

Zarządzenie nr 221/2024

Rektora Uniwersytetu Jana Kochanowskiego w Kielcach

z dnia 29 listopada 2024 roku

w sprawie rejestracji oraz zasad prowadzenia kont w mediach społecznościowych przez jednostki Uniwersytetu Jana Kochanowskiego w Kielcach

Na podstawie art. 23 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. – Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (Dz. U. z 2024 r. poz. 1571) oraz § 28 ust. 1-2, § 29 pkt 2 Statutu Uniwersytetu Jana Kochanowskiego w Kielcach zarządza się co następuje:

Informacje ogólne

§ 1

1. Przez „konto oficjalne” rozumie się konto lub profil w mediach społecznościowych reprezentujące Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach (zwany dalej Uniwersytetem lub UJK), jego jednostki organizacyjne, organy kolegialne, samorządy studenckie i doktoranckie oraz uczelniane organizacje studenckie i doktoranckie.
2. Przez „media społecznościowe” rozumie się platformy internetowe umożliwiające tworzenie i udostępnianie treści oraz interakcję z innymi użytkownikami, takie jak m.in. Facebook, Instagram, X (dawniej Twitter), LinkedIn, YouTube, TikTok.
3. Przez „podmioty zewnętrzne” rozumie się osoby prawne lub fizyczne niebędące pracownikami, studentami ani doktorantami Uniwersytetu, z którymi Uniwersytet zawarł umowę na prowadzenie konta oficjalnego w mediach społecznościowych.

§ 2

1. Niniejsze zarządzenie określa zasady rejestracji i wykorzystywania oficjalnych kont i profili w mediach społecznościowych jednostek Uniwersytetu.
2. Oficjalne konto w mediach społecznościowych podlega zgłoszeniu do rejestru, o którym mowa w § 3.

§ 3

1. Konta oficjalne w mediach społecznościowych mogą być prowadzone:
 - 1) dla jednostek organizacyjnych i organów kolegialnych Uniwersytetu;
 - 2) na potrzeby doraźnych przedsięwzięć, w szczególności dla:
 - a) realizowanych lub współrealizowanych w Uniwersytecie projektów/grantów;
 - b) organizowanych lub współorganizowanych przez Uniwersytet konferencji;
 - c) wydawnictw Uniwersytetu;
 - d) wydarzeń,
 - 3) dla inicjatyw naukowych lub popularyzatorskich.
2. Konta oficjalne w mediach społecznościowych mogą być prowadzone przez pracowników Uniwersytetu, studentów oraz doktorantów Uniwersytetu w ramach Samorządu Studentów,

Samorządu Doktorantów oraz uczelnianych organizacji studenckich i doktoranckich (w tym kół naukowych, organizacji i zespołów). Konta mogą być zakładane zarówno dla ww. samorządów oraz działających uczelnianych organizacji studenckich i doktoranckich, a także w związku z realizowanymi przez nie zadaniami np. projektami, konferencjami, wydarzeniami, itp. Jednostki organizacyjne oraz uczelniane organizacje studenckie i doktoranckie mają prawo do samodzielnego zarządzania treściami na swoich kontach oficjalnych, z zachowaniem zasad określonych w niniejszym zarządzeniu.

3. W uzasadnionych przypadkach konta oficjalne w mediach społecznościowych mogą być prowadzone przez podmioty zewnętrzne na mocy umów zawartych z Uniwersytetem.
4. W przypadku współpracy jednostek Uniwersytetu z podmiotami zewnętrznymi, która wymaga wspólnego prowadzenia kont w mediach społecznościowych, zasady takiej współpracy oraz zakres odpowiedzialności powinny zostać określone w umowie zawartej między Uniwersytetem a danym podmiotem, z zachowaniem postanowień niniejszego zarządzenia.

