

Code social media Canisius College Berg en Dalseweg

Inleiding

1 Social media zijn niet meer weg te denken uit onze maatschappij en dus ook niet bij iedereen die betrokken is bij scholen. De term social media (soms in het Nederlands sociale media genoemd) dankt zijn ontstaan aan het feit dat macht of gezag geen rol spelen bij de autorisatie evenmin als redacties, inhoudelijke expertise of politieke besluitvorming.

De traditionele kanalen voor massacommunicatie en kleinschalige communicatie zijn vervangen of tenminste aangevuld door social media. Bestaande gedragsafspraken en richtlijnen houden hiermee nog geen rekening. Dit geldt ook voor de ongeschreven regels tussen mensen. Ook de wetgeving is op dit gebied nog verre van up-to-date. Er is dus sprake van een kloof tussen praktijk en regelgeving op dit gebied. Social media hebben de afgelopen jaren snel een belangrijke plaats in het dagelijks leven veroverd.

Omdat social media nog maar kort bestaan is het niet altijd gemakkelijk te bepalen welk gedrag rondom deze middelen wenselijk, normaal of juist ongewenst is. Deze code is bedoeld hierin een handvat te bieden door duidelijkheid te scheppen en grenzen te stellen voor alle betrokkenen bij het Canisius College. Het zal duidelijk zijn dat deze code binnen enkele jaren weer herzien zal moeten worden en we zullen de code voordien regelmatig kritisch tegen het licht houden. Tenslotte moet de praktijk uitwijzen of de code toereikend is. Bovendien verwachten wij dat de ervaringen met het gebruik de komende tijd snel toenemen, evenals de gebruiksmogelijkheden zelf.

Functie van de code social media:

Een code is een samenhangende set richtlijnen passend bij de organisatievisie en overige bepalingen van de school. Een code is een openbaar document dat medewerkers, ouders, leerlingen, externe relaties en andere belanghebbenden kunnen inzien. De praktijk kan zo aan de code getoetst worden. De code social media geeft de specifieke uitgangspunten die in schoolverband de basis vormen voor het handelen en communiceren voor zover het social media betreft. Het vormt het vertrekpunt bij het ontwikkelen en bijstellen van onderwijsprogramma's en leefregels waarbij social media een rol spelen.

De social media code heeft betrekking op schoolgerelateerde berichten of berichten waarbij sprake is van een overlap tussen school, werk en privé.

Deze code social media sluit aan op de reeds bestaande algemene gedrags- en integriteitscode van de Scholengroep Rijk van Nijmegen en is daarom te beschouwen als een bijlage bij genoemde gedragscode.

Social Media en de gevolgen voor communicatie

Volgens de definitie van Social Media Professionals Association (SMPA) houdt social media in:

“social media zijn media waar gebruikers met elkaar communiceren en dingen delen, zoals kennis, documenten, werk, ideeën, meningen, ervaringen, foto's, films, muziek, dingen om te verkopen en games. Het is de techniek die erbij helpt om samen meer te weten, te kunnen en te doen.”

Enkele kenmerken van social media vragen om een wat nadere bespreking. Social media is een verzamelbegrip voor online platforms waar de gebruikers, zonder of met minimale tussenkomst van een professionele redactie, de inhoud verzorgen. Social media worden gekenmerkt door interactie en dialoog tussen de gebruikers en door de mogelijkheid snel (lees: direct) berichten te verspreiden zonder regie of recht van de auteur. Deze berichten kunnen tekst, beeld en geluid of een combinatie hiervan bevatten. Inmiddels zijn de technische mogelijkheden zo groot evenals de variatie in toepassingen dat de toegankelijkheid tot social media mondiaal snel groeit en zich uitstrekt tot buiten de westerse wereld. De mogelijkheid deze berichten snel te verspreiden zorgt ervoor dat gebruikers met minimale vertraging – dus vrijwel en soms geheel real-time - betrokken kunnen zijn bij wat elders in de wereld gezegd en gedaan wordt. Berichten bereiken grote aantallen mensen evenals hun reacties daarop zonder tussenkomst van derden of redactie vooraf door een daarop aanspreekbare instelling.

