

## Social Media Guideline zum Kommunizieren im Internet

Facebook, youtube, Twitter und andere Seiten des Social Webs ziehen immer mehr Menschen an. Mehr als ein Viertel aller ÖsterreicherInnen verfügt mittlerweile schon über einen Facebook Account: Social Media sind in der Gesellschaft angekommen. Durch Social Media ist es aber auch zu einer stärkeren Vermischung von Privatem und Beruflichem gekommen. Wenn Sie im Social Web unter Ihrem eigenen Namen posten und sich dazu entschließen, das Ministerium als Ihren Arbeitgeber anzugeben, werden Sie zu einem/r (inoffiziellen) RepräsentantIn des BMUKK.

Das Bundesministerium für Unterricht, Kunst und Kultur ist in Österreich das erste Ministerium, das mit einer offiziellen Facebook Page <http://facebook.com/bmukk> im Social Web präsent ist und diese Informationsschiene als Teil der Gesamtkommunikation nützt .

### Mit dieser Guideline geben wir Ihnen Tipps für Ihre Kommunikation im Social Web:

- Wenn Sie auf Facebook Ihren Arbeitgeber angeben wollen, bitten wir Sie, dies in Ihren Profilinformatoren unter der Rubrik „Ausbildung und Arbeit“ und „Arbeitgeber“ zu tun. Bitte achten Sie auf die richtige Schreibweise: Bundesministerium für Unterricht, Kunst und Kultur (BMUKK). Damit wird gewährleistet, dass auch zur offiziellen Facebook Page (<http://facebook.com/bmukk>) verlinkt wird. Unter „Stelle“ tragen Sie bitte Ihre Position ein.
- Auch Online-Aussagen haben Konsequenzen. Wenn Sie in Dialog mit anderen Internet-UserInnen treten, denken Sie daran, dass Sie dies nicht nur als Privatperson, sondern auch als MitarbeiterIn des BMUKK tun. Wie im „normalen“ Berufsleben gelten die Dienstvorschriften auch im Social Web. Hier getätigte Aussagen können ebenso (dienst)rechtliche Konsequenzen haben. Dies gilt auch für privat genutzte Accounts, die öffentlich zugänglich sind.
- Schreiben Sie nichts auf Facebook Pinnwände, in Forenpostings oder Blogkommentare, das nicht auch Ihre KollegInnen, Ihr Vorgesetzter oder Fremde lesen dürften.
- Meinungsverschiedenheiten mit KollegInnen und Vorgesetzten sollen nicht über das Internet ausgefochten werden.
- Dasselbe gilt auch für strategische Informationen des Ministeriums, die (noch) nicht für die Öffentlichkeit gedacht sind.
- Die Wahrung des Amtsgeheimnisses und des Datenschutzes ist zu beachten.
- Wenn Sie ein Posting entdecken, in dem es um das BMUKK oder ähnlich relevante Themen geht, bei welchem Sie konkreten Handlungsbedarf sehen, kontaktieren Sie bitte [web2.0@bmukk.gv.at](mailto:web2.0@bmukk.gv.at) . Es wird dann entweder direkt auf das Posting reagiert, oder Sie erhalten jene Informationen, die Sie brauchen, um das Posting zu kommentieren / beantworten zu können.

- Bei privaten Postings machen Sie deutlich, dass es sich dabei um Ihre persönliche Meinung und Gedanken handelt.
- Wählen Sie einen freundlichen, angemessenen Tonfall. Sie publizieren öffentlich und können daher nicht abschätzen, wie groß Ihre Leserschaft sein wird.
- Auch wenn Sie der Meinung sind, dass Ihre Einträge und Postings niemand außer ihren FreundInnen sehen kann, bedenken Sie, dass viele Fotos und Postings weiterverbreitet werden können.
- Copyright beachten: Falls Sie Bilder oder Texte mitsenden, beachten Sie die rechtliche Situation. Auch wenn Fotos verwendet werden dürfen, z.B. weil sie unter Creative Commons (CC) Lizenz stehen, muss die Quelle immer angegeben werden.
- Das Internet vergisst nicht. Einmal veröffentlichte Inhalte sind Jahre später auffindbar!
- Bedenken Sie, welche Personen Sie auf Facebook zu FreundInnen machen, um Interessenskonflikten vorzubeugen (Bsp. "[Mao Tze Tung](#)").
- Seien Sie vorsichtig im Umgang mit Fanpages, v.a. bei politischen Themen. Alles (Info und Fanpagebeitritt, Bsp: "[Army of bored Office Workers](#)") ist für andere ersichtlich.
- Vermeiden Sie falsche Tatsachenbehauptungen oder gar bewusste Rufschädigungen.
- Benutzen Sie die Einstellungen zur Privatsphäre auf Facebook. Die Standard-einstellungen machen Ihre Updates für alle FacebookuserInnen sichtbar. Bedenken Sie aber, dass Sie auch mit den striktesten Einstellungen Ihre Updates nicht davor schützen können, von anderen weiter verbreitet zu werden ("Share"/"Teilen").
- Geben Sie Ihre Erfahrungen an KollegInnen weiter, damit alle davon profitieren. Beachten Sie bitte, dass die Nutzung Ihres Arbeitscomputers zu privaten Zwecken nur eingeschränkt erlaubt ist. Den genauen Wortlaut der IKT-Nutzungsverordnung finden Sie im Intranet unter „Internes“ -> „IT-Organisation“.

