



Protocol social media

1. Wat is Sociale Media?

Sociale media is een verzamelnaam voor alle internettoepassingen waarmee gebruikers – zonder of met weinig tussenkomst van een professionele redactie – informatie met elkaar kunnen delen op een gebruiksvriendelijke en leuke manier. Het betreft niet alleen informatie in de vorm van tekst (nieuws en artikelen). Ook geluid (podcast en muziek) en beeld (fotografie en video) worden gedeeld via sociale media websites. Sociale media staat voor “Media die je laat socialiseren met de omgeving waarin je je bevindt”.

2. Waarom Sociale Media?

Aloysius moedigt medewerkers aan sociale media te gebruiken; dat is een uitstekende manier om in gesprek te zijn met de maatschappij, de politiek en andere partners om ons heen. Met name Twitter, dat volledig openbaar is en veel gebruikers heeft, kan een enorm bereik hebben. Dat biedt zowel kansen als risico's. Ditzelfde geldt voor gebruik van Facebook, Hyves, YouTube, LinkedIn, blogs zoals Tumblr, Pinterest en andere toepassingen op internet. Wanneer je je begeeft op alle middelen van sociale media, wees je er dan van bewust dat je Aloysius vertegenwoordigt.

3. Waarom een sociale media protocol?

Net als bij de opkomst van e-mail en internet in organisaties ontstaan nieuwe vragen bij het gebruik van sociale media in organisaties. Privégerelateerde zaken en werkgerelateerde zaken zijn niet zo gemakkelijk te scheiden en dat hoeft ook niet. Uitgangspunt is dat sociale media een waardevolle bijdrage aan de organisatie levert, zoals e-mail en internet dat ook hebben gedaan en nog steeds doen. Bij nieuwe ontwikkelingen zie je vaker dat de een vooral de bedreigingen ziet, de ander vooral de kansen. Om verschillende denkbeelden over het gebruik van sociale media binnen Aloysius niet te laten leiden tot misverstanden is dit protocol ontwikkeld. Met dit protocol beogen we duidelijkheid, eenduidigheid, transparantie en een kader aan te geven voor het gebruik van sociale media. Aloysius is verantwoordelijk voor alle informatie die geplaatst wordt uit naam van Aloysius. Dat betekent dat informatie, de toon, de taal en de huisstijl moeten kloppen.

4. Belang van verstandig gebruik van sociale media

Op diverse sociale mediakanalen ontstaat steeds meer dialoog tussen medewerkers onderling en collega's uit het werkveld. Dit kan leiden tot berichten die worden gepost (op diverse platformen) door gebruikers – mogelijk ook door leerlingen- waarin Aloysius onderwerp van gesprek kan zijn.

Dit laatste heeft ertoe geleid dat de beheersbaarheid van communicatie en reputatiemanagement sterk verandert. Het blijkt steeds lastiger om te monitoren wat er over onze organisatie wordt gezegd en geschreven, en kan dus de reputatie van de organisatie beïnvloeden, zowel positief als negatief. Het is dus belangrijk om te volgen wat er over Aloysius wordt gezegd.

Tegelijkertijd stimuleren we iedereen om vooral mee te doen aan sociale netwerken en deel te nemen aan de dialoog op bijvoorbeeld Twitter en LinkedIn. Maar wel binnen vastgestelde kaders en met zin en verstand. Met deze notitie willen we handvatten aanreiken hoe correct en verstandig om te gaan met sociale media.

I . Sociale media richtlijnen voor medewerkers:

1. Je bent zelf verantwoordelijk
 Alles wat je schrijft of plaatst is jouw verantwoordelijkheid. Bedenk je goed voordat je sociale media gebruikt voor professionele dan wel persoonlijke doeleinden dat alles wat je post in het publieke domein terecht komt, althans terecht kan komen. De online berichten die je plaatst kunnen opgevat worden als het officiële standpunt van Aloysius. Plaats nooit berichten die het imago van Aloysius en/of medewerkers/leerlingen kunnen schaden.

Bij twijfel geldt altijd: niet plaatsen. Wanneer je twijfelt over de wijze waarop je wilt reageren op een bericht of tweet, kan je advies vragen aan de communicatiemedewerker van het stabureau Voorhout.

2. Persprotocol blijft gelden

Voor sociale media gelden dezelfde regels op het gebied van persvoorlichting en woordvoering als de traditionele media zoals krant en TV. Berichten en reacties uit naam van Aloysius aan de pers worden dan ook alleen gedaan door het college van bestuur.

