideeën op gekleurde post-its en plak die op de muur.
- 5 Beter goed gejat dan slecht bedacht.**
Gebruik elkaars ideeën: een goed idee ontstaat vaak door een combinatie van bestaande ideeën, of een associatie met andermans plannen.

Vervolgens kies je het beste idee door alle ideeën uit de brainstorm te sorteren in een matrix op de mate van haalbaarheid en impact (zie blz. 53). De leerlingen bespreken alle post-its en beslissen met elkaar waar de post-it in de matrix hoort. De ideeën die rechtsboven in de matrix staan (hoge mate van haalbaarheid en impact), kun je vervolgens kritisch bekijken. Elke groep kiest met hulp van de docent een idee dat de leerlingen verder uit gaan werken.





AAN DE SLAG

DENK ZO GROOT MOGELIJK

Het mooie van een goededoelenproject waarbij je gebruikmaakt van sociale media, is dat de mogelijkheden onbeperkt zijn. Met sociale media kun je grootschalige evenementen organiseren of rechtstreeks contact leggen met allerlei interessante mensen en organisaties buiten de school. Voor een optimaal effect van de actie kun je de leerlingen stimuleren om zo groot mogelijk te denken bij het brainstormen. Je kunt je ze de volgende suggesties meegeven als voorbeeld:

Organiseer een flashmob. Bij een flashmob komt in een publieke ruimte opeens een groep mensen samen die bijvoorbeeld een dansje doet of iets anders grappigs. Je zorgt ervoor dat iemand de flashmob filmt. Deze video kun je vervolgens op YouTube zetten en delen.

→ Een flashmob uitvoeren leidt tot intensieve samenwerking en teambuilding, en het is een ludieke manier om aandacht te vragen voor het goede doel.

Richt een boy- of girlband op en maak een nieuwe plaat voor het goede doel. Met *crowdfunding*, bijvoorbeeld via Voordekunst.nl, zamel je geld in om je project te realiseren met een grote ambitie: de top 40 bestormen en overal zichtbaarheid voor je goede doel.

→ Wat de makers van *Stop Kony* lukt, kunnen jouw leerlingen ook!

Organiseer niet een gewone vlooienmarkt maar een digitale vlooienmarkt. Leerlingen verkopen tweedehands spulletjes of zelfgemaakte kunstwerken op Marktplaats en schenken de opbrengst aan het goede doel.

Houd een benefietavond 2.0. Met optredens van schoolbands, *comedians*, dansers of dj's. Mensen vragen voor een euro verzoeknummers aan via Twitter. Iedereen geniet mee door alles via de webcam te delen. 3FM Serious Request, maar dan nog groter!

Tip: Leer van de jaarlijkse actie van de 1%Club, zie stmko.nl/actie. De 1% Club vraagt één procent van je tijd of geld voor een ontwikkelingsproject elders in de wereld. In december doen ze er een schepje bovenop: steun je een project, dan zingen ze een liedje naar keuze voor je in.

FREEK ZWANENBERG, trainer van Mijn Kind Online:

'Hoe groter je als docent de mogelijkheden presenteert, hoe meer ruimte je geeft aan de **verbeelding van de leerlingen**. De ervaring leert dat als leerlingen eenmaal doorkrijgen wat ze allemaal kunnen doen, hoe spectaculair het mag zijn, de motivatie enorm toeneemt. Dan trekken de scholieren de stoute schoenen aan en benaderen ze een krant of tv-kanaal. Zo stimuleer je ook nog eens de ondernemerskwaliteiten van de leerlingen.'



Wie het kleine niet eert

Niet iedereen is in de gelegenheid om het groots aan te pakken. Er zijn gelukkig ook genoeg mogelijkheden om met een (relatief) kleine actie een goed doel te bereiken. Een paar voorbeelden:

Bedenk een campagne tegen digitaal pesten. Stimuleer kinderen op school of in het hele land om aardig te zijn voor elkaar met een actie op sociale media.

Zet een jubilerende docent in het zonnetje door zoveel mogelijk complimenten te verzamelen met behulp van sociale media.

Maak een game voor een goed doel (tips vind je op stmko.nl/game) en zorg dat die een plek krijgt op een portal als spele.nl, zodat de game zoveel mogelijk kinderen en jongeren bereikt.

Zorg dat een zieke klasgenoot die de les niet kan bijwonen, zich toch betrokken voelt bij de school, met behulp van sociale media. Volg de les bijvoorbeeld via Skype, of lees elkaar voor.



The End!

Leroy van het Graaf Engelbrecht College in Breda
presenteert ideeën om lokale ondernemers te helpen.

STAP 4

Presenteer je idee – de 'elevator pitch'

De groepjes bespreken met elkaar hoe ze hun idee aan hun klasgenoten willen presenteren. Het doel is om in maximaal twee minuten de kern van de actie weer te geven. Het voorbereiden van de presentatie zorgt ervoor dat de leerlingen de actie zo concreet mogelijk maken. Dit doen ze door associaties te noteren bij de vijf W's en één H:

WIE?

WAT?

WAAR?

WANNEER?

WAAROM?

HOE?

Elk groepje spreekt af wie de presentatie gaat houden en die leerling oefent de *elevator pitch*. Dit wordt zo genoemd omdat je de kern van het idee moet kunnen vertellen in een paar minuten, want langer sta je niet naast elkaar in de lift (*elevator*).

Hoe scoor je met de *elevator pitch*?

Het is de bedoeling dat het idee aantrekkelijk en overtuigend overkomt. Op een podium of vooraan in de klas *pitchen* de leerlingen de ideeën. Hoe maak je een presentatie helder én spetterend? Hier volgen zes adviezen voor de 'pitchers'.

1 Open krachtig en prikkelend

Start je *pitch* uitdagend. Begin met iets spannends, een prikkelende vraag, een grap: in elk geval iets wat reactie oproept. Dan heb je de aandacht van je publiek en vertel je vervolgens over de actie die je hebt bedacht.

2 Niet je product maar het goede doel staat centraal

Vertel wat je wilt betekenen voor het goede doel en waarom je voor deze actie hebt gekozen. Vertel waarin je gelooft, wat je wilt bereiken met je product.

3 Wees zo concreet mogelijk

Zeg bijvoorbeeld niet alleen 'we gaan een flashmob organiseren', maar vertel dat bepaalde leerlingen (wie) op dag X (wanneer) een flashmob (wat) gaat doen op het centraal station in Utrecht (waar). En vertel dat je die flashmob niet van tevoren via een website gaat oefenen maar dat iedereen ter plekke meteen mee kan doen door eenvoudige aanwijzingen te volgen. Benoem hoe je de mensen erbij gaat betrekken. En leg uit hoe je aandacht wilt krijgen voor het goede doel of hoe je geld wilt inzamelen (hoe).

4 Pitch de voordelen

Kom met duidelijke argumenten. Vertel waarom juist deze actie succesvol wordt.

5 Straal passie uit – in woord en gebaar

Naast een pakkend verhaal is het belangrijk om te letten op je houding, stem en non-verbale communicatie. Sta rechtop, schouders naar achteren, en verplaats je op het podium. Gebruik gebaren om je verhaal kracht bij te zetten. Varieer met hard en zacht praten, en articuleer goed. Varieer je tempo en presenteer enthousiast en overtuigend. Benader je publiek altijd positief, gebruik humor. En vooral: wees echt, authentiek!

6 Sluit mooi af: roep mensen op tot actie

Benoem wat je van je klasgenoten verwacht, bijvoorbeeld:

- Vertel deze actie door, verspreid het op Twitter, Facebook etc. Wie wil aansluiten bij onze groep, wees welkom!
- We hebben nog iemand nodig die goed kan dansen, voel je je geroepen, meld je dan aan bij...





AAN DE SLAG

GEEF DE LEERLINGEN TOOLS

Het is helemaal mooi als de leerlingen hun presentatie digitaal kracht bij zetten. Daar zijn handige tools voor:

Glogster

Met Glogster kun je online een poster maken. Leerlingen kunnen hun ideeën in zo'n poster vormgeven en via het digibord of een beamer presenteren aan klasgenoten.

www.glogster.com

Zie hiernaast de inspiratieposter die leerlingen van het Zernike College maakten.

Prezi

Met Prezi kun je prachtige presentaties maken met tekstjes, plaatjes en filmpjes.

www.prezi.com

Meer mogelijkheden en gebruikstips vind je in hoofdstuk 4: Tien tools.

Houd de tijd bij

Gebruik op het digibord tools als Online Stopwatch (www.onlinestopwatch.com) en Random Name Word Pick (via www.classtools.net), een soort fruitmachine die telkens het groepje laat zien dat mag gaan pitchen.

Tot slot: je kunt ook besluiten om niet één idee per groepje te kiezen, maar één mooi idee waar de hele klas aan gaat werken. Stemmen op het beste idee kan dan bijvoorbeeld met Mentimeter (www.mentimeter.com).

TIP: Regel voldoende computers voor de leerlingen en zorg dat de techniek werkt! Zorg bijvoorbeeld dat de ICT-coördinator aanwezig is bij de presentatie. Het is funest als de techniek je op het ultieme moment in de steek laat.



AAN DE SLAG

LEER PRESENTEREN

Hoe geef je een goede presentatie? De kunst van het presenteren maak je je eigen door veel te oefenen. En door te kijken naar goede sprekers.

TEDxYouth Amsterdam

Laat je inspireren door de sprekers op TEDxYouth Amsterdam:

www.tedxamsterdam.nl.

Zoals bijvoorbeeld Thijs Klerkx. In deze video vertelt hij hoe hij recht op zijn droom afgaat: stmko.nl/thijs.

Kijk goed naar hoe hij staat en beweegt, hoe hij praat en kijkt, en hoe hij zijn handen gebruikt. Een en al geloof in zijn verhaal en in contact met zijn publiek.





een voorzitter



een verbinder



een schrijver



STAP 5

Stel een team samen, benut ieders talent

Nadat de ideeën gepresenteerd zijn, stel je de teams samen. Dat kan op verschillende manieren:

- 1** Het team dat het idee heeft bedacht, werkt het idee ook uit.
- 2** De leerlingen kiezen op basis van de presentaties de actie waar ze aan mee willen werken. Een team bestaat idealiter uit vier of vijf personen; met minder krijg je minder creatieve ideeën, met meer haken er leerlingen af, omdat ze geen actieve rol hebben. Als docent kun je in de gaten houden of er voldoende diversiteit aan talenten in de teams is. Met verschillende talenten bij elkaar creëer je de mooiste dingen. Iedere leerling is ergens goed in. Is er een leerling die zelf apps maakt, of een veelbezocht YouTube-kanaal heeft? Zet de leerlingen die het verst zijn met sociale media niet bij elkaar, verdeel ze liever over de groepjes, zodat ze van elkaar kunnen leren.

Tijdens dit project krijgen leerlingen de kans hun talenten te benutten. Benadruk hardop waar ze goed in zijn. Dat is niet alleen goed voor hun zelfvertrouwen, ze krijgen op die manier ook oog voor elkaars talenten. Als blijkt dat de teams toch niet voldoende divers zijn, bespreek dit dan met de leerlingen en vraag hen de groepen te husselen. Met alleen creatieve geesten, denkers of doeners, komt er minder van de grond.

Zorg per team tenminste voor:

-  **een schrijver** – die de plannen noteert;
-  **een voorzitter** – die de leiding neemt binnen de groep;
-  **een verbinder** – die contact houdt met de verbinders van de andere groepen; de verbinders zorgen ervoor dat de overlap beperkt is en dat acties op elkaar aansluiten.

Bij één uitgekozen actie waar de hele groep aan werkt, kun je de klas verdelen in talentgroepen: een netwerkgroep (Facebook/Hyves, Twitter), ontwerpgroep (het ontwerpen van een logo voor profielen op Facebook en Twitter), organisatiegroep, persgroep et cetera.

Stel dat de klas besluit een lipdub te maken, dan kun je denken aan de volgende groepjes: choreografie, dans & muziek, kleding & accessoires, organisatie, pers, netwerken. Of ieder groepje verzorgt een deel van de lipdub, dus een dansje, toneelstukje en de aankleding bij een couplet of refrein. Je kunt daarnaast twee mini-groepjes vormen die bestaan uit twee leerlingen: regie en camera (regie & assistent; camera & assistent). Daarna kunnen alle groepjes zich bezighouden met het verspreiden van de lipdub. Zo creëer je een zo groot mogelijk bereik.



AAN DE SLAG

STIMULEER DE CREATIVITEIT VAN JE LEERLINGEN

Tijdens een goededoelenproject met sociale media hebben leerlingen veel vrijheid om een bijdrage te leveren vanuit hun eigen interesses en talenten. Laat je leerlingen groeien!

Bedenk een originele actie

Een groep leerlingen van UniC bedacht bijvoorbeeld een ludieke actie voor het 1%Club-project *One camel for one family*: aan het eind van de dag haalden ze niet-verkochte bloemen op bij de bloemstalletjes in de stad om die vervolgens aan voorbijgangers te geven. In ruil daarvoor konden ze een vrijwillige donatie geven voor het project. Zie stmko.nl/camel.

Het was een groot succes: iedereen reageerde leuk en er werd een mooi geldbedrag opgehaald. Daarnaast maakten de scholieren speciaal voor hun actie een Facebook-event en een Facebookgroep (www.facebook.com/flashmobforkenia). En ze produceerden ook een promotievideo op YouTube voor de flashmob die ze organiseerden, zie stmko.nl/promo.

Zoek naar leerlingen met bijzondere talenten

Laat leerlingen die al wat verder zijn met sociale media het voortouw nemen.

• Mediavaardigheden

Wie is er goed met Twitter? Wie kan er goed filmen? Wie heeft al eens geblogd? Wie kan mooie foto's maken en bewerken? Wie kan er programmeren? Wie kan goed netwerken? Wie is creatief? Wie kan goed organiseren? Wie kan goede brieven schrijven (contact met de pers)?

• Andere talenten

Muzikale leerlingen kunnen een muziekvideo opnemen. Kunstzinnige leerlingen kunnen schilderijen of posters maken. Ondernemers in de dop kunnen hun financiële 'trucs' benutten om geld binnen te halen. Theatertalenten kunnen een toneelstukje maken et cetera.

STAP 6

Maak een plan van aanpak

De leerlingen hebben ideeën bedacht om een goed doel te ondersteunen met behulp van sociale media. Aan de hand van de 5 W's en één H werken de leerlingen de ideeën van de brainstorm verder uit:

Wie? Wie doet wat? Wie willen we bereiken? Wie kan ons helpen?

Wat gaan we doen? Wees zo concreet mogelijk: beschrijf je actie stap voor stap.

Waar gaan we het doen? Beschrijf de locatie.

Wanneer gaan we het doen? Houd ook rekening met de tijd die verspreiding op internet nu eenmaal nodig heeft.

Waarom gaan we het doen? Voor het goede doel omdat,

Hoe gaan we het doen? Hoe gaan we het voorbereiden, hoe gaan we het uitvoeren, hoe gaan we de actie digitaal verspreiden, hoe zorgen we voor voldoende aandacht, hoe zorgen we dat de actie succesvol wordt?

Tijdens het uitwerken van de acties is het belangrijk om over elk detail na te denken: eventuele kosten, materialen, techniek et cetera.

Het plan van aanpak maak je op een A4'tje of je kiest

voor een digitale vorm. Dan kun je het met behulp van webtools aankleden met video's en foto's, bijvoorbeeld door het plan in een Prezi te plaatsen (www.prezi.com), een online poster te maken met Glogster (www.glogster.com) of een prikbord met Lino (www.linoit.com) of Pinterest (www.pinterest.com). Deze tools zijn niet alleen handig, maar ook erg leerzaam. Meer uitleg hierover vind je in hoofdstuk 4 (blz. 68).

Glogster in 90 seconden, zie
stmko.nl/glogster.





AAN DE SLAG

WERK SAMEN MET BEHULP VAN TOOLS

Tijdens het project werken de leerlingen intensief samen. Er zijn handige hulpmiddelen om (samen)werken in een project makkelijk te maken. Hieronder een aantal voorbeelden.

TOOL	WAT	DOEL	TECHNIEK
Dropbox	Dropbox is een soort USB-stick maar dan online. Het mooie van Dropbox is dat je documenten, foto's en filmpjes in mappen opslaat en met anderen kunt delen. Je begint met 2 GB gratis opslagruimte. Je hoeft je geen zorgen te maken over een back-up, want dat doet Dropbox automatisch.	Online documenten opslaan en delen.	Maak een account aan bij Dropbox en geef aan met wie je je mappen wilt delen. Dit kun je per map bepalen. Bij het aanmelden installeert Dropbox automatisch software waarmee bestanden worden gesynchroniseerd. Je krijgt meldingen wanneer iemand wijzigingen heeft doorgevoerd in een document.
Evernote	Evernote is een digitaal knipselarchief waarin je alles kunt bewaren wat je maar wilt, zoals foto's, stukjes tekst, schermafbeeldingen en links naar websites. De inhoud van het archief kan gesynchroniseerd worden met je telefoon of tablet.	Samen verzamelen van achtergrondinformatie.	Download de software en de apps. Maak een gezamenlijke <i>note</i> aan. En voeg je projectleden toe met hun Evernote-naam.
Facebook	Met een groepspagina op Facebook kunnen jongeren afspraken, documenten en verslagen van hun project uitwisselen. Ze moeten wel minimaal dertien jaar zijn.	Online delen en verslaglegging van het project.	Maak een groepspagina aan. Voeg leden toe. Besluit met je groep of de groep open of besloten moet zijn.
Google	Je kunt met Google Docs documenten maken en delen. Met Google Agenda kun je online je agenda bijhouden en delen. En met Google Mail kun je je mail (Gmail-account) bijwerken.	Online kun je altijd bij je gegevens. Dit heet werken in de <i>cloud</i> .	Alles is online beschikbaar en je hoeft er niets voor te installeren.

Meer informatie over tools vind je in hoofdstuk 4: Tien tools.

STAP 7 Voer je actie uit

En dan is het zover. Het goede doel is gekozen, de actie is duidelijk, de teams zijn samengesteld, en in het plan van aanpak staat precies wat er moet gebeuren. Dan begint de uitvoering. Je maakt digitale producten (een video, website, poster, foto-impressie of lipdub) die je vervolgens verspreidt via Twitter en Facebook.

Dat doen de leerlingen met hun eigen groepje, onder begeleiding van een (handige) docent. Als je je als docent onzeker voelt op het gebied van sociale media, is het aan te raden hulp te vragen, bijvoorbeeld van een collega die daar wel thuis in is. Leer de jongeren dat sociale media draaien om netwerken. Netwerken is cruciaal om een goed product tot stand te brengen, maar ook om de actie zichtbaar te maken.

Hoe kun je het beste netwerken?

Samen met anderen zorg je ervoor dat je actie een succes wordt. Waar moeten leerlingen bij het netwerken op letten? Hoe krijgen ze het voor elkaar dat mensen met een sterk netwerk gaan helpen?

- **Wees authentiek en positief.** Presenteer jezelf op een enthousiaste en overtuigende manier. En blijf jezelf daarbij.
- **Vraag om hulp.** Is je actie sympathiek, dan komen mensen graag in beweging. Zeker als je minderjarig bent.
- **Steek tijd in het helpen van anderen.** Kun je bijvoorbeeld vragen of wensen van anderen beantwoorden? Of kun je mensen aan elkaar koppelen die elkaar kunnen helpen? Als je bijvoorbeeld een bedrijf advies geeft over hun website en het is goed advies, dan krijgt je actie misschien wel een plekje in een nieuwsbrief naar 100.000 klanten.
- **Bedank of beloon de helper.** Als iemand wat doet voor jou, doe dan ook wat terug! Netwerken houdt

in dat je relaties onderhoudt en in goede contacten moet je blijven investeren. Stuur een doos bonbons naar iemand die je heeft geholpen. Of haal je de pers, vergeet dan niet dat bedrijf te noemen dat je actie in zijn nieuwsbrief heeft vermeld.

