

ERCIYES ÜNİVERSİTESİ SOSYAL MEDYA POLİTİKASI

Erciyes Üniversitesi Rektörlüğü tarafından ortaya konan bu sosyal medya politikasının temel amacı Erciyes Üniversitesi bünyesinde faaliyet gösteren akademik ve idari tüm birimlerin (bundan sonra “birimler” olarak adlandırılacaktır) resmi sosyal medya hesaplarında gerçekleştirdikleri iletişim faaliyetlerindeki temelleri ortaya koymak, üniversitemizin kurumsal kimliğini ve itibarını korumak, sosyal medya ortamlarında sağlıklı, şeffaf ve tutarlı bir iletişim yönetimi sağlamaktır. Politika aynı zamanda üniversitemizin akademik, idari personel ve öğrencilerinin sosyal medya platformlarındaki sorumluluklarını açıkça ortaya koyarak; bilinçli, etik ve etkili kullanımını teşvik etmeyi amaçlamaktadır.

Sosyal medya platformları, günümüzde kurumların paydaşlarıyla doğrudan iletişim kurdukları, etkin bir şekilde bilgi paylaştıkları ve kamuoyu algısını yönetebildikleri önemli mecralardır. Birimlerin sosyal medya faaliyetlerini nasıl yönetmeleri gerektiği bu politika temelinde ortaya konmaktadır. Nitekim birimlerin sosyal medya hesapları aracılığıyla gerçekleştirdiği her türlü iletişim faaliyeti; birimlerin olduğu kadar Üniversitemizin de kurumsal itibarı, güvenilirliği ve paydaşlarla olan ilişkilerini doğrudan etkilemektedir.

Bu bağlamda hazırlanan sosyal medya politikası;

- Birimlerin iletişim stratejilerine uygun hareket edilmesini,
- Sosyal medya kullanımında standart ve tutarlı bir yaklaşım sergilenmesini,
- Sorun ve kriz durumlarında hızlı ve koordineli hareket edilmesini,
- Üniversitemizin temel etik değerleri ve kurumsal duruşunun net olarak yansıtılmasını sağlamaktadır.

Birimlerin sosyal medya platformlarında gerçekleştirdiği tüm iletişim faaliyetlerinde aşağıda belirtilen temel ilkeleri ve etik değerleri benimsemeleri gerekmektedir. Birimler adına sosyal medya iletişimi yürüten kişilerin bu değerlere uygun hareket etmesi beklenmektedir.

Üniversitemizin temel değerleri: Birimlerin sosyal medya hesaplarında paylaşılacak her türlü içerik; Üniversitemizin misyonu, vizyonu, temel değerleri ve kurumsal imajıyla tutarlı olmalıdır. Bu kapsamda paylaşımlar akademik mükemmeliyet ve bilimsel doğruluğu, toplumsal sorumluluğu ve sosyal duyarlılığı, çeşitliliğe, eşitliğe ve kapsayıcılığa saygıyı, şeffaflık, hesap verebilirlik ve katılımcılığı desteklemelidir.

Şeffaflık, dürüstlük ve hesap verebilirlik ilkeleri: Birimlerin sosyal medya hesaplarında yapılan tüm paylaşımlarda doğruluk ve dürüstlük esastır. Kurumumuz adına sosyal medya platformlarında paylaşılan bilgilerin açık, net ve anlaşılır olması sağlanmalı; bilgi eksikliği, yanlış yönlendirme veya yanıltıcı ifadelerden kaçınılmalıdır. Yapılan hatalı

paylaşımlar fark edildiği anda şeffaf bir biçimde düzeltilmeli, gerekirse ilgili paydaşlara bilgi verilmelidir.

