

Ethisch-deontologische code

1 Inleiding

Het massaal gebruik van een sociaal medium, zoals Facebook, kan als gevolg hebben dat er ook misbruiken, pesterijen, wangedrag en dergelijke voorkomen. Het is dan ook belangrijk dat vanuit onderwijskundig standpunt een gezonde mix wordt nagestreefd: een medium van dergelijke omvang kan niet meer verboden worden. Het kan enkel binnen de schoolmuren en tijdens de schooluren verboden worden: wat jongeren er in hun vrije tijd mee doen, is niet controleerbaar. Daarenboven bieden sociale media ook voldoende positieve onderwijskundige opportuniteiten. De gezonde mix of blend die nagestreefd wordt, omvat dan ook het positief stimuleren en het negatief ontmoedigen. Deze code heeft als doel een bewustzijn over het wenselijk gedrag te realiseren, de positieve elementen te beklemtonen en te waarschuwen voor de mogelijke en schadelijke negatieve elementen en hun gevolgen.

2 Algemene gedragsregels

Het spreekt voor zich dat het gebruik van Facebook onderworpen is aan algemene regels. Het is, net zoals in het gebruik van andere media, niet toegelaten andere gebruikers of niet-gebruikers, zoals mede-studenten, leerlingen, leerkrachten, ouders, ... te beledigen, onrechtmatig te beschuldigen, valse of onjuiste informatie over hen te verspreiden, ...

3 Specifieke Facebook-regels

- a. Het gebruik van Facebook op zich, houdt het navolgen van bepaalde regels in. Opgemerkt dient te worden dat heel wat gebruikers blijkbaar deze regels nauwelijks kennen. We overlopen dan ook een aantal specifieke regels, die expliciet in het Facebook privacy-beleid, gekoppeld aan elke Facebook-account worden vermeld.
- b. Facebook Principles (<http://www.Facebook.com/#!/principles.php>)
Facebook is opgebouwd op basis van 10 principes, die in essentie neerkomen op openheid en transparantie met als doel dat individuen zich kunnen verbinden (connect) en informatie kunnen delen (share). We geven eerst deze 10 principes mee om daarna enkele relevante items, die in het rood worden weergegeven, verder te bespreken.
 - i. Vrijheid om te delen en te verbinden
People should have the freedom to share whatever information they want, in any medium and any format, and have the right to connect online with anyone - any person, organization or service - as long as they both consent to the connection.
 - ii. Eigendom en controle over informatie
People should own their information. They should have the freedom to share it with anyone they want and take it with them anywhere they want, including removing it from the Facebook Service. People should have the freedom to decide with whom they will share their information, and to set privacy controls to protect

those choices. Those controls, however, are not capable of limiting how those who have received information may use it, particularly outside the Facebook Service.

- iii. **Vrije informatiestromen**
People should have the freedom to access all of the information made available to them by others. People should also have practical tools that make it easy, quick, and efficient to share and access this information.
- iv. **Fundamentele gelijkheid**
Every Person - whether individual, advertiser, developer, organization, or other entity - should have representation and access to distribution and information within the Facebook Service, regardless of the Person's primary activity. There should be a single set of principles, rights, and responsibilities that should apply to all People using the Facebook Service.
- v. **Sociale waarde**
People should have the freedom to build trust and reputation through their identity and connections, and should not have their presence on the Facebook Service removed for reasons other than those described in Facebook's Statement of Rights and Responsibilities.
- vi. **Open platformen en standaarden**
People should have programmatic interfaces for sharing and accessing the information available to them. The specifications for these interfaces should be published and made available and accessible to everyone.
- vii. **Service**
People should be able to use Facebook for free to establish a presence, connect with others, and share information with them. Every Person should be able to use the Facebook Service regardless of his or her level of participation or contribution.
- viii. **Common Welfare**
The rights and responsibilities of Facebook and the People that use it should be described in a Statement of Rights and Responsibilities, which should not be inconsistent with these Principles.
- ix. **Transparant proces**
Facebook should publicly make available information about its purpose, plans, policies, and operations. Facebook should have a town hall process of notice and comment and a system of voting to encourage input and discourse on amendments to these Principles

or to the Rights and Responsibilities.

- x. One world
The Facebook Service should transcend geographic and national boundaries and be available to everyone in the world.

