



SVENSKA KANOTFÖRBUNDET

2020 – 03 - 30

---

## **Svenska kanotförbundets policy i sociala medier**

Genom sociala medier kan vi informera och inspirera om kanot. Vi får möjlighet att nå både befintliga medlemmar och nya målgrupper. Vi kan nå kanotister eller presumtiva kanotister där de befinner sig.

Sociala medier ger oss möjlighet att delta i pågående diskussioner om kanot och vår verksamhet. Vi kan bland annat bemöta kritik, besvara frågor om kanot och korrigera eventuella faktafel.

### **Vem beslutar om Svenska kanotförbundets närvaro i sociala medier**

Svenska kanotförbundets logga får endast användas i Kanotförbundets verksamhet i enlighet med gällande policy.

### **Kanalansvarig**

I policyn har vi valt att använda begreppet kanalansvar. Med detta avses den som tar initiativet till och ansvarar för en officiell kanal i sociala medier som representerar Svenska kanotförbundet. Den kanalansvarige ska vara någon från styrelsen, en anställd i Svenska kanotförbundet centralt eller en kommittéordförande. Den kanalansvarige ska i samband med upprättande av en officiell kanal underrätta styrelsen.

Den kanalansvarige förbinder sig att ansvara för den kanal som upprättats, och säkerställa att den motsvarar de krav som ställs utifrån gällande regler (bevaka att det är rätt ton i inlägg och kommentarer så att de följer SKF:s policy). Kanalansvarigs ansvar likställs med ansvaret hos en ansvarig utgivare.

### **Tonalitet och bemötande**

Den kanalansvarige ansvarar för att den ton som hålls i kanalen är i linje med den ton Kanotförbundet bör hålla. Givetvis ska all dialog följa SKF:s värdegrund. Sociala medier innebär relationsbyggande med andra människor, organisationer och företag. Följande punkter är viktiga att tänka på redan från start, när det gäller bemötande och ton:

*Engagerat* – En engagerad text strävar efter att visa olika möjligheter, även i svåra situationer. Läsaren känner att du är optimistisk, serviceinriktad och handlingskraftig.

*Professionellt* – En professionell text är korrekt, genomtänkt och välformulerad. Den informerar klart och tydligt. Läsaren känner att du är kunnig och arbetar effektivt. Språket är enkelt, lättläst och överskådligt.

*Rätt attityd* – Vi ska undvika att använda ironi eller ovårdat språk. Vi ska aldrig uttrycka oss nedlåtande eller ha en attityd som kan uppfattas som stötande.

*Rätt fokus* – I de sociala medier där Svenska Kanotförbundet för dialog ska vi fokusera på sakfrågan.

*Rätt avsändare* – När en redaktör skriver något på en av Kanotförbundets Facebooksidor, ska denne inte använda jagform. Inläggen kommer från Kanotförbundet som förbund.

*Inlägg som berör* – planera tid för att kunna ta hand om och moderera kommentarsfält när du lägger ut uppdateringar som kan generera diskussion, oro eller åsikter.

*Detta ska tas bort* – om kommentarer innehåller följande ska de tas bort:

- Sekretessbelagda eller känsliga personuppgifter om enskilda personer
- Kränkningar
- Förtal eller personliga angrepp
- Hets mot folkgrupp
- Sexistiska yttranden eller andra trakasserier
- Reklam (i ovidkommande sammanhang, däremot har vi i uppdrag att göra ”reklam” för till exempel våra godkända kanotcentraler, ge tips på bra paddelplatser där det kan ingå att lyfta fram en viss kommun eller aktör)
- Våldsskildringar eller pornografi

Som förtroendevald eller representant för Svenska Kanotförbundet så gäller ett extra ansvar för rätt ton.

Policy antagen av styrelsen vid möte 2020 03 30