## Glossar

**Web 2.0** wird für eine Reihe interaktiver und kollaborativer Elemente des Internets verwendet. UserInnen können Inhalte, durch Unterstützung von interaktiven Anwendungen, selbst erstellen, bearbeiten und verteilen. Nicht mehr nur große Medienunternehmen erstellen Inhalte, sondern auch UserInnen. Unter den Begriff Web 2.0 fallen folgenden Dinge: Wikis, Blogs, Soziale Netzwerke, Podcasts, Social News und Media-Sharing Plattformen.

**Social Networks** sind Netzgemeinschaften. Hier können Personen untereinander in Kontakt treten. Beispiele für solche Netzwerke sind Facebook, StudiVZ, LinkedIn, Myspace und viele Andere. Diese Plattformen bieten meist folgende Funktionen: Persönliches Profil, Kontaktliste, Nachrichten schreiben und empfangen, Benachrichtigung über Ereignisse, Suche und Blogs.

**Creative Commons** ist eine gemeinnützige Gesellschaft, die über eigene Lizenzen AutorInnen von Texten, Grafiken, Videos oder Musik die Möglichkeit gibt, der Öffentlichkeit eingeschränkte Nutzungsrechte an ihren Werken einzuräumen. Die Lizenzen variieren von sehr eingeschränkt bis ganz offen, die Werke sind in der Public Domain.

**Blogs** sind meist öffentlich geführte Tagebücher oder Journale, die von BloggerInnen verfasst werden. BloggerInnen bestimmen selbst worüber sie schreiben. Oft wird in der Ich-Perspektive über die eigene Meinung zu einem Thema geschrieben. Bloggen ist somit nicht objektiv. Blogs sind meist endlos, die Beiträge werden chronologisch sortiert. LeserInnen können kommentieren und so mit den VerfasserInnen in Verbindung treten.

**Foren** oder auch Diskussionsforen sind virtuelle Plätze zum Austausch und Archivierung von Gedanken, Meinungen und Erfahrungen. Die Kommunikation findet dabei asynchron, also nicht in Echtzeit, statt. Internetforen haben meist ein bestimmtes Überthema, worüber diskutiert werden kann.

**Posten** bedeutet mitteilen. Bei Postings handelt es sich meist um Beiträge in einem Forum oder Blog. Postings sind wie E-Mails mit Titel, Text und Signatur aufgebaut.

**Taggen** - Ein Tag ist ein Schlagwort, das man einem Inhalt (Bild, Text) zuweist. Durch diese Schlagwörter können andere UserInnen die Information suchen. Oft werden Blogbeiträge, Fotos oder Videos getagged. Es gibt keine Indexierungsregeln. Durch Tagclouds (Schlagwortwolke) kann grafisch dargestellt werden, worüber am häufigsten geschrieben wurde.

**Status Updates** sind kurze Meldungen auf Facebook, Twitter und anderen sozialen Netzwerken. Diese Updates werden von anderen gesehen und können auf Facebook auch kommentiert werden. Meist ist die Ausgangsfrage: "Was machst du gerade?" Es kann jedoch über alles geschrieben werden.

**Feed** bezeichnet elektronische Nachrichten aus dem Internet, die kostenlos abonniert und automatisch in einen FeedReader, in den Internetbrowser oder das E-Mail-Programm eingespeist werden können. Dadurch können Aktualisierungen auf einen Blick eingesehen werden, ohne dass man auf die Homepage gehen muss.

**Spamming** - Als Spam werden unerwünschte, in der Regel auf elektronischem Weg übertragene Nachrichten bezeichnet, die EmpfängerInnen unverlangt zugestellt werden und häufig werbenden Inhalt haben. Dieser Vorgang wird Spamming oder Spammen genannt, der Verursacher Spammer.