Twee specifieke passages verdienen bijzondere aandacht, nl. het principe over de eigendom en controle over informatie (principe 2) en de service (principe 7). Facebook-gebruikers dienen zich ervan bewust te zijn (en dus ook de verantwoordelijkheid ervoor te dragen) dat de informatie die ze vrijgegeven hebben, een eigen weg kan gaan en dus niet meer beheersbaar of controleerbaar is. Dit kan gaan over berichten, foto's en ook video's. Het is belangrijk te beseffen dat Facebook dit effectief in de principes inschrijft, waardoor Facebook-gebruikers dit effectief dienen te weten. Op zich is dit niet echt nieuw en eigenlijk ook niet echt aan Facebook verbonden. Het geldt voor het gehele internet en specifiek voor alle WEB 2.0 toepassingen. 'Think before you post' geldt dus ook voor Facebook: <http://www.youtube.com/watch?v=SGlrAhtQC24>

Wat de Facebook service betreft, dienen gebruikers zich te realiseren dat het 'lurken', namelijk op internetforums, chatrooms, wiki's, blogs en sociale netwerksites enkel lezen, maar zelf niets publiceren, toegelaten is.

- c. Facebook's gebruiksvoorwaarden
Een correct ethisch en deontologisch gebruik veronderstelt een basiskennis van de gebruiksvoorwaarden van Facebook. Deze regels en voorwaarden zijn soms complexer dan wat men veronderstelt. We geven de voornaamste elementen uit de Facebook gebruiksvoorwaarden. (Klik in Facebook onderaan op het woord 'Gebruiksvoorwaarden').
 - i. Facebook mag niet gebruikt worden onder de leeftijd van **13 jaar**. Dit houdt in dat bij de aanmaak van de account en registratie een correcte leeftijd (geboortedatum) wordt ingevoerd.
 - ii. Het is niet toegestaan valse persoonlijke informatie in te voeren of een account voor iemand anders, zonder toestemming, aan te maken.
 - iii. Het is verboden meer dan één persoonlijke account aan te maken.
 - iv. Indien Facebook jouw account verwijdert, mag je geen nieuw account aanmaken zonder Facebook's toestemming.
 - v. Profiel-informatie moet accuraat en up-to-date zijn.
- d. Facebook's privacybeleid
Enkele relevante items uit Facebook's privacybeleid:
 - i. Facebook is gemaakt om mensen met elkaar te verbinden. Daarom worden naam en profielfoto standaard voor iedereen getoond. Je kunt deze instellingen niet veranderen. Indien je dit niet wenst, dien je je profielfoto zorgvuldig te kiezen.
 - ii. Geboortedatum: Facebook vraagt uitdrukkelijk naar de geboortedatum, omdat gebruik onder de 13 jaar verboden is.

Tevens geeft Facebook aan dat de leeftijd gebruikt wordt om voor minderjarigen selectief advertenties toe te zenden (rechtterkant Facebook). Indien je dit wenst kan je jouw geboortedatum wel verbergen, zodat andere Facebook-gebruikers dit niet zien.

- iii. Het gebruik van andere toepassingen, zoals games, en websites vanuit Facebook.

De toepassingen of websites die je vanuit Facebook gebruikt en derhalve eerst jouw toestemming vragen, gebruiken jouw algemene informatie. Dit houdt in: jouw naam, de namen van jouw vrienden, profielfoto's, geslacht, gebruikersID, en die inhoud die je openbaar gemaakt hebt voor 'iedereen'.

4 Codes voor het gebruik van Facebook

Er worden hier en daar reeds codes voor het gebruik van Facebook ontwikkeld. Eén van de eerste gedragscodes voor sociale media werd ontwikkeld door CNV in Nederland. In bijlage 1 voegen de we volledige code toe. Deze code is vrij algemeen en probeert voornamelijk te waarschuwen.

5 Misbruiken – Misdrijven

Geleidelijk aan ontwikkelen er zich ook speciale misdrijven, met benaming, voor specifieke handelingen die op Facebook plaats vinden. Eén van de eerste is frape, fraping en Facebook phishing. Beiden zijn van een totaal verschillende insteek. Daar waar frape door de Facebook gebruiker zelf wordt gerealiseerd is Facebook phishing georganiseerd door externen en is de Facebook-gebruiker zich vaak zelfs niet bewust van het feit dat het gebeurt.

