

Riktlinjer för Djurens Rätts närvaro i sociala medier

Detta dokument avser Djurens Rätts hela närvaro på sociala medier, i nuvarande och framtida format och kanaler. Djurens Rätts ansvariga för den lokala verksamheten och ansvariga för sociala medier, som refereras till i texten, nås alltid via info@djurensratt.se eller 08-555 914 00.

VARFÖR FINNS DJURENS RÄTT I SOCIALA MEDIER?

Sociala medier – som Facebook, Instagram, Twitter och Youtube - är idag ett av Djurens Rätts viktigaste kommunikationssätt för att nå ut till människor, såväl privatpersoner som beslutsfattare, organisationer och företag. Våra närvaro och våra inlägg i sociala medier är inte separerad från vår andra kommunikation utan är en integrerad del i allt vi gör när det kommer till informations spridning och opinionsbildning. Djurens Rätt närvaro i sociala medier ska liksom all övrig verksamhet följa organisationens stadgar, policys och förhållningsregler.

VIKTIGT ATT TÄNKA PÅ

De inlägg vi gör i sociala medier är offentliga och alla inlägg som görs i organisationens namn måste organisationen kunna stå bakom, på samma sätt som något som sägs av en aktivist från Djurens Rätt i samband med en manifestation. Detta, liksom allt annat som går att läsa i detta dokument, gäller såväl officiella Djurens Rätt-konton liksom för personliga konton tillhörande personer med förtroendeuppdrag i organisationen.

OFFICIELLA KONTON

Lokalorganisationer inom Djurens Rätt kan skapa officiella konton på sociala medier som representerar den lokala verksamheten. Innan ett lokalt Djurens Rätt-konto skapa ska detta meddelas till Djurens Rätts ansvariga för den lokala verksamheten i regionen. Anledningen till detta är att riksorganisationen ska kunna hjälpa lokalorganisationen på bästa sätt, men också för att se till att det inte skapas dubletter och att personer som inte representerar lokalorganisationen skapar en sida i Djurens Rätts namn.

Varje lokalorganisation bör utveckla en strategi för hur deras konton på sociala medier ska användas så att det finns en plan för hur uppdatering görs och hur frågor och kommentarer besvaras. Varje lokal sida bör ha minst två administratörer som sköter det löpande underhållet arbetet, och riksorganisationens ansvariga för sociala medier ska ges administrationsrättigheter eller inloggningsuppgifter. Detta görs, förutom för att lättare kunna bistå vid frågor, för att kunna avsluta konton i händelse av att den lokala verksamheten på orten avslutas.

Allt som skrivs på den officiella kanalen ska vara lokalorganisationens åsikter och verksamhet, vi använder inte jag-form om det är Djurens Rätt som står som avsändare. Om detta sker så ska det tydligt framgå vem som skriver, t.ex. om det är en ordförande för en lokalavdelning.

FACEBOOK

Det är viktigt att besökaren känner igen sig på sidan, och förstår att det är Djurens Rätt som är avsändaren. Det finns många sidor och grupper på Facebook som innehåller orden ”djurens rätt”, men som inte är skapade av oss. För att undvika förvirring är det viktigt att använda sig att en korrekt beskrivning av sidan samt att använda korrekta profilbilder. Riksorganisationen tillhandahåller en mall för informationen som kan läggas under ”Om” samt en logga att ha som profilbild. Namnet på sidan måste vara konsekvent och heta så som lokalorganisationen heter – t.ex. Djurens Rätt Karlstad och inte Djurens Rätts lokalavdelning i Karlstad eller liknande.

INSTAGRAM

Som med alla sociala medier kräver Instagram aktivitet för att nå användare. Var aktiva på kontot och använd gärna hashstags flitigt – Djurens Rätts hashtag på Instagram är #djurensrätt (med prickar). Ge respons på kommentarer och frågor som kommer in, det är viktigt att det inte blir en envägskommunikation.

