



Kommunikasiebeleid

Verwysingsnommer	6P/6.2
Verantwoordelike uitvoerende bestuurder	Uitvoerende Direkteur: Korporatiewe Verhoudinge en Bemarking
Beleideienaar	Direkteur: Kommunikasie
Verantwoordelike afdeling	Korporatiewe Verhoudinge en Bemarking
Status	Goedgekeur
Goedgekeur deur	Raad
Datum van goedkeuring	28 Maart 2018
Hersieningsdatum	2021
Prosedures ingevolge hierdie beleid	Aangeheg
Webadres van hierdie beleid	http://www.nwu.ac.za/gov_man/policy/index.html
Adres op die beleidsdatabasis	(10935746) H:\HSC\2. Management\2.1.3 Policy management\Beleide\Raad Maart 2018\6P/6.2-Communication_a.docm

Korporatiewe Verhoudinge en Bemarking

KOMMUNIKASIEBELEID

Teen die agtergrond van die droom om 'n internasionaal erkende universiteit in Afrika te wees, wat bekend is vir sy wetenskapsbeoefening, maatskaplike responsiwiteit en 'n sorgsaamheidsetiek, het die Raad van die Noordwes-Universiteit hierdie beleid op 28 Maart 2018 aanvaar.

Hierdie beleid vervang alle vorige weergawes van media- en kommunikasieverwante beleide wat deur die NWU of enige van sy komponente gevolg is.

1 Vertolking en toepassing

1.1 Hierdie beleid moet vertolk en toegepas word op 'n wyse wat strook met –

1.1.1 die Grondwet van die Republiek van Suid-Afrika, 1996;

1.1.2 die Wet op Hoër Onderwys, 101 van 1997,

1.1.3 die Wet op Bevordering van Toegang tot Inligting, 2 van 2000 (WBTI), en

1.1.4 die Statuut van die Noordwes-Universiteit (2017).

1.2 Die volgende dokumente is integrale komponente van hierdie beleid en moet gelees word in samehang met mekaar en met die onderstaande paragrawe:

- *NWU-mediaprotokol (Aanhangsel 1)*
- *Krisiskommunikasieplan (Aanhangsel 2)*
- *Sosialemediaraamwerk (Aanhangsel 3)*
- *Aanlynpublikasiesraamwerk (Aanhangsel 4)*

2 Woordomsrywings

In hierdie beleid –

sluit “**mediakontak**” die volgende aktiwiteite in met betrekking tot die populêre of “massa”-media soos koerante, tydskrifte, radio, televisie, nuuswebwerwe, en sosialemediaplatforms:

- die verskaffing van inligting deur middel van persmededelings of -verklarings
- briewe aan die redakteur van 'n publikasie
- die beantwoording van medianavrae per telefoon of e-pos
- onderhoude
- die reël van inligtingsessies
- deurgee en bespreking van inligting op sosialemediaplatforms
- media-aktiwiteite met betrekking tot gebeurtenisse
- vrystelling van verslae, en
- 'n bekendstelling,

maar sluit kommunikasie met wetenskaplike of akademiese joernale en ander publikasies uit.

beteken “**proaktiewe mediakontak**” gevalle waar werknemers of 'n komponent van die Universiteit mediadekking verlang vir 'n aangeleentheid van openbare belang; en

beteken “**reaktiwe mediakontak**” navrae deur lede van die media oor ’n universiteitsverwante aangeleentheid.

3 Beleidsverklaring

3.1 Oriëntasie van mediakontak

In sy mediakontak is dit die beleid van die NWU dat –

- die oorkoepelende strategie van die Universiteit en sy huidige posisioneringsdoelwitte ondersteun word;
- die optimale verhoudings met die media, in Suid-Afrika sowel as internasionaal, gehandhaaf word;
- die handelsmerkvestiging en -bevordering van die Universiteit se openbare beeld sy vermoë moet fasiliteer om suksesvol te wees in sy kernbesigheid, en
- die Universiteit se verhoudinge met die media bestuur moet word om sy openbare beeld te bevorder.

3.2 Beginsels van mediakontak

Hierdie beleid is gebaseer op ’n aantal grondliggende beginsels, naamlik:

- respek vir vryheid van uitdrukking, ’n veelvoud van uiteenlopende sienings, akademiese vryheid en kritiese denke;
- verwerping van enige vorm van diskriminasie op grond van ras, ouderdom, godsdiens, geslag, huwelikstaat, nasionaliteit van oorsprong, fisiese of geestelike gestremdheid, seksuele oriëntasie of ander gronde van diskriminasie wat ingevolge Suid-Afrikaanse wetgewing verbied word;
- voorkoming van aanhitsing tot geweld, om skade te berokken, en verkondiging van haat;
- aanmoediging van deursigtige kontak met die media deur interne belanghebbendes;
- erkenning van die media as ’n belangrike rolspeler binne ’n toenemend mededingende hoërondwyssektor in die algemeen, en wat betref die beïnvloeding van openbare houdings jeens en persepsies van die NWU, in die besonder;
- aanvaarding van die toenemende belangrikheid van die bestuur van die vloei van inligting en die optimalisering van mediaverhoudinge in die voortdurend veranderende, tegnologiegedrewe en kitskommunikasiesamelewing as ’n uitdagende aspek van bevordering van die Universiteit;
- eerlike, oop, tydige en akkurate kommunikasie;
- die bou van gesonde, onbesproke interpersoonlike verhoudinge met lede van die media;
- professioneel verantwoordbare fasilitering van die bevordering en posisionering van die NWU en sy prestasies in die openbare domein;
- aanbieding op ’n konsekwente, akkurate en professionele wyse van die verspreiding van aktuele, informatiewe en boeiende materiaal.

3.3 Eerste punt van verwysing

- Die Direkteur: Korporatiewe Kommunikasie (**‘die direkteur’**) is die eerste punt van verwysing vir alle medianavrae met betrekking tot institusionele, strategiese en universiteitsbeleidsaangeleenthede.
- As ’n algemene beginsel word daar van werknemers en studente van die Universiteit verwag om medianavrae oor institusionele, strategiese en universiteitsbeleid na die kantoor van die direkteur te verwys.

4 Amptelike woordvoerders en goedgekeurde mediaskakelbeampes

4.1 Kategorieë van mediaskakeling

4.1.1 Die onderskeie mediaskakelbeampes van die Universiteit is verantwoordelik vir mediaskakeling in die volgende kategorieë:

- institusionele/strategiese/universiteitsbeleid-aangeleenthede
- universiteitsbedryfsaangeleenthede
- kampusaangeleenthede
- fakulteitsaangeleenthede
- akademies-/navorsing-/dissiplinespesifieke aangeleenthede:
- studenteaangeleenthede

4.1.2 In omstandighede soos bepaal deur die universiteitsbestuurskomitee (UBK) word die Krisiskommunikasieplan (Aanhangsel 2) geïmplementeer.

4.1.3 In die geval van krisisbestuur moet alle interne rolspelers gesensitiseer word om bedag te wees op die openbaarmaking van sienings wat verkeerd verstaan of gesensasionaliseer kan word deur die media.

4.2 Gemagtigde woordvoerders

Met inagneming van die rolle en verantwoordelikhede soos uiteengesit in 4 hieronder is die gemagtigde woordvoerders van die NWU die volgende persone:

4.2.1 Vir institusionele, strategiese en universiteitsbeleid-aangeleenthede:

- Die visekanselier (VK) is die primêre mediawoordvoerder van die Universiteit, maar die VK kan 'n ander persoon benoem of aanwys om in 'n spesifieke geval as woordvoerder op te tree.
- Die voorsitter van die Raad van die NWU.
- Die uitvoerende direkteur: korporatiewe verhoudinge en bemaking (UDKVB).
- die direkteur, wat 'n ander persoon kan benoem of aanwys om in 'n spesifieke geval as woordvoerder op te tree.

4.2.2 Vir bedryfsaangeleenthede, die betrokke lid van die UBK, wat 'n ander persoon kan benoem of aanwys om in 'n spesifieke geval as woordvoerder op te tree.

4.2.3 Vir kampuusspesifieke aangeleenthede, die betrokke kampus-adjunk-visekanselier bedryf (KAVK).

4.2.4 Vir fakulteitsaangeleenthede, die betrokke uitvoerende dekaan.

4.2.5 Vir akademiese en dissiplinespesifieke aangeleenthede, die betrokke kundige onderwerpspesifieke akademiese personeellid.

4.2.6 Vir algemene of institusionele navrae oor studenteaangeleenthede, die uitvoerende direkteur: studentelewe, wat 'n ander persoon kan benoem of aanwys om in 'n spesifieke geval as woordvoerder op te tree.

4.2.7 Vir spesifieke studenteaangeleenthede, die VSR-voorsitter of die aangewese VSR-woordvoerder.

5 Rolle en verantwoordelikhede

5.1 Voorsitter van die Raad

Die Raadsvoorsitter is die amptelike woordvoerder van die NWU oor alle Raadsverwante aangeleenthede, maar indien die voorsitter afwesig is of nie in staat is om as woordvoerder op te tree nie, of op versoek van die voorsitter, kan die visekanselier hierdie funksie vervul.

5.2 VK en lede van die UBK

- 5.2.1 In alle aangeleenthede behalwe Raadsverwante aangeleenthede is die VK die primêre woordvoerder van die NWU, maar indien die VK afwesig is of nie in staat is om as woordvoerder op te tree nie, kan die direkteur hierdie funksie vervul.
- 5.2.2 Lede van die UBK verteenwoordig 'n tweede vlak van respondente wat die media te woord kan staan oor aangeleenthede met betrekking tot hul onderskeie portefeuljes.

5.3 Direkteur: Korporatiewe Kommunikasie

- 5.3.1 Die direkteur is verantwoordelik vir die implementering van die NWU se mediastrategie onder leiding van die Uitvoerende Direkteur: Korporatiewe Verhoudinge en Bemaking.
- 5.3.2 Die direkteur moet medianavrae na die toepaslike woordvoerder toe kanaliseer en ook monitor dat die aangeleentheid wel die nodige aandag ontvang.
- 5.3.2 Die direkteur is verantwoordelik vir mediamonitoring regoor die Universiteit.

