



GO!
OUDERS

DIGITALE COMMUNICATIE MET OUDERS

OUDERBLIK

INLEIDING

In de 21ste eeuw kunnen we niet meer omheen digitale communicatie. De digitalisering heeft zich de laatste jaren in verschillende domeinen sterk doorgezet. Voor het werk vergaderen we online, in onze privésfeer sturen we die ene vriend snel een WhatsApp-berichtje ... Ook het onderwijs gaat mee in dat digitale verhaal. Men zet meer en meer digitale hulpmiddelen in, zowel in de klas als bij de communicatie naar ouders. Maar hoe begin je aan digitaal communiceren met ouders? Wat zijn de mogelijkheden? Wat zijn de valkuilen? En met welke tools kan je aan de slag gaan?

DIGITALE COMMUNICATIE ALS DEEL VAN EEN GROTER GEHEEL

Hoe je communiceert naar een persoon is heel afhankelijk van de aard van de boodschap en de context. Het kan bijvoorbeeld dat je de ene ouder heel makkelijk via e-mail kan bereiken, een andere ouder via een brief met de post of een andere ouder bereik je misschien sneller door deze persoonlijk aan te spreken.

Sommige situaties vragen om meerdere communicatiemiddelen te gebruiken. Communicatie op papier, mondelinge communicatie en digitale communicatie beïnvloeden elkaar. Hoe je iets digitaal communiceert hangt samen met hoe je dat op papier of mondeling doet. Digitale communicatie is maar een deel van de gehele communicatie tussen school of ouderwerking enerzijds en alle ouders anderzijds. Dit maken we in de volgende twee voorbeelden even duidelijk:

Voorbeeld 1:

Een ouderraad organiseert binnen twee weken een bosspel voor ouders en kinderen. Een van de leden maakte een mooie flyer voor de ouders, die werd afgedrukt, maar de ouderraad wil graag nog meer inschrijvingen. De leden van de ouderwerking hebben geen tijd en budget om de flyer opnieuw af te drukken en te verspreiden, dus stuurt de ouderwerking deze keer een mail naar alle ouders met een herinnering. De ouderwerking zet ook een berichtje op hun Facebookpagina. Daarnaast vraagt de ouderwerking aan de directie om dit bericht ook te delen op de Facebookpagina van de school. Voor de mail en de Facebookpost worden dezelfde digitale afbeelding gebruikt als op de flyer.

Voorbeeld 2:

Camille is lid van de ouderwerking en beheerder van de Facebookpagina van de ouderwerking. Zij ziet dat een ouder in een reactie op een Facebookbericht zich negatief uitlaat over een geplande activiteit van de ouderwerking. De volgende dag ziet Camille de ouder even aan de schoolpoort en polst naar wat de ouder op Facebook zei. Camille nodigt de ouder uit voor een volgende samenkomst van de ouderwerking, want daar zijn ouders steeds welkom om mee na te denken over de komende activiteiten.

We zien in het eerste voorbeeld dat de ouderwerking en de school ervoor kiezen om verder digitaal te communiceren over het event. Voor hen is dit goedkoop, snel en complementair aan de eerdere communicatie (het verspreiden van papieren flyers). In het tweede voorbeeld kiest een lid van de ouderwerking om niet verder digitaal te communiceren.



- Digitale communicatie vormt een deel van een groter geheel. Probeer daarom zoveel mogelijk jouw digitale communicatie af te stemmen op de andere communicatie, zowel inhoudelijk als vormelijk. Als je pictogrammen gebruikt op papier, gebruik je diezelfde pictogrammen best ook online. Gebruik je een logo, vaste structuur of sjabloon voor brieven, dan is het handig als ouders deze vormgeving ook herkennen binnen de digitale communicatie.
- In een moeilijk en delicaat gesprek is het altijd beter om af te stappen van Facebook of andere online kanalen en verder mondeling in gesprek te gaan.

Ieder individu gaat op een verschillende manier om met digitale media en technologie. Benieuwd welke mediaprofielen er aanwezig zijn binnen jouw ouderwerking of schoolteam? Doe dan [de Mediaprofieltest van Mediawijs](#). Bij elk profiel ontvang je een beschrijving en enkele tips die de samenwerking met de andere mediaprofielen in jouw groep kunnen verbeteren.

EEN STAPPENPLAN

Sta even stil bij onderstaande vragen vooraleer je aan de slag gaat met digitale communicatie naar ouders: :

Vraag 1: Wat wil je bereiken met jouw digitale communicatie?

- Is het de bedoeling om meer bekendheid te genereren? Zo ja, over wat wil je bekendheid genereren?
- Wil je een bepaalde groep sensibiliseren over een bepaald onderwerp? Of wil je meer informeren, uitnodigen, bewuster maken ...?

Vraag 2: Wat is je boodschap?

- Heb je een duidelijke boodschap voor ogen (niet dubbelzinnig)?
- Is je boodschap voor iedereen begrijpelijk?



