

Beleid social media Hartekamp Groep

Auteur(s) : Anke Bergmeijer, Marlies D'hous, Simone Seggelink, Floortje Schrier, Arnoud Tiller
Opdrachtgever : Raad van bestuur
Eigenaren : Marie-José van der Elst, Chantal Oosten en Michel Schapers

Datum : 21 februari 2023
Versienummer : 2.0
Status : Definitief

Zo digitaal
& sociaal
mogelijk

elke dag
zo goed
mogelijk



Inhoud

| | |
|--|----|
| 1. Inleiding..... | 3 |
| Wat zijn sociale media? | 3 |
| Waarom dit document?..... | 3 |
| Relatie tot kernwaarden & ‘versterkend begeleiden’ | 4 |
| Doelstelling | 4 |
| Eigenaarschap | 4 |
| 2. Kansen & risico’s | 5 |
| Kansen sociale media | 5 |
| Risico’s sociale media..... | 5 |
| 3. Doelgroepen sociale media | 6 |
| Sociale media & cliënten | 6 |
| Sociale media & wettelijk vertegenwoordigers..... | 8 |
| Sociale media & medewerkers /vrijwilligers..... | 8 |
| Sociale media & Hartekamp Groep | 9 |
| 4. Kritische succesfactoren..... | 10 |
| 5. Handelswijze incidenten sociale media..... | 11 |
| 6. Bijlage 1; Overzicht doelstellingen & producten..... | 12 |

1. Inleiding

Het internet en sociale media zijn een (belangrijk) onderdeel van onze samenleving. Kinderen leren op jonge leeftijd digitale middelen te gebruiken. De samenleving digitaliseert en de digitale veranderingen volgen elkaar in hoog tempo op. Hierdoor is het soms lastig (on)mogelijkheden en bijbehorende risico's in te schatten. Dit geldt voor cliënten maar ook voor de Hartekamp Groep zelf die onderdeel zijn van deze snel veranderende, digitale samenleving. Er is een grote urgentie om sociale media toepassingen de juiste positie te geven en te realiseren dat dit ook dé manier is waarop cliënten met anderen, en dus de maatschappij in contact treden. Dit sluit aan bij de zorgbehoefte van cliënten.

Sociale media bieden de Hartekamp Groep mogelijkheden om toegang te hebben tot informatie en digitale voorzieningen. Voorbeelden hiervan zijn: digitaal thuis werken, vergaderen via Teams en een eigen sociale mediapagina van de woning of locatie waar specifieke activiteiten worden gedeeld. En als laatste; het actief stimuleren en begeleiden van cliënten om hen op een veilige manier sociale media te laten gebruiken en om het contact tussen cliënten en hun netwerk te bevorderen.

Wat zijn sociale media?

Sociale media worden op verschillende manieren gedefinieerd. De Hartekamp Groep gebruikt de volgende definitie:

“Onder sociale media verstaan we websites en andere platformen via het internet waar gebruikers verantwoordelijk zijn voor de inhoud, delen van informatie (tekst, foto's en video's) en waar gebruikers onderling contacten onderhouden. Enkele voorbeelden van sociale media zijn websites, zoekmachines (Google, Edge, Firefox), blogs, beeldbellen en sociale media pagina's zoals:



Waarom dit document?

Zoals eerder beschreven is er urgentie. Wij hebben mee te gaan met digitale ontwikkelingen in de samenleving, omdat onze cliënten daar onderdeel van zijn. Daarom hebben we ons te buigen over de vraag 'hoe kunnen cliënten op een goede, veilige manier gebruik maken van internet/ sociale media?' Wat betekent dit voor hun zorgbehoefte en hoe passen we hier als Hartekamp Groep onze dagelijkse begeleiding op aan? In de praktijk hebben we gemerkt dat er enerzijds te weinig kennis en vaardigheden zijn bij cliënten en begeleiders en anderzijds dat er onvoldoende organisatie brede afspraken zijn gemaakt over het gebruik van sociale media binnen onze verantwoordelijkheden als zorgverlener. Dat er behoefte is aan duidelijke, helpende kaders. Beide leiden tot ongewenste handelingsverlegenheid ten aanzien van dit onderwerp.

Om antwoord te geven op het bovenstaande moeten de verschillende, verantwoordelijke partijen beoogde en oplossingen met elkaar afstemmen. Denk aan het inzetten van 'Versterkend begeleiden' op het thema sociale media, het trainen van cliënten (en netwerk) en begeleiders en het stellen van softwarematige restricties en kaders vanuit de organisatie (huisregels). De Hartekamp Groep gebruikt sociale media als onderdeel van haar interne & externe communicatie (website, Instagram, Facebook, YouTube, e.d.). Het team communicatie verzorgt de uitstraling, content voor de Hartekamp Groep.

