

SOSYAL

MEDYA

**KULLANIM
KILAVUZU**



NECMETTİN
ERBAKAN
ÜNİVERSİTESİ

Prof. Dr. Cem Zorlu
Rektör



Değişim ve yenilik hayatın temel dinamiğidir. Günümüz dünyasında iletişim teknolojilerinde baş döndürücü bir ilerlemenin yaşandığını hep birlikte görüyoruz. Teknoloji neredeyse her gün yeni bir medya aracını karşımıza çıkarıyor.

Merhaba Değerli NEÜ'lü,

Fotoğrafları, videoları, fikirleri, eleştirileri, olayları ve haberleri gerçek zamanlı olarak paylaşabilmek, yaşama biçimimizi ve iş yapma şeklimizi değiştirmiştir. Mekanlar ve fiziksel sınırlar ortadan kalkarak, bireysel ve kurumsal anlamda hayatı kolaylaştıran, zaman ve paranın verimli kullanılmasını sağlayan birçok olumlu değişim yaşanmıştır. Masaüstü bilgisayarlarla başlayan bu yeni iletişim sistemi, günümüzde akıllı telefonlar ve tabletlerin gelişmesiyle çok daha fazla kullanılabilir hale gelmiştir. Bu yeni süreçte medya sektörü de büyük bir dönüşüm yaşamıştır.

Bireysel ve kurumsal bağlamda sosyal medya aracılığı hedef kitle nezdinde bir imaj oluşturduğu unutulmamalıdır. Elbette yeni medya araçları, olumlu gelişmelerle birlikte olumsuzlukları da beraberinde getirmiştir. Bir taraftan bilgiye erişim kolaylaşırken, diğer taraftan hakikat bulanıklaşır hale gelerek, doğru bilginin yerini manipülasyona dayalı malumat almaya başlamıştır. Mahremiyetin ihlali, yasadışı propagandalar, siber saldırı ve zorbalıklar, manipülatif haberler, linç kültürü, itibar suikastı gibi kavramlar hayatımıza daha çok girmeye başlamıştır. Bu bağlamda yeni medya, özellikle kurumlar tarafından kontrollü ve tanımlanmış kurallar silsilesi içerisinde yönetilmesi gereken bir alan haline gelmiştir. Artık biliyoruz ki şeffaflık ve ifade hürriyeti kılıfı ile manipülatif malumatlarla kişi ve kurumlara yapılan saldırılar kabul edilebilir değildir. Sosyal medyada kimliği belirli kişilerce yapılan her türlü eleştiriye açık olmak bir zorunluluk olmakla beraber, kimliği belirsiz kişilerce yapılan mesnetsiz eleştirilerle mücadele etmek de bir zorunluluk haline gelmiştir. Sosyal medyada hesap sahibi olmak bir mecburiyetmiş gibi davranmak yerine, hesabı belli kurallar bütünü içerisinde özenle ve dikkatle

yönetmek gerekmektedir. Çünkü hesaplar, kişisel ve kurumsal yüzümüzü yansıtır. Hesaplar aracılığı ile paylaştığımız ve yerine göre bazen de paylaşmadığımız her şey bir anlam taşımakta, kişisel ve kurumsal imaja pozitif ya da negatif yansımaktadır. Tüm bunlardan dolayı Üniversitemizin sosyal medyada var olan hesaplarının belirlenmiş kurallar bütünü çerçevesinde yönetilmesi zorunluluğu hâsıl olmuş, tüm hesapların birer "dijital varlık" olarak koruma altına alınması gerekmiştir. Kurumsal İletişim Koordinatörlüğümüzce hazırlanan bu kılavuz, Necmettin Erbakan Üniversitesi'nin markalaşma sürecine katkı sunacak stratejik çalışmaların bir ürünüdür. Bu dokümanda, günümüzün ve geleceğin en etkili iletişim araçlarından sosyal medyada nasıl var olacağımızın yol haritası gösterilmeye çalışılmıştır. Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Medya Yönetimi Kılavuzu adı altında ele aldığımız bu çalışmanın diğer kamu kurumlarına da örnek teşkil etmesini, paydaşlarımızdan alacağımız görüşler ve ekiplerimizin güncellemeleri doğrultusunda yaşayan bir rehber haline gelmesini arzu ediyoruz.

Merhaba,

Necmettin Erbakan Üniversitesi'nin yeni iletişim ortamlarındaki varlığının ana çerçevelerini çizmeye çalıştığımız bu kaynak dokümanı oluşturmadaki amacımız, kurumumuzun markalaşma sürecine katkı sunmak, itibarını korumak ve risklere karşı önleyici tedbirleri almaktır.

Necmettin Erbakan Üniversitesi çatısı altında bulunan tüm akademik ve idari birimler, Üniversitemizin itibarına etki eden bir "değer"dir. Günümüzde sosyal medya ortamlarında olumlu olumsuz içeriklerin çok hızlı bir şekilde yayıldığını birebir deneyimliyoruz. Kişisel ya da kurumsal olarak sosyal medyadaki olayların bazen parçası, bazen izleyicisi bazen de karşıtı olabiliyoruz. Bu gerçekler bizlere gösteriyor ki bir birimizde meydana gelen bir kriz, diğer birimlerimize ve hatta Necmettin Erbakan Üniversitesi markasına da sirayet ederek itibarını etkileyebilir.

Ülkemiz yükseköğreniminde üstlendiğimiz misyonu en iyi şekilde yerine getirirken, Necmettin Erbakan Üniversitesi markasının itibarını korumayı ve yükseltmeyi de önemseyen bir bilinçle hareket ediyoruz. Bu doğrultuda itibarımıza etki edebilecek dijital varlıklarımızın kural ve sınırlarını belirliyor ve bütüncül bir bakış açısı ile uygulamaya geçiriyoruz. Proaktif bir yaklaşımla ele aldığımız bu dokümanın, sosyal medyada karşılaşılabileceğimiz krizlerde bizlere yol göstereceğine, markalaşma sürecimize olumlu katkılar sunacağına inanıyoruz. İletişim dilimizdeki şeffaf, samimi ve omurgalı duruşun bir yansıması olan bu rehberi, zamanın ruhuna uygun olarak paydaşlarımızın katkıları ile geliştirmeyi sürdüreceğiz. Bu manada paydaşlarımızın katkılarını almaktan büyük memnuniyet duyacağımızı belirtmek isterim. Saygılarımla.

