

## «شیوه‌نامه‌ی محتوای شبکه‌های اجتماعی»

### • تغییرات سند

ردیف	تاریخ	نام (ها)	شرح
۱	۹۹/۱۱/۲۲	مهدی آقابابایی، طناز باقری، سپهر متانت	نگارش اولین نسخه

### • تعاریف

۱. مرکز: مرکز پژوهش‌های دانش‌جویی دانشگاه علوم پزشکی تهران
۲. ارکان مرکز: ساختارهای اصلی تشکیل‌دهنده‌ی مرکز که در ماده‌ی ۱-۱۷ اساس‌نامه‌ی آن ذکر شده است.
۳. شبکه‌های اجتماعی: پیام‌رسان‌ها و شبکه‌های به اشتراک‌گذاری محتوا که در هر دوره‌ای مخاطب فراوانی دارد؛ مانند تلگرام، آپارات، اینستاگرام و...
۴. دبیرکل مرکز پژوهش‌ها: فردی که توسط اعضای شورای مرکزی انتخاب شده و مسئولیت راهبری شورای اجرایی را بر عهده دارد.
۵. معاون روابط عمومی شورای اجرایی: فردی که توسط دبیر کل مرکز انتخاب شده و مسئولیت اجرا و مدیریت این شیوه‌نامه را برعهده دارد.
۶. کارشناس روابط عمومی مرکز: فردی که توسط سرپرست مرکز جهت رسیدگی به امور روابط عمومی انتخاب شده است.

### • مقدمه

- ❖ امروزه یکی از راه‌های ارتباطی اصلی مرکز پژوهش‌های دانش‌جویی دانشگاه علوم پزشکی تهران با مخاطبان خود، شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی می‌باشد. این موقعیت موجب ارتباط‌گیری با قشر وسیع و هدفمندی از گروه هدف این مرکز شده است و فرصتی را فراهم کرده تا ضمن اطلاع‌رسانی و معرفی مرکز، افراد جدیدی نیز جذب مجموعه شده و این شبکه گسترده‌تر و عمیق‌تر شود. بدین ترتیب، اهمیت و حساسیت موضوع ایجاب می‌کند تا چارچوب و قوانینی برای اشتراک‌گذاری محتوا در حساب‌های کاربری این مرکز در شبکه‌های اجتماعی تدوین شود.
- ❖ در این سند تلاش شده تا ضمن بیان شفاف راهبرد معاونت روابط عمومی مرکز برای مدیریت محتواهای شبکه‌های مجازی خود، دستورالعمل‌های مشخصی نیز در این زمینه تعریف شود.

### • راهبرد فعالیت

- ❖ سیاست شبکه‌های اجتماعی مرکز بر آن است که با تعامل مستمر و فعال با گروه هدف خود (دانش‌جویان و پژوهشگران)، فعالیتی موثر در جذب و حفظ مخاطبان داشته باشد. این تعامل می‌تواند از راه‌های مختلف صورت پذیرد؛ مانند اطلاع‌رسانی رویدادها، تولید محتوای مورد نیاز گروه هدف، برگزاری نشست‌های برخط و...

❖ لازم به ذکر است که اولویت استفاده از ظرفیت این شبکه‌ها، ترویج و تبلیغ فعالیت‌های ارکان مرکز می‌باشد.

## • مسئولیت‌ها

۱. **محتواگذار (Admin):** فرد یا افرادی که از طرف معاون روابط عمومی تعیین شده و مسئولیت بارگذاری محتوا بر روی شبکه‌های اجتماعی را بر عهده دارند.
۲. **پشتیبان (Supporter):** فرد یا افرادی که از طرف معاون روابط عمومی تعیین شده و مسئولیت ارتباط با مخاطبان (پاسخ‌گویی به سوالات، رفع مشکلات و...) را بر عهده دارند.
۳. **محتواساز (Content Producer):** فرد یا افرادی که از طرف معاون روابط عمومی تعیین شده و مسئولیت تولید محتوای متنی و بصری مورد نیاز را دارند تا در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک گذاشته شود.
۴. **ناظر (Supervisor):** دبیر کل مرکز، معاون روابط عمومی شورای اجرایی و کارشناس روابط عمومی مرکز که نظارت بر محتواها و عدم مغایرت آن‌ها با شیوه‌نامه را بر عهده دارند.