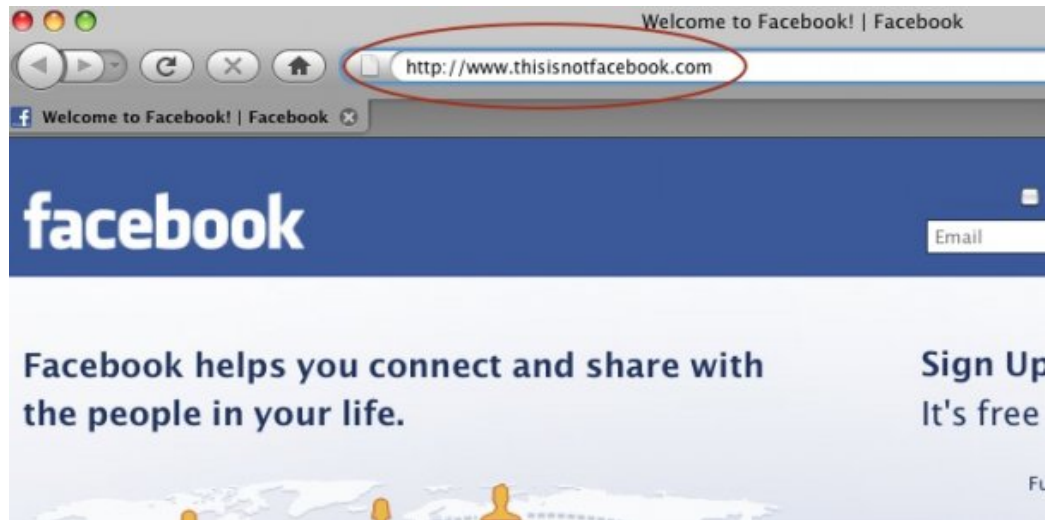
a. Frape

A combination of the words 'Facebook' and 'Rape'.

The act of raping someone's Facebook profile when they leave it logged in. Profile pictures, sexuality and interests are commonly changed however fraping can include the poking or messaging of strangers from someone else's Facebook account. (Urban Dictionary)

b. Facebook Phishing

[Phishing](#) websites are created to look identical to authentic Facebook pages. Phishing is common across the Internet. The fake sites, like the one below, use a similar URL to Facebook.com in an attempt to steal people's login information. The people behind these websites, known as "phishers," then use the information to access victims' accounts and send messages to their friends, further propagating the illegitimate sites. In some instances, the phishers make money by exploiting the personal information they've obtained.



- 6 Een voorstel voor deontologische code
- Hierna wordt een opsomming gegeven van mogelijke richtlijnen voor het gebruik van Facebook in onderwijsinstellingen. Deze code is een output van het School of Education project 'De Sociaal Genetwerkte Leraar', dat loopt van 1 september 2010 t./m. 31 augustus 2012. Deze code is aanvullend op de regels van algemeen gedrag. Deze code heeft niet alleen de bedoeling op negatief Facebook-gebruik te focussen, maar vooral ook lerarenopleiders en leerkrachten positief voor Facebook in onderwijs te motiveren. Deze code wordt ruim besproken, voorgesteld en aangepast en wordt dan ook voortdurend aangevuld en verbeterd. Alle suggesties zijn welkom op edict@khlime.be.
- a. Respecteer alle richtlijnen, regels, adviezen die door Facebook zelf opgelegd worden. Dit betekent alle gegevens dienen correct te zijn en regelmatig geactualiseerd te worden.
 - b. De hoofddoelstelling van Facebook is connecting en sharing. Hou je daar ook aan. Elektronische communicatiemiddelen dienen niet om ruzie te maken, beledigende taal te verkondigen, negatief te ventileren. Een gouden regel hierbij is: *"heb je echt niets positiefs over iemand te vertellen, laat het negatieve dan ook maar achterwege!"*
 - c. Besef dat fraude een misdrijf is. Indien iemand zijn Facebook-account open laat staan, meld je dat of meld je zelf de betrokkene af. Grapjes zijn uit den boze, omdat je zelf niet weet en beseft wie dat allemaal te lezen kan krijgen. Het – al was het goed bedoeld - grapje kan iemand schade en onvoorziene reacties en indrukken bezorgen.
 - d. 'Think before you post' moet een blijvend aandachtspunt zijn voor Facebook-gebruik. Op het moment dat je berichten, informatie, foto's en video's deelt, kunnen deze door anderen – ook voor gebruik buiten Facebook – aangewend worden. Je bent hier zelf verantwoordelijk voor en dient dit te beseffen vooraleer je iets publiceert. Data verwijderen is vaak

te laat!

