

Veiligheidsplan

- SMDB Wierden-Enter



- SCO Twenterand e.o.



Bijlage 17: Omgaan met media incl. sociale media



Inleiding

Het medialandschap in Nederland verandert. Nieuws wordt niet meer alleen gehaald uit de ochtendkrant of het achtuurjournaal. Het aantal Nederlandstalige tv-zenders neemt in snel tempo toe. De mediaconsumptie verandert van een lees- naar een beeldcultuur. Een nieuw trend daarin is het brengen van het nieuws op de hoek; "Hart van Nederland " en "5 in het land" of "POW-nieuws" zijn hier sprekende voorbeelden van. Maar ook kritische consumentenprogramma's als "Breekijzer" vinden gretig aftrek bij de kijker. Deze zogenaamde infotainmentprogramma's (Informatieprogramma met een hoog amusementsgehalte) zoeken hun commentatoren op een onderwerp niet alleen in de officiële (overheids)organen. Ze zullen iedereen aan het woord laten die iets over het onderwerp te zeggen heeft. Emotie speelt daarbij een belangrijke rol. Uw risico op imagoschade is hun belangrijkste wapen in de strijd. Reden temeer om voorbereid te zijn op deze, maar ook andere vormen van media-aandacht.

Om de info toegankelijk te maken zijn hieronder de onderwerpen weergegeven, die in het stuk uitvoerig zijn beschreven. Zo nodig kan dit geraadpleegd worden.

Overzicht onderwerpen 'omgaan met media'

1.1. Stappenplan media-aandacht

1.2. De mediacontacten

- 1.2.1. Woordvoerderschap
- 1.2.2. Telefonische contacten
- 1.2.3. Het interview
- 1.2.4. Off the record
- 1.2.5. Schrijvende pers
- 1.2.6. Reality- en overvaljournalistiek
 - Overvaljournalistiek
 - Wat te doen bij overval journalistiek?
 - Reality-journalistiek
 - Wat te doen bij reality-journalistiek

1.3. De inhoud van de boodschap

- 1.3.1. Rol afspraken met partners
- 1.3.2. De interne rolverdeling

1.4. Rechten en plichten van de media

- 1.4.1. Wet openbaarheid van bestuur (voorlichting door de overheid)
- 1.4.2. Huisvredebreuk/lokaalvredebreuk
- 1.4.3. Privacy-belang
- 1.4.4. Hoor en wederhoor
- 1.4.5. Maken van afspraken
- 1.4.6. Bezwaar

1.5. Positief Protocol Sociale Media

1.1. Stappenplan media-aandacht

Om te komen tot een duidelijke en gecontroleerde structuur bij eventuele media-aandacht op uw school is het raadzaam om invulling te geven aan onderstaand stappenplan. Deze richtlijnen moeten zowel op school- als organisatie ingevuld worden.

De onder a t/m e genoemde stappen kunt u reeds voor het mediacontact afspreken. De overige punten gelden voor het mediacontact zelf.

- a. Wijs een woordvoerder aan.
- b. Stel vast wie eventueel als vervanger van de woordvoerder optreedt.
- c. Instrueer uw telefoniste en/of conciërge omtrent de doorverwijsfunctie.
- d. Instrueer uw interne medewerkers omtrent de inhoud van dit plan.
- e. Wijs een ruimte aan die gebruikt kan worden voor het interview.
- f. Vraag bij een contact met de media dóór over inhoud van het journalistieke product en uw rol daarin.
- g. Maak met de journalist duidelijke afspraken over uw rol in het geheel.
- h. Maak een duidelijke afspraak over dag en tijd van het interview en de wijze waarop dat interview plaatsvindt.
- i. Maak over uw rol en bevoegdheden binnen dat onderwerp afspraken met uw netwerkpartners die het aangaat.
- j. Besef dat u namens de organisatie spreekt en geef geen persoonlijk commentaar.

1.2. De mediacontacten

1.2.1. Woordvoerderschap

Voor De organisatie is het raadzaam om één woordvoerder aan te wijzen die namens de organisatie naar buiten treedt. Veelal zal dit de locatiedirecteur of de algemeen directeur zijn.

