

Mediabeleid

Studieverenigingenoverleg Geesteswetenschappen
Editie 2024



Pepijne van Rooijen

Commissaris PR - Bestuur 2021-2022
Voorzitter/Studentassessor - Bestuur 2023-2024

Roos van Assem

Commissaris PR - Bestuur 2023-2024

Contact:

E-mail: bestuur.svo@gmail.com
Website: SVO Geesteswetenschappen

Studieverenigingenoverleg (SVO)

Faculteit Geesteswetenschappen - Universiteit Utrecht

Inhoud

Voorwoord	3
Zichtbaarheid, merkbewaking en pers	4
Merkbewaking	4
Persvoorlichting	4
Privacy	4
Postergebruik	4
Kanalen	5
Mail	5
Instagram	5
Website	5
LinkedIn	5
WhatsApp	5
Linktree	5
Cognito Forms	5
Huisstijl	6
Templates	6
Tekst	6
Beeld	6
Logo's	6
Richtlijnen	7
Taalbeleid	7
Inclusief mediabeleid	7
Richtlijnen bij aanleveren promotie	7
Tips & tricks	8
Nawoord & Samenvatting	9
Bijlage A: SVO Logo's	10

Dit bestand is opgesteld door Pepijne van Rooijen, als Commissaris PR namens het 8e bestuur der SVO Geesteswetenschappen. Het document is aangevuld door Roos van den Assem & Pepijne van Rooijen, namens het 10e bestuur der SVO Geesteswetenschappen.

Voorwoord

Beste student van de faculteit Geesteswetenschappen,

In dit mediabeleid zal worden ingegaan op de richtlijnen rondom het mediagebruik van het SVO Geesteswetenschappen. Het hoofddoel van het SVO luidt:

“Het SVO dient als facultair platform voor de studieverenigingen en studiestichtingen van de Faculteit Geesteswetenschappen. Naast deze functie als platform organiseert het SVO door middel van commissies ook verschillende activiteiten voor de gehele faculteit om studenten van verschillende studies dichter bij elkaar te brengen.”

Dit beleid is bedoeld om handvatten te bieden voor het opstellen van alle promotie vanuit het SVO Geesteswetenschappen, waaronder de verschillende activiteiten die het SVO organiseert. De sociale representatie van de vereniging valt onder de verantwoordelijkheid van de Commissaris PR van het SVO bestuur, en zo ook alle promotie en overige uitingen die door de SVO commissies worden gemaakt. Kanalen van het SVO kunnen ook gebruikt worden als informatie- en/of inspiratiebron voor studieverenigingen/-stichtingen, om zo kennisuitwisseling te bevorderen.

Namens het bestuur der SVO Geesteswetenschappen,

Pepijne van Rooijen

Zichtbaarheid, merkbewaking en pers

Het is voor de continuïteit en professionalisering van het SVO belangrijk om goed vindbaar te zijn. Ook voor alle niet-studentbestuurders van de faculteit Geesteswetenschappen moet duidelijk kunnen worden wat het SVO is, wat het doel is van het SVO en via welke kanalen het bestuur te bereiken is. Om de zichtbaarheid en vindbaarheid van het SVO te vergroten, worden verschillende kanalen ingezet.

Merkbewaking

De Commissaris PR van het bestuur is eindverantwoordelijk voor de digitale representatie van het SVO Geesteswetenschappen. Onder die taken valt ook het controleren van de aangeleverde promoties en aan te passen waar nodig. Het is belangrijk om te voorkomen dat promotie als ongepast en/of kwetsend kan overkomen: binnen het SVO hechten we er waarde aan dat iedereen zich fijn en veilig voelt. We behandelen elkaar met respect. Onder andere discriminerende en seksistische elementen of het promoten van (overmatig) alcohol- en drugsgebruik wordt niet getolereerd binnen de promoties. Indien nodig zal het bestuur dit intern bespreken en op basis daarvan – in overleg met de desbetreffende commissie – elementen aanpassen.