- Online kanalen zoals Facebook of Instagram zijn heel vluchtig omdat we makkelijk door alle berichten heen scrollen. Hoewel het goed is om pictogrammen of bestaande sjablonen over te nemen, wordt er anders gelezen op een scherm dan op papier. Online scannen we meer en lezen we minder, dus is het belangrijk om in je online boodschap te beginnen met de hoofdzaak.
- Probeer je boodschap zo duidelijk mogelijk te maken voor laaggeletterde en anderstalige ouders. Voor inspiratie en tips over communicatie met laaggeletterde ouders is er onze gids [‘Iedereen mee met het ABC’](#). Wil je jouw communicatie afstemmen op anderstalige ouders, dan is de bundel [‘Oefenkans Nederlands’](#) iets voor jou.

Vraag 3: Wie is je doelgroep?

- Wil je het grote publiek aanspreken (bijvoorbeeld alle ouders van de school) of wil je juist een specifieke doelgroep bereiken (bijvoorbeeld ouders van een bepaald leerjaar)?
- Wat is kenmerkend voor je doelgroep?

Vraag 4: Via welke digitale kanalen wil je jouw doelgroep bereiken?

- Via welke digitale kanalen kan je jouw doelgroep bereiken?
- Als je weet wie je wil bereiken en met welke boodschap, dan kan je kijken naar welk digitaal communicatiekanaal het beste aansluit bij je doelgroep en je doel. Het is mogelijk om hierbij voor één specifiek kanaal te kiezen, maar je kan ook meerdere kanalen met elkaar combineren door bijvoorbeeld in een mail te verwijzen naar de Facebookpagina.



- Let op met hokjesdenken over communicatie en doelgroepen! Specifieke doelgroepen verkiezen niet één soort communicatie. Sommige ouders met een bureaujob hebben 's avonds genoeg van hun computer en bekijken zaken liever op papier. Andere ouders hebben thuis geen computer, maar wel een smartphone waarop ze alles volgen. Je kan één medium niet linken aan een bepaalde groep ouders.

DE VOORDELEN VAN DIGITALE COMMUNICATIE

Groot bereik

Heel veel ouders bekijken dagelijks hun smartphone, computer of tablet. Veel ouders hebben ook een profiel op Facebook en/of Instagram. Wanneer je als school of ouderwerking werk maakt van digitaal communiceren naar ouders, zal je sommige ouders vaker en sneller bereiken.

Sociale media zoals Facebook hebben hier nog een extra voordeel, want je bereikt ook ouders en personen buiten de school. Als ouders op facebook reageren of een bericht delen, krijgen vaak ook 'vrienden van vrienden' dat bericht op hun sociale media te zien. Daardoor kan je de opkomst op activiteiten verhogen, ouders, grootouders en andere familielieden beter en meer informeren.

Versterkend

Zijn papieren of mondelinge communicatie afgeschreven? Helemaal niet! Het digitale kanaal biedt een kans om je huidige communicatie te versterken. Niet elke ouder verkiest het digitale kanaal. Net zoals niet elke ouder een kei is in het bijhouden van papieren administratie. Digitale communicatie is geen vervanging maar een aanvulling op de 'klassieke' communicatie (brieven, mondelinge communicatie ...).



- Organiseer je met de ouderwerking een ouderfeest? Roep ouders op om de affiche online te delen op sociale media met andere ouders en verkrijg zo een ruimer bereik en hogere opkomst.

Snelheid

Digitaal communiceren gaat bijzonder snel. Je kan wereldwijd met elkaar communiceren en er gaat geen tijd verloren aan het afdrucken en het verspreiden van je boodschap. Bovendien krijg je vaak snel reactie.

Visueel aantrekkelijk

Online communiceren geeft de mogelijkheid om jouw bericht visueel aantrekkelijk te maken. Heel wat ouderwerkingen en scholen zetten foto's op hun facebookpagina, schoolwebsite of delen deze op andere sociale media. Bovendien zijn afbeeldingen ook erg toegankelijk voor anderstalige en laaggeletterde ouders, want een foto kent geen taal en iedereen begrijpt wat er getoond wordt. Hetzelfde geldt voor filmpjes.



- Besteed voldoende aandacht aan het portret- en auteursrecht. Je leest hier verder bij 'aandachtspunten' meer over.

Interactief

Digitale communicatie geeft ouders de kans om zich op een laagdrempelige manier betrokken te voelen bij de school. Door digitale kanalen kan er gemakkelijk interactie tussen de ouderwerking, de school en de ouders plaatsvinden. Facebook is hierbij het medium waar online makkelijk interactie ontstaat. Het is een medium waar veelvuldig gereageerd wordt op berichten en de like-knop geeft ouders de kans om zonder veel moeite of taaldrempels hun appreciatie uit te drukken.