Daar waar de organisatie naar buiten treedt is het bestuur woordvoerder

Waar het specifieke schoolzaken betreft, kan het de directeur zijn

Hij kan zich bij afwezigheid laten vertegenwoordigen door één, tevoren aangewezen, vervanger. Geen ander dan de woordvoerder staat de media te woord. Binnenkomende telefoontjes van de media worden zo snel mogelijk naar de woordvoerder doorverbonden of de telefonist geeft door dat de woordvoerder terug zal bellen. Overigens geldt voor de woordvoerder in alle gevallen dat een interview over het algemeen minder tijd kost dan een discussie over al dan niet reageren op vragen.

1.2.2. Telefonische contacten

Bij telefonische contacten met de media wordt altijd doorverwezen naar de woordvoerder. De telefonist laat zich niet verleiden tot uitspraken over de organisatie en/of het gevraagde onderwerp. Bij afwezigheid van de woordvoerder wordt doorverbonden naar diens vervanger of er wordt gevraagd of de woordvoerder later kan terug bellen. Om te voorkomen dat de journalist in zijn ongeduldigheid de organisatie gaat bezoeken is een snelle reactie op deze belofte wel op zijn plaats. Probeer in ieder geval tijdens het telefonische contact tot afspraken te komen. Spreek indien gewenst een datum en tijd af voor een interview. Probeer er ook achter te komen wat het doel van het interview is. Vraag ook wat uw rol in het totaalproduct van de journalist is. Probeer op deze wijze de regie van het interview in handen te krijgen om een onverwacht bezoek van de journalist aan de organisatie te voorkomen.

1.2.3. Het interview

Elk contact met een journalist is een interview. Het gesprek dat u met een journalist heeft zal dan ook gebruikt worden voor publicatie en/of uitzending als het volgens die journalist nieuwswaarde bevat. De meest gemaakte fout bij mediacontacten is de veronderstelling dat een interview afgelopen kan zijn; het schrijfblok of de microfoon wordt opgeborgen, de camera gaat uit. Het interview lijkt ten einde en in deze meer ontspannen sfeer laat de geïnterviewde nog wat details los. Niets weerhoudt de journalist ervan om deze statements alsnog te gebruiken.

1.2.4. Off the record

De term "off the record" houdt niet meer in dan een zogenaamd gentleman's agreement; dat wil zeggen, het is geen bindende regel of norm. Over het algemeen zal een vooraf afgesproken "off the record"-mededeling door elke journalist geëerbiedigd worden, doch er is geen sanctie gesteld tegen het overtreden van deze afspraak. Hetzelfde geldt overigens voor "embargo", waarbij informatie wordt verstrekt met het verzoek dit nog tot een bepaalde datum en tijd vast te houden.

1.2.5. Schrijvende pers

Moeilijk controleerbaar op een school is de aanwezigheid van de schrijvende pers. De journalist heeft niet altijd een schrijfblokje bij zich en ziet er waarschijnlijk uit als elke vader of moeder van een willekeurige leerling. Wees er bedacht op dat in voorkomende gevallen van media-aandacht journalisten de organisatie gaan bezoeken en vragen gaan stellen aan personeel, ouders en kinderen. Schroom niet om te vragen *wie* de vraagsteller eigenlijk is. Reageer vervolgens vriendelijk en verwijst door naar de woordvoerder.

1.2.6. Reality- en overvaljournalistiek

Zoals in de inleiding al werd aangegeven is het mediacontact met het grootste risico voor uw organisatie dat van de reality-journalistiek en meer in het bijzonder dat van de overvaljournalistiek.

Overvaljournalistiek

Het plotseling verschijnen van een cameraploeg of journalist die ongevraagd beelden schiet en/of vragen stelt noemen we *overvaljournalistiek*. De dagelijkse gang van zaken wordt daarbij verstoord doordat journalisten opnamen maken en willekeurige "woordvoerders" om commentaar vragen.

Wat te doen bij overval journalistiek?

De moeilijkst te controleren vorm van journalistiek is die van de overval-tv. Onaangekondigd staat er een tv-ploeg (maar soms ook een radioverslaggever of een schrijvend journalist) voor de deur. De opnamen zijn al gestart, niets vermoedende leerkrachten en kinderen worden in beeld gebracht of zelfs geïnterviewd.

Elke medewerker die de aanwezigheid van journalisten op of rond De organisatie signaleert, meldt dit bij de woordvoerder. Deze zoekt direct contact met de journalist. Op vriendelijke, doch dringende wijze wordt duidelijk gemaakt dat de journalist de dagelijkse gang van zaken op De organisatie verstoort (indien dit van toepassing is). In ieder geval wordt de journalist naar een ruimte gedirigeerd waar het voor de woordvoerder mogelijk is om afspraken te maken over een meer geschikte tijd voor beeldopnamen en/of een interview. Indien mogelijk wordt het interview direct gegeven, doch over het algemeen is het raadzaam om enige voorbereidingstijd te vragen. Dit stelt u in de gelegenheid om mogelijk betrokken partners (zoals politie, gemeente, raad voor de kindbescherming en/of bestuur) in kennis te stellen en met hen in overleg te gaan.