3. Houd privé en werk gescheiden

Uiteraard respecteren we de vrijheid van meningsuiting van onze medewerkers, maar als je over je werkzaamheden twittert of een bericht plaatst, bedenk jezelf dan altijd dat je een vertegenwoordiger van Aloysius bent en dat jouw persoonlijke mening over bepaalde zaken in tegenstelling kan zijn met de belangen van de organisatie. Realiseer je dat je berichten niet alleen gelezen worden door vrienden en familie en dat wat je schrijft, blijvend is.

Indien je denkt dat een bepaald bericht geïnterpreteerd kan worden als een officieel standpunt van Aloysius, mag het enkel op sociale media geplaatst worden nadat toestemming is verkregen van [...]. In het geval dat Aloysius bepaalt dat de inhoud van het bericht in strijd is met de binnen de organisatie geldende normen en waarden dan wel met dit protocol, kan Aloysius verzoeken dat het bericht niet wordt geplaatst dan wel van de betreffende website wordt verwijderd.

4. Sociale media op internet onthoudt alles

Bijdragen op alle sociale media blijven altijd vindbaar, en Google is de grootste online roddeltante. Onthoudt dat!

5. Geheimhouding en privacy

Het is de medewerker verboden om vertrouwelijke stukken met betrekking tot zowel Aloysius, de medewerkers als de leerlingen te openbaren. De medewerker zorgt ervoor dat deze zaken op geen enkele manier openbaar gemaakt zullen worden, noch verstrekt zullen worden aan derden. Aloysius, en derhalve ook de bij haar werkzame medewerkers, houdt zich bij het gebruiken van sociale media aan de wettelijke kaders die er zijn op het gebied van privacy, zoals bijvoorbeeld de Wet Bescherming Persoonsgegevens.

6. Do's & Don'ts

- Transparantie

Indien je betrokken raakt in een gesprek dat gerelateerd is aan Aloysius, dien je jezelf in de online discussie kenbaar te maken (bijvoorbeeld door het duidelijk noemen van je naam en je functie binnen Aloysius). Het is een medewerker van Aloysius derhalve niet toegestaan om een alternatieve gebruikers-ID of e-mailadres te creëren en daarmee online gesprekken te voeren namens Aloysius. In het geval dat je jouw mening publiekelijk deelt, maak dan duidelijk dat de berichten niet het officiële standpunt van Aloysius weergeven, maar jouw persoonlijke standpunt. Als medewerker ben je verantwoordelijk voor de door jou geplaatste uitspraken.

- Wees feitelijk

Voorkom uitspraken die niet gefundeerd zijn en plaats geen onwaarheden. Als je onder persoonlijke titel berichten plaatst met betrekking tot jouw werkzaamheden bij Aloysius gebruik dan de volgende disclaimer:

“De berichten op deze site geven mijn eigen standpunten weer en vertegenwoordigen niet het officiële standpunt van Aloysius”.

Echter, ben je ervan bewust dat ondanks het gebruik van de disclaimer de berichten die je online plaatst, alsnog voor jou dan wel voor Aloysius gevolgen kunnen hebben. Indien je online een fout hebt gemaakt is het van belang dat je hierover open en eerlijk bent. Corrigeer de fout, zo nodig in overleg met [...], zo snel en zo accuraat mogelijk.

- Wees respectvol

Als je online berichten plaatst dien je respectvol om te gaan met de standpunten, ideeën en verwachtingen van andere mensen. Onthoud je van etnische, religieuze of andere discriminerende uitspraken. Ontwijk berichten die als kwaadaardig, bedreigend, obscene of intimiderend opgevat kunnen. Voorbeelden van respectloos gedrag zijn het plaatsen van beledigende berichten om bewust iemands reputatie te schaden en uitlatingen die een vijandige werkomgeving creëren.

Wees voorzichtig met wat je het publieke domein toevertrouwt. Bedenk daarbij dat alles wat op sociale media gepost wordt, van invloed kan zijn op de reputatie van Aloysius, de medewerkers, de leerlingen evenals die van jezelf. Het is dan ook mogelijk dat derden juridische stappen ondernemen tegen zowel jou persoonlijk als Aloysius op grond van de door jou geplaatste berichten op sociale media.

In het geval dat je merkt dat op sociale media een verkeerde voorstelling van zaken over Aloysius wordt weergegeven, dien je [...] hiervan in kennis te stellen.