AANDACHTSPUNTEN BIJ DIGITALE COMMUNICATIE

Niet vervangbaar

Het digitale kanaal kan je bestaande communicatie versterken, maar niet vervangen. Het is heel belangrijk om in het achterhoofd te houden dat niet iedereen toegang heeft tot het internet, een smartphone of een eigen computer. Digitale communicatie mag nooit een uitsluitingsmechanisme of een drempel worden.

Probeer ook aandacht te besteden aan het feit dat je niet alle ouders digitaal even snel zal bereiken. Plaats bijvoorbeeld een brief een week op voorhand op het digitale kanaal. Zo hebben ouders die niet onmiddellijk toegang hebben tot het digitale kanaal even de tijd om de informatie te lezen. Of druk voor wie dat wil de informatie toch nog op papier af, voorzie een computerruimte op school waar ouders gebruik van kunnen maken ...

Privacy-instellingen

Sociale netwerksites zijn opgebouwd rond het principe van zelfrepresentatie. Dit betekent dat gebruikers zelf bepaalde persoonlijke informatie (bijvoorbeeld naam en voornaam of geboortedatum) dienen vrij te geven om een account te kunnen aanmaken. Hierdoor krijgen sociale netwerksites vaak het verwijt dat er privacyrisico's aan verbonden zijn.

Om volop te kunnen genieten van de voordelen van digitale kanalen is het belangrijk om jouw en andermans privacy te beschermen door bewust en verantwoordelijk om te gaan met persoonsgegevens. Bekijk en gebruik hiervoor de aanwezige privacy-instellingen op het platform. Door je privacy online te beschermen zorg je ervoor dat je de controle behoudt over je persoonlijke informatie, welke informatie op het wereldwijde web wordt geplaatst en wie deze informatie kan zien. Aan de hand van [de affiche van Mediawijs](#) ontvang je tips om je privacy in eigen handen te houden en kan je verschillende stappen doorlopen om na te gaan welke info je momenteel vrijgeeft via digitale platformen.

GO! ouders vindt het belangrijk dat de ouderwerking en de school een bewuste keuze maakt omtrent privacy, en dat in samenspraak met ouders. Dat kan door in dialoog te treden met de schoolraad, maar ook bijvoorbeeld door een gespreksavond met ouders te organiseren. Op zoek naar een goede methodiek voor het starten van een dialoog? Bekijk dan zeker [onze methodiekenbundel](#).

Portret- en auteursrecht

Om afbeeldingen van leerlingen, leerkrachten, ouders,... te gebruiken in je communicatie dien je altijd vooraf toestemming te vragen. Ook voor het gebruik van andermans afbeeldingen, muziek, foto's, film en teksten gelden enkele regels.

Wanneer je afbeeldingen of filmpjes van minderjarige leerlingen online plaatst, moet je toestemming hebben van de ouders. Zo respecteer je **het portretrecht** van de leerlingen. Scholen vragen schriftelijke toestemming aan ouders doorgaans in het begin van het schooljaar door een bijlage bij het schoolreglement. In het artikel **'foto's van leerlingen online zetten: doe jij het goed?'** van Klasse kan je er meer over lezen.

Wil je aan de slag gaan met afbeeldingen, muziek, foto's, film en teksten van iemand anders? Het is dan belangrijk om te weten dat je niet zomaar het werk van anderen mag overnemen of gebruiken omwille van **auteursrechten**. Werken zijn vaak auteursrechtelijk beschermd. Maar hoe weet je nu of een werk beschermd is? Of kan je toestemming vragen om iemand zijn werk te gebruiken? Mediawijs maakte **een handige tool** met antwoorden over auteurs- en portretrecht.

Online reageren

Online communicatie via e-mail of sociale media is laagdrempelig. Wie een e-mail krijgt, kan in één minuut en met enkele muisklikken reageren. Dat levert vaak heel wat positieve feedback en appreciatie op, maar leidt soms ook tot negatieve reacties.

Voor je reageert op een bericht of een (negatieve) online reactie, denk dan zeker aan 'bezint eer ge begint'. Zeg niets online wat je ook niet offline zou zeggen en waar je later spijt van kan krijgen. Wat online staat is vaak niet uit te gommen, mensen kunnen bijvoorbeeld een screenshot nemen van jouw reactie. Hierdoor kan een (ongepaste) reactie blijven bestaan en in het slechtste geval resulteren in imagoproblemen. Neem daarom even de tijd voor je reageert. Dat laat je toe om afstand te nemen en niet emotioneel, doordacht te reageren.

Hoe vind je de juiste reactie voor jouw situatie? Kortom, hoe reageer je het beste op sociale media? De affiche **'hoe reageer je het beste op sociale media?'** van Mediawijs geeft je hierbij enkele richtlijnen.



- Negeer de reacties van je doelpubliek niet maar probeer in dialoog te gaan. Het is een gemiste kans om niet te reageren op bijvoorbeeld een positief bericht van een ouder op jouw Facebookbericht.
- Indien je een negatieve reactie op een online kanaal ontvangt, is het beter om verder mondeling in gesprek te gaan.