Wie kunnen je helpen om een product te maken?

Gaan de leerlingen een game maken en met die game aandacht vragen voor het goede doel dat ze steunen? Nodig een professionele gamemaker uit en laat hem of haar een inleiding geven. Willen ze een *viral*, nodig dan een marketeer uit die alles weet over hoe je een video vliegensvlug populair krijgt. Wellicht een buitenkans voor een voorlichter van een beroepsopleiding over marketing.

Wie kunnen je helpen om de actie te verspreiden?

Denk aan mensen in je omgeving die een groot netwerk hebben. Heeft een leerling een vader of moeder met 20.000 volgers op Twitter? Vraag of die ouder zijn/haar volgers wil wijzen op wat de leerlingen doen. Dat werkt beter dan wanneer je zelf een Twitteraccount opent en eerst heel veel volgers moet gaan werven. Benader de krant, bel het NOS Journaal en zeg dat je met een bijzondere actie bezig bent. Is je actie écht bijzonder, dan wordt er over je geschreven, wat vaak weer leidt tot een stroom aan reacties en *likes* op socialemediakanalen.



Leila en haar klasgenoten van het Kennemer Lyceum haalden dagblad Trouw.



AAN DE SLAG

HOE KAN TWITTER NUTTIG VOOR JE ZIJN?

Als twitteraar kun je op elk moment van de dag in maximaal 140 tekens vertellen waar je mee bezig bent, wat je van plan bent of wat je aandacht heeft.

Twitter (www.twitter.com) kan bij een goededoelenproject op drie manieren goed van pas komen:

1 Je kunt je verhaal vertellen

Twitter is een populair platform om aandacht te vragen voor iets waar jij je druk om maakt. Als je bijvoorbeeld vindt dat er in Nederland te veel zwerfafval is, kun je mensen oproepen om een straatactie te houden: veeg samen je straat schoon. Dat de invloed van Twitter groot kan zijn, bleek bijvoorbeeld bij de revoluties in het Midden-Oosten. In Egypte en Tunesië demonstreerden honderdduizenden mensen tegen hun leiders en ze getuigden daarvan via Twitter.

2 Je kunt contact leggen met mensen die je kunnen helpen

Bekende Nederlanders, hoogleraren, leeftijdsgenoten – je vindt ze allemaal op Twitter en ze zijn makkelijk benaderbaar. Doe je een actie voor een school in Kenia, dan zijn er wellicht Nederlanders die daar werken en die je op Twitter kunt aanspreken. Iemand met veel kennis van scholen in Kenia wil misschien op Twitter je vragen beantwoorden. Wil je veel mensen bereiken met je oproep? Als je het vriendelijk en origineel vraagt, stuurt een Bekende Nederlander je oproep misschien door naar zijn duizenden volgers.

3 Je kunt fondsen werven voor je goede doel

De rapper Wyclef Jean (@Wyclef) riep zijn volgers in 2010 op om via hun mobiele telefoon te doneren voor de slachtoffers van de aardbeving in Haïti. De systemen begaven het, zoveel mensen begonnen te storten. In totaal werd er zestien miljoen dollar overgemaakt. Wyclef Jean heeft inmiddels bijna drie miljoen mensen die zijn tweets volgen.

Als je Twitter gaat inzetten voor het goede doel, laat je leerlingen dan hier aan denken:

1 Maak een goed, informatief profiel

Gebruik een duidelijke profielfoto, bijvoorbeeld het logo van de school of van het goede doel dat je ondersteunt. Schrijf duidelijk wie je bent, wat je doet en waarom je op Twitter zit.

2 Wees persoonlijk, maar overdrijf niet

Als je als school twittert, dan kan dat onpersoonlijk overkomen. Maak duidelijk welke personen de tweets posten door in je bio hun namen te noemen. Mensen vinden het prettig te zien dat ze met een persoon contact hebben en niet met een schoollogo. Maar voer het persoonlijke niet te ver door. Twitter niet dat je een pizza aan het eten bent of wat je lievelingsmuziek is. Tenzij dat relevant is natuurlijk. Wees professioneel.

3 Wees een waardevolle gesprekspartner

Jouw actie is het belangrijkste, je bent bezig met een goed doel en iedereen moet dat weten. Maar mensen gunnen je het succes sneller als jij laat blijken dat je ook anderen op Twitter wilt helpen. Retweet opvallende tweets van mensen die een relatie hebben met het thema waar jij je voor inzet. Kom met verwijzingen naar interessante artikelen, toon belangstelling in de projecten van anderen. Twitter is een platform voor dialoog, niet een zendmast die alleen jouw boodschap uitstraalt. Wacht ook niet te lang met reageren als iemand je een vraag stelt. Laat je pas na drie dagen van je horen, dan weet de ander al niet meer waar het over ging.

4 Let op je manier van schrijven

Een keer een schrijffoutje kan de beste overkomen. Maar maak je ze bij de vleet, dan komt dat slordig en onprofessioneel over. Ook 'schreeuwen' op Twitter wordt niet gewaardeerd, schrijf dus niet in hoofdletters.



AAN DE SLAG

ANALYSEER SAMEN EEN GOEDE VIRAL

Een *viral video* – vaak kortweg *viral* genoemd – is een online filmpje dat zo grappig, spectaculair of ontroerend is, dat mensen het uit eigen beweging ‘als een virus’ gaan verspreiden. Een goede video is een krachtig middel om je boodschap over te brengen via sociale media. Daarnaast kun je er geld mee verdienen als je YouTube kunt laten zien dat je duizenden views haalt. Heel stimulerend dus voor het activeren van creatief ondernemerschap bij de leerlingen. Je kunt een verdienmodel koppelen aan een video die ze maken voor de actie, als een soort sponsorloop: vraag aan ouders, leraren en belangstellenden om bijvoorbeeld één euro per honderd views te doneren.

Een goede viral maken leer je door virals eerst te analyseren: wat maakt deze video zo speciaal dat miljoenen mensen hem bekijken en delen? Als je leerlingen het lastig vinden om dat te benoemen, kun je als docent vragen of de 3 G’s erin voorkomen, de G’s van Grappig, Groots en Groep.

Grappig

Humor is een van de belangrijkste kenmerken van succesvolle video’s.

Voorbeeld:

Gangnam Style Ultimate Mashup

The Gangnam Style werd een plotselinge wereldhit: een Zuid-Koreaans liedje over de rijke buurt Gangnam in Seoul. Niet aan te ontkomen door het catchy melodietje en bijpassend dansje. Deze video toont het aantal views die de ‘Gangnam Style’-video en parodieën daarop haalden. Indrukwekkend!

Zie stmko.nl/gangnam.

Groots

Is de video groots, meeslepend, ontroerend, zenuwslopend, overweldigend, origineel, spannend?

Voorbeeld:

The Art of FLIGHT - snowboarding film trailer

Deze video is de trailer voor een film, maar Red Bull positioneert zich ermee. Bij bijna elke extreme sport is het merk terug te vinden.

Zie stmko.nl/flight.

Groep

Merken als Coca-Cola maken films waarmee ze een warme band creëren met hun doelgroep.

Voorbeeld:

The Coca Cola Friendship Machine

Dit reclamefilmpje speelt bijvoorbeeld in op een positieve waarde van jongeren als groep: samenwerken.

Zie stmko.nl/friends.

Daarnaast kun je de volgende vragen stellen om virals of andere beelden te analyseren:

1. Wie is de maker?
2. Hoe is het gemaakt?
3. Voor wie is het bedoeld? (doelgroep)
4. Wat is de boodschap?
5. Wat is het doel van de boodschap?

STAP 8

Vier je succes

Is je actie geslaagd en je doel bereikt? Dan is het tijd voor feest! Bij je successen sta je stil om een project goed met elkaar af te sluiten, maar ook om later met een goed gevoel terug te kunnen kijken op wat er is bereikt. Wat kun je doen om je succes te vieren?

1. **Vertel de regionale krant of omroep over je geslaagde actie.** Het is geweldig voor de leerlingen om erkenning te krijgen. En het is prachtig voor de ouders, die trots zullen zijn op hun kinderen.
2. **Houd een ouderavond over sociale media waarbij je niet ingaat op wat voor ellende sociale media kunnen veroorzaken.** Vertel over de kracht van sociale media, met de leerlingen als vaandel-dragers van het geslaagde project.
3. **Maak een filmpje waarin leerlingen en andere betrokkenen vertellen over dit project.** Zet het op de site van de school en verspreid het met behulp van sociale media.
4. **Houd een officiële afsluiting op school, met hapjes en drankjes, en een toespraak door de rector.** Maak het jezelf niet te makkelijk. Zorg dat deze bijeenkomst zo bijzonder is, dat die nooit meer wordt vergeten.
5. **Vraag de leerlingen zelf hoe ze het succes willen vieren.** De vlag uit? Dan gaat de vlag uit.

Is iedereen enthousiast en smaakt het naar meer? Maak dan ruimte om het eerste project 'Sociaal met media' te evalueren. Wat ging goed, wat kan beter? En wat heb je er als school van geleerd? Kun je dat ook toepassen op andere delen van je onderwijs?

We hopen dat je met behulp van sociale media een onvergetelijke ervaring hebt opgedaan!



De leerlingen van het Zernike College
vierden hun succesvolle lipdub met taart. ↘



En natuurlijk werd dat vastgelegd en getwitterd!



TIENERS OVER SOCIALE MEDIA

Naam: Hidde

Leeftijd: 16 jaar

Woonplaats: Den Haag

School: UniC, Utrecht

Klas: 4-havo

Zelfgemaakt:

Blogs voor Scholieren.com,

zie stmko.nl/hidde en een mini-

documentaire, zie stmko.nl/greekonomics

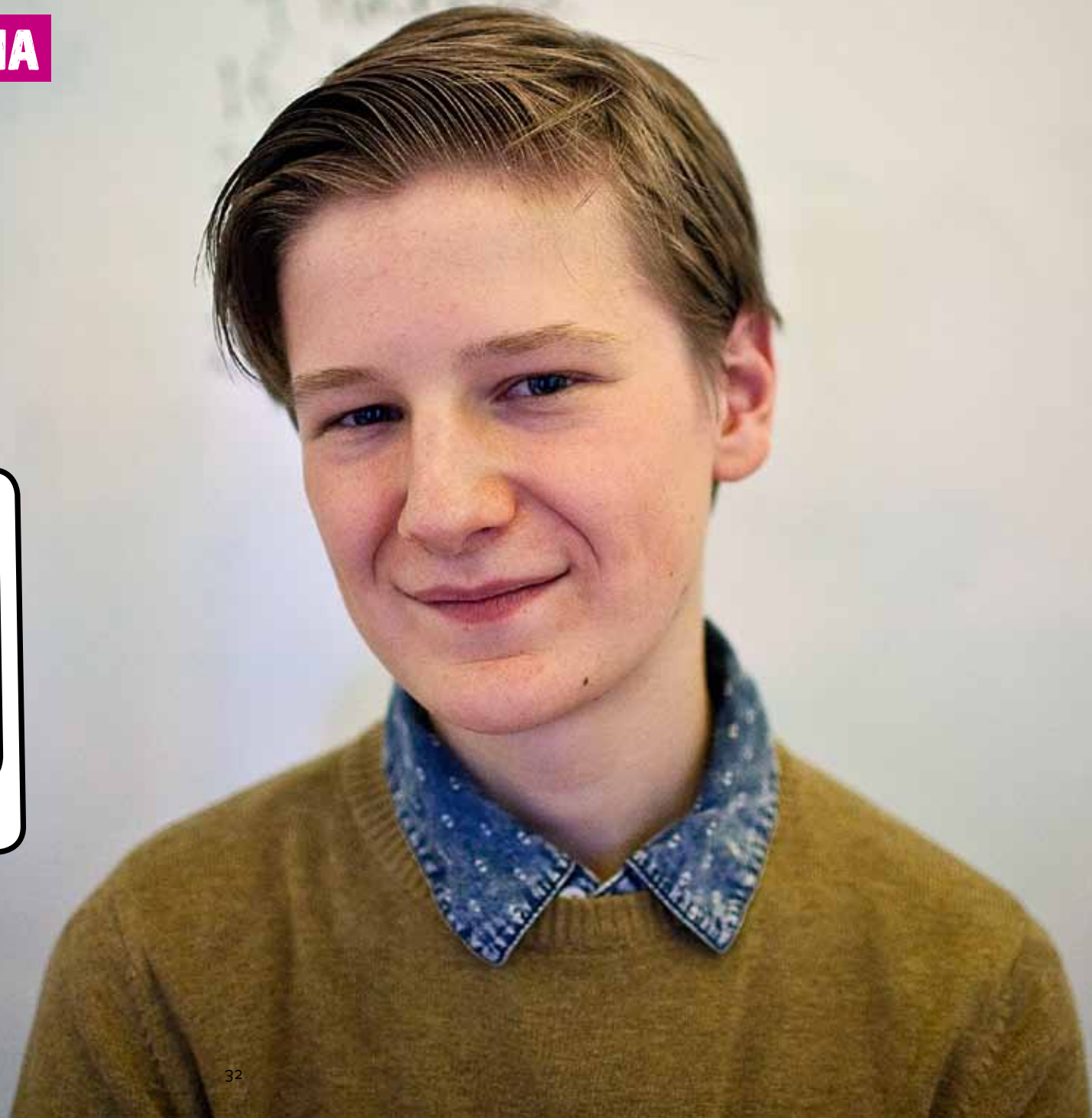
Eigen website: www.swiid.nl

Ω Δ Ψ Θ
GREEKONOMICS



Droom:

'Ik wil graag grote, belangrijke films maken. Het lijkt me mooi als ik mensen daarmee kan inspireren.'



Hidde (16) is blogger bij Scholieren.com en zoekt via online 'crowdfunding' geld voor zijn eerste speelfilm over een jongen met anorexia: 'Al is er maar één persoon die denkt: als het in deze film goed komt, dan kan ik het ook.' Hidde is door de lezers van jongerenkrant 7Days uitgeroepen tot Jongere van het Jaar 2012.



Sinds januari 2012 blog ik voor Scholieren.com. De eerste vier maanden schreef ik persoonlijke columns over anorexia en hoe ik weer beter werd. Ik heb ook gechat met lezers die vragen konden stellen. Als ik met mijn ervaringen mensen kan helpen, dan is dat mooi meegenomen. Inmiddels schrijf ik over allerlei onderwerpen en werk ik een dag in de week op ons kantoor. Door linkjes op Twitter en Facebook te plaatsen, breng ik onze artikelen onder de aandacht. We willen natuurlijk zoveel mogelijk lezers!"

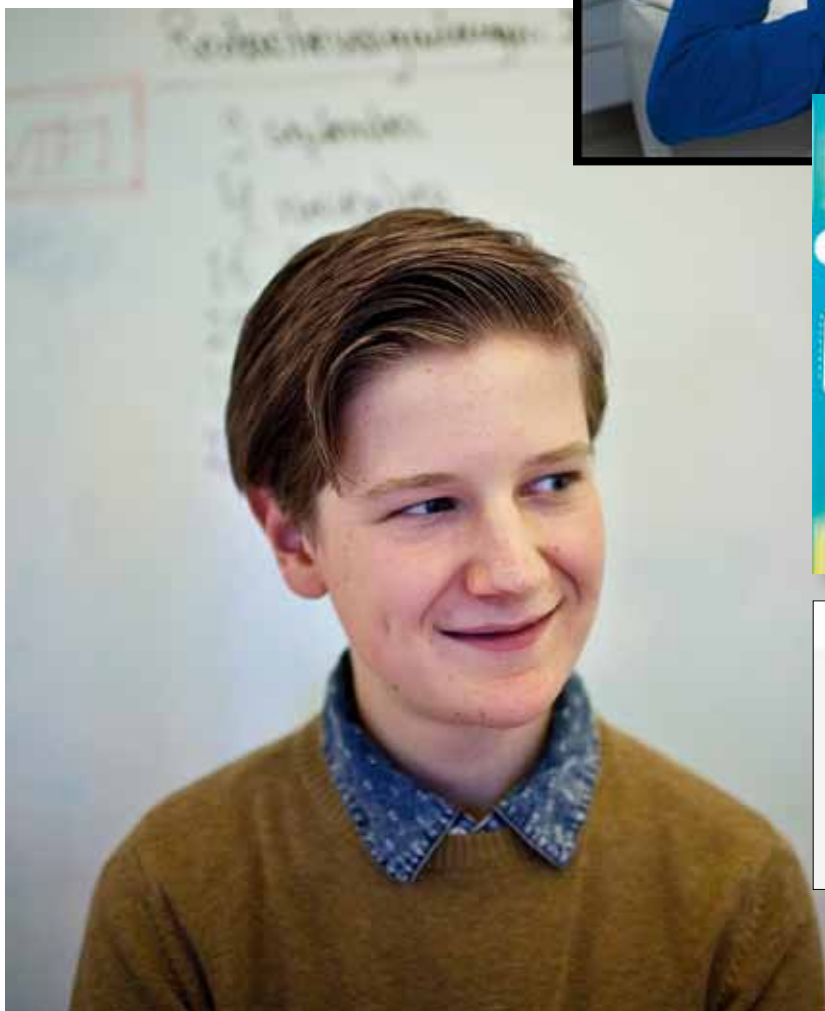
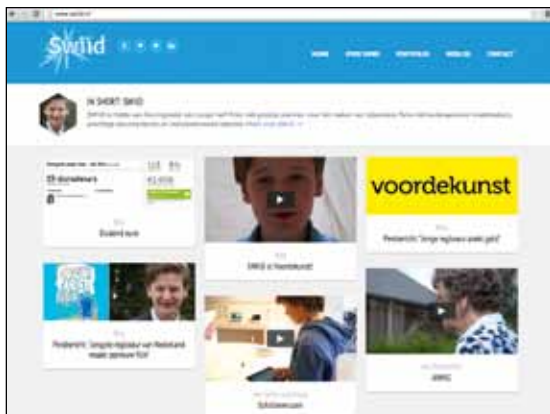
Crowdfunding

"Twee jaar geleden volgde ik een cursus film maken en heb ik de minidocumentaire *Greekonomics* gemaakt over de huidige Griekse economie en hoe Griekse Nederlanders daarmee gepest worden. Mijn moeder is Grieks, ze is lang geleden geadopteerd, en we kennen best veel mensen die Grieks zijn. Met mijn film wilde ik laten zien dat je mensen niet moet stereotyperen. Het was geweldig toen ik er – in een zaal met vijfhonderd man! – de tweede prijs voor kreeg op het Nationaal Online Filmfestival voor scholieren. De film heb ik via *crowdfunding* geprobeerd te financieren via een Amerikaanse site. Want in Amerika is crowdfunding al langer bekend. Het lukte toen niet echt goed, ik kwam niet verder dan 300 euro. Inmiddels weet ik beter hoe ik mensen moet benaderen en zamel ik geld in voor mijn nieuwe film via de site Voordekunst.nl. In het begin kreeg ik vooral donaties van vrienden en familie, maar via Twitter en Facebook komen er steeds meer onbekenden die geld geven. Mijn eerste film kreeg veel media-aandacht en die contacten kan ik nu goed gebruiken. Ook aandacht in gedrukte media



'Ik blog bij Scholieren.com.'

