

# Management van online kanalen en content van de Vrije Universiteit

## Beheersing door minimale regulering

Auteur: M.S. Hoekstra, Dienst Communicatie

Versie	Datum	Opmerking	Status
0.1	21 05 07	Eerste opzet	Concept
0.2	28 05 07	Aangepast en aangevuld	Concept
0.3	11 06 07	Commentaar werkgroepleden verwerkt	Concept Ter bespreking in MT Communicatie
1.0	27 06 07	Commentaar MT Communicatie verwerkt	Definitief, voor bespreking CoVu
1.1	05 09 07	Enkele redactionele wijzigingen	Definitief, voor bespreking CoVu 01 10 07

### Inleiding

Het VU management heeft uitgesproken dat “Internet haar belangrijkste communicatiemedium” is. Dit komt onder andere tot uitdrukking in de projecten Studentenportal en Vernieuwing corporate website en facultaire sites, op basis van een gemeenschappelijk content- en grafisch ontwerp en Content Management Systeem.

Naast deze uniformering van look and feel, structuur en systeem zijn ook VU brede afspraken nodig over het beheer van deze online kanalen (zoals websites) en de content (tekst, beeld etc.) daarin. Dit is noodzakelijk omdat voor dit beheer geen VU –breed normenkader aanwezig is.

In deze notie verwoordt de dienst Communicatie aan welke eisen het beheer van de online content en kanalen van de VU zou moeten voldoen. Deze notitie is geen diepgaande uitwerking van een “redactiestatuut” of “Internet Rules and Regulations”, maar beoogt het kader aan te geven dat de VU nodig heeft om voldoende beheersing van de online kanalen mogelijk te maken.

### Gevraagde besluitvorming

In deze notitie vindt u een aantal basisprincipes die het kader vormen voor verder gedetailleerde afspraken over het beheer van online content en kanalen.

Het College van Bestuur wordt gevraagd zich uit te spreken over deze basisprincipes en de vertaling daarvan in taken, verantwoordelijkheden en bevoegdheden.

Na goedkeuring van deze uitgangspunten draagt de Dienst Communicatie zorg voor verdere uitwerking en implementatie.

## Waarom en in hoeverre management van online kanalen en content?

Zowel ten aanzien van de online kanalen (bijvoorbeeld websites, web-based applicaties) als de inhoud daarvan (tekst, beeld, gekoppelde bestanden) is een zekere mate van beheersing nodig om bedrijfsrisico's te beperken en effectiviteit te optimaliseren. De mate waarin regulering gewenst is, wordt bepaald door de normen, waarden, risico's en doelstellingen van de VU, in samenhang met de specifieke eigenschappen van online kanalen en content. Regulering moet minimaal zijn, maar moet onacceptabele risico's ondervangen.

## Doelstellingen van online kanalen en content

Met online kanalen en content beoogt de VU diverse *specifieke* doelstellingen te bereiken. Zoals studentenwerving, werkondersteuning voor medewerkers, of voorlichting aan en studie-ondersteuning voor zittende studenten. Naast de specifieke doelstellingen is *altijd* ook een *algemene* doelstelling voor online kanalen aanwezig, namelijk: “*De stelselmatige bevordering van het gewenste imago en de reputatie bij doelgroepen*”. Zoals alle processen en bedrijfsmiddelen van de VU, moeten online kanalen beoordeeld worden op hun bijdrage aan de VU doelstellingen.

Het is relevant een scheiding te maken tussen het *kanaal* (“waar en hoe” er wordt gepubliceerd, bijvoorbeeld op een website) en de *content* (“wat” er wordt gepubliceerd, bijvoorbeeld een tekstfragment). Dit is nodig om de grote hoeveelheid content doeltreffend te kunnen beheersen en om de inhoudelijke verantwoordelijkheid te kunnen beleggen bij de “bron”.

Om een voorbeeld te geven: de eindredacteur van de vu.nl corporate website (de beheerder van het *kanaal*) kan onmogelijk alle content van die site inhoudelijk beoordelen. Hij zal daarvoor moeten “vertrouwen” op een systeem van eigenaarschap, waarbij de *eigenaar* van een bepaalde pagina aansprakelijk is voor de juistheid ervan.

