

organisatie van het LIC en Xplora kadert in de visie van de hogeschool op leren en onderwijs. Het stimuleren en begeleiden van innovatieve onderwijstechnieken is een van de basisdoelstellingen. De dienstverlening van het LIC is zeer divers: informatievoorziening, onderzoek & evaluatie, kwaliteitszorg, consultancy voor onderwijskundigen,... De taken zijn verdeeld over zeven kernteams. Het Virtueel Leren Support team, dat de presentatie bracht op de studiedag, is verantwoordelijk voor de support op het gebied van multimedia en Blackboard en de ontwikkeling van online trainingen. Meer info is te vinden op de website: <http://lic.avans.nl>

BEELD EN AUTEURSRECHT

Bij gebruik van beeldmateriaal zijn vaak meerdere types van het Belgische en Europese recht van toepassing: auteursrecht, portretrecht en merkenrecht, privacy, tekeningen en modellen en vrijheid van meningsuiting. Tijdens de laatste presentatie van de dag bracht advocaat Emmanuel Van Melkebeke een ultrabeknopte, theoretische introductie in het Belgische auteurs- en portretrecht. Wanneer is toestemming vereist bij gebruik van een creatie of de afbeelding van een persoon, wat zijn de bijzondere gevallen en de uitzonderingsituaties? De talrijke voorbeelden van de uitzonderingen in het auteursrecht, zeker in geval onderwijs en onderzoek, maakte de uiteenzetting heel praktisch en levendig voor de deelnemers. Tijdens de vragenronde volgde dan ook een spervuur aan vragen.

Enkele voorbeelden:

- Mag ik een tv-programma opnemen en verspreiden op dvd? Neen, maar transmissie via een gesloten netwerk, bijv. Blackboard is wel toegestaan.
- Mag ik een gekochte vhs-cassette die niet verkrijgbaar is op dvd zelf overzetten? Neen, dit is reproductie en dus is toestemming vereist.
- Ben ik als bibliothecaris verantwoordelijk voor het illegaal kopiëren door anderen? Neen!

Het is duidelijk een thema dat bibliothecarissen bezig houdt en vormde een mooie afsluiter voor deze gevarieerde en leerrijke dag.

Dirk Desaever, Plantijn Hogeschool en Patrick Vandegehuchte, KHBO

Sociale media voor beginners - interne vorming

VVBAD-secretariaat, Berchem

30 juni 2011

Ik had eerst getwijfeld om me in te schrijven voor deze interne vorming aangezien ik een facebook-addict ben, voor de biblioblog van Eramushogeschool Brussel schrijf, mijn honderden blogs volg via Google Reader, mijn favoriete links opsla in Delicious, luister naar mijn favoriete muziek via soundcloud en nog zo veel meer. Ik ben dus wat je noemt, een true social media lover ☺

Ik was vooral bang weer een opsomming te krijgen van wat social media is, wat er bestaat en hoe het werkt. Mijn vooroordelen waren echter heel snel verdwenen. Jan Seurinck wist me van in het begin te boeien, vooral zijn strategische kennis als communicatie-expert was heel inspirerend.

Dit verslag is geschreven zoals ik het op mijn facebookprofiel zou doen. Korte oneliners die kunnen leiden tot discussie en die anderen "leuk" kunnen vinden.

- + Facebook is je eigen biografie schrijven.
- + Social media heeft geen redactie. Maar als jij het niet vertelt, vertelt een ander het en dan heb je geen controle over hoe de boodschap verspreid wordt.
- + De communicatieverantwoordelijken zijn het alleenrecht op verspreiden van informatie kwijt. De gebruikers zijn de verkopers van je producten en dienstverlening geworden. Als een iemand iets post, reageren er negen en luisteren er 90.
- + De consument is mondiger, heeft de ruimte om kritiek te uiten en doet dat ook.
- + Reageer steeds op alle commentaren. Bij de positieve commentaren is de "vind ik leuk"-knop genoeg. De reactie op negatieve commentaren is veel belangrijker. Negeren of deleten is not done. Wees voorbereid op negatieve commentaren en reageer snel.
- + Vooraleer je social media wilt gebruiken, moet je een communicatiestrategie en communicatieplan hebben. Bedenk op voorhand welk doelpubliek je hebt en hoe je die kan bereiken. Hou er rekening mee dat de grootst groeiende groep op Facebook 55-plussers zijn.
- + Maak mentaal de klik om op een andere manier met je klanten om te gaan als je social media wilt gebruiken. Je staat dan tussen het volk en niet erboven. En

vooral: Ga zowel online als offline op dezelfde manier om met je klanten.

- Wees authentiek. Onwaarheden worden zwaar afgestraft en verkoperspraatjes worden niet gelezen. Zoek en vergroot de betrokkenheid met de community door anekdotes en backstageverhalen te vertellen.
- Vooraleer je begint met social media lees eerst wat er is en bekijk hoe anderen social media aanwenden. En geef jezelf en de media die je gebruikt de nodige tijd om te groeien.
- Afbeeldingen geven je boodschap extra kleur en aantrekkingskracht. Let uiteraard steeds op met rechten.
- Onderzoek het onderscheid tussen een profiel, groep en een pagina op Facebook en lees zeker de voorwaarden van Facebook.
- Van de korte opsomming van social media tools heb ik Evernote (online programma om notities bij te houden) al in gebruik en zal ik Gimp (opensourcetool om foto's te bewerken) zeker bestuderen. Andere tools die werden genoemd waren: Google Alerts op topics, RSS-reader van Google of Feedly, Delicious voor bewaren links, Pbworx (wiki), blogs: Wordpress, Typepad, Posterious, Tumblr, Flickr, Twitter.

Indien Jan Seurinck terug komt spreken voor VVBAD, zal ik zeker weer op de eerste rij zitten.

Nele Lekens, Erasmushogeschool Brussel