'Mijn eigen site.' ↙



'Ik geloof enorm in de kracht van sociale media. Zo heb ik bijvoorbeeld mensen ontmoet via Twitter die ik anders nooit ontmoet zou hebben. Je bereikt er veel mensen mee en je kunt over alles snel iets lezen.'

helpt. Een verslaggever van de Telegraaf benaderde me via Twitter; de volgende dag stond ik met mijn verhaal in de krant! Ik ben nu drie weken bezig en heb al bijna twintig procent binnen. Er zijn nog ruim honderd dagen te gaan, dus het moet lukken om de 11.500 euro te halen."

Film met een boodschap

"Ik houd van drama, van een film met een goed verhaal. Een script schrijven kan ik op zich wel, alleen vind ik het moeilijk om vanaf nul te beginnen. Daarom ga ik een boek verfilmen. Ik heb gratis de rechten gekregen van een boek over een jongen met anorexia. Het is dus niet mijn eigen verhaal. Het gaat ook niet alleen om anorexia, maar om de herkenbaarheid. Veel mensen hebben iemand in hun omgeving die ongelukkig is. Het lijkt me heel mooi als ik met mijn film iemand zou kunnen helpen. Al is het maar één persoon die denkt: als het in die film goed komt, dan kan ik het ook."

De kracht van sociale media

"Ik geloof enorm in de kracht van sociale media. Zo heb ik bijvoorbeeld mensen ontmoet via Twitter die ik anders nooit ontmoet zou hebben. Je bereikt er veel mensen mee en je kunt over alles snel iets lezen. Het geeft je de kans meer naar buiten te kijken in plaats van alleen in het dorp te blijven waar je woont. Leeftijdsgenoten gebruiken het vaak alleen voor de sociale omgang. Dat doe ik natuurlijk ook, maar je kunt er zoveel meer mee."

Droom

"Ik wil graag grote, belangrijke films maken. Het lijkt me mooi als ik mensen daarmee kan inspireren."



CROWDFUNDINGTIPS VAN ERWIN BLOM



Crowdfunding is een begrip van de laatste jaren, maar het is eigenlijk zo oud als de kerk. De gelovigen financieren al sinds mensenheugenis via de collectebus hun gebedsruimte, nu helpen fans hun muzikale helden aan geld voor een plaatopname of maken betrokkenen een buurthuis mogelijk in een kansarme wijk.

Onder crowdfunding vallen initiatieven waarbij de bijdrage van velen kan zorgen voor het realiseren van één project. Dat kan een film, een festival, een boek zijn, of bijvoorbeeld een nieuwe schuur voor de kinderboerderij. Je kunt geld bijdragen (doneren of investeren), maar ook kennis en vaardigheden.

Door het bestaan van internet is het eenvoudiger om met zijn allen een crowdfundingproject uit te voeren. Je verhaal vertellen en mensen enthousiasmeren voor je project, is simpeler omdat online publiceren eenvoudig is. En sociale media maken het makkelijker om gelijkgestemden te vinden.

Dus is er geld nodig voor een project? Heb je een doel dat je mogelijk wilt maken? Een bank of subsidie is niet meer nodig. Kies je doel, stel een plan op, maak duidelijk hoeveel geld je nodig hebt, vertel het de wereld en ga gulle gevers werven! Dat kan bij een crowdfundingplatform (kijk bijvoorbeeld op crowdfunding.startpagina.nl), maar je kunt ook op je eigen site een doneerknop zetten.

Als je met crowdfunding geld wilt inzamelen, houd dan vier punten in de gaten:



1 Stel een duidelijk doel

Maak zo concreet mogelijk waar je geld voor ophaalt. Crowdfunding werkt het beste als er een duidelijk doel is: een haalbaar ideaal. Je publiek wil het voor zich zien. En bakken je tijd af. Projecten die dertig dagen of korter duren, blijken veel meer kans op succes te hebben dan langlopende projecten. Het is moeilijk om de aandacht voor een project langer dan een maand vast te houden.



2 Zet de juiste prijs

Geef iedereen de kans om je project te steunen. Houd daarom de bedragen waarmee iemand mee mag doen zo laag mogelijk. Mensen steunen een goed idee graag, maar willen er ook iets voor terug. Besteed daar op een originele manier aandacht aan. Dat kan een exemplaar van het product zijn, een bijzondere samenwerking of een unieke ervaring.



3 Maak het belang helder

Leg uit waarom het belangrijk is dat jouw project slaagt. Een droom is mooi, maar daarvan zijn er veel. Waarom moet nu juist jouw droom worden gerealiseerd? Daar heb je een goed verhaal voor nodig, met een persoonlijke insteek. Leg uit, vertel!

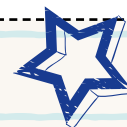
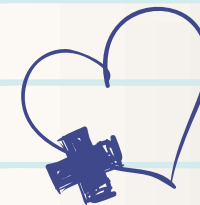


4 Maak het persoonlijk

Het is uiteindelijk simpel. Hoe meer je bij een project of doel betrokken raakt, hoe meer je geneigd bent een rol te spelen of met geld over de brug te komen. En je raakt betrokken door een persoonlijk verhaal. Door de initiatiefnemer en zijn passie en ambitie te leren kennen. Door hem of haar sympathiek te vinden, en het einddoel te gunnen.

Maar vergeet nooit dat crowdfunding uiteindelijk gaat over het realiseren van een project. Het gaat niet alleen over het verzamelen van geld. Je kunt een project ook opdelen in klussen die er zijn, en vervolgens voor elke taak mensen gaan werven. Zo kun je geld ophalen om het lokale buurthuis op te knappen, maar je kunt ook vaklui of handige buurtbewoners zoeken die bijvoorbeeld tien uur kozijnen willen schilderen of vier uur kunnen timmeren. Of het nu om geld of werk gaat, het einddoel halen telt en is leuk!

Erwin Blom, is mede-eigenaar van The Crowds, een bedrijf dat zich specialiseert in sociale media. Daarnaast is hij auteur, onder meer van het boek *Crowdfunding, financieer je droom zonder bank of subsidie* (Lebowski, 2012).





Hoofdstuk 2

Goed doen 2.0

in beeld

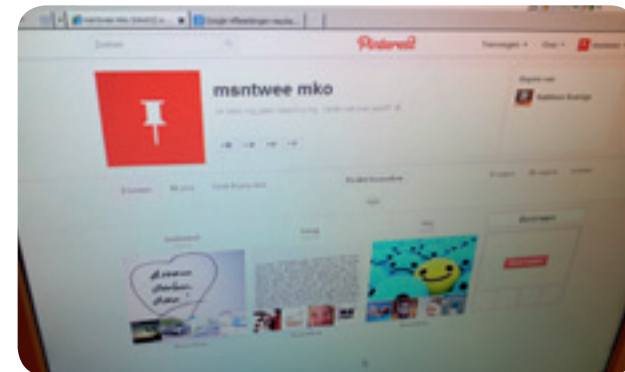
VMBO'ERS EN VLUCHTELINGEN WERKEN SAMEN

Drie vmbo-klassen van het Bahûrim College maken samen met vluchtelingen uit Ethiopië en Eritrea, die in Brielle wonen, een tentoonstelling over de betekenis van vluchten.

Tijdens een stadswandeling interviewen de leerlingen en de vluchtelingen elkaar over thema's als liefde, eten, vluchten en vrijheid. Foto's van deze tocht, en teksten uit de interviews, vormen samen een bijzondere tentoonstelling. De jongeren leren tijdens het project omgaan met sociale media. Hoe schrijf je bijvoorbeeld een goede tweet om reclame te maken voor de tentoonstelling?



1 Pauline Maas, trainer van Mijn Kind Online, vertelt over de opzet van de interviews en over de kracht van sociale media.



2 Leerlingen zoeken afbeeldingen en maken online *moodboards* over de thema's met behulp van Prezi, Glogster en Pinterest.



3 De leerlingen van het Bahûrim College en de vluchtelingen wandelen door het historische Brielle.



4 Bij een bezoek aan de molen Vliegend Hert krijgen ze uitleg van de molenaar.



5 Tijdens de wandeling ontstaan mooie gesprekken over elkaars leven.



6 De jongeren stellen vragen aan de vluchtelingen over thema's als familie, angst, vluchten, dromen, vrede en vrijheid.



7 In groepjes gaan de leerlingen op zoek naar Twitternamen van de pers en van tv- en radioprogramma's.



9 De jongeren hopen dat er door de (Twitter)reclame veel bezoekers naar de tentoonstelling komen.



11 Een van de panelen toont het Ethiopische Timkatfestival: het vieren van de doop van Jezus door Johannes de Doper.



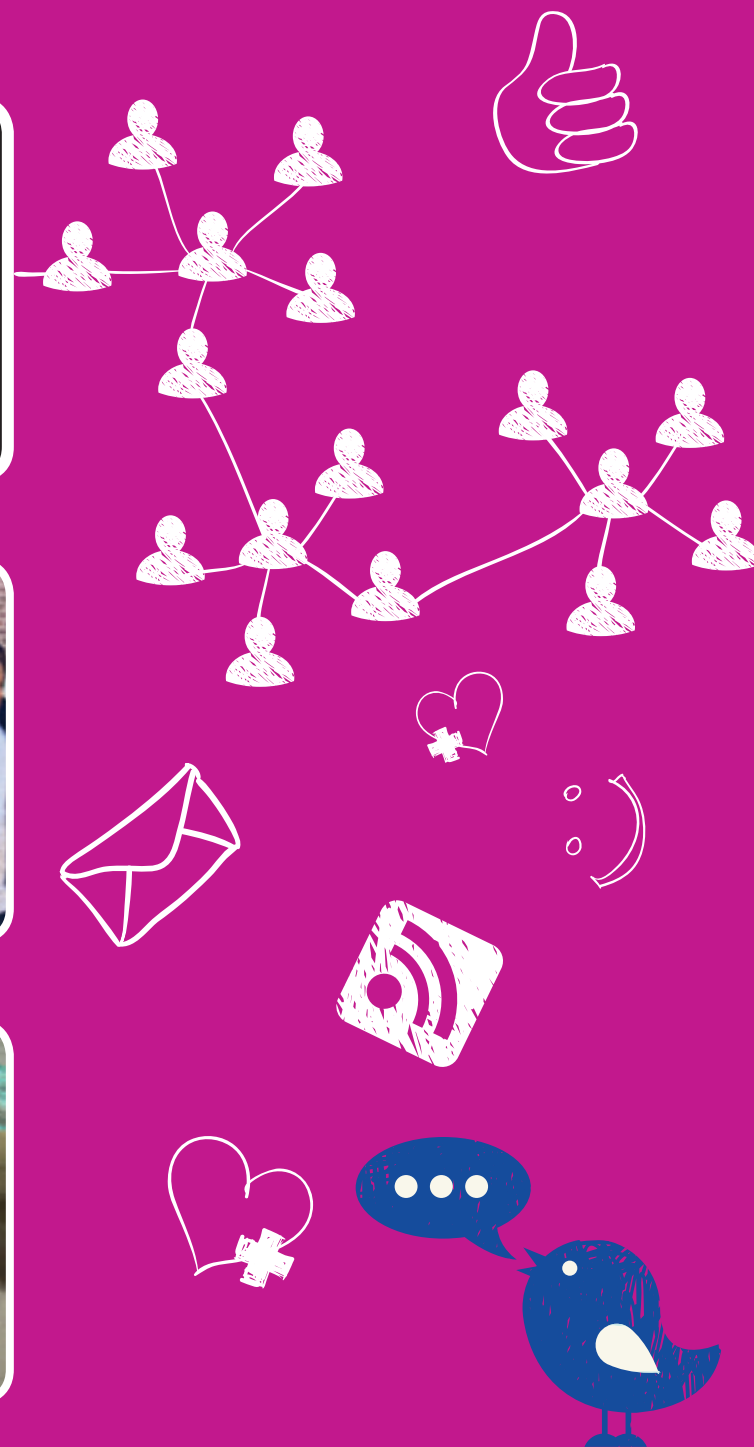
8 Op Twitter en op papier kondigen ze de tentoonstelling 'Van asiel naar Asylplein' aan.



10 De burgemeester opent de tentoonstelling. De leerlingen en vluchtelingen zijn erbij om vragen te beantwoorden.



12 De geslaagde samenwerking vieren ze gezamenlijk met eten en dansen.



BRUGKLASSERS ADVISEREN LOKALE ONDERNEMERS

Op het Kennemer Lyceum in Overveen helpen 180 brugklassers ondernemers aan meer klanten met behulp van sociale media.

De ondernemers bepalen wat zij het advies of de acties waard vinden. Dat geld gaat naar een goed doel van de 1%Club. Hiernaast zie je onder meer hoe ze een lipdub maken. Je kunt het filmpje bekijken op stmko.nl/dieseko.



❶ Freek Zwanenberg, trainer van Mijn Kind Online, vertelt een inspirerend verhaal over de kracht van sociale media.



❷ Na de intakegesprekken met de lokale ondernemers gaan de leerlingen brainstormen over mogelijke acties.



❸ In groepjes werken de brugklassers hun ideeën uit, bijvoorbeeld het maken van een filmpje voor de tearoom 'Bij Babette'.



❹ Iedereen gaat geconcentreerd aan de slag. Er worden zelfs nieuwe logo's ontworpen.



❺ Een mooie slogan voor belastingadvieskantoor Zeven cs: Zeven cs reken maar van yes!



❻ Tijd om de acties en adviezen te presenteren aan de groep.



7 Een groep gaat naar Dieseko, een bedrijf in hydraulische trilboren, om de lipdub die ze hebben bedacht echt op te nemen.



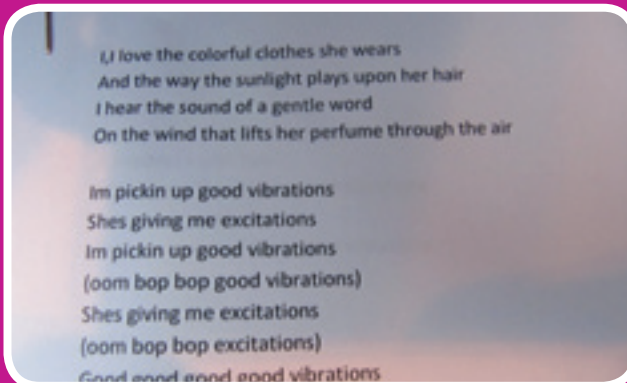
9 Nog even oefenen en dan is het tijd om te beginnen.



11 En actie!



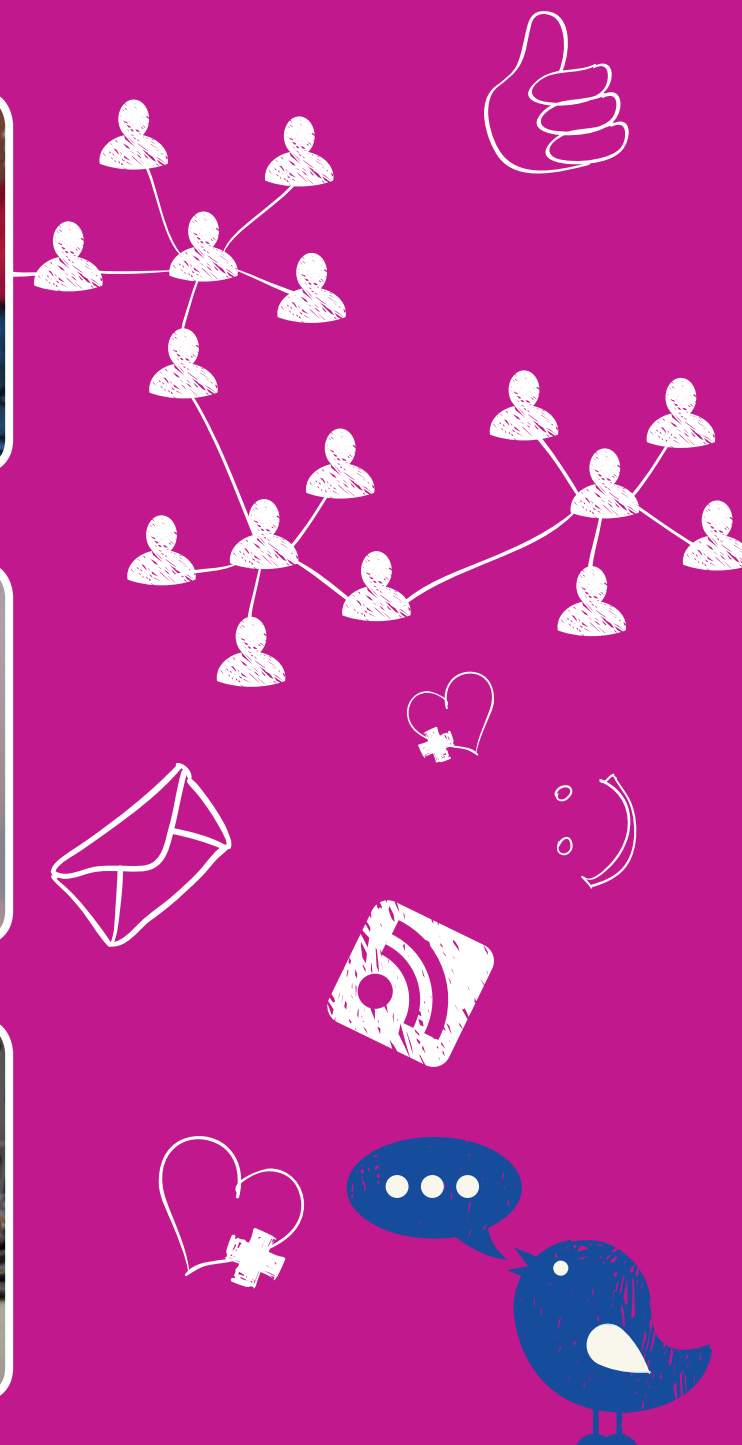
8 Dieseko heeft alles goed geregeld: de bus, de lunch en een professionele cameraman.



10 Kent iedereen zijn rol?



12 Ook de werknemers doen enthousiast mee. Kortom, een geslaagde dag voor iedereen.



TIENERS OVER SOCIALE MEDIA

Naam: Leroy

Leeftijd: 12 jaar

Woonplaats: Breda

School: Openbare scholengemeenschap

Graaf Engelbrecht, Breda

Zelfgemaakt:

Website, zie stmko.nl/leroy



Droom: 'Ik wil profvoetballer worden of zelf een beroemde website bedenken, zoals Twitter of Facebook.'



Leroy (12) maakt met zijn klas een Twitter-account, Facebookpagina en website voor een bloemist uit Zundert. Leroy helpt anderen graag. Voor zijn broertje, dat net vanwege gedragsproblemen uit huis is geplaatst, maakte hij een gratis Habbo-account.

'Ik wil zelf een beroemde website bedenken, zoals Facebook of Twitter.'



e kregen beelden te zien van een kind dat heel ziek was, het had energietekort. Daar wilde mijn klas zich helemaal voor inzetten, want dat vinden we best zierig. Die kinderen hebben goede medicijnen nodig. We helpen nu een ondernemer en als hij tevreden is, geeft hij geld aan ons goede doel, Join4energy.