Eentonig

Digitale communicatie kan zonder voldoende afwisseling snel eentonig overkomen. Probeer ervoor te zorgen dat je niet altijd over hetzelfde praat, maar creëer variatie in je communicatie. Dit kan bijvoorbeeld aan de hand van het gebruik van visuele media, interactieve boodschappen (bijvoorbeeld vragen naar een mening), het meedelen van weetjes of tips ...

Kwaliteit van beeldmateriaal

Wil je graag gebruik maken van beeldmateriaal binnen de digitale communicatie naar ouders toe, probeer dan voldoende aandacht te besteden aan de kwaliteit van je beeldmateriaal. Een bericht met een afbeelding valt sowieso meer op dan een bericht zonder afbeelding. Het is dan ook belangrijk om afbeeldingen met slechte kwaliteit te vermijden in je bericht. Je wilt niet dat je doelpubliek afknappt op die ene afbeelding met een slechte kwaliteit, waardoor jouw boodschap verloren gaat.

GDPR-WETGEVING

Correct omgaan met privacy en ervoor zorgen dat de privacy van iedereen gewaarborgd blijft is in het onderwijs van groot belang. Met de GDPR-wetgeving gelden sinds mei 2018 nieuwe verplichtingen die overheden, bedrijven en alle andere organisaties moeten nakomen als ze persoonsgegevens verwerken. Ook een ouderwerking gaat aan de slag met persoonsgegevens binnen hun dagdagelijkse werking, bijvoorbeeld bij het versturen van een nieuwsbrief naar ouders ...

Bij het verwerken van persoonsgegevens gelden binnen de GDPR-wetgeving twee belangrijke principes. Ten eerste worden persoonsgegevens enkel gebruikt mits toestemming van de persoon in kwestie en voor welbepaalde, gerechtvaardigde doelen. Een tweede belangrijk principe is dat op ieder moment een mogelijkheid moet worden voorzien waarbij de persoon in kwestie een einde kan maken aan het gebruik van de persoonsgegevens. Bij een nieuwsbrief kan dit bijvoorbeeld door op ieder moment de mogelijkheid 'uitschrijven' aan te bieden.

→ Voor meer informatie over de GDPR-wetgeving in het onderwijs kan je de bundel [**'In 7 stappen naar gegevensbescherming in het onderwijs'**](#) raadplegen

AAN DE SLAG MET ENKELE DIGITALE TOOLS

TOOLS OM DIGITAAL TE COMMUNICEREN MET OUDERS

Klassieke communicatie

Schoolwebsite

De schoolwebsite is het online visitekaartje voor nieuwe ouders en een infobord voor je huidige ouders. Op de schoolwebsite kan je laten zien wat je als school aanbiedt, wat je troefkaarten zijn, hoe een schooldag verloopt en wat er allemaal de komende weken te gebeuren staat. Het is ook belangrijk dat de ouderwerking een vast plekje op de schoolwebsite krijgt.

Bij het ontwikkelen van een website is de centrale vraag: wat zijn de noden van mijn bezoekers? Deze noden kunnen verschillen en variëren doorheen de tijd: de school contacteren, een kind inschrijven, informatie zoeken over schooluitstappen, het menu opzoeken ... Onderhoud je website en baseer je structuur op de meest recente noden. Een grote valkuil bij het maken van een website is dat je vanuit je eigen organisatie vertrekt en de ervaring van de bezoeker negeert. Een goede website is als een wegwijzer: hij brengt bezoekers zo snel en gebruiksvriendelijk mogelijk naar waar ze moeten zijn. Daarnaast is het belangrijk dat de dag van vandaag een website duidelijk op elke hardware (gsm, tablet, computer) weer te geven is.

Wil je graag je website ontwikkelen of vernieuwen maar weet je niet hoe eraan te beginnen? [**GO! huisstijl**](#) biedt een betaalbare oplossing voor een functionele en professionele website op maat van jouw school. Weet je niet meteen wat je op je huidige website kan vernieuwen? Laat je dan inspireren door [**de checklijst**](#) van Klasse om jouw schoolwebsite te pimpen.

Gimme

[**Gimme**](#) is een planning en communicatie applicatie waarbij basisscholen, sportclubs en jeugdbewegingen makkelijk kunnen communiceren naar de ouders toe. Hun missie luidt als volgt: ouders die Gimme gebruiken hoeven nooit meer te zoeken naar briefjes. Via gimme kan de ouderwerking of het schoolteam heel gemakkelijk briefjes en activiteiten delen met de ouders.

De tool verzamelt voor de individuele ouder alle info van de kinderen en plaatst deze automatisch op één tijdlijn. Zo kunnen ouders alle informatie (activiteiten, brieven, foto's en video's) terugvinden in één app. Ouders kunnen instellen van welke klassen ze berichten willen ontvangen en welke niet. Zo komt de juiste informatie terecht bij de juiste ouder. Het communicatieplatform kent verschillende betalende formules en een gratis formule. Lees meer over Gimme via [**hun website**](#).