## • قوانین محتوا

❖ به منظور حصول اطمینان از کیفیت و کمیت تعامل با مخاطبان، در ادامه به شرایط و ضوابط محتواهای به اشتراک گذاری شده در بستر شبکه‌های اجتماعی اشاره خواهد شد.

## ➤ دسترسی‌ها

۱. **اضافه کردن ادمین:** دبیر کل مرکز، معاون روابط عمومی شورای اجرایی
۲. **تغییر اطلاعات کانال:** دبیر کل مرکز، معاون روابط عمومی شورای اجرایی
۳. **ویرایش و پاک کردن پیام‌ها:** دبیر کل مرکز، معاون روابط عمومی شورای اجرایی
۴. **بارگذاری محتوا:** محتواگذار

❖ **تبصره:** کارشناس روابط مرکز مطالب بارگذاری شده را از نظر عدم مغایرت با قوانین مرکز مورد بررسی و ارزیابی قرار می‌دهد و در صورت وجود مغایرت به دبیر کل مرکز یا معاون روابط عمومی برای اعمال تغییر اطلاع می‌دهند.

## ➤ موضوع‌های قابل اشتراک‌گذاری

❖ محتواهایی که پیرامون محورهای ذیل باشند، امکان اشتراک‌گذاری در شبکه‌های اجتماعی مرکز را دارند:

۱. فعالیت‌های ارکان مرکز
۲. اخبار المپیادهای دانش‌جویی
۳. بنیاد ملی نخبگان

❖ **تبصره:** اشتراک‌گذاری محتواهایی خارج از موضوعات فوق، نیازمند تایید معاون روابط عمومی شورای اجرایی می‌باشد.

## ➤ زمان بندی ارسال محتوا

- ❖ از آن جایی که حفظ توجه مخاطبان در گرو برنامه ریزی زمانی ارسال محتوا می باشد، لازم است نکات زیر رعایت شوند:
  - ✓ در یک روز، حداکثر ۵ محتوا (در هر قالبی) در یک شبکه‌ی اجتماعی منتشر شود.
  - ✓ روزانه ترجیحا ۳ محتوا در ساعات اوج بازدید امکان ارسال دارند؛ ولی در موارد استثناء، با تایید و صلاح دید معاون روابط عمومی شورای اجرایی، امکان افزایش تعداد محتوا به ۵ مورد و ارسال در خارج از این ساعات نیز وجود دارد.
  - ✓ با صلاح دید معاون روابط عمومی شورای اجرایی، پیام‌های اولویت دار (مرتبط با ارکان مرکز، بنیاد نخبگان، المپیادهای دانش جویی و شبکه‌ی بین المللی پژوهش (USERN)) برای ساعت ۲۰ منتشر شوند.
  - ✓ جهت مدیریت زمان بندی، محتواها به ترتیب زمان رزرو توسط محتواگذار طبقه بندی شده و در زمان مناسب، ارسال شود.

## ➤ شیوه‌ی ارسال

- ❖ با توجه به راهبرد اتخاذ شده، صرفا محتواهایی که متعلق به یکی از ارکان مرکز باشند، در اولویت اشتراک گذاری در شبکه‌های اجتماعی مرکز قرار خواهند داشت.
- ❖ ارسال محتواها به دو شیوه می تواند باشد: در شیوه‌ی اول، متن و تصویر رونوشت (Copy) شده و در قالب مناسب قرار می گیرد و توسط محتواگذار فرستاده می شود. در شیوه‌ی دوم، محتوا از حساب کاربری یکی از ارکان مرکزی به شرط قید شناسه‌ی حساب کاربری شبکه‌ی اجتماعی مرکز با ارسال (Forward) می شود.

## ➤ نحوه‌ی دریافت

- ❖ هر کدام از ارکان مرکز که علاقه مند به ارسال محتوای خود از طریق شبکه‌های اجتماعی مرکز باشند، لازم است یک نماینده معرفی کند و صرفا محتوای ارسالی از طرف نماینده وارد لیست کاری محتواگذار خواهد شد. همچنین این نماینده موظف است که زمان ترجیحی برای ارسال محتوا در شبکه اجتماعی را از مسیر تعیین شده، رزرو نماید.