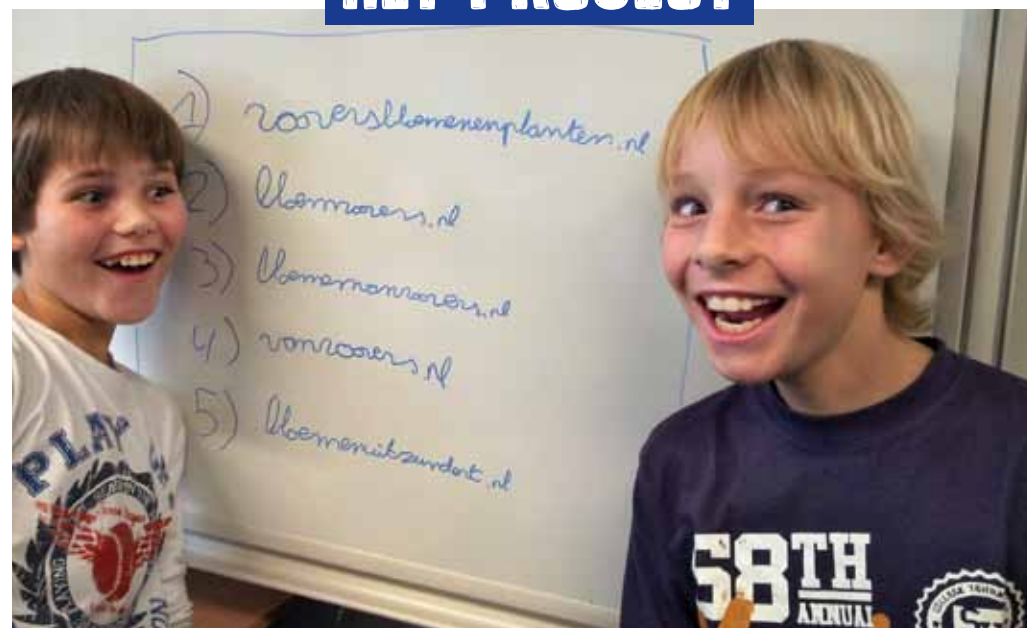
Meneer Roovers verkoopt bloemen en planten in Zundert. Hij heeft nog geen site, geen Twitter en geen Facebook. Ik vroeg hem wat hij allemaal wil op zijn Twitteraccount en vertelde dat hij Twitterbingo kan doen. Of dat de eerste vijftig volgers een prijsje winnen en op Facebook de eerste vijftig *likes*. Ik denk dat het werkt. Het kost weinig moeite om een account aan te maken en het levert goede reclame op. De rapper Ystijd bijvoorbeeld geeft truien weg via Twitter. Er zijn vast mensen die van bloemen houden en meneer Roovers gaan volgen."

Twitteren

"Ik twitter veel met vrienden, we promoten elkaar bijvoorbeeld om meer volgers te krijgen. Ik heb er nu 72. Ik twitter wat het huiswerk voor de volgende dag is, of 'Kom voetballen'. Die ondernemer vroeg: 'Wat zou ongeveer haalbaar zijn aan tweets per dag of posts op Facebook?' Wij zeiden: '25'. Dat heb ik in een kwartiertje voor elkaar. Maar ik twitter dan ook de hele tijd door, en dan een paar uur niet als ik op school zit. Gisteren twitterde ik dat ik een website ging maken voor games via webs.com. Dan krijg ik terug: 'Succes!' En als ik klaar ben twitter ik de link.



HET PROJECT





Meneer Roovers
in de klas.

Zo is de site geworden.



“Die ondernemer vroeg: ‘Wat zou ongeveer haalbaar zijn aan tweets per dag of posts op Facebook?’ Wij zeiden: ‘25.’”

Ik gebruik sociale media vooral om te posten wat ik aan het doen ben. Zo houd ik contact met vrienden. Maar ik heb laatst nieuwe accounts aangeemaakt voor MSN en Hyves. Er waren mensen die ruzie begonnen te zoeken. Ik vind dat niet erg, maar als ik erop inga krijg ik problemen. Op mijn vorige school werd ik gepest. Toen heb ik een keer iemand zo hard geslagen dat ik geschorst ben. Nu heb ik alles vernieuwd en de instellingen veranderd, en heb ik geen driehonderd maar honderd vrienden op Hyves, alleen echte vrienden en familie.”

Thuisituatie

“Mijn moeder is huisvrouw, mijn vader is bouwvakker en ik heb nog een broertje van zes. Ik steun mijn ouders want mijn broertje van tien is net uit huis geplaatst. Mijn ouders konden hem niet meer aan. Hij heeft ADHD net als ik, maar dan in een agressieve vorm. Zelfs de dokter vond hem speciaal. Hij is al drie keer eerder uit huis gegaan, maar nu gaat hij voor eeuwig. Hij wil het zelf ook. Hier heeft hij geen vrienden, alleen de computer. Mijn broertje speelt veel Habbo. Ik heb voor hem een eigen Habbo gemaakt met gratis credits. Hij heeft de server meegekregen naar het internaat. Mij geeft het meer rust nu hij het huis uit is. Voor mijn ouders is het moeilijk, het blijft hun zoon. Maar voor hem is het ook fijner, daar heeft hij meer vrienden. Als mijn moeder het moeilijk heeft, gaat ze soms MSN'en met een goede vriendin en ruim ik bijvoorbeeld de vaatwasser in. De laatste tijd denk ik er niet meer zoveel aan om mijn moeder te helpen, ik heb het veel te druk met huiswerk. Mijn moeder denkt dan dat ik zit te niks, maar ik moet echt meer doen voor school.”

Droom

“Mijn droom is om later een leuk gezin te hebben, veel plezier in mijn leven en veel liefde. Dat heb ik altijd al gewild. Verder wil ik iets doen met sport of computers. Ik wil profvoetballer worden of zelf een beroemde website bedenken, zoals Twitter of Facebook.”



'Het was leuk om de klas te laten zien hoe de bloemist sociale media kan gebruiken.'





Hoofdstuk 3

Jongeren helpen ondernemers met sociale media

Hoe help je ondernemers met sociale media?

Iets goeds doen voor een ander en tegelijkertijd bezig zijn met sociale media? Dat kan wanneer leerlingen samenwerken met ondernemers. De ondernemers willen meer met sociale media, maar ze weten niet wat of hoe. De leerlingen adviseren de ondernemers daar over en, als er ruimte is, voeren ze ook een deel van dat advies uit. Wat leren jongeren hiervan? En hoe organiseer je dat als school?

Waarom kies je voor een project met ondernemers?

Voor jongeren zijn sociale media de normaalste zaak van de wereld. Voor ondernemers – van de bakker tot de zelfstandige taxichauffeur – zijn sociale media soms een ver-van-mijn-bed-show. De drempel om eraan te beginnen, kan hoog zijn. Door samen te werken, steken ondernemers wat op van digitaal actieve leerlingen, terwijl de jongeren leren wat er bij ondernemen komt kijken. Ook worden jongeren gestimuleerd om sociale media op een andere manier in te zetten dan ze gewend zijn. Wat de leerlingen tijdens het project doen, heeft ‘echte’ waarde: ze adviseren een volwassene, die daar voordeel bij heeft.

Hoe kom je aan ondernemers?

Denk aan de ondernemers in de buurt. De bloemist op de hoek, de fitnesstrainer, de autoverkoper, het zijn vaak kleine zelfstandigen die nieuwe klanten goed kunnen gebruiken. Hoe kunnen jouw leerlingen hen met gebruik van sociale media aan een grotere klantenkring helpen?

Je kunt ook grote ondernemingen benaderen: bedrijven die landelijke bekendheid genieten. Misschien hebben deze bedrijven eigenlijk geen advies meer nodig, en gebruiken ze sociale media al heel effectief. Dan vinden ze het wellicht toch interessant om met jongeren in gesprek te komen, en geven ze de leerlingen nieuwe kennis mee.

Praktijkvoorbeeld

Op het Kennemer Lyceum in Overveen en het Graaf Engelbrecht College in Breda hebben brugklassers hun creativiteit al ingezet om lokale ondernemers te helpen. Ze interviewden de ondernemers om er achter te komen hoe ze sociale media kunnen gebruiken voor hun eigen zaak. De ondernemers beoordeelden vervolgens de producten (promotiefilmpje, lipdub e.d.) die de leerlingen maakten, en het adviesrapport dat ze stuurden. Daar betaalden de ondernemers voor wat ze het waard vonden. Dat bedrag ging naar het (door de school gekozen) goede doel. Zo help je het goede doel, de ondernemer en de leerling. Alles in één project.

Hoe pak je zo’n project in de praktijk aan? Je kunt hiervoor het stappenplan (zie hoofdstuk 1) gebruiken. De indeling van de activiteiten kan er als volgt uitzien:

Dag 1

- Inspireer de leerlingen over de kracht van sociale media.
- Presenteer het goede doel. Dat kan zijn: de ondernemer in de buurt, die meer klanten nodig heeft. Of het geld dat de ondernemer voor het advies geeft, gaat bijvoorbeeld naar Unicef of naar nieuwe apparatuur voor het muzieklokaal.
- Laat de leerlingen:
 - een intakegesprek houden met de ondernemer, bij voorkeur in de klas;
 - de Facebookpagina’s, het Twitteraccount en de website

van de ondernemer onder de loep nemen, en brainstormen over mogelijke verbeteringen en nieuwe ideeën. Als de ondernemer nog geen sociale media gebruikt, laat ze bedenken wat de mogelijkheden zijn;

- hun ideeën pitchen aan elkaar;
- een plan van aanpak maken.

Dag 2:

- Ga verder in op de mogelijkheden van Facebook, Twitter en andere sociale media.
- Laat de leerlingen:
 - in groepjes werken aan hun producten (zoals bijvoorbeeld een promotiefilmpje of een lipdub) en hun adviezen noteren;
 - alle adviezen en producten verwerken in één adviesrapport;
 - een mail naar de ondernemer schrijven en met het adviesrapport als bijlage versturen;
 - hun adviezen en producten presenteren. Het is leuk als de ondernemers daar bij kunnen zijn.

Tip: Gebruik het werkboek

Om de jongeren goed te begeleiden, kun je het werkboek ‘Goed Doen 2.0 met ondernemers’ gebruiken, zie pagina 49 t/m 63. De leerlingen voeren dan het project uit aan de hand van het boekje. Uiteraard kun je elk onderdeel aanpassen aan en aanvullen met je eigen ideeën.

WAT VINDEN DE ONDERNEMERS?

Je kunt een afsluitende les houden om de reactie van de ondernemers te bespreken. De deelnemende ondernemers geven tot nu toe positieve reacties. Nicky Janse bijvoorbeeld, gewichtsconsulente uit Haarlem, vertelt over de adviezen die de leerlingen van het Kennemer Lyceum gaven: "Waar ik echt iets aan gehad heb, zijn de tips voor Twitter. Een van mijn tweets was: 'Groene smoothie vanochtend met spinazie, sinaasappel, appel, banaan en water smaakte uitstekend en gaf energie. Nadeel: snel weer trek!' De leerlingen bedachten een prachtig alternatief. Ze zeiden dat een betere tweet zou zijn: 'Groene smoothie gegeten met spinazie, sinaasappel, appel, banaan en water. Smaakte prima en gaf energie. Zelf maken? <http://www.sochicken.nl/lichaam/groene-smoothies.html> #recept.' Dan wordt het een bericht dat anderen wellicht willen delen, waardoor ik meer volgers kan krijgen. Super! Ook voor Facebook hadden ze een leuke tip. Maak een slogan, bijvoorbeeld: 'Dik zijn biedt geen kansen, dus ga snel naar Nicky Janse'. Momenteel ben ik bezig met het organiseren van een wekelijkse vrouwenloopgroep in een prachtig natuurgebied. Daarvoor heb ik de slogan gebruikt: 'Fit zijn biedt meer kansen, dus loop mee met Nicky Janse.' Ze gaven me ook tips om anderen te volgen via Twitter en Facebook, bijvoorbeeld een bekende afvalconsulent. En dat het goed zou zijn als cliënten recensies achter kunnen laten op mijn site. Ook deze tips heb ik ter harte genomen. Het project heeft er vooral voor gezorgd dat ik weer met aandacht heb gekeken naar waar ik mee bezig ben en wat ik wil bereiken. Een mooi resultaat!"



WAT VINDEN DE SCHOLEN?

De scholen die hebben meegedaan, reageren enthousiast op het project. Docenten vertellen bijvoorbeeld dat het hun relatie met de leerlingen heeft verrijkt.



Jan-Willem Theeuwes, docent informatiekunde en scheikunde op het Kennemer Lyceum:

"In dit project heb ik de leerlingen veel intensiever leren kennen. Ik ben dichterbij hun belevingswereld gekomen en heb hen zien groeien. Er kwamen vaardigheden aan het licht die je tijdens de 'gewone' les minder goed ziet. Zo zag ik leerlingen die heel goed luisterden en oog hadden voor het werk van een volwassene, de ondernemer. En leerlingen die geconcentreerd samen brainstormden en tot ludieke acties kwamen. Ik kwam er ook achter dat sommige leerlingen bijzondere ICT-kwaliteiten hebben. Zelf was ik regelmatig druk bezig met de organisatie, maar de momenten samen met de leerlingen waren voor mij stimulerend. Ik kreeg er energie van."

Patricia van Slobbe, afdelingsleider van de brugklas op het Graaf Engelbrecht College:

"Het was fantastisch om te zien hoe de creatieve ideeën van de leerlingen tot leven kwamen. Voor een flashmob werd ik ingezet: ik moest een auto ophalen. *That's it!* De rest hebben de leerlingen allemaal zelf geregeld. Zo hebben zij contact gelegd met winkeliers, gezorgd voor sleutels van gesloten hekken, foldermateriaal gemaakt, choreografie ontworpen, cameraman geregeld, auto geregeld én gezorgd dat alle troep (confetti in dit geval) weer keurig na afloop werd opgeruimd. Zo blijkt maar weer eens dat leerlingen van twaalf al heel veel kunnen! Hen de vrijheid en het vertrouwen geven, resulteerde in bovengemiddelde prestaties en ik was trots als een pauw." Zie ook het filmpje stmko.nl/engelbrecht.

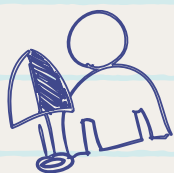
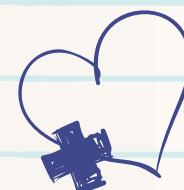
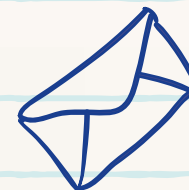
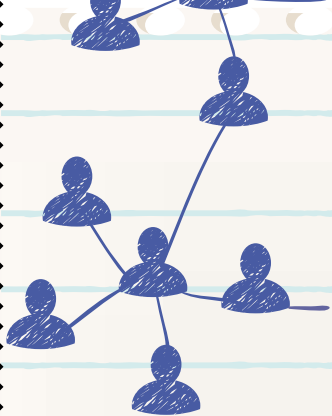


WERKBOEK

GOED DOEN

2.0

MET ONDERNEMERS



1. INTAKEGESPREK MET DE ONDERNEMER

Belangrijk voor je begint

- Wie schrijft de antwoorden van de ondernemer op?

- Als iets niet duidelijk is, vraag het dan gewoon nog een keer.
- Je hebt maar heel kort de tijd en veel vragen, dus breek rustig (en beleefd) in als de ondernemer te veel praat :-).
- Neem een nieuwsgierige houding aan.
- Stel vragen die je helpen om een goed plan van aanpak te bedenken.

1. Wat voor soort bedrijf hebben jullie?

1a. Wat voor product verkopen jullie?

1b. Wat is jullie stijl? Wat willen jullie graag uitstralen naar klanten?

1c. Wie is jullie doelgroep?

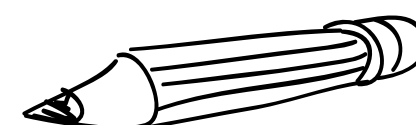
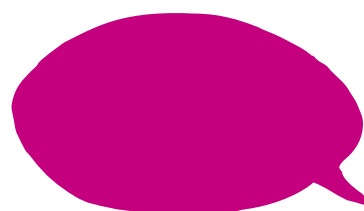
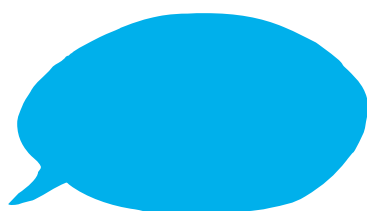
2. Hebben jullie al een idee of wens hoe wij jullie zouden kunnen helpen om jullie socialemedia-aanpak te verbeteren?

2a. Hebben jullie al een bestaande media-actie waarmee we kunnen helpen?

2b. Mogen wij uit jullie naam een Gmail-account aanmaken, om bijvoorbeeld te gebruiken voor een Twitter- of Facebookpagina?

2. Gebruiken jullie voor het bedrijf de volgende sociale media?

	Ja	Nee	Indien nee: zouden jullie dit willen?
Facebook			
Twitter			
Website			



Facebook

Stel onderstaande vragen als de ondernemer 'ja' heeft geantwoord bij 'Facebook'.	Stel onderstaande vragen als de ondernemer 'nee' heeft geantwoord bij 'Facebook' én aangeeft dit sociale medium te willen gebruiken.
Hebben jullie een groep of een pagina?	Zouden jullie een groep of pagina willen?
Hoeveel groepsleden en/of likes hebben jullie?	Hoeveel groepsleden en/of likes zouden jullie willen?
Hoe proberen jullie aan meer leden/likes te komen?	Wie zouden jullie als leden willen? Wie zou jullie moeten liken?
Plaatsen jullie vaak updates?	Hoe vaak willen / kunnen jullie updates plaatsen?
In hoeverre / hoe reageren jullie op (negatieve) reacties?	

Website

Stel onderstaande vragen als de ondernemer 'ja' heeft geantwoord bij 'website'.	Stel onderstaande vragen als de ondernemer 'nee' heeft geantwoord bij 'website' én aangeeft dit medium te willen gebruiken.
Welke informatie is erop te vinden?	Welke informatie moet erop te vinden zijn?
Wat willen jullie uitdragen via jullie website?	Wat zouden jullie willen uitdragen via de website?
In hoeverre zijn sociale media geïntegreerd in jullie website?	Willen jullie sociale media integreren op de website?
Wordt de website dagelijks bijgehouden?	Willen jullie de website dagelijks bijhouden?

Twitter

Stel onderstaande vragen als de ondernemer 'ja' heeft geantwoord bij 'Twitter'.	Stel onderstaande vragen als de ondernemer 'nee' heeft geantwoord hierboven bij 'Twitter' én aangeeft dit sociale medium te willen gebruiken.
Hebben jullie één account voor het bedrijf of twitteren individuele werknemers ook?	Willen jullie één account voor het bedrijf of twitteren alleen individuele werknemers?
Hoeveel volgers hebben jullie? Wie volgen jullie zelf?	Hoeveel volgers zouden jullie willen? Wie willen jullie zelf volgen?
Hoeveel tweets posten jullie per dag?	Hoeveel tweets willen jullie posten per dag?
Wat is de inhoud van jullie tweets?	Wat voor soort berichten willen jullie tweeten?
Worden jullie wel eens geretweet?	

2. TIPS & TRUCS VOOR BEDRIJVEN

HOE KOM JE AAN MEER AANDACHT, VOLGERS, OF LIKES? GEBRUIK DE 4 G'S!

→ Zorg voor **G**rappige posts:

Humor doet het altijd goed op de sociale media. En natuurlijk geen flauwe Belgenmoppen, maar zorg dat je regelmatig een filmpje/plaatje deelt dat onweerstaanbaar komisch is. En dan gekoppeld aan je bedrijf. Wat je vaak ziet, is een bewerkte foto van een komische situatie of persoon, soms met een grappige tekst erbij.

→ Post dingen die '**G**roots' zijn:

Mensen zullen eerder iets van je 'sharen' of 'liken' als ze een gevoel van WAUW hebben. Het is dan ook slim om je reclame aan te laten sluiten bij dingen in het nieuws (bijvoorbeeld het WK voetbal), of bijvoorbeeld iets indrukwekkends in de natuur.

→ Denk ook aan de **G**roep:

Betrek als bedrijf je volgers en geïnteresseerden bij je product of dienst. Vraag regelmatig via Twitter of Facebook de mening van mensen over bijvoorbeeld je nieuwe website, je stijl. Zorg dat mensen voelen dat ze ook invloed hebben op je bedrijf. Ga het gesprek aan, geef mensen het gevoel dat ze erbij horen.