Elke commissie van het SVO die activiteiten organiseert bevat een Commissaris PR (of commissielid met de portefeuille promotie), die verantwoordelijk is voor het aandienen van promotiemateriaal bij de Commissaris PR van het SVO bestuur. Het promotiemateriaal dient drie weken voordat een activiteit plaatsvindt, ingeleverd te zijn bij de Commissaris PR. Hier kan alleen van worden afgeweken wanneer dit met het bestuur is besproken. Commissarissen mogen naar eigen inzicht hun promotiemateriaal vormgeven, maar voegen bij voorkeur elementen uit de huisstijl van de vereniging toe (zie *Huisstijl*). De promotie dient afgestemd te worden met de Commissaris PR van het SVO bestuur; het bestuur behoudt het recht het promotiemateriaal te wijzigen indien dit nodig is.

Persvoorlichting

Wanneer het op persvoorlichting aankomt, is de voorzitter van het SVO bestuur, en tevens de facultaire studentassessor, de persoon die het SVO in de media vertegenwoordigt. De voorzitter is woordvoerder en zal in overleg met het SVO-bestuur de media te woord staan.¹ Mocht de voorzitter niet over de mogelijkheid beschikken om de media te woord te staan en/of persoonlijk betrokken zijn in de te bespreken kwestie, dan zal de vice-voorzitter de eerstvolgende persoon zijn die de media te woord zal staan. Hierop volgend de rest van het bestuur op constitutionele volgorde.

Privacy

Om de privacy van leden te waarborgen kunnen zij te allen tijde aangeven dat zij bepaalde foto's van zichzelf niet online willen hebben. Als een foto op een van de kanalen is geplaatst, zal de Commissaris PR de desbetreffende foto verwijderen (zie artikel 18 van het *Huishoudelijk Reglement*). De Commissaris PR van het bestuur heeft de eindverantwoordelijkheid, maar vertrouwt erop dat de commissieleden en lidorganisaties geluiden van ontevredenheid signaleren.

Postergebruik

Indien er gebruik wordt gemaakt van posters, draagt de Commissaris PR van de organiserende commissie er zorg voor om de posters langs de kamers van de studieverenigingen en -stichtingen te brengen. Het is belangrijk om, in het kader van duurzaamheid, af te wegen hoeveel toegevoegde waarde een poster heeft. De poster dient goedgekeurd te zijn door de Commissaris PR van het SVO bestuur.

¹ Indien nodig zal dit in overleg met het Faculteitsbestuur plaatsvinden.

Kanalen

Het SVO heeft meerdere kanalen om het bereik te vergroten, en op deze manier zo veel mogelijk mensen te bereiken. Het voornaamste medium voor informatievoorziening is de mail (bestuur.svo@gmail.com); het voornaamste medium voor promotiedoeleinden is de Instagram ([@SVOhumanities](https://www.instagram.com/svohumanities)).

Mail: bestuur.svo@gmail.com

Het primaire contact van het SVO zal plaatsvinden via de mail. Uitnodigingen voor SVO's en overige (belangrijke) zaken worden via de mail verstuurd naar alle lidorganisaties. Voor vragen en overige zaken kan het SVO-bestuur bereikt worden via de mail.

Instagram²: www.instagram.com/svohumanities

Instagram fungeert als promotieplatform, om (niet-)leden een beeld te geven over de vereniging, de activiteiten georganiseerd door het SVO (of in sommige gevallen de UU) en om kennisuitwisseling van lidorganisaties te stimuleren (door middel van bijvoorbeeld infographics). Alle SVO-commissies dienen te communiceren via het algemene SVO-account, en geen aparte commissie-accounts aan te maken. Mocht een commissie hier noodzaak toe zien, dienen zij dit te overleggen met het bestuur. Commissies kunnen (in overleg met de Commissaris PR) content plaatsen op het Instagram-profiel.

Website: students.uu.nl/gw/studieverenigingenoverleg-geesteswetenschappen

De website wordt gebruikt als overkoepelende informatiebron en als eerste referentiepunt voor externen. De webpagina valt onder de studentensite van de faculteit Geesteswetenschappen. Naast informatie over het doel van het SVO en verdere verenigingsinformatie, wordt de website ook ingezet als kennisbank voor studieverenigingen en -stichtingen.

LinkedIn: www.linkedin.com/company/svogw

LinkedIn is voornamelijk bedoeld om het professionele aspect van de vereniging te waarborgen. Hierop kunnen mensen terugvinden wat het SVO is en biedt LinkedIn ook mogelijkheden voor eventuele toekomstige samenwerkingen. Het is belangrijk om carrièregerichte evenementen hierop te promoten, zoals de CarrièreNacht of symposia.