İnsan haklarına ve farklılıklara saygı ilkesi: Üniversitemiz; her türlü ayrımcılığı reddeden, çeşitliliği ve çok kültürlülüğü benimseyen bir kurumdur. Birimler sosyal medya hesaplarında paylaşım ve etkileşimler gerçekleştirilirken dil, din, ırk, cinsiyet, cinsel yönelim, engellilik veya diğer kişisel özelliklere ilişkin herhangi bir ayrımcı, aşağılayıcı veya dışlayıcı ifade kullanmamalı; toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda duyarlı olmalı, cinsiyetçi dil ve söylemlerden kaçınmalı; insan hakları ve kişilik haklarını ihlal eden paylaşımlardan titizlikle uzak durmalıdır.

Tarafsızlık ve objektiflik ilkesi: Birimler sosyal medya hesaplarında siyasi, dini veya ideolojik açıdan tarafsız ve objektif olmalıdır. Birimlerin sosyal medya iletişimini yürüten kişiler, Üniversitemizin saygınlığına gölge düşürebilecek politik tartışmalardan kaçınmalı, kurumumuzu siyasi tartışmaların içine çekecek her türlü paylaşımdan uzak durmalıdır.

Gizlilik ve mahremiyete saygı ilkesi: Sosyal medya paylaşımlarında Üniversitemiz mensuplarının ve paydaşların kişisel verilerinin korunması esastır. İzin alınmadan üçüncü kişilere ait kişisel bilgiler, görüntüler veya özel içerikler paylaşılmamalı, bu konuda KVKK (Kişisel Verilerin Korunması Kanunu) başta olmak üzere ilgili yasal düzenlemelere kesinlikle riayet edilmelidir.

Akademik ve mesleki etik değerlere bağlılık: Birimlerin sosyal medya hesaplarında akademik dürüstlük ve meslek etiğine uygun davranılmalıdır. Paylaşılan bilimsel bilgilerin kaynakları belirtilmeli, intihal veya telif hakkı ihlallerine asla yer verilmemelidir.

1. HESAP ADI, YÖNETİMİ ve YETKİLENDİRME

Birimlerin kurumsal sosyal medya hesaplarının yönetimi, yetkilendirilmesi ve denetlenmesine ilişkin süreçler aşağıdaki esaslara uygun şekilde yürütülmektedir:

Hesap adı: Erciyes Üniversitesi'nin hangi birimine ait olduğu açıkça anlaşılacak şekilde yapılandırılmalıdır. Örneğin İletişim Fakültesi'ne ait bir hesap adı @erciyesiletisim, @erciyesuniiletisim ya da @erciyesuni1978iletisim olabilir. Hesap adlarının belirlenmesinde mümkün olduğunca kısaltmadan kaçınılmalı ve "Erciyes" ibaresinin geçmesine dikkat edilmelidir. Yine de kısaltma kullanmak mecburiyetinde kalındıysa hesap adı @eruiletisim olabilir. "euiletisim", "eruniletisim" gibi kısaltmalar uygun değildir zira üniversitemizin tek kısaltması "ERÜ" şeklindedir. Bunun dışındaki hiçbir kısaltma kullanılmamalıdır. Ayrıca "-", "_", "@" gibi karakterlerin kullanımından da kaçınılmalıdır.

Hesap adı tüm sosyal medya mecralarında birbiriyle aynı olmalıdır. Örneğin Instagram hesabı @erciyesiletisim olarak açılmışsa Twitter, Facebook, LinkedIn, vb. hesaplar da @erciyesiletisim olarak açılmalıdır. Bu nedenle hesap adı belirlenirken tüm mecralarda ismin alınabilirliği kontrol edilerek açılmalıdır.

Profil yapılandırılırken Üniversitemizin kurumsal kimlik standartlarına dikkat edilmelidir. Hesapların profil fotoğrafı olarak Üniversite senatosunda onaylanmış logo kullanılmalıdır.

Belirlenen hesap adları (örn. @erciyesiletisim) birimin tüm iletişim çalışmalarında (web sitesi, afiş, broşür, duyuru, ilan katalog, kartvizit, vb.) yer almalıdır.