Sosyal Medya Hesapları Hakkında Bilinmesi ve Dikkat Edilmesi Gereken Hususlar

Buradaki hususlar, sosyal medyaya yönelik farkındalık oluşturmak amacı ile sıralanmıştır. Sahteciliğe, manipülasyona, dezenformasyona ve bilinçsiz kullanıma karşı doğru bilgiyi, hür düşünceyi ve dijital farkındalığı güçlendirmek amaçlanmıştır. Tüm bunlardan dolayı sosyal medyaya temkinli bir bakış açısıyla yaklaşmakta fayda olduğu düşünülmektedir. Zira sanal dünyadaki paylaşımlar görüldüğünden farklı olabilmektedir. Bu nedenle kaynağı olmayan paylaşımlar sorgulanmalı ve bir kaç farklı kaynaktan teyit edilmeli, Üniversitemizle ilişkilendirilen tüm paylaşımlar dikkatle incelenerek olumsuz bir durumda ivedi bir şekilde Kurumsal İletişim Koordinatörlüğü ile iletişime geçilmelidir.

- Sosyal medya; salt bir eğlence, sosyalleşme veya haber alma mecrası değil aynı zamanda büyük bir endüstridir. Her sosyal medya mecrası aynı zamanda ticari bir kuruluştur. Sosyal mecraları kullanarak kişisel bilgilerinizi bu endüstrinin bir parçası haline getirdiğinizi unutmayın.
- Sosyal medya her türlü manipülasyona açık ve kişisel bilgi güvenliği açısından birbirinden farklı tartışmalara sahne olan bir ortamdır.
- Sosyal medyada aynı zamanda kötü niyetli kullanıcılar tarafından negatif imajlar oluşturulabilir. Manipulatif ve dezenformasyona yönelik paylaşımlarla bilgi kirliliği yaratılabilir ve günümüzde bu tip yayınları denetleyecek mecraların sayıları oldukça sınırlıdır.
- Sosyal medya, geleneksel medyaya oranla daha katılımcı bir yapıya sahip olsa da sahiplik ilişkileri gereği şeffaflığı tartışmalıdır. İçerikler hızlı

bir şekilde yayıldığı için kaynaksız yalan haberler de aynı hızla yayılabilir; sonrasında doğrular ortaya çıksa dahi yeteri kadar kişiye ulaşamama riski taşır.

- Sosyal medyadaki denetimsizlikten kaynaklanan bilgi kirliliği had safhada olduğu için sahte sosyal sorumluluk kampanyaları gerçekleştirilebilmektedir.
- Sosyal paylaşım ağları düşünce ve ifade özgürlüğünün merkezi olarak lanse edilse de kontrolün ve denetimin ülkeden ülkeye göre değiştiği bir yapıya sahiptir. Örnek: Devletlerin sosyal medya mecraları üzerinde denetimi sınırlıdır. Bu açıdan bakıldığında sosyal medya mecraları özgürlük alanları olarak düşünülebilir. Öte yandan, sosyal medyanın devlet dışı diğer aktörler tarafından manipüle edildiği de bilinmektedir. Sosyal medyayı kullanırken denetimden uzak bir alana adım atıldığının bilincinde olmak önem arz etmektedir.

Sosyal Medya Hesapları Hakkında **Bilinmesi ve Dikkat Edilmesi** Gereken Hususlar

Özellikle son yıllarda dünyada ve ülkemizde güçlü büyüme trendine sahip sosyal medyada, Üniversitemizin misyon-vizyonu, kalite politikaları ve değerlerine uygun bir şekilde yer almayı amaçlamaktayız.

Üniversitemizin sosyal medya süreçlerini hassasiyetle yönetirken, paydaşlarımıza rehberlik etmesini arzu ettiğimiz bu kılavuzla birlikte, birbirine entegre, sistemli ve öngörülebilir bir süreç yönetimi gerçekleştirmek istiyoruz.

- Telif haklarına dikkat etmeden yapılan paylaşımlar, dava açılmasına neden olabilir. Kullanılan görsel ve grafiksel öğelerin telif kontrolü son derece önemlidir.

- Yapılan paylaşımların şahsi olmadığı, kurum imajını etkilediği, kurumun itibarını zedeleyici büyük bir krize sebebiyet verebileceği unutulmamalıdır.

- Hesap yöneticilerinin bu alanda eğitilmiş olması, hızlı aksiyon alabilmesi, içerik üretebilmesi zorunludur.

- Birimlerin hesaplarından başka kaynaklardan/kullanıcılardan alınan içerikler paylaşılırken mutlaka bunların doğruluğu teyit edilmeli, dezenformasyona dikkat edilmelidir.

- Kullanıcılar, asılsız haber ve bilginin yayılmaması için gerektiğinde paylaşımın kaynağını göstermekle yükümlüdür.

- İnternete yüklenen resim, yazı gibi içeriklerin hiçbir zaman tam anlamıyla kaybolmadığı göz önünde bulundurulmalı, paylaşımlarda bu husus göz ardı edilmemelidir. Ekran görüntüsü ile her şey anında kaydedilebilmektedir.

- Ayrımcı, taciz edici, rahatsız edici, ırkçı, etnik, dini ya da fiziksel saldırı ve aşağılama niteliğinde ifadeler kullanmak, paylaşmak ve bunlara aracı olmak ciddi hukuki sorunlar yaşanmasına neden olabilir. Dolayısıyla bu ifadeler asla kullanılmamalıdır.

Sosyal Medyadayız

Günümüz dünyasında herkesin olmazsa olmazı sosyal medyada, üniversitemiz birimlerinin hesaplarını yönetirken size rehberlik etmesini ve hesaplarımızın proaktif bir yaklaşımla birbirini destekler bir yapıda yönetilmesine destek olacaktır. Bu doküman aynı zamanda sosyal medyada karşılaşılabileceğiniz kriz durumlarında da rehberlik edecektir.