Relatie tot kernwaarden & 'versterkend begeleiden'

Het omarmen van sociale media past in de visie van de Hartekamp Groep: kijken naar wat wel kan. Door veiligheid en vertrouwen te bieden kunnen onze cliënten op eigen kracht, met zelfregie meedoen en hun bijdrage leveren aan de samenleving. De Hartekamp Groep vindt het belangrijk dat cliënten kunnen meedoen met het gebruik van sociale media en op die manier een plek kunnen innemen in de samenleving. Tevens moeten we ons bewust zijn van de risico's die sociale media met zich meebrengen en tot waar de verantwoordelijkheid reikt voor de Hartekamp Groep. Zoals betrokkenheid bij ernstige incidenten (bedreiging, oplichting, sexting, loverboys). Voorlichting en begeleiding zijn noodzakelijk en daarom een verantwoordelijkheid van de Hartekamp Groep.

'Kiezen voor kwaliteit' is een werkgroep die methodieken/behandelingen binnen de Hartekamp Groep afstemt op de verschillende doelgroepen. Zij zal moeten vormgeven hoe het onderwerp sociale media een plek krijgt binnen het begeleidingskader van 'Versterkend begeleiden'. Kernbegrippen hierbij zijn: gelijkwaardigheid, wederzijdse afhankelijkheid, samen veranderen (samen leren) en passende probeerruimte. Vanuit haar zorgtaak heeft de Hartekamp Groep een verantwoordelijkheid naar cliënten om risico's te onderkennen en veiligheid te bieden op het gebied van werk, wonen en vrije tijd in relatie tot het gebruik van sociale media. Verbinding met 'Versterkend begeleiden' betekent (positieve) kennisoverdracht/begeleiding en spelregels voor (zorg)medewerkers. In combinatie met de methodiek 'Dit vind ik ervan!' (cliëntervarings-instrument) sluiten we als Hartekamp Groep aan bij de hulpvragen van cliënten met betrekking tot sociale media.

Doelstelling

Sociale media is een breed onderwerp en dit maakt de noodzaak van een samenhangende visie en strategie hoe we omgaan met de uitdagingen van sociale media, groot. Voor elke doelgroep (cliënten, wettelijke vertegenwoordigers, medewerkers en organisatie) is de situatie beschreven zoals we die wensen in de toekomst. In de bijlage is dit uitgewerkt in doelstellingen en concreet benodigde producten.

Eigenaarschap

Een toekomstbestendige, samenhangende benadering van sociale media vraagt om een stevige organisatorische borging binnen de Hartekamp Groep. Een MT lid is regisseur van dit document en verantwoordelijk voor een periodieke overlegstructuur met de eigenaren van dit thema.

2. Kansen & risico's

Kansen sociale media

Sociale media en andere (zorg)technologieën bieden nieuwe mogelijkheden voor cliënten, wettelijk vertegenwoordigers en de Hartekamp Groep. Het biedt hen kansen om de kwaliteit van hun bestaan te vergroten. Voorbeelden hiervan zijn:

- het leggen, onderhouden en uitwisselen van contacten (sociaal netwerk)
- specifieke zorgtoepassingen voor het monitoren van de zorgbehoefte

Beide zorgen voor meer zeggenschap over hun leven en meer meedoen in de samenleving.

Sociale media bieden wettelijk vertegenwoordigers / sociaal netwerk kansen om:

- eenvoudiger contact te hebben met cliënten binnen de Hartekamp Groep
- eenvoudiger contact te hebben met begeleiding / behandelaren van een cliënt

Het biedt de Hartekamp Groep kansen om de zorg en bedrijfsvoering te verbeteren door:

- met 'Dit vind ik ervan!' te ontdekken wat de ervaringen zijn van de cliënt, of ze gewaardeerd worden of dat er verandering gewenst is
- het onderwerp sociale media 'versterkend te begeleiden' zodat cliënten gepaste begeleiding krijgen bij veilig gebruik van sociale media en internet
- op een laagdrempelige, goedkope en snelle manier in contact te komen met cliënten, wettelijk vertegenwoordigers (bijvoorbeeld aanmelding en intake voor nieuwe cliënten)
- vergroting van de naamsbekendheid versterken van zichtbaarheid in de regio, interactie en betrokkenheid met onze doelgroepen (organisatie brede marketingstrategie)
- afname van vervoersbewegingen en reistijd en vergoedingen door het online volgen van overleggen en trainingen
- vermindering van werkplekken en omvang van fysieke kantooromgeving(en)

Risico's sociale media

Sociale media bieden (nieuwe) mogelijkheden voor cliënten, medewerkers en de Hartekamp Groep, en tegelijkertijd zijn hier ook risico's aan verbonden. Beleid is nodig om risico's tot een acceptabel niveau te reduceren.

