



**FRIVILLIG PÅ NÄTET**

**Anvisningar för verksamhet på sociala medier  
2016**

Text: Sari Häkkinen, Muusa Kostilainen och Seppo Kujanpää  
Konsultering: Ville Martin/Slave Digital  
Redaktion: Sari Häkkinen  
Pärmbild: Leena Koskela

## **Välkommen till att vara Röda Korsets budbärare på sociala medier!**

Sociala medier är både effektiva kommunikationskanaler och ett populär sätt att tillbringa sin fritid. Röda Korsets sociala mediekanaler är en fantastisk möjlighet att sprida vårt budskap. Vi deltar i sociala medier varje dag, med våra egna personligheter.

Som frivillig ger Du Röda Korset ett ansikte.

I den här anvisningen får du instruktioner och tips för hur du kan fungera som frivillig på sociala medier och kan effektivera din egen avdelnings kommunikation på sociala medier. Mer information och hjälp kan du få av den kommunikationsansvarige i ditt eget distrikt och från centralbyråns kommunikationsenhet.

Ifall du medan du läser dessa anvisningar stöter på främmande begrepp eller termer, lönar det sig att antingen söka efter dem på Google eller i anvisningarna för kanalen i fråga. Du kan också hitta kanalspecifik information om t.ex. hur man startar en profil eller en sida i den ifrågavarande kanalens egna anvisningar.

Muusa Kostilainen och Seppo Kujanpää  
webbredaktör  
Finlands Röda Kors

## Vad är sociala medier?

Sociala medier omfattar en stor mängd olika tjänster från bilddelningstjänster till diskussionsforum, från bloggar till snabbmeddelandetjänster. Det som de alla har gemensamt är att användarna själva producerar och delar innehållet – t.ex. i Facebooks statusuppdateringar berättar människor vad de håller på med som bäst eller vad de tänker på. Delat innehåll kan bestå av text, bilder, ljud eller videor.

På sociala media reagerar man också på innehåll som andra producerat. Många deltar enbart för att följa upp andra människor eller samhörigheter. Genom att rekommendera, kommentera och gilla kan en användare berätta för andra om intressant material de hittat. I vissa tjänster kan man också bjuda in människor till evenemang eller anmäla sig som deltagare i evenemang som andra arrangerat.

Tjänsterna på sociala media utvecklas hela tiden. Därför ska man inte bli bekymrad om även bekanta tjänster ändrar form nu och då. Genom att modigt försöka lär man sig bäst!

## Billig, snabb och inriktad kommunikation

För Röda Korsets avdelningar är sociala medier ett effektivt sätt att kommunicera med personer som är aktiva i föreningen, arrangera evenemang, lyfta upp saker som är viktiga för oss och uppmuntra nya medlemmar att sluta sig till oss. Genom ett eget sociala media-nätverk kan även din avdelning hålla sig uppdaterad om vad händer på den egna orten och i andra av Röda Korsets avdelningar.

Genom sociala medier kan du enkelt och snabbt nå en stor mängd människor. Genom olika tjänster kan du rikta in ditt meddelande till den perfekta målgruppen, eftersom personer av olika ålder och intressen använder sig av olika tjänster: till exempel Facebook används av alla åldrar, medan WhatsApp och andra snabbmeddelandetjänster är mer populära bland unga. Det är alltså bra att komma ihåg att sociala media inte längre bara är något för ungdomen, utan det går att nå människor i alla åldrar genom dem.

Man använder ofta sociala medietjänster på smarttelefoner och tabletter. Att använda mobila enheter gör det lättare för avdelningen att kommunicera, då det är lätt och snabbt att göra uppdateringar på sociala media med en smarttelefon varhelst det finns en nätanslutning.

Genom sociala media är det också allt behändigare att sköta avdelningens dagliga göromål: till exempel dela material, uppdatera avdelningens gemensamma verksamhetskalender eller köra en gallup för avdelningens medlemmar.

En annan fördel med sociala medier är att de är förmånliga. De flesta av oss har redan en nätanslutning, dator eller en mobiltelefon utrustad med kamera. Allt som behövs är lite orientering för att kunna använda sociala media, inga specialkunskaper - allt du behöver är förmåga att planera och tid.

## **Sociala medier som verktyg för avdelningen**

Sociala medier kan komplettera avdelningens övriga kommunikation. Det lönar sig alltså att tänka på kommunikation som en helhet vars delar stöder varandra. Genom sociala medier kan du till exempel öka på mängden besökare på webbplatsen genom att länka till avdelningens Rednet-sidor eller till ett evenemangs anmälningsblankett. Det lönar sig också att välja den sociala mediekanal som man vill använda med tanke på helheten: genom en sluten Facebook-grupp kan du skapa ett internt diskussionsforum för första hjälpen-gruppen, och genom Twitter en snabb informationskanal för en större publik.