Smartschool

Smartschool is net zoals Gimme een planning en communicatie applicatie. Verschillend met Gimme is dat Smartschool zich ook richt op het secundair onderwijs. Als ouder blijf je via smartschool betrokken bij het schoolleven van je kinderen. Dankzij hun persoonlijke account kunnen ouders zich aanmelden. Er is zelfs een speciale startpagina voor ouders waarbij alle belangrijke informatie samenkomt op één scherm. Als ouder kan je via Smartschool communiceren met leerkrachten, afwezigheden mee opvolgen, de planning voor taken en toetsen van je kind mee opvolgen en tot slot resultaten en rapporten bekijken. Kom via [deze link](#) meer te weten wat Smartschool kan betekenen voor ouders.

Gimme en Smartschool zijn in Vlaanderen heel populair. Het zijn efficiënte communicatiekanalen naar ouders toe, maar uit [het artikel 'maak je digitale platform toegankelijk voor ouders'](#) van Klasse blijkt dat laaggeletterde ouders toch moeite ervaren bij het inloggen of mailen. In het artikel kan je lezen welke acties kunnen worden ondernomen om het voor hen toegankelijker te maken.

Mailchimp

Mailchimp is een online programma om naar grote groepen e-mails of nieuwsbrieven te sturen in een professionele lay-out. Met behulp van Mailchimp ziet je nieuwsbrief er visueel aantrekkelijk en professioneel uit. Daarnaast ontvang je statistieken over hoe vaak jouw nieuwsbrief werd geopend, wat werd aangeklikt, hoe vaak men iets heeft gedownload ...

Mailchimp is heel gebruiksvriendelijk, zo kan je bijvoorbeeld alle geadresseerden indelen in groepen (bijvoorbeeld per klas of per graad). Vanuit je nieuwsbrief kan je makkelijk linken naar je website. Ook foto's en filmpjes kan je in de nieuwsbrief uploaden. Mailchimp heeft betalende versies en een gratis versie.

Sociale media

Facebook

Facebook is een sociaalnetwerksite met gebruikers over de hele wereld. Gebruikers kunnen een persoonlijk profiel of een pagina aanmaken en hiermee informatie en interesses delen op hun tijdlijn. Het belangrijkste voordeel van facebook is dat het immens veel gebruikers heeft. Facebook is ook erg toegankelijk en gemakkelijk in gebruik. Als pagina-beheerder kan je jouw pagina makkelijk aanpassen en personaliseren. Een groot nadeel aan Facebook is dat het niet alle berichten aan jouw volgers laat zien. Facebook werkt volgens algoritmes en bepaalt zelf welke berichten aan wie en hoe vaak worden getoond. Op Facebook kan je kiezen voor een profiel, een groep of een pagina. Voor een ouderwerking of school is een pagina de beste optie. We leggen hieronder het verschil uit.

Iedereen die op Facebook actief wil zijn moet **een profiel** creëren. Facebook vraagt ook dat achter elk profiel een reële persoon zit. **Facebookgroepen** kan je vergelijken met kamers: het zijn plaatsen waar personen elkaar ontmoeten om te vergaderen, afspraken te maken, ideeën uit te wisselen, foto's te delen,... De relatie tussen alle leden van de groep is horizontaal: iedereen bevindt zich als gelijke in de kamer. Er is wel een beheerder die de communicatie in de groep kan modereren. Facebookgroepen zijn erg handig om interne communicatie te regelen. Je kan er afspraken maken, vergaderverslagen delen of een evenement aan de kalender toevoegen. Voor werkgroepen of een ouderraad kan een Facebookgroep gebruikt worden om vergaderingen makkelijk op te volgen en te overleggen wanneer niet iedereen op school raakt. Belangrijk is wel dat iedereen dan ook een Facebookprofiel heeft.

Met een **Facebookpagina** communiceer je als organisatie naar personen die je organisatie 'leuk vinden'. Door bij het bezoeken van je Facebookpagina op 'vind ik leuk' te klikken, krijgen zij de berichten die jij als organisatie uitstuurt in hun berichtenstroom in Facebook te zien. Zo blijven ze op de hoogte van wat jij als organisatie communiceert. Meerdere mensen kunnen aan de Facebookpagina gelinkt worden als beheerder via hun eigen profiel en zo de pagina mee onderhouden. Bovendien krijg je ook statistieken over het bereik van je berichten: je ziet hoeveel mensen het bericht gezien hebben, hoe vaak er op een link geklikt werd en hoeveel likes je hebt of hoeveel keer iets gedeeld werd.



- Als je met je ouderwerking of school met Facebook aan de slag wil gaan, kies dan voor een Facebookpagina. Op Facebook leent een pagina zich het best voor communicatie van je ouderwerking of school naar alle ouders. Voor kleine werkgroepen kan een Facebookgroep interessant zijn, op voorwaarde dat iedereen Facebook gebruikt.
- Kies een goede profielfoto (bijvoorbeeld een logo of een groepsfoto).
- Kies een goede omslagfoto (bijvoorbeeld een grote sprekende foto).
- Stel meerdere beheerders aan voor je Facebookpagina, zo kan de ene persoon eens iets posten of op een bericht reageren als de andere het te druk heeft.
- Bekijk en gebruik de aanwezige privacy-instellingen. Deze kan je terugvinden onder het symbool van het tandwiel.

