

## Equmeniakyrkan på sociala medier

Sociala medier används för att kommunicera, skapa relationer, främja dialog och dela kunskap. Sociala medier som exempelvis Twitter, Facebook och bloggar är verktyg eller kanaler som även Equmeniakyrkan kan använda i sitt utåtriktade arbete. Sociala medier skapar nya möjligheter för Equmeniakyrkan att vara kyrka i människors vardag. Det är ett sätt för oss att kommunicera till och med våra församlingar och deras medlemmar men också ett verktyg för opinionsbildning och för att stärka Equmeniakyrkans varumärke. Facebook och Twitter är globalt sett de största sociala mediekanalerna just nu och är därför prioriterade hos Equmeniakyrkan. Kanalerna används på olika sätt och når olika målgrupper, vilket gör att de kan komplettera varandra.

I vår kommunikation på sociala medier utgår vi från Equmeniakyrkans vision ”Vi vill vara en kyrka för hela livet där mötet med Jesus Kristus förvandlar, - mig, dig och världen”. De uppdateringar vi gör, och de samtal vi för, syftar i huvudsak till att stärka bilden av Equmeniakyrkan som en kyrka med fokus på den lokala församlingens förnyelse, utveckling och växt, mötet med Jesus Kristus, hela livets kyrka och att förändra världen.

Nedan följer en utförlig guide för Equmeniakyrkans användande av sociala medier. Det finns också råd och rekommendationer för hur du som anställd i Equmeniakyrkan kan och bör använda sociala medier. Dokumentet är uppdelat i fem kapitel: Sammanfattning, Allmänna råd och riktlinjer, Facebook, Twitter och Instagram. Under varje kapitel finns rubriker som förtydligar vad varje avsnitt handlar om. Alla delar kanske inte rör just dig, men läs gärna hela dokumentet ändå för att förstå hur Equmeniakyrkan arbetar med sociala medier. Vissa råd kommer att upprepas under de olika kapitlen, de kan vara särskilt viktiga att tänka på.

Med önskan om god användning!

Malin Emmoth, pressekreterare Equmeniakyrkan

## **Sammanfattning:**

Sammanfattningsvis vill vi lyfta fram följande punkter som alla anställda bör ha i bakhuvudet när de kommunicerar via sociala medier. Läs dock gärna hela dokumentet:

1. Sociala medier handlar om att kommunicera med korta, kärnfulla budskap. Vill du förmedla en längre text, skriv den hellre på hemsidan och länka dit.
2. Tänk igenom det du skriver så att det inte är stötande och konfliktskapande men var heller inte rädd för att använda sociala medier. Ses du som en representant för Equmeniakyrkan, ha det i åtanke när du kommunicerar.
3. Kommunicerar du via Equmeniakyrkans officiella konton är det bra att tänka på vilken bild du förmedlar av kyrkan och att vi kommunicerar som en enhet. Skriv därför aldrig ditt namn under en post, möjligtvis kan du omnämna dig själv i tredje person.
4. Den som postar något via Equmeniakyrkans konton är ansvarig för att följa upp kommentarer och svar. När du besvara något, signera det då med ditt namn då du genom svaret inleder en konversation. Alla kommentarer på Facebook ska besvaras och/eller gillas. På Twitter är det även där lämpligt svara och/eller retweeta och stjärnmarkera alla interaktioner.
5. Skriv gärna lättsamt och öppna upp för vidare samtal genom att till exempel ställa en fråga.
6. Använd gärna bilder, länkar och filmklipp för att göra ditt inlägg mer intressant men skriv också vad mediet handlar om.
7. Tänk till en gång när du skriver om/taggar dina kollegor i ett inlägg. Framför allt när det gäller kritiska inlägg. Kritik är ofta bäst att framföra internt, både för de inblandade och för att värna den bild vi vill visa upp av Equmeniakyrkan.
8. Radera aldrig ett inlägg om det har hunnit spridas. Det är bättre att erkänna sina misstag och rätta dem än att försöka dölja.
9. Ös inte ut för många inlägg i rad. På Facebook får det max postas tre inlägg per dag via Equmeniakyrkans konto. Är kvoten full kan du tidsinställa.
10. Sociala medier ger oss möjlighet att kommunicera med personer och grupper vi annars kan ha svårt att nå. I ett ärligt och positivt samtal har vi möjlighet att berätta om Equmeniakyrkan och vad vi gör. Låt oss ta vara på den möjligheten.