5.4 Kampus-AVK's Bedryf

'n KAVK is die amptelike woordvoerder oor kampuspesifieke aangeleenthede.

5.5 Akademiese kundiges

- 5.5.1 Die akademiese personeel van die Universiteit moet aangemoedig word om betrokke te raak by openbare debatte en om kundige kommentaar te lewer oor aangeleenthede binne hul spesialiteitsrigtings.
- 5.5.2 Die direkteur moet die besonderhede van akademiese personeel in 'n lys van kundiges opneem, wat aan die media voorsien kan word om mediablootstelling te fasiliteer vir personeel wat sulke moontlikhede wil benut.
- 5.5.3 Met die oog daarop om doeltreffende dekking te verseker en om enige moontlike negatiewe publisiteit te beperk, moet die direkteur die akademiese personeel van advies bedien oor die vrystelling van kontroversiële inligting wat op die Universiteit kan reflekteer.

5.6 Klagte aan die Persombudsman

Slegs die UDKVB kan, na oorlegpleging met die kantoor van die visekanselier en die Universiteit se departement regsdiens, namens die Universiteit 'n klag indien by die Persombudsman.

6 Omvang van toepassing

- 6.1 Hierdie geld vir amptelike interaksie met die media deur alle komponente, personeel en studente van die Universiteit.
- 6.2 Die beleid geld nie vir gevalle van bekendmakings (of "fluitjieblaas") nie, wat afsonderlik deur wetgewing geregleer word.

NWU-mediaprotokol

1 Individuele interaksie met die media

- 1.1 Die Universiteit verwag nie van werknemers en studente om enige bepaalde sienings, oortuigings, idees, menings of inligting te huldig, te deel, oor te dra of te ontvang nie.
- 1.2 Akademiese personeel van die Universiteit moet aangemoedig word om vryelik kommentaar te lewer oor hul onderskeie spesialiteitsrigtings en om tersaaklike inligting met die media te deel.
- 1.3 Inligting wat aan die media verskaf word, mag nie die professionele vertrouensverhouding tussen die individu en die Universiteit ondermyn nie en mag nie enige vertroulikheidsooreenkomste verbreek wat die Universiteit skade kan berokken of wat 'n negatiewe impak kan hê op die funksionering of handelsmerk van die Universiteit nie.
- 1.4 Wanneer werknemers en studente inligting in enige vorm aan die openbare media aanbied, moet hulle dit duidelik stel of hulle dit doen in hul amptelike hoedanigheid as woordvoerder van enige komponent van die Universiteit, as 'n dissiplinespesifieke akademiese kundige, of in hul persoonlike hoedanigheid.
- 1.5 In geval van enige krisis mag slegs individue wat ingevolge die Krisiskommunikasieplan (Aanhangsel 2) daartoe gemagtig is met die media kommunikeer.

2 Kommunikasie oor sensitiewe aangeleenthede

Personeel en studente van die Universiteit moet enige sensitiewe kwessies van potensiële media- of openbare belang met betrekking tot die Universiteit onder die aandag van die direkteur bring, wat dan in oorleg met die visekanselier 'n mediarespons moet ontwikkel.

3 Media-opleiding

- 3.1 Die direkteur moet bystand verleen aan personeel en studente van die Universiteit met betrekking tot interaksie met en bestuur van die media, met inbegrip van voorbereiding vir media-onderhoude deur inligtingsessies, leiding en ondersteuning met betrekking tot hantering van medianavrae, en die opstel van mediavrytellings.
- 3.2 Die direkteur moet jaarliks media-opleidingsgeleenthede vir alle onderwerpspesifieke kundiges van die Universiteit reël, gemik op die ontwikkeling van vaardighede op hierdie gebied.

4 Mediaskakeling

Wanneer 'n aangeleentheid van openbare belang met betrekking tot die Universiteit ontstaan, moet die direkteur die potensiële vlak van openbare belang en joernalistieke waarde ("nuuswaardigheid") bepaal, en indien daar bevind word dat proaktiewe mediaskakeling nodig is, moet die volgende in ag geneem word:

- 4.1 Die media is geregtig op inligting en omgang met die media verg dieselfde vlak van professionele hoflikheid en respek as interaksie met enige ander belanghebbendes van die Universiteit.
- 4.2 Mediaverteenwoordigers werk gewoonlik onder tydsdruk wat vinnige reaksietye noodsaak.
- 4.3 Alle inligting wat aan die media verskaf word, moet waar, akkuraat, ondubbelsinnig, duidelik en feitelik korrek wees. Subjektiewe bydraes moet vermy word.
- 4.3 Wanneer daar kommentaar gelewer word oor kwessies van openbare belang met betrekking tot die Universiteit mag geen neerhalende opmerkings oor ander organisasies, groepe of individue gemaak word nie.
- 4.4 Kundige kommentaar en navorsingsgebaseerde bevindinge van personeel en studente van die Universiteit mag wel kommentaar insluit oor die standpunte en bevindinge van ander organisasies, groepe of individue.
- 4.5 Die direkteur moet alle media-navrae en die Universiteit se reaksies daarop aanteken.

5 Mediamonitoring

- 5.1 Die direkteur moet toesien dat 'n mediamonitoringsdiens in plek is om die nuusdekking met betrekking tot die Universiteit te monitor en om behulpzaam te wees met die bestuur van die Universiteit se reputasie.

- 5.2 Indien personeel en studente direkte interaksie met die media het, moet die direkteur daarvan in kennis gestel word sodat die uitkoms en die korrektheid daarvan nagegaan kan word.

6 Vertroulikheid

- 6.1 Met die uitsondering van amptelike woordvoerders van die Universiteit mag die persoonlike en kontakbesonderhede van Raadslede, funksionaris, personeel en studente nie sonder toestemming aan die media verskaf word nie.
- 6.2 Die bekendmaking van enige inligting aangaande die personeel van die Universiteit moet bestuur word in ooreenstemming met die Universiteit se beleide oor 'mense en kultuur' en vertroulikheid.

7 Diskresie

Die nodige bedagsaamheid moet altyd aan die dag gelê word wanneer godsdiens, politiek of enige ander kontroversiële kwessies bespreek word wat 'n gelade, emosionele reaksie kan uitlok.

8 Riglyne vir publisering en kommentaarlewering op mediaplatforms

- 8.1 Personeel en studente is geregtig op die ondersteuning en beskerming van die direkteur in hul omgang met die media as kundige kommentators.
- 8.2 Enigeen wat deur 'n joernalis vir 'n aanhaling genader word, moet, indien moontlik, die versoek op skrif kry, die respons skriftelik verskaf, en vra vir 'n geleentheid om die aanhaling deur te lees voordat dit gepubliseer word.
- 8.3 Personeel en studente moet bewustelik vermy om in die media kommentaar te lewer op enigiets wat daarop gemik is om die Universiteit in diskrediet te bring.

9 Riglyne vir mediaskakeling

In die geval van media-onderhoude of mediaverklarings mag woordvoerders, personeel en studente nie:

- 9.1 godslasterlike of beledigende taal of inhoud besig nie;
- 9.2 hulself uitlaat oor 'n onderwerp wat diskriminasie op grond van ras, ouderdom, godsdiens, geslag, huwelikstaat, nasionaliteit van oorsprong, fisiese of geestelike gestremdheid, seksuele oriëntasie of ander gronde wat ingevolge Suid-Afrikaanse gelykegeleentheidwetgewing beskerm word, bevorder, aankweek of laat voortduur nie;
- 9.3 inhoud of 'n sosialemediaplasing skryf of van materiaal gebruik maak wat as dreigend, lasterlik, teisterend, diskriminerend of as boeligedrag vertolk kan word jeens 'n ander belanghebbende van die Universiteit nie;
- 9.4 finansiële vergoeding aanvaar of vra nie;
- 9.5 betrokke wees by enigiets onwettigs, of onwettige aktiwiteite aanmoedig nie;
- 9.6 inligting deurgee wat die veiligheid of sekuriteit van die publiek of publieke stelsels in die gedrang kan bring nie;
- 9.7 van inhoud gebruik maak wat wettige eienaarskap van enige ander persoon skend nie, met inbegrip van skending van kopiereg of ander intellektuele eiendomsregte;
- 9.8 enige vertroulike of persoonlike inligting wat in hul hoedanigheid as personeellid van die NWU bekom is, openbaar maak nie;
- 9.9 die Universiteit se naam, wapen of logo gebruik sonder voorafgoedkeuring van die Direkteur: Bemarking en Studentewerwing nie, en
- 9.10 inhoud gebruik wat misleidend of bedrieglik is nie.