Als uiterste noodmaatregel wordt de journalist gevorderd De organisatie te verlaten (zie par. 2). Indien nodig wordt de politie in kennis gesteld van overtreding van het strafbare feit "lokaalvredebreuk".

Let wel; de bevoegdheid van de woordvoerder strekt zich tot de muren van de school. Als er buiten De organisatie opnamen gemaakt worden die de dagelijkse gang van zaken verstoren, kan hooguit bemiddeling van de politie worden ingeroepen. Beter zal het zijn om afspraken over medewerking te maken, zodat de verstoring sneller tot een einde komt.

Reality-journalistiek

Reality-journalistiek onderscheidt zich van overvaljournalistiek doordat deze vorm van verstoring van de dagelijkse gang van zaken vooraf wordt aangekondigd. Het is dus in te plannen en te reguleren.

Wat te doen bij reality-journalistiek

In geval van reality-journalistiek is het van tevoren duidelijk wanneer iemand van de media verschijnt. Er zijn afspraken gemaakt, mogelijk zelfs op papier bevestigd. Het is voor de woordvoerder in die

voorbereiding dan ook mogelijk geweest om dóór te vragen over het doel van de komst, welk beeldmateriaal gewenst is en of er ook een interview nodig is. Mogelijk kunnen, indien het onderwerp daar aanleiding toe geeft, zelfs meerdere media tegelijk of in korte tijd na elkaar gepland worden zodat effectiever gebruik van de tijd kan worden gemaakt. Overleg dit wel altijd met de journalist, zodat hij niet plotseling met een "concurrent" geconfronteerd wordt. De woordvoerder kan vervolgens tijdig anticiperen door bijvoorbeeld ouders te vragen of zij er bezwaar tegen hebben dat hun zoon of dochter mogelijk gefilmd wordt. Ook kan hij afspraken maken wie er, behoudens hemzelf, commentaar kan en mag geven. Het is aan te bevelen over dit soort zaken intern afspraken te maken.

1.3. De inhoud van de boodschap

1.3.1. Rol afspraken met partners

De woordvoerder beperkt zich in zijn commentaar tot activiteiten van de organisatie die in relatie tot het gevraagde onderwerp staan. Daarbij is het aan te raden vooral commentaar te verschaffen over structuurafspraken binnen de school. Zo kunt u bijvoorbeeld uitleggen hoe er via het systeem van een vertrouwenspersoon tot een snelle signalering van een probleem is gekomen zodat dit aan de betreffende instanties kon worden doorgespeeld. Het is vervolgens niet aan De organisatie om de werkwijze van deze vervolginstanties (bijv. politie of raad voor de kindbescherming) te becommentariëren of toe te lichten. Deze netwerkpartners hebben daarin namelijk hun eigen verantwoordelijkheid.

Zoek wel zo snel mogelijk contact met deze partners als er vragen komen over een onderwerp dat ook hen aangaat. Vergeet daarbij natuurlijk de ouders niet die eventueel bij het onderwerp betrokken worden.

1.3.2. De interne rolverdeling

Naast het feit dat u met uw betrokken partners afspraken maakt met betrekking tot wie er over welk deel van de boodschap gaat, maakt u natuurlijk ook intern uw afspraken. Zo is het raadzaam om deze richtlijnen in een bijeenkomst doorgesproken te hebben, nog voor er zelf sprake is van enig mediacontact. Daarbij kunnen, naast afspraken over bijvoorbeeld woordvoerderschap en telefoonbeantwoording, ook gedragsnormen worden afgesproken. U kunt bijvoorbeeld afspreken dat elke leerkracht op een rustige wijze zijn kinderen de klas binnen haalt op het moment dat er daadwerkelijk een cameraploeg verschijnt. Afhankelijk van het onderwerp geeft dit toch een rustiger beeld van uw school dan wanneer er tientallen springende kinderen voor een camera verschijnen.

