

SOSYAL MEDYA YÖNETİM PROSEDÜRÜ

REVİZYON DURUMU

Revizyon No	Revizyon Tarihi	Açıklama
01	24.06.2024	Prosedürün Tamamı Revize Edildi.

Hazırlayan	Kontrol Eden	Onaylayan	Yayın Onayı
Kurumsal İletişim Koordinatörü	Genel Sekreter	Rektör Yardımcısı	Rektör
İmza	İmza	İmza	İmza

SOSYAL MEDYA YÖNETİM PROSEDÜRÜ

- AMAÇ:** Bu prosedürün amacı, İstanbul Nişantaşı Üniversitesi'nin sosyal medya üzerindeki duruşunu ve yönetim mantığını; tüm bölümlerin, fakültelerin, enstitülerin ve idari birimlerin sosyal medya hesaplarının yönetim bakışını belirlemektir.
- KAPSAM:** İlgili prosedür Üniversite'nin tüm idari ve akademik personelini kapsamaktadır.
- KISALTMALAR:-**
- TANIMLAR:**
 - Sosyal Medya:** İnternet kullanıcılarının birbirleriyle tanışması, iletişime geçmesi, içerik paylaşımında bulunması, tartışma ortamı oluşturması ve ortak ilgi alanlarındaki kişilerin bir araya gelebileceği gruplar oluşturulması amacıyla oluşturulan internet siteleri sosyal ağlar olarak tanımlanır. Sosyal ağlar aracılığıyla etkinlikler organize edilebilir ve bunların tanıtımı yapılabilir, son dakika haberleri ve hatırlatmalar ile kullanıcılara ulaşılabilir ve böylelikle hızlı bir bilgi akışı sağlanmış olur.
 - Facebook:** Facebook, insanların başkalarıyla iletişim kurmasını, paylaşımında bulunmasını ve bilgi alışverişini amaçlayan bir sosyal web sitesidir.
 - Twitter:** 280 sayıda karakterden oluşan tweet adı verilen internet kısa mesajlarının gönderildiği ve başkalarının mesajlarının okunabildiği bir mikro-blog servisi.
 - Youtube:** Üye olan her kullanıcının değişik kategorilerde videolar yükleyerek başka kullanıcılarla paylaşabildiği, dünyanın en büyük video portalıdır.
 - Linkedin:** İş dünyasının sosyal ağı olarak da nitelendirilen LinkedIn, daha çok çalışma hayatına dönük bir sosyal ağıdır.
 - Blog:** Kişilerin deneyimlerini, öğrendiklerini, bildiklerini ve paylaşmak istediklerini yazdıkları web tabanlı sistemdir.
 - Instagram:** Fotoğraf yayını esasına dayalı sosyal paylaşım platformudur.
 - Flicker:** Fotoğraflarınızı yükleyebileceğiniz ve istediğiniz yerde paylaşabileceğiniz bir fotoğraf upload sitesidir.
 - Slideshare:** İnternet üzerinde hazırlanan sunumların çevrimiçi olarak yayınlamaya ve paylaşım sağlamaya olanak tanıyan bir servistir.
 - Scribd:** İnternet üzerinden çevrimiçi doküman ve belge paylaşmaya olanak sağlayan bir e-book kütüphanesidir.
 - Sosyal Medya Temsilcisi:** Bir kurum, kuruluş ya da organizasyona ait sosyal medya hesaplarını yöneten, ilgili kurum adına paylaşımlarda bulunan, yorum yapan, gelen

Hazırlayan	Kontrol Eden	Onaylayan	Yayın Onayı
Kurumsal İletişim Koordinatörü	Genel Sekreter	Rektör Yardımcısı	Rektör
İmza	İmza	İmza	İmza

SOSYAL MEDYA YÖNETİM PROSEDÜRÜ

sorulara yanıt veren, kriz durumlarında yetkili makamlara gerekli uyarılarda bulunup, tedbir alması beklenen kişi/kişiler.

- **Sosyal Medya Krizi:** Bir kurum, kuruluş ya da organizasyonla ilgili olumsuz, asılsız haber ve içeriklerin sosyal medya aracılığıyla yayılım göstermesi ve bu durumun ilgili kurum, kuruluş ya da organizasyona zarar vermesi durumu.