Şifre ve güvenlik politikası: Birimin resmi sosyal medya hesaplarının güvenliği öncelikli konudur. Bu nedenle hesaplara ilişkin şifreler güçlü, karmaşık ve tahmin edilmesi zor olmalıdır (büyük-küçük harf, rakam, özel karakter içermeli). Hesap şifreleri periyodik olarak (örneğin 3 veya 6 ayda bir) güncellenmelidir. Sosyal medya hesaplarının şifreleri yetkisiz kişilerle kesinlikle paylaşılmamalı, şifre güvenliğine ilişkin oluşabilecek risklere karşı gerekli önlemler alınmalıdır. Hesapların güvenliğini artırmak amacıyla, tüm resmi sosyal medya hesaplarında iki faktörlü kimlik doğrulama (two-factor authentication) yöntemlerinin aktif olarak kullanılmasına özen gösterilmelidir.

Yetki ve Sorumluluklar: Birim adına sosyal medya hesaplarını yöneten kişi ya da kişilerin yetki ve sorumlulukları açıkça tanımlanmalı ve yazılı olarak kayıt altına alınmalıdır. Her sosyal medya hesabı için içerik üretimi, paylaşımı, moderasyon ve kriz yönetiminden sorumlu kişi ya da kişiler belirlenmelidir. Sosyal medya hesapları üzerinde paylaşım yetkisine sahip kişi ya da kişiler, bu hesapların şifre güvenliğinden ve içeriklerin uygunluğundan doğrudan sorumludur. Sosyal medya hesaplarında yönetici veya editör olarak görev alan kişi ya da kişiler, bu politika metnini kabul etmiş sayılır ve belirtilen esaslara uygun hareket etmek zorundadır.

Denetim ve kontrol: Birimlerin sosyal medya hesapları Kurumsal İletişim Koordinatörlüğü tarafından denetlenir ve değerlendirilir. Politika ihlali tespit edilmesi durumunda, ilgili birim veya sorumlu kişiler uyarılır, gerekli düzeltici işlemler yapılır. İhlalin devam etmesi durumunda ise yetkilendirme gözden geçirilir.

2. İÇERİK ÜRETİMİ ve PAYLAŞIMI

Üniversitemizin resmi sosyal medya hesaplarında üretilecek ve paylaşılacak içerikler, aşağıdaki esaslar doğrultusunda hazırlanmalı ve yayınlanmalıdır:

İçerik türleri: Birimlerin sosyal medya hesaplarında aşağıdaki içerik türleri paylaşılabilir:

- *Birimle ilgili haberler ve duyurular:* Eğitim-öğretim faaliyetleri, akademik başarılar, araştırma projeleri, önemli toplantılar, etkinlik ve organizasyonlar gibi kurumsal gelişmeler;
- *Başarı hikâyeleri:* Akademisyen, öğrenci ve mezunlara ait başarı öyküleri, ödüller ve öne çıkan projeler;
- *Etkinlik ve organizasyon duyuruları:* Konferans, seminer, panel, atölye çalışması, sosyal sorumluluk etkinlikleri gibi duyurular;
- *Tanıtım ve bilgilendirme içerikleri:* Bölümler, programlar, üniversiteye dair tanıtıcı bilgiler, öğrenci yaşamı, kampüs imkânları ve akademik fırsatlar;
- *Sorun, kriz ve acil durum bilgilendirmeleri:* Beklenmeyen durumlarda hızlı ve doğru bilgilendirme amaçlı içerikler;
- *Eğitici ve bilgilendirici içerikler:* Üniversitenin akademik uzmanlığını öne çıkaran, toplum faydasını gözetken eğitici içerikler;

- *Toplumsal duyarlılık içerikleri:* Sosyal sorumluluk projeleri ve farkındalık kampanyaları.