Daarnaast is het ook mogelijk dat dezelfde content door meer dan één kanaal wordt gebruikt. Zo zal de routebeschrijving naar de VU campus op meer dan één site voorkomen, terwijl de informatie steeds dezelfde is. Het management van een kanaal is daarom niet noodzakelijkerwijs gelijk aan het management van een content item.

## Soorten online kanalen

De VU gebruikt diverse soorten online kanalen, waarvan het beheer aan minimumeisen moet voldoen. Dat zijn:

- *Bedrijfseigen VU kanalen*, bijvoorbeeld:
  - Websites voor externe doelgroepen
  - Websites en portalsites voor interne VU doelgroepen
  - Digitale e-mail nieuwsbrieven
  - Chatkanalen
  - SMS kanalen
- *Kanalen van derden waarin VU content publiceert*, bijvoorbeeld:
  - Videokanalen van YouTube
  - Opleidingsportals met studie-informatie van de VU (bijvoorbeeld <http://www.universitairmasters.nl/default.vsnu> )
  - Andere websites waar VU advertenties of banners plaatst
  - Zoekmachines (bijvoorbeeld Google) waar VU advertenties plaatst
  - Communities waar de VU vertegenwoordigd is (bijvoorbeeld Second Life)

## Soorten online content

Kanalen bevatten inhoud. Daarbij gaat het bijvoorbeeld om:

- Tekst, statisch beeld, bewegend beeld en geluid.
- Gekoppelde documenten (bijvoorbeeld Office bestanden).

- Hyperlinks, webadressen (URL's) en e-mailadressen.
- Webformulieren.
- Online games ("advergames").
- Data uit gekoppelde systemen (al dan niet persoonsgebonden).
- Speciale functionaliteit (software componenten die voor de gebruiker bepaalde taken verrichten, bijvoorbeeld een Personenzoekmachine).

### **Risico's en eigenschappen van online kanalen en content**

De belangrijkste voordelen en tevens risico's van online kanalen liggen in de relatief makkelijke beschikbaarheid, snelheid en grote verspreiding ervan.

Daarnaast zijn online kanalen, en in het bijzonder openbare websites, een venster op de achterliggende organisatie. Het aanbod van informatie en diensten en processen (bijvoorbeeld de mogelijkheid om een brochure aan te vragen) op websites schept verwachtingen bij de bezoeker. Komt de organisatie niet tegemoet aan de verwachtingen, dan is er sprake van afbreuk aan de reputatie. Onjuiste informatie kan zelfs leiden tot schadeclaims.

Online kanalen introduceren risico's met betrekking tot ethisch onjuist of onrechtmatig handelen. Onjuiste omgang met persoonlijke gegevens van bezoekers aan een site, of content welke zich niet verdraagt met fatsoensnormen, zijn schadelijk voor de reputatie en het vertrouwen bij het publiek. Verwijzingen vanuit VU-sites naar websites die geen eigendom zijn van de VU en schadelijke content bevatten, werken nadelig op de reputatie van de VU. Publicatie van content zonder afdoende afwikkeling van auteursrechten is strafbaar.

De zogenoemde "user generated content" zoals in weblogs, discussiefora en wiki's voegt hieraan een risicodimensie toe. Zinnige en effectieve user generated content is per definitie risicovol, want wordt niet vervaardigd door betaalde redacteurs. Desondanks wil de VU voor haar promotie kanalen inzetten waarin user generated content verschijnt, bijvoorbeeld [www.vublogs.nl](http://www.vublogs.nl), omdat dit een effectieve aanvulling op de traditionele webcontent is.

### **Van kernwaarden naar Basisprincipes voor online kanalen en content**

De VU heeft onderzoek verricht naar haar identiteit en cultuur. Dit heeft geresulteerd in de volgende kernwaarden welke bepalend zijn voor haar identiteit en het gewenste imago bij doelgroepen.

- Maatschappelijk betrokken
- Ambitieuw
- Zorgvuldig

Bij de creatie en inzet van digitale kanalen en de vervaardiging van content dienen deze waarden in acht te worden genomen. Dit is mogelijk door de waarden mee te nemen in een aantal *basisprincipes* voor het management van online kanalen en content. Dit zijn de volgende.