1.4. Rechten en plichten van de media

De spelregels van de contacten met de media zijn relatief eenvoudig aan te geven. In het kort komt het erop neer dat de media zich altijd zullen beroepen op de rechten "vrijheid van meningsuiting" en "vrijheid van (druk)pers". Deze grondrechten geven aan dat elke burger, dus ook de journalist, zijn mening over een onderwerp of een persoon mag geven. Dit mag openbaar, dus bijvoorbeeld via de media, gebeuren.

In bepaalde situaties kan echter uitzondering worden gemaakt op deze grondrechten.

1.4.1. Wet openbaarheid van bestuur (voorlichting door de overheid)

In de grondwet (art. 110) staat beschreven dat de overheid regels moet treffen omtrent haar eigen openheid. Een recht waarop de journalistiek zich in veel gevallen zal beroepen is dat van de Wet openbaarheid van bestuur (WOB). Hierin staat beschreven dat "het overheidsorgaan" inlichtingen dient te verschaffen over haar werkzaamheden. Een reden waarom openbare partners van uw school, zoals politie en gemeente, niet zondermeer kunnen zwijgen bij vragen van de journalist. Natuurlijk kent de Wet openbaarheid van bestuur enkele uitzonderingsgronden. Naast enkele uitzonderingsgronden op het gebied van bescherming van de kroon en de staatsbelangen is die van de eerbiediging van de persoonlijke levenssfeer een belangrijke. Hierna volgen enkele voorbeelden van deze uitzonderingssituaties.

1.4.2. Huisvredebreuk/lokaalvredebreuk

Op het moment dat een journalist (ongeacht met of zonder camera) een woning betreedt, moet hij daarvoor toestemming hebben van de bewoner. Als de journalist op eerste vordering van de bewoner de woning niet verlaat, pleegt hij een strafbaar feit, *huisvredebreuk*.

Iets gecompliceerder ligt dit bij een openbaar (publiek toegankelijk) gebouw zoals een school. Hier kan iedereen, dus ook de journalist, over het algemeen vrij inlopen. Op het moment dat die aanwezigheid niet (meer) gewenst is, dient de beheerder van dat gebouw nadrukkelijk *tweemaal* het vertrek te vorderen. Indien de journalist daar geen gehoor aan geeft, pleegt hij een strafbaar feit, *lokaalvredebreuk*, en kan eventueel de politie worden ingeschakeld.

1.4.3. Privacy-belang

Op het moment dat er tv- of fotobeelden worden genomen van een persoon, kan deze persoon aangeven er geen prijs op te stellen herkenbaar in beeld te komen. Dit noemen we het zogenaamde beeldrecht. Het is op dat moment aan de producent om de persoon niet, of onherkenbaar, in beeld te brengen. Als over het uitzenden van de beelden geen overeenstemming wordt bereikt, kan hierover, middels een kort geding, door een rechter worden besloten. Indien het individuele belang van de betrokken persoon niet opweegt tegen het algemene belang zal hij alsnog uitzending toe kunnen staan. Overigens geldt dat meer wordt bereikt met het vóóraf maken van goede afspraken met een producent dan áchteraf procederen.

1.4.4. Hoor en wederhoor

Geen plicht, maar wel een journalistieke norm is die van hoor en wederhoor. Daarbij legt de journalist zich uit oogpunt van zijn objectiviteit de "plicht" op om een verhaal niet van één kant te belichten. Het weigeren van commentaar op een zaak leidt er echter vaak toe dat alleen een andere (tegen)partij aan het woord komt en de zaak niet van uw kant wordt belicht. De journalist zal zich erop beroepen dat hij ook heeft getracht wederhoor bij u te plegen, maar dat u "geen commentaar" had. Veelal wekt dit ongewild de suggestie dat er iets verborgen wordt. Probeer dus altijd uw standpunt duidelijk te maken of ten minste duidelijk aan te geven waarom u in een bepaald geval niet kunt reageren.

1.4.5. Maken van afspraken

Uit het bovenstaande blijkt dat de feitelijke rechten van de journalist beperkt zijn en wezenlijk niet anders dan die van elke andere burger. Toch beïnvloedt hij door zijn werk de publieke opinie. Het mag daarom duidelijk zijn dat het meeste effect bereikt wordt door goede en duidelijke afspraken te maken met een journalist op het moment dat hij om een interview vraagt.