Nedan några exempel på hur din avdelning kan använda sociala media som verktyg.

### **Nya med i verksamheten**

På sociala media är dina och din grups berättelser den bästa reklamen för Röda Korset. Berätta alltså modigt om dina egna erfarenheter som frivillig! Det är lättast att förmedla de goda vibbarna genom video och foton, så det lönar sig att ta åtminstone en bild med mobilen tillsammans med texten. Det är lättare för nya att komma med i verksamheten när avdelningens verksamhetsformer och kanske deras frivilliga redan är bekanta genom nätet.

För utomstående kommunikation lönar det sig att avdelningen har ett gemensamt användarkonto på Facebook och Twitter som används för alla verksamhetsgruppers uppdateringar. På så sätt kan alla de olika verksamhetsformerna visas tillsammans vilket skapar en positiv "buzz" på kanalen.

Röda Korset meddelar om evenemang, kampanjer och annat aktuellt på sina nationella sociala mediekanaler. Det är lätt för avdelningarna att plocka gratis innehåll därifrån och dela det genom sina egna kanaler.

<https://www.facebook.com/punainenristi/>

<https://twitter.com/PunainenRisti>

### **Smidigare intern kommunikation**

I många avdelningar sköts den interna kommunikationen i verksamhetsgrupperna eller hela avdelningen genom e-post. Om det känns besvärligt att följa långa kedjor av meddelanden, kan ni istället grunda en sluten grupp i Facebook som kan användas av de aktiva i gruppen som kommunikationskanal. Det är naturligt att använda en kanal som de frivilliga redan använda för diskussioner.

### **Folk till evenemang och sprutt på kampanjer**

Sociala media kan användas för att hantera och marknadsföra evenemang och utbildningar. Röda Korsets frivilliga kan använda webbplatsen för volontärer RedNet, men det går bra att marknadsföra utbildningar eller evenemang annorstädes i sociala media.

På en Facebook-evenemangssida kan man fylla i informationen om evenemanget och bjuda in folk att delta. Andra kan snabbt se hur populär evenemanget är utgående från antalet gilla-markeringar och om huruvida deras vänner tänker delta. I och med att information om evenemanget sprids uppmuntras allt mer att delta.

Man kan också visa att man stöder ett evenemang eller en kampanj som Röda Korset arrangerar genom att lägga till bilder eller kommentarer på Facebook, Twitter eller Instagram som har att göra med jippon. Berättelser om medmänniskor uppväcker till den slags diskussion som vi vill ha på våra kanaler. Uppmuntra och kommentera modigt!

## Informationskanal för medier

Journalister följer aktivt sociala media och hämtar sina scoop därifrån. Bäst är ifall du får en bekant journalist att följa dig själv eller din avdelning på Twitter eller Facebook.

## Exempel:



*Avdelningen i Uleåborg berättade på sin Facebook-sida om en insamling för översvämningsoffren på Balkan. Bilder berättar mer än tusen ord!*

lopussa menossa ensiapupölytykseen Messukeskukseen Helsingissä. Metrossa hän kiinnitti huomiot huonosti vohkaan, kalpeaan ja hiiliseen naiseen. Laakso meni kysymään, voisiko hän...

Like · Comment · Share

Seija Salminen, Pirjo Vesala, Rina Oksanen Punainen Risti and 3 others like this.

Write a comment...

---

**Punainen Risti Helsingin ja Uudenmaan piiri**  
May 10 · Edited

Pukkilan osaston Punaisen Ristin viikon torikahveilla oli mukava tunnelma. Kuvan otti Vesa Kukkamaa.



Like · Comment · Share

Pia Yli-Pirilä, Mirja Sjöberg, Pirjo Vesala and 2 others like this.

Write a comment...

**Punainen Risti Helsingin ja Uudenmaan piiri**  
May 10 · Edited

Punaisen Ristin viikko on sujunut piirimme alueella mukavissa merkeissä. Osastot ovat järjestäneet tapahtumia pitkin viikkoa. Järvenpään osasto oli tänään mukana Järvenpää-päivässä kävelykadulla. Kurkistuskuvuihin löytyi mahtavia valokuvamalleja.

Kuvassa Mummo ja lapsenlapsi  
Kuvaaja Ira Kantelinen



Like · Comment · Share

Mia Ekström-Huttunen, Betty Hanopol, Sissi Mäijala and 9 others like this.

Write a comment...