İçeriklerin doğruluğu ve güncelliği: Üniversitemizin resmi hesaplarından paylaşılan tüm bilgilerin doğruluğu ve güncelliği büyük önem taşımaktadır. O nedenle birimlerin sosyal medya hesaplarında paylaşılan bilgiler her zaman doğrulanmalı ve güncel tutulmalıdır. Duyuru ve haberlerin, içeriğin hedef kitlesine zamanında ve güncel olarak ulaştırılması esastır fakat yanlış veya eksik bilgi paylaşımı tespit edilirse mümkün olan en kısa sürede düzeltilmeli, gerekirse özür ve düzeltme mesajı yayınlanmalıdır.

Dil ve üslup kuralları: Sosyal medya içeriklerinde kullanılan dil ve üslup, Üniversitemizin kurumsal kimliğine uygun, saygın ve profesyonel olmalıdır. Paylaşımlarda anlaşılır, sade, açık ve doğru bir dil kullanılmalıdır. İçerikler samimi ama resmi bir dil ile, nazik, yapıcı ve pozitif bir tonla hazırlanmalıdır. İmla ve dilbilgisi kurallarına titizlikle uyulmalı, hatalı ifadelerden kaçınılmalıdır. Dil kullanımında her türlü ayrımcı, aşağılayıcı veya incitici söylemden kaçınılmalıdır.

Görsel kullanım standartları: Birimin resmi sosyal medya hesaplarında paylaşılan görsellerin Üniversitemiz kurumsal kimlik standartlarına ve Üniversitemiz Senatosu tarafından belirlenen birim logo tasarımına uygun olması esastır. Birim logosu, kurumsal renkler ve kimlik unsurları doğru, tutarlı ve güncel kullanılmalıdır. Görseller yüksek çözünürlükte, kaliteli ve telif hakları açısından uygun olmalıdır. Birim öğrencilerine, akademik ve idari personeline ait görseller, izin alınarak kullanılmalıdır. Görseller üzerinde aşırı efektler, filtreler veya görsel karmaşaya neden olacak uygulamalardan kaçınılmalıdır.

Telif hakları ve kaynak gösterimi: Paylaşılan içeriklerde telif haklarına saygı gösterilmelidir. Üçüncü taraflardan alınan metin, fotoğraf, video, grafik gibi içeriklerde mutlaka kaynak belirtilmeli, izin alınarak paylaşılmalıdır. İzinsiz veya kaynağı belirsiz materyal kullanılmamalıdır. Üniversitemizin kendi üretimi olan içeriklerde telif hakkının üniversiteye ait olduğu kaynak gösterilerek belirtilmelidir.

3. ETKİLEŞİM VE MODERASYON

Birimlerin sosyal medya hesaplarında hedef kitle ile sağlıklı, etkili ve pozitif bir etkileşimin sürdürülmesi, moderasyon süreçlerinin profesyonelce yönetilmesi esastır. Sosyal medya hesaplarında kullanıcılarla iletişim kurarken ve hesapların moderasyonu yapılırken aşağıdaki unsurlara dikkat edilmelidir:

Bahsetme (mention) ve hashtagler: Birimler sosyal medya hesapları üzerinden içeriklerini paylaşırken o içerikte mutlaka Üniversitemizin kurumsal sosyal medya hesabını (@erciyesuni1978) etiketlemelidir. Ayrıca #ErciyesÜniversitesi ve #ErciyesUni1978 hashtagleri de metne eklenmelidir. Böylelikle birimin yaptığı içerikler Üniversitemiz sosyal medya hesaplarından da paylaşılabilecek ve içerik çok daha fazla kişiye yayılarak etkileşim artabilecektir.