10 Riglyne vir wanneer mediadekking verlang word

- 10.1 Die direkteur moet personeel en studente bystaan wat publisiteit of mediablootstelling verlang vir hul wetenskaplike werk, met inbegrip van die opstel van 'n mediavrstelling, fasilitering van dekking van bepaalde gebeure en die reël van nuuskonferensies.
- 10.2 Enige komponent van die Universiteit wat 'n mediavrstelling wil onderneem, kan hulp kry by die direkteur ten opsigte van die redigering van die vrystelling.
- 10.3 Mediaverklarings moet in die volgende standaardformaat voorberei word:
- die korporatiewe NWU-logo
 - vrystellingsdatum

- opskrif (of titel van die verklaring)
- vrystellingsinstruksies – vir onmiddellike publikasie of met 'n embargo (in welke geval die datum en tyd van bekendmaking aan die publiek gestipuleer word)
- die inhoud van die vrystelling (indien moontlik, 'n maksimum van 800 woorde)
- verdere navrae – met vermelding van die naam en kontakbesonderhede van die mediaskakelpersoon en/of kundige wat verdere inligting kan verskaf

11 Riglyne vir besoekende joernaliste, fotografe en filmspanne

- 11.1 Alhoewel die Universiteit besoeke van joernaliste, nuusfotografe, videografe en uitsaaiers verwelkom, word toestemming vereis vir verfilming in binnenshuise sowel as buitenshuise universiteitsfasiliteite – vir alle tipes fotografie (stilfotografie, video en film).
- 11.2 Indien 'n lid van die media toestemming vra om onderhoude te voer met personeel of studente, foto's te neem of binne die Universiteit se fasiliteite/besigheidseenhede te verfilm om nuusinhoud in te samel of om 'n dokumentêr te maak, moet die versoek na die direkteur toe verwys word vir magtiging, en indien dit toegestaan word, moet Beskermingsdienste in kennis gestel word.
- 11.3 Die magtiging soos bedoel in 11.2 om te fotografeer of te verfilm sal oorweeg word deur die direkteur aan die hand van die indiening van 'n brief van voorneme, met 'n uiteensetting van die tersaaklike inligting, bv. die verlangde perseel, datums, tye, tydsduur en die aantal mense en voertuie wat betrokke sal wees by die voorgestelde projek, 'n lys van Universiteitsverwante materiaal wat gebruik sal word, sowel as 'n beskrywing van die projek en die beoogde gebruik daarvan.
- 11.4 Enigeen wat vir kommersiële doeleindes of vermaak die Universiteit se naam, byname, gebou- of eenheidname tydens verfilming, video-opname of fotografering van die Universiteit se kampusse wil gebruik, moet vooraf skriftelike goedkeuring van die direkteur verkry.
- 11.5 Indien 'n joernalis, verslaggewer of kameraspanspan onaankeondig by enige fasiliteit van die Universiteit opdaag, bv. tydens 'n nuuswaardige krisissituasie, moet die direkteur onverwyld in kennis gestel word sodat hy/sy kan help om die situasie in ooreenstemming met die riglyne in 11.6 te bestuur.
- 11.6 Die volgende riglyne moet gevolg word wanneer joernaliste, televisiekameraspanspanne of koerantfotografe onaankeondig by enige fasiliteit van die Universiteit opdaag, bv. tydens 'n nuuswaardige krisissituasie:
- Hoewel die media nie verbied kan word om met enige individu te praat of om die buitekant van die Universiteit se fasiliteite af te neem of te verfilm nie, moet die betrokke nuuskantore en/of redakteurs gekontak word vir meer duidelikheid oor die doel van hulle besoek.
 - Die media mag nie enige fasiliteit sonder toestemming betree om dit af te neem of te verfilm nie.
 - Die media mag nie die ingang na enige fasiliteit van die Universiteit versper of mense verhoed om in te gaan of om normale universiteitsbesigheid te bedryf nie, en die Universiteit kan die media inlig indien enige belanghebbende van die Universiteit sou kla oor ongerief wat meegebring word deur die aktiwiteite van die media.

Krisiskommunikasieplan

1. Beginsels van krisiskommunikasie

In die geval van 'n gebeurtenis wat 'n beduidende stoornis in die Universiteit se aktiwiteite teweegbring en die potensiaal besit om langtermynskade aan die instansie se reputasie te berokken, is krisiskommunikasie in ooreenstemming met die volgende beginsels nodig:

- 1.1 Waar moontlik moet krisiskommunikasie proaktief onderneem word om 'n krisis te af te weer of te minimaliseer.
- 1.2 Krisiskommunikasie moet oop, aanspreeklik en toeganklik wees vir alle gehore, en moet op regs- en privaatsheidskwessies bedag wees.
- 1.3 Spoedige, proaktiewe en gereelde kommunikasie van krisisinligting moet gehandhaaf word soos wat omstandighede verander.
- 1.4 Tersaaklike krisisinligting met betrekking tot alle geaffekteerde komponente van die Universiteit moet beskikbaar gestel word aan alle betrokkenes.
- 1.5 In die lig van die belangrike rol van die media in tye van krisis weens hul rol om inligting na die algemene publiek toe deur te gee, moet doeltreffende verhoudinge met die media gehandhaaf word.
- 1.6 Aangesien verskillende media relevant is vir verskillende belanghebbendes, moet al die verskillende tradisionele en nuwe mediakanale gebruik word om met belanghebbendes te kommunikeer.

2 Die aard van krisis

2.1 Krisisse waarvoor voorsiening gemaak word in hierdie plan, sluit in:

- brande;
- gesondheidskwessies/mediese krisis/pandemies;
- bomdreigemente;
- natuurrampe, bv. vloede, aardbewings, ens.;
- ernstige misdaad;
- chemiese ontploffings;
- giflekkasies;
- terroristaanvalle;
- ekstreme weer;
- grootskaalse kragonderbrekings;
- padongeluk/vliegtuigongeluk waarby studente/personeel betrokke is;
- gebouesettings;
- gyselaarsituasie/ontvoering, en
- protes- of onrusverwante voorvalle.

2.2 Kontroversiële kwessies soos polisieondersoeke waarby die Universiteit betrokke is, of ander situasies wat 'n reaksie verg, kan moontlik ook 'n krisis uitmaak.

2.3 Vir die doeleindes van hierdie plan word krisis in die volgende kategorieë geplaas:

- **Skielike, onmiddellike of onvoorsiene krisis** soos 'n groot brand of vloed, oproer, of meningitisuitbraak.
- **Voorsienbare of smeulende krisis**, synde 'n langdurige, smeulende krisis wat klein begin en uitkring soos wat meer inligting aan die lig kom, soos 'n rassekonflik, seksuele teistering of regsgedinge, en
- **Bizarre krisis**, synde 'n ongewone, onverwagse krisis wat nie in een van bogenoemde kategorieë inpas nie, soos voorvalle veroorsaak deur 'n reeksmoordenaar of -verkrachter.

3 Krisiskommunikasiespanne

- 3.1 Die Universiteit se kernkrisiskommunikasiespan (KKKS) staan onder leiding van die visekanselier en bestaan uit die –
- voorsitter van die Raad
 - visekanselier
 - uitvoerende direkteur: korporatiewe verhoudinge en bemarking (KVB)
 - direkteur: beskermingsdienste
 - uitvoerende direkteur: studentelewe (indien die krisis studente raak)
- 3.2 Die volgende addisionele lede kan toegevoeg word tot die KKKS, indien nodig, om 'n uitgebreide krisiskommunikasietakspan (UKKTS) te vorm, wat dan 'n respons sal formuleer ooreenkomstig die aard van die krisis.
- die direkteur
 - die relevante kommunikasiebeamptes
 - beamptes van ander departemente
- 3.3 Elke kampus se kernkrisiskommunikasiespan word bestuur deur die kampus-adjunk-visekanselier (KAVK) en bestaan uit die –
- KAVK
 - hoof van beskermingsdienste
 - direkteur
 - direkteur van studentelewe (indien die krisis studente raak)
- 3.4 Die volgende addisionele lede kan toegevoeg word tot 'n kampus-KKKS, indien nodig, om 'n kampus-UKKTS te vorm, wat dan 'n respons sal formuleer ooreenkomstig die aard van die krisis.
- die relevante kommunikasiebeamptes
 - beamptes van ander departemente
- 3.5 Die verantwoordelikhede van 'n KKKS is om 'n krisis te identifiseer en te beoordeel, om te besluit oor die aktivering van hierdie krisiskommunikasieplan, en om 'n strategie bedink om die krisis die hoof te bied.
- 3.6 Die verantwoordelikhede van 'n UKKTS is om 'n respons te formuleer gebaseer op die strategie wat deur die betrokke KKKS bedink is en om die respons met die betrokke belangegroep te kommunikeer.

4 Oorwegings met betrekking tot die implementering van hierdie plan

- 4.1 Die primêre oorweging is om die veiligheid van al die werknemers en studente van die Universiteit te verseker en om die integriteit en reputasie van die Universiteit in enige krisis te beskerm.
- 4.2 Hierdie plan moet geïmplementeer word sáám met die normale besluitnemingshiërargie van die Universiteit, en vervang nie daardie besluitnemingsproses nie.
- 4.3 Hierdie plan moet gebruik word sáám met die Universiteit se rampbestuursprogramme en ander operasionele krisiresponsplanne wat deur ander komponente van die Universiteit bestuur word.
- 4.4 Alle krisisse moet aangemeld word by die KKKS.
- 4.5 Wanneer die KKKS hierdie plan aktiveer, moet die hele universiteitsgemeenskap bewus wees van die plan en van hul onderskeie rolle ter uitvoering daarvan.
- 4.6 Die kampus-KKKS'e moet, met die hulp van die direkteur, mekaar onverwyld in kennis stel sodra 'n krisis ontstaan.

5 Prosedure vir die bestuur van krisiskommunikasie

Die volgende stappe moet geneem word om krisiskommunikasie deur die Universiteit te bestuur:

STAP 1 *Antisipeer en berei voor vir 'n krisis voordat dit gebeur*

STAP 2 **Identifiseer, beoordeel en rapporteer 'n krisis**

STAP 3 **Reageer op 'n krisis**

STAP 4 **Gaan oor tot aksie**

STAP 5 **Post-krisisevaluering**

5.1 Stap 1: Antisipeer en berei voor vir 'n krisis voordat dit gebeur

Universiteitsbeamptes moet krisisisiko's periodiek beoordeel en potensiele krisisse antisipeer, ook met inagnam van die risikobeoordelingsregister van die NWU. Hulle moet slegstegeval-scenario's van alle moontlike krisisse antisipeer, en voorbereid wees op hoe belanghebbendes op nuus van 'n krisis sal reageer.

Die volgende punte kan nuttig te pas kom met krisisvoorbereiding:

- **Stel kontrolelyste saam vir die universiteitsgemeenskap**

Voorsien studente en personeel van voorbereidingskontrolelyste as 'n voorsorghulpmiddel. 'n Ontruimingsplan kan byvoorbeeld vir die NWU-gemeenskap van nut wees tydens 'n krisis.