ÇÜNKÜ;

- Sosyal medya, Üniversitemizin ürettiği içeriklerin ilgililerine ulaştırılmasında ölçülebilir önemli bir mecra,
- Neredeyse 7/24 online olan öğrencilerimiz kitlemizin büyük bölümünü oluşturuyor ve onlarla iletişim halinde olmayı önemsiyoruz.
- Sosyal medya bilginin hızlıca yayılması ve olağanüstü durumlarda toplumun bilgilendirilmesi adına önemli bir güce sahiptir,
- Geri bildirim ağları sayesinde pek çok alanda hızlı ve güvenilir bilgiye ulaşabiliriz,
- Halkla iç içe, topluma hizmet/fayda üreten birimlerimiz var,
- Üniversitemizin bilinirliği ve imajına katkı sağlayan bir mecra,
- Hedef kitlelerimiz ve paydaşlarımızla ilişkilerimizi çevrimiçi ortamda da rahatlıkla sürdürebilmemizi sağlıyor,
- Gündemi takip edebiliyor ve hakkımızda neler konuşulduğunu öğrenebiliyoruz,
- Başka kurumlarca üretilmiş içeriklere de katkı sunmamıza imkan tanıyor.

SOSYALMEDYA

! LIKELELER! M! Z

Sosyal ağ platformlarından gelen, her türlü öneri, eleştiri ve geri bildirimlere açığız. Takipçilerimizden aldığımız geri bildirimleri, konunun uzmanı bir danışmandan almış gibi önemser, daha iyiye ulaşmak için sunulmuş değerli katkılar olarak değerlendiririz.

İtibarımızı ve hukuki haklarımızı ihlal etmeyen, argo içermeyen her türlü ifadeye hoşgörölüyüz.

Sosyal medyadan kurduğumuz iletişimlerde telif haklarına ve etik kurallara riayet eder, saygılı, nezaket içerikli ve yapıcı bir üslup kullanırız.

Sosyal medya hesaplarında doğru ve eksiksiz bilgi paylaşıyoruz.

Sosyal Medya İlkelerimiz

GÜVENLİĞE ÖNEM VERİYORUZ

Güvenlik protokollerini uygularız. Trol ve sahte hesaplara dikkat ederek, bilginin kaynağını sorgularız. İki faktörlü kimlik doğrulaması kullanarak maksimum şifre güvenliğine önem veririz. Tüm hesaplarımızda aynı şifreyi kullanmaktan kaçınır, üçüncü şahıslarla paylaşmayız.

ÇİFT YÖNLÜ İLETİŞİM KURUYORUZ

Muhatabımızla diyaloga geçmeden önce mutlaka ortamı dinleriz. Her diyaloga dahil olmak yerine, doğru zamanda doğru diyaloga dahil olmayı tercih ederiz.

SAYGILI ve YAPICIYIZ

İlişki ve iletişimimizde saygılı ve yapıcı bir tutum sergiler, insan ve hayvan haklarını, cinsiyet eşitliğini, ifade özgürlüğünü, kültürümüzü ve demokrasinin temel değerlerini gözetiriz.

Ancak; hakaret, ayrımcılık, aşağılama ya da küçümseyen ifadelerde bulunma, linç kültürünü besleme, hedef gösterme, alay etme veya sahte iddialarda bulunma etik ilkelerin de davranış kurallarının da ihlali anlamına gelir ve bu nedenle bu tür davranış sergileyenler kurumumuzca kesinlikle dikkate alınmaz, reddedilir.

SOSYAL DİNLEMeye ÖNEM VERİYORUZ

Sosyal medyada Üniversitemiz hakkında konuşulan içerikleri dinler, analiz eder ve anlık olarak ilgili ekiplere ve yönetime raporlarız.

GİZLİLİK BİZİM İÇİN ÖNEMLİDİR

Sosyal medyada kişisel ve kamusal içerikleri birbirinden ayırarak mahremiyet haklarına saygılı ve hoşgörülü bir politika izleriz.

SOSYAL SORUMLUYUZ

Toplumun yaralarını sarmak amacı ile ortaya çıkan kitle hareketlerine destek olma konusunda hassas davranırız. Sosyal sorumluluk projelerine destek olmayı ilke edinir, kitleleri bu konuda teşvik ederiz. Ulusal yas ve doğal afet durumlarında Üniversite ana hesabımız ve birim hesaplarımızda, sosyal medya iletişimini durdurur ve logolarımızı karartırız.

NEÜ Sosyal Medya Hesapları Kullanım Yönergesi

Necmettin Erbakan
Üniversitesi'ne bağlı
birimlerin hesaplarının
yönetiminde belirtilen
kurallara uyulur:

NOT:

“Kullanıcı” olarak tanımlanan kişi, üniversitemiz birimlerinin hesaplarını yönetmekle yetkili personelimizdir.

1. Necmettin Erbakan Üniversitesi çatısı altında bulunan tüm birimler, Üniversitenin bir değeridir ve bu birimlerin sosyal medya hesapları da iş bu belgede **belirtilen kurallar çerçevesinde** yönetilir.

2. Üniversitenin birimleri adına Kurumsal İletişim Koordinatörlüğü'nün **onayı olmaksızın** hiçbir hesap açılmaz, yayın yapılamaz. Onaysız bir hesap, birimimizi ya da Üniversitemizi temsil edemez.

3. Necmettin Erbakan Üniversitesi ve birimleri adına yetkili olmayan kişilerce açılan sayfalar ve yayınlanan içerikler kurumumuzu temsil etmez. Kurum ve birimlerimize ait resmi sosyal medya hesapları web sitemiz kurumsal iletişim koordinatörlüğünde yayınlanacaktır.

4. Üniversitenin birimleri adına açılacak bir hesap, **NEBİS üzerinden Kurumsal İletişim**

Koordinatörlüğü'nden talep edilmek sureti ile açılabilir. Talep, ilgili birimin yöneticisi (*Dekan, Dekan Yardımcısı, Müdür, Müdür Yardımcısı*) tarafından yapılabilir. Diğer kişilerden gelen talepler dikkate alınmaz.

