

Rotaract Club of F.R.E.S.H. Social Media Guidelines

Versie	Beschrijving van wijzigingen	Auteurs	Goedgekeurd door	Datum
1	Versie 1.0	People & Culture	Rolinzo Huur	14 april 2020

De snelle groei en het gebruiksgemak van sociale mediasites en -technologieën maken het aantrekkelijk en effectieve communicatiekanalen. Er kunnen echter tal van onbedoelde implicaties zijn als ze worden gebruikt zonder de Four-Way test toe te passen en sociale media slechts als een onderdeel van de bredere communicatie- en public relations-strategieën van uw club of district zien.

Deze richtlijnen zijn opgesteld door de Rotarians van 'Social Networks Fellowship' om leden van de Rotary-familie te helpen bij het veilig, effectief en respectvol gebruiken van sociale media.

Met 'sociale media' verwijzen we naar Web 2.0-toepassingen waarmee mensen tekst, afbeeldingen, audio- en video-inhoud kunnen delen, inclusief commentaar op de tekst en inhoud van anderen. Dit omvat veel forums en websites met functies voor sociale media.

Inhoud:

2. Algemene richtlijnen

- Wees respectvol
- Blijf op onderwerp
- Geen spam
- Houd rekening met auteursrechten en algemene hoffelijkheid
- Wees nauwkeurig en corrigeer fouten

2. Richtlijnen voor het posten als individu

- Pas uw privacy-instellingen aan
- Deel niets dat u niet wilt of niet wilt plaatsen in de openbare arena
- Geen spam
- Let op aansprakelijkheid
- Bescherm uw identiteit

3. Richtlijnen voor aanwezigheid van clubs en districten

- Zorg ervoor dat u gemachtigd bent om officieel te posten
- Gebruik de juiste hulpmiddelen voor de taak
- Bevorder een positieve, transparante arena voor gesprekken
- Wees je bewust van de implicaties van "Likes" en "Volgen"
- Neem het beleid van Rotary in acht

Algemene

richtlijnen

1.1 Wees respectvol

Uw gedrag heeft invloed op hoe mensen u en Rotary/ Rotaract in het algemeen waarnemen. Wees vriendelijk en respecteer anderen en hun meningen, zelfs als u het niet met hen eens bent.

Het is prima om het oneens te zijn met andere posts en krachtige debatten te voeren zonder iemand te beledigen. Geef uw mening en bouw uw zaak op zonder die met verschillende opvattingen te bespotten. Laat uw feiten voor zichzelf staan. U bent eerder geneigd om uw gewenste resultaat te bereiken of anderen naar uw standpunt te brengen als u constructief en respectvol bent terwijl u het niet eens bent met een persoon of concept of een negatieve ervaring bespreekt. Als iemand negatieve opmerkingen maakt over iets dat u dierbaar is of u persoonlijk, weersta de drang om in ruil daarvoor negatief te zijn. Pas altijd de Four Way-test toe en post deze bij twijfel **niet**.

Vermijd discussies over verdeeldheid, zoals religie en politiek in Rotary-gerelateerde sociale mediagroepen, pagina's of accounts.

1.2 Blijf bij het onderwerp

Blijf bij één onderwerp per bericht, zodat het voor mensen gemakkelijker wordt om discussies te volgen waarin ze geïnteresseerd zijn. Geef alleen opmerkingen over het onderwerp. Als je naar een ander onderwerp wilt vertakken, maak dan een afzonderlijke thread of post specifiek voor dat onderwerp.

Als je op een onderwerp springt dat veel antwoorden heeft, is het beleefd om alle antwoorden te lezen voordat je begint met checken, zodat je een vraag of opmerking die al is toegevoegd of behandeld niet herhaalt. Als je niet de tijd wilt nemen om alle antwoorden te lezen, raak dan niet betrokken bij die discussie.

Zorg ervoor dat wanneer u deelneemt aan discussies, u waardevolle inzichten bijdraagt; kap de discussie niet puur voor zelf promotiedoeleinden.

1.3 Spam niet!

Als u een bepaalde oorzaak, gebeurtenis of ander stuk informatie heeft dat u breed wilt verspreiden, vermijd dan de verleiding om deze op zoveel mogelijk pagina's, groepen, profielen of accounts te plaatsen: dit is spam! Als een nieuwsfeed gevuld is met berichten uit één bron, zullen mensen je afwijzen - ze zullen tenminste nieuws voor je verbergen in hun feed, of meer waarschijnlijk zullen ze je helemaal niet leuk vinden of onvriendelijk vinden. U kunt ook als spammer worden gemarkeerd door de sociale mediasite en voorkomen dat u berichten kunt plaatsen als u in korte tijd dezelfde inhoud op meerdere plaatsen plaatst.