Instagram

Instagram is een mobiele applicatie en sociaal netwerk dat je gratis kan downloaden op je telefoon of tablet. Het wordt gebruikt om foto's en video's met anderen te delen. Nadat je een account hebt aangemaakt kan je berichten of verhalen posten. Je volgers kunnen dan een hartje of een reactie plaatsen bij wat je deelt.

Net zoals bij Facebook en Twitter kan je op Instagram gebruik maken van hashtags. Berichten met een hashtag zijn door deze hashtag goed vindbaar op sociale media. Je kan Instagram doorzoeken op die ene specifieke hashtag. Door het gebruik van een hashtag, geef je jouw bericht een soort label mee. Zo kan je bijvoorbeeld als ouderwerking bij een evenement een hashtag lanceren en later kijken wie deze hashtag heeft gebruikt.

De ouderwerking van Leefschool de Vlieger lanceerden een hashtag op Instagram voor hun winterwandeling. Benieuwd naar hoe zij dit hebben aangepakt? Je kan het [hier](#) lezen.

Ook het GO! lanceerde enkele hashtags. Je kan deze hashtags gebruiken bij elk bericht over jouw schitterende GO! school op sociale media. Het is mogelijk om verschillende hashtags te gebruiken, maar één hashtag gebruik je sowieso: #fieroponsGO. Je leest [hier](#) meer over de hashtags.

**#samenlerensamenleven #fieroponsGO #helemaalGO #GOparticipeert #GOactiefburgerschap
#GOinnoveert #GOoverwondert #GOleert #GOfeest #GOverbindt #GOSchittert**



Videocommunicatie

Via videocommunicatie kan een ouderwerking of schoolteam aan de hand van een online audio- of videogesprek met ouders individueel en in groep in gesprek gaan. Omwille van de corona pandemie is videocommunicatie voor vele ouders en schoolteamleden niets nieuw meer. We hebben geleerd dat er talloze mogelijkheden zijn. Het is bijvoorbeeld mogelijk om lezingen, een quiz, voorstellingsactiviteit van de ouderwerking ... online via videocommunicatie te organiseren. Hieronder geven we een korte opsomming van de bekendste platformen voor videocommunicatie.

Teams

Microsoft Teams is een communicatie- en samenwerkingsplatform van Microsoft. Via chat, oproep of video kan iedereen wereldwijd op elk moment participeren binnen de Teams-omgeving. Met behulp van de diverse sociale en professionele functionaliteiten is het eenvoudig samenwerken. Je kan documenten, foto's en notities delen, je kan gebruik maken van breakout rooms, een gedeelde kalender aanmaken ...

Teams is gratis te gebruiken, zowel op de laptop als via mobiele apps. Deelnemers hebben geen account nodig om deel te nemen aan een online vergadering. Het klikken op een link volstaat om in de digitale vergaderruimte terecht te komen. Op het internet vind je diverse handleidingen om met Teams aan de slag te gaan.

Skype

Skype is communicatie- en samenwerkingsplatform ideaal voor kleine organisaties. Met Skype is het mogelijk om vanop afstand te vergaderen of chatten met elkaar. In tegenstelling tot bij Teams kan je met de gratis versie van Skype online vergaderen tot een beperkt aantal deelnemers. Zowel Skype als Teams zijn van Microsoft, maar verschillen qua doel. Skype is eerder bedoeld voor vriendschappelijk en familiaal contact, terwijl Teams eerder wordt gebruikt binnen de werksfeer.

Zoom

Zoom is net zoals Teams en Skype een videocommunicatie tool met een aantal functionaliteiten die vergaderen en interactie online mogelijk maken. Ook hier hebben deelnemers geen account nodig, ze kunnen gewoon deelnemen via een link.

Andere tools

Blogs

Een blog is een online dagboek waar ouders te weten komen wat er in de ouderwerking, in de school of klas gebeurt. Vaak wordt er bij een blog veel beeldmateriaal gebruikt. Op een blog worden foto's gepost van een leuke activiteit, uitstap of een project. Ouders krijgen op deze manier een inkijk in het hele gebeuren en worden betrokken op een laagdrempelige manier. Een blog aanmaken kan via **Blogger** of **Wordpress**. Online kan je heel wat informatie terugvinden over hoe je hiermee aan de slag kan gaan.



Opgelet! Hou er rekening mee dat al het beeldmateriaal op een blog openbaar staat en mogelijke privacy problemen met zich kan meebrengen.

