

INHOUD

INHOUD	5
VOORWOORD	7
INLEIDING	11
DEEL I. WAAROM SOCIALE MEDIA?	13
DEEL II. SOCIALE MEDIA ALS RESEARCHTOOL	19
1. Breaking news	20
2. Vinger aan de pols houden	26
3. Zoeken op naam	31
4. Zoeken op profiel	35
5. Zoeken naar hulp uit het publiek: crowdsourcing	88
DEEL III. SOCIALE MEDIA ALS PRESENTATIE TOOL	95
1. Facebook	101
2. Twitter	115
3. LinkedIn	134
4. Tumblr	136
5. Pinterest	139
6. Google+	141
7. Google Maps	143
8. Youtube	144
9. SlideShare	145
10. Scribd	146
11. Dipity	146
12. Quora	147
13. Soundcloud	147
14. Flickr	148
15. Delicious	149
16. Spotify, Deezer...	150
17. Liveblogging, een nieuw vorm van journalistiek	150

DEEL IV. JOURNALISTIEKE OUTPUT MONITOREN VIA SOCIALE MEDIA **155**

1. Meet het bereik van je tweet	156
2. Hoe presteert je Facebookpagina?	158
3. Google Analytics	160
4. Google Trends	161
5. Chartbeat	161
6. Engagor	162
7. Invloed op sociale media	163
8. Trending topics	168
9. Topsy	170
10. Social Pulse, het dashboard van Reuters	171

DEEL V. SOCIALE MEDIA ALS COMMUNICATIE- EN INTERACTIETOOL **173**

1. Een netwerk uitbouwen op Twitter	175
2. Een nieuwe vorm van communicatie	176
3. Het nieuws wordt gemaakt op Twitter	179
4. De journalist blijft een rol spelen	188
5. Betrek de lezer bij het journalistieke proces	188
6. Pak uit met je expertise	190
7. Pas op voor fake en parodieaccounts	191
8. De keerzijde van de medaille	193
9. Opgelet voor hackers	196
10. Enkele tools	196

DEEL VI. SOCIALE MEDIA EN DE JOURNALISTIEKE DEONTOLOGIE **199**

1. Reuters: Think before you post	202
2. BBC: Don't do anything stupid	203
3. AFP: Hoe omgaan met content vanop sociale media?	204
4. VRT: Voorzichtigheid geboden	206
5. De Standaard: Spreek in persoonlijke naam	207
6. NRC: wees je bewust van de risico's	208
7. NPR: De cultuur van sociale media begrijpen	209
8. Hoe ga je om met onbevestigde berichten?	209
9. Hoe ga je om met primeurs?	211
10. Retweets, een moeilijke kwestie?	213
11. Zijn tweets en openbaar?	214
12. Kan ik foto's overnemen vanop sociale media?	215
13. Richtlijnen voor gebruik van sociale media	219

INDEX **221**