## **Allmänna råd och riktlinjer**

### **Kompetens och tonalitet?**

Våra följare förväntar sig att möta en personlig och positiv ton, ett vårdat språk utan sarkasmer i ett samtal där du talar utifrån ditt kompetensområde. Tänk på att använda ett inkluderande språk. Är du osäker? Ta hjälp av en medarbetare med specialkunskap eller en kommunikator.

### **Transparens**

Undanhåll inte fakta utan redovisa faktiska förhållanden. Om något blir fel, radera inte det du sagt utan erkänn och rätta misstaget snarast. Styrk gärna ett svar genom att ange källa eller en länk.

### **Källkritik och upphovsrätt**

Upphovsrätten gäller. Är du osäker på om du har rätt att publicera en text, bild eller film? Kontrollera vad som gäller och om nödvändigt, be om lov. Var också noga med att kontrollera att det du säger är sant eller att det som står på en sida du länkar till är korrekt.

### **Snabbhet**

Att det kan gå snabbt är både en möjlighet och en risk. Därför finns det ofta anledning att tänka efter innan du gör en statusuppdatering eller ger ett svar. Men din tystnad kan också uppfattas som ett svar.

### **Kombinera medier**

Bäst spridning når vi om olika medier kombineras. Det kan vara genom en nyhetspuff på hemsidan, en statusuppdatering på Facebook, en tweet eller ett blogginlägg.

### **Personliga uppgifter**

Lämna inte ut personliga uppgifter eller konfidentiell information. Du kan hänvisa till en medarbetare och lägga upp hens mejladress, men inte telefonnummer.

### **Hetsa inte upp dig**

Det är inte ovanligt att någon försöker provocera fram en reaktion. Om det händer, behåll lugnet. Fundera över hur du ska agera. Gärna med en kollega. Kom ihåg att det som sägs på sociala medier och internet kan "leva för evigt".

## **Facebook: Equmeniakyrkan**

### **Vad är Facebook?**

Facebook är ett av de största sociala medierna i världen med drygt en miljard användare i världen och nästan sex miljoner användare i Sverige. På Facebook har privatpersoner sina egna sidor, där de kan posta bilder, korta texter, dela länkar och knyta kontakter. Det finns även möjlighet att ha en tidslinje, en slags anslagstavla på sin sida. Facebook har även en internmailfunktion, en chat där användare kan kommunicera med varandra två och två eller flera personer. På Facebook går det också att skapa event och bilda grupper. Facebook används i högre utsträckning i personers privatliv än som ett arbetsverktyg.

Företag, organisationer etc. har också möjlighet att skapa sina egna sidor, som en mindre hemsida där de kan posta information, dela bilder och med en tidslinje med möjlighet till kommunikation. För att komma åt organisations- och företagssidorna fullt ut "gillar" andra användare sidorna och får då möjlighet att även själva kommunicera med företaget/organisationen. Genom att "gilla" sidan får de också del av Företagets/organisationens alla uppdateringar. Facebook är därför en viktig plattform för företag och organisationer för att bygga sina varumärken, nå ut till sin specifika målgrupp och föra dialog med omvärlden.

### **Om Equmeniakyrkans Facebook-konto**

De som har huvudansvar för Equmeniakyrkans Facebook-sida är Equmeniakyrkans kommunikationsavdelning. De har rätt att plocka bort inlägg de inte anser lämpliga och bestämmer vad som ska finnas på sidan och inte. Det är också kommunikationsavdelningen som utser vilka som får administratörs- och redaktörsroller, det vill säga möjlighet att administrera och/eller posta inlägg i Equmeniakyrkans namn. Vanligtvis är det avdelningscheferna/koordinatorerna som innehar de funktionerna, men känner du att du vill ha tillgång till dem ska du prata med din närmaste chef/koordinator.

