

Richtlijnen gebruik Social Media

Verder uitgewerkte richtlijnen gebruik sociale media:

1. Werknemers van Delta, Fluvius en de Basis en/of je school mogen actief zijn op social media mits het werk er niet onder lijdt. Afhankelijk van de functie van een medewerker kan het gebruik van social media meer of minder gewenst zijn. Leidinggevende en medewerker maken hierover dan afspraken. (**alg.**)
2. Delta, Fluvius en de Basis en/of je school wil eerlijk en transparant zijn. Dit betekent dat er geen pr of marketing onder een andere naam plaatsvindt, maar dat altijd de organisatie en functie wordt bekendgemaakt. (**alg.**)
3. Blogs en sociale netwerken die worden gehost door Delta, Fluvius en de Basis en/of je school moeten worden gebruikt op een manier die waarde toevoegt aan de bedrijfsdoelstellingen van Delta, Fluvius en de Basis en/of je school. Het moet eraan bijdragen dat jijzelf, collega's, klanten en partners hun werk beter kunnen doen en helpen bij het oplossen van problemen en het verbeteren van vaardigheden en kennis.
Bij beëindiging van het dienstverband zullen werknemer en werkgever een passende oplossing zoeken voor het overdragen van het profiel of de informatie en contacten daarop. (**alg.**)
4. Werknemers proberen kennis en andere waardevolle informatie te delen, mits die informatie niet vertrouwelijk is en Delta, Fluvius en de Basis en/of je school niet schaadt. (**don't 1**)
5. Werknemers zijn persoonlijk verantwoordelijk voor de inhoud die ze, voor zover dat niet tot hun functie behoort, publiceren op blogs, wiki's, fora en andere media die gebaseerd zijn op user-generated content. Zij zijn zich ervan bewust dat wat zij publiceren voor langere tijd openbaar zal worden, met gevolgen voor hun privacy. (**don't 2**)
6. Werknemers die publiceren op een website anders dan die van Delta, Fluvius en de Basis en/of je school over een onderwerp dat wel te maken kan hebben met Delta, Fluvius en de Basis en/of je school maken kenbaar of zij op persoonlijke titel publiceren. Eventueel aangevuld met een disclaimer waarin staat dat het persoonlijke standpunt niet overeen hoeft te komen met dat van de organisatie (m.n. bij blogs). (**do 3, don't 4**)
7. Delta, Fluvius en de Basis en/of je school ondersteunt de open dialoog en de uitwisseling van ideeën en het delen van kennis. Dit gebeurt op persoonlijke titel, bij werk gerelateerde onderwerpen met vermelding van organisatie en functie. Er wordt steeds geschreven in de eerste persoon. (**do 3, don't 4**)
8. Werknemers zijn zich bewust van hun relatie met Delta, Fluvius en de Basis en/of je school in online sociale netwerken.
Als je actief bent als werknemer voor de organisatie waarvoor je werkt zorg je ervoor dat het profiel en de inhoud in overeenstemming is met hoe je je in tekst, beeld en geluid zou presenteren ten overstaan van collega's en klanten. (**do 4**)
9. Bestuurders, managers, leidinggevend en degene die namens de organisatie het beleid en de strategie uitdragen hebben een bijzondere verantwoordelijkheid bij het bloggen. Op grond van hun positie moeten zij nagaan of zij op persoonlijke titel kunnen publiceren. Zij zijn zich bewust dat medewerkers lezen wat zij schrijven. (**do 4, don't 3**)
10. Bij de geringste twijfel over een publicatie of over de raakvlakken met Delta, Fluvius en de Basis en/of je school is het verstandig contact te zoeken met je leidinggevende of daarvoor verantwoordelijke afdeling/persoon. Uiteindelijk is het helemaal je eigen verantwoordelijkheid wat je post of publiceert. Het kan echter geen kwaad advies in te winnen. (**do 5, don't 8**)

Richtlijnen gebruik Social Media

11. Probeer de eerste te zijn om je eigen fouten te corrigeren, zonder eerdere berichten te wijzigen of te verwijderen. Vermeld daarbij dat jij degene bent die het bericht wijzigt. (**do 6**)
12. Werknemers respecteren degene tot wie zij zich richten. Etnische laster, persoonlijke beledigingen en obsceniteit zijn niet geoorloofd. De privacy van anderen wordt gerespecteerd. Als je publiceert over een concurrent zorg je ervoor dat wat je zegt feitelijk en juist is, zonder een concurrent in diskrediet te brengen. Vermijd daarbij onnodige of onproductieve argumenten, die leiden tot niets. Gooi geen olie op het vuur in debatten, maar blij feitelijk. (**do 7**)
13. Werknemers respecteren het beeld-, auteurs- en citaatrecht. (**do 8**)
14. Werknemers mogen geen vertrouwelijke en/of schadelijke informatie verstrekken over leerlingen, partners of leveranciers zonder hun goedkeuring. Hierin wordt geen onderscheid gemaakt tussen informatie over het onderwijsproces en de persoon of het bedrijf. (**don't 8**)
15. Werknemers publiceren niet ongevraagd vertrouwelijke of andere merk gebonden informatie. Voor het publiceren van interne gesprekken wordt eerst toestemming gevraagd aan de leidinggevende of de daarvoor verantwoordelijke persoon. (**don't 8**)

Handige links:

<http://www.mediawijzer.net/>
<http://mediawijsheid.nl/>
<http://www.medialessen.nl/>
<http://mediawijs.kennisnet.nl/>

