

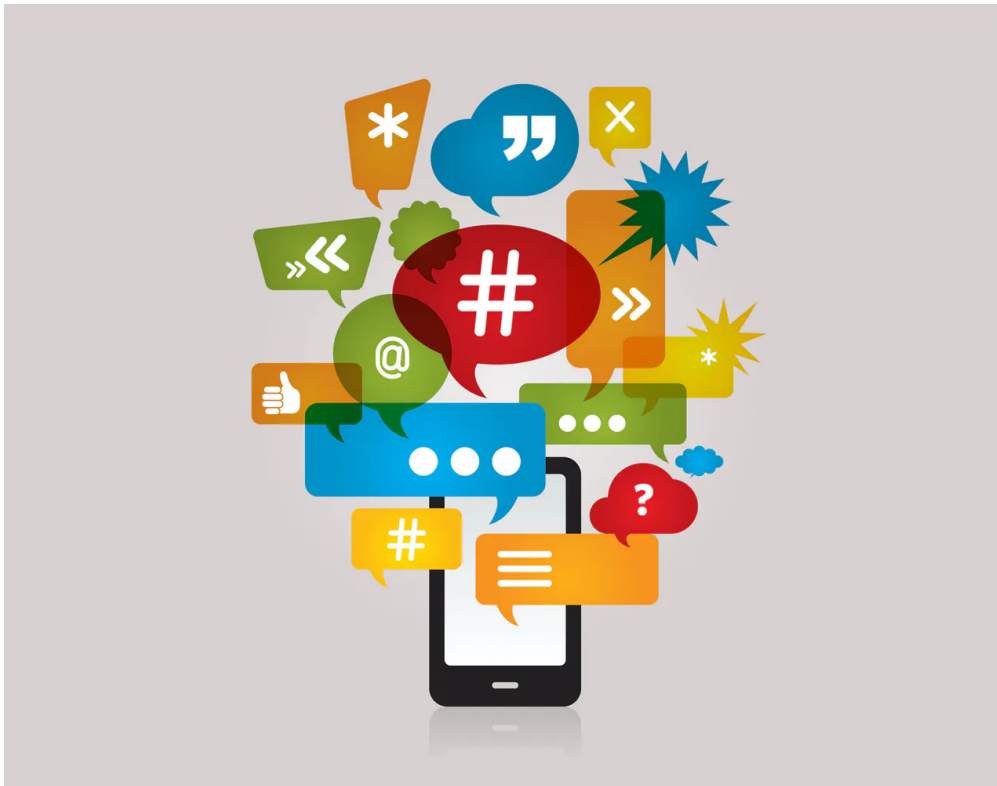
PERSOONLIJK

# Je mening op sociale media: wat vindt je werkgever daarvan?

Floor Bakhuis Roozeboom 30 juni 11:30

Meningen. Standpunten. Likes. Petities. Toon me je socialemediaprofiel en ik vertel je waar je voor staat. We worden steeds uitgesprokener online. Maar is dat carrièretchnisch eigenlijk wel zo handig?





Recruiters oordelen negatief over een uitgesproken onlinemening. Illustratie: iStock/FD Studio

**V**an petities tot pamfletten, van politiek geladen posts tot profielfoto's met een vlaggetje: mensen gebruiken hun socialemediaprofiel om te laten zien waar ze voor staan. Vorig jaar bleek uit een onderzoek van Twitter dat het aantal tweets over maatschappelijke thema's de afgelopen drie jaar met 57% is toegenomen. Een ontwikkeling die op het werk een nieuw vraagstuk opwerpt: in hoeverre kan uitgesprokenheid op sociale media je professioneel hinderen?

De Amerikaanse journalist Emily Wilder (22) werd in mei ontslagen bij The Associated Press nadat prominente conservatieve stemmen de aandacht hadden gevestigd op pro-Palestijnse socialemediaposts uit haar studietijd. The Associated Press stelt dat ze ontslagen is vanwege recentere tweets, maar zegt niet welke. 150 medewerkers van The Associated Press hebben zich solidair verklaard met Wilder en om opheldering gevraagd. Want, zo vragen zij zich af: als iedere journalist die zich als student politiek betrokken toonde zomaar ontslagen kan worden, wie is er dan nog veilig?

Janine\* (30) schrijft op sociale media openhartig over de diagnose autisme die ze een aantal jaar geleden kreeg en over de psychische problemen die ze ervoer. Ze spreekt zich als onlineactivist uit tegen stigmatisering, racisme en ander onrecht. Maar dit doet ze wel onder een pseudoniem. 'Ik werk in de onlinemarketing, een werkveld waar fanatiek wordt gegoogeld.'

Uit onderzoek van de Universiteit van Tilburg blijkt dat veel werkgevers liever geen mensen met psychische problemen aannemen, dus als Janine uit de anonimiteit treedt, schaadt dit haar carrièrekansen, denkt ze. Bovendien profileert ze zich online als links, antiracistisch en antikapitalistisch, terwijl ze nu voor een kredietinformatieleverancier werkt. 'Die belangen botsen nogal, maar juist doordat ik een aantal diagnoses heb, ligt het werk voor mij niet voor het oprapen.' Soms worden privégegevens van activisten online openbaar gemaakt, het zogeheten doxing. Ook daarom is Janine voorzichtig.