WhatsApp

Er bestaat een WhatsApp community voor alle studentbestuurders van de faculteit Geesteswetenschappen. Deze wordt gecoördineerd door het SVO Bestuur en bevat zowel een overkoepelende Bestuurlijk GW-groep als de verschillende commissiegroepen. De overkoepelende groep heeft als doel updates vanuit het SVO bestuur en de facultaire assessor met de studieverenigingen en -stichtingen te delen, promotie van SVO- en andere facultaire activiteiten te verspreiden en het contact tussen studentbestuurders onderling te stimuleren.

Linktree: linktr.ee/svogw

Om alle belangrijke links bij elkaar te houden, heeft het SVO een linktree. Alle sociale kanalen zullen hierop gelinkt worden, samen met links naar bijvoorbeeld de website en inschrijfformulieren.

Cognito Forms: www.cognitoforms.com/SVOGeesteswetenschappen

Voor inschrijvingen, bestellingen en overige formulieren wordt Cognito Forms gehanteerd. Dit is een veilige omgeving op het gebied van privacy en AVG.

² Momenteel is het Facebook account niet meer actief in gebruik. Voor meer informatie, zie www.facebook.com/SVOGW

Huisstijl

Om de zichtbaarheid van het SVO te vergroten, wordt er gewerkt met een huisstijl. Zo is binnen één oogopslag te zien dat iets vanuit het SVO is georganiseerd of gepubliceerd. Het verwerken van het SVO logo in de promotie en het gebruik van de huisstijlkleuren helpt de zichtbaarheid te vergroten van het SVO Geesteswetenschappen als organisatie.

Templates

Voor alle documenten vanuit het SVO zijn templates opgesteld. Deze zijn te vinden in de online drive-omgeving van de desbetreffende commissies en kunnen op aanvraag bij het bestuur door alle leden verkregen worden. Er bestaan templates voor de volgende documenten:

- Agenda's;
- Notulen;
- Officiële documenten (waaronder beleidsdocumenten);
- Facturen;
- Begrotingen;
- Afrekeningen; en
- Declaratieformulieren.

Tekst

Lettertypes:

- Titels en voorpagina's: Avenir Next LT Pro
- Hoofdttekst: Calibri (lettergrootte 10)
- Logo's: Bebas Neue

Beeld

Kleuren:

◆	Zwart	#000000
	Wit	#FFFFFF
◆	Geel	#FFF000
◆	Geeloranje	#F8C900
◆	Oranje	#F9A900
◆	Donker oranje	#F06200

Indien van toepassing, kan er ook teruggevallen worden op de [huisstijlkleuren](#) van de Universiteit Utrecht.

Logo's

Het SVO logo bestaat uit de tekst 'SVO' met daaronder de tekst 'Geesteswetenschappen'. Het logo is beschikbaar in het Nederlands en in het Engels ('Humanities' in plaats van 'Geesteswetenschappen') en in zowel witte als zwarte uitvoering. In de uitvoering kan ook gekozen worden voor het SVO logo tegen de SVO achtergrond met oranje tinten; de huisstijlkleuren komen allemaal voort uit dit logo. Naast de SVO logo's heeft ook elke commissie een eigen logo.

De SVO logo's zijn terug te vinden in de bijlagen.



Logo 2013-2016



Logo 2017-2019



Logo 2019-Heden

Richtlijnen

Taalbeleid

Alle content die op de kanalen van het SVO gedeeld wordt, dient zo inclusief mogelijk te zijn richting alle (leden/contribuanten van) lidorganisaties. Het SVO heeft als lingua franca Engels, maar hanteert tweetalige communicatie. Het is de bedoeling dat alle informatie die op de kanalen van SVO te vinden is in zowel het Nederlands als het Engels beschikbaar is. *N.B.: Het komt voor dat er op het Instagram kanaal content gerepost wordt. Het is aan de Commissaris PR om te kijken of de post (kort) vertaald kan worden. Dit kan bijvoorbeeld door de post op hoofdlijnen in een korte zin samen te vatten in het Engels.*

Inclusief mediabeleid

Inclusiviteit kan gewaarborgd worden door aan een aantal speerpunten voor inclusief taalgebruik vast te houden, zoals geformuleerd in de richtlijnen inclusief taalgebruik van de Universiteit Utrecht. Deze speerpunten zijn het onder andere:

- Vraag welke voornaamwoorden iemand gebruikt.
- Wees je bewust van stereotype associaties van woorden en uitdrukkingen.
- Hanteer genderinclusief taalgebruik, en let op de variaties op gender en seksuele oriëntatie.
- Vermijd woorden en uitdrukkingen die hiërarchisch of normatief zijn.
- Vereenzelvig mensen niet met hun eigenschappen: plaats de mens voorop.

