

# Riktlinjer

## Sociala medier

Tillägg till Riktlinjer för kommunikation

Dokumenttyp Styrdokument, Tillägg till Riktlinjer för kommunikation	Förvaltning KSF, stab
Ämnesområde Information	
Ägare/ansvarig Informatör	
Antagen av Kommunchef, 2010-12-16	Dnr
Revisions datum	Giltig fr.o.m.
	Giltig t.o.m.



### Innehåll

Sociala medier ett komplement i vår planerade kommunikation	3
Kommunens officiella webbplats	3
Planerad kommunikation	3
Roller och ansvar	3
Förhållningssätt	4
Mät och utvärdera	5
Hantering av inlägg och kommentarer	5
Möjligheter	5
Risker	5
Lagar som styr	6
Läs mer	6



### Sociala medier ett komplement i vår planerade kommunikation

Sociala medier är kommunikationskanaler i form av nätverk, forum, chat och bloggar med innehåll som användarna själva skapar. De ger möjlighet att dela med sig av material i form av bilder, musik, film och texter. Det handlar också om att utbyta tankar och åsikter samt öppna upp för dialog, debatt och diskussion. Sociala medier är en av många kanaler för kommunikation.

De här riktlinjerna behandlar enbart kommunens planerade kommunikation. Den tar inte upp medarbetarnas enskilda/privata användande av Sociala medier.

### Kommunens officiella webbplats

Alla verksamheter ska i första hand presentera sin service och sina tjänster på [www.orust.se](http://www.orust.se). Kommunens officiella webbplats [www.orust.se](http://www.orust.se) och intranätet OGAP är kommunens huvudkanaler för extern och intern kommunikation. Där är informationen tillgänglighetsanpassad, kvalitetssäkrad och har en informationsansvarig som har ansvar för att informationen på sidorna är korrekt och uppdaterad. Informationsansvariges kontaktuppgifter anges under kontakt i högerspalten.

Kommunens Riktlinjer för kommunikation gäller även för de sociala medierna. Den traditionella webbplatsen följer den grafiska profilen. Detta ska eftersträvas även på sociala medier för att avsändaren ska bli tydlig och mottagaren ska känna sig trygg.

### Planerad kommunikation

Som alltid när du vill nå ut med ett budskap ska du låta syfte och målgrupp styra valet av kanal. Ställ dig följande frågor:

- Vilket är ditt budskap, målformulera för att kunna mäta om du uppnår önskad effekt
- Vilken är din målgrupp
- Vad vill du åstadkomma
- Vilken kanal är lämpligast för att nå målgruppen
- Räcker det att använda [www.orust.se](http://www.orust.se) för att uppnå målet
- Hur ska du utvärdera
- Hur kopplas [www.orust.se](http://www.orust.se) ihop med verksamhetens sociala medier

### Roller och ansvar

Kommunens officiella kanaler ska hanteras i enlighet med offentlighetsprincipen och bestämmelser om arkivering.

1. Varje förvaltning har ansvar för sin egen kommunikation. Därför har varje förvaltning även beslutsmandat över
  - om förvaltningen använder sociala medier.
  - vilka verktyg och/eller tjänster som används. Detta bör ske i diskussion med IT-förvaltningen.
  - vem eller vilka som får representera förvaltningen på sociala medier.



2. När en förvaltning väljer att finnas representerad på sociala medier ska det alltid registreras på OGAP/Kanaler/Information och kommunikation/Förteckning konto Sociala medier. Där ska finnas uppgift om ansvarig för mediet och ansvarig chef. Alla konton som används i officiellt syfte inom kommunen ska finnas registrerade i den här förteckningen. Registreringen ska chef eller kontoinnehavare göra.

[https://ogap.orust.se/webbplatser/kanaler/information\\_kommunikation/Lists/sm/AllItems.aspx](https://ogap.orust.se/webbplatser/kanaler/information_kommunikation/Lists/sm/AllItems.aspx)

3. Chefen ska ha rutiner för säker förvaring av kontuppgifter och lösenord.
4. Förvaltningar som väljer att engagera sig på sociala medier ska tydliggöra att engagemanget sker som ett led i förvaltningens verksamhetsutövning. Uttalanden ska ses som ett led i tjänsteutövningen.
5. Enskilda befattningshavare, som har fått i uppdrag att som ett led i tjänsteutövningen närvara på sociala medier, ansvarar för hantering av inkommande synpunkter, svar och kommentarer. Vid befattningshavares frånvaro ska ersättare finnas utsedd.
6. Verksamheternas sociala medier ska användas i rollen som anställd och inte som privatperson. Det ska finnas ett uppdrag från chefen om en anställd ska använda sociala medier i tjänsten. Med detta beslut klargörs att personen använder sociala medier som anställd och inte som privatperson.

### Förhållningssätt

- Använd sunt förnuft och god nätetikett.
- Läs noga igenom avtalet och kontrollera att den tänkta målgruppen verkligen får ha ett konto (tex är det 13-årsgräns på Facebook).
- Kontrollera upphovsrätten. Läs alltid igenom vad gäller för din upphovsrätt till text och bild.
- Förväntningarna att snabbt få respons är större i sociala medier än i traditionella kanaler. Om verksamheten bjuder in till dialog on-line så MÅSTE det finnas beredskap och resurser för att hantera den.
- Skilj noga på din privata profil och den som används officiellt i din verksamhet.
- Det som kommunens företrädare skriver är upprättad handling. Det som besökare skriver blir inkommen handling. Se även kommunens gallringsregler.
- Sekretessbelagda uppgifter får inte publiceras på sociala medier.
- Brottsligt material ska tas bort, till exempel hot eller hets mot folkgrupp.
- Ett antal lagar styr användningen av sociala medier, se mer i stycket nedan om *Lagar som styr innehållet i sociala medier*.