De belangrijkste risico's zijn pesterijen, bedreigingen en het openbaar worden van persoons- en contactgegevens. Een deel van de oplossing ligt in bewustwording door middel van kennisoverdracht en het vergroten van praktische vaardigheden. Bij gevaarlijke escalaties kan het zijn dat we maatregelen hebben te nemen die de vrijheid beperken. Dan hebben we te maken met de Wet Zorg & Dwang. Denk aan software die monitoring van surfgedrag mogelijk maakt (bijv. filters binnen eigen WIFI netwerk).

Het oneigenlijk delen van persoonsgegevens via sociale media gebeurt (onbewust) snel. Dit is onprofessioneel, tast de betrouwbaarheid van de Hartekamp Groep aan en leidt tot meldingen van datalekken naar de Autoriteit Persoonsgegevens. Uitzonderingen om wel persoonlijke informatie te delen zijn mogelijk, echter hiervoor is expliciete, schriftelijk toestemming noodzakelijk.

Binnen de organisatie gebruiken we ZorgMail / 'Veilig mailen' om vertrouwelijke persoonsgegevens op een veilige manier naar derden te versturen.

Voor het chatten gebruikt de Hartekamp Groep de Siilo-app als veilig alternatief voor WhatsApp, Messenger of chatfunctie in Facebook of Instagram. De Hartekamp Groep kan tot op zekere hoogte verantwoordelijkheid nemen voor wat cliënten doen in het gebruik van social media naast de ondersteuning die wordt geboden over het gebruik en voorlichting (aan cliënten en vertegenwoordigers) en het gebruik van het netwerk van de Hartekamp Groep (het gebruik van 3/4G netwerk valt buiten het bereik van de Hartekamp Groep).

Op dit moment ontbreken duidelijke organisatiebrede uitgangspunten wanneer een sociale mediatoepassing door een RvE / team kan worden gebruikt. Sluit de mediatoepassing aan bij de doelstellingen van de organisatie, de communicatiestrategie, het technisch beheer en de privacywetgeving? Nieuwe aanvragen voor mediatoepassingen kunnen via Butler ingediend worden.

3. Doelgroepen sociale media

Binnen de Hartekamp Groep zijn verschillende doelgroepen die gebruik maken van sociale media. Het is belangrijk voor elke doelgroep het doel en de gebruikswijze inzichtelijk te maken om verschillende sociale mediatoepassingen zo goed mogelijk te benutten. In de bijlage van dit document is een verdere uitwerking opgenomen.

| Doelgroep | Sub doelgroep(en) |
|------------------------------|---|
| Clënten | <ul style="list-style-type: none"> • LVB / LVB+ cliënten • MVB cliënten • Jeugd & gezin • Sociaal netwerk |
| Wettelijk vertegenwoordigers | <ul style="list-style-type: none"> • Sociaal netwerk |
| Medewerkers / vrijwilligers | <ul style="list-style-type: none"> • Begeleider cliënten • Vrijwilliger cliënten • Overige medewerkers |
| Hartekamp Groep | <ul style="list-style-type: none"> • Team communicatie • Academie • Cursuscentrum • Afzonderlijke locaties |

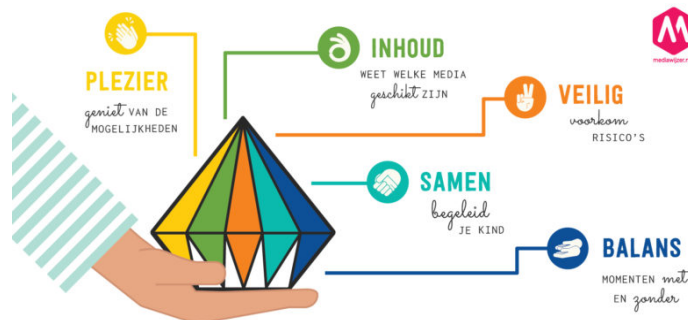
Sociale media & cliënten

We streven er als organisatie naar om mensen met een verstandelijke beperking op eigen kracht, en met zeggenschap veilig mee te laten doen aan de samenleving en zo bij te dragen aan de maatschappij. Tegenwoordig is het gebruik van sociale media hierbij niet meer weg te denken als belangrijk onderdeel van het sociale leven van een cliënt.