Rejestracja kont oficjalnych w Uniwersytecie

§ 4

1. Rejestr kont w mediach społecznościowych prowadzi Centrum Mediów i Promocji UJK.
2. Każde nowo utworzone konto powinno zostać zgłoszone do rejestru w ciągu 7 dni od jego utworzenia. Zgłoszenia konta do rejestru należy dokonać na kompletnie wypełnionym formularzu zgłoszeniowym, stanowiącym Załącznik nr 1 do niniejszego zarządzenia. Formularz zgłoszenia zawiera klauzulę informacyjną dotyczącą przetwarzania danych osobowych.
3. Zgłoszenia, o którym mowa w ust. 2, należy dokonać w formie elektronicznej, wysyłając formularz zgłoszeniowy z adresu e-mail w domenie @ujk.edu.pl osoby odpowiedzialnej za konto na adres promocja@ujk.edu.pl.
4. Dokonanie wpisu do rejestru potwierdzone jest w formie elektronicznej w ciągu 14 dni od otrzymania zgłoszenia, na adres e-mail zgłoszeniodawcy.
5. Konta w serwisach społecznościowych (np. Facebook, LinkedIn, Instagram, X (dawniej Twitter), YouTube, TikTok) należy tworzyć wykorzystując wyłącznie służbowe adresy e-mail jednostek uniwersyteckich, z zastrzeżeniem ust. 6.
6. Osoby odpowiedzialne za konto powinny zapewnić zgodność działań z przepisami o ochronie danych osobowych, w szczególności RODO, oraz unikać powiązania kont oficjalnych z prywatnymi profilami w sposób naruszający prywatność. Jeżeli nie jest możliwe wykorzystanie adresu e-mail w domenie @ujk.edu.pl, a np. jedynym sposobem utworzenia konta jest powiązanie z kontem prywatnym w danym serwisie, to obowiązkowe jest:
 - 1) powiązanie dostępu administracyjnego z kontami co najmniej dwóch pracowników etatowych Uniwersytetu;
 - 2) powiązanie dostępu administracyjnego z kontami opiekuna uczelnianej organizacji studenckiej lub doktoranckiej (o ile został powołany) oraz co najmniej dwóch studentów lub doktorantów Uniwersytetu – w przypadku kont zakładanych w ramach Samorządu Studentów, Samorządu Doktorantów oraz uczelnianych organizacji studenckich i doktoranckich;
 - 3) zmiany danych wykazanych w formularzach zgłoszeniowych, zwłaszcza danych osoby odpowiedzialnej za konto, powinny być zgłoszone w ciągu 3 dni od ich wprowadzenia, na adres: promocja@ujk.edu.pl.

7. Oficjalne konta zawierające nazwy jednostek Uniwersytetu, ich logotypy i dane teleadresowe są własnością Uniwersytetu, nawet jeśli zostały powiązane z kontem prywatnym w danym serwisie.

Zasady wykorzystywania oficjalnych kont

§ 5

1. Osobą odpowiedzialną za konto może być wyłącznie pracownik, student lub doktorant Uniwersytetu. W sytuacji, gdy konto jest prowadzone przez podmioty, o których mowa w § 3 ust. 1 pkt 1, osobą odpowiedzialną jest zawsze kierownik jednostki organizacyjnej Uniwersytetu. Do każdego konta może być wskazana więcej niż jedna osoba odpowiedzialna, w szczególności wskazana przez kierownika jednostki organizacyjnej Uniwersytetu.
2. Osoba (lub osoby) zgłoszona do rejestru kont oficjalnych jako osoba odpowiedzialna za konto zobowiązana jest do weryfikowania treści konta pod względem wiarygodności i aktualności umieszczonych tam informacji oraz zgodności z zasadami określonymi w ust. 3-7.
3. Zabrania się wykorzystywania logo i nazwy Uniwersytetu na kontach w mediach społecznościowych innych niż wskazane w § 2.
4. Zabrania się:
 - 1) wykorzystywania kont do celów komercyjnych;
 - 2) umieszczania treści naruszających obowiązujące prawo autorskie oraz odnośników do stron zawierających powyższe treści;
 - 3) umieszczania treści naruszających obowiązujące prawo w zakresie niewymienionym powyżej, w tym związanych z ochroną wizerunku czy naruszające ustawę o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi;
 - 4) publikowania treści niezgodnych z obowiązującym prawem, zasadami etyki akademickiej oraz polityką komunikacyjną Uniwersytetu, w tym treści przedstawiających przemoc, promujących dyskryminację, obrażających godność innych osób lub propagujących ideologie sprzeczne z wartościami Uniwersytetu.
5. Przygotowując treści do publikacji, użytkownicy kont zobowiązani są do przestrzegania zasad zawartych w aktualnie obowiązującym zarządzeniu rektora w sprawie zapewnienia dostępności w Uniwersytecie.
6. Zaleca się użytkownikom stosowanie dobrych praktyk w komunikacji na oficjalnych stronach i profilach w mediach społecznościowych Uniwersytetu, zawartych w Załączniku nr 2 do niniejszego zarządzenia.
7. Umieszczanie przez użytkowników reklam komercyjnych, niezależnie w jakiej formie, w szczególności: logo lub logotypu, linku do strony, tekstu reklamowego, banneru, artykułu sponsorowanego jest dopuszczalne, jeżeli: nie budzi wątpliwości oznaczenie publikowanego materiału jako reklamy, została zawarta pisemna umowa, treść reklam nie narusza obowiązujących przepisów prawa oraz została wyrażona zgoda przez Centrum Mediów i Promocji UJK co do formy, czasu i miejsca upublicznienia reklamy.
8. Jeżeli dany serwis społecznościowy to umożliwia, należy zamieścić informacje o nazwie jednostki prowadzącej konto oraz jej dane teleadresowe w Uniwersytecie.
9. Jeżeli konta oficjalne będą wykorzystywane w sposób niezgodny z zasadami określonymi w niniejszym zarządzeniu, rektor może, po zasięgnięciu opinii Centrum Mediów i Promocji UJK, zażądać dostosowania ich treści do ww. zasad (np. poprzez usunięcie treści niepożądanych)

