



VUISTREGELS DIGITALE COMMUNICATIE

Scouting Franciscus Lodewijkgroep – Versie 1.0



INHOUDSOPGAVE

Communicatie.....	2
Vuistregels communicatie.....	2
Interne communicatie.....	3
WhatsApp.....	3
E-mail.....	3
Externe communicatie.....	4
E-mail.....	4
BCC/CC.....	4
Foutcorrectie.....	4
Social media.....	4
Taggen van anderen.....	4
Fotos.....	5
Het groene Blad.....	5
Document geschiedenis.....	6



COMMUNICATIE

Communicatie is een belangrijk punt. Niet alleen binnen scouting, maar ook in het dagelijkse leven. Communicatie is vaak ook het punt waarop samenwerkingen fout lopen. Denk bijvoorbeeld maar eens aan wanneer iemand niet duidelijke verwachtingen scheidt. Beide partijen weten dan vaak niet wat er verwacht wordt van elkaar.

Daarnaast is de manier waarom je communiceert ook een belangrijk onderwerp. Gaat dit bijvoorbeeld via een brief, een e-mail of direct in het echt?

In dit document staan enkele vuistregels die je kan hanteren om de communicatie binnen je speltak en vanuit je speltak te verbeteren. Dit slaat dus bijvoorbeeld om communicatie richting ouders via de e-mail, maar ook op de stukken die je inlevert voor het Groene Blad

VUISTREGELS COMMUNICATIE

Om goed te communiceren kan je gebruik maken van de volgende vuistregels:

- *Schrijf correct Nederlands;* Om je verhaal duidelijk te maken is het handig om je tekst zo correct mogelijk op te schrijven. Je hoeft niet gelijk de meest deftigste woorden te gebruiken die voor handen zijn, maar als een zin compleet scheef geschreven is of vol spel- en taalfouten zit, kan de lezer de boodschap niet tot zich nemen. Een handige manier om dit op te lossen is gebruik te maken van een spellingscontrole. Let hierbij op schrijfwijze, hoofdlettergebruik, interpunctie, etc.
- *Wees niet te langdradig;* Vaak worden teksten zeer uitgebreid geschreven om zo maar zoveel mogelijk informatie over te brengen. Hierdoor wordt de tekst vaak enorm warrig waardoor mensen de boodschap niet kunnen vinden in je verhaal. Daarnaast moet je ook goed bij jezelf nagaan of al deze informatie wel nodig is voor de lezer.
- *Maak geen gebruik van een verhalende opsomming;* Een andere valkuil waar je voor kan waken is het overmatig gebruik van zinsdelen als "En dan", "En toen", "Daarna", etc. Door deze te gebruiken in je verhaal raken de mensen de draad kwijt of verliezen ze hun interesse om verder te lezen. Je kan in dit geval het beste een kort en bondige opsomming maken of het gebruik van eerdergenoemde woorden vermijden.
- *Wees zorgvuldig met de contacten;* Contacten en contactgegevens zijn je vaak in vertrouwen gegeven. Hierbij wordt er van uit gegaan dat die gegevens alleen gebruikt wordt met als doeleinde te communiceren tussen de gever en jou. Mensen stellen het daaro vaak niet op prijs dat je hun contacten deelt met "onbekenden". Stuur daarom e-mails zoveel mogelijk met BCC-adressen, voeg nooit zomaar iemand toe aan een WhatsApp gesprek en geef deze gegevens nooit zomaar door aan een ander zonder expliciete toestemming. Als je je hier niet aan houdt, kan dit een hele hoop frustratie en irritatie veroorzaken.
- *Consistentie;* Als je vaak genoeg op dezelfde manier communiceert, is de kans het grootste dat je boodschap blijft hangen bij de personen voor wie hij bedoeld is. Zorg daarom dat je consistent je boodschap op dezelfde manier communiceert, op dezelfde manier is geschreven en bij dezelfde personen aankomt.
- *Consistentie;* Als je vaak genoeg op dezelfde manier communiceert, is de kans het grootste dat je boodschap blijft hangen bij de personen voor wie hij bedoeld is. Zorg daarom dat je consistent je boodschap op dezelfde manier communiceert, op dezelfde manier is geschreven en bij dezelfde personen aankomt.