Att gruppen är begränsad beror på att vi vill skapa en gemensam ton och en tydlig kommunikation från Equmeniakyrkan. Detta är lättare att uppnå i en mindre grupp som tillsammans kan utveckla ett tänk kring hur kontot ska skötas. Equmeniakyrkans Facebook-konto används för att etablera och upprätthålla relationer med församlingar, församlingsmedlemmar och andra organisationer. Vi sprider aktuella nyheter, tipsar om event och delar det arbete som görs på lokalt, nationellt och globalt. Ofta hänvisar vi till längre inlägg eller ytterligare information på Equmeniakyrkans egen hemsida. På Facebook uttrycker vi Equmeniakyrkans åsikt och arbetar opinionsbildande och vi ser också Facebook som en möjlighet att möta och prata med människor som är intresserade av vår kyrka.

Precis som med allt Equmeniakyrkans arbete är vårt mål även med Facebook att Equmeniakyrkans vision och mål ska lysa igenom.

### **Regler för Equmeniakyrkans Facebook-konto och andra konton som används officiellt i Equmeniakyrkans namn**

Via Facebook kommunicerar vi med våra församlingar, deras medlemmar och andra som är intresserade av vårt arbete. Facebook är socialt, inbjuder till samtal och är ett smidigt sätt att sprida information. Det är dock viktigt att vi noga tänker över vad vi postar på Facebook. Vilken bild av Equmeniakyrkan visar vi upp? Vilket perspektiv har vi på det vi postar?

Känner du dig osäker på hur du ska formulera dig eller om det du vill posta lämpar sig för Facebook kan du stämma av med Equmeniakyrkans kommunikationsavdelning. En tumregel att förhålla sig till är att fundera på om det du vill posta främst är av intern karaktär och således hör hemma i ett mail till berörda kollegor eller bara på Equmeniakyrkans egen hemsida.

#### *Inläggsintensitet:*

På Equmeniakyrkans Facebook-sida ska det postas *max tre inlägg om dagen*, varav dessa bör postas med *minst tre timmars mellanrum*. Vi vill ha ett jämt flöde på den information vi postar på Facebook istället för att posta fem inlägg ena dagen och sedan ha två "tysta" dagar. Vid alltför intensivt postande tar inläggen uppmärksamhet ifrån varandra och de som följer oss kan uppleva att vi "spammar". Är dagskvoten full eller om det har gått för kort tid sedan senaste inlägget går det att posta ett tidsinställt inlägg senare samma dag eller nästa dag. De opublicerade tidsinställda inläggen blir endast synliga för de som har administratörs- och redaktörsbehörighet och ska också de tas i beaktande när ytterligare poster ska göras. På de tidsinställda inläggen står när de kommer att publiceras och det går att tidsinställa inlägg upp till sex månader framåt. Undantag kan göras från den här regeln i särskilt brådskande fall med det bestäms av de ansvariga för Facebook-sidan. Även om du önskar särskild uppmärksamhet kring en viss nyhet eller händelse får du inte posta samma inlägg flera gånger om dagen eller flera dagar i rad. Mellan två likartade/likadana inlägg ska det gå minst en vecka.

#### *Hur bör inläggen skrivas?*

Korta, kärnfulla budskap lämpar sig bättre på Facebook än långa utlägg. Fundera noga över ordval, formuleringar och bilder du postar eller sidor du länkar till. Fyller de sitt syfte och är de lämpliga i sammanhanget? På sociala medier gäller samma regler och lagar som för annan kommunikation. Inlägg följer samma etiska standard som ett normalt samtal. Se till att skriva inkluderande och fundera kring hur det du skriver kan tolkas utifrån ett genderperspektiv och av personer med annan religiös och etnisk bakgrund.

Postar du ett inlägg på Equmeniakyrkans Facebook-sida bör du uttala dig inom det område som din tjänst omfattar. Budskapet går dock ut med Equmeniakyrkan som avsändare och signera det INTE med ditt namn. Detta då vi vill förmedla Equmeniakyrkans mångfacetterade arbete med Equmeniakyrkan som avsändare, tillsammans är vi ju alla Equmeniakyrkan.

Interagera med följarna. Ställa frågor, be om tips och öppna upp för samtal. Använd en ledig och personlig ton och skriv positivt eller uppmuntrande. Det finns ingen ogillknapp. Tänk på att inte bara posta inlägg som handlar om det nationella arbetet utan försök hitta exempel från lokala församlingar eller vårt internationella arbete. Vårt mål är att Equmeniakyrkans Facebook-sida i lika stora delar ska spegla det lokala, nationella och internationella arbetet. Var också noga med att lyfta fram vår verksamhet från hela Sverige, inte bara Stockholm.