- **Handhaaf gereelde kontak, oop bespreking en goeie werksverhoudinge**

KSV moet gereelde kontak en goeie werksverhoudinge met bestuur, personeel en studente handhaaf, en die toepaslike persone van raad bedien indien interne aangeleenthede of verwickelinge lyk of dit tot openbarebetrekkinge-probleme kan aanleiding gee. Net so moet personeel, studente en ander belanghebbendes KSV gereeld in kennis stel van interne verwickelinge wat in krisisse kan ontaard.

- **Moniteer die media**

KSV moet alle mediamanale moniteer met betrekking tot plaaslike, provinsiale en nasionale nuusdekking van hoër onderwys, en die betrokke persoon/persone van raad bedien oor kwessies en/of tendense wat tot negatiewe stories sou kon lei.

- **Hou 'n medialys op datum**

- **Versamel 'n stel Krisistoerusting**

5.2 Stap 2: Identifiseer, beoordeel en rapporteer 'n krisis

5.2.1 Indien enige personeellid of student glo dat 'n krisis op hande is, moet dit onverwyld aan die betrokke KKKS gerapporteer word, waarna die betrokke beampte dan soveel as moontlik akkurate inligting van toepaslike en geloofwaardige bronne moet insamel.

5.2.2 Gebaseer op 'n behoorlike beoordeling van die aard en omvang van die situasie moet die betrokke KKKS 'n besluit neem oor die erns van die situasie, en een van twee keuses uitoefen:

- bedink en implementeer 'n strategie om die situasie te ontloft, of
- roep die betrokke UKKTS byeen en beraadslaag met hulle oor die aard en erns van die krisis.

5.3 Stap 3: Reageer op 'n krisis

5.3.1 In die geval van 'n **smeulende krisis** moet die betrokke KKKS 'n eenvoudige strategie bedink om die krisis af te weer, en indien nodig moet die KKKS die strategie onmiddellik, ná goedkeuring deur die visekanselier of betrokke KAVK, implementeer.

5.3.2 Indien kwessies en gebeure kompleks genoeg is dat dit insette van verskeie komponente van die Universiteit vereis, of indien 'n eenvoudige strategie waarskynlik nie effektief sal wees nie, moet die betrokke UKKTS tussenbeide tree.

5.3.3 Indien die betrokke KKKS van mening is dat 'n potensiele krisis of geskilpunt **nie 'n onmiddellike noodgeval** is nie, kan die span 'n kommunikasiestrategie voorberei as deel van 'n gekoördineerde universiteitsrespons.

5.3.4 In geval van 'n **onmiddellike en onvoorsiene krisis**:

- Die betrokke KKKS moet ná beoordeling van die erns van die situasie amptelik 'n noodtoestand afkondig en 'n kommunikasiestrategie ontwikkel. Dit sal tipies 'n kort en eenvoudige eerste verklaring wees –
 - erkenning van die krisis

- die stel van feite met betrekking tot die krisis, en
- kontakbesonderhede vir verdere navrae
- Die eerste verklaring moet so gou as moontlik via alle beskikbare mediakanale aan universiteitsbestuur, personeel, studente en ander belanghebbendes soos die media gerig word.
- In 'n noodgeval moet die eerste kommunikasie aan sleuteluniversiteitsgehoere verkieslik binne 30 minute ná kennisgewing van die gebeurtenis geskied, met gereelde bywerkings daarna.
- Indien die aard van die noodgeval of krisis sodanig is dat dit nie vir die KKKS moontlik is om te vergader of om tydige besluite te neem nie, kan die uitvoerende direkteur: KVB, in oorleg met die visekanselier, tot aksie oorgaan, totdat besluite deur die KKKS geneem kan word oor die goedkeuring of aanpassing van sodanige optrede.
- Bykomende afkampuslokale behoort vooraf geïdentifiseer te word om voorsiening te maak vir omstandighede waar lede van die KKKS of die betrokke UKKTS nie van hul gewone werksomgewing af kan werk nie, en sodanige lokale moet oor alle moontlike fasiliteite en hulpbronne beskik om dit vir lede van die onderskeie spanne moontlik te maak om sonder onderbreking met hul werk voort te gaan, aflyn en weg van hul gewone kantore.

5.4 Stap 4: Gaan oor tot aksie

In geval van 'n skielike krisis moet die betrokke KKKS binne minder as twee ure vergader, en indien sommige lede nie onmiddellik die vergadering kan bywoon nie, moet die beskikbare afgevaardigdes voortgaan met stappe wat daarop gemik is om die beskikbare tyd optimaal te benut. Die **volgende stappe moet geneem word**:

5.4.1 **Eerstens moet die veiligheid** van studente, personeel en nabygeleë inwoners verseker word, en die inwerkingstelling van alle toepaslike veiligheidsplanne en veiligheidsmaatreëls moet onmiddellik geskied.

5.4.2 **Sodra die KKKS 'n strategie bedink het en 'n besluit geneem het oor die pad vorentoe moet die betrokke UKKTS aangesê word om oor te gaan tot aksie.**

5.4.3 **Wys 'n woordvoerder aan**

- Daar moet verkieslik slegs één woordvoerder aangewys word, sodat die Universiteit 'n verenigde, konsekwente boodskap aan die publiek kan oordra.
- In geval van 'n beduidende krisis moet die visekanselier of betrokke KAVK, of die belangrikste universiteitsamptenaar wat beskikbaar is, die leiding neem met die kommunisering van die Universiteit se reaksie op die krisis; andersins moet die direkteur hierdie funksie vervul.
- Die woordvoerder moet ten nouste saamwerk met die beampte wat die meeste direkte kennis van die krisis het, byvoorbeeld die direkteur: beskermingsdienste.
- Die woordvoerder moet op hoogte gehou word van die nuutste verwickelinge en een of meer kommunikasiebeamptes moet aan hom/haar toegewys word om bystand te verleen.
- Die woordvoerder en assistente moet op hoogte gehou word van die mees resente en kritieke inligting en verwickelinge; hulle moet dus met inligtingverskaffers op grondvlak kontak maak, soos noodpersoneel, polisie, provinsiale beamptes en kampusadministrateurs, en deurentyd in kontak bly en goeie verhoudinge met hierdie mense handhaaf.

5.4.4 **Identifiseer sleutel-NWU-belanghebbendes/teikengehoere**

Bepaal watter van die Universiteit se belanghebbendes ingelig moet word oor die situasie, en in watter volgorde.

Die interne belanghebbendes is:

- Studente en hul ouers
- Personeel
- Raadslede

Die eksterne belanghebbendes sluit in:

- Die media
- Alumni

- Gemeenskapsleiers
- Betrokke staatsdepartemente
- Relevante besigheidsbelange
- Borge
- Befonders
- Plaaslike wetstoepassing
- Die plaaslike gemeenskappe
- Die betrokke munisipaliteit

5.4.5 **Wys mense toe aan elke teikengehoor om verantwoordelikheid te neem** vir die oordra van die regte boodskappe aan 'n spesifieke gehoor en vir die verspreiding van verklarings en persmededelings aan die betrokke belanghebbendes. Boodskappe moet herhaaldelik en duidelik en konsekwent gelewer word en die kanale wat gebruik word om met elke gehoor te kommunikeer, kan van mekaar verskil. Elke spanlid moet dus gedetailleerde planne en kontrolelyste opstel om die aangewese gehoor te bereik, insluitende –

- behartiging van telefoonoproepe deur gebruikmaking van 'n teks wat hulle ontwikkel van die sleutelboodskappe en -feite wat deur die betrokke UKKTS voorsien word;
- uitreik na ander komponente van die Universiteit wat tydens 'n krisis veelvuldige oproepe hanteer, insluitende die skakelbordoperateurs en studenteadministrasie;
- monitering en bywerking van die opgeneemde boodskap op die Universiteit se hulplyn(e), en die bestuur daarvan met behulp van 'n geskeduleerde bywerkrooster;
- gerugte moet geïdentifiseer en hokgeslaan word. Hulle moet hulle ore teen die grond hou vir enige valse gerugte wat kop uitsteek, en inligting aanstuur sodat die woordvoerder die gerugte in die openbaar in die kiem kan smoor;
- daar moet apart rekord gehou word van alle oproepe en onderhoudversoeke van lede van die media, om te verseker dat alle oproepe deur die aangewese persone beantwoord word.

5.4.6 **Skryf persverklarings** vir verskillende gehore en media en lê dit voor vir goedkeuring aan die uitvoerende direkteur: KVB.

5.4.7 **Identifiseer watter mediums beskikbaar** is om die boodskap aan elke gehoor te kommunikeer, in ooreenstemming met 'n lys van alle belangegroepes en voorgestelde kanale vir elk wat deur die direkteur verskaf word.

5.4.8 **Koördineer die kommunikasie met die regsadviseurs van die Universiteit** om seker te maak dat soveel as moontlik inligting bekendgemaak kan word sonder om enige moontlike ondersoeke of toekomstige litigasie in gedrang te bring.

5.4.9 **Wys take toe** om die volgende funksies te verrig:

- Byhou van vergaderingnotas, doen-lysies, inligtingslêers oor die voortgaande krisis en ander items deur 'n sekretaresse.
- Webkoördinerings vir toesighouding oor alle webwysings en gereelde bywerkings in oorleg met die Departement Inligtingstechnologie.
- Mediamonitering om alle mediadekking te bestudeer en enige probleme te antisipeer wat betref die manier waarop inligting na die nuusmedia toe vloei, voorsiening van daaglikse opsomming van relevante mediadekking aan die UBK en die KKKS.

