



NORTH-WEST UNIVERSITY
YUNIBESITI YA BOKONE-BOPHIRIMA
NOORDWES-UNIVERSITEIT
INSTITUTIONAL OFFICE

Sosialemedia-riglyne vir NWU-personeel en -studente

| | |
|--|---|
| Verwysingsnommer | 6Pr-6.2.3.2.1_sosialemedia-riglyne |
| Verantwoordelike uitvoerende bestuurder | Uitvoerende Direkteur: Korporatiewe Sake en Verhoudinge |
| Eienaar van riglyne | Direkteur: Korporatiewe Kommunikasie |
| Verantwoordelike afdeling | Korporatiewe Kommunikasie |
| Status | Goedgekeur |
| Goedgekeur deur | Elektroniese Kommunikasie Forum |
| Datum van goedkeuring | 3 Junie 2011 |
| Wysigings | N.v.t. |
| Datum van wysigings | N.v.t. |
| Hersieningsdatum | 2012 |



Sosialemedia-riglyne vir NWU-personeel en -studente

1 Riglyne vir deelname aan sosiale media en vir internetplasings

- Deelname aan sosiale media / internetplasings geld vir enigiemand wat gebruik maak van die volgende: multimedia- en sosialenewerk-webwerwe soos: MySpace, Facebook, Twitter, Yahoo! Groups, YouTube, LinkedIn, blogs, persoonlike blogs, forums en wiki's soos Wikipedia en enige ander webwerf waar teks/kommentaar geplaas kan word.
- Selfs as u sosialemedia-aktiwiteite geheel en al buite u werksure plaasvind, soos dit hoort met u persoonlike aktiwiteite, kan dit wat u sê 'n uitwerking hê op u vermoë om u werksverantwoordelikhede na te kom, op u kollegas se vermoë om hulle werk te doen, en op die NWU se belange.

2 Sosialemedia-woordskrywings

- Blad – alleenstaande bladsy, lyk soos die profielbladsy van 'n persoon, maar is ontwerp vir 'n entiteit eerder as 'n individu; volgelinge staan bekend as bewonderaars ("fans").
- Groep – versameling persone met 'n gemeenskaplike doelwit.
- Saak – versameling persone met 'n gemeenskaplike ideaal, gewoonlik om fondse te werf.
- Persone – individuele mense wat 'n tuisblad-bywerklys en 'n profielblad kry.
- Plaas – om kommentaar op iemand se muur te skryf, staan bekend as "plasing".
- Muur – 'n plasing word gewoonlik op iemand se muur gedoen.
- Tweet – 'n plasing op Twitter wat uit 'n maksimum van 140 karakters bestaan.

3 Wat om te doen

- As u 'n naam uitdink vir u Facebook-blad, -groep of -saak, dink in die eerste instansie aan soekbaarheid. Soekenjins soos Google en Twitter se eie soekenjins sal rekenings opspoor op grond van, onder andere, sleutelwoordrelevansie. Kies iets voor-die-hand-liggend en relevant.
- Hou die grafika eenvoudig wanneer u die blad pasmaak.
- As u die NWU-logo wil gebruik, maak seker dat dit die korrekte weergawe van die logo is. Onderaan hierdie dokument is kontakbesonderhede van mense wat gekontak kan word.
- Wees eerlik oor u identiteit. Sê dat u 'n NWU-werknemer of student is wanneer u iets plaas of kommentaar lewer op iets wat met die NWU te doen het. Wees te alle tye deursigtig.
- As u voel dat u 'n waardevolle bydrae tot die bespreking kan lewer, maar onseker is, vra u toesighouer vir raad.
- Gebruik smaakvolle taal.
- Stel dit duidelik dat die menings wat deur u gelug word u eie menings is en nie noodwendig dié van die NWU nie.