Dit betekent dat cliënten bij het gebruik van sociale media actieve begeleiding moeten krijgen; net zoals we hen bij andere zaken ook ondersteunen. Onze intentie is om dit versterkend te doen. Dit betekent dat we een inschatting maken van de wensen (Dit vind ik ervan!), de mogelijkheden (competenties/vaardigheden), van het sociale emotionele niveau/de sociaal emotionele leeftijd en de daarbij behorende behoefte aan nabijheid en de risico's (risicoanalyse B2 in het ECD). Zie voor meer informatie en concrete tips de Wellis-pagina van de groep Mediawijsheden:

<https://wellis.hartekampgroep.nl/groups/90-mediawijsheden/welcome>

Een belangrijke rol is weggelegd voor de Academie en het Cursuscentrum die cursussen aanbieden. Het Cursuscentrum gebruikt hiervoor de vijf elementen (plezier, inhoud, samen, veilig & balans) die door Mediawijzer.nl worden gehanteerd.



Voor cliënten geldt hetzelfde als voor iedereen; genieten van de mogelijkheden die sociale media biedt, maar 100% veiligheid (uitsluiten negatieve ervaringen) is niet mogelijk. Als negatieve ervaringen aan de orde zijn dan heeft de begeleider kennis over hoe hij of zij de cliënt het beste kan opvangen en verder kan begeleiden. Ook weet de begeleider welke noodzakelijke stappen hij verder kan ondernemen zodat sociale media weer als veilig en prettig kan worden ervaren.

Om cliënten meer weerbaar te maken besteedt het Cursuscentrum aandacht aan:

- zelfvertrouwen opbouwen en leren van praktijkgerichte handelingen zodat de cliënt sterk staat in de online wereld;
- hulp leren vragen voordat schadelijke situaties ontstaan;
- risico's van plaatsen foto's van andere cliënten, medewerkers met suggestieve teksten en wat wel kan en mag;
- sexting; delen van of verzoeken om seksueel beladen foto's en video's;
- mogelijkheden en risico's van datingsites of apps;
- mogelijkheden en risico's van webshops, online casino's of andere sites met betalingsmogelijkheden;
- mogelijkheden en risico's van uitwisseling persoonlijke gegevens (pincode, wachtwoord, adres, telefoonnummer, BSN-nummer, ed.);
- herkennen van nepnieuws (verschil tussen feiten & meningen) .

Wet zorg & dwang

Wanneer cliënten het risico lopen om in onveilige situaties terecht te komen door het gebruik van sociale media, is het de verantwoordelijkheid van de Hartekamp Groep om de cliënten te beschermen. Bij voorkeur wordt een manier gevonden om de cliënt versterkend te begeleiden bij het gebruik van sociale media. Bij risico's wordt eerst gekeken of er met de cliënt vrijwillig een afspraak gemaakt kan worden over het beperkt gebruik van sociale media. Als de client zich niet verzet tegen zo'n afspraak dan wordt die afspraak in het ondersteuningsplan genoteerd bij ondersteuningsafspraken. Wanneer de cliënt zich echter wel verzet tegen zo'n afspraak dan is er sprake van onvrijwillige zorg en hebben we te maken met de Wet zorg en dwang. Deze wet beschermt cliënten bij de toepassing van maatregelen.

Vormen van onvrijwillige zorg (zoals beperken van de mogelijkheid van de cliënt om zijn eigen leven in te richten) mogen alleen toegepast worden om ernstig nadeel te voorkomen.

De organisatie moet een stappenplan doorlopen om zo zorgvuldig mogelijk te werk te gaan.

Verscheidene deskundigen worden betrokken bij het stappenplan om de onvrijwillige zorg te voorkomen en anders zo kort mogelijk en minst ingrijpend voor de cliënt te laten zijn. Dit past bij onze visie 'Versterkend begeleiden', waarbij we de eigen regie van de cliënt willen versterken.

Zorginnovatie

Dit document gaat niet in op websites, apps, e.d. die gebruikt worden voor zorginnovatie/zorgtechnologie voor cliënten. Hiervoor is een apart programma & beleid opgesteld omdat hier (medische) persoonsgegevens van cliënten worden gebruikt. Hiervoor gelden bijzondere, aanvullende (beveiligings)eisen.

Sociale media & wettelijk vertegenwoordigers

Deze gebruikers zijn divers in het gebruik en acceptatie van sociale media, maar gebruiken toepassingen zoals Facebook, Instagram, LinkedIn, WhatsApp, FaceTime en andere mogelijkheden voor beeldbellen. Sommige personen gebruiken alleen e-mail of bezoeken websites.