→ Zorg dat je **G**ratias dingen aanbiedt:

Gratis is het toverwoord op sociale media. Zorg dat je grappige acties verzint via Twitter of Facebook, waarbij je iets gratis uitdeelt bij zoveel *likes* of *shares*: tickets voor een concert, je product, een T-shirt etc.

BE POSITIVE

- Presenteer jezelf altijd op een positieve manier, gebruik net taalgebruik (zeker als de doelgroep volwassenen is).
- Reageer niet geërgerd op negatieve reacties, blijf redelijk en begripvol.
- Houd rekening met de privacy van mensen, post niet zomaar ongevraagd foto's of filmpjes!
- Beloon volgers en/of supporters met veel respect en reageer altijd op aanmoedigende opmerkingen.
- Wees niet te verlegen, sociale media nodigen uit tot heel direct contact, ook met 'bekende' mensen!

FACEBOOK

- Start een aparte Facebookgroep of -pagina voor je bedrijf.
- Plaats updates, foto's, video's en informatie over je bedrijf.
- Zorg dat zoveel mogelijk mensen lid worden van je groep of je pagina 'liken'.
- Ga het gesprek aan: reageer op reacties van anderen.
- Roep op om de acties die je bedenkt te verspreiden.

TWITTER

- Zorg dat je een actief Twitteraccount hebt, waar regelmatig updates op staan.
- Zorg voor een aansprekende naam en 'bio'.
- Probeer meer volgers te krijgen door interessante, grappige of spectaculaire informatie te delen (zie 4 G's).
- Ga echter nooit smeken om volgers.
- Verzin originele Twitteracties: een Twitterbingo, een prijs voor elke 100ste volger etc.

VIND DE SPIDERS

- Spiders zijn de spinnen in het web, mensen die online gigantische netwerken hebben, veel volgers en veel retweets.
- Kijk in je eigen omgeving of er spiders zijn, en probeer ze enthousiast te krijgen.
- Bestudeer het online gedrag van spiders, leerzaam!

YOUTUBE

- YouTube is ideaal om video's te plaatsen waarin je bedrijf op een originele manier naar voren komt.
- Zorg dat je een eigen kanaal hebt, waar je promotievideo's plaatst, maar ook video's van feestelijke gebeurtenissen zoals een opening, of een verslag van een actiedag enz.
- Reageer ook op andere video's, bijvoorbeeld van vergelijkbare bedrijven, maak contact!

3. BRAINSTORM

A Bespreek het interview dat jullie net hebben gehouden. Wat waren de antwoorden van de ondernemer? Hebben jullie nu een beeld van het bedrijf en hun media? Waar had de ondernemer behoefte aan?

B Houd nu een brainstorm: op wat voor manieren kunnen jullie deze ondernemer helpen? Neem onderstaande matrix over op een groot vel papier. Gebruik de matrix om ideeën te noteren. Een idee dat heel goed te doen is (haalbaarheid), en ook veel effect (impact) heeft, komt dus rechtsboven!

C Twee groepen leerlingen gaan aan de slag met het kritisch bekijken van de online activiteiten van het bedrijf (Facebook, Twitter, website).

	Veel impact
Haalbaarheid (laag)	 Haalbaarheid (hoog)
	Weinig impact

4. MEDIA-AANPAK VAN DE ONDERNEMER

Hierna kunnen jullie een aantal tips bedenken om de media-aanpak van jullie ondernemer te verbeteren. Verdeel iedereen in subgroepjes: Twitter, Facebook, website. Bezoek voordat je begint eerst het Twitter- of Facebookaccount en de website van het bedrijf en bespreek met elkaar wat je ervan vindt: tips en tops. Daarna kunnen jullie je buigen over volgende vragen:

Tips voor Twitter

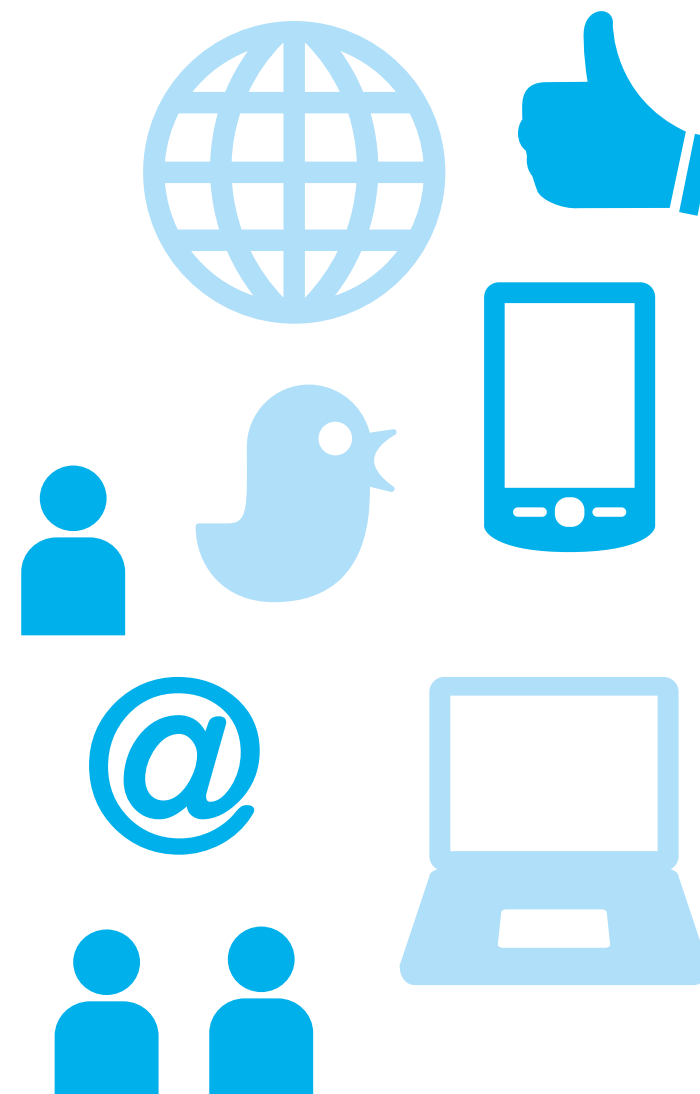
1. Onder welke naam zou de ondernemer het beste kunnen twitteren?
2. Welke profielfoto past er goed bij?
3. Welke omschrijving moet er bij het profiel komen?
4. Zoek minimaal 20 mensen die de ondernemer zou kunnen volgen?
5. Verzin 10 goede tweets die hij of zij zou kunnen sturen (met de juiste # etc.).
6. Wie zijn spiders voor dit bedrijf?

Tips voor Facebook

1. Onder welke naam zou je de Facebookpagina het beste kunnen aanmaken?
2. Welke profielfoto past er goed bij?
3. En welke omslagfoto is passend?
4. Welke omschrijving kan de ondernemer bij de Facebookpagina schrijven?
5. Schrijf een Facebookreclame voor dit bedrijf, en zoek een geschikte afbeelding.
6. Zoek een tiental afbeeldingen die de ondernemer op zijn of haar pagina kan zetten.
7. Welke 'vrienden' zou hij of zij moeten maken?
8. Verzin 10 goede updates voor de pagina.

Tips voor de website

1. Is de website eenvoudig te vinden?
2. Wat is je indruk?
3. Wat kan beter?
4. Wat zou jij willen toevoegen?
5. Welke afbeeldingen en filmpjes kun je toevoegen?
6. Staan er links naar sociale media op de website?
7. Zou er eventueel een nieuw logo ontworpen moeten worden? Hebben jullie tips?
8. Nog meer tips?



5. ALGEMENE TIPS

TWITTER

- Bedenk met je groepje een mooie tweet die reclame maakt voor je bedrijf, en zorg dat alle leerlingen die retweeten.
- Zoek op Twitter naar mogelijke nieuwe volgers voor jouw ondernemer, en nodig deze mensen uit om het bedrijf te volgen.
- Retweet tweets van het bedrijf.
- Bedenk een originele Twitterreclameactie voor je bedrijf.

FACEBOOK

- Share een bestaande Facebookreclame van je bedrijf.
- Maak een Facebookgroep aan als aparte reclameactie voor je bedrijf.
- Maak een Facebook-event aan als je een bepaalde actie wilt doen.
- Bedenk een pakkende Facebookreclamecampagne voor je bedrijf.
- Reageer positief op Facebookposts van je bedrijf.

WEES CREATIEF

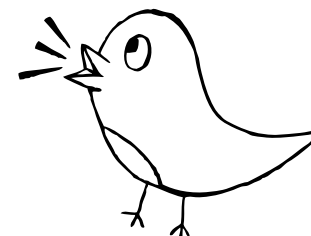
- Maak een mooie reclameposter.
- Bedenk pakkende slogans voor je bedrijf.
- Ontwerp een nieuw logo, bijvoorbeeld speciaal voor een reclameactie.
- Maak een fotocollage van de producten of diensten van je bedrijf, en plaats daar pakkende reclameteksten bij.

ORGANISEER EEN FLASHMOB

- Zorg voor een drukke locatie, leuke kleren, duidelijk promotiemateriaal, een camera, en natuurlijk dansers die danspassen hebben ingestudeerd.
- Maak van tevoren een geluidsopname met ingesproken instructies.
- Maak een mooie uitnodiging en een Facebook-event, nodig zoveel mogelijk mensen uit.

MAAK EEN VIRAL VIDEO

- Maak een heel kort (max. 2 minuten) promotiefilmpje voor je bedrijf, dat zo spectaculair, ontroerend of hilarisch is, dat iedereen dit verder verspreidt.
- Verwerk je boodschap (je reclame dus) er heel subtiel in.
- Doe er alles aan om zoveel mogelijk views voor je *viral* te krijgen! Stuur iedereen de link naar de video, en vraag mensen om deze meerdere keren te bekijken.
- Zorg dat zoveel mogelijk mensen de video 'leuk' vinden, en dat er positieve opmerkingen onder de video komen te staan.



6. ADVIESRAPPORT VOOR DE ONDERNEMER

Hieronder kunnen jullie een aantal adviezen geven om de media-aanpak van jullie ondernemer te verbeteren. Schrijf dit op in een Word-document dat je eenvoudig kunt mailen naar jullie bedrijf (voorbeeld van de e-mail staat een paar pagina's verderop). Verzamel alle linken van de andere groepen en verwerk dit tot een mooi, compleet adviesrapport voor de ondernemer.

1. Naam van het bedrijf:

.....

2. Wat waren de vragen van het bedrijf?

1.....

2.....

3.....

4.....

3. Wat was het beste idee per brainstormgroepje?

1.....

2.....

3.....

4. Welke leuke ideeën hebben jullie uitgewerkt?

1.....

2.....

3.....



7. TIPS VOOR TWITTER

1) Bekijk eerst de tips bij de onderdelen 2 en 4.

2) Onder welke naam zou de ondernemer het beste kunnen twitteren?

3) Welke profielfoto past er het beste bij?

4) Welke omschrijving past bij het profiel?

5) Zoek minimaal 10 mensen die de ondernemer zou kunnen volgen?

1.....

2.....

3.....

4.....

5.....

6.....

7.....

8.....

9.....

10.....

6) Verzin 5 goede tweets die de ondernemer zou kunnen sturen (met de juiste # en gebruik de maximaal 140 tekens van Twitter).

Denk daarbij aan de 4G's (van grappig, groep, gratis, groots).

1.....

2.....

3.....

4.....

5.....

7) Noem 5 spiders voor dit bedrijf.

1.....

2.....

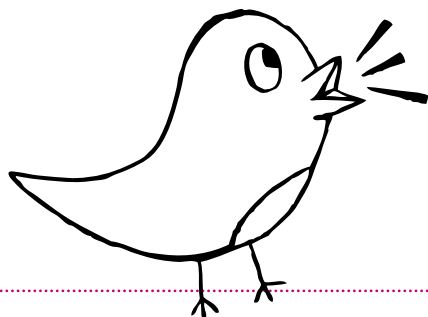
3.....

4.....

5.....

8) Zet je resultaten voor de ondernemer in een Lino, Glogster, Prezi of Animoto.

9) Geef de link daarvan door aan de projectleider van je groep.



8. TIPS VOOR FACEBOOK

- 1) Bekijk eerst de tips bij de onderdelen 2 en 4.
- 2) Onder welke naam zou je de Facebookpagina kunnen aanmaken?
- 3) Welke profielfoto past er goed bij?
- 4) Welke omslagfoto is passend?
- 5) Welke omschrijving kan de ondernemer bij de Facebookpagina schrijven?
- 6) Maak een Facebookboodschap voor dit bedrijf met een geschikte afbeelding of een filmpje.
- 7) Zoek een vijftal afbeeldingen of filmpjes die de ondernemer op zijn of haar Facebook kan zetten.
- 8) Welke 10 'vrienden' zou hij of zij kunnen maken?

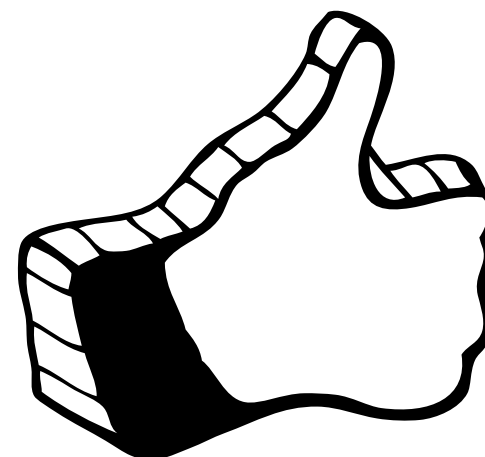
- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10

- 9) Verzin 5 goede updates voor de pagina.

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

- 10) Zet je resultaten voor de ondernemer in een Lino. Glogster, Prezi of Animoto.

- 11) Geef de link daarvan door aan de projectleider van je groep.

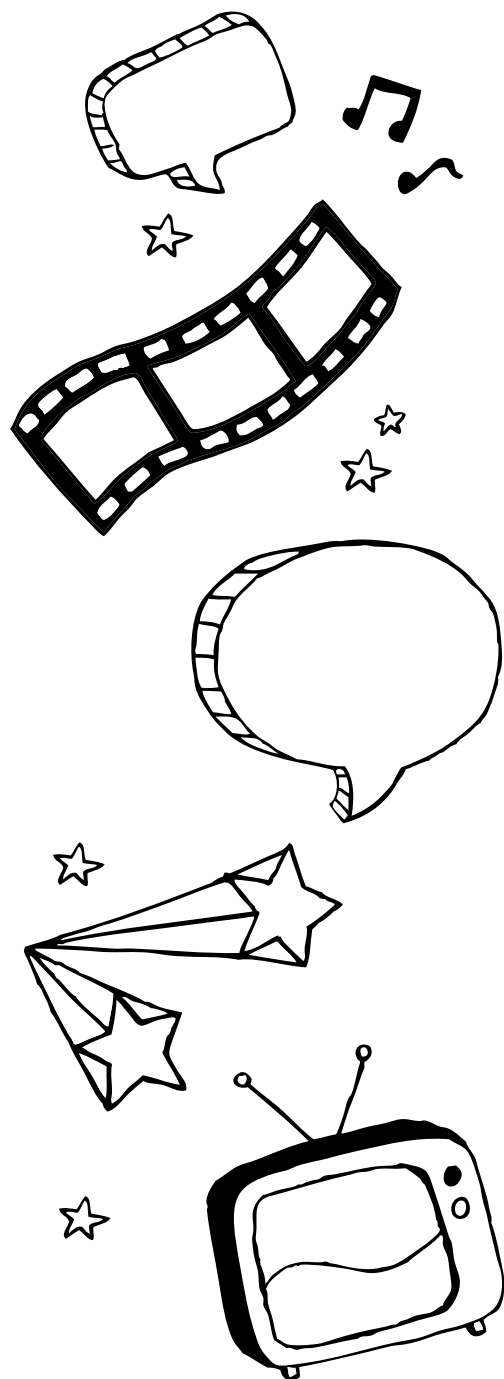


9. TIPS VOOR DE WEBSITE

- 1) Bekijk eerst de tips van de onderdelen 2 en 4.
- 2) Is de website eenvoudig te vinden?
- 3) Wat is je indruk?
- 4) Wat kan beter?
- 5) Wat zou jij willen toevoegen?
- 6) Zijn er afbeeldingen of filmpjes die toegevoegd kunnen worden?
- 7) Staan er links op de website naar sociale media?
- 8) Zou er eventueel een nieuw logo ontworpen moeten worden? Hebben jullie tips?
- 9) Nog meer tips?

- 10) Zet je resultaten voor de ondernemer in een Lino, Glogster, Prezi of Animoto.
- 11) Geef de link daarvan door aan de projectleider van je groep.





10. FILM MAKEN VOOR DE ONDERNEMER

TECHNIEK

- Een **GOEDE CAMERA** is belangrijk! Veel compactcamera's maken al HD-opnames, dus dat is prima. Het kan ook met een smartphone als je niks anders hebt.
- Eventueel kun je ook het **GELUID APART OPNEMEN**, dan heb je een beter resultaat.
- Denk ook na over de **BELICHTING**: is alles goed te zien?
- Vergeet de accu's niet op te laden.
- Vergeet je SD-kaartje niet leeg te maken.

TAAKVERDELING

Het is handig om de volgende rollen te verdelen.

@REGISSEUR: heeft de leiding.

@CAMERAMAN/-VROUW: houdt zich alleen bezig met filmen. Mogen ook twee of meer leerlingen zijn.

@ACTEURS: zonder acteurs geen filmpje!

@TECHNEUTEN: leerlingen die posters of decorstukken maken, en zorgen dat de **FILMSET** er goed uitziet.

@EDITERS: leerlingen die filmpjes kunnen bewerken en uploaden naar YouTube.

INHOUD

- 1 Houd het **KORT**. 1 of 2 minuten is lang genoeg voor een filmpje.
- 2 Zorg dat je **BOODSCHAP** zo duidelijk mogelijk over komt.
- 3 Zorg dat het filmpje **GRAPPIG**, **SPECTACULAIR** of **ONTROEREND** is.
- 4 Wie is je **DOELGROEP**? Voor volwassenen pak je het anders aan dan voor kinderen en jongeren.
- 5 Maak een **STORYBOARD**: teken de filmscènes van tevoren om tijd te besparen.

OPNAMES BEWERKEN/EDITEN

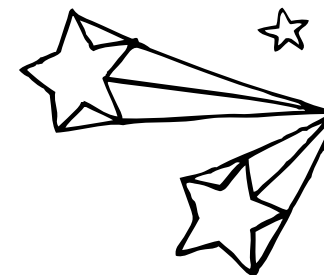
- Gebruik Windows Moviemaker op de pc of iMovie op de Mac.
- Denk niet te lang na, anders ben je uren bezig!
- Gebruik alleen de **ALLERLEUKSTE** beelden, dan wordt het niet saai.
- Voeg leuke **ONDERTITELS** toe.
- Zet er een **COOL MUZIEKJE** onder.

LOSSE TIPS

- Houd de camera **STIL**.
- Maak niet te veel opnames, dat kost alleen maar veel tijd om te bewerken.
- Probeer vanaf verschillende kanten te filmen: van boven, van onderen, ver weg, dichtbij enz.

UPLOADEN NAAR YOUTUBE

- Voeg een leuke **BESCHRIJVING** toe.
- Gebruik de juiste **TAGS**.
- Kopieer de URL en...rondsturen maar naar iedereen die je kent! Via Twitter, Facebook, mail, Hyves, YouTube, schoolwebsite enz.



1. Bekijk eerst de tips bij de onderdelen 2 en 4.

2. Waar gaat de film over (denk aan de 4G's)?

.....

.....