5. Üniversitemiz akademik birimleri olan fakülte / enstitü / yüksekokul / MYO / koordinatörlük / araştırma merkezi adına açılan hesaplara ek olarak; bölüm düzeyinde ve idari birimler düzeyinde hesap açılmaması esastır. Bölüm düzeyinde duyurulacak faaliyetlerin fakülte / enstitü / yüksekokul / MYO / koordinatörlük / araştırma merkezi ana hesaplarından, idari birim düzeyinde duyurulacak faaliyetlerin de Üniversite ana hesaplarından yapılması esastır.

6. Necmettin Erbakan Üniversitesi birimlerinin sosyal medya hesapları, **sadece yazılı yetki verilmiş kişilerce** (Kullanıcı) yönetilebilir.

7. Birim hesaplarının yönetimini yapan Kullanıcılar, Kurumsal İletişim Koordinatörlüğü'nün düzenlediği **sosyal medya yönetimi eğitimlerine** katılmak zorundadırlar.

8. Kullanıcılar, yönettikleri hesaplar aracılığıyla paylaştıkları ve yayımladıkları içeriklerden **sorumludurlar**. Üniversitenin uğrayacağı her türlü maddi manevi zararı kabul etmiş sayılırlar.

9. Sosyal medyada kullanılan dile ve ifadelere dikkat edilmeli, hesabın bir kuruma ait olduğu, **asla ve asla** şahsi bir paylaşım yapılamayacağı, böyle bir durumun vukuu bulması halinde sorumluluğun kullanıcıda olduğu unutulmamalıdır.

10. NEÜ birimlerine ait sosyal medya hesapları fikri mülkiyet hakları ve yasalara karşı saygılıdır. Bu kapsamda; NEÜ birimlerine ait sosyal medya hesaplarında üçüncü şahıslara ait telif haklarıyla

NEÜ Sosyal Medya Hesapları Kullanım Yönergesi

Necmettin Erbakan Üniversitesi çatısı altında bulunan birimlerin hepsi, sosyal medyada aktif olarak var olmak zorunda olmadığı gibi, hangi platformlarda var olacağını da birim yöneticisi tercih edebilir. Platformların her geçen gün arttığı günümüz dünyasında, yeni platformlarda hesap açmayla ilgili inisiyatif Kurumsal İletişim Koordinatörlüğünde olup, bugün itibarı ile Twitter, Facebook, Instagram, LinkedIn platformlarında hesap açılabilmesi mümkündür.

korunan veya ticari markalı materyaller (Örneğin; Fotoğraflar, müzik, video, markası görünen ürünler vb.) paylaşamaz. Hangi içeriklerin bu kapsama girdiğinden emin değilseniz **Kurumsal İletişim Koordinatörlüğüne** danışabilirsiniz.

11. NEÜ birimlerine ait sosyal medya hesaplarından **asla ve asla** nefret, cinsellik, şiddet içerikli, küfür ya da hakaret içeren, rahatsız edici, ayrımcı, ırkçı, toplum ahlakına aykırı söylemler ve ifadeler içeren paylaşımlar yapılamaz. Böyle bir durumun vuku bulması halinde sorumluluğun kullanıcıda olduğu unutulmamalıdır.

12. NEÜ birimlerine ait sosyal medya hesaplarına gelen yorumlar ve mesajlara düzenli olarak anlık eylem gerçekleştirilir. Bu kapsamda;

- Nefret, cinsellik, şiddet içerikli, küfür ya da hakaret içeren, rahatsız edici, ayrımcı, ırkçı,

toplum ahlakına aykırı söylemler ve ifadeler yorum ya da mesaj olarak gelirse öncelikle gizli hale getirilmesi, yasal işlem gerektirecek bir durum söz konusu ise **Kurumsal İletişim Koordinatörlüğüne** aracılığı ile hukuk müşavirliğine iletilmesi gerekmektedir.

- Öneri, istek ve şikâyet ile ilgili gelen yorum ve mesajlara cevap verilecektir. Eğer cevap verecek kişi, konuya hakimse doğrudan kurumsal bir ifade kullanarak cevap verecek; eğer hâkim değilse ilgili birime aktardığını beyan edecektir. Hangi durumda nasıl cevaplar verileceği, eğitimlerde kullanıcılara aktarılacaktır.

13. NEÜ birimlerine ait sosyal medya hesaplarından **sadece** Necmettin Erbakan Üniversitesi kurumsal hesabı, Üniversite Rektörünün hesabı, rektör yardımcılarının hesapları, birim üst yöneticisinin hesabı ve üniversitenin diğer birimlerinin kurumsal hesapları takip edilebilir. Üçüncü şahıslar, ticari

kurumlar, siyasi kurumlar ve kamu yararına çalışan derneklerin dışında kalan STK'lar ve diğer üniversite hesapları takip kapsamı dışında kalmaktadır.

14. NEÜ birimlerine ait sosyal medya hesapları, Resmi kurum hesabının yaptığı paylaşımları (*resmi hesap sayfa yöneticisinin belirttiği*) sayfalarından **paylaşmak zorundadır**. Paylaşımların nasıl ve ne şekilde yapılacağı verilen eğitimlerle kullanıcılara aktarılacaktır.

15. Birim hesapları, Duyuru, Vefat ve Taziye içeriklerini Kurumsal İletişim Koordinatörlüğünün belirlediği şablonlar çerçevesinde yapabilir. İhtiyaç duyulan yıldönümü kutlama ve özel gün paylaşımları yine kurumsal iletişim koordinatörlüğünün **bilgi ve onayı dahilinde** yapılabilir. İlgili şablonlar ve bunların nasıl kullanılacağı, verilen eğitimlerle kullanıcılara aktarılacaktır.

NEÜ Sosyal Medya Hesapları Kullanım Yönergesi

16. NEÜ birimlerine ait sosyal medya hesapları politik fikirleri ifade edemez ve siyasi paylaşımlarda bulunamaz. Bu kapsamda; siyasi partiler ya da politikacıların reklam ve tanıtım çalışmaları, siyasi partiler ve politikacılar lehinde ya da aleyhinde içerik paylaşımları ve politik fikir ve ifadelerden kaçınılması gerekmektedir. Hangi içeriklerin bu kapsama girdiğinde **emin değilseniz** Kurumsal İletişim Koordinatörlüğüne danışabilirsiniz.