Det går att ha olika strategier för Instagram, men var inte rädda för att visa ”arbetet bakom”. Instagram upplevs av många som en mer informell kanal än t.ex. Facebook – om ni ordnar en aktivitet så lägg gärna t.ex. en bild på Facebook och en mer informell på Instagram. Det gör också att de olika kanalerna får en tydligare profil, och det finns en anledning att följa er i båda.

Precis som med Facebook så tillhandahåller Djurens Rätts riksorganisation en korrekt profilbild (även om det förstås går att ha även andra profilbilder, t.ex. en bild på ett djur) och användarnamnet ska vara som lokalorganisationen heter, t.ex. Djurens Rätt Karlstad/djurensrattkarlstad.

TWITTER

Var aktiva på kontot och använd gärna hashstags flitigt. Ge respons på kommentarer och frågor som kommer in, det är viktigt att det inte blir en envägskommunikation. Kommentera gärna dagsaktuella frågor och delta i diskussionen i dagsaktuella ämnen.

Riksorganisationen kan bidra med aktuella profil- och omslagsbilder för kontot och användarnamnet ska vara som lokalorganisationen heter, t.ex. Djurens Rätt Karlstad/djurensrattkarlstad.

VAD SKRIVER VI OM?

Uppdateringar i Djurens Rätts sociala medier ska verka för organisationens intressen och ändamål och för lokala sidor även följa lokalorganisationens ändamål och intressen. Här följer exempel på sådant som går att lägga ut om:

- lägga ut text, bilder och filmer från lokalorganisationens aktiviteter
- puffa för nationella och lokala kampanjer som Djurens Rätt står bakom
- göra reklam för event (kampanj, möten m.m.) som lokalorganisationen anordnar
- uppmana folk att ansluta sig till våra övriga kanaler: berätta om nyhetsbrevet, att vi finns på Twitter, Instagram, Facebook, har en bra hemsida osv.
- skriv om våra sakfrågor
- kommentera aktuella händelser kopplade till Djurens Rätts verksamhet och frågor
- tipsa om artiklar eller annat läsvärt

VAD SKRIVER VI INTE OM?

Lokalorganisationer har stor frihet att bedriva sitt lokala arbete, men det är viktigt att komma ihåg att på sociala medier så når vi alla, inte bara personer t.ex. i lokalorganisation område. Varje inlägg är en röst för hela Djurens Rätt. För många kan distinktionen mellan riksorganisationen och en lokalorganisation vara oklar från första början och allt de ser är ”Djurens Rätt”.

Detta gör att det vi skriver ska sakligt och korrekt. Vi bör undvika att utlova mer än vad vi kan hålla och undvika personkonflikter såväl i inlägg som i diskussionen och kommentarer. Använd et vårdat språk och undvik svordomar och annan jargong som kan uppfattas som stötande.

Tänk på Djurens Rätt enbart arbetar med lagliga metoder, vi ska därför heller inte ställa oss bakom olagliga aktioner.

VAD GÄLLER NÄR VI SKRIVER OM EXTERNA AKTÖRER?

När vi vill uppmärksamma sådant som andra aktörer (som djurrätts- och djurskyddsorganisationer, politiska partier, företag eller liknande) gör så fundera gärna på om

det går att koppla ihop det med Djurens Rätts verksamhet. Exempel på inlägg som uppmärksammar något en annan aktör har gjort men knyter tillbaka till Djurens Rätts arbete:

- En annan organisation har skrivit på Stora Tidningens debattsidor om hur illa det är i djurindustrin. Det kan vi koppla till våra faktasidor, till det kampanjarbete vi just nu gör för grisarna eller tipsa om att beställa vårt kostnadsfria inspirationsmagasin.
- Ett företag har en protestmöjlighet på sin sida mot djurtester i kosmetikaindustrin. Om denna protest delas vidare, passa på att tipsa om Djurens Rätt förteckning över kosmetikamärken som inte testar på djur.
- Katthemmet X i stad Y har många katter som behöver ett nytt hem. Det kan vi hjälpa till att sprida - och lägg då gärna med en länk till Djurens Rätts omplaceringsregister där det går att hitta andra djurhem.