*Bilder på stämningen vid evenemanget från Röda Korsets Helsingfors och Nylands distrikt och från avdelningen i Tammerfors. Gott och rekvisita tydligt framme också.*

**Koko Suomi teikö!**  
www.kokosuomiteikki.fi

Idea artistille Facebook Twitteriteikki kuuluu kaikkien Koko Suomi teikö! on Suomen Kulttuurirahaston rahoittama ja Tamperehelsingin lastensuojeluyhdistyksen ja Suomen Punaisen Ristin toteuttama kolmivuotinen hanke, jonka tavoitteena on innostaa suomalaisia...

Like · Comment · Share

Margit Nieminen likes this.

Write a comment...

---

**Punainen Risti Tampereen osasto**  
May 9 · Edited

Ilmapallot houkuttelivat väkeä Keskustorille 10.5. (5 photos)



Like · Comment · Share

Margit Nieminen, Tika Parajuli, Tarja Hietanen and 9 others like this.

Write a comment...

**Punainen Risti Tampereen osasto**  
May 9 · Edited

Tavataan huomenna 10.5. Keskustorilla kello 11.00 - 15.00. Testaa ensiaputietosi ja taitosi. Samalla voit tutustua Punaisen Ristin monipuoliseen toimintaan.

World Cafe is open!




## Du är en viktig del av Röda Korsets närvaro på sociala medier!

**Som frivillig** hör du till den största gruppen användare av Röda Korsets sociala medier. Du kan bäst vidareförmedla vårt meddelande och våra värden genom att berätta om dina egna erfarenheter och åsikter på dina personliga sociala media-kanaler. Genom att gilla, dela och kommentera kan du främja nationella kampanjer och fast grannavdelningens kommunikation. I dina egna sociala medier är det Du som representerar hela Röda Korset!

**Avdelningen** skriver i sina egna sociala medier om sin egen verksamhet: till exempel evenemang och utbildningar. Er viktigaste uppgift är att meddela om lokala evenemang och uppmuntra människor att delta i verksamheten. Din avdelning kan också modigt delta i regionala diskussioner som har att göra med Röda Korsets verksamhet. Från de nationella kampanjerna kan ni få mer material för era uppdateringar på sociala media och nationell synlighet.



The image shows two screenshots of Facebook posts from the Red Cross Oulu branch. The left screenshot is a post from 'Punaisen Ristin Oulun osasto' dated April 8, titled 'Ensiapuryhmän leiri 4.-6.4.14 (7 photos)'. The text describes a training weekend for first aid groups in Muhos, focusing on intensive training and practical exercises like CPR and first aid. Below the text is a large photo of several people on horseback in a room, and three smaller photos showing people in various settings. The right screenshot is a post from 'Punaisen Ristin Oulun osasto' dated April 18, sharing a link. The text says 'Otetaan pääsiäinen rennosti ja ensi viikolla uudet kujeet - tervetuloa 😊' and 'Osaston uusien ilta keskiviikkona 23.4. klo 18 (Kainuuntie 1), tervetuloa mukaan!'. Below this is a photo of two people in red jackets, one of whom is wearing a Red Cross vest. The caption for the photo is 'Uusien perehdytysilta Oulussa | RedNet rednet.punainenristi.fi'. At the bottom of the right screenshot, there are 'Like', 'Comment', and 'Share' buttons, and a '6' next to a thumbs-up icon.

*Avdelningen i Uleåborg skriver aktivt på sin Facebook-sida om allt som avdelningen har gjort från första hjälpen-läger till kvällar för nya medlemmar.*

**Informatören ansvarar för avdelningens sociala medier som helhet.** För att se till att det finns tillräckligt att lägga ut på sociala media ska **verksamhetsgruppernas ledare** se till att informatören är à jour med vad som händer i grupperna. Det kan löna sig att ge ut lösenordet och användarnamnet för avdelningens konto på sociala medier till några nyckelpersoner, för att se till att arbetet fördelas mer jämnt. Ifall det finns flera personer som uppdaterar är det en



bra idé att komma överens om en gemensam tidtabell för uppdateringar för att undvika överlappning och långa pauser.

**Stöd för kommunikation får du av distriktets kommunikationsansvarige och centralbyråns kommunikationsenhet** Om Röda Korsets verksamhet i distriktet informeras på distriktets Rednet-sidor och Facebook-sidor. Centralbyrån producerar nyheter på nationell nivå och innehåll för Röda Korsets rodakorset.fi-sidor, samt för Röda Korsets kanaler på Facebook, Twitter, YouTube, Instagram och LinkedIn. Centralbyråns webbredaktör samarbetar med personen som ansvarar för distriktets webbplats, med distriktets kommunikationsansvarige samt med centralbyråns informatörer.