Kullanıcılarla etkileşim kuralları: Birimlerin sosyal medya hesapları üzerinden gerçekleştirilen tüm kullanıcı etkileşimleri, üniversitemizin kurumsal değerleri ve iletişim prensiplerine uygun şekilde yürütülmelidir. Kullanıcıların soruları, yorumları ve

mesajlarına zamanında, nazik, net ve ilgili yanıtlar verilmelidir. Tüm yanıt ve etkileşimlerde profesyonel ve olumlu bir dil kullanılmalıdır. Kullanıcılardan gelen olumlu geri bildirimler, teşekkür mesajları ve tebrik yorumları içtenlikle yanıtlanmalıdır. Kullanıcı şikâyetleri ve sorunları ciddiye alınmalı, çözüme yönelik hızlı geri dönüş yapılmalıdır. Daha detaylı çözüm gerektiren durumlarda ilgili birimlere yönlendirme yapılmalı ve süreç takip edilmelidir.

Negatif yorum ve kriz anlarında müdahale yöntemleri: Birimlerin sosyal medya hesaplarında yer alan negatif yorumlar kaldırılmamalı, dikkatle değerlendirilerek uygun şekilde yanıtlanmalıdır. Bu yorumlar ve eleştiriler yapıcı bir dille ve profesyonel şekilde yanıtlanmalı, kullanıcıyla tartışmaya girilmemelidir. Ciddi eleştiriler veya şikâyet içeren durumlarda kullanıcılara gerekli bilgilendirme yapılarak doğrudan iletişim kanallarına (mesaj, e-posta, telefon vb.) yönlendirme sağlanmalıdır. Asılsız suçlama, ağır hakaret veya karalama amaçlı yorumlar, sosyal medya ekibince değerlendirilerek gerekirse kaldırılmalı veya gizlenmelidir.

Sosyal medya hesaplarında bilinçli olarak provokasyon amaçlı veya rahatsız edici içerik paylaşan hesaplar (troller) ile zaman zaman karşılaşmaktadır. Özellikle provokatif, yanıltıcı veya manipülatif yorumlar dikkatle değerlendirilerek hızlıca yanıtlanmalı, tartışmadan uzak kalınmalıdır. Birimin kurumsal duruşuna ve itibarına zarar verecek şekilde sürekli provokatif yorum yapan veya polemik yaratan kullanıcılar öncelikle uyarılmalı, bu tutumun devam etmesi hâlinde yorumları gizlenmeli veya silinmeli, gerekirse hesaplar engellenmelidir. Provokatif durumların yayılmasını engellemek için ise gerektiğinde yorum veya mesaj bölümleri kısa süreliğine kapatılabilir.

İçerikler ya da yorumlar ancak aşağıda belirtilen kriterlere sahip ise sosyal medya hesaplarından kaldırılmalı veya gizlenmelidir:

- Küfür, hakaret, ayrımcı söylemler veya nefret içerikli mesajlar;
- Şiddet çağrısı veya tehdit içeren yorumlar;
- Kişisel gizliliği veya kişilik haklarını ihlal eden içerikler;
- Hukuki olarak suç teşkil eden veya üniversitenin itibarına zarar verecek türden içerikler;
- Reklam, spam ve ticari amaç taşıyan paylaşımlar.

Moderasyon yetkisi ve sorumlulukları: Sosyal medya hesaplarının moderasyonu, kurumsal iletişimden sorumlu birim veya bu birim tarafından yetkilendirilmiş kişiler tarafından yapılmalıdır. Moderatörler, politika metnine hâkim ve moderasyon süreçleri konusunda bilgili/eğitilmiş olmalıdır. Moderasyon yetkisine sahip kişiler, içerik kaldırma, yorum silme, hesap engelleme gibi işlemleri objektif ve tutarlı kriterlere göre uygulamalıdır. Moderasyon işlemlerinin kayıtları tutulmalı, moderasyon kararları gerektiğinde raporlanabilmelidir. Öte yandan birimlerin moderasyon politikası, sosyal medya hesaplarının ilgili alanlarında veya web sitesinde şeffaf bir biçimde paylaşılmalı, kullanıcıların hangi tür içeriklerin kaldırılabilirliği ve hangi durumlarda müdahale edileceği konusunda bilgi sahibi olması sağlanmalıdır.