- Det ställs krav på den som skriver för kommunens räkning. Hit räknas till exempel kunskap om gällande lagar och regler.

### Mät och utvärdera

I likhet med traditionella kanaler så kan effekten vara svår att mäta. Det är ändå viktigt att ställa sig följande frågor: Fick deltagandet någon effekt? Nådde du dina mål? Vad kan förbättras och utvecklas?

Exempel på mätetal

- unika besökare
- antal besök
- sidvisningar, videovisningar och liknande
- antal kommentarer
- antal följare, fans, prenumeranter och liknande
- andra sajter och bloggar som länkar
- sökord och fraser i sökmotorer
- antal anmälningar/ansökningar till olika arrangemang och aktiviteter
- användare av olika tjänster eller funktioner

### Hantering av inlägg och kommentarer

- Det är viktigt att den som är utsedd /ansvarig bevakar vad som skrivs i sociala medier. Om felaktigheter eller kritik upptäcks, kontakta närmaste chef och diskutera om ni ska agera eller bemöta kritiken.
- Tips på hur inlägg och kommentarer kan besvaras finns på <http://axbom.se/blogg/miniguide-besvara> samt i bilaga 2 i *Katrineholms riktlinjer för sociala medier* <http://www.katrineholm.se/PageFiles/16349/Riktlinjer%20sociala%20medier.pdf>

### Möjligheter

- Skapa dialog, förståelse och delaktighet
- Marknadsföra konkurrensutsatta verksamheter och projekt
- Dialog
- Ökad service som leder till färre telefonsamtal
- Skapa goodwill
- Nätverka med olika målgrupper

### Risker

- Sociala medier är användarstyrt. Tänk på att både egna och andras inlägg är att betrakta som allmän handling.
- Dialog ställer krav på bevakning.
- Sociala medier kräver resurser i form av tid och engagemang.
- Kränkningar, trakasserier och hot kan spridas snabbt och få konsekvenser.



## Sociala medier riktlinjer

- Verksamhetens trovärdighet kan skadas av det som skrivs, eftersom användarna själva är med och skapar innehållet.
- Det kan vara svårt att överblicka nyttan och effekterna.
- Svårt att dra gränser mellan privat och professionellt. När agerar du som privatperson och när är du i din yrkesroll?
- Kommunens trovärdighet kan skadas, eftersom det är svårt att lita på avsändare. I sociala medier är det till exempel fullt möjligt som privatperson skapa en grupp som har med Orust kommun i namnet.

### Lagar som styr

Att som tjänsteman agera on-line kräver att du förhåller dig till många olika lagstiftningar. Så är även fallet då en tjänsteman som privatperson deltar on-line med uppgifter som rör arbetsuppgifter, arbetskamrater, arbetsledning eller arbetsplats.

Du bör känna till:

- Yttrandefrihetsgrundlagen
- Upphovsrättslagen
- Personuppgiftslagen
- Lagen om elektronisk anslagstavlor (1998:112, BBS-lagen)
- Offentlighets- och sekretesslagen
- Förvaltningslagen (1986:223 Myndigheters serviceskyldighet, att skyndsamt svara på frågor)

Enligt Offentlighets- och sekretesslagen är diarieföring endast nödvändig om informationen är av vikt för verksamheten. Det görs då i form av tjänsteanteckning.

**SLUTLIGEN... ANVÄND SUNT FÖRNUFT VID ANVÄNDNING AV SOCIALA MEDIER! TÄNK EFTER FÖRE!**

### Läs mer

Orust kommuns Riktlinjer för kommunikation

[https://ogap.orust.se/Docs/Dokument/Orust\\_kommuns\\_författningssamling/Övriga\\_normer\\_och\\_föreskrifter/6\\_1\\_33\\_Riktlinjer\\_för\\_kommunikation.doc](https://ogap.orust.se/Docs/Dokument/Orust_kommuns_författningssamling/Övriga_normer_och_föreskrifter/6_1_33_Riktlinjer_för_kommunikation.doc)

Orust kommuns Handbok för kommunikation

[https://ogap.orust.se/Docs/Dokument/Orust\\_kommuns\\_författningssamling/Övriga\\_normer\\_och\\_föreskrifter/6\\_1\\_34\\_Handbok\\_för\\_kommunikation.doc](https://ogap.orust.se/Docs/Dokument/Orust_kommuns_författningssamling/Övriga_normer_och_föreskrifter/6_1_34_Handbok_för_kommunikation.doc)

Datainspektionen om sociala medier

<http://www.datainspektionen.se/lagar-och-regler/personuppgiftslagen/sociala-medier/>

Sveriges kommuner och landsting SKL om sociala medier

[http://www.skl.se/web/Fritt\\_fram\\_for\\_sociala\\_medier\\_1.aspx](http://www.skl.se/web/Fritt_fram_for_sociala_medier_1.aspx)