5.4.10 **Vestig en kommunikeer 'n duidelike kommunikasielyn**

Die KKKS en UKKTS se eerste prioriteit moet wees om 'n kennisgewing aan alle personeel en studente deur te gee waarin die kommunikasielyne met interne en eksterne teikengehore aangetoon word, met 'n duidelike aanduiding van –

- wie gemagtig is om inligting te versamel en te verifieer
- waarheen nuwe en kritieke inligting aangestuur moet word
- wie gemagtig is om inligting bekend te maak
- waarheen medianavrae herlei moet word
- waarheen die publiek se navrae herlei moet word

- die Mense en Kultuur-kontak vir personeelnavrae
 - die Studentelewe-kontakbesonderhede vir studentenavrae
- 5.4.11 **Versamel soveel as moontlik besonderhede oor die krisis.**
- 5.4.12 **Stel 'n feitepamflet op met alle besonderhede wat bekend is oor die krisis.**
- 5.4.13 **Ontwikkel 'n aantal sleutelboodskappe vir elk van die NWU-belanghebbendes.** Boodskappe moet –
- duidelik en maklik verstaanbaar wees vir belanghebbendes en die media
 - besorgdheid toon oor wat besig is om te gebeur en vir al die betrokkenes
 - verduidelik wat die Universiteit doen om 'n oplossing vir die probleem te vind
 - aangepas word soos wat die situasie ontvou, maar moet deurentyd daarop gemik wees om vertroue te herstel en te handhaaf en moet die regte balans vind tussen besorgdheid enersyds en vasberadenheid en daadwerklike optrede andersyds.
- 5.4.14 **Stel konsep-opvolgverklarings op** soos wat meer inligting beskikbaar raak ná bespreking van die situasie; maak melding van verwagte uitkomst en van die Universiteit se siening van die potensiële krisis ten einde proaktief te bly en gerugte en spekulasie in die kiem te smoor.
- 5.4.15 **Opvolgverklarings moet gebruik word in reaksie op medianavrae.**
- 5.4.16 **Stel bystandverklarings op** aan die hand van hoe die gebeure ontvou, en berei agtergrondinligting voor vir die media. Verklarings moet hou by die feite, moenie spekulatief wees nie, en sal tipies insluit:
- feite met betrekking tot die krisis
 - die Universiteit se verstekreaksie op die krisis
 - wat die Universiteit die gehoor aanraai om te doen of nie te doen nie
 - bevestiging van wie die amptelike woordvoerder is
 - kontakbesonderhede vir medianavrae.
- 5.4.17 **Die verklaring moet so gou as moontlik** via verskeie kommunikasiekanale aan universiteitsbestuur, personeel, studente en ander belanghebbendes **versprei** word, en verdere verklarings moet deur die UKKTS aan die Universiteit se belanghebbendes uitgestuur word sodra eersgenoemde aktief is. 'n UKKTS moet die volgende in gedagte hou:
- **Beheer die vloeï van inligting**
Dit is die UKKTS se taak om die vloeï van inligting te beheer deur 'n reeks media-inligtingsessies aan te bied – hetsy weekliks, daagliks of uurliks, afhangende van die aard van die krisis. Dit stel die Universiteit in staat om proaktief op te tree, terwyl dit die media van 'n skedule voorsien vir wanneer hulle nuwe inligting kan verwag.
 - **Beheer die boodskap**
Die universiteit moet by die feite en by die primêre boodskappe hou, en op dié manier beheer uitoeven oor die inligting wat versprei word. Hierdie inligting moet heeltemal waar wees. Alle “slegte” nuus moet aan die begin en alles op een slag vertel word sodat dit nie geleidelik uitlek en lei tot uitgerekte negatiewe mediadekking nie.
 - **Maak inligting eers intern bekend**
Indien moontlik moet die UKKTS poog om werknemers en studente van krisis in kennis te stel voordat besonderhede buitentoe bekend gemaak word. Indien nodig, moet 'n openbare forum geskeduleer word om besonderhede van die voorval en gebeure aan alle belangstellende lede van die universiteitsgemeenskap te kommunikeer. Die tydigheid van hierdie vergadering is van kritieke belang; indien enigsins moontlik, moet dit binne drie werksdae na die krisis geskied.
 - **Reageer spoedig en regverdig op die media se navrae**
Die media bied 'n manier vir die Universiteit om sy boodskap aan die publiek oor te dra. Die media sal ook help vorm gee aan die openbare mening oor die Universiteit se reaksie op die krisis. Dit is daarom belangrik om met die media saam te werk, om sensitief te wees vir media-spertye en om alle verslaggewers van dieselfde inligting – nie eksklusief – te voorsien.

- **Bepaal of 'n nuuskonferensie 'n gepaste metode sal wees om inligting oor te dra** aan personeel, studente, die media, die publiek en ander belanghebbers. Indien wel, kan dit nodig raak om periodieke inligtingsessies te skeduleer.
- **Versprei persmededelings en -verklarings so vinnig as moontlik aan die nuusmedia.**

5.4.18 **Maak aanbevelings vir strategieë vir interne en eksterne kommunikasie.** Finale goedkeuring van die aanbevelings deur die span sal by die visekanselier of betrokke KAVK berus.

5.4.19 **Aktiveer die krisishulplynnummer.** Die UKKTS moet 'n krisishulplynnummer aktiveer wat opgestel kan word om 'n spesifieke boodskap te bevat of om oproepe van besorgde belanghebbers te beantwoord, soos ouers en studente. Hierdie nommer moet ook in geval van 'n krisis gepubliseer word.

5.4.20 **Maak 'n plan vir bystandsverlening aan diegene wat geaffekteer is** deur te dink wat die Universiteit kan doen om te help met byvoorbeeld droefheidsberading, geestesgesondheidsdienste, ondersteuningsgroepe, gedenkdiens, veiligheidseminare, verspreiding van veiligheidswenke, en hulplynnummers vir die deurgae van inligting aan gesinslede.

5.4.21 **Verskaf leiding aan die publiek.** Indien die krisis 'n gesondheidsrisiko inhou, moet universiteitsbeampes die risiko ondersoek en leiding gee aan die publiek oor simptome en behandelings, en hulle aanmoedig om dokters te kontak. Indien die krisis 'n moontlike ontruiming behels, moet universiteitsbeampes die publiek inlig oor areas waarheen ontruim moet word en oor tydlyne vir die ontruimings. Die Universiteit moet leiding verskaf aan die publiek oor waarheen om te gaan vir verdere inligting – hulplynnummers, webwerwe, ens.

5.4.22 **Implementeer plan, evalueer die effektiwiteit daarvan, en werk dit deurlopend by.**

5.5 Stap 5: Post-krisisevaluering

5.5.1 Die betrokke KKKS moet bepaal wanneer 'n krisis verby is en roetinekommunikasieprosesse voortgesit kan word.

5.5.2 Die besluit om 'n krisis as “verby” te verklaar, sal aanleiding gee tot nabetragting oor die hantering van die krisis en hoe krisiskommunikasie verbeter kan word.

5.5.3 Die volgende stappe moet ingesluit word in die evaluering:

- **Vat los drade bymekaar:** die oplossing van die krisis moet op 'n toepaslike wyse aan die betrokke gehore gekommunikeer word. Indien verander, moet stempos en webwerwe bygewerk word en daar moet seker gemaak word dat kommunikasie met alle mediakontakte afgehandel is.
- **Mense en Kultuur moet die behoeftes van personeel en studente bepaal** wat persoonlik geraak is deur die krisis, soos bystand aan slagoffers en voorsiening van of verwysing na beskikbare ondersteuningsdienste. In die nadraai van enige krisis moet toepaslike stappe geneem word om te verseker dat lede van die universiteitsgemeenskap die nodige inligting en bystand kry om hulle te help om die krisis te verwerk, sowel as verligting van die uitwerking van die gebeure. Evalueer hoe die gemeenskap gehelp kan word om te herstel, om terug te keer na normaal en, indien nodig, om hul geloof in die Universiteit te herwin nadat die krisis verby is.
- **Erkenning aan die helde.** Die KKS moet in oorleg met werknemers die beste en mees toepaslike wyse bepaal waarop erkenning gegee kan word aan die ‘helde’ in die situasie.
- **Evalueer.** Die KKKS moet binne 10 dae na afloop van 'n krisis vergader om alle stappe te evalueer wat as gevolg van die krisis geneem is – om die doeltreffendheid van die optrede te bepaal en om enige nodige wysigings aan hierdie plan aan te bring.
- **Kyk of lees mediadekking.** Die mediadekking van die krisis moet in oënskou geneem word om te bepaal hoe elke aspek van die Universiteit se optrede deur die pers gedek is, ten einde mediastrategieë te verbeter. Toegewese rolspelers wat die nuusdekking rondom 'n krisis gedokumenteer en gemoniteer het, insluitende internetpublisiteit, koerantartikels, radio- en televisie-uitsendings en sosiale media, moet die KKKS van 'n opsomming van nuusdekking voorsien, en die KKKS moet let op:
 - oorkoepelende sukses of mislukking van die krisiskommunikasiepoging
 - probleme wat vermy moet word in die toekoms
 - toepaslike opvolgmaatreëls
- **Bedank alle betrokke partye.** Afhangende van die aard van die krisis, kon dienste en bystand verleen gewees het deur agentskappe, maatskappye of individue van buite die Universiteit, en

die direkteur moet toesien dat toepaslike opvolginligting en dankiesêbriewe na die betrokke persone en instansies toe uitgestuur word.

6 Beskikbaarheid en hersiening van hierdie plan

- 6.1 Hierdie plan moet beskikbaar wees aan interne en eksterne belanghebbers.
- 6.2 Hierdie plan moet minstens een maal per jaar getoets, geëvalueer en bygewerk word deur die direkteur om te verseker dat alle rolspelers hul onderskeie verantwoordelikhede verstaan en daartoe verbind is.

