

ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL MEDYA KULLANIM KILAVUZU

Hesap oluşturma

Hesap adı belirleme:

Sosyal medya mecralarının herhangi birisinden hesap açıldığında belirledikleri isimlerin kurumsal yapıya uygun olmasına dikkat edilmelidir. Hangi kuruma ait olduğu konusunda belirsizlik oluşturacak kısaltma ve nitelendirmelerden uzak durulmalıdır.

Açılan hesabın adı Atatürk Üniversitesinin herhangi birimine ait olduğu açıkça anlaşılacak şekilde düzenlenmelidir. Örneğin İletişim Fakültesi hesabı @Ataturkiletisim, @Atauniiletisim ya da @Atailetisim şeklinde olmalıdır. @AUiletisim gibi kısaltmaların kullanımı uygun değildir. Zira üniversitemizin tek kısaltma yöntemi 'Ata Üni.' şeklindedir. Bunun dışındaki kısaltma biçimleri uygun değildir.

Tüm sosyal medya mecralarından alınan kullanıcı adlarının birbiriyle aynı olması gerekmektedir. (Örneğin İletişim Fakültesi adına Twitter'dan @Atailetisim şeklinde bir hesap açılmışsa, söz konusu fakülte diğer sosyal medya mecralarından da aynı adla hesap açmalıdır. Bu bağlamda İletişim Fakültesinin Instagram ve Facebook hesabı da 'Atailetisim' şeklinde belirlenmelidir.)

Belirlenen sosyal medya hesapları tüm yayın ve görsel tasarım çalışmalarında (afiş, broşür, katalog, bülten, web sitesi vs.) iletişim adresi olarak belirtilmelidir.

Hesap Güvenliği:

Her bir birim kendi sosyal medya hesabının güvenliğinden sorumludur. Bu nedenle güvenlik zafiyetini en aza indireyecek tedbirlerin alınması büyük önem taşımaktadır.

Sosyal ağlarda şifre belirlenirken harf, rakam, özel karakterlerden oluşturulan güçlü şifrelerden oluşmasına dikkat edilmelidir.

Şifreleri sadece sorumlu kişilerin ya da bunların yetkilendirdiği kişilerin bilmesi ve bu kişilerin de şifreleri koruması gerektiği unutulmamalıdır. Şüpheli durumlarda şifreler bir an önce değiştirilmelidir.

Hesap oluşturulurken kurtarma telefon numarası, elektronik posta adresi eklenmeli ve iki aşamalı doğrulama modu aktif edilmelidir.

Sosyal medya hesaplarının yönetildiği cihazların ayrı olması ve bu cihazlardan sadece kurumsal sosyal medya hesaplarının kullanılması da güvenlik açısından faydalı bir yaklaşım olacaktır.

Bilgisayar işletim sistemlerinin, ayrıca sosyal medya hesaplarına ilişkin uygulama ve yazılımların güncel olması gerekir.

Profil oluşturma

Profil sayfası oluştururken kurumsal Kimlik Standartlarına dikkat edilmelidir.

Her birim profil fotoğrafı olarak Üniversite senatosunda onaylanmış logosunu kullanmalıdır.

Oluşturulan her bir sosyal medya hesabının profili Kurumsal İletişim Direktörlüğü'nün onayından geçtikten sonra aktifleştirilmelidir.

İçerik Yönetimi

Açılan tüm hesapların aktif biçimde kullanımına özen gösterilmeli ve bu bağlamda gerekli teknik altyapı ve insan kaynağı sağlanmalıdır. İçeriklerin mümkün olduğunca güncel ve belirlenen hedef kitleye uygun olmasına özen gösterilmelidir. Sosyal medya hesaplarında paylaşılacak tüm yazılı, görsel ve işitsel materyaller Kurumsal Kimlik Kurallarına ve Atatürk Üniversitesi İletişim İlkelerine uyumlu olmalıdır.

İçerik Tonu:

Atatürk Üniversitesi kamuoyuna yönelik tüm yayınlarında ortak bir dil kullanır. Bu ortak dil bilimsel, tarafsız, yerli ve sade Türkçe'dir. Bu bağlamda sosyal medya hesaplarında hiçbir ideoloji, akım, meşrep ve topluluğa atıf olabilecek kavram, kelime ve görsel kullanılmamalıdır.

Ayrımcı, taciz edici, hakaret ve şiddet içeren, istismarcı, belli bir kişiyi, grubu ya da kurumu ırkçı ve dini nitelendirmelerde bulunarak hedef gösterecek ve nefret söylemi oluşturacak dil kullanımından uzak durulmalıdır.

Özellikle görsel ve içerik seçiminde telif hakkı hususu göz önünde bulundurularak özgün içeriklerin paylaşılmasına dikkat edilmelidir.