De Hartekamp Groep moet bij gebruik van sociale media zoveel mogelijk voor iedereen bekende toepassingen gebruiken. Belangrijk is om eenvoudige, visuele handleidingen of cursussen beschikbaar te hebben die uitnodigend zijn. Cliënten en wettelijk vertegenwoordigers kunnen samen hun kennis vergroten door het volgen van (betaalde) in-company ontwikkelde cursussen op het gebied van sociale media. De wettelijk vertegenwoordiger heeft ook een verantwoordelijkheid in het gebruik van social media met en in het bijzijn van de cliënt.

Sociale media & medewerkers /vrijwilligers

In de praktijk blijkt dat een deel van de (zorg)medewerkers en vrijwilligers beperkte digitale vaardigheden hebben en onvoldoende kennis van de (on)mogelijkheden van internet en sociale media. Hierdoor ontbreekt zelfvertrouwen en is er vaak sprake van schaamte om hulp te vragen waardoor handelingsverlegenheid ontstaat.

We streven naar het introduceren van 'digi-maatjes' waarbij digitaal vaardige collega's op een 'laagdrempelige' manier hulp bieden aan medewerkers.

Medewerkers moeten in staat zijn cliënten op een goede manier te begeleiden in het gebruik van internet en sociale media. Daartoe zijn handvaten voor begeleiders opgenomen in de magazines van 'Versterkend begeleiden'. Het begeleidingskader voor bv. het aangaan van sociale relaties en het omgaan met financiën is in principe hetzelfde als voor het omgaan met sociale media. Het begeleidingskader is niet anders, het wordt alleen vaak niet in verband gebracht met het gebruik van sociale media. Thema's kunnen veranderen, het begeleidingskader niet.

Om het gebruik van sociale media te bevorderen en cliënten beter te begeleiden worden (online) cursussen & trainingen aangeboden door de Academie van de Hartekamp Groep.

Zie ook de speciaal aan dit onderwerp gewijde Wellis-pagina:

<https://wellis.hartekampgroep.nl/groups/90-mediawijsheid/welcome>

Medewerkers en vrijwilligers gebruiken sociale media zowel privé als zakelijk. Het kan soms lastig zijn dit gescheiden te houden, maar dit is wel wenselijk. Dit om te voorkomen dat medewerkers in hun privéomgeving- en tijd geconfronteerd worden met vragen, problemen van cliënten en/of wettelijk vertegenwoordigers.

Sociale media via privé-account

Een medewerker is ook buiten werktijden 'ambassadeur' van de Hartekamp Groep. Dit betekent dat men respect heeft voor andere mensen en hun mening, beleefd blijft, geen ruzie zoekt of mensen beledigt. Op Zenya staan de documenten Richtlijnen sociale media, Do's and don't's sociale media, Regeling beeldmateriaal van cliënten en algemene huisregels over wat wel en niet te doen bij het gebruik van sociale media.

Sociale media in een medewerker-cliënt relatie

Uitgangspunt is dat er alleen een beroepsmatige 'zakelijke' relatie aanwezig is via zakelijke bedrijfsmiddelen en dus niet via privételefoonnummers. Communicatie via sociale media is vanuit beroepsmatig oogpunt beperkt tot wat echt nodig is. Bijvoorbeeld om een cliënt te herinneren aan een afspraak voor de volgende dag, Het nemen van medicatie of het begeleiden in het veilig gebruik van sociale media.

Er zijn duidelijk afspraken hoe en wanneer een cliënt contact kan opnemen bij een hulpvraag. Medewerkers verstrekken dus geen privégegevens (adres, telefoonnummer, e-mail en sociale media pagina's waar men privé actief op is) aan cliënten. Vanuit privé sociale media pagina's worden geen 'vriendschappen' aangegaan. Dit is wel mogelijk via een zakelijke sociale media pagina van bijvoorbeeld een locatie zelf.

Sociale media & Hartekamp Groep

Sociale media versterkt de naamsbekendheid, diensten, producten en cliënt gerelateerde activiteiten van de Hartekamp Groep (en afzonderlijke locaties). Ongeacht het gebruikte communicatiemiddel geldt dat de communicatie in lijn is met de toekomstvisie, de doelstellingen en de centrale waarden van de Hartekamp Groep. Ook voor sociale media pagina's van locaties geldt dat de content voldoet aan de huisstijl en richtlijnen genoemd in het handboek communicatie van de Hartekamp Groep. Het team communicatie gaat hierop toezien en kan gevraagd worden om te adviseren.