Sosialemediaraamwerk

1. Raamwerkstelling

- 1.1 Die NWU erken die belangrikheid en voordele van kommunikasie deur middel van sosiale media as 'n kragtige instrument waardeur nuus aan die universiteitsgemeenskap kommunikeer kan word, om te luister na die stemme van studente en personeel, om met die Universiteit se aanlyn gehoor te skakel, as 'n belangrike hulpmiddel vir handelsmerkvestiging en bevordering van die Universiteit se openbare beeld, en om welwillendheid te bou.
- 1.2 Die Universiteit moedig die gebruik van sosiale media deur sy studente en personeel aan, en aanvaar die verantwoordelikheid om die aansienlike risiko's met betrekking tot privaatheid, sekuriteit en reputasie van die NWU, sy entiteite, personeel en studente te beperk of te vermy waar moontlik.
- 1.3 Die Universiteit se kommunikasie deur sosiale media moet voldoen aan sy plig om die waardes van die Grondwet van die Republiek van Suid-Afrika te beskerm en te bevorder, sowel as sy eie waardes van menswaardigheid, gelykheid, vryheid, integriteit, verdraagsaamheid, respek, verbondenheid tot uitnemendheid, vakkundige betrokkenheid, akademiese vryheid, vryheid van wetenskaplike navorsing en vryheid van uitdrukking en geregtigheid.
- 1.4 Hierdie raamwerk as deel van die kommunikasiebeleid bevat die minimum standaarde en riglyne wat gevolg moet word deur NWU-entiteite, personeel en studente op goedgekeurde sosialemediaplatforms namens die Universiteit en op privaat of individuele sosialemedia-rekenings in kommunikasie waarby die Universiteit betrek word.

2 Woordomsrywings

In hierdie raamwerk –

is “**NWU-entiteit**” 'n fakulteit, departement, skool, sentrum, afdeling, groep, eenheid, kantoor, diens, of ander organisatoriese entiteit van die Universiteit of 'n amptelike groep personeel of studente.

beteken “**Amptelike NWU-sosialemedia-rekenings**” alle amptelike NWU sosialemedia-rekenings, rekenings wat voorgee om die Universiteit of enige NWU-entiteit te verteenwoordig, en rekenings wat die handelsmerkidentiteit van die NWU vertoon.

is “**Sosiale Media**” enige fasiliteit vir aanlyn publikasie en kommentaar, insluitende, sonder beperking, blogs, wiki's en platforms soos Facebook, Instagram, WhatsApp, LinkedIn, Twitter, Snapchat, YouTube, en enige ander vorm van kommunikasie wat nou of in die toekoms geklassifiseer of beskou sou kon word as sosiale media.

beteken “**Die Digitaalmedia-forum**” (**DMF**) 'n forum wat tot stand gebring is om personeel en studente by te staan met kwessies in verband met sosialemedia-interaksie wat op die Universiteit betrekking het, met inbegrip van hulp met die opstel van 'n rekening, leiding ten opsigte van beste praktyk en ondersteuning met die hantering van navrae.

3 Reëls oor amptelike NWU Sosialemedia-interaksie

3.1 Die skep van amptelike NWU-sosialemedia-rekenings

- 3.1.1 Slegs persone met sosialemedia-rekenings wat by die NWU Digitaalmedia-forum geregistreer is, mag van sosiale media gebruik maak om interaksie te hê, met mense in gesprek te tree of kommentaar te lewer namens die Universiteit.
- 3.1.2 'n Omvattende aanlyn gids van alle amptelike NWU-sosialemedia-rekenings moet beskikbaar gestel word deur die direkteur by <http://www.nwu.ac.za/connect>.
- 3.1.3 Personeel en studente wat daarvoor verantwoordelik is om amptelike NWU-sosialemedia-rekenings te administreer, moet hulself aan die DMF bekendstel. Hierdie verteenwoordigers kan ook ingesluit word as administrateurs vir noodplasinge en sosialemedia-ouditdoeleindes.
- 3.1.4 Rekenings in die naam van 'n erkende NWU-entiteit mag slegs geskep word indien:

- 3.1.4.1 Die nodige magtiging van die uitvoerende dekaan (in die geval van fakulteite) of die uitvoerende direkteur of AVK (in die geval van ondersteuningsdepartemente) verkry is om die betrokke entiteit te verteenwoordig;
- 3.1.4.2 'n "Sosialemediavestigingsvorm", beskikbaar by die DMF, voltooi is, en
- 3.1.4.3 Die DMF toestemming verleen het.
- 3.1.5 Alle amptelike sosialemedia-rekenings moet streng aan die NWU se riglyne vir korporatiewe identiteit voldoen in ooreenstemming met die NWU se Handleiding vir Korporatiewe Identiteit (KID-handleiding) en moet die naam "NWU" in die rekeningnaam insluit.
- 3.1.6 Die NWU behou die reg voor om te versoek dat sy naam, simbool of enige geregistreerde handelsmerke van enige sosialemedia-rekenings verwyder word.
- 3.1.7 Tensy anders aangedui deur die DMF, moet enigeen wat 'n amptelike NWU-sosialemedia-rekening skep die volgende bewoording in die "Oor ons-" of soortgelyke afdeling van die rekening gebruik:
- Die menings van die individue op hierdie sosialemedia-rekening is nie amptelike verklarings of menings van die NWU nie. Die NWU behou die reg voor om lede of kommentaar te verwyder wat in stryd is met die waardes van die NWU of wat die goeie naam, orde, dissipline of prestasie van die werk van die Universiteit of enige deel van die Universiteit in die gedrang bring, insluitende enige ampsdraer, ondersteuner, personeellid of student verbonde aan die Universiteit.
- 3.1.8 Sosialemedia-aktiwiteite mag nie inmeng met werks- of opvoedkundige verpligtinge teenoor die Universiteit nie.

3.2 Amptelike Woordvoerders

- 3.2.1 Slegs die gemagtigde woordvoerders van die NWU (paragraaf 4.2 van die Kommunikasiebeleid) of hul benoemdes is gemagtig om op sosiale media namens die Universiteit te kommunikeer.
- 3.2.2 Personeel en studente van die Universiteit wat 'n plasing raaksien wat na hul mening 'n amptelike respons verg of daarby sou kon baat, moet aangemoedig word om die direkteur daarvan in kennis te stel, waar moontlik vergesel van 'n skermfoto van en 'n skakel na die betrokke inhoud.
- 3.2.3 Kommentaar en plasings namens die NWU deur gemagtigde woordvoerders moet gemaak word met die uitsluitlike doel om:
- 3.2.3.1 die amptelike standpunt van die Universiteit oor 'n bepaalde onderwerp te bevorder of te artikuleer;
 - 3.2.3.2 die Universiteit te bemark en te bevorder;
 - 3.2.3.3 belangrike inligting tydens krisissituasies oor te dra; of
 - 3.2.3.4 een-tot-een-gesprekvoering met studente om die studente-ervaring te verbeter.
- 3.2.4 Die gebruik van sosiale media, via 'n NWU-rekening of andersins vir amptelike kommunikasiedoeleindes, vorm deel van die Universiteit se kommunikasiestrategie en moet voldoen aan hierdie Kommunikasiebeleid en al sy Aanhangsels.
- 3.2.5 Amptelike woordvoerders is persoonlik verantwoordelik vir hul kommunikasie op sosiale media.

3.3 Monitering van amptelike NWU-sosialemedia-rekenings

- 3.3.1 Deur die Sosialemediavestigingsvorm soos bedoel in 3.1.4.2 hierbo te voltooi, gaan die aansoeker 'n ooreenkoms met die Universiteit aan en onderneem hy/sy om ten volle aan die Universiteit se vereistes vir amptelike sosialemedia-rekenings te voldoen.
- 3.3.2 Die Universiteit behou die reg voor om enige aanlyn aktiwiteit met betrekking tot die amptelike NWU-sosialemedia-rekenings te moniteer en om onvanpaste plasings en materiaal wat hierdie beleid oortree, te verwyder, of om ontwrigtende gebruikers te blokkeer en van studente of werknemers dieselfde te verwag.
- 3.3.3 Die Universiteit behou die reg voor om enige misleidende of onakkurate aanlyn inhoud te redigeer of te wysig met betrekking tot enigiets rakende die Universiteit of die NWU-handelsmerk.

- 3.3.4 Nienakoming van die ooreenkoms soos bedoel in 3.3.1 hierbo kan lei tot sluiting van die rekening en tugmaatreëls.

3.4 Inhoud wat nie op of via amptelike NWU-sosialemedia-rekenings gepubliseer mag word nie

Die volgende inhoud mag nie op of via enige amptelike NWU-sosialemedia-rekening gepubliseer word nie:

- 3.4.1 inhoud wat lasterlik, teisterend, dreigend, beledigend, diskriminerende, rassistiese, seksisties of homofobies is, of wat andersins op haatspraak sou neerkom;
- 3.4.2 neerhalende opmerkings oor die Universiteit of 'n belanghebbende van die Universiteit;
- 3.4.3 inhoud wat onwettig is;
- 3.4.4 inhoud wat enige beleid van die Universiteit oortree;
- 3.4.5 gekruide taal of taal wat die taalbeleid van die Universiteit oortree;
- 3.4.6 inhoud wat pornografies, obseen, onsedelik, wellustig of suggestief is;
- 3.4.7 inhoud wat inbreuk maak op enigiemand se intellektuele eiendomsregte;
- 3.4.8 vals of bedrieglike inligting;
- 3.4.9 inhoud wat inbreuk maak op iemand se privaatheid, insluitende eiendomsregtelike inligting en ongemagtigde openbaarmaking van enige vorm van persoonlike inligting;
- 3.4.10 enige ander inhoud wat redelikerwys as ongewens beskou kan word deur die betrokke NWU-entiteit of die betrokke sosialemedia-rekening-bestuurder.

3.5 Bestepraktykriglyne

Die bylae tot hierdie raamwerk, wat van tyd tot tyd bygewerk kan word deur die direkteur, verskaf bestepraktykriglyne vir sosialemedia-interaksie en moet in gedagte gehou word in die bestuur van amptelike NWU-sosialemedia-rekenings.

4 Reëls vir die gebruik van persoonlike of privaat sosialemedia-rekenings wat die NWU raak

4.1 Algemene beginsels

Personeel en studente van die Universiteit en organisasies wat werk in vennootskap met die NWU mag nie die naam van die NWU in gedrang bring deur hul sosialemedia-gedrag nie, en moet dus in gedagte hou dat –

- 4.1.1 alle kontraktuele verpligtinge, sowel as die verpligtinge voortspruitend uit die beleide van die Universiteit, in gelyke mate van toepassing is op sosialemedia-gedrag;
- 4.1.2 'n mens se affiliasie met die NWU maklik identifiseerbaar is in die sosiale media, en dat 'n mens se aanlyn inhoud derhalwe geredelik met die NWU geassosieer word;
- 4.1.3 inhoud wat ingevolge 3.4 hierbo verbode is op amptelike NWU-sosialemedia-rekenings ook nie toelaatbaar is in privaat kommunikasie nie, en
- 4.1.4 dat kommunikasie op sosiale media geensins verskil van ander vorms van kommunikasie waar goeie oordeel, gesonde verstand en integriteit nodig is nie.