Variera inläggen med text, bild, film och länkar för att nå bästa räckvidd och skapa Facebook-events för de aktiviteter som du vill bjuda in till. För att väcka uppmärksamhet kring en aktivitet eller händelse är det bra att kommunicera inför den men glöm inte att dela vad som har hänt för de som inte hade möjlighet att närvara. Om du delar en bild eller film, skriv informativt och engagerat om vad som händer på bilden. Istället för att skriva "Pastorer i Region Väst" när du publicerar en bild kan du skriva "Pastorer i Region Väst i samtal om församlingsutveckling och hur vi kan nå ut till fler med kyrkans budskap."

#### Länkar:

Länkar du till en hemsida så skriv en kort text om vad länken handlar om och för att väcka intresse för att klicka vidare. Se det som en teaser eller en ingress. RADERA också alltid länken. Facebook kopierar länken så snart du skrivit in den och en förhandsvisning av din länk blir synlig i inläggsrutan. Var dock noga med vad Facebook väljer för bild till förhandsvisningen då det sker automatiskt och ibland kan bli konstigt. Det finns också möjlighet att själv ladda upp en bild till din länk. För då pekaren över förhandsvisningens valda bild och klicka på texten "+ Ladda upp bild". Ibland kommer förhandsvisningen upp utan bild, testa då att ladda om hela Equmeniakyrkans Facebook-sida.

Postar du en länk till ett blogginlägg eller en text med dig själv som författare, fundera på nödvändigheten med att nämna dig själv i texten på Facebook. Bloggar är där vi kommunicerar personligt och om det känns lämpligt, skriv i så fall om dig själv som tredjeperson t.ex. "Läs Malin Emmoths blogginlägg om de viktiga samtalen på fikarasten". Om du anser att övriga texter också är så pass privata att de kräver din underskrift även på Facebook, fundera på om Equmeniakyrkans Facebook-sida/hemsida är lämplig plats att posta dessa på eller om de hör hemma på din egen Facebook-sida/hemsida.

Denna regel gäller dock inte för kyrkoledarna, då de som Equmeniakyrkans företrädare också tydligt kan kommunicera med sina namn. Övriga välmotiverade undantag kan givetvis göras, men dessa ska i så fall avstämmas med ansvariga för Facebook-sidan.

#### Kommentarer:

Vad gäller kommentarer är den som postar också ansvarig att följa upp dessa och att rensa sin post från spam-kommentarer. ALLA kommentarer ska besvaras, är du osäker på hur, kommunicera med din närmaste chef eller de ansvariga för Facebook-sidan. Du bör svara så snart som möjligt, detta för att vi då visar ett engagemang och en öppenhet inför samtal, inte bara ett intresse för att posta ut information. Ett svar kan vara så kort som "Roligt att höra! /Malin Emmoth". Kommentarer kan också bli inledning på samtal varför, tvärtemot när du postar, du alltid ska skriva ditt namn efter att du besvarat en kommentar t.ex. "/ Malin Emmoth". Det underlättar för den du svarar till i den fortsatta kommunikationen och om personen senare vill återkoppla till konversationen på Facebook vet den vem den ska ta kontakt med.

Åsikter kan gå isär och du håller kanske inte alltid med om det som skrivs i kommentarsfältet. Ibland kan kommentarer bli aggressiva eller provocerande. Därför är det viktigt att tänka efter innan du svarar och inte svara i affekt. Rätta sådant som är felaktigt men acceptera att vi har yttrandefrihet. I undantagsfall är det bättre att ignorera en uppdatering som annars kan växa och bli större än du anar men i de flesta fall gäller regeln att alltid besvara kommentarer.

#### Radera och redigera inlägg:

Råkar du posta ett inlägg utan att du skrivit färdigt det eller tillkommer ytterligare information strax efter att du postat ett inlägg kan du givetvis redigera eller radera inlägget. Detta ska dock göras snarast efteråt. Inläggen vi postar får snabbt stor spridning och ofta är det bättre att uppdatera eller kommentera sådant som blivit fel i en kommentar till inlägget som postats då ett antal personer redan har sett det. Särskilt viktigt är det att inte radera kritiska kommentarer eller inlägg som blivit fel och kritiserats utan istället bemöta och tydliggöra detta i kommentarsfältet. Alla kan göra fel och vi kan gott erkänna det i kommentarsfältet. Skriv heller aldrig att du kontaktar någon på annat vis om den kritiserat eller frågat något. Andra följare kan ha sett kommentaren och behöver också få svar.