.....

.....

3. Maak een *storyboard* van de film of actie. Beschrijf hieronder je actie of film in een aantal scènes.

4. Wat heb je allemaal nodig?

.....

.....

.....

.....

5. Taakverdeling

Regisseur	Acteurs	Cameraman/-vrouw
Editors	Muziek	Online zetten

6. Oefenen en dan pas opnemen.

7. Zorg dat het vanmiddag online staat en geef de link door aan de projectleiders.

11. MEER ACTIES VOOR DE ONDERNEMER

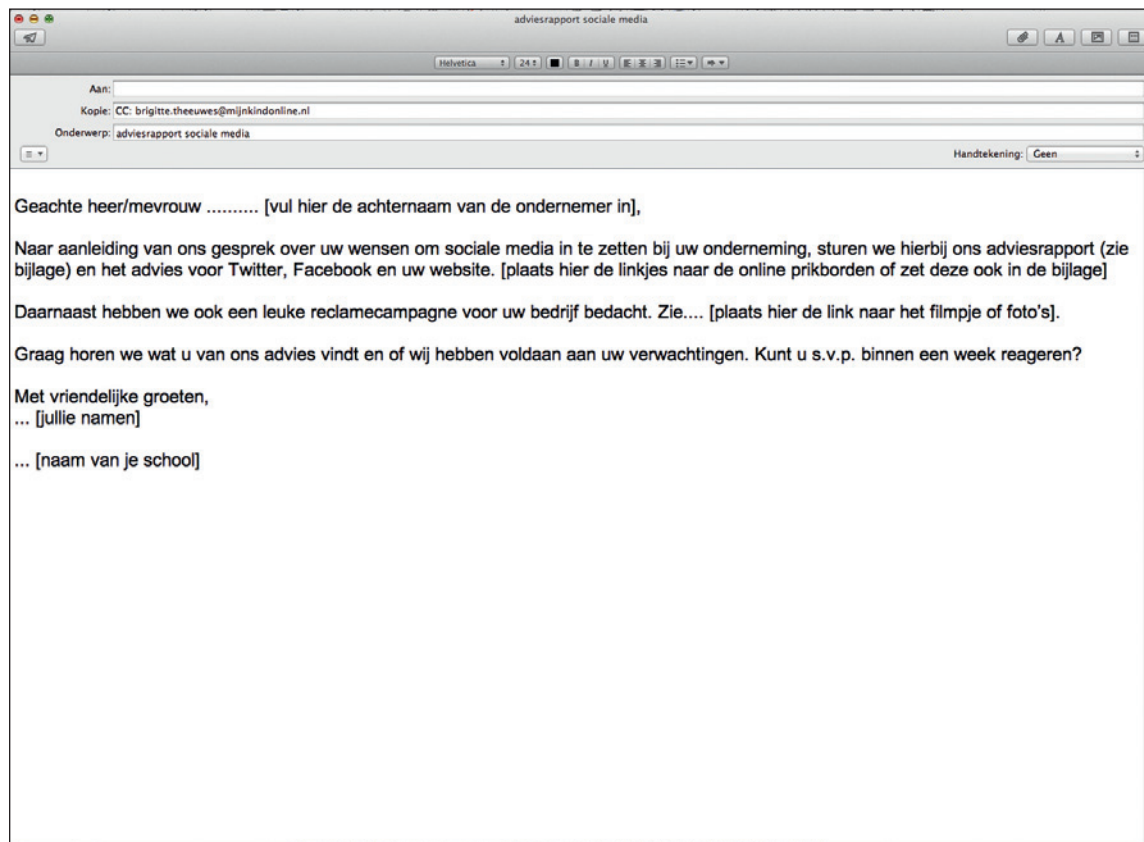
1. Bekijk eerst de tips bij de onderdelen 2 en 4.
2. Bedenk nog meer leuke (reclame)acties voor de ondernemer:

3. Zorg dat je dit op een leuke manier aan de ondernemer presenteert, bijvoorbeeld met Glogster, Lino, Prezi of Animoto.
4. Geef de link van de presentatie door aan de projectleiders.



12. E-MAIL AAN DE ONDERNEMER

Hieronder zie je een voorbeeld van de e-mail die je aan de ondernemer kunt sturen.



The screenshot shows an email client window with the title 'adviesrapport sociale media'. The email fields are filled as follows:

- Aan: [empty]
- Kopie: CC: brigitte.theeuwes@mijnkindonline.nl
- Onderwerp: adviesrapport sociale media
- Handtekening: Geen

The body of the email contains the following text:

Geachte heer/mevrouw [vul hier de achternaam van de ondernemer in],

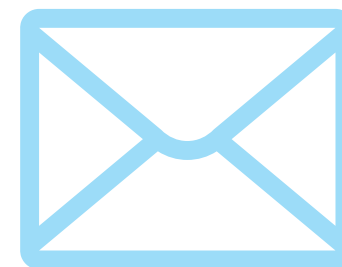
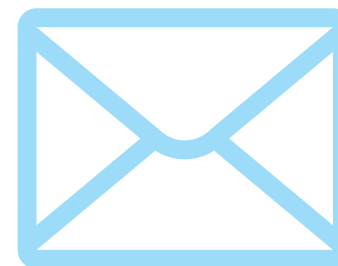
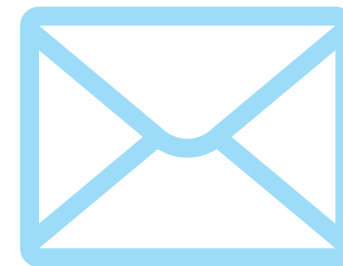
Naar aanleiding van ons gesprek over uw wensen om sociale media in te zetten bij uw onderneming, sturen we hierbij ons adviesrapport (zie bijlage) en het advies voor Twitter, Facebook en uw website. [plaats hier de linkjes naar de online prikborden of zet deze ook in de bijlage]

Daarnaast hebben we ook een leuke reclamecampagne voor uw bedrijf bedacht. Zie.... [plaats hier de link naar het filmpje of foto's].

Graag horen we wat u van ons advies vindt en of wij hebben voldaan aan uw verwachtingen. Kunt u s.v.p. binnen een week reageren?

Met vriendelijke groeten,
... [jullie namen]

... [naam van je school]



TIENERS OVER SOCIALE MEDIA

Naam: Lenthe

Leeftijd: 16 jaar

Woonplaats: Groenlo

School: Mariëndael (VSO), Arnhem

Klas: 4 vmbo, zorg & welzijn

Zelfgemaakt: Filmpjes over haar paard,
zie stmko.nl/lenthe



Droom: Veearts

'Ik droom van mijn eigen boerderij.
Dat ik uit mijn raam kijk en
dan twintig paarden door
de wei zie lopen.'



Lenthe (16) ontdekte door het project 'Sociaal met media' vooral de mogelijkheden van Facebook. In haar vrije tijd maakt ze filmpjes die ze op YouTube en Facebook zet.

'Ik kan de beelden van mijn paard vertragen of juist versnellen, en ik zet er mooie muziek onder.'



Op school heb ik meegedaan aan het project 'Sociaal met media'. We zamelden geld in voor het goede doel – de Alpe d'HuZes – met behulp van sociale media. We moesten een *mindmap* maken met onze ideeën en we maakten een Facebookpagina en Twitteraccount. Iedereen kreeg de opdracht om berichten te delen via Facebook en Twitter en in één dag hadden we meer dan honderd *likes*! Het was erg leuk om te merken dat het zo snel kan gaan.

Je gelijk kopen

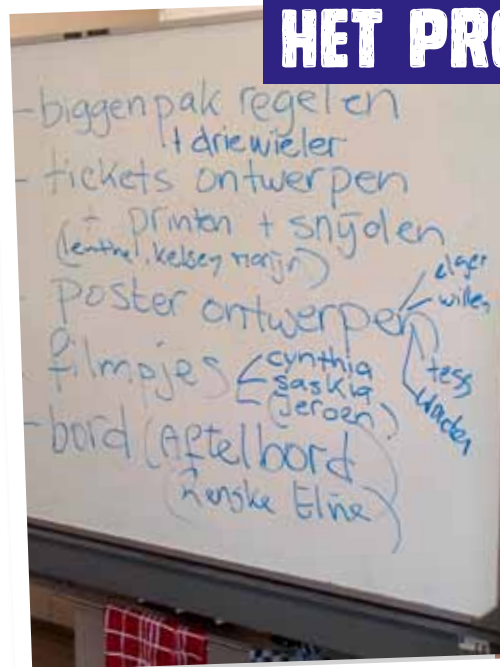
"Het project eindigde met een markt met allerlei kraampjes. Ik stond bij het kraampje 'Koop je gelijk'. Je kon voor een euro een stelling kopen en dan gaven we je gelijk. Het was een succes: we hebben tweehonderd euro opgehaald. Zo hadden we stellingen over voetbalclubs, bijvoorbeeld 'Ajax is de beste' of 'FC Twente is de beste', maar ook zinnen als 'Je hebt recht op een voldoende'. Onder de stelling zetten we dan onze handtekening. Klasgenoten verkochten ook *hugs* voor vijftig cent of je kon raden hoeveel snoepjes er in een pot zaten. De hele school deed mee."

Positieve reacties

"Het leuke aan dit project was dat we met sociale media mochten werken. Facebook gebruiken is veel leuker dan met pen en papier flyers maken. Twitter, daar kan ik niet mee omgaan, maar Facebook snap ik. Ik heb ontdekt dat je er verrassende dingen mee kunt doen. We hadden voor 'Sociaal met media' als profielfoto een mix gemaakt van allerlei foto's. Het zag er heel professioneel uit en we kregen veel positieve reacties. Eerst zat ik bijna nooit op Facebook, maar nu kijk ik zeker twee keer per dag. Ik heb vooral contact met vrienden van school of van de manege. Mijn nicht-



HET PROJECT





'Ik heb zelf een paard, King. Vaak maak ik foto's van hem en daarna bewerk ik die tot filmpjes met Live Movie Maker.'

jes wonen in Engeland en Egypte en via Facebook hebben we contact. We chatten en reageren op foto's en video's. We spelen ook spelletjes tegen elkaar. Tegenwoordig schrijf je iemand geen brieven meer. Facebook is veel makkelijker, leuker en ik 'spreek' mensen nu zelfs vaker."

Filmpjes maken

"Ik heb zelf een paard, King. Vaak maak ik foto's van hem en daarna bewerk ik die tot filmpjes met Live Movie Maker. Ik maak ook filmpjes van mijn dressuurproeven, zodat ik ze kan terugkijken. Daar leer ik ook van. Met een filmpje ben ik zo twee uur bezig. Ik zet ze op mijn Facebookpagina en op YouTube. Meestal doe ik het samen met mijn zusje, dan zoekt zij bijvoorbeeld de muziek uit die we eronder zetten. Ik kan ook beelden vertragen of juist versnellen. Ik heb het zelf geleerd, gewoon door het te proberen."

Mishandelde paarden helpen

"Ik vind paarden fijn om mee om te gaan. Ze zijn lief en rustig. Als je ergens mee zit, lijkt het alsof ze naar je luisteren. Ik heb nu weinig energie, omdat ik chronische buikpijn heb, maar ik vind het leuk om anderen te helpen. Op de manage deed ik ook altijd de klusjes die niemand wilde doen, zoals de stallen uitmesten. Ik zou een maatschappelijke stage gaan doen bij Stichting Rafaela in Eibergen. Zij vangen mishandelde paarden op en verzorgen ze. Helaas kon het niet doorgaan omdat ik werd opgenomen in een revalidatiecentrum. Na een operatie hebben ze een zenuw geraakt, daarvan ben ik nog steeds aan het herstellen. Ik wil de stichting graag helpen en ben van plan mijn stage daar alsnog in te halen."

Droom

"Later wil ik iets doen in de medische wereld of word ik veearts om paarden te helpen. Ik droom van mijn eigen boerderij. Dat ik uit mijn raam kijk en dan twintig paarden door de wei zie lopen."



'Ik wil een maatschappelijke stage doen bij Stichting Rafaela in Eibergen. Zij vangen mishandelde paarden op en verzorgen ze.'



Hoofdstuk 4

Tien tools

Tools in de praktijk

In dit hoofdstuk laten we zien hoe je tien online tools eenvoudig kunt gebruiken. Een (e-)tool is een hulpmiddel waarmee je op de computer bijvoorbeeld makkelijk een filmpje of een mooie mindmap kunt maken. Met de beschrijvingen van deze tools kun je stap voor stap aan de slag. Je kunt de tools in allerlei lessen benutten.

1. Animoto

Met de website Animoto kun je gratis een filmpje van 30 seconden maken op basis van eigen foto's en videofragmenten.

2. Bubble.us

Bubble.us is een website waarmee je online kunt brainstormen door een mindmap te maken.

3. Glogster

Met Glogster kun je een digitale poster maken met teksten, foto's, animaties en filmpjes.

4. Lino

Met Lino kun je een digitaal prikbord ontwerpen met zelfgekozen foto's, filmpjes en teksten.

5. Live Movie Maker

Met Live Movie Maker kun je eenvoudig zelf een film maken. Combineer met muziek en aftiteling.

6. Match the Memory

Met de website Match the Memory kun je een digitaal memoryspel maken, en delen via sociale media.

7. Pinterest

Pinterest is een online prikbord-site voor afbeeldingen en filmpjes. Je kunt verschillende prikborden voor verschillende onderwerpen aanmaken, en delen met anderen.

8. Prezi

Prezi is een website om flitsende presentaties te maken met tekst, plaatjes en filmpjes.

9. Weebly

Met Weebly kun je zelf makkelijk een website maken. Je kiest een ontwerp en voegt zelf plaatjes en tekst toe.

10. YouTube

YouTube is een gratis website met miljoenen filmpjes, variërend van muziekvideo's tot instructievideo's en familiefilmpjes. Iedereen kan een filmpje online zetten. Maar je kunt via de site ook zelf een filmpje bewerken.

Pauline Maas, trainer van Mijn Kind Online: "Leerlingen gebruiken voor het maken van een verslag vaak de tools die al op een computer zijn geïnstalleerd. Ook docenten weten meestal niet dat je online veel meer hulpmiddelen kunt vinden. Dat is jammer, want er zijn talloze mogelijkheden."



Meer inspiratie voor online hulpmiddelen:

- **Sociale media ABC**, een poster met een korte uitleg van 26 tools, plus lestsips. De poster is gemaakt door het Graaf Engelbrecht College in samenwerking met Mijn Kind Online. Zie stmko.nl/abc.
- **BoekTweePuntNul200** over hoe je sociale media optimaal in kunt zetten op school. Met tweehonderd bijdragen over applicaties, webtools en web 2.0-toepassingen. Zie www.boektweepuntnul.nl.



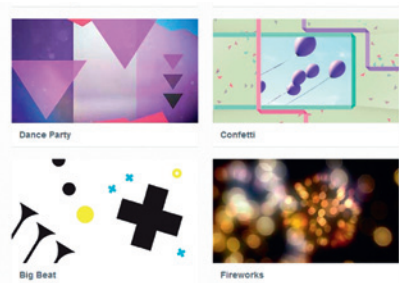
1. ANIMOTO - MAAK EEN FILMPJE

1. Maak een **FILMPJE** met de website **ANIMOTO.COM**.



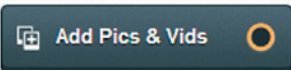
2. Ga naar deze website en **LOG IN** of maak een account aan.

3. Kies voor een gratis **THEMA** (dus niet een thema waar PRO in staat). Je kunt het thema altijd nog wijzigen.



4. Kies dan voor **30 SECONDS** (= gratis).

5. Je komt hierna in het scherm waar je foto's kunt uploaden. Kies voor **ADD PICS & VIDS**.

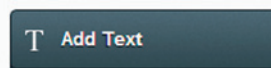


6. Kies hierna voor 'Upload' of gebruik de foto's van je **FACEBOOK, INSTAGRAM** etc.



7. Zo kun je maximaal **10 FOTO'S** toevoegen.

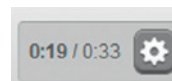
8. Hierna kun je teksten toevoegen met **ADD TEXT**.



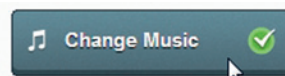
9. Door met de plaatjes te schuiven kun je ze zelf in de juiste **VOLGORDE** zetten.



10. Je kunt rechts in de hoek zien hoeveel **SECONDEN** je al hebt.



11. Met **CHANGE MUSIC** kun je de muziek aanpassen.



12. Met **PREVIEW VIDEO** kun je zien hoe je film er nu uit ziet. Geef de film een naam en wacht even.



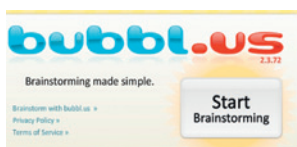
13. Wijzig eventueel het thema bij **CHANGE THEME**.

2. BUBBLE.US - MAAK EEN MINDMAP

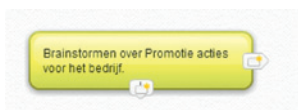
1. Maak een **MINDMAP** met de website **BUBBL.US**.



2. Ga naar deze website en kies voor **START BRAINSTORMING**.



3. Er verschijnt een blokje. Daarin kun je **TEKST** schrijven.



4. Je kunt nu eenvoudig een nieuw **BLOKJE** eronder maken door op het vierkantje te klikken. Dan komt daar ook een blokje te staan (dit heet een *child*).



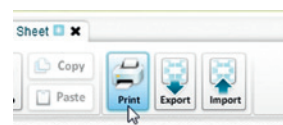
5. Zo kun je een mooie **LIJST** maken van brainstormactiviteiten.



6. Als je met je **MUIS** over een blokje beweegt, verschijnt een menu in beeld. Je kunt nu de kleur aanpassen, het lettertype vergroten of je blokje verwijderen.



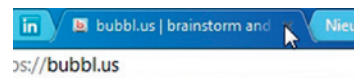
7. Is de *mindmap* klaar? Dan kun je hem eventueel **PRINTEN**, of opslaan als een plaatje (jpg).



8. Als je later weer met deze *mindmap* aan de slag wilt, moet je een account aanmaken bij **CREATE ACCOUNT**.



9. Als je hem verder niet meer wilt gebruiken, kun je het **TABBLAD** van deze website sluiten.



3. GLOGSTER – MAAK EEN POSTER

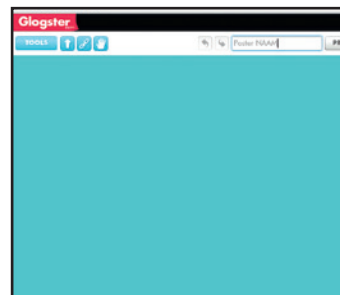
1. Maak een online **POSTER** met de website **GLOGSTER.COM**.
Je hebt toestemming van je ouders nodig als je jonger bent dan 13 jaar.
2. Ga naar de website en **LOG IN**. Bedenk een gebruikersnaam (niet je echte naam, maar een nickname) en wachtwoord.
3. Klik op **CREATE A GLOG** en kies **WIDE GLOG**.
4. Ga eerst naar **WALL** om een achtergrond voor je poster te kiezen.



5. Met **TEXT** kun je teksten toevoegen.



6. Met **IMAGE** kun je plaatjes of foto's uploaden.
7. Met **AUDIO** kun je muziek, maar ook geluidsfragmenten toevoegen.
8. Met **VIDEO** kun je filmpjes van jezelf of van bijvoorbeeld YouTube erop zetten. Hiervoor moet je het adres kopiëren en bij video plakken.
9. Met **PREVIEW** (rechts in de hoek) kun je kijken of de filmpjes het doen.
10. Geef de poster een duidelijke **NAAM**.