Uitgangspunt is dat officiële mededelingen plaatsvinden via de formele communicatiekanalen (zoals website, Facebook, Instagram, LinkedIn, nieuwsbrieven en Wellis) van de Hartekamp Groep. Dit is een verantwoordelijkheid van het team Communicatie. Uiteraard kunnen locaties deze delen via de door hen gebruikte toepassingen om zo een nog breder publiek te bereiken.

Het belang van een eenduidige online aanwezigheid en uitstraling van de Hartekamp Groep is groot. Binnen de Hartekamp Groep hebben diverse locaties hun eigen sociale media pagina's (incl. websites) om in contact te treden met cliënten, het netwerk van cliënten of om algemene informatie te delen met omwonenden e.d. Niet representatieve actieve pagina's worden aangepast conform huisstijl en richtlijnen. Inactieve (veelal persoonlijke) pagina's worden indien mogelijk opgeheven. Team communicatie ziet hierop toe.

Alle bestaande en nieuwe pagina's zijn opgenomen in een centrale registratie van sociale media. Voor introductie van een nieuwe pagina, website is het goedkeuringsproces doorlopen wat resulteert in opname in de centrale registratie van 'publieke' en 'besloten' sociale media pagina's van de organisatie. Het team Communicatie is altijd lid van een besloten social media pagina. Dit alles is vastgelegd in het op Zenya gepubliceerde beleid spelregels sociale media.

Kennisvergroting

Het optimaal benutten van sociale media door cliënten, wettelijk vertegenwoordigers, medewerkers en vrijwilligers betekent investeren in kennis over de (on)mogelijkheden van sociale media. Er zijn voor elke doelgroep (online) cursussen & trainingen beschikbaar vanuit het Cursuscentrum / Academie. Voor medewerkers TTV'er Communicatie, netwerk, vrijwilligers & vrijetijd zijn er cursussen die hen in staat stellen binnen een locatie gebruikte sociale media toepassing(en) optimaal in te zetten.

4. Kritische succesfactoren

Medewerkers ervaren duidelijkheid betreffende de behoeftes van hun cliënten t.a.v. gebruik van sociale media. Ze nemen verantwoordelijkheid om ze passend te begeleiden, zijn motiverend, staan naast de cliënt en bieden veilige probeerruimte afgestemd op hun sociaal emotionele behoefte. Risico's maken ze bespreekbaar en bij ernstig gevaar zoeken ze ondersteuning bij gedragsdeskundigen en leidinggevenden, zoeken ze duidelijkheid bij vastgestelde kaders en wordt er begrensd conform de mogelijkheden van de Wet zorg en dwang. De Hartekamp Groep kan geen verantwoordelijkheid nemen voor wat cliënten doen in het gebruik van social media, los van de ondersteuning die wordt geboden over het gebruik, voorlichting en het gebruik van het netwerk van de Hartekamp Groep (het gebruik van 4/5G netwerk valt buiten het bereik van de Hartekamp Groep).

Medewerkers beschikken over voldoende kennis en vaardigheden. In de praktijk blijkt dat medewerkers op dit moment onvoldoende inzicht hebben over mogelijkheden (gebruik van gameconsoles als webbrowser) en eventuele risico's. Het is daarom belangrijk dat medewerkers trainingen & cursussen kunnen volgen die door de Hartekamp Groep worden gefaciliteerd. Dit geldt natuurlijk ook voor onze cliënten. Cliënten en begeleiders hebben samen te veranderen, samen te leren.

Het Cursuscentrum en de Academie bieden cursussen op verschillende niveaus voor cliënten en medewerkers en hun netwerk aan. Uitgangspunt is dat het zgn. 'train-de-trainer' principe geldt. Dit betekent dat als een medewerker een cursus heeft gevolgd deze in staat is om de kennis door te geven aan collega's en cliënten.

5. Handelswijze incidenten sociale media

| Vervolgstappen | Besluitvorming | Uitvoering |
|---|------------------------|------------|
| Informeren & bespreken (voorlichting) van onderstaande (automatische) vervolgstappen met cliënt / wettelijk vertegenwoordigers. | Manager | Senior |
| Via account sociale media van cliënt het account van de dader blokkeren. | Verplichte vervolgstap | Senior |
| Via account sociale media van cliënt de bedreiging aan het betreffende platform doorgeven. Bij Facebook kan dit via https://nl.nl.facebook.com/help/206537492805743?helpref=faq_content . | Verplichte vervolgstap | Senior |
| Via sociale media account van cliënt de dader aangeven dat melding bij het betreffende medium en aangifte bij politie gaat plaatsvinden. | Verplichte vervolgstap | Senior |
| Aangifte bij politie https://www.politie.nl/aangifte-of-melding-doen/aangifte-van-bedreiging.html . | Verplichte vervolgstap | Senior |