Ifall det finns något som du undrar om i användningen av sociala medier, ställ modigt frågor och be om hjälp! Du kan till exempel skicka ett privatmeddelande till distriktets eller Röda Korsets Facebook-sida (kom ihåg att introducera dig själv). Det lönar sig också att se hur andra avdelningar verkar på sociala media.



*Avdelningen i Kiminges framsida på Facebook.*

# Så här börjar du kommunicera på sociala medier för din avdelning

1. **Klargör målen, målgrupperna och metoderna/kanalerna för kommunikationen.** Det är smart att välja en kommunikationskanal som målgruppen redan använder. Om du till exempel vill rekrytera fler frivilliga för vänverksamhet för äldre, kan du välja som din målgrupp aktiva pensionärer på orten, och som kommunikationskanal Facebook-gruppen för din stadsdels pensionärer. Ifall du vill att ett evenemang på din avdelning får mer synlighet på medier, skicka ett meddelande till lokala medier, gör en evenemangssida på Facebook (bjud in en journalist!) och tipsa om evenemanget på Twitter. Du kan också märka ut dvs. tagga media eller en påverkare i din uppdatering på sociala medier för att väcka deras uppmärksamhet.

När du väljer kommunikationskanalen lönar det sig att separera avdelningens interna kommunikationskanaler från de kanaler som är riktade till allmänheten. Om möten och verksamhetsgruppernas interna ärenden kan man till exempel meddela i en sluten Facebook grupp, medan om kommande evenemang och verksamheter på den offentliga Facebook-sidan eller på Twitter. Om man har tänkt på målgruppen på förhand, blir kommunikationen mer intressant både för avdelningens folk och allmänheten.

2. **Det lönar sig att tänka på handlingssätten tillsammans** med avdelningens informatör och de andra frivilliga. Kom tillsammans överens om **arbetsfördelningen** och hur ofta och vad för slags uppdateringar ni tänker göra på den sociala mediekanal ni valt. Även om kommunikation genom sociala medier är spontant kan man planera innehållet på förhand. Anteckna vad ni kommit överens om och tidtabellerna i er **kommunikationsplan**.
3. **Bekanta dig med den sociala medietjänst ni valt.** Om tjänsten inte är bekant från tidigare är det bästa sättet att börja skapa ett användarkonto och prova i praktiken hur tjänsten fungerar. Tjänsterna erbjuder också sina egna anvisningar och tips för hur man kan använda de olika funktionerna. Genom att följa andra användare och fråga om råd av mer erfarna användare kan man lära sig hur tjänsten fungerar och hur meddelanden i allmänhet ser ut på den. Det viktigaste i samtal på sociala medier är att uppmuntra andra, upprätthålla en god stämning och sporra till diskussion till exempel genom att ställa frågor och dela innehåll.

I allmänhet fungerar kompakt, klart och ledigt allmänspråk bäst på sociala media. Fila inte för mycket på texten, på sociala medier är det viktigare att vara äkta och medmänsklig!

4. **Var aktiv och skaffa fler följare och gillare!** Följare får du genom att aktivt uppdatera, genom att följa/gilla andra organisationer på din ort och genom att tipsa om avdelningens sociala mediekanaler på din egen privata profil samt på avdelningens meddelanden, broschyrer, e-post, evenemang och webbplats. Det är normalt att antalet följare och gillare i början ökar långsamt

- det lönar sig att vara tålmodig!



### Ethicize your vacations!

Holidays are often associated with an adventurous, cheerful lifestyle that alternates with relaxing moments. However, as carefree as we might feel, what we choose to do at the destination is not solely...

PUNAISENRISTINBLOGI.COM

3 982 henkilöä tavoitettu

Mainosta julkaisua



*Tips: När du aktivt lägger ut intressant innehåll på sociala medier samlar du lätt nya följare. Man kan dock också direkt bjuda in följare, eller gillare, till en Facebook-sida på tre olika sätt. 1. Bjud in dina egna vänner: Gå till avdelningens Facebook-sidas framsida. Tryck på ikonerna med tre punkter till höger om Meddelanden. Välj "Bjud in vänner" och välj sedan de vänner du vill bjuda in. 2. Gå igenom alla som gillat avdelningens statusuppdateringar. Du får en lista på dem genom att trycka på namnen på personerna som gillat uppdateringen under uppdateringen (se bilden). Tryck på "Bjud in" för att bjuda in personer som inte ännu gillat sidan. 3. Man kan också skaffa fler följare genom avgiftsbelagd reklamföring.*

### Kom också ihåg:

Det lönar sig att vara medveten om att alla på sociala medier inte tyvärr iakttar samma goda uppförande som de gör i det vanliga livet. Det lönar sig inte att bli provocerad av eventuell störning på till exempel avdelningens Facebook-sida: svara hellre sakligt på kritik. Man behöver inte tolerera sexuella trakasserier, rasism, eller annan brottslig verksamhet. Närmare anvisningar för hur du kan bemöta kritik och hatfulla inlägg finns på RedNet: <https://rednet.rodakorset.fi/kommunikation> genom att klicka på "Klikkaa tästä ja hae pääsyä ryhmään" (klicka här och be om tillgång till gruppen) I problemsituationer kan du vid behov få hjälp från distriktet eller från centralbyråns kommunikationsenhet [info@punainenristi.fi](mailto:info@punainenristi.fi).