- e. Bij het gebruik van Facebook op een openbare computer of een computer die je met meerderen deelt, moet je er voldoende aandacht aan besteden de cookies te verwijderen.
- f. Wees voorzichtig met het gebruik van allerhande applicaties, games en websites via Facebook. Deze apps nemen jouw 'vrienden' over en sturen hen vaak ongevraagd allerhande vragen, uitnodigingen, ... Heel wat Facebook-gebruikers zijn daar niet mee gediend. Besef dit! Gebruik apps selectief en schakel ze in jouw account en profiel ook uit als je ze niet meer wenst te gebruiken.
- g. Voor lerarenopleiders en leerkrachten: Facebook stimuleert connecting & sharing. Daarom zijn studenten en leerlingen die online actief samenwerken niet schuldig aan overschrijven of plagiaat, maar dienen huistaken, opdrachten, projecten een dusdanige uitdagende rol en formulering te hebben dat (online) samenwerking een meerwaarde genereert.
- h. Voor lerarenopleiders en leerkrachten: Facebook biedt voldoende innoverende en uitdagende mogelijkheden voor onderwijsdoeleinden. Waak er echter over dat er een strikte scheiding tussen privé-items (berichten, foto's, video's) en professionele bijdragen zijn. Werken met groepen is een noodzaak voor lerarenopleiders en leerkrachten. Net zoals een goed ingesteld en beheerd Facebook-profiel.
- i. Voor lerarenopleiders en leerkrachten: Facebook is in permanente evolutie. Het is noodzakelijk dit op te volgen om van de nieuwe updates op de hoogte te blijven. Maak deel uit van groepen, zoals Facebook in education.
- j. Voor lerarenopleiders en leerkrachten: ook buiten Facebook wordt heel wat onderzoek en dienstverlening rond Facebook verricht. Je staat er helemaal niet alleen voor. Denk twee keer na alvorens Facebook te verbieden, maar ontdek en verken de onderwijskundige mogelijkheden en biedt ze op een uitdagende innovatieve wijze aan studenten en leerlingen aan, bv. The Facebook classroom: 25 Facebook Apps that are perfect for online education: <http://www.collegedegree.com/library/college-life/15-Facebook-apps-perfect-for-online-education>

Bijlage 1 De CNV gedragscode sociale media

De hierna volgende tekst is integraal op het internet gepubliceerd:

<http://www.cnv.nl/plezier-in-werk/werk-en-internet/social-media-protocol/>

CNV ontwikkelt Social Media Richtlijnen

Social Media bieden kansen om te laten zien dat je trots bent op je werk en kunnen bijdrage aan een positief imago van het bedrijf de instelling waarvoor je werkt. Het delen van informatie en kennis met groepen waarmee op traditionele wijze nauwelijks communicatie mogelijk was kan leiden tot een beter beeld van de organisatieomgeving.

Net als bij de opkomst van e-mail en internet ontstaan er ook nu vragen bij het gebruik van social media in organisaties. Privé-gerelateerde zaken en werkgerelateerde zijn niet zo gemakkelijk te scheiden. Bij nieuwe ontwikkelingen zie je vaker dat een aantal werkgevers en werknemers vooral de bedreigingen zien, anderen vooral de kansen. Om verschillende denkbeelden over het gebruik van social media in organisaties niet te laten leiden tot misverstanden zijn deze richtlijnen ontwikkeld.

Werknemers van *het CNV* 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 afspraken.

Deze richtlijnen hebben enkel te maken met situaties waarbij er een overlap is (of kan zijn) tussen werk en privé. Weblogs, fora en netwerken waar je alleen als privépersoon actief bent – over hobby, familie en andere activiteiten die geen raakvlak hebben met de werksituatie – vallen hier expliciet niet onder.

Bedenk dat...