4. SOSYAL MEDYADA ERİŞİLEBİLİRLİK

Üniversitemiz, sosyal medya ortamlarında paylaşılan içeriklerin herkes tarafından eşit, adil ve kolay erişilebilir olması ilkesini benimser. Özellikle engelli bireylerin sosyal medya platformlarındaki paylaşımlara tam ve engelsiz bir şekilde erişimini sağlamak amacıyla birimler aşağıdaki standartlara dikkat etmelidir:

Alternatif metin (alt metin) kullanımı: Sosyal medyada paylaşılan tüm görseller (fotoğraf, grafik, diyagram, tablo vb.) görme engelli kullanıcılar için anlamlı, kısa ve net bir biçimde tanımlanmış alternatif metinlerle desteklenmelidir. Alternatif metinler, görselin içeriğini ve bağlamını doğru şekilde yansıtmalı, gereksiz ayrıntılar içermemelidir.

Altyazı ve işitme engelliler için içerik yönetimi: Birimlerin sosyal medya hesaplarında paylaşılan video içerikleri, mümkün olduğunca işitme engelli kullanıcılar için anlaşılır ve senkronize edilmiş altyazılar içermelidir. Podcast ve ses içeriklerinin mümkün olduğunca yazılı transkriptleri sunulmalıdır. Canlı yayınlarda mümkün olduğunca işaret dili tercümesi veya eşzamanlı altyazı kullanılarak erişilebilirlik sağlanmalıdır.

Okunabilirlik ve renk kullanımı: Paylaşılan metin ve grafik içeriklerinde, okunabilirliği artırmak için yüksek kontrastlı renk kombinasyonları kullanılmasına özen gösterilmelidir. Karmaşık fontlardan kaçınılmalı, okunaklı yazı tipleri tercih edilmelidir. Grafiklerde renk tek başına anlam ifade etmemeli, gerektiğinde şekil, sembol veya metinsel açıklamalarla desteklenmelidir.

Erişilebilir dil kullanımı: İçerikler açık, basit ve anlaşılır bir dille hazırlanmalı, zor veya karmaşık terminolojiden mümkün olduğunca kaçınılmalıdır. Kısaltmalar ve teknik terimlerin açıklamaları gerektiğinde eklenmelidir. Paylaşılan duyuru ve önemli bilgiler, herkes tarafından kolayca anlaşılabilir olmalıdır. Öte yandan, sosyal medya erişilebilirlik standartları da düzenli olarak gözden geçirilmeli, kullanıcı geri bildirimleri doğrultusunda sürekli olarak iyileştirilmelidir. Kullanıcıların erişilebilirlik ile ilgili talepleri veya geri bildirimleri hızlıca değerlendirilmeli ve gerekli iyileştirmeler yapılmalıdır.

5. SORUN, KRİZ VE ACİL DURUMLARDA İLETİŞİM

Birimlerin sosyal medya hesaplarında ortaya çıkabilecek sorun, kriz ve acil durumlarda iletişimin etkin, şeffaf ve hızlı yürütülmesi hayati önem taşımaktadır. Kriz ve acil durumlar; üniversitemizin itibarını tehdit eden, paydaşları doğrudan etkileyen, sosyal medyada negatif algı yaratabilecek veya kurum faaliyetlerini olumsuz etkileyebilecek ani ve beklenmeyen gelişmeler olarak tanımlanabilir. Üniversitemiz mensuplarına ilişkin olumsuz olaylar, sosyal medyada hızla yayılan asılsız haberler veya yanlış bilgiler ya da Üniversitemizin itibarını zedeleyici içerikler ve olumsuz yorumlar sorun, kriz ve acil durum kapsamında değerlendirilebilir. Böyle durumlarda sorun/kriz durumunun tespiti hızla yapılarak durum değerlendirilmeli, birimdeki iletişimden sorumlu ekip toplanmalı, mümkün olan en kısa sürede birimin resmi sosyal medya hesaplarından kısa ve net bir ilk açıklama yapılmalı, paydaşlar düzenli olarak bilgilendirilmeli ve sorun/kriz durumu kontrol altına alındığında veya sona erdiğinde, durumu özetleyen son bir açıklama ile süreç kapatılmalıdır.