INTERNE COMMUNICATIE

Met interne communicatie wordt de communicatie bedoeld binnen onze eigen Scoutinggroep. Denk hierbij aan gesprekken tussen stafleden, speltakken of ondersteunende teams. Intern is het wat minder belangrijk hoe je communiceert, want "we kennen elkaar allemaal". Let er echter wel op dat je communicatie voor altijd kan blijven bestaan.

WHATSAPP

Binnen de groep hebben we enkele WhatsApp groepen. Deze groepen zijn bedoeld om te zorgen dat alle mensen binnen zo'n groep up-to-date te houden van relevante gebeurtenissen. Het is vaak niet de bedoeling dat je hierin ellevlange discussies gaat voeren met een ander. Als je dat graag wil, is het aan te raden om die persoon een persoonlijk bericht te sturen, even op te bellen of te e-mailen. Bij te veel berichten in een groep nemen mensen de groep of jou niet meer serieus en negeren ze dus berichten in het vervolg. Dit kan niet alleen ten nadelen komen van jezelf, maar ook van de gehele groep.

Tevens komt het wel eens voor dat mensen vragen wie er allemaal aanwezig is bij een evenement. Het is niet handig om dan met z'n allen een bericht te sturen in diezelfde groep, gezien mensen dan ook die groepen gaan negeren i.v.m. een overvloed aan berichtjes. Stuur daarom de afzender altijd een persoonlijk berichtje, tenzij de afzender expliciet heeft gevraagd om het in die WhatsApp groep door te geven.

E-MAIL

Veel communicatie binnen de groep gaat ook over de e-mail. Vaak wordt er dan een uitnodiging, brief of ander stuk informatie verstuurd naar een grote groep mensen. Mocht je hierop willen reageren, let dan op of je alleen de afzender hiervan op de hoogte wil stellen of iedereen die de e-mail heeft ontvangen. Nutteloze informatie die naar iedereen wordt gestuurd in plaats van de persoon die het hoort te ontvangen zorgt alleen maar voor irritatie.

EXTERNE COMMUNICATIE

Externe communicatie is alle vormen van communicatie die gedaan wordt naar partijen buiten de groep, zoals de (ouders van) (jeugd)leden.

E-MAIL

Bij het opstellen van een e-mail is het belangrijk om, naast de aanhef, de kern van je boodschap bovenaan neer te zetten. Hierdoor trek je niet alleen de aandacht van de lezer, maar geef je gelijk ook de noodzakelijk informatie. Als je bijvoorbeeld een weekend organiseert, is het handig om in de mail hierover in de 1^e alinea de data/tijdstippen neer te zetten en de deadlines voor het inschrijven. Een mogelijk thema hierbij is niet belangrijk in deze mail, dus kan in een latere alinea behandeld worden.

BCC/CC

Hiernaast is het ook belangrijk dat als je een mail stuurt naar meerdere e-mailadressen, je alle e-mailadressen als BCC toevoegt. Veel mensen vinden het namelijk niet leuk als hun e-mailadres zomaar wordt verstrekt aan andere mensen zonder dat ze daar daadwerkelijk toestemming voor hebben gegeven.

Mocht je een e-mail willen sturen waarbij alle betrokkenen met elkaar moeten communiceren, of als je wil dat een derde partij op de hoogte wordt gehouden, zet deze dan in de CC. Hierdoor weet iedereen die de e-mail ontvangt dat de andere partij op de hoogte is/wordt gehouden van de e-mailconversatie.

FOUTCORRECTIE

Uiteraard kan het een keer voorkomen, dat hoe zorgvuldig je ook bent, er een foutje in je communicatie is geslopen. Het is helemaal niet erg om een corrigerend berichtje te sturen. Sterker nog, het is zelfs beter als je je fout toegeeft en de correctie communiceert. Dit laat niet alleen zien dat jij ook maar een mens bent (wat empathie wekt), maar voorziet gelijk de andere partij in de juiste informatie.

SOCIAL MEDIA

Ook bij social media is het belangrijk om zo duidelijk mogelijk over te komen. Dit is zeker zo wanneer je bijvoorbeeld een gelimiteerd aantal karakters de wijde wereld in kan sturen. Let daarom op dat je voornamelijk bij de kern van je bericht blijft en deze ook zo duidelijk mogelijk neerzet. "Wat is er aan de hand?", "Wie zijn er bij (welke speltakken, patrouilles)?" en "Hoe zijn we hier gekomen?" zijn enkele vragen die je in een verhalende vorm kan invullen om zo een duidelijk beeld te scheppen voor de volgers van onze socialmedia-accounts.