Generellt gäller dock att andra aktörer också är våra konkurrenter i frågor som vi arbetar med, och vi ska inte lyfta våra deras arbete i våra kanaler om samma eller motsvarande information, kampanj eller upprop finns hos oss själva. Vi kan dela samma mål men på våra egna sociala medier bör vi arbeta för stärka varumärket Djurens Rätt och minska risken för hopblandning med andra aktörer och deras arbete.

Vad gäller reklam bör vi vara mycket restriktiva med detta - grundprincipen är att vi inte gör ren reklam för något annat än Djurens Rätt. Däremot går det alltid att byta tjänster, t.ex. ett inlägg på sociala medier mot att vi får t.ex. billigare avgift eller någon tjänst utförd.

OM DISKUSSIONER/MODERERING/RADERING

Riksorganisationen tillhandahåller en standardtext som går att lägga upp på era konton som förklarar vilka riktlinjer som gäller i Djurens Rätts sociala medier. I dessa riktlinjer slår vi fast att den som deltar i diskussionen i våra sociala medier ska bidra positivt till diskussionsklimatet i våra sociala kanaler – oavsett om de håller med oss eller motdebattören - och att personer som inte göra detta kan komma att stängas av från kontot.

Om personer ifrågasätter eller vill diskutera så ska vi uppmuntra till diskussion - vår grundläggande inställning bör alltid vara att de som använder sig av sin tid till att skriva till oss på olika sociala medier är personer som vi vill föra dialog med. Diskussioner är ett redskap att förändra och kom ihåg att de flesta inlägg läses av fler än just den personen du diskuterar med. Så lägg tid på att vara konstruktiv, att svara välformulerat och återkom vid följdfrågor på precis samma sätt som du skulle hantera ett samtal under en manifestation. Vi ska inte bidra till att trissa upp stämningen utan att vara en konstruktiv röst för djur.

Men många uttrycker sig på ett sätt som inte är lämpligt och diskussionsklimatet i våra kanaler påverkar de andra som läser och diskuterar, liksom påverkar hur vi framstår och vår möjlighet att förändra för djuren. Det är därför viktigt att inte en person på ett negativt sätt ska kunna ta för mycket av vår tid eller påverka diskussionsklimatet i stort på ett negativt sätt. När någon kommer till våra konton i sociala medier ska det vara en välkomnande miljö för alla, inte en destruktiv och hatisk plats. Om de som diskuterar inte accepterar denna ambition så är det bättre att de diskuterar någon annanstans.

Om en person skriver upprepade saker som behöver döljas eller raderas, eller trots tillsägelse/uppmaning inte upphör med provocerande, destruktiva eller alltför negativa inlägg så blockera personen. Det går att göra i alla sociala medier där Djurens Rätt finns. Personer som skriver inlägg som är grovt kränkande bör däremot blockeras omgående.

Inlägg/kommentarer av följande karaktär ska direkt tas bort:

- inlägg med rasistiskt, sexistiskt, homofobiskt, pornografiskt eller annat kränkande eller diskriminerande innehåll
- inlägg med enda syfte att provocera
- inlägg med reklam eller spam

- inlägg med personangrepp eller som på andra sätt uttrycker respektlöshet

OM LOKALORGANISATIONEN LÄGGS NED

Om en lokalorganisation läggs ner är det viktigt att Djurens Rätts ansvariga för sociala medier ges möjlighet att ta över kontot, antingen för att hantera det under tiden då annan lokal verksamhet saknas eller för att avsluta kontot.

ATT FÅ HJÄLP

Riksorganisationen hjälper gärna till med att svara på frågor och funderingar som rör våra sociala medier och erbjuder hjälp om så önskas i specifika frågor. Samtliga sociala medier har ett omfattande hjälpsnitt där man kan söka svar själv, men lokalorganisationer är naturligtvis alltid välkomna att höra av sig direkt till riks. Enklast når man Facebookansvariga via e-post: webb@djurensratt.se.