Klasbord

Klasbord is een communicatieapp voor het onderwijs. Via deze tool kan het schoolteam of de ouderwerking met ouders communiceren op een leuke, makkelijke en veilige manier. Met klasbord is het mogelijk om foto's, video's en berichten uit de klas te delen. Klasbord is zowel via de app als via de webversie beschikbaar.

Tools om digitale content te maken

Canva

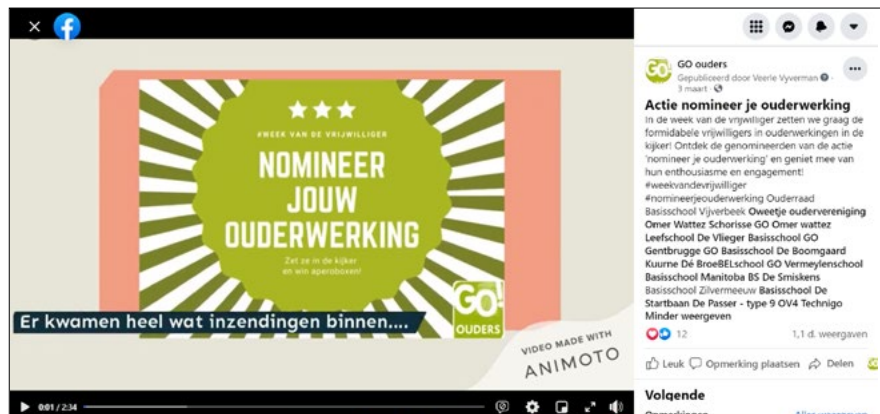
Canva is een online gebruiksvriendelijk lay-outprogramma waarmee je tekst in een aantrekkelijke en creatieve lay-out kan gieten. In heel weinig tijd is het mogelijk om een aantrekkelijke poster, kaartje facebookbericht, flyer ... te maken. Alles gebeurt online in je webbrowser waardoor je niets hoeft te installeren. Om aan de slag te gaan moet je gewoon naar de website surfen en een account maken. De basisafbeeldingen zijn gratis, voor andere lay-outs moet je betalen per afbeelding. Laat dit je niet afschrikken om Canva uit te proberen, er is genoeg gratis keuze.



Ook GO! ouders maakt veel gebruik van Canva en maakte deze creaties.

Animoto

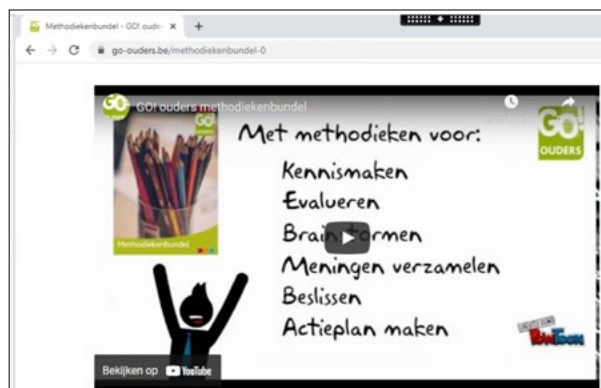
Maak je zelf ook graag eens een animatiefilmpje voor een aankondiging? Dat kan met **Animoto**! Zelf filmen of iemand inhuren kost veel geld, terwijl je gewoon zelf makkelijk en gratis een filmpje kan monteren via Animoto. De basisversie van Animoto is gratis en bied je de mogelijkheid om een leuk filmpje te maken en te delen met de aanwezigheid van een niet storend watermerk. Om te starten maak je een account aan. Naast de gratis versie is er ook een betalende versie voor wie meer mogelijkheden en geen watermerk wenst. Eens je filmpje klaar is, kan dit direct gedeeld worden op sociale media (Facebook, Youtube, Instagram, Twitter en LinkedIn).



Voor de Week van de Vrijwilliger maakte GO! ouders een Animoto-filmpje. We plaatsten dit filmpje op onze Facebook-pagina en bedankten op deze manier verschillende ouderwerkingen.

Powtoon

Naast Animoto kan je ook gebruik maken van **Powtoon**. Beiden zijn heel gebruiksvriendelijk en op heel kleine verschillen na gelijkaardig. Met de basisversie van Powtoon maak je zelf een leuke video in een uurtje tijd. Alles gebeurt in je browser. Surf naar hun website en maak een account aan. Het werkt een beetje als een powerpointpresentatie, met een aaneensluiting van slides. Je bepaalt hoelang elke slide en elke figuur zichtbaar is. De basisversie van Powtoon is gratis. Wil je meer mogelijkheden, dan betaal je een vast bedrag per maand. Benieuwd hoe het werkt? Bekijk dan [deze video](#).



GO! ouders maakte voor de methodiekenbundel een Powtoon-filmpje. Het resultaat kan je bekijken door op de afbeelding te klikken.