Als er een bepaald evenement of een oorzaak is die u wilt verspreiden, post het dan naar uw eigen club aanwezigheid (en), zet het bovenaan uw pagina op Facebook of maak het een "Managerskeuze" in een LinkedIn-groep, en deel het vanaf daar om andere pagina's of profielen op uitgestelde basis te selecteren - wacht enkele uren tussen elke share. Wanneer je deelt, voeg dan een persoonlijke opmerking toe over waarom het interessant of relevant is voor die specifieke doelgroep en nodig ze uit om je pagina leuk te vinden of lid te worden van je groep voor meer updates.

1.5 Wees nauwkeurig en corrigeer fouten

Zorg ervoor dat je je feiten bij de hand hebt voordat je ze post. Neem de tijd om informatie te verifiëren, hetzij door de kwestie te bespreken met iemand die gezaghebbend is of door een snelle google-zoekopdracht om te controleren of iets een bekende hoax is. Het is beter om het plaatsen van iets om eerst bij een bron te controleren uit te stellen dan om later een correctie of intrekking te plaatsen. Citeer en link waar mogelijk naar bronnen.

Als u iets post dat een fout bevat, moet u dit snel corrigeren en vooraf duidelijk maken welke correctie is aangebracht.

Richtlijnen voor

het posten als individu

2.1 Pas uw privacy-instellingen aan

Controleer uw algemene privacy-instellingen ten minste om de 3 maanden, om ervoor te zorgen dat zowel uw privacy als de privacy van "vrienden" voldoende wordt beschermd. Zorg er ook voor dat uw privacy-instellingen voor elk bericht en album correct zijn aangepast.

Houd er rekening mee dat u de toegang tot informatie redelijk kunt beperken, maar u hebt geen controle over wat iemand anders deelt. De veiligste manier om informatie te beschermen, is niet om deze in te voeren.

2.2 Deel niets dat u niet wilt of niet wilt plaatsen in de openbare arena

Alles wat u digitaal deelt - en dat geldt ook voor e-mail - kan snel en eenvoudig op internet worden verspreid. Zelfs als u een opmerking, foto of video op een site deelt waarvan u denkt dat deze privé is, kan iedereen met toegang ertoe deze nemen en delen buiten het beoogde publiek. Anderen kunnen ook afdrucken of schermafbeeldingen maken van inhoud die als bewijs kan worden bewaard lang nadat het originele bericht is verwijderd.

Alle inhoud die op een openbaar forum wordt geplaatst, inclusief open groepen en pagina's, kan en wordt geïndexeerd door zoekmachines, en zelfs als de originele inhoud wordt verwijderd, kan deze nog steeds worden opgehaald uit de cache van Google.

Overweeg of bepaalde gevoelige persoonlijke informatie veilig kan worden gedeeld op een openbaar forum. Overweeg ook hoe eventuele negatieve opmerkingen op u kunnen reflecteren als ze algemeen bekend zouden worden. Als je boos of gepassioneerd bent over een onderwerp, is het verstandig om het posten uit te stellen tot je kalm en helder bent.

2.3 Spam niet!

Deze is zo belangrijk dat hij twee keer wordt vermeld!

Spam is meer dan ongevraagde e-mails die u proberen aan te moedigen bepaalde producten te kopen. Spam wordt gezien als ongewenste informatie, hetzelfde bericht (of type bericht) dat herhaaldelijk wordt gepost, of een volledig off-topic bericht dat niet relevant is voor die pagina of groep.

Spam kan zijn:

- Inspirerende berichten of foto's - deze zijn prima in je eigen profiel, maar zijn niet noodzakelijkerwijs geschikt in een Rotary-forum
- Promotie van niet-roterende oorzaken of uw bedrijf op een Rotary-forum, tenzij dit specifiek zakelijke netwerken toestaat
- Verzoek om fondsen voor elk project, zelfs een Rotary of Rotaract club project (hoewel het delen van details over het verstrekken van middelen voor een ramp hulp meestal is toegestaan als er discussie is geweest over die specifieke ramp en hoe clubs / individuen kunnen helpen).

2.4 Wees bewust van aansprakelijkheid

U bent verantwoordelijk voor wat u plaatst, ongeacht waar het wordt geplaatst. Individuele bloggers zijn aansprakelijk gesteld voor commentaar dat inbreuk maakt op het auteursrecht, lasterlijk of obscene is.