- Het gebruik van social media 'real time' gebeurt. Een druk op de knop en jouw bericht staat direct online.
- Online informatie misschien wel eeuwig online staat. Het is niet altijd gemakkelijk om informatie naderhand te (laten) verwijderen. Bedenk dus goed hoe je wil overkomen in tekst, beeld en geluid – en niet alleen voor dat ene moment. Zo gebruiken bijvoorbeeld werkgevers vaak google om uit te zoeken wie de sollicitanten zijn.
- Het not-done is om eenmaal geplaatste berichten zomaar te verwijderen. Met een druk op de knop (real time) worden ook foute berichten online geplaatst. Probeer de eerste te zijn om je eigen fouten te corrigeren, zonder eerdere berichten per definitie te wijzigen of te verwijderen. Vermeld daarbij dat jij degene bent die het bericht wijzigt. Geef bij verwijdering een goede reden.
- Je ook rekening dient te houden met het wettelijk vastgelegde beeld-, auteurs- en citaatrecht. Het is verboden om zonder toestemming van de maker andermans werk te publiceren. Schending van deze wet kan je een boete opleveren van honderden euro's.
- Sociale omgangsvormen online net zo goed gelden als offline. Respecteer degene tot wie je je richt. Laster, beledigingen en obsceniteit zijn niet geoorloofd. De privacy van anderen wordt gerespecteerd.
- Je zoveel mogelijk inhoudelijk dient te reageren op stukken van anderen. Alleen je mening geven, zonder onderbouwing daarvan, vervuult de discussie en zegt meer over de schrijver van de reactie dan over het stuk. Onthoud dat dit soort reacties ook in google naar boven kunnen komen.
- Social media soms als gevolg hebben dat er een grijs gebied ontstaat tussen privé en werkgerelateerde zaken. Wanneer je op een persoonlijke blog over je werk schrijft, kun je een disclaimer (zie voorbeeld onderaan het protocol) opnemen waarin staat dat dit blog jouw persoonlijke standpunt weergeeft en dat dit niet overeen hoeft te komen met dat van de organisatie.

Richtlijnen gebruik social media

(Waar nu CNV staat kan de naam van de eigen onderneming ingevuld worden)

1. Werknemers proberen kennis en andere waardevolle informatie te delen, mits die informatie niet vertrouwelijk is en *het CNV* niet schaadt. Werknemers publiceren niet ongevraagd vertrouwelijke of andere merkgebonden informatie. Voor het publiceren van gesprekken wordt eerst toestemming gevraagd aan de leidinggevende of de daarvoor verantwoordelijke afdeling of persoon.
2. Werknemers mogen geen vertrouwelijke en/of schadelijke informatie verstrekken over klanten, partners of leveranciers zonder hun goedkeuring. Hierin wordt geen onderscheid gemaakt tussen informatie over het product en de persoon of het bedrijf.
3. Wees extra voorzichtig bij het publiceren over, of in discussie gaan met, een klant of concurrent. Verkeerd opgevatte of slecht onderbouwde stukken, kunnen direct nadelige gevolgen hebben voor *het CNV*.
4. *Het CNV* ondersteunt de open dialoog en de uitwisseling van ideeën en het delen van kennis. Werknemers die publiceren op een website (of andere sociale media) anders dan die van *het CNV* over een onderwerp dat wel te maken kan hebben met *het CNV*, maken kenbaar of zij op persoonlijke titel publiceren. Als werknemers namens *het CNV* spreken, vermelden zij hun organisatie en functie.
5. Bestuurders, managers, leidinggevend en degene die namens de organisatie het beleid en de strategie uitdragen hebben een bijzondere verantwoordelijkheid bij het gebruik maken van social media. Voor sommige functies geldt dat iemand altijd wordt gezien als *CNV'er* – ook als hij een privé-mening verkondigt. Op grond van hun positie moeten werknemers nagaan of zij op persoonlijke titel kunnen publiceren.
6. 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 zijn, met gevolgen voor hun privacy.
7. Wanneer een online discussie dreigt te ontsporen, of in het ergste geval al helemaal ontspoord is, neem dan direct contact op met de verantwoordelijke afdeling/persoon en overleg over de te volgen strategie.
8. Bij de geringste twijfel over een publicatie of over de raakvlakken met *het CNV* is het verstandig contact te zoeken met je leidinggevende of de daarvoor verantwoordelijke afdeling/persoon.

Richtlijnen gebruik Intranet:

Blogs en sociale netwerken die worden gepubliceerd onder naam van het *CNV* moeten worden gebruikt op een manier die waarde toevoegt aan de bedrijfsdoelstellingen van *het CNV*. 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.

Voorbeeld disclaimer blog:

"© (jaar van het online gaan van de website) (uw naam). De standpunten en meningen op deze website, zijn de persoonlijke mening van (uw naam) en staan los van eventuele officiële standpunten van (organisatie). (uw naam) is niet verantwoordelijk voor de inhoud van uitlatingen en reacties van derden op de hier gepubliceerde stukken."