Skulle någon kommentar vara av så allvarlig karaktär att den av den anledningen bör raderas och ageras vidare på, kanske polisiärt såsom hets mot folkgrupp eller dylikt ska den ALLTID print screenas innan.

## **Att tänka på vad gäller ditt privata Facebook-konto**

När du skriver på ditt privata Facebook-konto men som medarbetare i Equmeniakyrkan, finns det tillfällen när du bör vara tydlig om din kompetens och varför du uttalar dig. Är det du säger inte synonymt med Equmeniakyrkans hållning bör du tydliggöra att åsikterna är dina egna och kanske inte delas av Equmeniakyrkan.

Som anställd på Equmeniakyrkan bör du inte framföra kritik till Equmeniakyrkan, vårt material eller dina kollegor offentligt på Facebook, då många kan se dig som en representant för Equmeniakyrkan. Precis som du hellre vill att en vän vänder sig till dig med eventuell kritik gäller det samma för din arbetsgivare och dina kollegor. Detta gäller alla anställda nationellt och regionalt och vi välkomnar även att lokalt anställda följer detta och tar för vana att framföra kritik internt. Det är lätt att känna sig trygg bakom sin dator men det som skrivs kan uppfattas fel och det är även lätt att uttrycka sig hårdare och mer förhastat bakom en skärm än man från början tänkt. Ta för vana att istället skriva ett mail eller ringa för att reda ut eventuella problem, precis som du skulle göra med en vän.

För anställda i Equmeniakyrkan gäller också lojalitetsprincipen. Alla anställda är bundna av en lojalitetsplikt gentemot sin arbetsgivare, vilket innebär att man som anställd inte får allvarligt skada eller på annat sätt försvåra sin arbetsgivares verksamhet. Lojalitetsplikten behöver inte ha formaliserats i något avtal utan gäller inom alla anställningsförhållanden. Självklart får man kritisera sin arbetsgivare. Men det handlar om hur och var. Det man uttrycker på Facebook bedöms inte annorlunda än vad man säger i andra sammanhang eller skriver i tidningsinsändare. Arbetstagaren har naturligtvis sin kritikerätt men denna är inget frikort för att till exempel osakligt kritisera arbetsgivaren. Kritik ska i första hand tas upp internt och får inte vara omdömeslös.

Tänk också till innan du taggar kollegors privata Facebook-konton i dina privata inlägg. Det kan uppfattas som att de delar din åsikt, även om ditt syfte är att väcka diskussion eller uppmärksamhet. Din kollega kanske heller inte vill att hennes privata Facebook-konto kopplas ihop med jobbet.

Givetvis välkomnar vi att alla anställda kommenterar, delar vidare det vi postar och på annat sätt engagerar sig i vår Facebook-sida men interna konversationer och kritik bör alltid avhandlas internt.

### Event/Evenemang

För event och evenemang är det lämpligt att skapa evenemang på Facebook utifrån den nationella/regionala Facebook-sidan och inte skapa en egen Facebook-sida för varje enskilt evenemang. Tänk på att göra evenemanget tillgängligt och tydligt och lägg tid på att bjuda in personer till evenemanget. Skriv heller inte flera sidor information utan ha med det viktigaste och hänvisa sedan till en hemsida eller dylikt. Utöver att bjuda in personer direkt till evenemanget kan även det delas på Facebook-sidor och hemsidor.



Skapa gärna hashtags för event och evenemang, ett ord med # framför såsom #vk15 som användes för Vinterkonferensen. Fördelen med hashtags är att de som är intresserade av evenemanget kan hitta ytterligare information/bilder/tweets om evenemanget genom att följa hashtaggen.

### **Regionernas Facebook-sidor**

Vi uppmantrar alla våra regioner att för sina Facebook-sidor följa reglerna och rekommendationerna ovan. För regionernas arbete är Facebook ett bra sätt att kommunicera ut aktuell regional information, skapa event för regionala arrangemang och upprätthålla kontakter med församlingar och deras medlemmar.

