

POLICY FÖR SOCIALA MEDIER

Detta dokument syftar till att ge allmänna riktlinjer för Umeå studentkårs (US) strategi gällande sociala medier. På grund av Internets föränderliga natur bör dokumentet årligen revideras med syftet att svara upp mot aktuella trender, lagar och sociala medier.

ALLMÄNT

US ska vara närvarande på sociala medier för att:

- Sprida budskap
- Stärka US:s varumärke

Förhållningsregler:

- De inlägg som publiceras ska vara av relevans för följarna: om för många inlägg publiceras kan de viktigaste inläggen försvinna i mängden och risken finns att US tappar följare.
- Minst ett inlägg per vecka och media ska publiceras.
- Jämn spridning av inlägg över tid är eftersträvansvärt. T ex: postas fem inlägg under en vecka, vänta till måndag om du vill skriva något som inte är av brådslande karaktär.
- Försök att skapa inlägg som leder till diskussion och som kan spridas, t ex genom likes.
- Inlägg ska publiceras på såväl svenska som engelska. Är det publicerade inlägget en hänvisning till ett dokument/en artikel utan engelsk översättning ska en kortare sammanfattning ges på engelska. Detsamma gäller omvänt.
- Tänk på att inlägg får större spridning under eftermiddagen. Välj att posta då om möjligt.
- Marknadsföring av sociala medier där US finns ska ske vid ett par tillfällen per termin.
- Betalda och riktade annonser kan med fördel användas vid allmän marknadsföring samt särskilt viktiga inlägg.

INNEHÅLL I US:S NÄRVARO

- Allt som postas ska följa US:s etiska regler, jämställdhetspolicy och tillgänglighetspolicy.
- Tänk på att du representerar US. Det är positivt att US syns, postar och interagerar, men se bortom personlig politisk och kulturell identitet.
- När politiska ställningstaganden görs ska de ha förankrats i US:s arbetsutskott.
- Artiklar/radio/tv-inslag där US förekommer ska publiceras/delas i sociala medier. Är medieutrymmet av negativ karaktär bör US:s egen syn på situationen presenteras.
- Fotoalbum som dokumenterar US:s evenemang uppmuntras.
- Irrelevanta men ”småroliga” inlägg kan förekomma, men bör publiceras restriktivt. Dessa kan vara ett bra sätt att skapa en lättsam diskussion.
- Extern annonsering via sociala medier görs endast i undantagsfall. Det ska finnas en tydlig studentnytta och inte på grund av ekonomisk vinning.

MEDDELANDEN/KOMMENTARER SKICKADE TILL US

Generalprincipen är att svara så snabbt som möjligt, detta visar att vi bryr oss om våra följare och att vi värnar om våra medlemmar. Känner du att du inte kan svara, kontakta någon som kan och be dem svara eller informera dig om vad du ska svara. Det kan bli fel i ett meddelande eller en kommentar och det är mänskligt, men var då ödmjuk och erkänn ditt misstag.

BILDER

Gängse lagar angående publicering av bilder gäller:

- När du vill publicera en bild som tydligt rör en ett eller fåtal personer på sociala medier, kolla med berörda personer finns med på bilden/bilderna att det är ok.
- Tänk på att även få godkännande om andras bilder används.