6. Bijlage 1; Overzicht doelstellingen & producten

| Doelgroep: Cliënten | | | |
|--|---|--|---|
| Sub doelgroep(en) | Doelstelling(en) | Product(en) | Actiehouder(s) |
| <ul style="list-style-type: none"> • LVB / LVB+ cliënten • MVB cliënten • Jeugd & gezin | <ul style="list-style-type: none"> • Cliënten krijgen ondersteuning van begeleiders bij gebruik van sociale media als onderdeel van het zorgaanbod van de Hartekamp groep. | <ul style="list-style-type: none"> • Sociale media is onderdeel van het begeleidingskader van 'Versterkend begeleiden in de praktijk' en 'Dit vind ik ervan!' | <ul style="list-style-type: none"> • Chantal van Oosten • Christel van der Voort • Multidisciplinair overleg |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Er is een aanbod voor therapeutische, educatieve & vrije tijd websites & apps voor cliënten | <ul style="list-style-type: none"> • Overzicht van websites & apps voor educatieve & vrijetijdsbesteding die specifiek gericht is op het niveau van cliënten. | <ul style="list-style-type: none"> • Team Cursuscentrum • RVE 10 / Logopedisten • Team VTenV |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Cliënten kunnen (eventueel samen met netwerk) via het cursussen over sociale media volgen. | <ul style="list-style-type: none"> • Bewustwording & cursus 'veilig omgaan met sociale media' voor cliënten en netwerk. | <ul style="list-style-type: none"> • Team Cursuscentrum |
| | <ul style="list-style-type: none"> • De risico's voor cliënten zijn inzichtelijk bij gebruik van sociale media en geregistreerd in ECD / Ons. | <ul style="list-style-type: none"> • Handleiding / instructie voor risicoanalyse cliënten bij gebruik van sociale media. | <ul style="list-style-type: none"> • Commissie / werkgroep ECD |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Beperkende maatregelen Wet z&d zijn inzichtelijk in relatie tot gebruik van sociale media. | <ul style="list-style-type: none"> • Handreiking wet Z&D inzake cliënten en social media | <ul style="list-style-type: none"> • Commissie Z&D |

| Doelgroep: Sociaal netwerk | | | |
|---|--|---|--|
| Sub doelgroep(en) | Doelstelling(en) | Product(en) | Actiehouder(s) |
| <ul style="list-style-type: none"> • Sociaal netwerk | <ul style="list-style-type: none"> • Het sociaal netwerk is betrokken bij deelname van cliënten in de wereld van sociale media. • Familieleden, e.d. & cliënten kunnen samen (betaalde) cursussen over sociale media volgen. | <ul style="list-style-type: none"> • Voorlichting aan wettelijk vertegenwoordigers, bewustwording & cursus 'veilig omgaan met sociale media' voor cliënten en sociaal netwerk. | <ul style="list-style-type: none"> • Academie |

| Doelgroep: Medewerkers | | | |
|--|--|---|---|
| Sub doelgroep(en) | Doelstelling(en) | Product(en) | Actiehouder(s) |
| <ul style="list-style-type: none"> • RvB, management | <ul style="list-style-type: none"> • Begeleiding van cliënten bij gebruik van sociale media is onderdeel van het zorgaanbod van de Hartekamp Groep. | <ul style="list-style-type: none"> • Sociale media is onderdeel van programma ICT voor cliënten en strategische visies Hartekamp Groep. | <ul style="list-style-type: none"> • RvB |
| | | <ul style="list-style-type: none"> • Sociale media is onderdeel van de (de)centrale communicatiestrategie van de Hartekamp Groep. | <ul style="list-style-type: none"> • De juridische reikwijdte is vastgelegd voor begeleiding (zoals preventief ingrijpen als dit voor veiligheid van client nodig is). |
| <ul style="list-style-type: none"> • Zorgmedewerkers (begeleider) | <ul style="list-style-type: none"> • Begeleiders zijn in staat cliënten te ondersteunen in gebruik van sociale media als onderdeel van het | <ul style="list-style-type: none"> • .Uitgangspunten zijn vastgelegd zoals in gebruik name van sociale media pagina's (uitstraling, content, (continuïteit van) beheer). | <ul style="list-style-type: none"> • RvB |
| | | <ul style="list-style-type: none"> • Bewustwording & cursus 'veilig omgaan met sociale media' voor zorgmedewerkers i.r.t. cliënten | <ul style="list-style-type: none"> • Team Academie |

