



## **GEBRUIKSCODE SOCIALE MEDIA BINNEN DE HZVO**

### **Inleiding**

Het gebruik van sociale media heeft de laatste jaren een enorme vlucht genomen en is nog altijd groeiende. We zijn op facebook, we doen aan WhatsApp, we twitteren, netwerken op LinkedIn en kijken filmpjes op YouTube. Traditionele media zoals krant, radio en TV maken steeds vaker plaats voor sociale media. Vanuit diverse invalshoeken heeft ook de HZVO te maken met deze nieuwe media. Dit heeft ertoe geleid dat de beheersbaarheid van communicatie sterk verandert. Het blijkt steeds lastiger om te monitoren wat er over de HZVO, Scheidsrechters en verenigingen wordt gezegd en geschreven, en kan dus de reputatie van de HZVO beïnvloeden, zowel positief als negatief. Het is dus belangrijk om te volgen wat er wordt gezegd.

(Bijlage 1: overzicht sociale media met kenmerken)

### **Richtlijnen gebruik sociale media**

#### **1. Je bent zelf verantwoordelijk**

Alles wat je schrijft of plaatst is jouw verantwoordelijkheid. Plaats nooit berichten die het imago van de HZVO en/of mensen kunnen schaden. Bij twijfel geldt altijd: niet plaatsen. Wanneer je twijfelt over de wijze waarop je wilt reageren op een bericht of tweet, hierop kan je beter niet op reageren. Bedenk een druk op de knop en jouw bericht staat direct online.

#### **2. Hou privé en sport gescheiden**

Uiteraard respecteren we de vrijheid van meningsuiting van onze ,verenigingen, leden en scheidsrechters maar als je over je iets wilt twitteren of op facebook wilt zetten, bedenk jezelf dan altijd dat je geen berichten schrijft die het belang van de HZVO kan schaden en dat jouw persoonlijke mening over bepaalde zaken in tegenstelling kan zijn met de belangen van de HZVO. Realiseer je dat je berichten niet alleen gelezen worden door vrienden en familie en dat wat je schrijft, blijvend is.

#### **3. Twitter onthoudt alles**

Bijdragen op Twitter en andere sociale media blijven altijd vindbaar, en Google is de grootste online roddeltante. Onthoud dat te allen tijde!

#### **4. Geef nooit vertrouwelijke informatie over de HZVO**

Deze richtlijn behoeft geen nadere uitleg.

### **5. Do's**

- Maak duidelijk dat je vanuit je persoonlijke rol spreekt, en niet uit naam van de HZVO, Scheidsrechter of Vereniging .
- Maak je bronnen kenbaar
- Signaleer berichten en of filmpjes die niet geoorloofd zijn (ook van je bestuurleden of van teamgenoten) stuur deze door naar het bestuur van de HZVO.
- Geef fouten toe en maak excuses indien nodig
- Spreek met respect over anderen
- Respecteer het copyright, gebruik nooit logo's, beeldmateriaal zonder toestemming
- Check de reacties op je berichten
- Advies: plaats een pasfoto op je account/profiel.

### **6. Don'ts**

- Plaats geen vulgair materiaal
- Plaats geen logo als profielfoto
- Spreek niet namens de HZVO, vereniging, maar namens jezelf
- Citeer geen collega's
- Plaats geen dingen die je in verlegenheid zouden kunnen brengen
- Bij twijfel het bericht nooit plaatsen
- Volg op Twitter geen 'bedenklijke' figuren.

### **7. Gevolgen van ongeoorloofd gebruik van sociale media.**

Wanneer een online discussie dreigt te ontsporen, of in het ergste geval al helemaal ontspoord is, heeft de HZVO het recht om direct contact op te nemen met de vereniging van de des betreffende persoon (en) om te overleg over de te volgen strategie. Dit kan in houden van een voorwaardelijk schorsing voor een bepaalde tijd tot het uiterste dat de HZVO dit lid kan uitsluiten c.q. royeren als lid van de HZVO, dit is opgenomen in het HHR onder artikel 17 A Royement n.a.v. misbruik Sociale Media.

### **Artikel 17A – Royement n.a.v. misbruik Sociale Media**

Indien wordt geconstateerd dat een lid van de HZVO gebruik maakt van dreigende, intimiderende, beledigende, seksueel of racistische aard getinte uitdrukkingen of taal gebruik op sociale media, jegens de HZVO, een ander HZVO-lid, een HZVO-vereniging, een lid van de scheidsrechterscommissie of zaaldienst dan wel de tijdwaarnemer HZVO, kan de HZVO dit lid uitsluiten c.q. royeren als lid van de HZVO

## Bijlage 1: overzicht belangrijkste social media



Facebook is een sociaal netwerk dat wereldwijd wordt gebruikt en met name populair is onder studenten. In april 2010 telde Facebook 500 miljoen gebruikers.



WhatsApp Messenger is een cross-platform mobiele berichtenapp waarmee je berichten kunt uitwisselen zonder dat je hoeft te betalen voor sms-berichten. WhatsApp Messenger is beschikbaar voor iPhone, BlackBerry, Windows Phone, Android en Nokia en ja hoor, deze telefoons kunnen allemaal berichten naar elkaar sturen! Aangezien WhatsApp Messenger gebruikmaakt van hetzelfde internetabonnement dat je gebruikt voor e-mailen en surfen op internet, hoeft je niets te betalen voor de berichten die je stuurt om in contact te blijven met je vrienden. Naast het verzenden van berichten kunnen gebruikers van WhatsApp ook groepen aanmaken en elkaar onbeperkt afbeeldingen, video's en geluidsopnames sturen.



Twitter is een z.g. microblog internetdienst waarbij gebruikers korte berichten publiceren via pc of mobiel. Alles draait bij Twitter om de basisvraag 'What's happening?'. In maximaal 140 tekens kan any time, any place, anywhere vertellen waar hij/zij mee bezig is. Jammer is de interne bedrijfsvariant van Twitter.



LinkedIn is een netwerk dat gericht is op professionals, met ruim 65 miljoen leden, waarvan ruim 2 miljoen Nederlandse deelnemers. Belangrijkste doel van de site is leden te laten profiteren van elkaars business netwerk. In toenemende mate worden discussies rondom zakelijke issues gevoerd, vacatures geplaatst en referenties gegeven. Het LinkedIn profiel is een vast item op het CV geworden.



YouTube is een website voor het kosteloos uploaden, bekijken en delen van filmpjes. Het motto van YouTube is 'Broadcast Yourself'. Volgens YouTube zouden er meer dan 100 miljoen filmpjes per dag worden bekeken, met als record hit een filmpje van 160 miljoen