Het College van Bestuur wordt gevraagd zich uit te spreken over deze basisprincipes.

#### *Eigenaarschap*

1. Elk VU-kanaal heeft één eigenaar.
2. Elk content item heeft één eigenaar.

### *Beheer*

3. De kanaal-, en contenteigenaar kan één of meer beheerders benoemen die voor hem het beheer van zijn object(en) uitvoeren.
4. Via een VU breed afstemmingsorgaan (VU Internet Platform) wordt de ontwikkeling van online kanalen en content gezamenlijk geïnitieerd en begeleid. In dit overleg hebben alle kanaalbeheerders (eindredacteuren) van de VU zitting. Het overleg staat onder leiding van Dienst Communicatie en hanteert een goedgekeurd beleid.

### *Webstandaarden*

5. In principe voldoen alle VU websites aan standaards voor design en contentstructuur zoals deze zijn vastgelegd in het huidige web-vernieuwingstraject (webstyleguide). Dit geldt in elk geval voor de corporate, faculteits-, instituutsites en de studentenportal. Mogelijke uitzonderingen betreffen kanalen voor specifieke onderwijsdoelstellingen (bijvoorbeeld websites ontwikkeld in het kader van de opleiding informatica).
6. Elk online medium van de VU heeft een redactiestatuut waarin de doelstellingen van het medium zijn beschreven. Dit statuut sluit aan op de VU bedrijfsdoelstellingen.
7. Google Adwords campagnes en andere zoekmachine marketingacties kunnen alleen plaatsvinden na goedkeuring van een centrale beheerder bij Dienst Communicatie van VU keywords en advertentieteksten, om ongewenste interne concurrentie te voorkomen.
8. Bij e-mail adressen en online processen moeten de maximale reactietijden vermeld zijn voor de gebruikers (klanten).
9. Voor alle processen en content moeten aanspreekpunten (medewerkers) vindbaar zijn voor de gebruikers (klanten).
10. Aansprakelijkheid van de VU met betrekking tot de (on)juistheid van online informatie wordt zoveel mogelijk afgedekt door middel van een openbare disclaimer.
11. De wijze van omgang met persoonsgegevens wordt weergegeven door middel van een openbaar Privacystatement.
12. User generated content op VU-eigen kanalen moet gemodereerd worden (controle achteraf) door een VU redacteur (weblogs en forums etc).
13. Deelname van VU aan kanalen van anderen (bijvoorbeeld studieportalsites) moet voldoen aan vastgestelde criteria.
14. Dienst Communicatie is eigenaar van deze VU webstandaarden.

### **Taken, verantwoordelijkheden en bevoegdheden**

De basisprincipes kunnen worden uitgewerkt tot de volgende verdeling van taken, verantwoordelijkheden en bevoegdheden op een hoog abstractieniveau. Het CvB wordt gevraagd zich uit te spreken over deze verdeling.

1. *Kanaaleigenaren* zijn eindverantwoordelijk voor het kanaal (bijvoorbeeld een bepaalde site). Zij hebben de budgetverantwoordelijkheid ervoor.
2. Een redactie-organisatie (*kanaal beheerders*) heeft de dagelijkse verantwoordelijkheid voor het kanaal. Hieronder wordt ook verstaan de keuze van de contentitems die via het kanaal worden gepubliceerd.
3. *Contenteigenaren* zijn eindverantwoordelijk voor de “tijdigheid, volledigheid, juistheid en evenwichtigheid” (dat laatste betreft hoor en wederhoor bij discussies) van hun contentitems. Zij dragen ook de juridische verantwoordelijkheid ervoor.
4. Of de specifieke kanaaldoelstellingen gehaald worden beoordeelt de *eigenaar* van het kanaal.
5. Of de algemene doelstelling voor online kanalen in voldoende mate wordt gehaald wordt ook beoordeeld door de *eigenaar* van het kanaal.
6. Of er met een digitaal kanaal of content *afbreuk* wordt gedaan aan de algemene doelstelling wordt getoetst door een *centraal opgestelde beoordelaar* bij Dienst Communicatie. Deze kan ingrijpen als de VU doelstellingen worden geschaad (controle achteraf).