5. SORUMLULAR:

- 5.1. Bu dokümanın hazırlanmasından ve güncellenmesinden Kurumsal İletişim Koordinatörlüğü sorumludur.
- 5.2. Bu dokümanın uygulanmasında İletişim Kurumsal İletişim Koordinatörlüğü, ilgili birim yöneticisi ve personel birlikte sorumludur.
- 5.3. Sosyal medya hesabı olan her birimin bir sosyal medya temsilcisi bulunmaktadır. Sosyal medya temsilcileri, hesapları dâhilindeki tüm içerikleri güncellemek ve sorulan sorulara yanıt vermekle yükümlüdür. Teknik desteği ve danışmanlığı Kurumsal İletişim Koordinatörlüğü'nden talep eder.
- 5.4. Sosyal medya doğru kullanıldığında faydalı, fakat krize açık bir alandır. Sosyal medya temsilcileri, sosyal medya prosedürüne ve kriz planına uymakla ve bunları bilmekle yükümlüdür. Sosyal medya temsilcileri her türlü yeni açılan hesapları, olası sosyal medya kanalı kriz durumu başta olmak üzere her türlü durumu Kurumsal İletişim Koordinatörlüğü'ne bildirmekle yükümlüdür.
- 5.5. Sosyal medya temsilcilerinin sorumlu olduğu hesaplar şu şekildedir; Facebook, Twitter, Flicker, Linkedin, Slideshare, Scribd, Youtube, Instagram, Pinterest ve geliştirilecek tüm sosyal medya hesapları.

6. FAALİYET AKIŞI:

- 6.1. Kurumun sosyal medya hesaplarında kişisel bilgilerin verilmemesi ve kişisel profilin kullanılmaması önem taşır. Hesap yöneticilerinin / temsilcilerin bu görevlerini ifa ederken nisantasi.edu.tr uzantılı e-mail adresleriyle aldıkları profilleri kullanmaları gerekir. Tüm sosyal medya hesaplarında Kurumsal İletişim sosyal medya sorumlularından bir kişi ve İstanbul Nişantaşı Üniversitesi sosyal medya hesapları yönetimi konusunda destek alınan sosyal medya ajansından bir kişi olası teknik aksaklıklara tedbiren mutlaka ilgili hesabın yöneticileri arasında gösterilmelidir.
- 6.2. İstanbul Nişantaşı Üniversitesi'nin sosyal medya temsilcisi yönettiği hesaplarda öne çıkaracağı içeriklerin İstanbul Nişantaşı Üniversitesi resmi hesaplarından paylaşılmasını istediği takdirde Kurumsal İletişim Koordinatörlüğü ile irtibata geçer. Kurumsal İletişim Koordinatörlüğü içeriği değerlendirerek ilgili kişiye olumlu/olumsuz dönüş yapar.
- 6.3. Yayınlanan içerikler, İstanbul Nişantaşı Üniversitesi kimliğine uygun olmalıdır.

Hazırlayan	Kontrol Eden	Onaylayan	Yayın Onayı
Kurumsal İletişim Koordinatörü	Genel Sekreter	Rektör Yardımcısı	Rektör
İmza	İmza	İmza	İmza

SOSYAL MEDYA YÖNETİM PROSEDÜRÜ

- 6.4. Sosyal ağların kamuya açık olduğu gözetilerek İstanbul Nişantaşı Üniversitesi sosyal medya hesaplarında özel hayat, kişisel bilgiler paylaşılmamalıdır.
- 6.5. Sosyal ağlar kamuya açık olduğundan kullanılacak her türlü alıntı, sanat eseri, fotoğraf, video, müzik, söz vb. paylaşılırken referans verilmesi zorunludur. Özel olarak müzikler için (kullanılan her türlü film ve video içerisindeki müzik dahil) telif hakkı ödenmelidir. Aksi halde cezai şartları bulunmaktadır.
- 6.6. Bilimsel ve öğrenime yönelik faaliyetlerde bulunan akademik bir kurum olarak İstanbul Nişantaşı Üniversitesi, tüm düşünce, inanç, görüş ve yönelimleri anayasal bir hak olan ifade özgürlüğü çerçevesinde değerlendirir ve tümüne eşit mesafede durur. Fakat politik görüş, dini inanç, cinsiyet, etnik köken, cinsel yönelim gibi hassas konularda yapılan paylaşımlar doğaları gereği bir “duruş / tercih” içerebilir ve bu, Üniversite’nin resmi görüşü gibi algılanabileceğinden bu tür içeriklerin yer aldığı iletilerin paylaşılmadan önce Üniversite’nin ilgili birimlerinin (Rektörlük, Rektör Yardımcılığı Ofisleri, Kurumsal İletişim Koordinatörlüğü vb.) bilgisine sunulması gerekir. Sosyal medya ağlarında çıkılan yazılara eklenen yorumlar da yukarıda belirtilen konularla aynı şekilde yönetilir.
- 6.7. Sosyal ağlarda yapılan herhangi bir hatayı kabul etmek ve açıklığa kavuşturmak için gönderi ile yenileme yapmak ya da önceki hataya geri dönerek düzeltmeyi açık bir şekilde vermek gerekir.
- 6.8. Facebook özelinde, Kurumsal İletişim Koordinatörlüğü sosyal medya sorumlusu ve İstanbul Nişantaşı Üniversitesi sosyal medya hesaplarına destek veren ilgili ajans sayfaya admin/yönetici olarak, hesap sorumlusu da editör olarak tanımlanmalıdır.