| | | | |
|---|--|--|---|
| | zorgaanbod van de Hartekamp groep, ook conform de huisregels. | <ul style="list-style-type: none"> • Sociale media is onderdeel van het begeleidingskader van 'Versterkend begeleiden in de praktijk' en 'Dit vind ik ervan!' | <ul style="list-style-type: none"> • Rvb |
| <ul style="list-style-type: none"> • Vrijwilliger cliënten | <ul style="list-style-type: none"> • Vrijwilligers zijn in staat cliënten te ondersteunen in gebruik van sociale media als onderdeel van het zorgaanbod van de Hartekamp groep. | <ul style="list-style-type: none"> • Bewustwording & cursus 'veilig omgaan met sociale media' voor vrijwilligers i.r.t. cliënten | <ul style="list-style-type: none"> • Team Academie |

| Doelgroep: Hartekamp Groep | | | |
|--|--|---|--|
| Sub-doelgroepen | Doelstellingen | Producten | Actiehouder(s) |
| <ul style="list-style-type: none"> • Team communicatie | <ul style="list-style-type: none"> • Vergroten (online) bekendheid en zichtbaarheid in de regio van diensten & producten Hartekamp Groep. • Interactie en engagement met onze doelgroepen | <ul style="list-style-type: none"> • Strategisch communicatie- en marketingbeleid • Social media plan • Strategie informatievoorziening, social media als onderdeel opnemen | <ul style="list-style-type: none"> • Team Communicatie • Team security & privacy & IV |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Bewaken van de samenhang en uniforme, professionele corporate uitstraling van de aan Hartekamp Groep gerelateerde bedrijvenpagina's via Facebook, Instagram, LinkedIn en YouTube van (woon)locaties en andere initiatieven | <ul style="list-style-type: none"> • Procesbeschrijving Butler voor nieuwe pagina's via Facebook, Instagram, LinkedIn en YouTube. • Inactieve pagina's worden opgeheven en niet representatieve actieve pagina's worden aangepast conform huisstijl en richtlijnen. • Beheer & monitoring van centrale registratie van sociale media pagina's Hartekamp Groep. | <ul style="list-style-type: none"> • Team Communicatie |
| <ul style="list-style-type: none"> • Academie | <ul style="list-style-type: none"> • Zorgmedewerkers & vrijwilligers zijn in staat cliënten te ondersteunen in gebruik van sociale media als onderdeel van het zorgaanbod van de Hartekamp Groep. | <ul style="list-style-type: none"> • Bewustwording & cursus 'veilig omgaan met sociale media' voor vrijwilligers i.r.t. cliënten. | <ul style="list-style-type: none"> • Team Academie |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Medewerkers zijn bekend met de kansen en risico's van sociale media voor de Hartekamp Groep. | <ul style="list-style-type: none"> • Cursus / training voor verdieping in b.v. Facebook, Instagram, e.d. voor contentbeheerders / moderators van DHG sociale media pagina's. | <ul style="list-style-type: none"> • Team Academie |
| <ul style="list-style-type: none"> • Cursuscentrum | <ul style="list-style-type: none"> • LVB+ cliënten hebben een kritische en actieve houding op het gebied van sociale media. | <ul style="list-style-type: none"> • Mediapakket voor begeleiders om cliënten te leren over mediawijsheid en problematiek; bewustwording & kennisoverdracht via train-de-trainer methodiek. | <ul style="list-style-type: none"> • Team Cursuscentrum |
| | <ul style="list-style-type: none"> • LVB+ cliënten met slechte online ervaringen kunnen met behulp van een cursus zich met zelfvertrouwen bewegen op sociale media. | <ul style="list-style-type: none"> • (Herziene) cursus 'veilig omgaan met sociale media' waardoor kennis, & bewustwording is bij cliënten & zorgmedewerkers.¹ | <ul style="list-style-type: none"> • Team Cursuscentrum |
| <ul style="list-style-type: none"> • Locatie met eigen sociale media pagina's | <ul style="list-style-type: none"> • Ontwikkeling van nieuwe sociale media pagina's in samenspraak met team Communicatie en op basis van vastgesteld beleid. | <ul style="list-style-type: none"> • Aanvraagprocedure in Butler voor nieuwe sociale media pagina's. | <ul style="list-style-type: none"> • Managers RVE / Teams • Team communicatie • Team security & privacy |

- | | | | |
|--|--|---|--|
| | | <ul style="list-style-type: none">• Inactieve pagina's worden opgeheven en niet representatieve actieve pagina's worden aangepast conform huisstijl en richtlijnen. Team communicatie ziet hierop toe.• Beleid uitgangspunten sociale media en opname in centrale registratie Hartekamp Groep. | |
|--|--|---|--|
-