Igmur

Een meme is een afbeelding met tekst of een korte video met een ludieke boodschap die zich over het internet kan verspreiden. Waarom zou je memes gebruiken? Ten eerste zijn memes het perfecte middel om via digitale communicatie de aandacht van de lezer te krijgen. Daarnaast zijn memes grappig, je maakt jouw boodschap meteen veel luchtiger. Op het wereldwijde web kan je talloze memes terugvinden en gebruiken, maar via [Igmur](#) kan je ook heel gemakkelijk zelf een meme maken. Igmur is heel makkelijk in gebruik: je klikt eerst op 'New post' en daarna op 'Meme gen'. Vervolgens klik je op 'Select a default meme'. Hier kan je een template kiezen en verder personaliseren. Memes bestaan in de vorm van foto's met tekst, video's of GIFs.



Giphy

Binnen je digitale communicatie naar ouders kan je ook gebruik maken van een GIF. Een GIF is een kortbewegende afbeelding of een kort stukje video van enkele seconden. GIF's worden vaak gebruikt in apps zoals Facebook of Instagram. Ze geven een grappige en luchtige twist aan je communicatie. De meeste sociale media apps hebben een eigen GIF-bibliotheek met leuke bewegende beelden. Vaak zijn die gelinkt aan platformen als [Giphy](#) of [Tenor](#) waar je met specifieke zoektermen het perfecte (bewegende) plaatje kunt vinden.

Maar het is natuurlijk veel leuker om gewoon zelf je eigen GIF te maken! Een GIF maken is niet moeilijk en op het vlak van originaliteit scoor je meteen punten. Een gemakkelijke gratis applicatie om een GIF te maken is [Giphy](#). Je maakt een GIF door simpelweg een filmpje op te nemen of een bestaand filmpje te kiezen en te uploaden in de app of in je webbrowser. Vervolgens kan je de GIF personaliseren met stickers en filters. Nadat het filmpje erop staat kan je jouw GIF makkelijk gebruiken in je digitale communicatie via alle sociale media.

LITERATUURLIJST

Informatie

Auteurs- en portretrechten op school

<https://onderwijs.vlaanderen.be/nl/auteursrechten-op-school>

<https://www.klasse.be/179502/auteursrechten-als-je-filmfragment-vertoot-op-school/>

<https://www.klasse.be/81040/fotos-leerlingen-online-zetten-regels/>

Wat is Instagram?

<https://www.medianest.be/wat-instagram>

In 7 stappen naar gegevensbescherming in het onderwijs

https://onderwijs.vlaanderen.be/sites/default/files/atoms/files/In-7-stappen-naar-gegevensbescherming-in-het-onderwijs_Privacycommissie.pdf

Hoe maak je een eigen GIF? Mediawijs legt dit uit.

<https://www.medianest.be/maak-je-eigen-gif>

Tips

Klasse geeft enkele tips om je digitaal platform toegankelijker te maken voor ouders.

<https://www.klasse.be/182416/maak-je-digitale-platform-toegankelijker-voor-ouders/#:~:text=Als%20je%20mappen%20aanmaakt%20op,'%20en%20'L1B'%20staan.>

Hoe reageer je het beste op sociale media? Mediawijs maakte een affiche met enkele situaties en tips.

<https://mediawijs.be/tools/affiche-hoe-reageer-je-beste-sociale-media>

Tools

Op zoek naar een toffe methodiek om binnen jouw groep te overleggen? GO! ouders verzamelde heel wat methodieken die je binnen een ouderwerking kan gebruiken en lijstte ze op in een methodiekenbundel.

<https://www.go-ouders.be/methodiekenbundel-0>

GO! ouders maakte de gids 'Iedereen mee met het ABC?' om scholen en ouderwerkingen te informeren en te inspireren om ook de laaggeletterde ouders volop te laten participeren aan het schoolse leven.

<https://www.go-ouders.be/iedereen-mee-met-het-abc-geletterdheidsondersteuning-voor-ouders>

Wil je ouderwerking meer anderstalige ouders betrekken? Dan is de map 'OEFENKANS NEDERLANDS voor en door ouders' iets voor jouw ouderwerking. De map omvat methodieken en materialen die ouderwerkingen en scholen kunnen inzetten bij hun communicatie naar ouders.

<https://www.go-ouders.be/oefenkans-nederlands>

Het gebruik van auteursrechtelijk beschermd werk: een stappenplan van Mediawijs

<https://mediawijs.be/dossiers/dossier-mediamakers/stappenplan-het-gebruik-van-auteursrechtelijk-beschermd-werk>

Hoe bescherm ik mijn privacy op sociale media? Mediawijs maakte een stappenplan.

<https://mediawijs.be/tools/stappenplan-privacy>

Hoe je schoolwebsite pimpen? Klasse maakte een checklist.

<https://www.klasse.be/40686/pimp-schoolwebsite-checklist/>

Welk mediaprofiel gaat er achter jou schuil? Ontdek het met de Mediaprofieltest van Mediawijs.

<https://mediawijs.be/mediaprofieltest>



vzw GO! ouders
Willebroekkaai 36 | 1000 Brussel
T 02 790 92 31
ouders@g-o.be
www.go-ouders.be