Kriz durumlarında kullanılan dil ve üslup, krizin yönetilmesi açısından kritik öneme sahiptir. Bu nedenle açıklamalar açık, anlaşılır, sakın ve şeffaf bir dille yapılmalıdır. Paylaşımlar empati içermeli ve kurumun paydaşlarına verdiği önemi net şekilde ifade etmelidir. Kriz anlarında savunmacı, suçlayıcı veya tartışmacı bir dil kesinlikle kullanılmamalıdır.

6. PERSONEL VE ÖĞRENCİLERİN SOSYAL MEDYA KULLANIMI

Birim akademik personeli, idari personeli ve öğrencilerinin sosyal medya kullanımı sırasında dikkat etmesi gereken birtakım temel prensipler ve sorumluluklar aşağıdaki şekilde sıralanmıştır:

Personelin sosyal medya kullanımına ilişkin esaslar: Birimlerin akademik ve idari personeli, sosyal medya platformlarında kişisel veya mesleki paylaşımlar yaparken Üniversitemizin kurumsal kimliğini ve saygınlığını göz önünde bulundurmalıdır. Personel, kişisel hesaplarından yaptığı paylaşımlarda gerekiyorsa Üniversitemizi temsil etmediğini açıkça ifade etmelidir. Kişisel görüşlerini ifade ederken, üniversiteyi bağlayıcı nitelikte yorumlar yapmaktan kaçınılmalıdır. Personel, paylaşımlarında üniversitenin itibarını zedeleyecek, kişisel veya kurumsal gizlilik ilkelerini ihlal edecek içeriklerden kaçınmalıdır. Ayrıca bilimsel paylaşımlarda akademik etik ilkelere uygun davranmalı, intihal veya yanıltıcı bilgilerin paylaşımından uzak durmalıdır.

Öğrencilerin sosyal medya kullanımına ilişkin esaslar: Birimde öğrenim gören öğrenciler, sosyal medya kullanımı sırasında Üniversitemizin değerlerine uygun hareket etmek ve sorumluluklarını yerine getirmek durumundadır. Öğrenciler kişisel sosyal medya paylaşımlarında üniversite adını ve logosunu kullanarak üniversite adına paylaşım yapıyormuş gibi bir algı yaratmamalıdır. Sosyal medya platformlarında üniversiteyle ilgili bilgileri paylaşırken doğruluk ve etik kurallara dikkat edilmeli, yanlış bilginin yayılmasına neden olunmamalıdır. Öğrenciler, Üniversitemizde düzenlenen etkinlikler, faaliyetler ve eğitim ortamlarına ilişkin gizli ve kişisel bilgileri izinsiz paylaşmamalıdır. Öğrenciler sosyal medya üzerinde diğer öğrenciler, personel ve kurumlarla ilişkilerinde saygılı, hoşgörülü ve yapıcı bir dil kullanmalıdır.

Üniversiteyi temsil ederken sosyal medya kullanımı: Üniversitemiz personel ve öğrencileri; konferans, etkinlik, yarışma veya proje gibi durumlarda üniversiteyi resmi olarak temsil ederken sosyal medyada paylaşacağı içeriklerde Üniversitenin değerleri, etik ilkeleri ve itibarına özen göstermeli, saygın ve profesyonel bir dil kullanmalıdır. Paylaşımlarda Üniversitenin resmî görselleri veya logoları kullanılacaksa, önceden Kurumsal İletişim Koordinatörlüğü'nün bilgisi ve izni alınmalıdır. Üniversitenin temsil edildiği durumlarda kişisel görüşlerin, kurumun resmi görüşü gibi yansıtılmasından kaçınılmalıdır.