17. NEÜ birimlerinin **sosyal medya hesapları üzerinden** ticari faaliyet yürütülemez.

18. Kullanıcılar, sosyal medya hesaplarını üniversite kaynakları ve mülklerini kişisel çıkar ve kazanç sağlamak için **kullanamaz**.

Bu kapsamda;

- NEÜ birimlerinin sosyal medya profilleri, kişisel profilleri desteklemek, takipçi sayılarını arttırmak ve tanıtımlarını yapmak vb. için kullanılamaz.

- NEÜ birimlerinin sosyal medya profilleri kuruma ait olmayan bir ürün ya da hizmet tanıtımının reklamını yapamaz. Kuruma ait olan ürün ve hizmetlerin tanıtımını yapması Kurumsal İletişim Koordinatörlüğünün izni dahilinde, belirtilen süreler içerisinde yapılabilir.

- NEÜ birimlerinin sahip olduğu sosyal medya profilleri kurumun iş birliği içinde olduğu diğer kamu kurum ve kuruluşları ve/veya özel ya da tüzel kuruluşlarla kişisel çıkarlarıyla (*imaj, itibar, para isteme, reklam ve tanıtım vb.*) ilgili irtibata geçemez.

19. NEÜ birimlerinin sosyal medya profilleri kuruma ait gizli bilgiler ve/veya kamuya açık olmayan bilgilerin paylaşılması için **kullanılamaz**.

Bunlar kurum içi yazışmalar, kurumun hizmet aldığı ticari kurumlara dair bilgiler ve hesap verileri, finansal veriler vb. NEÜ gizlilik politikasına dahil olan bilgiler bu kapsam içerisinde yer almaktadır. Paylaşmak istediğiniz

bilginin bu kapsama dahil olup olmadığından **emin değilseniz** Kurumsal İletişim Koordinatörlüğüne danışabilirsiniz.

20. NEÜ birimlerine ait sosyal medya hesaplarından sorumlu kullanıcılar, kurum itibarını gözeterek güvenlik açıklarını en aza indirmekle yükümlüdür. Bu kapsamda;

- NEÜ birimlerine ait sosyal medya hesapları için oluşturulan parola ve kullanıcı bilgileri üçüncü şahıslarla paylaşılamaz.

- Zorunlu hale gelmesi durumunda üçüncü şahıslar, NEÜ birimlerine ait sosyal medya hesaplarında Kurumsal İletişim Koordinatörlüğünün bilgisi olmadan yönetici yapılamaz.

- NEÜ birimlerine ait sosyal medya hesap yöneticileri, hesap yönetimi için kullandığı cihazların güvenliğinden sorumludur.

- NEÜ birimlerine ait sosyal medya hesap yöneticileri herhangi bir güvenlik açığı

NEÜ Sosyal Medya Hesapları Kullanım Yönergesi

birkaç örnek ve bilgi

Twitter postlarında etiketleme sadece görsellerde mümkündür. Videoda etiketleme yapılamaz.

İçerikte yer verilmesi gereken kişi ya da kurumların isimleri açık bir şekilde yazılır. Özellikle isim etiketlemelerinde cümle akışında anlamsız duracak etiketlemelerden kaçınılması tavsiye edilir.

Yanlış

"...X Kurumundan Sayın @ahmetom_42, fakültemizi ziyaret etti..."

Doğru

"...X Kurumundan Sayın Ahmet Örnek, (@ahmetom_42) fakültemizi ziyaret etti..."

gördüğünde şifreyi korunaklı bir şifre ile değiştirebilir. Ancak bu değişikliği Kurumsal İletişim Koordinatörlüğüne bilgi vermek zorundadır.

- NEÜ birimlerine ait sosyal medya hesap yöneticileri değiştiğinde, Kurumsal İletişim Koordinatörlüğüne bilgi verilmeli ve şifre değiştirilmelidir.
- İlegal yöntemlerle hesaba dair yapılan saldırıların ya da şüpheli durumların Kurumsal İletişim Koordinatörlüğüne bildirilmesi gerekmektedir.

21. NEÜ birimlerine ait sosyal medya hesaplarından yapılan paylaşımlarda etkileme muhakkak yapılmalıdır. Ancak;

- Sosyal medya postlarının metin alanında etiketleme yapmaktan kaçınılması önerilmektedir. Bunun yerine görselde etiketleme yapılmalıdır. Metin içerisinde etiketlemeye karakter sınırı yeterli olmadığında

başvurulabilir. Etiketlenmesi gereken hesapların görsel etiketlerine izin vermemesi durumunda da başvurulabilir. Etiketleme yapılacak hesabın gerçek hesap olup olmadığı mutlaka kontrol edilmeli, parodi hesaplar asla etiketlenmemelidir.

- Üniversite birimlerince sosyal medya hesaplarından yapılan paylaşımların Kurumsal İletişim Koordinatörlüğü tarafından takibinin kolaylaşması ve önemli gönderilerin Üniversite hesaplarından da paylaşılabilmesi için her gönderide aşağıdaki hesapların etiketlenmesi gerekmektedir.

Twitter: @NEÜuniversitesi

Instagram: @erbakanuni

Facebook: Necmettin Erbakan Üniversitesi

LinkedIn: Necmettin Erbakan University

- 22.** NEÜ birimlerine ait sosyal medya hesaplarının belirli bir paylaşım trafiği olmasına özen gösterilmelidir. Aktif olmayan sosyal

medya hesapları yayından kaldırılacaktır. Yapılacak olan paylaşımlara ait planlama, verilecek eğitimler ile birlikte kullanıcılara aktarılacaktır.

23. Birimlerin sosyal medya kullanıcıları, resmi hesaptan paylaşılmasını istediği içeriklerle ilgili resmi hesap kullanıcısı ile irtibata geçer. İçerik değerlendirilir ve ilgili birim hesabı kullanıcısına olumlu/olumsuz dönüş yapılır.

24. NEÜ birimlerine ait sosyal medya hesaplarından sorumlu kullanıcılar, kendi hesaplarıyla ilgili tüm raporların tasnifi, takibi, sosyal medya hesapları üzerinden gelen soruların yanıtlarını kayıt altında tutmak ve Kurumsal İletişim Koordinatörlüğünü bilgilendirmek ile yükümlüdür.