Voorbeelden van social media zijn Twitter, Facebook, LinkedIn, YouTube, Snapchat en Whatsapp. E-mail is geen voorbeeld van social media, maar wordt in de onderstaande tekst wel apart besproken vanwege de grote overlap met genoemde voorbeelden: groot bereik, gemakkelijk te verspreiden.

Het onderstaande is naar de geest ook van toepassing op het gebruik binnen de school van andere media zoals de elektronische leeromgeving, de mail, de website, schoolkrant en andere interne communicatiemiddelen.

Schoolvisie in relatie tot social media

Het Canisius College heeft tot doel jonge mensen op te leiden en te begeleiden naar volwassenheid. Onze kernwaarden zijn kennis, brede vorming en leefgemeenschap. Dit betekent dat leerlingen op school opgevoed en opgeleid worden tot zelfstandige, verantwoordelijke burgers met een stevige bagage en een brede interesse.

De toekomst van onze leerlingen is relevant maar ook het leven op school hier en nu. In het huidige schoolleven spelen twee aandachtspunten een rol, namelijk social media als maatschappelijk verschijnsel die een betrekkelijk nieuwe uitdaging oplevert voor de pedagogische opdracht van de school, en social media als communicatiemiddel dat in, om en door de (betrokkenen bij de) school gebruikt kan worden. Deze code behandelt elk aandachtspunt hieronder apart.

A. Social media als algemeen maatschappelijk verschijnsel

Waar het gaat om het gebruik van social media in het kader van onderwijs en begeleiding geldt dat de school (medewerkers, mentorenteams, afdelingen, secties, schoolleiding) een pedagogische taak heeft bij het begeleiden van leerlingen zodat zij social media in het dagelijks leven adequaat leren gebruiken. Tevens hebben medewerkers daarin een voorbeeldrol. Met het oog op deze pedagogische opdracht gelden de volgende richtlijnen.

1. Medewerkers stellen passende professionele grenzen aan hun betrekkingen met leerlingen, ouders en andere betrokkenen bij de school. Zij handelen dus altijd vanuit het bewustzijn dat zij altijd hun rol als medewerker van de school houden, en daarop aangesproken kunnen worden.
2. Bij twijfel doet de betrokkene er verstandig aan de schoolleiding te betrekken bij het probleem.
3. Het gebruik door leerlingen van social media – ten aanzien van andere betrokkenen van de school of ten behoeve van schoolactiviteiten - is altijd gebonden aan de kaders en regels die op school gelden.
4. De school bevordert dat leerlingen op school leren wat gewenst en ongewenst gedrag is op het gebied van social media. Hierbij kan verwezen worden naar lessen en instructies die op school gegeven worden (o.a. Mediawijsheid).
5. Wanneer medewerkers social media inzetten als educatief instrument nemen zij de richtlijnen uit de algemene schoolregels en de gedrags- en integriteitscode in acht. Bij twijfel wordt vooraf overlegd met een leidinggevende.
6. Er kunnen speciale lesprogramma's in gebruik genomen worden ten behoeve van de ontwikkeling van vaardigheden, houdingen en kennis over social media. Deze programma's moeten evenals gebruikelijk is bij andere onderwijskundige wijzigingen steeds getoetst worden op de onderwijskundige visie van de school.
7. Medewerkers zijn zich bewust van het gegeven dat jonge mensen anders omgaan met risico en verantwoordelijkheid en daarin steun en sturing nodig hebben zodat zij leren op een verantwoorde manier met social media en hun ervaring daarmee om te gaan.