Social media en het internet hebben vaak ook de neiging om niets te vergeten. Als het eenmaal naar buiten is gegaan, is er geen mogelijkheid meer om dit een stop toe te roepen. Wees daarom ook waakzaam wat je op je socialmedia-kanalen naar buiten gooit. Een grapje is leuk en kan snel gemaakt zijn, zeker in jolige omstandigheden, maar dit kan blijvende vervelende gevolgen hebben.

Taggen van anderen

Over het algemeen wordt onze social media gebruikt om de ouders en verzorgers op de hoogte te stellen van de bezigheden gedurende activiteiten. Het is dus doorgaans niet de bedoeling dat je individuen "tagt" in foto's of verhalen. Mocht je samen met een andere partij een activiteit organiseren, bijvoorbeeld een andere Scoutinggroep, of je bent ergens op bezoek, zoals een museum, kan je de andere partij hierin vermelden.



FOTOS

Een foto zegt meer dan 1000 woorden. Dat is zeker het geval als je in een paar foto's bijvoorbeeld een hele opkomst wil samenvatten. Niet alle foto's zijn hier goed voor te gebruiken. Let daarom op of je foto's wel van dusdanige kwaliteit zijn om de wijde wereld in te gooien. Kijk daarom goed of je foto niet teveel bewogen is, of hij niet overbelicht is en of wat er op de foto staat wel relevant is. Vaak als je niet het idee hebt dat het een toffe foto is (dus twijfelt over de kwaliteit), is het geen goede foto. De actie hoort ervan af te spatten.

Let ook op dat je niet elke foto die je maakt publiceert. Natuurlijk kan het zo zijn dat je honderden foto's hebt gemaakt die allemaal, maar zijn die dan ook allemaal even relevant? Als je te veel foto's publiceert verliezen ze hun waarde, waardoor spectaculaire foto's niet meer spectaculair zijn.

HET GROENE BLAD

Het clubblad dat elk kwartaal aan al onze leden wordt meegegeven, oftewel "Het Groene Blad", is een belangrijke vorm van communicatie naar de buitenwereld. Naast dat hij wordt gelezen door (ouders/verzorgers van) leden, wordt hij ook op de site gepubliceerd en wordt hij vaak gebruikt voor promotiedoeleinden, zoals wanneer we bij een kraam de groep promoten. Het Groene Blad is dus meer dan een clubblad, maar ook een promotietool om nieuwe leden te werven.

Om deze redenen is het heel belangrijk om een duidelijk beeld te scheppen van wat je speltak heeft uitgevoerd in het afgelopen kwartaal. Naast de standaard vuistregels, zoals het correct gebruik van de Nederlandse taal, en het feit dat je je stukjes op tijd moet aanleveren zijn er ook enkele andere regels die je kan hanteren:

- Zorg dat je minimaal 1 A4-tje aan tekst hebt. Een heel kwartaal zijn normaliter 13 opkomsten waarover je moet schrijven. De kans dat dit in minder dan 1 A4-tje aan tekst kan is verwaarloosbaar. Er zijn altijd wel leuke dingen gebeurt die het waard zijn om beschreven te worden
- Voeg relevante en leuke foto's bij. Foto's helpen de lezer bij een beeld te krijgen van de sfeer en de activiteiten. Heb je bijvoorbeeld een enorm vet weekend achter de rug, zet dan een foto er bij die dat weergeeft, en niet een foto van alleen een tent zonder enige Scoutingleden erbij. Zoiets doet namelijk afbreuk aan je verhaal.
- Zorg voor een boeiend verhaal. Let hierbij op de algemene vuistregels van communicatie. Beschrijf op een verhalende (niet opsommende) wijze wat er allemaal is gebeurd en wat iedereen ervan vond. Is er nog iets leuks gedaan of een leuke opmerking gemaakt? Die kan uiteraard ook gedeeld worden.
- Wees relevant. Als je veel schrijft is de kans ook groot dat je veel niet nuttige informatie probeert te delen. Dit zorgt voor verwarring in je verhaal en doet afbreuk aan het leesplezier.

DOCUMENT GESCHIEDENIS

Versie	Uitgiftedatum	Veranderingen
1.0	2019-01-28	<ul style="list-style-type: none">• Creatie document• Toevoeging hoofdstukken "Communicatie", "Interne communicatie" en "Externe communicatie"