NEÜ Sosyal Medya Hesapları Kullanım Yönergesi Kriz Yönetimi

Necmettin Erbakan
Üniversitesi'ne bağlı
birimlerin hesaplarının
yönetiminde belirtilen
kurallara uyulur:

1. NEÜ birimlerine ait sosyal medya hesaplarından sorumlu kullanıcılar, sosyal medyada olası kriz durumlarına hazırlıklı olmalıdır. Bu kapsamda;

Sosyal medya üzerinde ortaya çıkan her olumsuz durum kriz olarak değerlendirilmez. Sosyal medyada bir konunun kriz olarak değerlendirilmesi için öncelikle olası krizin niteliği hakkında fikir sahibi olmak gerekir. Bu bağlamda krizler yeşil, sarı ve kırmızı kategoride tanımlanmıştır. Buna göre;

Yeşil Kategori

Sosyal medya mecralarında olumsuz bir içerik, yorum, gönderi vb. bir saat içerisinde en az 100-250 arasında yorum ve paylaşım yapılmışsa, bu hafif olarak değerlendirebileceğimiz kategoride yer almaktadır. NEÜ birimlerine ait sosyal medya hesaplarından sorumlu kullanıcılar konuyu takip etmeli, krizin başlangıç noktası ve seyri ile ilgili gönderi, yorum ve mesajları kayıt altına alarak Kurumsal İletişim Koordinatörlüğüne danışmalıdır.

Sarı Kategori

Sosyal medya mecralarında olumsuz bir içerik, yorum, gönderi vb. bir saat içerisinde en az 250-500 arasında yorum ve paylaşım yapılmışsa, bu orta dereceli olarak değerlendirebileceğimiz kategoride yer almaktadır. NEÜ birimlerine ait sosyal medya hesaplarından sorumlu kullanıcılar, konuyu takip etmeli Kurumsal İletişim Koordinatörlüğü'nün süreç ile ilgili yönlendirmelerini dikkate alarak, müdahalede bulunmalıdır.

Kırmızı Kategori

Sosyal medya mecralarında olumsuz bir içerik, yorum, gönderi vb. bir saat içerisinde 500 ve üzerinde yorum ve paylaşım yapılmışsa, bu kritik seviyede değerlendirebileceğimiz kategoride yer almaktadır. NEÜ birimlerine ait sosyal medya hesaplarından sorumlu kullanıcılar konuyu Kurumsal İletişim Koordinatörlüğüne devrederek, bu hususta kendilerine verilen

görevi aktif olarak yerine getirmek durumundadırlar.

2. NEÜ birimlerine ait sosyal medya hesaplarından sorumlu kullanıcılar, sosyal medyada olumsuz bir yazı, görsel vb. ile karşı karşıya kaldığında cevap verilip verilmeyeceği, ya da nasıl cevap verileceği konusunda, olumsuz durumu izah eden materyalleri hazırlayarak, Kurumsal İletişim Koordinatörlüğü ile irtibata geçmelidir.

3. Sosyal medya içerikleri bazı durumlarda yanlış anlaşılmaya yol açabilir. İçeriklerle ilgili bir kişi rahatsız olmuş ve bunu sosyal medya kanallarımız ile dile getirmişse ya da hassas bir konuya ait bir sorun ortaya çıkmışsa, NEÜ birimlerine ait sosyal medya hesaplarından sorumlu kullanıcılar Kurumsal İletişim Koordinatörlüğüne danışarak ilgili kişi ile doğrudan irtibata geçerek, sorunun çözümüne ilişkin aşama kaydedebilir.

UNUTMAYIN

İnternette diyalog kurmak, göz teması kurma olasılığını ortadan kaldırır. Bu durum, aynı zamanda, sosyal ağların konseptinin sonucu olarak daha az resmi ve daha kısa bir iletişim tonu sağlamıştır. Çoğu durumda, incelik sınırının nerede olduğu belirsizdir. Buna rağmen, kullanıcılar her zaman saygılı ve nazik ses tonunu korumalı ve cevaplarını başkalarından bekleyecekleri şekilde aynı tonda tutmaya çalışmalıdır. Aynı zamanda, kendi ses tonlarının uygunluğuna özen gösterirken, başkalarının nezaket eksikliği ile başa çıkma stratejilerini de geliştirmeleri gerekir. Beklenen tartışma biçimine ilişkin net kurallar (*görgü kuralları gibi*), ilgili tüm kişilerin bulunduğu pozisyonu anlamasına izin verir.

4. Sosyal medyada ortaya çıkabilecek olumsuz durumlarda, NEÜ birimlerinin üyeleri spontane olarak üniversitemizi korumak için karşı savunmaya geçebilir, bu durumda NEÜ birimlerine ait sosyal medya hesaplarından sorumlu kullanıcıların gözetiminde karşı savunmanın niteliği göz önünde bulundurularak izin verilmelidir.

5. NEÜ sosyal medya kılavuzunda yer alan ilkelere uygun olmayan gönderi, yorum, mesaj vb. gizlenebilir, kaldırılabilir ve olumsuzluğa sebebiyet veren kullanıcı sayfadan engellenebilir.

Bu konuda daha detaylı bilgiye sayfa kurallarından ulaşabilirsiniz.

NEÜ Sosyal Medya Hesapları Profil Düzeni TWITTER



Görüntü 1: Twitter Profil Fotoğrafı (amblem)



Görüntü 2: Twitter Kapak Fotoğrafı

NEÜ birimlerine ait sosyal medya hesaplarında yer alan profil düzeni aşağıda yer alan kriterlere uygun olarak oluşturulmalıdır.

Twitter Profil Yapılandırması

- Profil fotoğrafı **sadece amblem** görselinden oluşan şekilde oluşturulmalıdır. 400x400 pixel boyutunda, 100 Kb. Boyutunda, JPEG ya da PNG formatında olmalıdır.
- Twitter kapak fotoğrafı 1500x500 boyutunda, maksimum 10 mb. boyutunda JPEG yada PNG formatında olmalıdır. Birim için özel olarak Kurumsal İletişim Koordinatörlüğü tarafından tasarlanan kapak kullanılacaktır.
- Künyede NEÜ biriminin resmi hesabı olduğuna dair açıklama Türkçe ve İngilizce yer alacaktır. Ayrıca birimin internet sitesi de künyede yer alacaktır.