7. HUKUKİ SORUMLULUKLAR VE YASAL DÜZENLEMELER

Birimlerin sosyal medya hesaplarının kullanımında ve yönetiminde, hukuki sorumluluklar ve yasal yükümlülüklerle titizlikle uyulması zorunludur. Bu doğrultuda sosyal medya faaliyetleri yürütülürken aşağıdaki hukuki esaslar dikkate alınmalıdır:

Telif hakları ve fikri mülkiyet haklarına saygı: Üniversitemiz sosyal medya hesaplarında paylaşılan tüm içeriklerde telif hakları ve fikri mülkiyet hakları konusunda hassasiyet gösterilmelidir. Başka kişi veya kurumların ürettiği içerikler (fotoğraf, video, grafik, yazı vb.), açık izin veya lisans alınmadan paylaşılmamalıdır. Paylaşılan içeriklerde, üçüncü taraflara ait içerik kullanılıyorsa mutlaka kaynak gösterilmeli ve alıntı yapma kurallarına dikkat edilmelidir. Birime ait içerikler de benzer şekilde korunmalı, üçüncü kişilerin izinsiz kullanımı engellenmelidir.

Kişisel verilerin korunması kanunu (KVKK): Birim, sosyal medya hesapları üzerinden yapılan tüm faaliyetlerde 6698 sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu ve ilgili mevzuata uymak zorundadır. Sosyal medya hesapları aracılığıyla kişisel veri toplanırken, kullanılırken veya paylaşılırken yasal yükümlülükler yerine getirilmelidir. Kişisel veriler açıkça izin alınmadıkça üçüncü kişilerle paylaşılmamalıdır. Kişisel veri ihlali durumunda Kurumsal İletişim Koordinatörlüğü ivedilikle bilgilendirilmeli ve yasal süreçlere uygun hareket edilmelidir.

Basın ve yayınlara ilgili yasal düzenlemeler: Birimlerin sosyal medya hesaplarında paylaşılan içeriklerin, basın ve yayın mevzuatına ve etik kurallara uygun olması zorunludur. Sosyal medya paylaşımlarında gerçek dışı, yanıltıcı veya manipülatif içeriklere yer verilmemelidir. Sosyal medya platformları üzerinden suç teşkil eden, toplumsal barışı bozan, kamu düzenini tehdit eden veya ahlaki değerlere aykırı içeriklerden kaçınılmalıdır. Paylaşılan içeriklerin doğruluğu, güncelliği ve güvenilirliği sağlanmalıdır.

Hakaret, iftira ve kişilik hakları: Birimlerin sosyal medya hesaplarında paylaşılan içerikler, herhangi bir kişi veya kurumu hedef alan hakaret, iftira veya karalama niteliği taşımamalıdır. Paylaşımlarda kişilik hakları ve özel hayatın gizliliği korunmalı, hiçbir kişi veya kurum hakkında hakaret içerikli söylemler kullanılmamalıdır. Sosyal medya hesaplarında herhangi bir kişi veya kurum hakkında suçlayıcı, asılsız veya itham edici içeriklerden kaçınılmalıdır. Birimlerin hesaplarında paylaşılan yorumlar ve kullanıcı içerikleri bu açıdan düzenli olarak kontrol edilmeli ve bir şekilde daha önce paylaşılmış fakat uygun olmayan içerikler hızlıca kaldırılmalıdır.

Birimler sosyal medya hesaplarının kullanımından kaynaklanabilecek hukuki riskleri azaltmak için sosyal medya içerikleri paylaşılmadan önce hukuki açıdan gözden geçirilmeli, gerektiğinde Kurumsal İletişim Koordinatörlüğünden ve Hukuk Müşavirliğinden görüş alınmalıdır. Sosyal medya platformlarında yaşanabilecek hukuki sorunlara karşı düzenli takip ve denetim yapılmalıdır.