Meer informatie over dit onderwerp (en hoe dit toe te passen) is te vinden in de [universitaire schrijfwijzer](#).

Het is belangrijk dat iedereen de informatie tot zich kan nemen, en dat dit op een inclusieve wijze gebeurt. De content dient goed leesbaar te zijn. Dit moet telkens in het achterhoofd gehouden worden bij het creëren en verspreiden van content. Goede leesbaarheid kan bereikt worden door een contrasterende kleur achter letters te zetten, de zichtbaarheid van een lettertype te prioriteren en de belangrijkste informatie uit de tekst dikgedrukt te maken.

Ook wordt er gebruikgemaakt van alternatieve teksten. Deze teksten beschrijven wat er op de content te zien is. Het is belangrijk om in de alternatieve tekst ook te benoemen wat voor tekst er op het bericht staat. De alternatieve tekst kan op Instagram toegevoegd worden door de volgende stappen te doorlopen: Keuzemenu om een bericht te plaatsen → geavanceerde instellingen → alternatieve tekst

Richtlijnen bij aanleveren promotie

Promotie voor activiteiten dient drie weken van tevoren aangeleverd te worden bij het bestuur van het SVO. Commissies zijn verantwoordelijk om te zorgen dat deze promotie op tijd bij andere studieverenigingen en -stichtingen is; zorg dat het SVO bestuur is betrokken en goedkeuring heeft gegeven. Met het bestuur kan afgestemd worden wie zorgt voor de verspreiding; het bestuur is verantwoordelijk om de juiste contactgegevens voor de verspreiding aan te leveren aan de commissies indien nodig. De commissie kan de promotie verspreiden via de mail van de commissie. Het is aan te raden om in de mail een uiterlijke datum als richtlijn te geven wanneer de promotie gedeeld dient te worden binnen de studievereniging/-stichting.

De volgende elementen dienen aangeleverd te worden bij de promotie:

- Vierkante post (aankondiging; inclusief caption) – ratio 1:1 (1080 x 1080 px)
- Story post (reminder story) – ratio 9:16 (1080x1920 px)
- Wervingsbericht (tweetalig NL/ENG; in uitzonderingsgevallen kan worden gekozen voor alleen Engelstalig)
- Indien educatief/carrièregericht: Banner event – ratio 16:9 (1600 x 900 px)

De promotie bevat altijd (tenzij niet van toepassing) de locatie, prijs, tijd en aanmeldprocedure op de content.. Alle berichtgeving gebeurt in het kader van inclusiviteit zowel in het Nederlands als Engel; deze berichtgeving dient door de commissies aangeleverd te worden. Deze dient uiterlijk drie weken van tevoren ingediend te zijn bij de Commissaris PR via bestuur.svo@gmail.com (t.a.v. de Commissaris PR)

Tips & tricks

Om het maken van de promotie te vergemakkelijken, is hieronder een lijst met handige apps en andere linkjes toegevoegd. Kijk op Canva ook bij bestaande templates ter inspiratie, zo hoef je niet *from scratch* te beginnen.

Promotiebewerking

- Canva / www.canva.com: grafisch ontwerpplatform dat je kan gebruiken om afbeeldingen, video's, presentaties, posters, documenten en andere visuele inhoud voor sociale media te maken. De app bevat sjablonen die gebruikers direct kunnen overnemen en aanpassen. Met Canva kan een story ook omgezet worden naar een post en vice versa. Tip: als jouw vereniging (of iemand die je kent) Canva Pro heeft, kan diegene diens Canva Pro account delen!
- Inshot: videobewerkingsapp waarmee je social media video's kan ontwerpen.
- Phonto: app die je kan gebruiken om tekst op een afbeelding te plaatsen, met vele verschillende lettertypes.
- Clay: ontwerpapp die je kan gebruiken om collages te maken en bewerken (voornamelijk voor story's bruikbaar).
- VistaCreate: grafisch ontwerpplatform dat je kan gebruiken om afbeeldingen en video's, voor sociale media te maken. De app bevat sjablonen die gebruikers kunnen gebruiken.