4.2 Spesifieke beginsels wat geld vir NWU-personeel

- 4.2.1 Sodra 'n werknemer uit die Universiteit se diens tree, moet sodanige persoon alle sosialemedia-verwysings na die NWU as huidige werknemer verwyder.
- 4.2.2 Akademiese personeel en onderwerpkundiges wat binne hul onderskeie spesialiteitsrigtings kommentaar wil lewer op sosiale media –
 - 4.2.2.1 moet aangemoedig word om deel te neem aan openbare debat en om kommentaar te lewer binne hul onderskeie spesialiteitsrigtings, maar
 - 4.2.2.2 nieteenstaande hul reg om hul akademiese sienings sonder beperking uit te druk, moet hulle, waar die diskussie, publikasie, bevindings of aankondigings robuuste debat of interaksie tot gevolg kan hê wat direk op die Universiteit kan reflekteer, aangemoedig

word om die saak eers met die direkteur te bespreek, met die oog daarop om doeltreffende dekking te verseker en om die tipe publisiteit te antisipeer wat waarskynlik daaruit sal voortspruit.

Bestepraktykryglyne vir Sosialemedia-interaksie

1. Skep 'n sosialemedia-strategie:

Voor enige sosialemedia-interaksie is dit raadsaam om die volgende vrae te beantwoord:

- a. **Wat hoop u om te bereik?:** As u 'n geleentheid wil bemark of nuus wil deel oor u fakulteit/departement/sentrum sal dit dalk 'n beter keuse vir u wees om inhoud aan te stuur vir oorweging op die NWU se bestaande sosialemedia-webwerwe. Sosiale media soos Facebook en Twitter vereis daaglikse bywerking en 'n begeerte om interaksie te hê met ander mense.
 - b. **Wie is u gehoor?** Navorsing oor die tipe mense met wie u graag in gesprek wil tree, sal help bepaal watter platforms die beste sal wees vir u, asook die tipe inhoud wat u met daardie gehoor behoort te deel.
 - c. **Het u wat dit verg?** Om suksesvol te wees met sosiale media verg nie net tyd en strategie nie, maar ook 'n uitgaande persoonlikheid, genot in die voorsiening van bruikbare inligting, kennis, en 'n dik vel. Platforms moet gedurig gemoniteer word en inhoud moet daaglik opgelaa en geskeduleer word. Die rekenings kan nie oor naweke en vakansies toegemaak word nie.
 - d. **Hoe is dit in die beste belang van die NWU?** Enige aktiwiteit op sosiale media namens die NWU moet direk en meetbaar met die NWU se strategiese plan, droom, doel en waardes belyn.
2. **Wees respektvol:** Enige plasings wat u maak in u rol as 'n NWU-ambassadeur reflekteer op die instansie. Wees altyd professioneel en respektvol en moenie in argumente of uitgerekte debatte betrokke raak met negatiewe mense nie.
3. **Wees deursigtig: MOENIE** usef as 'n amptelike NWU-woordvoerder voordoen as u nie een is nie. Stel dit duidelik dat u blog/tweet/Facebook, ens. namens die betrokke NWU-entiteit, en nie namens die NWU nie.
4. **Wees aktief:** Alle inhoud op amptelike sosialemedia-rekenings moet te alle tye op datum en akkuraat wees. Dit sluit in:
- a. Teken ten minste een keer per dag aan op amptelike NWU sosialemedia-rekenings om te moniteer en op aktiwiteit te reageer. U teenwoordigheid en responsiwiteit sal geloofwaardigheid en waarde toevoeg. As u 'n sosialemedia-kanaal tot stand bring en dit dan aan die vergetelheid oorlaat of nie gereeld moniteer nie, sal dit negatief op die Universiteit reflekteer.
 - b. Maak seker dat u 24/7-toegang tot blaaië het, dat u baie vinnig op dringende navrae kan reageer en dat u krisissituasies kan hanteer.
 - c. Maak verskeie kere per week nuwe plasings (die presiese aantal kere moet in die Sosialemediavestigingsvorm aangedui word).
5. **Wees stiptelik:** Een van die groot voordele van sosiale media is die vermoë om inligting amper onmiddellik met 'n globale gehoor te deel. Wees altyd gereed om vinnig te kan reageer op nuwe verwickelinge, tendense, aankondigings, of in noodgevalle, met relevante inligting op u standpunt.
6. **Wees versigtig:** Dink voor u 'n plasing maak. Onthou dat niks wat op sosiale media gedeel word privaat is nie, selfs nie binne 'n geslote netwerk nie. Dit kan en sal gedeel, gestoor, en wêreldwyd versprei word. Moenie iets aanlyn kwytraak wat u nie op die voorblad van 'n koerant sou wou sien nie.
7. **Kommentaarlewing:** Sosiale media gaan nie net oor die deel van nuus en suksesse nie, maar ook inligting wat van belang is vir u lesers en kykers. Wanneer u kommentaar lewer as deel van u rol,

onthou om aan te dui wie u is, en hoe u met die NWU geaffilieer is. As u 'n plasing sien wat u dink 'n amptelike NWU-respons benodig of daarby sou kon baat, kontak asseblief u kampus sosialemedia-vertegenwoordiger.

Wees altyd gereed om kommentaar te ontvang en daarop te reageer. Modereer alle kommentaar voordat u dit plaas. Aanvaar dat nie alle kommentaar positief sal wees nie. Reageer professioneel op negatiewe kommentaar en deur enige addisionele inligting te verskaf wat kan help om die kwessie te besleg. Erken die negatiewe plasing/kommentaar, en volg dit verder op in 'n private forum. "Inbox" of "Direct Message (DM)" die persoon om meer inligting en kontakbesonderhede te bekom. Plaas 'n vrywaring op u "site" dat u die reg voorbehou om onvanpaste kommentaar te verwyder. Verwyder enige kommentaar wat vulgêre taal bevat, wat 'n spesifieke groep of individu aanval, en wat duidelik gemorspos is.

8. **Onderskei tussen persoonlik en professioneel:** Dit kan moeilik wees om u persoonlike en sosialemedia-teenwoordigheid te balanseer, veral as u in albei areas 'n gebruiker is. Inhoud wat vanpas en van belang vir u persoonlike vriende is, is nie noodwendig vanpas of van belang vir u departement se "vriende" nie. Hou hierdie twee teenwoordighede so afsonderlik as moontlik deur inhoud oor u persoonlike lewe tot u persoonlike blad te beperk.
9. **Netwerkvorming:** Wees beleefd en toeganklik, en hou al die riglyne in gedagte wat hier aangebied word. 'n Persoonlikheid en "stem" sal u help om 'n gehoor op te bou. Sodra u u sosialemedia-teenwoordigheid gevestig het, kan u oorkruisbevordering doen in u onderskeie kanale, sowel aanlyn as aflyn.
10. **Moenie u sukses uitsluitlik aan getalle meet nie:** Hoewel dit aanloklik is om besigtigings, aanhangers, of volgelinge as 'n maatstaf te gebruik om u sosialemediabetrokkenheid te assesser, is dit nie die ideale maatstaf nie. Sukses met die bou van gemeenskap via sosiale media is nie 'n eindresultaat nie. Dit is 'n proses.
11. **Moenie dat sosiale media met u normale dagtaak inmeng nie:** U moet vinnig reageer en krisisse bestuur – maar moet nooit vergeet dat u in die eerste plek 'n werknemer/student van die NWU is en u verpligtinge in hierdie verband moet prioritiseer nie.
12. **Definiëring en meting van sukses:** Wat hoop u om te bereik? Hoe sal u weet as u dit bereik het? Wil u meer webbladverkeer genereer? Meer energieke gesprekvoering met voornemende studente? Wil u uitreik na nuwe kollegas op kampus of regoor die wêreld?

Definieer sukses, hoe u dit sal meet, en die hulpmiddels wat u benodig om dit te meet (bv. Hootsuite). Moniteer ook die ingeboude hulpmiddels wat deur u platform verskaf word op 'n gereelde basis om die vlak van interaksie te moniteer ('n voorbeeld is *Facebook Insights*, wat interaksie met blaaie en plasinge kan moniteer). Deur gebruik te maak van hierdie inligting kan u die nodige veranderinge aan u inhoudstrategie aanbring om meer interaksie aan te moedig.

Aanlynpublikasiesraamwerk

1 Woordomsrywings

In hierdie beleid –

beteken “**databasis**” ’n relasionele of hiërgargiese struktuur van entiteite wat data in ’n rekenaarstelsel stoor en waaruit inligting onttrek kan word om aanlyn gepubliseer te word of vir ander gebruik, bv. om te help met bestuursbesluitneming;

verwys “**Drupal**” na die Inhoudbestuurstelsel (IBS) van die NWU, wat bestaan uit toepassingsagteware en ’n databasis wat ontwerp is om aanlyn redakteurs (publiseerders) in staat te stel om inhoud in HTML-formaat op die NWU-webwerf te publiseer;

beteken “**internetprotokolle**” ’n stel internasionale standaarde (protokolle) normaalweg bekend as IP- en TCP/IP-tegnologieë, wat op netwerke gebruik word wat aan die internet gekoppel is;

beteken “**netwerk**” ’n groep rekenaars en randapparatuur wat draadloos of via kables aaneengeskakel is en wat dit moontlik maak vir programmatuur- en apparatuurhulpbronne om tussen verskeie gebruikers gedeel te word;

beteken “aanlyn inhoud” enige teks-, beeld-, video- of oudio-inhoud wat gebruik word om inligting of boodskappe aan ’n aanlyn gehoor op die internet oor te dra;

beteken “**sosiale media**” enige stelsel wat aanlyn gebaseerde gemeenskapsgroepe skep wat daarop ingestel is om interaksie tussen individue te fasiliteer, hetsy sosiaal of professioneel, soos Facebook, Twitter, Blogs, Google+, YouTube, ens.;

beteken “**subdomein**” ’n domein wat deel uitmaak van die NWU-webwerf by www.xxxx.nwu.ac.za, waar ‘xxxx’ die subdomeinnaam is;

beteken “**die NWU-intranet**” die NWU-webwerf wat slegs vir personeel toeganklik is en wat hoofsaaklik vir interne kommunikasie gebruik word, sowel as vir die voorsiening van organisasiehulpbronne aan interne belanghebbendes; en

verwys “**die NWU-webwerf**” na die hoofdomein van die Universiteit by www.nwu.ac.za en sluit dit alle subdomeine in.