2.5 Bescherm uw identiteit

Hoewel je authentiek en eerlijk over jezelf moet zijn, geef je geen persoonlijke informatie die dieven of oplichters kunnen gebruiken. Hoeveel informatie wilt u dat vreemden van u weten? Wat konden ze met die informatie doen? Het is een goed idee om uw volledige huisadres en privé-telefoonnummers niet vrij te geven en niet in te checken op locaties of reisplannen te bespreken.

Richtlijnen voor aanwezigheid in clubs en districten

3.1 Zorg ervoor dat u bevoegd bent om officieel te posten

Wanneer u communiceert op sociale mediasites, inclusief uw eigen club- of districtpagina's, gebruik dan uw eigen profiel en vertegenwoordig uzelf, tenzij u een officier van uw club of district bent die bevoegd is om publiekelijk en officieel te spreken voor uw club of district.

Maak geen sociale media-account voor uw club of district zonder de toestemming van het benodigde bestuur te hebben om dit te doen. Het is ten zeerste aan te raden voor clubs en districten om een sociale mediastrategie te ontwikkelen, zodat iedereen duidelijk is welke netwerken worden aangenomen, wat het doel van elke aanwezigheid is, inclusief wie de doelgroepen in elk geval zijn en wie verantwoordelijk is voor die rekeningen.

Clubs en individuen mogen nooit "Rotary International" vertegenwoordigen.

3.2 Gebruik het juiste gereedschap voor de taak

Sociale netwerken zoals Facebook, Twitter en Google+ hebben voor organisaties een ander aanbod dan voor mensen. Deze aanbiedingen bieden velden die specifiek relevant zijn voor organisaties in plaats van individuele personen, en stellen meerdere beheerders in staat om de pagina te beheren zonder een afzonderlijk account voor de club in te stellen.

Zorg ervoor dat u het juiste type aanwezigheid instelt voor uw club en de servicevoorwaarden voor elke site in acht neemt:

Voor Facebook moet de officiële openbare aanwezigheid van uw club een pagina zijn, geen profiel. Groepen zijn ontworpen voor een klein, specifiek publiek en kunnen nuttig zijn in combinatie met een pagina, maar vervangen niet de noodzaak van een officiële pagina.

Voor Google+ moet de officiële openbare aanwezigheid van uw club een pagina zijn, geen profiel. In dit stadium is er geen groepsequivalent in Google+.

Voor LinkedIn is het mogelijk om een bedrijfsprofiel te maken, maar dit is niet hetzelfde als een pagina op Facebook of Google+ en mag niet worden gebruikt voor een clubprofiel.

3.3 Bevorder een positieve, transparante arena voor gesprekken

Social media gaat niet over het verspreiden van uw inhoud naar de massa; het gaat om het bevorderen van relaties en het betrekken van mensen bij zinvolle gesprekken.

Stel daarom uw Facebook-pagina voor uw club of district in, zodat iedereen er commentaar op kan plaatsen en ervoor kunt zorgen dat u opmerkingen snel kunt volgen en erop kunt reageren, omdat dit de geloofwaardigheid en de gemeenschap opbouwt. Waar nodig, wees open over wie de beheerders zijn waarmee ze omgaan. Behandel kritiek direct op de pagina in plaats van mensen naar een e-mailadres te verwijzen, tenzij het een bijzonder gevoelige kwestie is die privé moet worden behandeld.

Uw club of district moet richtlijnen voor het plaatsen, publiceren en naleven. Als een gebruiker de plaatsingsrichtlijnen negeert, zorg er dan voor dat deze op de juiste manier worden behandeld. Als u een gebruiker zich regelmatig laat gedragen op een manier die in strijd is met de richtlijnen voor het plaatsen van berichten, zullen gebruikers die zich correct gedragen, worden verdreven. Alle beheerders moeten de richtlijnen begrijpen en ermee instemmen voordat ze een administratieve rol op zich nemen.

3.4 Wees je bewust van de implicaties van "Likes" en "Volgen"

Als een club of district een andere pagina of account 'leuk vindt' of 'volgt', onderschrijft dit de andere entiteit of oorzaak.

Aangezien Rotary niet-politiek en niet-religieus is, is het over het algemeen niet gepast dat een club flagrant religieuze of politieke accounts leuk vindt of volgt. Dergelijke persoonlijke aantekeningen moeten worden overgelaten aan het account van een persoon.

Er mogen post over religieuze dagen gedaan worden met een niet al te uitgebreide uitleg. Een globale inhoud over desbetreffende feestdag is voldoende.

Het promoten van politieke, ethische of religieuze organisaties is niet toegestaan.



Rotaract Club of F.R.E.S.H. is partnered with Rotary Club of Paramaribo Residence