Die voorzichtigheid blijkt gegrond. Uit een enquête in opdracht van Express Employment

Professionals bleek dit jaar dat zo'n 70% van de recruiters sociale media gebruikt om potentiële kandidaten te screenen. Meer dan 50% heeft weleens een kandidaat afgewezen vanwege de inhoud van posts op sociale media. En uit een onderzoek van Pennsylvania State University van vorig jaar bleek dat mensen die uitgesproken meningen delen, in de ogen van recruiters minder geschikt zijn voor een baan.

Honderden recruiters kregen bij dit onderzoek dezelfde Facebook-foto onder ogen. De ene groep kreeg een neutraal onderschrift te zien, dat verwees naar 'a beautiful day'. De andere groep kreeg een langere, politiek geladen post te zien, eindigend met 'My voice will be heard. Will yours?' Het profiel was verder identiek. De recruiters beoordeelden de kandidaat met de politiek geladen post als minder geschikt voor de baan dan dezelfde kandidaat met de neutrale post.

---

## **De rechter stelde dat de uitingen van de man schadelijk waren voor Greenpeace**

### **Oproepen tot geweld**

Je uitspreken op sociale media kan je op werkgebied dus wel degelijk in de weg zitten. Maar hoe zit het dan met de vrijheid van meningsuiting? Mag een (potentiële) werknemer wel worden afgerekend op de inhoud van socialemediaposts die in zijn vrije tijd zijn geplaatst? Volgens Suzanne Meijers, arbeidsrechtadvocaat en auteur van het boek *Geen gedoe met personeel*, kent die vraag geen eenduidig antwoord. 'Bij een sollicitatie kan een bedrijf natuurlijk altijd een andere reden geven waarom een bepaalde kandidaat niet wordt uitgenodigd of aangenomen. En als iemand al voor een bedrijf werkt, in loondienst of als freelancer, hangt het van de situatie af.'

De Nederlandse tak van media-uitgeverij Hearst nam eerder dit jaar in de voorwaarden op dat freelancers zich op sociale media niet mogen mengen in discussies over seksisme, racisme en geloofsovertuigingen. Na kritiek schrapte Hearst de passage. 'Logisch', zegt Meijers, 'want zo iets zou voor de rechter waarschijnlijk geen stand houden. Zeker omdat het freelancers betreft en onvoldoende duidelijk is hoe discussies over deze onderwerpen het bedrijf zouden schaden.'

Want vrijheid van meningsuiting mag in dit soort kwesties dan een cruciale rol spelen, het beginsel van 'goed werkgeverschap en goed werknemerschap' weegt ook mee. Een treffend voorbeeld hiervan is volgens Meijers de zaak van een oud-werknemer van Greenpeace, waarin de rechter begin vorig jaar uitspraak deed. De man had zich op Facebook kritisch uitgelaten over de protestanten in Hongkong, waarbij hij had gesuggereerd dat zij 'geen genade' verdienden en met geweld moesten worden aangepakt. Hij pleitte voor onder andere executie. Greenpeace had de man ontslagen. Hij beriep zich bij de rechter op zijn vrijheid van meningsuiting. 'Maar als het gaat om het oproepen tot geweld of het

werkgever het verzoek daarmee te stoppen. Ik denk dat het niet paste bij het onkreukbare, succesvolle imago van het bedrijf.'

---

## 'De posts over zelfontplooiing vielen niet goed op mijn werk'

### Ontboezemingen

Roos Hanemaaijer (37) maakte iets vergelijkbaars mee. Ze was online open over het feit dat ze een depressie had doorgemaakt. Ze schreef er een boek over en begon een blog. 'Ik kreeg veel positieve reacties, maar ik werkte toen nog als fysiotherapeut en mijn toenmalige werkgever was er minder blij mee. Ze was bang dat mijn ontboezemingen over mijn geestelijke gezondheid patiënten zou afschrikken.'

Suzanne Meijers vindt de bemoeienis van de werkgever hier wel ver gaan. 'Het gaat in beide gevallen om posts die de persoonlijke belevingswereld van werknemers betreffen. Een rechter zou het bedrijf hier waarschijnlijk niet in het gelijk stellen.' Volgens Meijers is het altijd raadzaam als organisatie richtlijnen voor sociale media op te stellen en medewerkers hiervan bewust te maken. 'Maar dan nog zijn er grenzen aan wat je als werkgever te zeggen hebt over privéposts. Zolang je niets negatiefs over de organisatie post, vertrouwelijke bedrijfsinformatie deelt of je racistisch, seksistisch of bedreigend uitlaat, heeft de werkgever in principe niets te zeggen over je privéposts op sociale media. Een werkgever zou moeten aantonen dat deze posts in strijd zijn met goed werknemerschap.'

Toch blijft het delicaat: bepalen of wat je post overeenkomt met je professionele imago. Dat stelt Comila Shahani-Denning, professor psychologie aan Hofstra University, in New York, in een interview van de BBC. Een belangrijke vraag is volgens haar: hoe essentieel is de zaak waar je je online over uitspreekt voor je? Posts over gevoelige onderwerpen waar je weinig affiniteit mee hebt, kun je achterwege laten. Maar gaat het om zaken die raken aan de kern van wie je bent? Dan kan uitgesprokenheid op sociale media je juist helpen een werkgever te vinden die bij je past. Dat is precies wat Roos Hanemaaijer ondervond: 'Ik werk niet meer als fysiotherapeut, maar help nu als ervaringsdeskundige anderen die tegen psychische problemen aan lopen.'