NEÜ Sosyal Medya Hesapları Profil Düzeni TWITTER



Görüntü 3: Twitter Paylaşım Görsel Boyutu



Görüntü 4: Twitter Video Paylaşım Görsel Boyutu

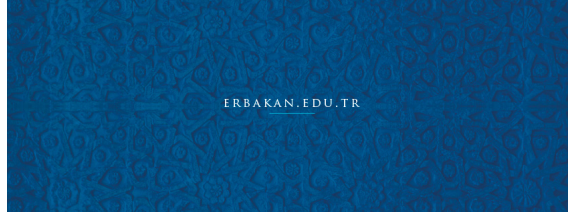
Twitter İçerik Yapılandırması

- NEÜ birimlerine ait sosyal medya hesaplarından Twitter'da yapılan paylaşımlarda görsel boyutu 1600x800 pixel genişliğinde, PNG veya JPEG formatında, minimum 120 kb boyutunda olmalıdır. Paylaşımlar üzerinde birimin logosu muhakkak bulunmalıdır. Yanda gösterilmiştir.
- NEÜ birimlerinin yaptığı video paylaşımlarında 1080x1080 ölçüsü ve katları ya da 1920x1080 ölçüsünde en az HD kalitede paylaşım yapılması gerekmektedir. Yanda gösterilmiştir.

NEÜ Sosyal Medya Hesapları
Profil Düzeni
FACEBOOK



Görüntü 5: Facebook Profil Fotoğrafi (amblem)



Görüntü 6: Facebook Kapak Fotoğrafi

Facebook Profil Yapılandırması

- Profil fotoğrafı **sadece amblem** görselinden oluşan şekilde oluşturulmalıdır. 180x180 pixel boyutunda, JPEG yada PNG formatında olmalıdır.
- Facebook kapak fotoğrafı 851 x 315 boyutunda, 100 Kb'tan düşük, JPEG ya da PNG formatında olmalıdır. Birim için özel olarak Kurumsal İletişim Koordinatörlüğü tarafından tasarlanan kapak kullanılacaktır.
- Künyede birimin internet sitesi, telefon numarası, adresi net bir şekilde yer alacaktır.
- Facebook hesaplarında sayfa kuralları sekmesi oluşturulacaktır.

NEÜ Sosyal Medya Hesapları Profil Düzeni FACEBOOK



Görüntü 7: Facebook Paylaşım Görsel Boyutu



Görüntü 8: Facebook Video Görsel Boyutu 1920x1080p

Facebook İçerik Yapılandırması

- NEÜ birimlerine ait sosyal medya hesaplarından Facebook'da yapılan paylaşımlarda görsel boyutu 1080x1080 pixel, PNG veya JPEG formatında, minimum 120 kb boyutunda olmalıdır. Paylaşımlar üzerinde birimin logosu muhakkak bulunmalıdır. Yanda gösterilmiştir.
- NEÜ birimlerinin yaptığı video paylaşımlarında 1080x1080 ölçüsü ve katları, ya da 1920x1080 ölçüsünde en az HD kalitede paylaşım yapılması gerekmektedir. Yanda gösterilmiştir.

NEÜ Sosyal Medya Hesapları
Profil Düzeni
INSTAGRAM



Görüntü 9: Instagram Profil Fotoğrafı (amblem)

NOT: Necmettin Erbakan Üniversitesi birimlerinin sosyal medya hesapları, sadece yazılı yetki verilmiş kişilerce yönetilebilir. Hesap yönetimini yapan Kullanıcılar, Kurumsal İletişim Koordinatörlüğü'nün düzenlediği sosyal medya yönetimi eğitimlerine katılmak zorundadırlar.

Instagram Profil Yapılandırması

- Profil fotoğrafı **sadece amblem** görselinden oluşan şekilde oluşturulmalıdır. 110x110 pixel boyutunda, JPEG formatında olmalıdır.
- Künyede NEÜ biriminin resmi hesabı olduğuna dair açıklama Türkçe ve İngilizce yer alacaktır. Ayrıca birimin internet sitesi de künyede yer alacaktır.
- Künyede birimin internet sitesi, telefon numarası, adresi net bir şekilde yer alacaktır.

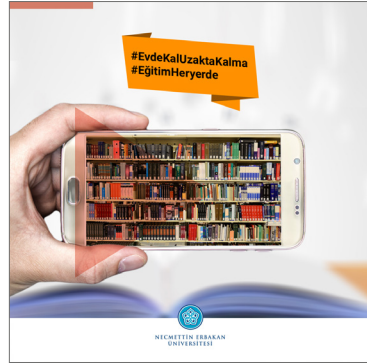
NEÜ Sosyal Medya Hesapları Profil Düzeni INSTAGRAM



Görüntü 10: Instagram Hikaye Görsel Boyutu



Görüntü 11: Instagram Video Görsel Boyutu



Görüntü 12: Instagram Görsel Boyutu

Instagram İçerik Yapılandırması

- NEÜ birimlerine ait sosyal medya hesaplarından Instagram'da yapılan paylaşımlarda görsel boyutu 1080x1080 Pixel, PNG veya JPEG formatında, minimum 120 kb boyutunda olmalıdır. Paylaşımlar üzerinde birimin logosu muhakkak bulunmalıdır. Yanda gösterilmiştir.
- NEÜ birimlerinin yaptığı video paylaşımlarında 1080x1080 ölçüsü ve katları, ya da 1920x1080 ölçüsünde en az HD kalitede paylaşım yapılması gerekmektedir. Yanda gösterilmiştir.
- NEÜ birimlerinin yaptığı hikaye paylaşımlarında kullanılması gereken ölçü 1920x1080'dir.

NEÜ SOSYAL MEDYA HESAPLARI SAYFA KURALLARI

Necmettin Erbakan Üniversitesi'nin faaliyetleriyle ilgili güncel bilgileri takip edebileceğiniz resmi sosyal medya sayfasına hoş geldiniz!

Aşağıda dikkatinize sunduğumuz sayfa kurallarımız tüm sosyal medya hesaplarımız için geçerlidir.