2 Raamwerkverklaring

2.1 Wat aanlyn publikasies aanbetref, is dit die beleid van die NWU om –

- ter ondersteuning van die kernbesigheid van die Universiteit ’n meertalige teenwoordigheid op die internet te vestig en aan die behoeftes van sy belanghebbendes en gehoor te voldoen;
- die Universiteit se sigbaarheid op die internet te verseker; en om
- te streef na internasionale erkenning vir sy onderrig, leer, navorsing en gemeenskapsbetrokkenheidsbedrywighede.

2.2 Alle aanlyn gepubliseerde inhoud ter ondersteuning van die Universiteit se doelstellings vorm deel van die Universiteit se digitale bates.

2.3 Die oorhoofse strategie en die huidige bevorderingsdoelwitte soos gedefinieer in die jaarlikse prestasieplan van die Universiteit moet ondersteun word deur sy aanlyn publikasies terwyl optimale verhoudings met sosialemedia-gebruikers in Suid-Afrika sowel as internasionaal gehandhaaf moet word.

2.4 Toesighouding oor die NWU se aanlyn publikasies moet die handelsmerkvestiging en openbare beeld van die Universiteit bevorder ten einde sy vermoë te fasiliteer om suksesvol te wees in sy kernbesigheid.

3 Rolle en verantwoordelikhede

3.1 Forum vir Korporatiewe Verhoudinge en Bemarking (FKVB)

- Die UBK is oorhoofs daarvoor verantwoordelik om te verseker dat die aanlyn teenwoordigheid van die NWU doeltreffend en verantwoordelik binne die NWU bestuur word in ooreenstemming met die Drupal-ri glyne soos bepaal deur die direkteur.

- Die UBK kan die bestuur van die Universiteit se aanlyn teenwoordigheid aan die FKVB delegeer.
- Die FKVB is oorhoofs daarvoor verantwoordelik om toe te sien dat die aanlyn teenwoordigheid van die NWU in ooreenstemming is met die strategiese doelstellings van die NWU.
- Die FKVB gee riglyne en leiding met betrekking tot voorgestelde beleidsveranderinge in die NWU se Aanlynpublikasiebeleid.
- Die FKVB moet konsekwentheid verseker wat betref die toepassing van die korporatiewe identiteit en handelsmerkstandaarde in die aanlyn omgewing.

3.2 Korporatiewe Verhoudinge en Bemaking: Korporatiewe Kommunikasie (KVB)

- KVB is die rentmeester van hierdie raamwerk.
- KVB skakel met kampusse, fakulteite en NWU-inligtingstegnologie (IT) oor gebruikersbehoefte en gebruikertegnologie-ontwikkelingsbehoefte.
- KVB skakel met onderrig en leer, navorsing, innovasie en tegnologieoordrag en gemeenskapsverbintenisse se inhoudeienaars.
- KVB beplan en hou toesig oor die ontwerp, inligtingstruktuur, navigasiestruktuur en ontwikkeling van die webwerf.
- KVB is verantwoordelik vir alle aspekte van die IBS-konsoleadministrasie, insluitende toegangsregte.
- KVB bied 'n sentrale diens vir kliënt- en gebruikersnavrae en ontwikkelingsvoorstelle.
- KVB doen navorsing oor gebruikersverwagtinge en -vereistes.
- KVB verskaf opleiding in redigering aan aanlyn redakteurs.
- KVB verseker dat die verantwoordelikheid van aanlyn kwaliteitsversekering op institusionele vlak aan aanlyn redakteurs (publiseerders) toegewys word.
- KVB verseker die beskikbaarheid van aanlyn redakteurs (publiseerders) by 'n sentrale punt.
- KVB verskaf bestuursverslae oor alle aspekte met betrekking tot die prestasie van gebruikertegnologieë wat tegniese sowel as nie-tegniese indikatore aanbetref.
- KVB meet die aanlyn teenwoordigheid van die NWU.
- KVB hou toesig oor die bestuur van projekte wat verband hou met die ontwikkeling en implementering van aanlyn moniterings- en inkoppelingstegnologieë.

3.3 Inligtingstegnologie

- IT skakel en koördineer met KVB om besigheidsbehoefte te bepaal vir die vestiging van aanlyn gebruikertegnologieë.
- IT bied stabiele toets- en produksiebedieneromgewings wat geskik is vir die hantering van groot volumes internetverkeer.
- IT implementeer netwerkstegnologieë en internetprotokolle om toeganklikheid van aanlyn inhoud te ondersteun.
- IT verskaf databasisadministrasiedienste vir aanlyn inhoud, insluitende multimedia-inhoud, datarugsteun, dataherstel, datasekuriteit en data-integriteit.
- IT verskaf en implementeer dienste en tegnieke ter verbetering van netwerk- en bedienerprestasie.
- IT verskaf en implementeer gebruikersopleiding oor IBS-tegnologieë.
- IT implementeer gebruikertegnologie-toepassingsagteware vir aanlyn publikasie van inhoud.
- IT doen navorsing oor gebruikertoepassingsagteware en die tegniese vereistes daarvan om die NWU se vermoë uit te brei om aanlyn inhoud te verskaf.

3.4 Regsdienste

Die NWU se Regsdienste –

- verskaf regsdiens en advies met betrekking tot aanlyn publikasie van inhoud, insluitende outeursregkwessies, intellektuele eiendomskwessies, aanlyn kontraktuele ooreenkomste, verbruikersregte, en bepalinge en voorwaardes van die gebruik van inhoud, en
- identifiseer potensiële regsrisiko's wat die publikasie van aanlyn inhoud kan affekteer.

4 Reëls

4.1 Hierdie raamwerk as deel van die kommunikasiebeleid is van toepassing op alle personeel, studente en diensverskaffers wat aanlyn inhoud ontwikkel of publiseer, wat sagtewaretoepassings ontwikkel met die

oog daarop om inhoud aanlyn namens die Universiteit te ontwikkel of te publiseer, en die instandhouding van sodanige gebruikertegnologieë.

6.2 Hierdie raamwerk moet gelees word in samehang met die ander aanhangsels tot hierdie Kommunikasiebeleid, en veral teen die agtergrond van die volgende:

- die waardes van die Universiteit
 - die NWU se Handelsmerkbeleid
 - die NWU se Taalbeleid
 - die NWU se Rekordbestuursbeleid
- 6.3 Alle webinhoud wat op 'n aanlyn gehoor gerig is en vir openbare toegang bedoel is, moet gepubliseer word op 'n bedieneromgewing wat gehuisves en in stand gehou word deur IT.
- 6.4 'n Uitsondering op die reël in 5.3 kan toegestaan word deur die direkteur, op grond van 'n gesonde besigheidsplan, indien die diens nie deur IT verskaf kan word nie en ná die nodige oorlegpleging met IT en KVB.
- 6.5 Aanlyn inhoud moet gepubliseer word met inagneming van die gebruikertegnologieë wat in gebruik is, soos tafelrekenaars, tabletrekenaars en selfone.
- 6.6 Aanlyn redakteurs (publiseerders) is daarvoor verantwoordelik om seker te maak dat inhoud aan die Drupal-riglyne voldoen voordat dit op die internet gepubliseer word.
- 6.7 Die integriteit en reputasie van die Universiteit moet te alle tye gehandhaaf word.
- 6.8 Alle aanlyn redakteurs (publiseerders) moet IBS-opleiding en opleiding in aanlyn redigering ondergaan.
- 6.9 Redaksionele integriteit van aanlyn inhoud moet te alle tye gehandhaaf word.
- 6.10 Soekenjin-optimalisering moet gehandhaaf word.
- 6.11 Bruikbaarheid, gebruikerfokus en toeganklikheid is sleutelaflewerbares in alle areas van verantwoordelikheid.
- 6.12 Alle e-handelinisiatiewe (insluitende derdepartyadvertering op internetgebruikertegnologieë, handskudooreenkomste, handelsmerkgebruik, en ontvangs van aanlyn betalings vir goedere en dienste) moet behartig word in ooreenstemming met die toepaslike finansiële beleide en riglyne van die NWU en in oorleg met KVB en IT waar van toepassing.
- 6.13 Alle publikasies oor sosialemediaplatforms, hetsy informeel of formeel, moet die NWU se strategiese en operasionele doelstellings ondersteun en moet aan die sosialemedia-riglyne voldoen (Aanhangsel 3).
- 6.14 Subdomeine van die NWU-webwerf sal geskep word ter ondersteuning van die kernbesigheid van die Universiteit en volgens die Drupal-riglyne.
- 6.15 Administrasieregte vir derdepartyplatforms wat gebruik word om die doelstellings van die Universiteit te bevorder en te bemark, moet op aanvraag aan die direkteur verskaf word.**

5 Hersiening van hierdie raamwerk

KVB moet die Aanlynpublikasiesraamwerk minstens een keer elke twee jaar hersien.

Original details: (10935746) H:\HSC\2. Management\2.1.3 Policy management\Beleide\Raad Maart 2018\6P-6.2_Communication Policy_a.docm
18 Julie 2018

File reference: 6P/6.2