6.9. YÖNTEM

6.9.1. İstanbul Nişantaşı Üniversitesi hesapları dışında bireysel hesaplardan yayınlanan içeriklerden İstanbul Nişantaşı Üniversitesi sorumlu değildir; paylaşımlar İstanbul Nişantaşı Üniversitesi’ni temsil etmez. Bu tür paylaşımlarda İstanbul Nişantaşı Üniversitesi logosu ya da görüntüsü kullanılmamalıdır.

6.9.2. Başta öğrenci kulüpleri olmak üzere düzenli olarak yenilemeleri yapan ve hesabı yöneten öğrencilere, Üniversite için bir resmi pozisyonları olduğu hatırlatılmalıdır.

6.10.

Kriz Yönetimi

6.10.1. Olumsuz bir yazı, görsel vb. ile karşı karşıya gelindiğinde, cevap verilip verilmeyeceği ya da nasıl cevap verileceği konusu Kurumsal İletişim Koordinatörlüğü ile görüşülmelidir.

Hazırlayan	Kontrol Eden	Onaylayan	Yayın Onayı
Kurumsal İletişim Koordinatörü	Genel Sekreter	Rektör Yardımcısı	Rektör
İmza	İmza	İmza	İmza

SOSYAL MEDYA YÖNETİM PROSEDÜRÜ

- 6.10.2.** Cevap verilmeden önce olumsuz ileti gönderen kişi veya grup incelenmeli, önceki iletileri gözden geçirilmelidir.
- 6.10.3.** Sosyal medya gönderileri bazen yanlış anlaşılmalara yol açabilir. İçeriğin açık olduğundan emin olunmalıdır. Ayrıca, gönderilerle alakalı olarak bir kullanıcı hayal kırıklığına uğramışsa ya da konu hassas ise, kişi ile doğrudan iletişime geçerek ve Kurumsal İletişim Koordinatörlüğü'nün görüşüne başvurarak sorun çözülür.
- 6.10.4.** Olumsuz durumlarda çoğu kez, sosyal medya topluluğunuzun üyeleri spontane olarak üniversiteyi korumak için karşı savunmaya geçebilir, bu duruma izin verilebilir.
- 6.10.5.** Facebook, Youtube gibi her sosyal medya kanalının nefret içerikli konuşmalara, rahatsızlıklara ve benzer saldırılara ilişkin kuralları vardır. Bu kurallar alıntılanarak, uygun olmayan gönderiler kaldırdığında kişi veya grup bilgilendirilmeli ve gerekirse bu kişiler engellenmelidir.

6.11. Muhtemel Yorumlar & Geri bildirimler ve Gönderiler

6.11.1. Üniversite Hizmetlerine İlişkin Şikâyet Bildirimleri: Eğer bir kullanıcı üniversite içindeki hizmetlerle ilgili şikâyetini sosyal medya aracılığıyla iletirse (bilgi teknolojileri, yemek, servis, öğrenci işleri vb.) durumun sosyal medya temsilcisi tarafından ayrıntıları ile ilgili bölüme bildirilmesi gerekir ve aşağıdaki cevap iletilir.

“Sevgili xxx / Değerli xxx / Merhaba xxx, uyarınız için teşekkür ederiz. Sorununuzu ilgili birimlere aktardık, en kısa sürede çözülmesi için gerekli çalışmalar Rektörlük tarafından başlatılmıştır.”

Problem çözüldükten sonra ilgili birim sosyal medya temsilcisi aşağıdaki cevabı iletir.

“Merhaba XX, nazik uyarınız için teşekkür ederiz. Sorun çözülmüştür. Yeniden denemenizi ya da kontrol etmenizi rica ederiz.”