İçerik oluşturulurken kullanılacak mecranın özellikleri bağlamında konuya uygun görsel ve tasarımlar seçilmelidir. Metinsiz görsel paylaşımında bulunulmamalıdır. Görseller içerik metni ile uyumlu olmalıdır.

Paylaşılan bilgiler doğru ve güvenilir olmalıdır. Başka bir kaynaktan alıntılanan içeriklerde referans mutlaka belirtilmeli ve bilgilerin doğruluğu teyit edilmeden paylaşım yapılmamalıdır. Yalnızca doğrulanmış, gerçeklere dayalı bilgi paylaşımı yapılmalıdır.

Paylaşımlarda dikkat çekmek ve etkileşimi artırmada büyük önem taşıyan, tüm sosyal medya platformlarında geçerliliği olan hashtags (etiketler) özenle kullanılmalıdır. Hashtag kullanımında yazım kurallarına, ifadelerin doğru ve yerinde olmasına dikkat edilmelidir. (Örnek: #AtatürkÜniversitesi, #BizBüyükBirAileyiz, #AnnelerGünü)

Twitter başta olmak üzere tüm sosyal medya platformlarındaki paylaşımlarda üniversitemizin kurumsal hesabının mention'lanması ('@atauni1957' şeklinde), paylaşılan içeriklerden haberdar olunması ve bu içerikler arasından uygun olanların retweet/repost ile desteklenmesi açısından önemlidir. Bununla birlikte paylaşılan içerik doğrultusunda ilgili kurum, kuruluş (Yükseköğretim Kurulu @YuksekogretimK) veya kişilerin (YÖK Başkanı Prof. Dr. Yekta Saraç @yekta_sarac) mention'lanması da etkileşim noktasında oldukça önemlidir. Etkileşimin yüksek olması için mention'ın paylaşım metninin başına değil, ortasına veya sonuna yapılmasına özen gösterilmelidir.

Sosyal medya hesaplarında içerikler üst üste paylaşılmamalı, çok acil ve önemli durumlar haricinde paylaşımlar arasında belirli bir süre (en az 30-40 dk.) olmasına özen gösterilmelidir.

Paylaşımların yoruma kapatılması, etkileşim oranını düşürmenin yanı sıra olumsuz bir imaj uyandıracığından bu uygulamadan kaçınılmalıdır.

İçeriklerin kapsamı:

Birimler kendi web sayfalarından ve sosyal medya hesaplarından üniversitenin kurumsal yapısına olumsuz etki etmemek, üniversitenin belirlediği dil, marka değeri, vizyon ve hedeflere aykırı olmamak kaydıyla içerik paylaşabilirler.

Her birim sosyal medya hesaplarından sadece kendi birimine ilişkin içerikler paylaşmalıdır. Tüm üniversiteyi bağlayan açıklama ve paylaşımlardan kaçınılmalıdır.

Birimlerin sosyal medya içerikleri genel olarak;

- Birimin sosyal, kültürel, bilimsel, sanatsal ve sportif etkinlikler ve duyuruları,
- Akademik personelin bilimsel çalışmaları ve yayınları,
- Kulüp etkinlikleri ve öğrenci başarıları,
- İdari personelin kamuoyuna duyurulmaya değer faaliyetleri,
- Dünya ve ülkemiz açısından önemli olay, olgu ve kişilere ilişkin anmaya ve bilgi vermeye yönelik içeriklerden oluşmalıdır.

Takip Etme ve Takipçiler

Sosyal medya hesaplarına sahip olan her birim, Üniversitemizin ana sosyal medya hesaplarını takip etmeli ve takipçilerin kendi birimiyle ilgili sorularına yanıt vererek, 'like', 'repost', 'share', 'retweet' gibi etkileşimi artıracak eylemlerde bulunmalıdır.

Her birim sosyal medya aracılığı ile kendi alanıyla ilgili diğer kamu kurumlarının hesaplarını takip edebilir. Ancak üniversitelerin özerkliğine ters düşecek herhangi bir siyasi ve ideolojik oluşuma veya belli yapılanmalara ait bireysel ya da kurumsal sosyal medya hesapları takip edilmemelidir.

Birimler sosyal medya hesaplarının kurumsal olduğu mantığıyla hareket etmeli, şahıs hesaplarının takip edilmesinden kaçınmalıdır.

Etkileşimi yüksek tutmak ve hedef kitleye daha güçlü hitap edebilmek için sosyal medya hesaplarının DM (özel/doğrudan mesaj) özelliği açık tutulmalıdır. DM metinlerinde kurumsal bir dil kullanılmalıdır.

Takipçilerin soruları aynı mecrada yanıtlanmalı ve etkileşimin yüksek olmasına özen gösterilmelidir.