- Respecteer Intellectueel Eigendom

Houd rekening met copyright en andere intellectuele eigendomsrechten als je gebruik maakt van informatie of stukken die je niet zelf hebt gecreëerd. Let tevens op de gebruiksvoorwaarden voordat je een site gebruikt of ernaar linkt. Het is een medewerker niet toegestaan om de naam van Aloysius of een ander handelsmerk van Aloysius te gebruiken als deel van je screen-name, gebruikers-ID, pagina, site, groep of elke andere manier, die de indruk wekt dat je Aloysius vertegenwoordigt.

Samengevat:

- Maak duidelijk dat je vanuit je persoonlijke rol spreekt, en niet uit naam van de organisatie.
- Maak je bronnen kenbaar.
- Signaleer berichten en/of filmpjes (ook van leerlingen) die openbaar zijn geplaatst aan je leidinggevende en aan de communicatiemedewerker.
- Spreek met respect over anderen.
- Respecteer copyright, gebruik nooit logo's, beeldmateriaal of muziek zonder toestemming.
- Check de reacties op je berichten.
- Plaats een pasfoto op je account/profiel.
- Plaats geen vulgair materiaal.
- Plaats geen logo als profielfoto.
- Spreek niet namens Aloysius, maar namens jezelf.
- Citeer geen collega's of leerlingen.
- Plaats geen dingen die je in verlegenheid kunnen brengen.
- Bij twijfel het bericht nooit plaatsen.
- Volg op sociale media geen "bedenkelijke" figuren.
- Gebruik de Aloysius LinkedIn Groep niet als marktplaats.
- Word geen vrienden met leerlingen via sociale media: houd privé en professionele verbintenissen gescheiden. WhatsApp biedt de mogelijkheid om groepen aan te maken. Sommige scholen gebruiken deze tool om met leerlingen binnen een groep te communiceren.

7. Eigenaar account medewerker

Als je als medewerker deelneemt aan sociale media activiteiten als onderdeel van de werkzaamheden bij Aloysius, dan wordt het account beschouwd als eigendom van Aloysius. Dit geldt voor alle accounts die zijn aangemaakt als onderdeel van het werk bij onze organisatie. Deze accounts zijn onder beheer van Aloysius. Dit betekent bijvoorbeeld dat bij einde dienstverband de desbetreffende account, en de daarbij behorende contacten, niet mee over gaan naar een nieuwe werkgever. Het is dan ook niet toegestaan om het wachtwoord of de accountnaam te wijzigen, dan wel een soortgelijke account aan te maken.

II. Sociale media gebruik door scholen

Het gebruik van sociale media door scholen is gestoeld op 3 pijlers:

1. Profilering
Hoe kan sociale media ingezet worden om een bijdrage te leveren aan de profilering van de school?
2. Communicatie
Hoe kan sociale media ingezet worden om de communicatie met de verschillende doelgroepen in en om de school te versterken?
3. Curriculum
Hoe kan sociale media een structurele plek krijgen in het curriculum van de school?

Iedere school kan nadenken over hoe aan de 3 pijlers invulling gegeven kan worden. Door invulling te geven, ontstaat een strategie per school over het toepassen van sociale media. Antwoorden op de gestelde vragen zouden tot de volgende strategieën op sociale media kunnen leiden:

- Leerlingen die de school verlaten zijn sociaal en digitaal vaardig, omdat zij onderwijs hebben genoten in een omgeving waar het mogelijk is te experimenteren met en te discussiëren over sociale media;
- De school wil door middel van sociale media de ouderparticipatie op school vergroten door hen een omgeving te bieden die het voor hen eenvoudig en toegankelijk maakt de ontwikkeling van hun kind te volgen en met de school en ouders te communiceren;
- Leerkrachten lopen voor de leerlingen uit in het ontwikkelen van vaardigheden om sociale media in te zetten ten behoeve van de leerprestaties. Zij worden hierin door de school gefaciliteerd en getraind.

Bestaande sociale media Aloysius:

Twitter:

Alle sectoren en de Aloysius Academie hebben een twitter account (@AloysiusWest, etc)
Een aantal collega's twitteren.

LinkedIn:

Er is een Aloysius groep binnen LinkedIn

Facebook:

Geen pagina Aloysius

Youtube:

Eigen kanaal aanmaken vergelijkbaar met Twitter.

Het is mogelijk voor sectoren en scholen om binnen dit beleidskader eigen sociale media richtlijnen op te stellen.