1.4.6. Bezwaar

Ondanks alle goede voornemens en afspraken kan het natuurlijk fout gaan in het contact met de journalist. U hebt het gevoel dat u volledig onjuist geciteerd bent of u heeft andere redenen om aan te nemen dat de journalist zich niet aan de spelregels heeft gehouden. Een eerste, en meest logische stap is natuurlijk om dit bij de journalist zelf aan te kaarten. Als hij niet op uw argumenten in gaat spreekt u zijn redactie aan. Als ook zij niet ontvankelijk zijn voor uw bezwaren dan zoekt u contact met de Raad voor de Journalistiek. Dit onafhankelijke orgaan stelt dan een onderzoek in en toetst daarbij de hiervoor omschreven spelregels. Er zit daarbij echter een addertje onder het gras. Op een uitspraak van de raad voor de journalistiek staat geen sanctie. Wel zal de uitspraak in het vakblad *de Journalist* worden gepubliceerd en zal de journalist om rectificatie worden gevraagd. Vergeet daarbij niet dat ook dit weer opnieuw (negatieve) publiciteit kan opleveren. Het is verstandig om, alvorens formeel tot bezwaar over te gaan, hierover met een professioneel communicatieadviseur van bijvoorbeeld een van uw netwerkpartners (politie, gemeente, enz.) te overleggen.

1.5. Positief Protocol Sociale Media

Onder sociale media verstaan we het gebruik van mobiele telefoons, tablets, opslagmedia en media als twitter, facebook etc..

De organisatie is zich ervan bewust dat sociale media een onlosmakelijk onderdeel zijn van de huidige samenleving en de leefomgeving van haar leerlingen, hun ouders en andere belanghebbenden zoals o.a. omwonenden en de gemeente.

De organisatie ziet het als haar verantwoordelijkheid om kinderen te leren de voordelen van sociale media te benutten alsmede de nadelen bespreekbaar te maken. Bovendien zien wij de kansen die sociale media bieden om de organisatie te profileren in haar markt en om de communicatie met belanghebbenden toegankelijker en interactiever te maken.

De organisatie biedt haar leerkrachten voldoende mogelijkheid (tijd, budget) om kennis van sociale media en de manier waarop deze ingezet kan worden in de leerontwikkeling, op peil te houden.

Profilering

1. De organisatie zet relevante berichtgeving op de website van de vereniging met als doel om belanghebbenden te informeren en het contacten te onderhouden.
2. De organisatie zet sociale media in met het doel om positieve informatie te verspreiden over de (activiteiten) van haar organisatie en haar scholen.
3. De organisatie zet sociale media in in de lessen, als het het leerproces ondersteunt.
4. De organisatie vraagt toestemming van ouders voor het publiceren van foto-, film- en geluidsoptnamen van schoolgerelateerde situaties (projectweek, schoolreisje etc.) op sociale media.

Curriculum

1. De organisatie verwacht van haar leerkrachten dat zij over voldoende kennis beschikken om de leerlingen de benodigde sociale media aan te leren die waardevol zijn voor het leerproces;
2. De organisatie integreert sociale media waar mogelijk in de lessen en gebruikt deze o.a. om contact te leggen met experts en om in te spelen op actualiteit; dit gebeurt altijd onder controle en verantwoordelijkheid van de leerkracht c.q. directie.
3. De organisatie spant zich in om de leerlingen zelf de mogelijkheden van digitale leermethoden te gebruiken;

4. Voor leerlingen geldt dat smartphone, tablet, iPod, laptop en gebruik van twitter, facebook, etc. niet zijn toegestaan in de school. Hiervan is uitgezonderd de inzet binnen de lessen. (zie 'profilering')
5. Voor leerkrachten geldt dat social media niet gebruikt mogen worden onder lestijd, anders dan voor lesgebruik.

Communicatie

1. De organisatie moedigt medewerkers en leerlingen aan om over schoolgerelateerde onderwerpen te publiceren, voor zover er rekening mee wordt gehouden dat geen informatie verspreid wordt over derden die daar geen toestemming voor hebben gegeven;
2. De organisatie laat de inzet van sociale media door medewerkers over *niet-school gerelateerde* onderwerpen met de belanghebbenden over aan de inschatting van de leerkracht. Onze medewerkers zijn zich hierbij bewust dat zij ambassadeurs zijn van onze school en vereniging. De integriteit van de berichtgeving op sociale media is essentieel en vanzelfsprekend.
3. De organisatie respecteert de vrijheid van meningsuiting van al haar medewerkers. In het geval dat de medewerker communiceert via sociale media vanuit zijn/haar professie, wordt kenbaar gemaakt dat dit gebeurt als leerkracht en namens de school of vereniging.