Üniversite sınırları içinde güvenlik ile ilgili herhangi bir endişeyi içeren bir gönderi geldiğinde, bunun İstanbul Nişantaşı Üniversitesi güvenlik personeline ayrıntısıyla bildirilmesi gerekir. Bu kişiye özel mesaj iletilir ve önemli detaylar hakkında bilgi alınır. Aşağıda özel mesaj örneği bulunmaktadır.

Özel mesaj:

“Merhaba XX Bey/Hanım. Sizinle iletişime geçmek isteriz. Sorunun detaylarını bizimle paylaşabilmeniz için size ulaşabileceğimiz bir numarayı bizimle paylaşır mısınız?”

Hazırlayan	Kontrol Eden	Onaylayan	Yayın Onayı
Kurumsal İletişim Koordinatörü	Genel Sekreter	Rektör Yardımcısı	Rektör
İmza	İmza	İmza	İmza

SOSYAL MEDYA YÖNETİM PROSEDÜRÜ

6.11.2. İş Başvuruları: İstanbul Nişantaşı Üniversitesi'ndeki açık pozisyonlar hakkında bilgi almak ya da genel başvuru yapmak istendiğinde, kullanıcı internet sayfasına ya da bir elektronik posta adresine yönlendirilir.

“Merhaba XX, yasalar gereği sosyal ağlar üzerinden iş başvurularını kabul edemiyoruz. Açık pozisyonlarımızı xxx adresinden öğrenebilirsiniz.”

“Merhaba XX. Özgeçmişinizi ve ön yazınızı xxx adresine e-mail ile gönderebilir ya da xxx üzerinden açık pozisyonlarımız hakkında bilgi alabilirsiniz.”

6.11.3. Üniversite Yönetimi Hakkında Yorumlar: Olumlu yorumlar olduğu gibi kalmalıdır. Olumsuz ve tarafsız yorumlar önce dikkatlice incelenmeli ve değerlendirilmelidir. İçeriğinde uygunsuz, hassas, Üniversite hakkında yanlış ve/veya yanıltıcı bilgilerin bulunduğu ifadelerle bakılarak, bu yorumların kaldırılma hakkı Nişantaşı Üniversitesine aittir. Öfke, nefret, hakaret unsurları içeren yorumlar kaldırılmalıdır.

6.11.4. Öğrenciler Arasındaki Diyaloglar: Bu hassas bir konu olduğundan ayrıntılı bir şekilde incelenmeli ve Öğrenci Dekanlığı ile iletişime geçilmelidir. İstanbul Nişantaşı Üniversitesi'ndeki olumlu durum/eleşiri ile ilgili yapılan sohbet ve yorumlara izin verilmelidir. Öfke, nefret, hakaret unsurları içeren gönderiler kaldırılmalıdır. Silinen gönderiyle ilgili gerekçe sorulduğunda İstanbul Nişantaşı Üniversitesi sosyal medya kurallarına uymadığı belirtilmelidir.

6.11.5. İstanbul Nişantaşı Üniversitesi Hakkında Olumsuz Yorumlar

İstanbul Nişantaşı Üniversitesi mensubu olmayan kişi veya grupların yaptıkları yorumlar dikkatle okunmalı ve takip edilmelidir. Bu konuda Kurumsal İletişim Koordinatörlüğü bilgilendirilmelidir. Bu tür yorumlar karalama amacı gütmeyişi ve öfke, nefret, hakaret unsurları içermeyişi sürece kalmalıdır. Yorum veya gönderinin sahibi belirlenip, o kişi ile özel olarak görüşülmeli ve bu soruna nasıl bir çözüm önerisi olduğu öğrenilmelidir.

6.11.6. Önemli Gün ve Haftalar: Önemli gün ve haftaları kutlamak üzere Kurumsal İletişim Koordinatörlüğü iş birliği ile ortak bir plan hazırlanıp uygulanmaktadır.

6.11.7. Felaketler, Terör Saldırıları ve Sosyal Olaylar: Üst yönetimin bilgisi dahilinde sosyal medya ağlarından aksi bir karar çıkmadığı sürece hiçbir iletişim yapılmaması gerekir. Bu konuda bilgi Kurumsal İletişim Koordinatörlüğü'nden gelir.