- Onthou, enigiets wat op 'n sosialemedia-platform gesê word, is daar vir die hele wêreld om te sien. Respekteer alle individue, rasse, godsdienste en kulture.
- Onthou dat enigiets wat op die internet gepubliseer word, permanent is. Selfs as u dit sou uitvee, is die kans goed dat dit in 'n soekenjin se databasis geïndekseer sal word.
- As u enige inligting op die internet raakloop wat na u mening 'n amptelike reaksie van die NWU verg, kontak asb. die Institusionele Direkteur: Korporatiewe Kommunikasie (kontakbesonderhede onderaan hierdie dokument).
- Moniteer gereeld u sosialemedia-kanale.
- Hou by die tersaaklike beleide van die NWU.
- U is verantwoordelik vir u eie aksies. As u iets plaas wat potensieel die NWU se beeld kan skaad, sal dit uiteindelik u verantwoordelikheid wees. Ons moedig u aan om deel te neem aan die aanlyn sosiale media, maar doen terselfdertyd 'n beroep op u om dit reg te doen en u goeie oordeel en gesonde verstand te gebruik.
- Wees bedag op die vermenging van u werk- en persoonlike lewe. Aanlyn is mens se persoonlike- en werkspersoonlikhede geneig om vervleg te raak. Onthou dat personeel, kollegas, studente en belanghebbendes in baie gevalle toegang het tot aanlyn-inhoud wat deur u gegenereer word. Hou dit in gedagte wanneer u aanlyn inligting publiseer wat deur meer mense as net vriende en familie gesien kan word, en weet dat inligting wat oorspronklik net vir vriende en familie bedoel was, aangestuur kan word.
- Wees responsief: as iemand reageer op iets wat u gesê het, volg spoedig op (bv. binne 24 uur).
- Streef na akkuraatheid: maak seker van u feite en van spelling voordat u iets plaas.
- Hê 'n plan: departemente behoort hul boodskappe, gehore en doelwitte in gedagte te hou, sowel as 'n strategie daarvoor om inligting op sosialemedia-platforms op datum te hou.
- Fotografie: foto's wat op sosialemedia-platforms geplaas word, kan maklik deur besoekers toegeëien word. Beskerm u intellektuele eiendom deur 'n watermerk by te voeg of deur beelde teen 72 "dpi" te plaas.
- Gaan u sekuriteitsinstellings na op elke sosialemedia-platform: wie kan wat sien?
- Verseker beskerming van enige vertroulike inligting van werknemers, studente en belanghebbendes. Moenie sonder toestemming melding maak van iemand nie en maak seker dat u nie items soos ander mense se sensitiewe persoonlike inligting of besonderhede met betrekking tot die NWU se bedrywighede openbaar maak nie.
- Erken en respekteer ander mense se intellektuele eiendomsregte, met inbegrip van kopiereg.
- Reageer op kommentaar op 'n professionele manier wat die visie en missie van die NWU weerspieël.

4 Wat om nié te doen nie

- Vermy enige vorm van haatspraak. Die administrateur van die webblad sal versoek word om enige ongewenste opmerkings te verwyder.
- Moet onder geen omstandighede namens die NWU praat nie.
- Moenie enige inligting deel wat nog nie amptelik in die openbaar aangekondig is nie.
- Moenie u aantekeninge of wagwoorde met enigiemand deel nie, nie eers met lede van u gesin nie.

- Moet onder geen omstandighede enige van u kollegas of medestudente se persoonlike inligting bekendmaak nie.
- Moenie kommentaar lewer op enige negatiewe plasings of kritiek oor die NWU nie. Gee die opmerking of plasings deur aan die Institusionele Direkteur: Korporatiewe Kommunikasie of aan die kampus se Direkteur: Bemarking en Kommunikasie.
- Moet NOOIT nie-openbare inligting van die Universiteit bekendmaak nie (insluitende vertroulike inligting), en wees bewus daarvan dat dit konflik kan veroorsaak om aanlyn in die openbaar standpunte in te neem wat strydig is met die NWU se belange.
- Moenie enige tersaaklike NWU-beleid oortree nie. U stem in dat die Universiteit onder geen omstandighede aanspreeklik sal wees vir enige foute of weglatings in u internetplasings of vir enige verlies of skade wat mag voortspruit uit sodanige plasings nie.
- U mag nie beweer of impliseer dat u namens die NWU praat nie, tensy u behoorlik daartoe gemagtig is.
- U internetplasings moenie die NWU se logo's of handelsmerke insluit nie, en moet voldoen aan wette in verband met onder andere kopiereg, privaatheid, regverdige gebruik en finansiële openbaarmaking.
- Moenie u eie opinies oor NWU-nuus vanuit 'n subjektiewe perspektief aanbied nie. U mag die publiek inlig oor dinge wat by die NWU gebeur, maar doen dit op 'n eerlike en subjektiewe manier.
- Moet nooit kommentaar lewer op regskwessies, regsgedinge, of enige partye waarmee die NWU 'n regsgeding voer nie.

5 Kontakbesonderhede

- In verband met handelsmerктоeassing, kontak Lindi Cameron (Institusionele Handelsmerkbestuurder) by 018 299-4915 of Graphikos by 018 299-4105.
- Louis Jacobs (Institusionele Direkteur: Korporatiewe Kommunikasie) by 018 299-4918
- Elmarie Cronje (Institusionele Webinhoudbestuurder) by 018 299-4913
- Christoff Swanepoel (Sosialemedia-strateeg: Potchefstroomkampus) by 018 299-2790
- Kampuswebkoördineerders
 - Koos Degenaar (Mafikeng) by 018 389 2144
 - Elmien van den Berg (Potchefstroom) by 018 299 2773
 - Jeremy Mooi (Vaaltriehoek) by 016 910 3182