



Folkhögskolornas
informationstjänst

FIN:S LATHUND FÖR SOCIALA MEDIER

Bakgrund

Sociala medier skapar möjlighet till delaktighet, diskussion, kunskapsspridning och debatt. De erbjuder genom sin funktionalitet en utmärkt plattform för folkhögskolorna i synnerhet och demokratibyggande arbete i allmänhet.

I denna lathund har FIN listat ett antal frågor som det kan vara bra att besvara innan ni börjar använda sociala medier. Lathunden gör inte anspråk på att vara en heltäckande guide. Inte heller har vi inkluderat någon beskrivning av hur ni går till väga för att skapa konton på olika sociala nätverk. Oftast finns det bra instruktioner och hjälpavdelningar på dessa tjänsters egna sidor. Men det går förstås bra att kontakta FIN om ni vill ha hjälp med detta.

En del folkhögskolor arbetar redan aktivt med att nå ut i olika nätverk och kommer kanske att tycka att mycket av det som står här är gammal skåpmat. Andra har ännu inte börjat använda sociala medier och kan ha svårt att ta till sig en del av det vi skriver om. Men vi har försökt att lägga oss på en nivå som gör att alla kan få ut något av lathunden. Med sociala medier förstås här nätverk som tillåter användare att kommunicera med varandra genom till exempel text, bild eller ljud.

Syfte

Det första ni bör göra innan ni bestämmer er för att lägga tid på sociala medier är att definiera ett syfte med satsningen. Varför bör ni finnas där? Att endast konstatera "att det gäller att hänga med" är inte nog, även om intentionen är lovvärd. I FIN:s egen strategi står det till exempel: "Syftet med en satsning på sociala nätverk är att marknadsföra och skapa intresse kring skolformen folkhögskola samt att fånga upp och kanalisera det engagemang och intresse som finns för folkhögskolan i sociala medier."

- Vilket är ert syfte?

Målgrupp

Det är även viktigt att bestämma vilken grupp av människor som ni vill nå i dessa kanaler. Är det nuvarande kursdeltagare som ni vill kommunicera med genom olika nätverk, till exempel en Facebook-sida? Eller vill ni snarare nå ut till nya studerande och marknadsföra skolan? Vilka målgrupper ni väljer är förstås kopplat till syftet med satsningen och vice versa.

- Vilka är era huvudsakliga målgrupper?

Strategi

Vilken strategi ni väljer är i sin tur beroende av vad syftet är med satsningen och vilka målgrupper ni definierat. Men det finns ändå några generella råd som man kan ge. Sociala medier är just sociala, det vill säga de bygger på ett ömsesidigt utbyte av information, och därför är det sällan lyckat att bara basunera ut sitt eget budskap.

Sedan FIN:s egen satsning på sociala medier drog igång har vi försökt följa IT-konsultbolaget Metamatrix närvarotrappa. Den innehåller fyra steg: Lyssna, Delta, Bidra, Påverka. Närvarotrappan skrevs ursprungligen för Facebook, men gäller i mer eller mindre utsträckning för alla de plattformar där vi finns.

Lyssna: Det innebär konkret att vi till en början skapar en sida på Facebook och lägger ner en del arbetstid på att "lyssna av" hur vår målgrupp och våra konkurrenter agerar. Vi bygger upp en sida vi är nöjda med och när vi känner att vi har en viss översikt över vilka sammanhang vi vill finnas med i kan vi börja delta.

Delta: Vi deltar på olika sätt genom att ge respons, kommentera och diskutera. Vi syns helt enkelt och får därigenom andra att upptäcka oss. Viktigt är att inte lägga kraft på att bemöta obefogad negativ kritik. Endast befogade invändningar bör få respons.

Bidra: Vad kan vi bjuda på? Intresseväckande länkar, filmer, bilder, texter, faktablad, presentationer och dokument? Vi sprider information i olika former genom att publicera den på Facebook. Viktigt att vi är tydliga med vilket innehåll som är fritt att sprida vidare.

Påverka: Dags att bjuda in folkhögskolornas personal och kursdeltagare, gamla studerande och andra intresserade till att bidra med erfarenheter, åsikter och kunskap. Fler människor producerar därmed material och skapar engagemang, både hos dem som producerar och de som tar del av det som produceras.

Ni behöver förstås inte följa Metamatrix närvarotrappa till punkt och pricka. Men låt er gärna inspireras av den och applicera det ni kan på er egen verksamhet och syftet med er närvaro i sociala nätverk.

- Hur ska ni arbeta? Vilken är er strategi?