6.11.8. Hakaret: Sosyal medya ağları üzerinden yapılmış ve kişiye/gruba zarar veren yorumlar derhal kaldırılmalıdır.

6.11.9. Taciz ve Gizlilik: Sosyal medya ağları üzerinden açıkça kişi ve/veya grupları taciz eden ve gizlilik içeren bilgilerini (telefon numaraları, adres bilgileri vb.) paylaşan gönderiler kaldırılır.

Hazırlayan	Kontrol Eden	Onaylayan	Yayın Onayı
Kurumsal İletişim Koordinatörü	Genel Sekreter	Rektör Yardımcısı	Rektör
İmza	İmza	İmza	İmza

SOSYAL MEDYA YÖNETİM PROSEDÜRÜ

6.11.10. Hukuki Davalara İlişkin Gönderiler: Davalar hakkında detay, yorum veya herhangi bir şey içeren gönderiler hemen kaldırılmalıdır. Bu bütün geçmiş veya gelecek davaları kapsar.

6.11.11. Irk, Din, Cinsiyet, Azınlık Grupları ve Engellilere Yönelik Söylemler: Herhangi bir kişi ve/veya grupla ilişkili hakaret içeren gönderilere izin verilmez. Bu tür içeriklerle gönderide bulunan kullanıcı engellenir ve kullanıcı ile ilgili sosyal medya ağlarına şikâyetle bulunulur.

6.11.12. Kamusal Korku ve Tehdit Söylemleri: Kamusal korku, terör tehdidi veya başka bireylere karşı tehdit içeren herhangi bir gönderi derhal İstanbul Nişantaşı Üniversitesi İletişim ve Güvenlik birimlerine bildirilmelidir. Gönderi silinmeden önce kullanıcının linki ve yorumun ekran görüntüsü alınmalıdır.

6.11.13. Şiddet, Uyuşturucu: Bu tür içerikler kullanıcının linki ve ekran görüntüsü alındıktan sonra silinmelidir.

6.11.14. Reklam: Eğer gönderi bir ürün ya da servisin reklamını içeriyorsa, içerik kaldırılmalıdır.

6.11.15. İntihar Girişimi & Kendine Zarar Verme Söylemleri: Eğer bir kullanıcı, intihardan bahseden, intihar girişimi ya da kendine zarar verme içeriği taşıyan bir gönderide bulunursa, aşağıdaki adımlar izlenmelidir. Bu gönderiyi yapan kişiye hem sayfada hem de özel mesaj atarak cevap verilmelidir. Orijinal gönderinin ekran görüntüsü alınmalıdır. İletişim, Güvenlik ve diğer ilgili birimler ile iletişime geçilir, kullanıcı hakkında tüm detaylar paylaşılır. Aşağıda gönderiyi yapan kişiye iletilecek örnek bir mesaj yer almaktadır.

Örnek mesaj: Sevgili x y, senin olduğun yere doğru yönlendirdiğimiz yetkililer sana yardım etmek için yanına gelene kadar sakın olmanı rica ediyoruz. Yerini daha kolay tespit edebilmeleri için bulunduğun yerde kalmanı rica ederiz.

6.11.16. Yabancı Dilde Yapılan Gönderiler: Yabancı dilde girilen gönderiler, aynı dilde cevaplandırılır.

6.11.17. Tıbbi Tartışmalar: Kullanıcılar kişisel sağlık problemleriyle alakalı tartışabilirler, buna rağmen detaylı ve tıbbi teşhis içeren konuşmalara izin verilmemelidir.

6.12. KAYITLAR: Sosyal medya temsilcileri, kendi hesapları ile ilgili tüm raporların tasnifi, takibi, sosyal medya hesapları üzerinden gelen soruların yanıtlarını ve cevaplarını kayıt altında tutmak ve bilgilendirmek ile yükümlüdür. Kurumsal İletişim Koordinatörlüğü excel liste üzerinde her gün çıkılan postları, görselleri saatleri ile birlikte kayıt altına almaktadır.

Hazırlayan	Kontrol Eden	Onaylayan	Yayın Onayı
Kurumsal İletişim Koordinatörü	Genel Sekreter	Rektör Yardımcısı	Rektör
İmza	İmza	İmza	İmza

SOSYAL MEDYA YÖNETİM PROSEDÜRÜ

7. İLGİLİ DÖKÜMANLAR: -

8. REFERANS DOKUMANLAR: -

Hazırlayan	Kontrol Eden	Onaylayan	Yayın Onayı
Kurumsal İletişim Koordinatörü	Genel Sekreter	Rektör Yardımcısı	Rektör
İmza	İmza	İmza	İmza