## Så här verkar du på sociala medier som en frivillig vid Röda Korset

1. Som frivillig ger du ett ansikte åt hela Röda Korset på sociala medier. Berätta modigt om dina egna erfarenheter som frivillig och uppmuntra andra att komma med!
2. Röda Korsets principer styr all vår kommunikation. Reflektera över vad till exempel jämlikhet, neutralitet, oberoende och medmänsklighet betyder på sociala medier.
3. Delta aktivt i diskussioner som handlar om Röda Korset och uppmuntra också andra att uttrycka sina åsikter. Märk väl att neutralitet och jämlikhet inte är ett förhinder för att du ska kunna tala för medmänsklighet.
4. Kontrollera vid behov fakta innan du delar information på sociala media vidare. Observera att meddelanden – vare sig de är positiva eller negativa – kan spridas snabbt och ofta på förvånansvärda sätt från människa till människa. Det är ofta omöjligt att korrigera fel information eller klumpiga uttalanden i efterhand.
5. På öppna forum läser också människor som inte är bekanta med Röda Korsets verksamhet dina meddelanden. Skriv på klart allmänspråk och undvik förkortningar och term som bara används av den inre kretsen (t.ex. Vapepa).
6. Respektera ditt eget och andras privatliv. Tystnadsplikten för personer som hjälpt andra gäller även på sociala medier. Även om man i många tjänster kan justera inställningar för vad som är privat och vad publiceras för allmänheten, är utgångspunkten att allt innehåll på sociala medier är offentligt.
7. När du lägger ut bilder och videor som andra tagit, be först om lov. Ifall bilden har barn, kom ihåg att be barnets vårdnadshavare om tillstånd att använda bilden. Det hör till god sed att nämna fotografens namn i samband med en publicerad bild. Ytterligare information om fotografering och publicering av bilder hittar du i Röda Korsets medieanvisning.
8. Det röda korset är ett skyddsmärke skyddat av internationell lag. Du kan hitta reglerna för hur märket kan användas i anvisningen "Osasto viestii" och i Röda Korsets grafiska anvisningar, som finns i materialbanken: <http://aineistopankki.punainenristi.fi>. Om du uppdagar felanvändningar, kontakta distriktet eller centralbyråns juridiska rådgivare.
9. Be modigt om tips och hjälp i problemsituationer av andra frivilliga, distriktet och av centralbyråns kommunikationsenhet.

## **Bli bekant med sociala medietjänsterna**

Till sociala medier hör en massiv mängd olika tjänster. Du behöver dock inte vara expert på dem alla, utan det räcker att du är bekant med de populäraste tjänsternas basfunktioner. Det lönar sig för avdelningen att ta i bruk en tjänst som er målgrupp – frivilliga, avdelningens medlemmar, eller allmänheten – redan använder från förut. Välj till exempel bland dessa alternativ det som passar dig själv och din avdelning bäst.

### **RedNet – Röda korsets webbplats för volontärer**

RedNet är Röda Korsets egen webbplats som används särskilt av avdelningarna. Det är en kombination av intern social media och materialbank. Du får tillgång till RedNet genom att skapa för dig själv ett användarnamn i formen Förnamn Efternamn jämte lösenord på adressen [rednet.rodakorset.fi](http://rednet.rodakorset.fi).

På RedNet kan du gå med i olika grupper enligt eget intresse. Därtill kan avdelningarna skapa sina egna sidor på RedNet som också kan länka till olika delar av sociala media. Det lönar sig att skriva om kommande evenemang på avdelningens egna sidor.

### **Synlighet genom Facebook**

Facebook är en mångsidig och mycket populär tjänst på sociala medierna som används både av privatpersoner och olika samfund, företag, grupperingar osv. På Facebook är det lätt att dela meddelanden på några rader, bilder, och videon. Man kan reagera på andras inlägg på Facebook genom att trycka på knappen 'gilla' och genom att skriva en kommentar på inlägget. Detta låter andra se hur många gillat till exempel en bild som publicerats.

Det är lätt att informera om evenemang på Facebook och bjuda in människor. På tjänsten finns diverse egenskaper såsom Facebook-profiler åt enskilda användare samt sidor för grupper som låter en större mängd personer intresserade av samma sak samlas.