w określonym terminie. W przypadku braku dostosowania się do zaleceń, może zostać podjęta decyzja o zamknięciu konta lub usunięciu go z rejestru, co jest równoznaczne z zakazem wykorzystywania logo i nazwy Uniwersytetu oraz jednostek wchodzących w jego skład. Osoby odpowiedzialne za naruszenia mogą podlegać odpowiedzialności dyscyplinarnej zgodnie z obowiązującymi przepisami.

10. W przypadku utraty dostępu do konta oficjalnego lub zmiany osób odpowiedzialnych za jego prowadzenie, jednostka jest zobowiązana niezwłocznie poinformować Centrum Mediów i Promocji UJK oraz podjąć działania w celu odzyskania dostępu lub przekazania uprawnień nowym osobom.
11. Za treści publikowane na kontach oficjalnych odpowiedzialność ponoszą osoby, o których mowa w ust. 1 lub kierownicy jednostek organizacyjnych prowadzących konta, przy czym osoby odpowiedzialne za konto są zobowiązane do przestrzegania niniejszego zarządzenia i mogą ponosić odpowiedzialność dyscyplinarną za jego naruszenie.
12. Jednostki prowadzące konta oficjalne powinny regularnie aktualizować publikowane treści, zapewniając ich aktualność i zgodność z polityką komunikacyjną Uniwersytetu. Centrum Mediów i Promocji UJK może monitorować treści publikowane na kontach oficjalnych w celu zapewnienia spójności przekazu.
13. W przypadku zauważenia naruszeń związanych z prowadzeniem kont oficjalnych, pracownicy, studenci i doktoranci mogą zgłaszać je do Centrum Mediów i Promocji UJK za pośrednictwem adresu e-mail: promocja@ujk.edu.pl.
14. Osoby odpowiedzialne za konto powinny stosować odpowiednie środki bezpieczeństwa, w tym silne hasła i, jeśli to możliwe, uwierzytelnianie dwuskładnikowe, w celu zabezpieczenia konta przed nieautoryzowanym dostępem.
15. Zarządzenie nie ogranicza swobody wypowiedzi pracowników, studentów i doktorantów w mediach społecznościowych pod warunkiem, że publikowane treści na kontach oficjalnych są zgodne z misją Uniwersytetu oraz nie naruszają zasad określonych w niniejszym zarządzeniu.
16. Prowadzenie kont oficjalnych powinno być zgodne z przyjętą polityką komunikacyjną i promocyjną Uniwersytetu. Jednostki mogą konsultować treści i działania promocyjne z Centrum Mediów i Promocji UJK.

Regulacje końcowe

§ 6

1. Konta już istniejące powinny zostać zgłoszone do rejestru kont oficjalnych, a ich treść dostosowana do zapisów niniejszego zarządzenia w ciągu 30 dni od wejścia w życie niniejszego zarządzenia lub zlikwidowane. Przepis § 4 ust. 2 stosuje się odpowiednio.
2. W przypadku niezgłoszenia istniejącego konta oficjalnego w wymaganym terminie lub nieprzystosowania jego treści do zapisów niniejszego zarządzenia, rektor może podjąć decyzję o zakazie dalszego wykorzystywania nazwy i logo Uniwersytetu na tym koncie oraz zlecić podjęcie odpowiednich działań prawnych w celu ochrony interesów Uniwersytetu.