Rechtenvrije afbeeldingen

- www.unsplash.com
- www.pexels.com
- www.behance.net
- <https://pixabay.com/>

Fonts

- <https://unblast.com/fonts/> (gratis designer fonts)
- Adobe fonts (gratis te downloaden)
- Myfonts.com (kom erachter welk font in je afbeelding zit)

Nawoord & Samenvatting

Het SVO heeft voor documenten van de vereniging templates. Deze staan in de commissiedrives en zijn op te vragen bij het bestuur. Tekst hierin wordt als volgt vormgegeven:

- Titels en voorpagina's: Avenir Next LT Pro;
- Hoofdstekst: Calibri (lettergrootte 10);
- Logo's: Bebas Neue.

Het SVO bestuur is verantwoordelijk voor persvoorlichting. Dit wordt gedaan door respectievelijk de Voorzitter, de vice-voorzitter en de overige bestuursleden op constitutionele volgorde. De primaire vorm van communicatie vindt plaats via de mail. De sociale kanalen van het SVO zijn Instagram, LinkedIn en de website. Inschrijvingen worden geregeld via Cognito Forms.

Huisstijl: het SVO hanteert de huisstijl waarvan het logo is vastgelegd. De verenigingskleuren zijn als volgt:

◆	Zwart	#000000
	Wit	#FFFFFF
◆	Geel (primair)	#FFF000
◆	Licht geeloranje	#F8C900
◆	Licht oranje	#F9A900
◆	Donker oranje	#F06200

Bij het maken van de promotie voor een evenement worden de volgende elementen aangeleverd: Instagram post (inclusief caption), instagram story en een wervingsbericht (Nederlands/Engels).

Probeer altijd de promotie zo toereikend voor iedereen te maken. Denk hierbij aan inclusief taalgebruik, slechthoortheid en alternatieve teksten.

Tip: mocht je geen ervaring hebben met promotie maken en visueel design, is de beste aanrader Canva!

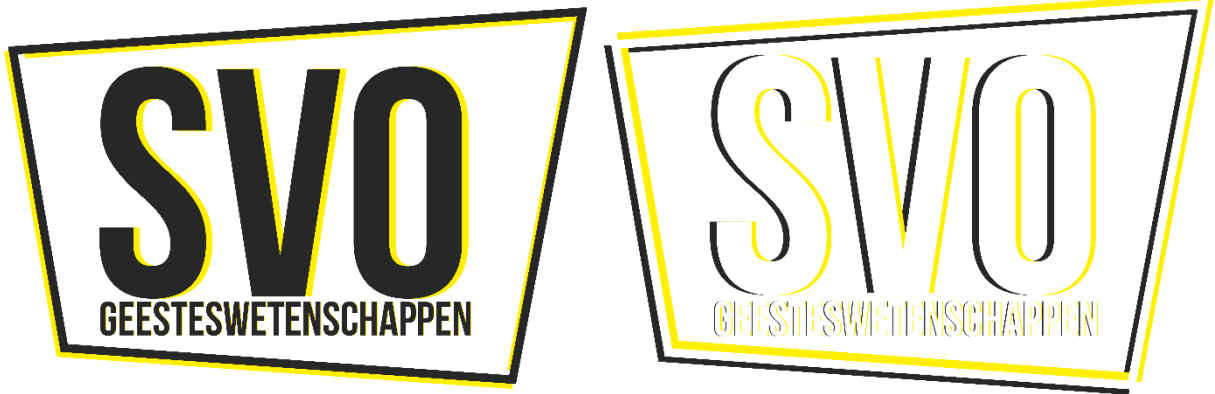
Bedankt voor het lezen van dit mediabeleid! Mocht je nog vragen hebben, kun je altijd contact opnemen met de Commissaris PR van het SVO bestuur. En vergeet niet: het maken van promotiemateriaal is vooral leuk om te doen, dus ga lekker knutselen!

Veel oranje liefs,

Het SVO bestuur

Bijlage A: SVO Logo's

Nederlandstalige logo's:



Engelstalige logo's:



'Oranje' logo + achtergrond:

