

POLITECHNIKA WARSZAWSKA

Pismo okólne nr 2 /2016
Rektora Politechniki Warszawskiej
z dnia 26 lutego 2016 r.

w sprawie wytycznych dotyczących uczestnictwa Politechniki Warszawskiej w mediach społecznościowych

1. Media społecznościowe stają się coraz ważniejszym źródłem wiedzy na temat studiów i szkolnictwa wyższego. Obecność w tego rodzaju środkach masowego przekazu stała się koniecznością, z uwagi na ogromne znaczenie nie tylko pod względem komunikacyjnym, ale również wizerunkowym Uczelni.
2. W związku z prowadzeniem przez Politechnikę Warszawską aktywności w serwisach mediów społecznościowych oraz w celu uporządkowania obecności Uczelni w Internecie, a także ujednoczenia sposobu redagowania i zamieszczania informacji w portalach społecznościowych oraz realizacją strategii Marki PW została zatwierdzona przez Rektora i przyjęta do realizacji „Polityka komunikacyjna Politechniki Warszawskiej w mediach społecznościowych”.
3. W celu zapewnienia sprawnej realizacji strategii, o której mowa w pkt 2 oraz w celu zapewnienia spójności działań z założeniami Strategii Marki PW ustala się następujące wytyczne postępowania:
 - 1) wszystkie istniejące aktualnie kanały komunikacji Politechniki Warszawskiej w mediach społecznościowych, muszą być dostosowane do niniejszych wytycznych;
 - 2) jednostką odpowiedzialną za prowadzenie oficjalnych profili Uczelni w mediach społecznościowych jest Biuro ds. Promocji i Informacji, zwane dalej „BPI” oraz Biuro Rektora, zwane dalej „BR” w zakresie działań kierownika sekcji komunikacji społecznej (rzecznika uczelni);
 - 3) wszystkie kanały mediów społecznościowych PW są administrowane przez wyznaczonego przez kierownika BPI administratora mediów społecznościowych, zwanego dalej „administratorem” oraz w części dotyczącej działań kierownika sekcji komunikacji społecznej (rzecznika Uczelni) przez BR. Tworzenie dodatkowych kanałów komunikacji PW w mediach społecznościowych, wymaga uprzednio uzyskania zgody administratora i wpisu do rejestru;
 - 4) w przypadku niezastosowania się do obowiązku wyrażonego w pkt 5, BPI może domagać się zamknięcia lub zamknąć profile utworzone w mediach społecznościowych z naruszeniem tego obowiązku;
 - 5) jeżeli jednostka Politechniki Warszawskiej chciałaby rozpocząć komunikację poprzez media społecznościowe (np. utworzenie nowego profilu na Facebooku), powinna zgłosić taki zamiar do administratora, który będzie organizował obecność poszczególnych jednostek w mediach społecznościowych i całościowo je koordynował;
 - 6) wszelkie działania w Internecie, w których używana jest nazwa Politechniki Warszawskiej lub jej znak, powinny być uzgadniane z BPI, uwzględniać niniejsze wytyczne, a także powinny być spójne z innymi działaniami promocyjnymi Uczelni. Celem takiego postępowania jest eliminowanie z Internetu profili i stron podszywających się pod Politechnikę Warszawską i wykorzystujących nazwę oraz znak bez odpowiedniej zgody Rektora, oraz nadzorowanie zgodności działań z regulaminem portalu Facebook i innych serwisów społecznościowych;

- 7) w celu projektowania i koordynacji działań PW w obszarze mediów społecznościowych w BPI został powołany zarządzeniem Rektora zespół redakcyjny ds. mediów społecznościowych, zwany dalej „zespołem”. W szczególności zadaniem zespołu jest dbanie o poprawność merytoryczną i redakcyjną materiałów publikowanych w mediach społecznościowych oraz prawidłowe zamieszczanie informacji na oficjalnych profilach PW;
- 8) publikacji informacji przeznaczonych do umieszczania na oficjalnych profilach Uczelni w mediach społecznościowych należy dokonywać na zasadach i zgodnie z procedura określoną w zarządzeniu Rektora;
- 9) autorzy komunikatów w mediach społecznościowych Politechniki Warszawskiej powinni uwzględniać następujące zasady redagowania treści tj.:
 - a) **głos instytucjonalny** – administrator i redaktorzy serwisów społecznościowych Politechniki Warszawskiej muszą pamiętać, że publikowane przez nich w oficjalnych kanałach informacje, pomimo swobodnego charakteru mediów społecznościowych, nadal mają wydźwięk instytucjonalny. Należy kategorycznie unikać wpisów, które mogą godzić w dobry wizerunek Uczelni, w tym w jej tradycję, pracowników, studentów, doktorantów, absolwentów, dorobek naukowy i dydaktyczny,
 - b) **szanowanie odbiorców** - publikacje w mediach społecznościowych mają zachęcać do dyskusji; niektóre opinie mogą być niezgodne z intencjami administratora i redaktorów oficjalnych kanałów społecznościowych Uczelni - odpowiedzi na nie powinny być wyważone i uwzględniające „instytucjonalny” głos Uczelni,
 - c) **pamiętanie o różnych grupach odbiorców** - w mediach społecznościowych Uczelni ma się do czynienia z szeroką grupą odbiorców (są nimi m.in. studenci, doktoranci, kandydaci na studia, pracownicy administracyjni oraz naukowci, absolwenci), w publikacjach należy się wystrzegać wyśmiewania, krytykowania lub prowokowania poszczególnych grup adresatów,
 - d) **dążenie do dokładności** - niezbędna jest weryfikacja faktów przed publikacją, sprawdzenie informacji pod kątem błędów gramatycznych, ortograficznych i stylistycznych,
 - e) **zdjęcia** - fotografie w mediach społecznościowych to również publikacje, muszą zatem odpowiadać wysokim standardom Uczelni. Zdjęcia gorszej jakości (pod względem technicznym i szeroko rozumianym artystycznym) są akceptowalne jedynie w informacjach, w których liczy się szybkość publikacji i ukazanie aktualności danego wydarzenia,
 - f) **odnośniki** - gdy to tylko możliwe, linki w publikacjach w mediach społecznościowych powinny kierować do strony głównej Uczelni lub środowiska internetowego Uczelni (np. innych mediów uczelnianych i stron wydziałowych). Należy unikać sytuacji, w których informacje odnoszą do niezależnych od Uczelni serwisów zewnętrznych,
 - g) **hashtagi** - wiele mediów społecznościowych korzysta z tzw. hashtagów. Oficjalne hashtagi stosowane w mediach społecznościowych Uczelni to:
#PolitechnikaWarszawska lub #politechnikawarszawska oraz
#WarsawUniversityOfTechnology lub #warsawuniversityoftechnology. Ponadto w związku ze 100-leciem Odnowienia Tradycji Politechniki Warszawskiej wprowadzono oficjalny hashtag #100leciePW, #100yearsOfWUT, #RzecznikPW,
 - h) rekomendowane jest publikowanie postów w godzinach 12:00 - 20:00 zarówno na polsko- jak i anglojęzycznym fanpage`u Politechniki Warszawskiej. Godziny te

pozwolą zapobiec zmniejszeniu kontroli nad aktywnościami fanów w obrębie profili, pozwolą na wysokie zasięgi oraz ułatwią moderację dyskusji;

10) dodatkowe zalecenia:

- a) w komunikacji należy uwzględnić nie tylko „studencki pierwiastek”, ale także tradycję oraz powagę instytucji oraz potrzeby komunikacyjne pracowników Uczelni,
- b) język we wpisach powinien być stonowany, ale nie pozbawiony lekkości wypowiedzi,
- c) wpisy powinny cechować się kreatywnym podejściem do opisywanych tematów, by nie odstraszały zbyt dużą formalizacją i urzędniczym chłodem,
- d) redagowanie wpisów w pierwszej osobie liczby mnogiej, ewentualnie w formie bezosobowej,
- e) odpowiedzi na komentarze internautów muszą być grzeczne i konkretne, należy unikać wchodzenia w dyskusje. W przypadku wskazania w komentarzu użytkownika błędu dokonanego przez administratora lub redaktora profilu, należy za tę uwagę podziękować i poinformować o wprowadzeniu korekty - naganne jest usuwanie tego typu komentarzy i następnie wprowadzanie poprawek,
- f) rekomendowane jest publikowanie postów w godzinach 12:00 - 20:00. Godziny te pozwolą zapobiec zmniejszeniu kontroli nad aktywnościami fanów w obrębie profili, pomogą uzyskać dobry zasięg odbiorców oraz ułatwią moderację dyskusji,
- g) źródłem informacji o Politechnice Warszawskiej jest strona internetowa Uczelni i Biuletyn Informacji Publicznej, źródłem komunikacji wewnętrznej PW jest Biuletyn PW. Działalność PW w mediach społecznościowych powinna być skupiona na kwestiach wizerunkowych i budowaniu więzi z odbiorcami,
- h) zaleca się wykonanie wysokiej jakości zdjęć do wpisów i ich edycję w programach graficznych. Zdjęcia o niskiej jakości zarówno pod względem formy jak i techniki wykonania są dopuszczalne jedynie w sporadycznych przypadkach, gdy zależy nam na zrelacjonowaniu „na żywo” ważnego wydarzenia.

REKTOR


prof. dr hab. inż. Jan Szmidt