B. De rol van social media in de algemene communicatie en omgang op school

Waar het gaat om communicatie via social media zijn de volgende richtlijnen en uitgangspunten van toepassing. Overigens gelden deze richtlijnen in essentie ook voor uitingen in andere media. Waar gesproken wordt over betrokkenen geldt dit primair voor medewerkers en leerlingen. Voor ouders geldt dat de code eveneens een richtlijn is in de communicatie met de school, d.w.z. medewerkers, schoolleiding, leerlingen en andere ouders.

1. Betrokkenen zijn persoonlijk verantwoordelijk voor wat zij publiceren. Zij geven bij online publicaties over onderwijsonderwerpen duidelijk aan of zij op persoonlijke titel of namens de school publiceren. Een medewerker mag niet uit naam van de school publiceren zonder dat daar toestemming voor is van de direct leidinggevende.

2. Een disclaimer is aan te bevelen wanneer iemand op een persoonlijk blog over de school c.q. hun werk voor de school schrijft. Daarin staat dat het blog een persoonlijk standpunt weergeeft en dat dit niet overeen hoeft te komen met het standpunt van de school.
3. De vrije uitwisseling van ideeën en het delen van kennis kan goed verlopen via social media. Betrokkenen delen kennis en andere waardevolle informatie, op voorwaarde dat die informatie niet vertrouwelijk is en de school met inbegrip van betrokkenen bij de school niet schaadt.
4. Medewerkers zijn zich ervan bewust en wijzen anderen er indien nodig op dat publicaties op social media voor onbepaalde tijd en voor een groot publiek vindbaar zullen blijven.
5. Betrokkenen respecteren privacy en copyright. Zij houden derhalve rekening met het wettelijk vastgelegde auteurs-, beeld- en citaatrecht. Het is verboden om zonder toestemming van de rechthebbende andermans werk te publiceren.
6. Medewerkers die een publicatie overwegen, onderzoeken kritisch of een publicatie raakvlakken heeft met de school en of publicatie ongewenste gevolgen kan hebben. Bij twijfel zoekt de medewerker contact met een leidinggevende.
7. Indien iemand zich benadeeld voelt door een uiting op social media is het in eerste instantie verstandig de andere partij te benaderen zodat deze kan meewerken aan herstel van de gewenste situatie, voordat andere acties ondernomen worden.

Vaststelling, gevolgen en duur van deze code

De code social media is na instemming van de DMR vastgesteld door de directie van het Canisius College locatie Berg en Dalseweg en is vervolgens van toepassing op deze locatie van het Canisius College tot 1 januari 2015 met stilzwijgende verlenging indien evaluatie geen aanleiding geeft tot wijziging.

Vanwege het openbare karakter van de code wordt deze na vaststelling geplaatst op de website van de school.

Vervolgens wordt deze code indien van toepassing gebruikt bij herziening van het leerlingenstatuut en andere formele regelingen die binnen de school gelden.

Aanvullend worden voor het personeel van de locatie nog nadere richtlijnen geformuleerd voor zakelijk e-mailverkeer. Deze zullen in de loop van dit schooljaar met de personeelsgeleding besproken worden.

Evaluatie en bijstelling van de code social media

Gezien de aard van social media en de ontwikkelingen daarin, wordt de code jaarlijks geëvalueerd en indien nodig bijgesteld. De wijzigingen worden jaarlijks voorgelegd ter instemming aan de DMR.

De evaluatie bevat in elk geval de volgende stappen:

- Periodiek, in elk geval halverwege de periode, bespreken in de schoolleiding, met de PMR, met de ouderraad en met de leerlingenraad van indrukken, vragen en signalen over het gebruik van social media in de praktijk.
- Aandacht voor de ontwikkeling van de rol van social media in het onderwijs door initiatieven van docenten in de lespraktijk te monitoren en door het lesprogramma Mediawijs en andere bestaande programma's te toetsen op deze code.
- Een opsomming van indrukken, conclusies en voornemens wordt besproken met de DMR.

27 januari 2014.