### **Facebook-sida**

En Facebook-sida är en offentlig kommunikationskanal för till exempel ett företag eller en organisation, såsom en avdelning under Röda Korset. Vem som helst kan följa nyheterna på sidan genom att gilla den. Utgångspunkten är att all information och allt som publiceras på sidan är offentliga, men sidan kan enbart administreras av personer som utnämnts till administratör för sidan.

Sidans administratör publicerar regelbundet nytt innehåll, till exempel text, bilder och videor. Följarna som gillat sidan får ifall de så önskar uppdateringar till sitt eget nyhetsflöde. Det lönar sig att flitigt uppdatera sidan, då de som följer den kan dela, gilla och kommentera inlägg som intresserar dem, vilket sprider inlägget vidare åt en allt större publik. Det går också lätt att skapa sidor för evenemang i samband med sidan, som kan användas för att bjuda in följarna att delta i din avdelnings evenemang.

Finlands Röda Kors har en egen nationell sida på Facebook, och många distrikt och avdelningar har också sina egna sidor. Genom att skapa en egen sida för din avdelning kan du snabbt meddela en stor grupp människor som redan är intresserade om era evenemang.



Exempel på ett distrikts Facebook-sida där man har delat information och bilder om evenemang. Som omslagsbild har använts samma bild som Facebook-sidan för Finlands Röda Kors och kampanjen som profilbild.

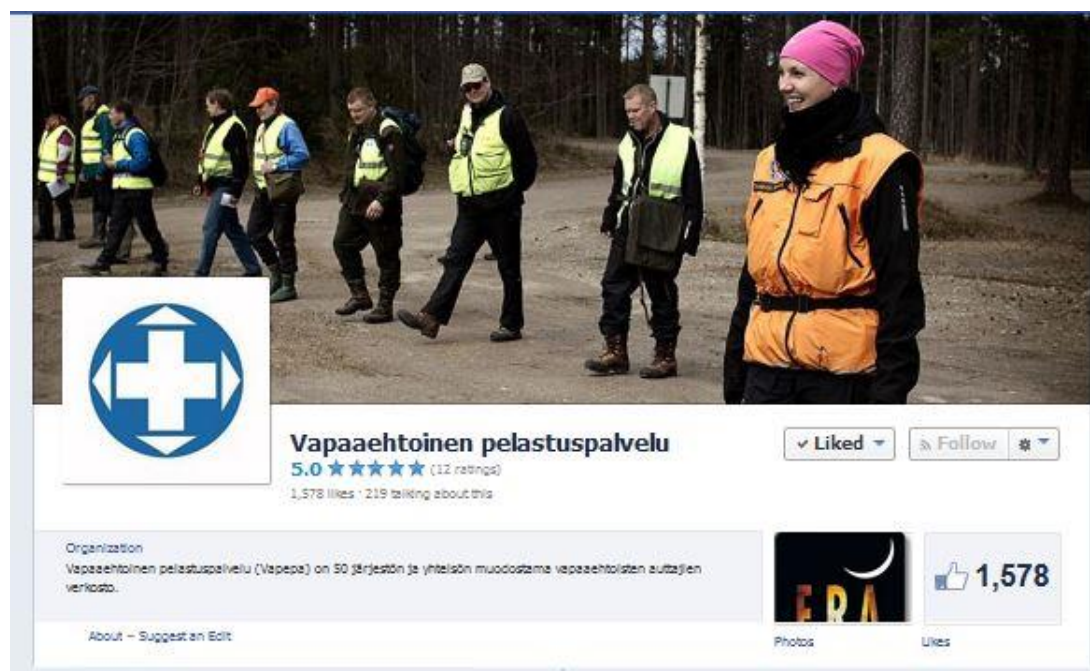


*På avdelningen för Tammerfors har de använt omslagsbilden på sin Facebook-sida för att sprida information om en terrängtävling. Man kan alltså också använda omslagsbilden för att göra reklam för evenemang.*

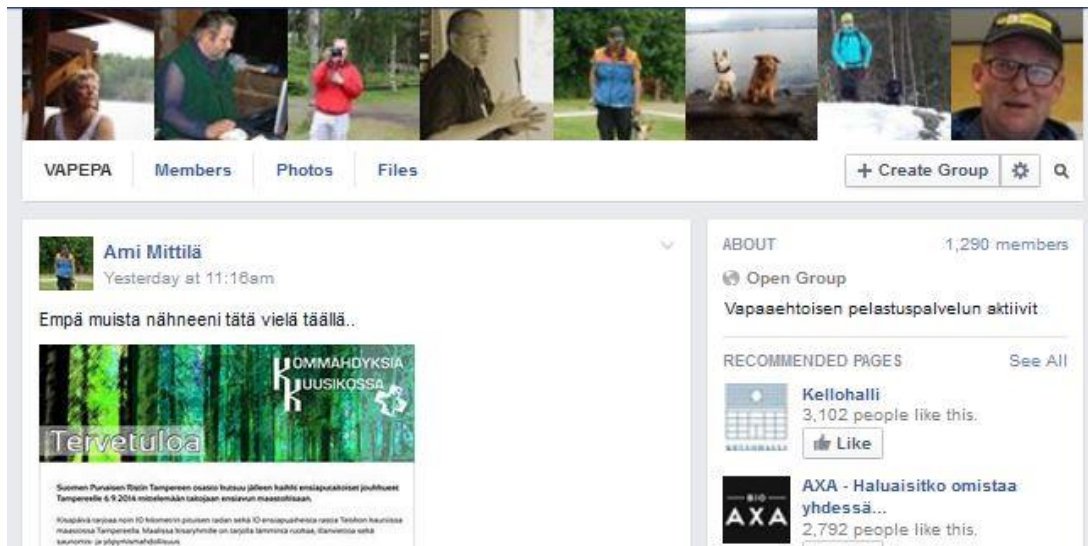
## Facebook-grupp

En Facebook-grupp är ett diskussionsforum som skapats för något visst ämne. En grupp kan antingen vara öppen för alla eller så hemlig eller sluten, vilket innebär att det de publicerar enbart syns för gruppens medlemmar. Om du vill kan du justera inställningarna för gruppen så att administratörerna måste lägga till och godkänna medlemmar. Din avdelning kan utnyttja grupper till exempel som en kanal för avdelningens eller en enskild verksamhetsgrupp interna kommunikation.

Till exempel Frivilliga räddningstjänsten har både en Facebook-sida och en Facebook-grupp.



*Frivilliga räddningstjänstens Facebook-sida för allmänna nyheter och meddelanden.*



*Frivilliga räddningstjänstens Facebook-grupp för aktiva.*



## Twitter – snabb och effektiv kommunikation

Twitter är en tjänst där man kan skriva korta meddelanden på högst 140 tecken, tweets. Därtill kan man dela bilder och videon på tjänsten. Kommunikation på Twitter är mycket mer koncentrerat och snabbare än på Facebook. På Twitter kan din avdelning till exempel ge tips om framtida evenemang, dela intressanta länkar eller föra fram stämningen vid diverse pågående evenemang.

Utgångspunkten är att allt som skrivs på Twitter är tillgängligt för allmänheten. Genom att följa andras Twitter-konton syns andra användares meddelanden på ditt eget nyhetsflöde. Meddelanden som intresserar dig kan du också söka enligt ämne, dvs. hashtag (till exempel #hungerdagen). Om du använder hashtags kan du koppla ditt meddelande till ett visst ämne och till vissa diskussioner. Om du vill rikta ditt meddelande till en viss användare kan du lägga till användarnamnet på en annan Twitter-användare, till exempel @PunainenRisti.

På Twitter används också så kallade re-tweets, där man tweetar vidare andras meddelanden. Detta tillåter meddelandena att nå stora mängder människor och skapar diskussion. Som frivillig kan du sprida information på Twitter om Röda Korsets kampanjer och evenemang åt dina följare. Genom att använda en hashtag kan du sprida meddelandet till en ännu större grupp.

Röda Korsets nationella konto finns på Twitter på adressen <https://twitter.com/PunainenRisti>.



*Ett exempel ur kampanjen Lär dig hjälpa, som avdelningen i Åbo retweetat.*

*Tips 1: Meddelanden på Twitter är högst 140 tecken långa. Ifall din tweet har en lång länk till en annan plats på nätet lönar det sig att använda en länkförkortningstjänst. Du kan hitta en sådan till exempel på [bitly.com](http://bitly.com).*

*Tips 2: Tagga andra aktörer, till exempel din lokala tidning, så får de ett meddelande om din tweet. T.ex. ".@au\_nyheter berättar om Röda Korsets flyktingmottagning (länk). Nästa kurs*

arrangeras i Pargas (...). Om du börjar din tweet med en tag, kom ihåg att starta med en punkt: .@au\_nyheter

## Video- och bildtjänster gör sociala medier mer levande

Att lägga till en bild eller en video i sin uppdatering på sociala media lönar sig, då de ofta delas ivrigt. Bilder leder också ofta till kommentarer och diskussion. En ännu effektivare innehållsform är video, även om det förstås beror på videons innehåll. Till exempel var ett meddelande med en bild på Twitter år 2015 två gånger mer synligt/spreds två gånger mer än ett meddelande utan bild, och ett meddelande med video sex gånger bättre än med bild. Motsvarande siffror förekommer också på Facebook.