11. Ben je klaar? **SAVE** or **PUBLISH** de poster (zie rechts in de hoek).

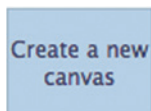
4. LINO – MAAK EEN PRIKBORD

1. Maak een **PRIKBORD** met de website **EN.LINOIT.COM**.

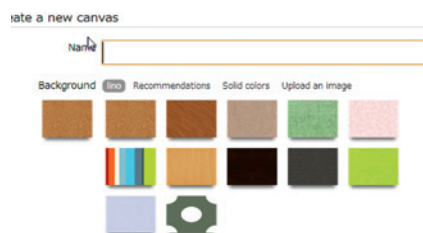


2. Ga naar deze website en **LOG IN** of maak een account aan.

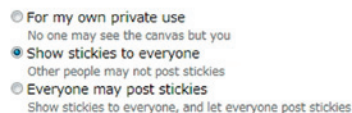
3. Kies **CREATE A NEW CANVAS**.



4. Geef de canvas een **NAAM** en kies een **BACKGROUND**.

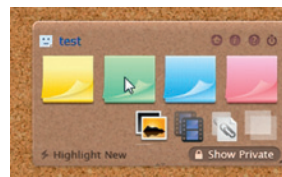


5. Kies hierna voor **SHOW STICKIES TO EVERYONE** (anders kan niemand jouw prikbord bekijken).

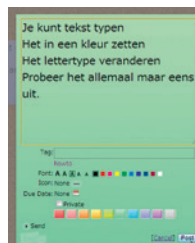


6. Kies dan voor **CREATE A CANVAS**.

7. Klik rechts bovenin op de Post-it. En **SLEEP** dit op je prikbord.



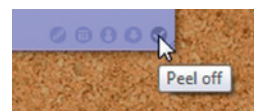
8. Je kunt tekst toevoegen, kleuren aanpassen, lettertype kiezen etc. Als je klaar ben met je Post-it klik je op **POST**.



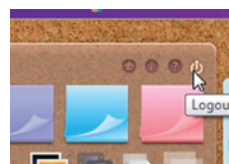
9. Zo kun je ook **PLAATJES, YOUTUBE-FILMPJES** en **DOCUMENTEN** toevoegen aan je prikbord.



10. Je kunt een Post-it verplaatsen en ook verwijderen met **PEEL OFF**.



11. Schrijf de link op naar je prikbord en **LOG UIT** rechts in de hoek.



5. LIVE MOVIE MAKER – MAAK EEN FILM

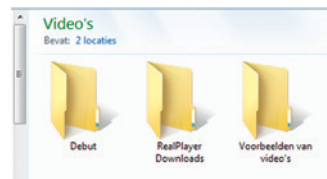
1. Open het programma **LIVE MOVIE MAKER** op de computer.



2. Kies voor 'VIDEO of foto toevoegen'.



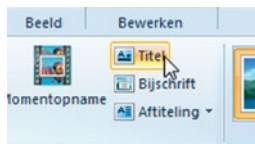
3. Kies **SCÈNES** uit de juiste map.



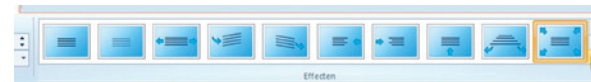
4. **DUBBELKLIK** op een scène en knip er eventueel een stukje af, of versnel of vertraag de scène.



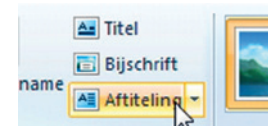
5. Maak nu een **TITEL** voor je film door op 'Titel' te klikken en je tekst in te typen.



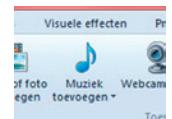
6. Kies de **VORM** van de titel. Er zijn heel veel mogelijkheden. Je kunt ook de kleur van de achtergrond, en de tekst en het lettertype kiezen.



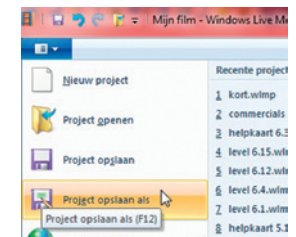
7. Maak een **AFTITELING**. Ook hier kun je de vorm, de kleur, het lettertype etc. aanpassen.



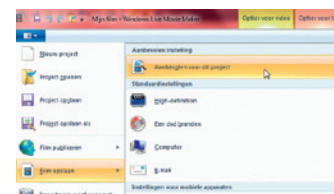
8. Eventueel kun je nog **MUZIEK** toevoegen.



9. Is de film helemaal klaar? Sla de film op bij **PROJECT OPSLAAN ALS**. Geef de film een duidelijke naam.



10. Nu moet je je film nog opslaan. Kies daarvoor 'Film opslaan' en dan 'Aanbevolen voor dit project'. Sla de film op een USB-stick op (vraag je docent). Dan kun je de film op het digibord bekijken en eventueel op **YOUTUBE** zetten.

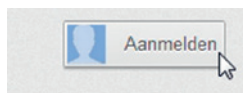


6. MATCH THE MEMORY – MAAK EEN MEMORYSPEL

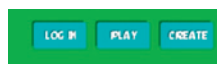
1. Maak een memoryspel met de website **MATCHTHEMEMORY.COM**.

MATCH THE MEMORY

2. Ga naar deze website en kies rechts bovenin voor **LOG IN** en log bijvoorbeeld in met je bestaande Gmail-account.



3. Als je ingelogd bent, kies je rechts bovenin voor **CREATE**.



4. In het scherm dat verschijnt geef je je memoryspel eerst een **NAAM** (dit wordt het internetadres dus gebruik geen spaties). Ook geef je het memoryspel een **TITEL**. Kies dan voor '8 Numbers of Matches' (dan krijg je 2 keer 8 kaartjes op je scherm). Kies ook voor een **THEME** als achterkant van je kaartjes. **SCROLL** daarna naar beneden.

Create - Match The Memory

Game Address
bloemenarrangers

Game Title
Een Memory game voor de bloemistaak Roovers.

Number of Matches
8

5. Kies bij 'Card Type' hoe je memory eruit komt te zien. Hierin zijn verschillende keuzes. Kies voor **TWEE VERSCHILLENDE** plaatjes die wel met elkaar te maken hebben, en geef ze op als match (bv. trouwerij en trouwboekje).



6. Kies nu onderin voor een **PUBLIC GAME** (anders kun je hem niet op een website zetten) en kies daarna voor **CREATE GAME**. Je memoryspel wordt nu gemaakt. Dit kan even duren.

Public Game?
Yes

Create Game

7. In het scherm dat verschijnt kies je voor **PICTURE UPLOAD** en daarna kun je met 'Browse' alle plaatjes (die je al hebt uitgezocht en in een mapje op je computer hebt gezet) uploaden van je computer.

Game Details Picture Upload Cards

Upload Pictures
You may upload more than one image at a time.
By uploading photos, you certify that you have the right to

BROWSE

8. Als je al je plaatjes hebt geüpload, kies je voor **CARDS**. Je gaat nu je plaatjes aan je kaarten koppelen.

Edit - Een Memory game voor d

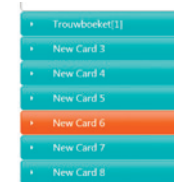
Game Details Picture Upload Cards

9. Geef een **TITEL** aan de kaart en kies een plaatje voor het eerste kaartje. En daarna kies je een ander plaatje bij het tweede kaartje. Eventueel kun je bij 'Pop-Up' een tekst invoeren.



10. Doe dit ook bij de andere **7 KAARTJES**.

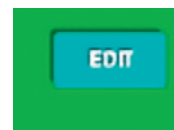
11. Hierna kun je bij **GAME DETAILS FRONT** of **BACK** eventueel de kleur aanpassen, het lettertype vergroten of je blokje verwijderen.



12. Heb je al je kaartjes gemaakt? Kies dan onderin voor **PLAY**. Het memoryspel wordt dan voor je gemaakt. Je kunt zo kijken of het goed is.



13. Als er nog een foutje in zit, kun je dit met **EDIT** verbeteren.



14. Je kunt dit memoryspel met een link op een Facebookpagina of website zetten.

15. Vergeet niet om met **LOG OUT** uit te loggen als je klaar bent.



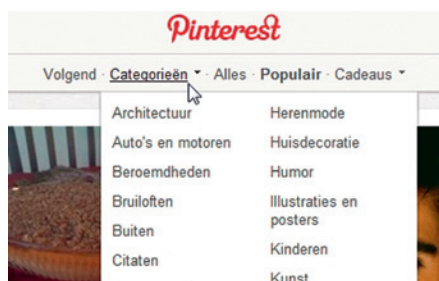
7. PINTEREST – MAAK EEN PRIKBORD

1. Maak een **PRIKBORD** met de website **PINTEREST.COM**.

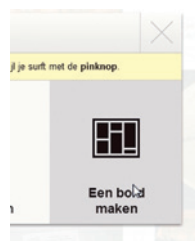
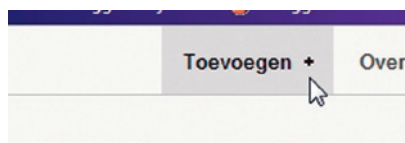


2. Ga naar deze website en **LOG IN**. Je moet eerst een account aanmaken, daarvoor moet je 13 jaar of ouder zijn.

3. Pinterest is een website met allemaal foto's die je bij elkaar kunt zetten. Kijk maar eens bij **CATEGORIE** naar een onderwerp dat je leuk lijkt.



4. Kies nu voor **TOEVOEGEN** en maak een **BORD**.



5. Geef dit de naam van je presentatie. Kies dan voor **BORD** maken.



6. Je kunt nu gaan **ZOEKEN** naar afbeeldingen die bij het thema passen door links op 'zoeken' te klikken. Je kunt Engelse en Nederlandse woorden invullen. Zo kun je heel eenvoudig afbeeldingen toevoegen. Zoek minimaal 10 afbeeldingen.



7. Je kunt ook zelf plaatjes **UPLOADEN** of toevoegen door de naam van de website erin te zetten.

8. Vergeet niet **UIT TE LOGGEN** als je klaar bent.

8. PREZI – MAAK EEN PRESENTATIE

1. Maak een **PRESENTATIE** met de website **PREZI.COM**.



2. Ga naar deze website en **LOG IN** of maak een account aan.

3. Kies voor **NEW PREZI**.

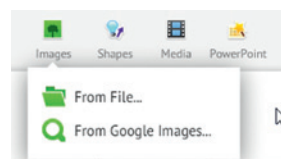
+ New prezi

4. Geef de Prezi een **NAAM**.

5. Je komt hierna in het scherm om een template te kiezen, of klik dit weg met het **KRUISJE**.



6. Hierna kun je met **IMAGES** plaatjes uploaden, of zoeken op Google, en dan toevoegen. Zet minimaal 10 afbeeldingen of foto's in je Prezi.



7. Als je dubbelklikt op het plaatje, kun je met het **HANDJE** een afbeelding verplaatsen. Je kunt met de + en – een plaatje groter of kleiner maken. Tevens kun je het plaatje ook draaien door aan de buitenkant van het plaatje op het rondje te klikken, waarmee je het plaatje kunt draaien.

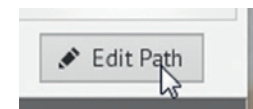


8. Je kunt met **MEDIA** een filmpje van **YOUTUBE** toevoegen.

9. Je kunt tekst toevoegen door 2x te **KLIKKEN** in het scherm.

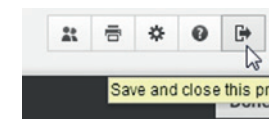


10. Kies voor **EDIT PATH** en klik op de afbeeldingen die je in je presentatie wilt hebben.

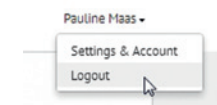


11. Je kunt je Prezi bekijken door op **PRESENT** (links in de hoek) te klikken, en daarna steeds op de volgende.

12. Ben je klaar? Klik rechts op het pijltje om je Prezi **OP TE SLAAN**.



13. Hierna moet je nog wel **UITLOGGEN** bij Prezi.

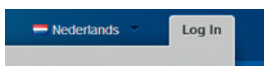


9. WEEBLY – MAAK EEN WEBSITE

1. Maak een **WEBSITE** met de website **WEEBLY.COM**.



2. Ga naar deze website en **LOG IN** of maak een account aan.



3. Kies voor het **TOEVOEGEN** van een site.

4. In het scherm dat verschijnt verzijn je een **TITEL** voor de website en je geeft op wat voor type website het is en in welke categorie hij valt. Klik op 'Verdergaan'.

5. Vul nu de echte **WEBSITENAAM** in. Je kunt direct zien of hij beschikbaar is. In deze naam mogen geen spaties e.d. zitten. Klik op 'Verdergaan'.

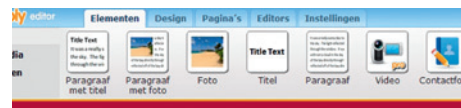


6. Je kunt nu online je website maken. Kies eerst voor **DESIGN** en zoek een leuk design uit voor je website. Denk daar goed over na. Je kunt het natuurlijk altijd weer veranderen.



7. Ga nu naar het tabblad **PAGINA'S** en maak met 'Nieuwe pagina's' een aantal pagina's aan. Je moet minimaal vier pagina's hebben (home, product, informatie, contact). Je kunt later nog pagina's toevoegen of subpagina's maken.

8. Ga nu naar het tabblad **ELEMENTEN**. Daar kun je de elementen op je pagina zetten waarmee je tekst, plaatjes e.d. kunt toevoegen.



9. **SLEEP** bijvoorbeeld 'Paragraaf met foto' op je pagina. Je kunt nu teksten toevoegen en een foto die op je computer staat. Let wel op dat je niet zomaar een plaatje van het internet mag halen voor een officiële website (i.v.m. copyright). Deze foto's moet je zelf maken.



10. Sla de website regelmatig op en klik dan op **PUBLICEREN**.

11. Als je je website gepubliceerd hebt, kom je in een scherm waar je de mogelijkheid krijgt om de websitenaam te kopen. Dit klik je weg met het **KRUISJE**.



12. Onder **INSTELLINGEN** kun je op de website klikken en kijken hoe hij er in het echt uit ziet.



13. Is de website klaar? Klik dan op **AFSLUITEN**.

10. YOUTUBE – BEWERK EEN VIDEO

1. Bewerk je film met de online tool van YouTube. Ga hiervoor naar de website **YOUTUBE.COM**.

2. Ga naar de website en **LOG IN** (of maak een account aan).

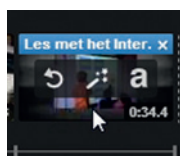
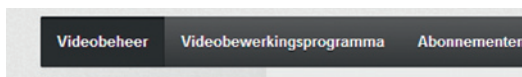
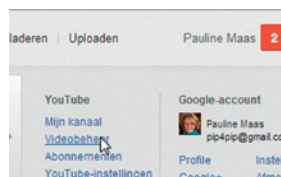
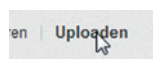
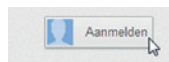
3. Ga nu eerst je filmpjes **UPLOADEN** onder je eigen YouTube-account.

4. Als je filmpjes geüpload zijn, ga je bij je eigen naam naar het menu en dan naar **VIDEOBEHEER**. Daar zie je al je geüploade filmpjes staan. Hier kun je eventueel filmpjes verwijderen, omschrijvingen aanpassen en zichtbaarheid op privé zetten.

5. Kies nu voor **VIDEOBEWERKINGSPROGRAMMA** om je filmpje te gaan bewerken.

6. Je kunt nu de filmpjes die je wilt gebruiken naar beneden **SLEPEN**. Zet de filmpjes in de goede volgorde achter elkaar.

7. Als je met je muis over een filmpje beweegt, kun je **TEKSTEN** toevoegen of eventueel een effect toevoegen.



8. Als je **TWEEMAAL** op een filmpje klikt, kun je een stukje van je filmpje **AFKNIPPEN**.

9. Bij het onderdeel **AUDIO** kun je een muziekje onder je filmpje zetten. Je hebt de keuze uit verschillende artiesten. **SLEEP** je gekozen liedje onder je filmpje.

10. Met het onderdeel **OVERGANGEN** kun je een overgang kiezen tussen de filmpjes. **SLEEP** je gekozen overgang voor je filmpje.

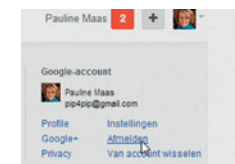
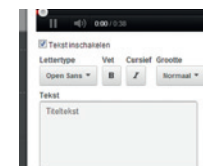
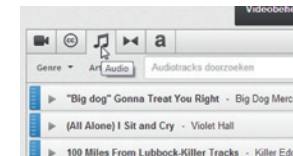
11. Met het onderdeel **TEKST** kun je een titel en aftiteling maken voor je filmpje. Sleep je gekozen overgang vóór je filmpje.

12. Er komt nu een scherm waar je je **EIGEN TEKST**, de kleuren en het lettertype kunt aanpassen.

13. Is je film nu helemaal klaar? Geef je film een **NAAM** en klik op **PUBLICEREN**.



14. Staat je filmpje online? Vergeet dan niet om jezelf af te melden door te klikken op **AFMELDEN**.



TIENERS OVER SOCIALE MEDIA

Naam: Leila

Leeftijd: 12 jaar

Woonplaats: Zandvoort

School: Kennemer Lyceum, Overveen

Klas: brugklas 1

Zelfgemaakt: Logo voor de gebroeders Fictoor



Droom: 'Arts of iets in het ziekenhuis. In ieder geval wil ik nog eens naar Marokko. Ik ben half-Marokkaans en een deel van mijn familie woont er ook.'



Leila (12) helpt graag een handje mee. Ze is vrijwilliger bij de sprookjeswandeling en de wandel-, zwem- en fietsvierdaagse in Zandvoort. Via school adviseerde ze een timmerman over sociale media. **'We hebben allerlei leuke Twitter-acties voor zijn bedrijf bedacht.'**



an Twitter en Facebook wist ik al veel, maar ik heb toch veel geleerd tijdens het project. Samen met mijn klasgenoten gaf ik advies over sociale media aan timmerbedrijf Gebroeders Fictoor. Ik vond het leerzaam om zo met een volwassene om te gaan. Het was belangrijk dat we ons verhaal op een goede

manier konden overbrengen. Het project was heel serieus, maar niet saai. Bij andere schoolprojecten zit je op je stoel en luister je, maar nu konden we echt aan de slag.

We stelden hem vragen over zijn bedrijf. Hij vertelde dat hij Facebook en Twitter niet kende, maar dat hij wel bereid is om het te leren. Dat vond ik erg leuk om te horen en het was fijn dat we hem echt konden helpen. We hebben een Twitter- en Facebookaccount voor hem aangemaakt met een aantal voorbeeldberichten erop. Ook hebben we advies gegeven hoe hij zijn website kan verbeteren. De andere brugklassers maakten een grappig filmpje, een logo en een slogan. De timmerman was erg onder de indruk van onze adviezen."

De kracht van sociale media

"Als ik later zelf een bedrijf heb, zou ik Twitter en Facebook zeker inschakelen. De kracht van sociale media is dat er zoveel mensen op zitten. Als je in een post bijvoorbeeld iets schrijft over timmeren en mensen zoeken een timmerman, dan sta je hup bovenaan. Mensen lezen je tweets en krijgen zo een idee wat voor bedrijf je bent. Voor meneer Fictoor hebben we allerlei leuke Twitter-acties bedacht. Hij kan mensen oproepen om hun klustips in te

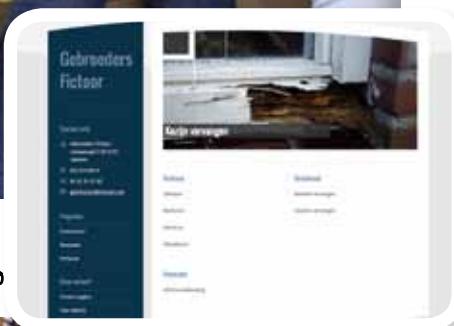


HET PROJECT





Zo is de
website nu. →



'We stelden hem vragen over zijn bedrijf. Hij vertelde dat hij Facebook en Twitter niet kende, maar dat hij wel bereid is om het te leren. Dat vond ik erg leuk om te horen en het was fijn dat we hem echt konden helpen.'

sturen en de beste inzending krijgt dan vijf procent korting bij het timmerbedrijf. Of hij kan foto's van een klus – aan het begin en na afloop – online zetten."