Den på nationell nivå anställda kommunikatör som ansvarar för regionernas kommunikation bör göras till redaktör/administratör för regionernas sidor.

### **Twitter: @equmeniakyrkan**

#### **Vad är Twitter?**

Twitter är en så kallad mikroblogg där varje meddelande man skickar till sina följare är maximalt 140 tecken. På Twitter finns de flesta av världens ledare, medier och opinionsbildare. Även många kyrkliga organisationer, samfund och ledare finns aktiva på Twitter. Twitter är en kanal där det pågår en konstant dialog och användarna konverserar ofta med sina följare och följer andra för att få information, nyhetsbevaka och få en bild av vad som sägs. Nyheter kommer ofta på Twitter först.

På Twitter bildas kluster av användare som pratar om samma saker, exempelvis religion och kyrka. Många aktörer inom samma kluster följer varandra och Twitter är därför en effektiv kanal för att nå specifika målgrupper. Bredden innebär att det idag finns pågående dialoger på Twitter som är relevanta för de flesta organisationer världen över. På Twitter äger dialogen rum i realtid vilket gör kanalen snabbare än exempelvis Facebook.

#### **Equmeniakyrkans Twitter-konto**

Equmeniakyrkans Twitter-konto sköts av en grupp på tre personer: pressekreterare, kyrkoledarassistent och kommunikationschef. Vid särskilda event och händelser som kräver extra förstärkning utökas den gruppen. Ett exempel på ett sådant tillfälle är kyrkokonferensen. Att gruppen vanligtvis är begränsad beror på att vi vill skapa en gemensam ton och en tydlig kommunikation från Equmeniakyrkan. Detta är lättare att uppnå i en mindre grupp som tillsammans kan utveckla ett tänk kring hur kontot ska skötas. Equmeniakyrkans Twitter-konto används för att etablera och upprätthålla relationer med församlingar, församlingsmedlemmar och andra organisationer. Vi

uttrycker våra åsikter och arbetar opinionsbildande med Twitter som ett våra viktigaste verktyg. Via Twitter-kontot delas nyheter från Equmeniakyrkan för att få snabb spridning och vi ser Twitter som en möjlighet att möta och prata med människor som är intresserade av vår kyrka. Twitter är inte på samma sätt som Facebook och Equmeniakyrkans hemsida en reklamväg utan det handlar mer om samtal och opinionsbildning. Givetvis lyfter vi fram aktuella händelser och event, men mer begränsat än via de andra kanalerna.

Vi retweetar, kommenterar och agerar på sådant som sägs och skrivs, även här med ambitionen att Equmeniakyrkans vision och mål ska lysa igenom. En retweet är inte lika med medhåll, utan kan vara något som vi tycker är intressant, spännande eller roligt att lyfta fram. När Equmeniakyrkan twittrar något används ingen underskrift för att visa vem av de tre ansvariga som skrivit inlägget, utan det är Equmeniakyrkan som står bakom tweeten. När det däremot är aktuellt att svara på tweets skriver vi alltid vem som svarat då, precis som nämndes i delen om Facebook, en konversation har inletts.

### **Hur du själv kan och bör använda Twitter privat och i arbetet**

Att som medarbetare i Equmeniakyrkan ha ett eget Twitter-konto är ett bra sätt att både följa med i samtal och debatter men också att synliggöra Equmeniakyrkans arbete. Har du en position inom Equmeniakyrkan som gör att du i mångas ögon ses som en företrädare för Equmeniakyrkan är det lämpligt att ha det i åtanke när du twittrar. Precis som nämndes under avsnittet om Facebook är det inte heller på Twitter lämpligt att framföra kritik eller lyfta samtal som hade passat bättre att lösa internt. Fundera en extra gång när du ska twittra något som du är osäker över, beakta om du gör det i affekt eller om din tweet kommer fylla ett syfte, annat än att orsaka konflikt och splittring. Är du anställd nationellt eller regionalt kan det vara lämpligt att samtala med din chef eller Equmeniakyrkans kommunikationsavdelning innan du twittrar något som kan uppfattas som känsligt. Arbetar du i en lokal församling kan det också vara lämpligt att samtala med kollegor eller vända sig till Equmeniakyrkans kommunikationsavdelning om du är osäker över något, även om ovanstående främst gäller regionalt och nationellt anställda.