Twitter, Instagram och Facebook har alla sina egna videospelare. Det lönar sig att ladda upp videon direkt på den sociala mediekanalens egna spelare – detta ger videon bättre synlighet på kanalen.

När man funderar över videoinnehållet lönar det sig att hålla föreningens grundprinciper i tankarna, men man får använda humor och associera fritt. Filma alltså modigt dina egna videor till exempel med din smarttelefon och dela dem på sociala media!

På Finlands Röda Kors egen YouTube-kanal (<https://www.youtube.com/user/SuomenPunainenRisti>) och på andra sociala mediekanaler hittar du färdiga videor som lätt kan delas till exempel på din avdelnings Facebook-sida. Bilder kan förutom på sociala media också hittas på adressen [www.punaisenristinkuvat.fi](http://www.punaisenristinkuvat.fi). Det går också bra att dela annat innehåll direkt från våra nationella kanaler på Twitter, Facebook och Instagram samt från vår webbplats [www.rodakorset.fi](http://www.rodakorset.fi).

**YouTube** är en gratis webbvideotjänst. Genom att logga in på tjänsten kan du grunda en egen YouTube-kanal för dig själv eller för din avdelning som du kan använda för att ladda upp dina egna videor. Genom att ladda upp en video på YouTube kan du lätt visa den i övriga sociala medier. En fördel med YouTube är att videorna som laddats upp på den är särskilt lätta att hitta med sökmotorer.

**Instagram** är en tjänst för delning av enskilda foton som är särskilt populär bland unga. På Instagram kan du publicera bilder du tagit och kommenterar till dem åt en stor mängd följare. Man kan också kommentera bilder som andra lagt ut. Det går att lägga en tag till bilden liksom på Twitter, vilket gör att tjänsten grupperar bilden till exempel till ett visst evenemang eller en kampanj. Till exempel om man söker efter taggen #hungerdagen kan man hitta många bilder på Instagram. När kampanjer är i gång lönar det sig att kolla på FRK:s nationella sidor vilka hashtags som används, så att er avdelnings hashtags länkas till samma diskussion.

Man kan också dela bilder som laddats upp på Instagram i andra tjänster. Bilderna kan också placeras eller inbäddas till exempel på avdelningens RedNet-sida.

## **Bloggar är ett mer personligt sätt att kommunicera**

Ifall det finns inspiration kan din avdelning eller verksamhetsgrupp också upprätthålla en blogg, dvs. en nätdagbok. Till exempel **Blogger** är en gratis och lättanvänd bloggplattform, som kan användas för att skapa snygga bloggar med valfritt utseende. Man kan logga in på Blogger med samma användarnamn som på Gmail och YouTube. En blogg kan till exempel vara dagbokslik med rapporter om din grups verksamhet.

Jämfört med hur man skriver på en webbplats är bloggskriveri ofta mer personligt. En viktig del av bloggande är också att man kommunicerar med sina läsare och andra bloggare, då bloggar ofta kommenteras flitigt. Bloggskriverier delas ofta i resten av sociala medier, till exempel på Facebook och Twitter, vilket låter en större grupp människor veta att nya blogginlägg gjorts.

## **Andra sociala medietjänster**

**LinkedIn** – en karriärinriktad tjänst för professionellt nätbyggande

**Pinterest** – en bildtjänst som liknar en anslagstavla, där användarna kan skapa kollage över bilder de hittat på nätet

**WhatsApp** – en snabbmeddelandetjänst, som låter slutna grupper skicka varandra text-, bild- och ljudmeddelanden

**Snapchat** – en snabbmeddelandetjänst. En användare kan ta bilder och videor, lägga till text och "stämplar", dvs. olika små ikoner, och sedan skicka dem vidare antingen till de andra användarna på tjänsten eller till offentligheten genom "min berättelse" (eng. My Story). Tagga bilder eller videor kallas "snaps".

**Periscope** – ett program som låter användaren streama video i realtid från sin smarttelefon ut på nätet. Periscope används för att dela sitt eget liv med sina följare. Fenomenet kallas "lifecasting".

## **Tips och mer information**

Övriga anvisningar för sociala medier på RedNets sidor för kommunikation:

- "Some-ötökkä" med koncentrerat stöd för hur man kan agera på sociala medier
- Anvisningar för hur hatinlägg ska bemötas på sociala medier

Sök material:

- Bildbanken (<http://www.punainenristinkuvat.fi/>)
- Materialbanken (<http://aineistopankki.punainenristi.fi/>)
  - Röda Korsets grafiska anvisning
- Så här hanterar du media: <https://rednet.rodakorset.fi/kommunikation>