Huiswerk via Twitter

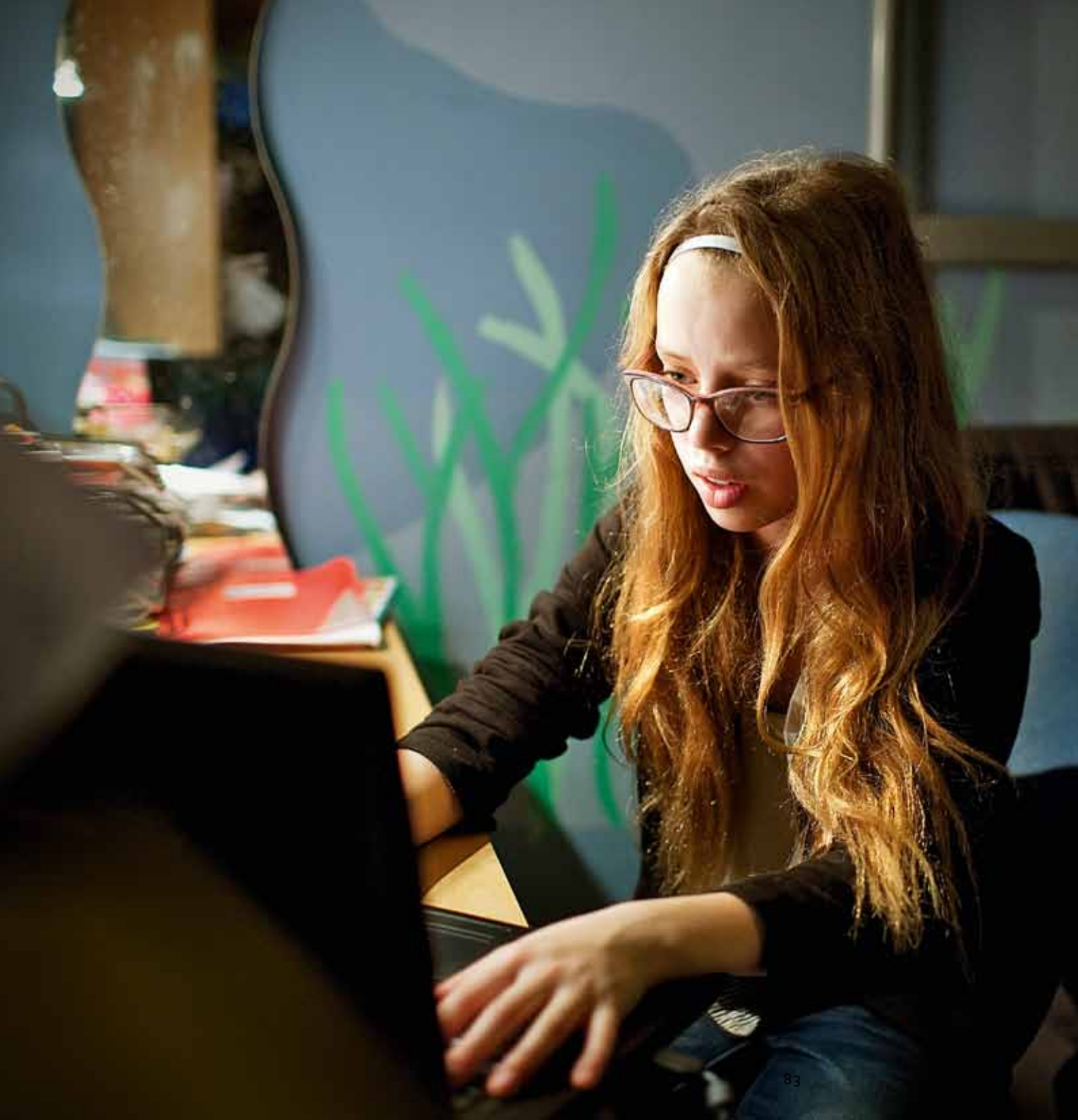
"Per dag zet ik minimaal vijftien tweets op Twitter, maar meestal meer. Ik ben bijna altijd online via mijn telefoon, maar als ik ga slapen zet ik hem wel uit. Al kijk ik 's ochtends vroeg en 's avonds laat ook nog wel even. Op Twitter praat ik met mensen die ik ken van school. Ik stel ook wel eens een vraag over huiswerk en dan heb ik zo antwoord. Je kunt er gesprekken voeren en het is leuk om grappige tweets te lezen. Twitter maakt me vrolijk. Het is gezellig, want er is altijd wel iemand online."

Helpen bij de vierdaagse

"Vier keer per jaar help ik mijn buurvrouw. Bij de wandel-, fiets- en zwemvierdaagse in Zandvoort knip ik kaartjes van deelnemers of deel ik limonade uit. Dat doe ik al vanaf mijn zevende. Sinds een paar jaar organiseren we ook een sprookjeswandeling in de winter. Ik ga dan verkleed als Tinkerbell of de fee van Doornroosje. Tijdens de wandeling verzamelen de kinderen handtekeningen van alle sprookjesfiguren. Ik vind het erg leuk om te doen en het is heel gezellig met de andere vrijwilligers."

Droom

"Wat ik later wil worden, weet ik nog niet zeker. Arts of iets in het ziekenhuis spreekt me wel aan. In ieder geval wil ik nog eens naar Marokko. We zijn daar al een keer geweest, mijn opa en oma hebben er een zomerhuis. Ik ben half-Marokkaans en een deel van mijn familie woont er ook. Ik vond het leuk om daar te zijn en wil zeker nog een keer terug."



'Per dag zet ik
minimaal vijftien
tweets op Twitter,
maar meestal meer.
Ik ben bijna altijd
online.'

DOE DE SUPERSNELLE 'KIES JE DING'-QUIZ

Beantwoord de vragen bij elk onderwerp. Waar heb je het meest 'ja' geantwoord? Dan is dat het thema waar jij het meest mee hebt! Scoren meerdere onderwerpen even hoog? Kies er dan eentje op gevoel of met je ogen dicht.



NATUUR & DIEREN

- Er is een piepklein vogeltje uit zijn nest gevallen. Help jij het arme ding?
☐ ja ☐ nee
- Ben je vegetariër?
☐ ja ☐ nee
- Vind je zwervhonden of zwervkatten zielig?
☐ ja ☐ nee
- Krijg je tranen in je ogen als je ziet hoeveel bossen er wereldwijd gekapt worden?
☐ ja ☐ nee
- Houd je ervan om dieren te spotten in de natuur?
☐ ja ☐ nee

ONDERWIJS

- Vind je het leuk op school?
☐ ja ☐ nee
- Vind je het belangrijk dat iedereen op de wereld onderwijs kan volgen?
☐ ja ☐ nee
- Zou je meer muziek- en cultuurlessen willen op school?
☐ ja ☐ nee
- Zijn de boeken en computers onderwijs bij jou op school?
☐ ja ☐ nee
- Zou je willen dat er na schooltijd meer en spannende naschoolse activiteiten of cursussen worden georganiseerd?
☐ ja ☐ nee

DISCRIMINATIE

- Maakt het je boos als iemand gepest wordt omdat hij of zij anders is?
☐ ja ☐ nee
- Ben je je bewust van de vooroordelen die je hebt over mensen?
☐ ja ☐ nee
- Heb je wel eens een actie gesteund die aandacht vroeg voor discriminatie?
☐ ja ☐ nee
- Ken je veel mensen met verschillende achtergronden?
☐ ja ☐ nee
- Als iemand gediscrimineerd wordt, zeg je er dan wat van?
☐ ja ☐ nee

MENSENRECHTEN

- Ben je geïnteresseerd in hoe mensen leven in andere landen?
☐ ja ☐ nee
- Vind je dat iedereen wereldwijd dezelfde rechten zou moeten hebben?
☐ ja ☐ nee
- Denk je er wel eens aan hoe het zou zijn om in een land te wonen waar je niet mag zeggen wat je wilt?
☐ ja ☐ nee
- Weet je wat Amnesty International doet?
☐ ja ☐ nee
- Vind je dat iedereen recht heeft op een eerlijk proces en eerlijke berechting?
☐ ja ☐ nee

HONGER & DAKLOOSHEID

- ➔ Vind je het erg als je daklozen ziet op straat?
☐ ja ☐ nee
- ➔ Weet jij waar mensen met ernstige problemen terecht kunnen voor hulp?
☐ ja ☐ nee
- ➔ Geef je kleren die je niet meer past wel eens weg aan mensen die ze goed kunnen gebruiken?
☐ ja ☐ nee
- ➔ Voel je je slecht als je eten weggooit?
☐ ja ☐ nee
- ➔ Heb je een goed gevoel bij een initiatief als de voedselbank?
☐ ja ☐ nee

SPORT & GEZONDHEID

- ➔ Beweeg jij elke dag dertig minuten?
☐ ja ☐ nee
- ➔ Vind je het stom als mensen roken?
☐ ja ☐ nee
- ➔ Vind je sporten belangrijk voor je gezondheid?
☐ ja ☐ nee
- ➔ Heb je mensen in je omgeving met gezondheidsproblemen, zoals suikerziekte of hart- en vaatziekten?
☐ ja ☐ nee
- ➔ Eet je vaak junkfood?
☐ ja ☐ nee

PESTEN & ZINLOOS GEWELD

- ➔ Ben jij wel eens gepest of bedreigd?
☐ ja ☐ nee
- ➔ Heb je wel eens een roddel over jezelf of vrienden gehoord, terwijl je wist dat het niet waar was?
☐ ja ☐ nee
- ➔ Zijn er groepen jongeren in jouw omgeving die mensen pesten of bedreigen?
☐ ja ☐ nee
- ➔ Ben je zelf wel eens slachtoffer geweest van zinloos geweld of ken je iemand die dit is geweest?
☐ ja ☐ nee
- ➔ Zou je een superheld willen zijn die iedereen beschermt tegen gemene mensen?
☐ ja ☐ nee

MILIEU

- ➔ Word je boos als je vrienden hun afval op straat smijten?
☐ ja ☐ nee
- ➔ Weet jij dat sommige schoonmaakmiddelen slecht zijn voor het milieu?
☐ ja ☐ nee
- ➔ Houd jij rekening met de hoeveelheid papier die je gebruikt en weggooit?
☐ ja ☐ nee
- ➔ Zijn er plekken in je omgeving die vervuild zijn? En maak je je daar druk over?
☐ ja ☐ nee
- ➔ Heb jij enig idee waar je oude mobieltjes of computers naar toe kunnen als je er van af wilt?
☐ ja ☐ nee

ARMOEDE

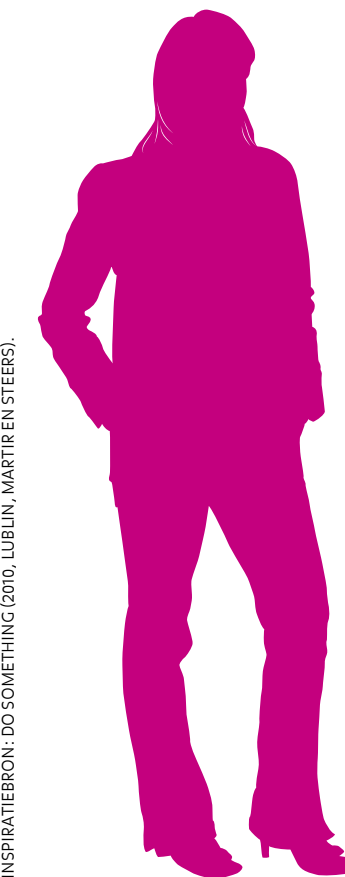
- ➔ Weet je of er mensen in armoede leven bij jou in de buurt?
☐ ja ☐ nee
- ➔ Heb je wel eens extreme gevallen van armoede gezien of meegemaakt?
☐ ja ☐ nee
- ➔ Zou je iets willen doen aan armoede in ontwikkelingslanden?
☐ ja ☐ nee
- ➔ Als je ouders en grootouders vertellen hoe weinig geld en eten er vroeger was, doet dat je dan wat?
☐ ja ☐ nee
- ➔ Vind je het oneerlijk dat sommige mensen veel hebben en anderen weinig?
☐ ja ☐ nee

OORLOG & VREDE

- ➔ Volg je het nieuws over wereldwijde politiek en conflicten?
☐ ja ☐ nee
- ➔ Ken je iemand die militair is of zou je zelf bij het leger willen?
☐ ja ☐ nee
- ➔ Ken jij mensen die hun land hebben verlaten omdat ze daar niet veilig waren door oorlog of geweld?
☐ ja ☐ nee
- ➔ Denk je er wel eens aan hoe het zou zijn om te leven in een land waar oorlog is?
☐ ja ☐ nee
- ➔ Zou je een gebaar willen maken tegen oorlog?
☐ ja ☐ nee

Waarmee ga jij aan de slag?

Er zijn bij deze quiz geen foute antwoorden mogelijk. De vragen en uitkomst laten je nadenken over zaken die je dagelijkse leven beïnvloeden. Wat zit je dwars? Wat wil je veranderen? Welke onderwerpen inspireren je? Ga aan de slag en vind uit welk doel het beste bij je past en waar je tijd en energie in wilt steken.



INSPIRATIEBRON: DO SOMETHING (2010, LUBLIN, MARTIN STEERS).

Over Kennisnet

ICT is vervlochten in alle aspecten van de samenleving. Ook in het onderwijs is ICT een vanzelfsprekendheid. Het is niet meer de vraag óf ICT wordt ingezet, maar op welke manier.

Kennisnet faciliteert alle instellingen in het po, vo en mbo bij het maximaal benutten van de kracht van ICT. Dit doet de organisatie vanuit drie rollen.

- 1. Expertise:** Kennisnet maakt inzichtelijk wat de kenmerken zijn van succesvolle ICT-toepassingen en zorgt ervoor dat deze kennis, ervaringen en goede voorbeelden worden gedeeld met het onderwijs.
- 2. Voorzieningen:** Kennisnet realiseert en organiseert de landelijke ICT-infrastructuur die instellingen keuzevrijheid geeft en marktpartijen in positie brengt eigen dienstverlening te realiseren.
- 3. Innovatie:** Kennisnet streeft ernaar te inspireren en biedt een blik naar de toekomst door met nieuwe combinaties van onderwijs en ICT te experimenteren en deze inzichten te delen.

Contact: info@kennisnet.nl
Meer informatie: www.kennisnet.nl

Kennisnet

Over stichting Mijn Kind Online

Stichting Mijn Kind Online is een kenniscentrum jeugd en (digitale) media. Haar werk staat in het teken van één belangrijk streven: alle kinderen kunnen media inzetten voor hun eigen ontwikkeling, hun welzijn en dat van anderen. Ze profiteren optimaal in hun ontwikkeling van de mogelijkheden die media en technologie bieden, doordat:

- iedere school weet wat (sociale) mediawijsheid is, het toepast in het onderwijs, en kinderen zo veel mogelijk ondersteunt en begeleidt;
- overheid, industrie en bedrijfsleven hun verantwoordelijkheid nemen en actief bijdragen aan een beter internet voor kinderen;
- ouders mediaopvoeding als logisch en serieus onderdeel van de opvoeding zien.

Mijn Kind Online (MKO) doet onderzoek naar hoe jeugd tussen 2 en 18 jaar omgaat met digitale media en reikt suggesties aan om kinderen en jongeren mediawijs te maken.

Contact: informatie@mijnkindonline.nl
Meer informatie: www.mijnkindonline.nl

mijn kind
Online



Pauline Maas en Freek Zwanenberg zijn trainers bij Mijn Kind Online. Ze begeleiden 'Sociaal met media'-projecten op scholen.

COLOFON

Hoofredactie

Remco Pijpers, Brigitte Theeuwes

Coördinatie & eindredactie

Nicole van den Bosch

Redactie

Pauline Maas, Freek Zwanenberg, Paulien Bakker,
Nicole van den Bosch, Jeannette Jonker

Correcties

Martine Borgdorff

Fotografie

Dirk-Jan Visser, Rodney Kersten, Nicole van den Bosch, Pauline Maas, Jan-Willem Theeuwes,
Hans de Bruijn

Vormgeving

Yvette van Diepen (Diep Design)

Lithografie

Willem Teunissen (Willem Grafische Bewerkingen)

Druk

Veenman+

Met dank aan alle scholen, leerlingen en docenten die hebben meegewerkt.

Deze publicatie kwam mede tot stand dankzij



mediawijzer.net

Dit is een uitgave van Kennisnet en stichting Mijn Kind Online.

© MKO & Kennisnet 2013

ISBN 978 90 819324 1 7



INSPIRATIEBRONNEN

We hebben ons laten inspireren door onderstaande publicaties en websites.

1%CLUB, www.1procentclub.nl.

Breng je fans in beweging: drie soorten Facebook content die 'likes' opleveren.
Erik Weijers & Lenke de Vrieze, Frankwatching.com (2012).

Crowdfunding, financier je droom zonder bank of subsidie. Erwin Blom, Lebowski (2012).

Do Something! A Handbook for Young Activists. Nancy Lublin, Vanessa Martir & Julia Steers, Workman Publishing (2010).

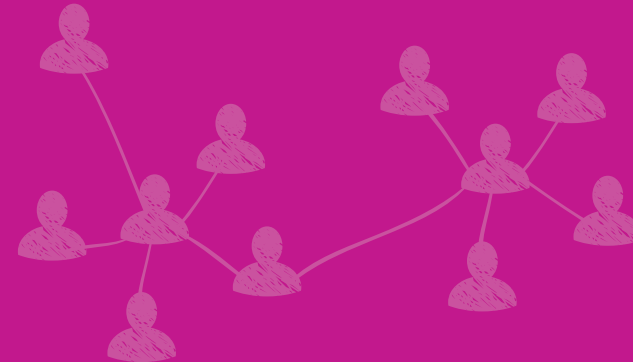
Focus! Over sociale media als grote afleider. Justine Pardoën, SWP (2012).

Het groot werkvormenboek. Sasja Dirkse-Hulscher & Angela Talen, Academic Service (2008).

IDEALS. Gebruik je talent voor een betere wereld, ideals.codenamefuture.nl.

Net Smart: How to Thrive Online. Howard Rheingold, MIT Press (2012).

TEDxYouth Amsterdam, www.tedxyouthamsterdam.nl.



- Hoe zamel je geld in voor een goed doel met behulp van sociale media?
- Hoe kun je brugklassers lokale ondernemers laten adviseren over het gebruik van Twitter en Facebook?
- Welke (internet)vaardigheden hebben leerlingen nodig om het verschil te kunnen maken in deze maatschappij?

Kennisnet en Mijn Kind Online geven in het *Handboek Goed Doen 2.0* middelbare scholen praktische suggesties om positief met sociale media om te gaan. Leerlingen beschikken over digitale talenten die met de juiste begeleiding tot bloei komen. De projecten in dit boek laten zien hoe leerlingen enorm gemotiveerd raken om zich voor een ander in te spannen. Gezamenlijk leren de jongeren hoe ze sociale media verstandig, positief en innovatief kunnen gebruiken.

ISBN 978 90 819324 1 7



9 789081 932417 >