§ 7

Zarządzenie będzie podlegać przeglądowi co najmniej raz na dwa lata w celu dostosowania jego zapisów do zmieniających się realiów mediów społecznościowych i potrzeb Uniwersytetu.

§ 8

Zarządzenie wchodzi w życie z dniem podpisania.

Rektor

Uniwersytetu Jana Kochanowskiego w Kielcach

prof. dr hab. Beata Wojciechowska

**Formularz zgłoszenia oficjalnego konta w mediach społecznościowych jednostki
wchodzącej w skład Uniwersytetu Jana Kochanowskiego w Kielcach**

Do: Centrum Mediów i Promocji UJK promocja@ujk.edu.pl

UWAGA: formularz składany jest wyłącznie drogą e-mail z adresu
w domenie @ujk.edu.pl osoby odpowiedzialnej za konto

Nazwa konta			
Adres URL konta			
Nazwa jednostki UJK			
Nazwa: konferencji/ projektu/grantu/ wydawnictwa/ wydarzenia/inne*, dla którego konto jest utworzone (*zaznaczyć właściwe)			
Dane kontaktowe osoby lub osób odpowiedzialnych za konto	Imię i nazwisko	Tel. kontaktowy:	E-mail kontaktowy:
Adres e-mail, który wykorzystano do rejestracji konta (jeśli dotyczy)			

Data i czytelny podpis osoby dokonującej rejestracji:

Informacja o przetwarzaniu danych osobowych dla osób, których dane są przetwarzane podczas rejestrowania w UJK oficjalnych kont w serwisach społecznościowych – art. 13 RODO

Proszę przyjąć do wiadomości, że:

1. Administratorem Pani/Pana danych osobowych jest Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach (zwany dalej Uniwersytetem), ul. Żeromskiego 5, 25-369 Kielce, e-mail: kancelaria@ujk.edu.pl.
2. Państwa dane przetwarzane będą przez Uniwersytet, w celu zarejestrowania w Uniwersytecie oficjalnych kont w serwisach społecznościowych, a podstawę prawną przetwarzania stanowią art. 6 ust. 1 lit. e) w powiązaniu z przepisami ustawy Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce, przepisami Kodeksu pracy oraz art. 6 ust. 1 lit. f) RODO w zakresie działań informacyjnych, promocyjnych i upowszechniających wiedzę oraz w zakresie zabezpieczenia i dochodzenia ewentualnych roszczeń.
3. Państwa dane mogą zostać udostępnione jedynie organom lub podmiotom publicznym uprawnionym do uzyskania danych na podstawie obowiązujących przepisów prawa, upoważnionym pracownikom administratora oraz podmiotom, z którymi Uniwersytet zawarł stosowne umowy powierzenia przetwarzania.

Ponadto, proszę przyjąć do wiadomości, że:

4. Państwa dane będą przechowywane przez okres funkcjonowania konta i przez 6 miesięcy po jego zamknięciu, a po tym czasie przez okres oraz w zakresie wymaganym przez przepisy prawa powszechnie obowiązującego lub dla zabezpieczenia i dochodzenia ewentualnych roszczeń.
5. Przysługuje Państwu prawo dostępu do danych osobowych, ich sprostowania, usunięcia lub ograniczenia przetwarzania oraz prawo wniesienia sprzeciwu wobec przetwarzania danych. Uprawnienia te mogą być jednak ograniczone przez szczególny przepis prawa.
6. Przysługuje Państwu prawo wniesienia skargi do Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych.
7. Podanie danych osobowych jest dobrowolne, jednak ich niepodanie uniemożliwi zarejestrowanie konta.
8. Państwa dane nie będą poddawane zautomatyzowanemu procesowi podejmowania decyzji.

Osoby, których dane osobowe zostały wskazane w niniejszym formularzu zostały powiadomione, że ich dane będą wykorzystywane przez Uniwersytet jako administratora danych wyłącznie w celu realizacji niniejszego wniosku rejestracyjnego.

