

# Tips för föreningsverksamhet i sociala medier

Med sociala medier avses kanaler där kommunikationen sker genom växelverkan och där var och en av oss själv kan producera innehåll. Sociala medier erbjuder en snabb kanal för påverkan, informering och kommunikation och ett effektivt verktyg för kriskommunikation.

## 1. När föreningen börjar använda en ny kanal på sociala medier

Planera före ni skapar ett nytt konto: behövs den nya tjänsten bara en kort tid eller också i fortsättningen?

Hur ofta ska ni publicera inlägg och hurdant innehåll?

Hurdana resurser kräver närvaron på sociala medier (ansvarspersoner och deras användarrättigheter)?

Skapa riktlinjer för uppföljning av och deltagande i diskussionen (moderering)

Hur ska ni tilltala målgruppen?

Vilka teman ska behandlas, vilka avgränsas bort?

Hur ska målgrupperna informeras om den nya kanalen?

Av kontot ska framgå administratör, dvs. vilken förening som äger kanalen eller kontot. Om du använder JHL:s logotyp ska du nämna föreningens namn i anslutning till den. Fundera på kanalens visuella layout, hur ska kanalen namnges, välj en tydlig adress.

## 2. Fokus på innehåll: berätta, gilla och dela

När föreningen berättar om sin egen och förbundets verksamhet i sociala medier, når våra gemensamma meddelanden och material en stor skara mottagare vilket också ger oss inflytande. Föreningarna kan informera i sociala medier om bl.a.:

föreningsnyheter och annat aktuellt

föreningens händelser och evenemang (informering på förhand och bilder i efterhand)

förbundets händelser och evenemang, nyheter och pressmeddelanden

medlemservice (svara på medlemmarnas frågor och informera)

Medlemsrekrytering

dela intressanta nyheter om arbetslivet osv.

Planera riktlinjerna för användning av t.ex. valreklam tillsammans på förhand. Oftast är det bäst att kanalen stöder hela föreningens verksamhet, inte personliga eller separata målgruppers agenda. Förbundets sociala mediernas kanaler är reserverade endast för sådana kampanjer där JHL är direkt med.

## 3. De populäraste kanalerna på sociala medier

Speciellt Facebook, Twitter och Instagram är populära bland JHL:s medlemmar.

**Facebook** är en interaktiv, snabb, positiv och till och med avslappnad kanal för att kontakta medlemmarna. Du kan skapa öppna sidor för alla eller privata sidor dit endast medlemmar tas in. Öppna sidor fungerar också för medlemsrekrytering. Facebook-inläggets typ påverkar hur det syns i nyhetsflödet. Synligheten fördelas i den här

ordningen: video, bild + länk, bild utan text, text + länk, länk utan text, text utan något annat.

**Twitter** når ut till massmedier och beslutsfattare. Flera redaktioner och journalister följer aktivt med Twitter och tjänsten är utmärkt för att ta ställning och för att starta en offentlig diskussion om viktiga ärenden nationellt eller i landskapsmedier. Bilder kan stärka ditt budskap också i Twitter.

**Instagram** är en bra kanal för att publicera och dela bilder om t.ex. föreningens evenemang. Det kan vara svårt att beskriva en god stämning och en bild säger mer än tusen ord. Instagram är populär speciellt bland unga.

## 4. Hashtaggar

Med en hashtag avses att du markerar ett innehåll i sociala medier med #-tecknet för att andra användare ska kunna söka fram ditt inlägg. Var och en kan använda hashtaggar för att markera sina inlägg och för att söka intressanta diskussioner, åsikter och länkar. Vi rekommenderar att alltid markera inlägg i sociala medier med hashtaggar, t.ex. #jhl, #jhlrepresentantskapet, #jhlnäsdagen, #facket, #fackförbund

## 5. Diskussion om spelregler

Samma principer som gäller all övrig JHL-verksamhet gäller också i sociala medier. Varje JHL-förenings verksamhet påverkar förbundets image. Uppför dig respektfullt gentemot alla användare på nätet. Du ska inte svartmåla, uppföra dig kränkande, eller delta i verksamhet som inte skulle vara lämpligt i din förening, i JHL:s lokaler eller på jobbet. Kom också ihåg upphovsrätten (bl.a. bilder och musik).

Tala inte om konfidentiella ärenden (inte ens i privata grupper) eller ärenden som är sekretessbelagda eller andra personers privata ärenden. Du ska inte heller tala om saker som inte ännu har publicerats. Kom ihåg att all information kan läcka ut i offentligheten, också från privata grupper, och att det tar mycket länge för något att försvinna om det en gång har lagts upp på nätet.

Kontrollera fakta innan du delar något, markera var du fått informationen och rätta till andra som delar felaktig information.

Det är viktigt att följa upp och delta i diskussionen som ditt inlägg eventuellt skapar. Faktabaserad argumentation är det bästa sättet att svara på kritik.

Administratören ansvarar för att ta bort osakliga, kränkande och vulgära kommentarer och kommentarer som uppmanar till brott. I extrema fall kan personer som publicerar osakligt innehåll blockeras från kontot eller sidan.

Om det framkommer i din personliga profil på nätet att du är aktiv eller medlem i förbundet och/eller i fackföreningen, rekommenderar vi att du undviker att gå med i stöd- och verksamhetsgrupper som strider mot JHL:s värderingar. Privata och professionella roller går lätt att bland ihop i sociala medier.

\*\*\*\*

**Anvisning 15.3.2021 / JHL:s kommunikation**