

RIKTLINJER FÖR SVENSKA KYRKANS UNGAS SOCIALA MEDIER

Uppdaterad 2020-09-01

SYFTE

Svenska Kyrkans Unga i Uppsala stift har flera konton på olika sociala medier. De används för att sprida information kring det som är aktuellt i Svenska Kyrkans Unga i Uppsala stift. Kommunikationsutskottet är ansvariga för en strategi och är de som delar ut inloggning till de som ska ha det. Kommunikationsutskottet i samråd med ordförande och konsulent beslutar om det är aktuellt att avsluta någons inloggning vid annat fall än när uppdraget är avslutat.

MÅLSÄTTNING

Att synliggöra Svenska Kyrkans Unga i Uppsala stift på ett enhetligt sätt.

MÅLGRUPP

De som har inloggning på ett eller flera av Svenska Kyrkans Unga i Uppsala stifts konton på sociala medier.

Svenska Kyrkans Unga i Uppsala stift ska sträva efter att

- följa den grafiska profilen som förbundsstyrelsen har antagit.
- Vara en del av det gemensamma uttryck som är typiskt för Svenska Kyrkans Unga så att samhörigheten i organisationen stärks och att organisationen blir enklare att känna igen.

Du som lägger upp ett inlägg behöver tänka på att det är Svenska Kyrkans Unga i Uppsala stift och inte du själv som är avsändare. Kanske betyder det att du behöver använda andra ord än du vanligtvis gör. Den som inte vet vem som har lagt upp inlägget ska inte kunna lista ut det på hur texten är formulerad.

Tänk på att skriva ut förkortningar.

Håll reda på hur saker skrivs, vad ska vara med stora bokstäver och vad ska det inte.

Den som publicerar inlägget ansvarar för att läsa igenom inlämnat material och göra nödvändiga justeringar. Kommunikationsutskottet ansvarar för att överblicka och justera i efterhand om det behövs.

Om det är en serie inlägg av samma typ över tid behöver den följa samma struktur.

Uppdatera årsplaneringe så att det framgår vilka större satsningar som planeras och håll uppsatt tidsplan. Max två inlägg/dag (undantaget vid ett arrangemang då det kan göras fler).