Hamnar du i ett samtal på Twitter som känns svårt eller om du har fått någon kommentar du inte vet hur du ska besvara kan det också vara lämpligt att vända sig till kollegor, chef eller dylikt. Vår vilja med all kommunikation är att visa på en kyrka för hela livet, där mötet med Jesus Kristus förvandlar mig dig och världen och inte en kyrka med interna konflikter och bråk. Givetvis välkomnar vi samtal och konstruktiv diskussion, men ha gärna ovanstående i åtanke när du rör dig på Twitter. Även om du Twittrar från ett privatkonto är det inte säkert att andra ser det så.

### **Tips för att twittra!**

Formulera dig kärnfullt och tydligt, en tweet rymmer max 140 tecken. Bifoga gärna bilder, video och länkar. Är länken för lång, använd t.ex. <https://bitly.com/> för att korta ner länken så att den inte tar upp allt utrymme. Använd också gärna hashtags när du

skriver någonting. Twittrar du från ett evenemang kan du fråga om det finns en bestämd hashtag för evenemanget annars kan du söka bland hashtags eller skapa en egen. Exempel på hashtags är #vk15 som användes på Vinterkonferensen, #equmeniakyrkan för Equmeniakyrkan eller #svpol för svensk politik. Fördelen med hashtags är att de som är intresserade av det ämnet/det evenemang du twittrar om kan hitta alla tweets om ämnet/eventemanget genom att följa hashtaggen. Är du själv intresserad av ett evenemang eller ämne kan du själv, genom att söka efter och sedan följa hashtags, lätt hänga med i det som twittras.

Konversera och ställ frågor när du twittrar. Visa följarna att du ser dem och svara på frågor, retweeta eller favoritmarkera sådant som du tycker är bra eller intressant. Om den du pratar om finns på Twitter, nämn hen med hens twitternamn, exempelvis @equmeniakyrkan. Tiltala gärna andra och visa samtidigt samma respekt och hänsyn som offline. Du kan också skapa listor med olika konton du följer samt använda olika applikationer som TweetDeck.

## **Instagram: @equmeniakyrkan**

### **Vad är Instagram?**

Instagram används mer personligt än Facebook och Twitter, och kan beskrivas som en blogg där bilderna postas tillsammans med en kort text. För kommunikationen på Instagram är bilden huvudsyftet och precis som på Twitter finns möjlighet att tagga personer genom att skriva deras användarnamn och att använda hashtags för att koppla samman bilder.

### **Equmeniakyrkans Instagram-konto**

Equmeniakyrkans Instagram-konto används för att visa på bredden i vår kyrka och varje vecka byts den som postar ut. Vår ambition är att kontot ska spegla det lokala, nationella och internationella arbete vi bedriver i Equmeniakyrkan. Den som postar har en manual att följa, med regler och riktlinjer framtagna av Equmeniakyrkans kommunikationsavdelning och det är också kommunikationsavdelningen som har huvudansvar för Instagram-kontot.

Den som postar bilder på kontot företräder hela samfundet och således ska kontroversiella frågor och ämnen undvikas. Bilderna postas också med respekt för de människor som eventuellt finns med på bilderna. De ska helst ha tillfrågats innan. Bilderna kan komma att användas av Equmeniakyrkan i andra sammanhang, givetvis med angiven fotograf. Om någon har blivit fotad utan sin vilja/vetskap och inte vill finnas med på Equmeniakyrkans Instagram-konto kan kommunikationsavdelningen hjälpa till att radera bilden.

Som följare av kontot kan man gilla och/kommentera det som postas. Den som postar bilder har ansvar för att moderera kommentarsfältet och se till att det håller god ton. För mer ingående regler för Equmeniakyrkans Instagram-konto, kontakta kommunikationsavdelningen.

### **Att tänka på för ditt privata Instagram-konto**

Som anställd regionalt eller nationellt bör du vara medveten om att du kan ses som en företrädare för Equmeniakyrkan och beakta det i det du skriver och postar om kyrkan. Precis som för Facebook och Instagram bör kritik och konflikter avhandlas internt. Om du vill att ditt konto ska vara privat och endast vara tillgängligt för de du tillåter att följa dig kan du enkelt ställa in det i applikationens inställningar. Alla som sedan vill följa dig måste då skicka en förfrågan som du kan säga ja eller nej till.