Data i czytelny podpis osoby dokonującej rejestracji

Dobre praktyki w komunikacji na oficjalnych stronach i profilach w mediach społecznościowych Uniwersytetu Jana Kochanowskiego w Kielcach

1. Chrońmy wizerunek Uniwersytetu.

Logo oraz nazwa Uniwersytetu są prawnie chronione i nie mogą być modyfikowane ani wykorzystywane w jakikolwiek sposób bez zgody Uniwersytetu.

2. Pamiętajmy o wartościach oraz strategii komunikacji Uniwersytetu.

Jeżeli w mediach społecznościowych można jednoznacznie Państwa publikacje powiązać z Uniwersytetem, to odbiorcy będą Państwa utożsamiać z UJK – pamiętajmy zatem, że każdy pracownik i student jest zobowiązany do godnego reprezentowania Uniwersytetu.

3. Odpowiedzialnie wyrażajmy własne opinie.

Jeśli na prywatnych kontach w mediach społecznościowych lub prowadzonych przez siebie stronach bądź blogu udostępniasz Państwo informację na temat swojego miejsca zatrudnienia, to należy pamiętać, aby w swoich wypowiedziach zaznaczać, że przedstawiane opinie są wyłącznie Państwa prywatnymi poglądami.

4. Przestrzegajmy zasad obowiązujących w sieci.

Pamiętajmy, że w Internecie komunikujemy się według jasno określonych zasad. Zachęcamy do zapoznania się i stosowania netykiety, która jest zbiorem dobrych zasad i obyczajów obowiązujących w sieci: <https://pl.wikipedia.org/wiki/Netykieta>.

5. Dyskutujmy merytorycznie i przyjmujmy krytykę.

Bądźmy otwarci na wszelkie uwagi i sugestie. Nie cenzurujmy i nie usuwajmy treści.

Mamy jednak prawo do moderowania i usuwania treści, które są:

- obraźliwe, napastliwe, propagujące przemoc lub nienawiść;
- dyskryminują innych ze względu na rasę, pochodzenie, wyznawaną religię;
- orientację seksualną, płeć lub wiek;
- zawierają materiały o charakterze drastycznym lub erotycznym;
- naruszają prawa autorskie;
- są trollingiem, spamem lub phishingiem;
- stanowią ofertę komercyjną.

6. Poznajmy regulaminy

Należy znać regulaminy platform i serwisów, w których publikujemy. Najpopularniejsze z nich to:

- Facebook: <https://web.facebook.com/legal/terms?>
- LinkedIn: <https://www.linkedin.com/legal/user-agreement?>
- YouTube: <https://www.youtube.com/static?gl=PL&template=terms>
- Instagram: <https://web.facebook.com/help/instagram/478745558852511?>
- Twitter: <https://help.twitter.com/pl/rules-and-policies/twitter-rules>

7. Bądźmy świadomi ustawień prywatności i chrońmy swoją tożsamość.

Pamiętajmy - prywatność w mediach społecznościowych nie istnieje. Posty publiczne są widoczne w wyszukiwarkach internetowych, a posty prywatne mogą bez trudu zostać skopiowane i udostępnione publicznie – nawet najbardziej restrykcyjne ustawienia prywatności nie zapewnią jej w stu procentach.

8. Respektujemy prawa autorskie oraz własność intelektualną.

Jeśli udostępniasz Państwo zdjęcia, wideo, nagrania audio lub artykuły prasowe autorstwa innych, zawsze należy pamiętać o upewnieniu się, że mamy do nich prawa autorskie lub zgodę właściciela na użycie tych materiałów do własnych celów. W przypadku korzystania z materiałów na licencjach typu Creative Commons, należy przestrzegać warunków tych licencji. Udostępniając cudze materiały zawsze pamiętajmy o podawaniu źródła.

9. Zachowajmy poufność.

Nie należy ujawniać poufnych lub zastrzeżonych informacji o studentach, pracownikach i absolwentach Uniwersytetu.

10. Treści prywatne oddzielmy od oficjalnych.

Zadbajmy o odpowiedzialne i właściwe wykorzystanie kanałów komunikacji, szczególnie w przypadku tych oficjalnych, takich jak: strony czy profile jednostek Uniwersytetu. Zawsze zaznaczajmy różnicę pomiędzy prywatnym zdaniem, a zdaniem Uniwersytetu.