Necmettin Erbakan Üniversitesi takipçilerinin görüşlerini rahatlıkla paylaşabilecekleri sayfamız, özgür ve saygılı düşünce paylaşımını desteklemektedir. Bu nedenle, bu amaca hizmet etmeyen, aşağıda belirtilen kapsamda olduğu değerlendirilen yorumlar sayfa yöneticileri tarafından sayfadan kaldırılacaktır, bu kapsamda paylaşımlarda bulunan kullanıcıların engellenmesi için gerekli önlemler alınabilecektir:

1. Sosyal medya hesaplarımızda tüm ziyaretçiler, görüş, düşünce ve önerilerini özgürce paylaşabilir, üniversitemiz ile ilgili görüş ve önerilerini aktarabilir.
2. Necmettin Erbakan Üniversitesi sosyal medya hesapları, üniversitenin iş ve işleyişleri ile ilgili sorulara cevap verilen bir platform değildir. Sorularınızla ilgili cevap alabileceğiniz akademik/İdari birimlerimizin iletişim bilgilerine web sitemizden ulaşabilirsiniz.
3. Necmettin Erbakan Üniversitesi, kimliği açık bir şekilde belli olmayan hesaplarca yapılan paylaşımları dikkate almaz ve bu hesapları engelleme hakkına sahiptir.
4. Engelleme ve silme gibi takipçi sınırlandırmaları aşağıdaki durumlarda gerçekleştirilebilir:

- a. Siyasi içerik, cinsellik, şiddet, ayrımcılık ve nefret içeren yorumlar, küfür veya hakaret içeren, toplum ahlakına aykırı veya zarar verici paylaşımlar
- b. Diğer takipçiler veya markalar için etik olmayan, için zarar verici veya onur kırıcı paylaşımlar
- c. Yasa dışı girişimleri destekleyen, teşvik eden her türlü paylaşım
- d. Yalan haber ve beyanlarda bulunan paylaşımlar
- e. Her türlü cinsiyet, din, dil, ırk ayrımına yönelik veya nefret söylemi taşıyan paylaşımlar
- f. Bir veya birçok kullanıcı tarafından sürekli olarak paylaşılan, konu ve sayfa içeriği ile ilgili olmayan içerik ve yorumlar
- g. Üçüncü kişileri ilgilendirmeyen, Necmettin Erbakan Üniversitesi ile ilgisi olmayan bireysel konular ile alakalı, sayfa içeriği ile alakasız paylaşımlar
- h. Bir başka marka veya kurum adına reklam özelliği taşıyan içerikler
- i. Necmettin Erbakan Üniversitesi, Necmettin Erbakan Üniversitesi'nin paydaşları, çalışanları, meslektaşları veya diğer markalar hakkında asılsız iddia niteliğinde olan paylaşımlar
- j. Herhangi bir 3. şahıs veya kurumun haklarını ihlal eden her türlü paylaşım

Dikkat:

Sayfa yöneticileri, takipçilerimizle güncel haberleri paylaşmak adına zaman zaman 3. şahıs ve kurumlara ait internet sitelerinden paylaşımlar gerçekleştirebilirler. Bu sitelere yönelik internet bağlantılarına (linklere) tıklamak, sizleri Necmettin Erbakan Üniversitesi tarafından hazırlanmamış içerik ve sayfalara yönlendirecektir. Bu sitelerde yer alan içerik ve yazılardan Necmettin Erbakan Üniversitesi sorumlu değildir ve Necmettin Erbakan Üniversitesi'nin görüşünü yansıttığı anlamına gelmez.

EKLER

EK 1

NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ SOSYAL MEDYA HESABI KAYIT FORMU

Bu kayıt formu, açılmış olan hesapların kayıt altına alınması amacı ile birimler tarafından doldurulup Kurumsal İletişim Koordinatörlüğüne teslim edilecektir. Her hesap için ayrı bir form doldurulması rica edilir.

Tarih:

Birim:

Hesap Yönetici/Yöneticilerinin İsmi:

Hesap yöneticisi E-mail:

Hesap yöneticisi Telefon:

Platform (Facebook, ~~Twitter~~ vb.):

Kullanıcı Adı/Uzantı:

Şifre:

Hesabı Ne Amaçla Oluşturdunuz?

Hedef Kitlenizi Tanımlayınız:

Lütfen bu formu, EBYS üzerinden Necmettin Erbakan Üniversitesi Kurumsal İletişim Koordinatörlüğü ile paylaşın.

EK 2

NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ SOSYAL MEDYA HESABI AÇMA FORMU

Bu kayıt formu, yeni açılacak hesaplar için talep eden birim tarafından doldurulup Kurumsal İletişim Koordinatörlüğüne teslim edilecektir. Her hesap için ayrı bir form doldurulması rica edilir.

Tarih:

Birim:

Hesap Yönetici/Yöneticilerinin İsmi:

Hesap yöneticisi E-mail:

Hesap yöneticisi Telefon:

Platform (Facebook, ~~Twitter~~ vb.):

Kullanıcı Adı/Uzantı Önerisi:

Hesabı Ne Amaçla Oluşturuyorsunuz?

Hedef Kitlenizi Tanımlayınız:

Lütfen bu formu, EBYS üzerinden Necmettin Erbakan Üniversitesi Kurumsal İletişim Koordinatörlüğü ile paylaşın. EBS üzerinden talep edilmeyen hesap açma talepleri dikkate alınmamaktadır.

EKLER

EK 3| SORUMLULUK BEYANI

Tarih:

Aşağıda bilgileri yer alan Necmettin Erbakan Üniversitesi birimine ait, sosyal medya hesabını sosyal medya kılavuzunda yer alan usul ve esaslara göre yönetmekten sorumlu olduğumu kabul ve beyan ederim.

İmza

İsim:

Soyisim:

İlgili Birim:

Sosyal Medya Hesapları

Twitter: @

Facebook: /

Instagram: /

EK 4 MUVAFAKATNAME

Tarih:

Necmettin Erbakan Üniversitesi tarafından üniversitenin tanıtılması amacıyla fotoğrafımın ve/veya videomun kullanılmasına kendi rızam ile izin verdiğimi kabul ve beyan ederim.

Ad - Soyad

İmza