Tonalitet

När man som skola kommunicerar i sociala medier är det viktigt att på förhand definiera vilken ton man vill ha. Tonen i sociala medier är generellt sett ledig och talspråklig. Och då kan det uppfattas som alltför stiltigt om man i sina inlägg använder sig av samma språk och tonfall som när man skriver ett traditionellt nyhetsbrev eller författar en rapport. Samtidigt måste den som gör ett inlägg på ett socialt nätverk förstå att läsarna uppfattar det som att man talar i skolans namn. Att bli alltför privat eller slängig i sina formuleringar är därför inte heller bra.

- Vilket tonfall vill ni ha?

Tidsåtgång och arbetsbelastning

Bestäm innan hur mycket tid ni kan lägga på en satsning och avsätt denna tid. Avsätter man ingen tid är det lätt att andra saker prioriteras. När man väl hittat en lämplig form för sitt engagemang behöver det inte ta särskilt mycket tid. Det kan också vara bra att på förhand komma överens om vem eller vilka som ska få tala i skolans namn. Ju fler som vill bidra på skolan, desto bättre är det, inte minst eftersom arbetsbördan då blir mindre på den enskilde medarbetaren. Men är ni många som deltar så blir förstås behovet av att enas om en gemensam strategi ännu större.

- Hur mycket tid kan ni lägga på det här?
- Vilka ska få tala i skolans namn?

Välj nätverk

Det finns en uppsjö av sociala nätverk på internet idag. FIN finns med på Youtube, Facebook, Bambuser och Twitter. Det finns huvudsakligen två skäl till varför FIN valt just dessa nätverk för vår satsning. Dels tror vi att vi har störst chans att nå vår målgrupp här, dels har vi bedömt att den valda tjänstens utformning lämpar sig bäst för FIN:s syften och resurser. Men det bör förstås påpekas att det finns konkurrerande tjänster till de kanaler FIN valt att fokusera på. Varje folkhögskola bör göra en egen analys av vilka behov och förutsättningar som finns och därefter välja den eller de tjänster som passar dem bäst. Det kan vara klokt att till en början välja ett nätverk som man fokuserar på.

- Vilka nätverk passar er bäst?

Mål

Sätt upp mål för er satsning så att ni kan utvärdera den. Målen kan vara formulerade i allmänna ordalag, men allra bäst är förstås om de går att kvantifiera eftersom det underlättar vid en utvärdering. Ett av FIN:s mål är till exempel att leda minst 300 personer i månaden från vår Facebook-sida till folkhögskola.nu. Skapar ni en sida för skolan på Facebook, och inte bara en profil, så ingår ett statistikverktyg där ni kan utläsa mycket om hur användarna interagerar med varandra och med sidan.

- Vilka är era mål?
- Går målen att utvärdera?

Utvärdering

Precis som alla andra satsningar bör en etablering i sociala medier utvärderas. Lämpliga frågor att besvara vid en utvärdering är:

- Har ni nått de mål ni satt upp?
- Behöver ni förändra ert arbetssätt och i så fall hur?
- Är arbetet för tidsödande i förhållande till resultatet?
- Ska ni fortsätta satsningen eller lägga resurserna på annat?
- Har ni gjort rätt val av sociala nätverk?

Personuppgifter och sekretess

Datainspektionen har en broschyr, "Personuppgifter i sociala medier" som finns att ladda ner från deras webbplats. Den beskriver hur organisationer och företag bör handskas med personuppgifter i sociala medier. Även om mycket i skriften gäller myndigheter och inte är tillämpligt på folkhögskolornas verksamhet, kan det ändå vara bra att läsa igenom den. Som vanligt när det gäller den här typen av frågeställningar kommer man dock långt genom att använda sitt sunda förnuft.

Vi ses på nätet!

I den här lathunden har vi försökt skissera grunderna för en strategi för sociala medier. Men det är först när man börjar använda sig av en tjänst som man upptäcker vad som fungerar bra – och vad som fungerar mindre bra. Hör gärna av er till oss på FIN och kom med synpunkter på hur lathunden kan förbättras när ni stött på ett problem eller har ett bra tips som även andra folkhögskolor kan ha nytta av. Det går såklart alltid bra att kontakta oss i något av de sociala medier där FIN finns representerat. Ni hittar oss på:

<http://www.facebook.com/Folkhogskola>

<http://twitter.com/Folkhogskolanu>

<http://www.youtube.com/folkhogskolanu>

<http://bambuser.com/channel/Folkhogskola.nu>

Lycka till!

Folkhögskolornas informationstjänst, FIN
2011-01-28