

NOS en Twitter

“Assume that everything you write or receive on a social media site is public and knowable to everyone with access to a computer.”

Facebook, MySpace, Twitter, or any other type of social media source needs to be treated the same as any other and not taken at face value. As the old journalists' adage goes, if your mother says she loves you, check it out. The same goes for tweets, status updates and wall posts.

1. Twitteren door NOS-medewerkers als privé-persoon.

In het algemeen geldt natuurlijk dat het alleen maar positief is als NOSsers twitteren. Online sociale netwerken zijn immers een onuitputtelijke bron van informatie die ook journalistiek van grote waarde is. De opgetelde sociale netwerken van alle NOS medewerkers geven onze organisatie een heel divers luisterend oor in de online community. En dat is belangrijk. Mensen die (gaan) twitteren moeten wel met een paar dingen rekening houden:

Het onderscheid tussen het persoonlijke en het professionele is soms moeilijk te maken op Twitter. Zodra je volgers en 'vrienden' weten dat je voor de NOS werkt, wordt je daar immers op aangesproken en gaat het door elkaar heen lopen. Iedereen moet er dus altijd rekening mee houden dat alles wat je schrijft op Twitter of andere sociale netwerken in potentie van invloed kan zijn op je professionele reputatie en daardoor ook op die van de NOS als geheel. Wees je daarvan bewust!

- Gebruik een eigen twitter-account altijd onder eigen naam; niet onder NOS-vlag.
- Niet twitteren over NOS interne aangelegenheden.
- privacy van je omgeving respecteren
- geen foto's van de redactie twitteren.
- Let op: iedereen leest mee!
- Eventueel wel als twitterende NOS-medewerker op lokatie als daar een nieuwsaanleiding toe is.

2. Twitteren als 'bekende' NOS-persoon

Als je Twittert als bekende NOSser (voorbeeld: @overdiek, @kysia, @ebvr, @gerarddielessen), wordt datgene wat je twittert door de buitenwereld opgevat als communicatie namens de NOS. Iedereen leest mee en het gebeurt in toenemende mate dat uitspraken van mensen op Twitter door blogs of kranten worden overgenomen. Opletten dus.

Twitteren op deze manier levert wel heel veel nuttige informatie op. Directe feedback van het publiek op uitzendingen, tips van allerlei deskundigen of simpelweg leuke ideeën. Mensen spreken je op Twitter vaak heel direct aan op je verantwoordelijkheden en in die zin draagt het bij aan de transparantie die we als publieke organisatie nastreven. Ook individuele verslaggevers zouden heel goed van Twitter gebruik kunnen maken om (vanaf locatie) live nieuws te verspreiden.

Inmiddels is het enkele malen voorgekomen dat onbekenden zich uitgeven voor twitterende NOSsers. Vervelend voor de betrokken collega's, maar helaas onvermijdelijk. Dat hoeven we natuurlijk niet te accepteren. Ene Eva Jinek bijvoorbeeld verspreidde allerlei berichten, werd ook massaal gevolgd. De hoofdredactie heeft afspraken met Juridische Zaken dat we snel en kordaat bij het Twitter-hoofdkantoor zullen reclameren. Doorgaans wordt zo'n vals account vlug verwijderd.

3. Officiële NOS Twitter-accounts

Hierboven beschreven we al het persoonlijke karakter van Twitter en de kracht die uit kan gaan van persoonlijke netwerken van mensen die informatie real time met elkaar delen.

Daarnaast is Twitter echter ook een handige rss-reader. Vooral populair zijn de Twitter-rss-feeds met korte nieuws-updates en nieuws-alerts. Dat past immers ook het beste bij het real time karakter van Twitter. Daarnaast wordt Twitter vooral veel mobiel gebruikt en dat leent zich niet goed voor bijvoorbeeld video rss-uitkoppelingen.

De NOS maakt al sinds de begintijd gebruik van gebruik van Twitter als kanaal. We hebben een Teletekst-feed (met realtime updates van teletekst) en er is uitgebreid geëxperimenteerd met live updates van o.a. het voetbal, de Tour de France en de Olympische Spelen.

De laatste tijd heeft een aantal enthousiaste mensen en afdelingen Twitter-accounts geopend onder NOS-vlag. Enkele van deze kanalen gebruiken afwijkende logo's en het is soms niet duidelijk wat het doel is en door wie ze onderhouden/beheerd worden. In de begintijd van Twitter (toen er een paar honderd gebruikers

waren) was dit misschien niet zo'n probleem, maar inmiddels worden de Twitter-feeds door veel mensen gevolgd (ze zijn ook met Google doorzoekbaar) en moeten we daar dus zorgvuldig mee omgaan. Het zijn immers, net als onze websites, uitingen van de NOS en daar gelden dezelfde regels (inhoudelijk, maar ook qua branding) als voor al onze andere websites, programma's en kanalen.

Het openen van Twitter-streams onder de vlag van de NOS mag dan ook niet zomaar gebeuren. Vanaf nu daarom alleen NOS Twitter-accounts na inhoudelijk overleg met de betreffende hoofdredactie en Nieuwe Media (die de consistentie bewaakt). NOS Twitteraccounts moeten technisch kloppen en in beheer genomen worden door front- en backoffice. Aanmaken van NOS-accounts alleen via Nieuwe Media en volgens de branding richtlijnen. We moeten er rekening mee houden dat Twitter in het verleden vaak technische problemen heeft gekend en soms zomaar een dagje plat ligt. Vandaar dat we de twitter-functionaliteit voor verslaggevers in de Amerika Kiest site zelf gebouwd hebben. Voor belangrijke evenementen moeten we hier goed rekening mee houden.

Roeland Stekelenburg & Tim Overdiek
Hilversum, juni 2009