

Österåkers kommuns styrdokument

Riktlinjer för sociala medier

Antagen av Kommunfullmäktige 2011-05-23, § KF § 88
Dnr: KS 2011/0080

Kommentar: -

Bakgrund

Under de senaste åren har användandet av olika sociala medier ökat starkt och blivit en självklar del av medieutbudet – även för kommuner. Sveriges kommuner och landsting, SKL, har under år 2010 undersökt konsekvenser och tagit fram rekommendationer för kommuner. E-delegationen kom nyligen med riktlinjer för myndigheters användning av sociala medier. De ligger till grund för detta dokument.

Vad är sociala medier?

Sociala medier är ett samlande begrepp på webbplatser/tjänster där individer (och numera även många företag/organisationer) samspelar och där innehållet skapas av användarna.

Exempel på sociala medier:

- Webbplatser som till exempel Facebook, Twitter, YouTube, MySpace och LinkedIn.
- Bloggar – antingen på den egna webbplatsen eller på en extern webbplats.
- Bildsajter där man släpper rättigheterna till bilden, på egen webbplats eller på en extern, till exempel Flickr.
- Wikier där användarna hjälps åt att skapa innehållet.

De konton som kommunen har idag (bl a YouTube) finns uppräknade på kommunens webbplats under ”Om webbplatsen/Sociala medier”. Kommunikationsenheten upprätthåller också en förteckning över använda sociala medier, vem som ansvarar för dem och historik.

Varför sociala medier och vad vill vi åstadkomma?

Österåkers kommun vill aktivt öka kommunikationen och dialogen med våra olika målgrupper. Det stämmer väl överens med vår vision, kommunikationspolicy och riksdagens förvaltningspolitiska mål som anger att myndigheter i större utsträckning ska låta privatpersoner bli delaktiga och få tillgång till mer information.

Sociala medier ska ses som en av flera kanaler för kommunikation. Det är ytterligare ett sätt att nå, engagera och kommunicera med befintliga och nya målgrupper som också ger fler besökare på vår webbplats.

Österåkers kommun vill använda sociala medier på ett positivt och effektivt sätt för att nå fram, skapa dialog, ta del av och besvara frågor och kritik.

I likhet med all annan kommunikation är viktigt att tänka igenom syfte och tänkta mål innan vi deltar i ett socialt medium. Vad vill vi uppnå? Viken är vår målgrupp och hur når vi den? Har vi valt rätt kanal - eller kanaler – för sammanhanget eller finns det andra och bättre sätt att nå ut? Har vi resurserna för att satsa? Hur utvärderar vi effekterna?

Sociala medier kan användas för t ex:

- Dialog i olika frågor eller projekt, t ex som komplement till samrådsmöten.
- Omvärldsbevakning; vad sägs om Österåker?

- Marknadsföring av kommunen och evenemang.
- Rekrytering av ny personal.
- Kommunikation i en krissituation.

Ansvaret för sociala medier

Kommunikationsenheten har ett samordnande ansvar för kommunens närvaro i sociala medier och uppdaterar riktlinjer vid behov. När en verksamhet väljer att finnas på sociala medier ska det meddelas till kommunikationsenheten via anmälningsformulär på webbplatsen. Uppgifter som ska lämnas är bl a webbadress till kontot och ansvarig person.

Verksamhetsansvarig chef beslutar om – och när – det finns behov av att använda sociala medier och utser vilka personer som i tjänsten ska ansvara för kontot. Ersättare ska finnas utsedda vid frånvaro. Respektive enhet ska i sin dokumenthanteringsplan ha uppgift om sina sociala medier, hur de hanteras och vem/vilka som ansvarar för kontot.

De som utsetts som ansvariga för kontot ska ha administratörsbehörighet för mediet ifråga. Även andra, t ex registrator och arkivhandläggare, ska ha behörighet för att vid behov komma åt handlingar. Vilka som har tillgång till kontot ska framgå av dokumenthanteringsplanen. Tjänstemannen ansvarar för sitt inlägg, medan dennes chef har det yttersta ansvaret. Det är viktigt att den som använder sociala medier som tjänsteman inte blandar ihop detta med sitt eventuella privata användande. Den som har förtroendet att ansvara för ett socialt medium i kommunens namn måste dels vara insatt i de lagar och riktlinjer som styr agerandet online och dels kunna förhålla sig objektiv i sin yrkesroll.

Österåkers kommun ansvarar för de personuppgifter som publiceras på våra sociala medier. Datainspektionen har fastställt vägledning för bland annat kommuner som anger att vårt ansvar omfattar både de personuppgifter som vi publicerar själva och de som andra personer publicerar på våra officiella konton.

Hantering av sociala medier

De snabba möjligheterna att nå ut via sociala medier ställer också krav på ständig – och långsiktig – närvaro, dels för att hålla forumet levande genom att lägga ut nytt material samt radera inlägg av sådan karaktär att de ska tas bort, dels för en snabb återkoppling/svar till målgruppen. Kommunen är skyldig att besvara frågor som inkommer via sociala medier.

För att säkra trovärdigheten för kommunens egna sidor/platser är det därför viktigt att dessa registreras officiellt på ett korrekt sätt och använder sig av officiella kommunala e-postadresser och telefonnummer.

Varje socialt medium där kommunen medverkar återspeglar kommunen som avsändare och bör därför hålla en hög kvalitet på innehållet. Det kan handla om;

- Korrekt bemötande och objektivitet (en personlig ton är dock viktig på ett socialt medium).
- Enkel, modern och lättfattlig svenska – även för personer med funktionshinder.

- Inga länkar/ hänvisningar till privata bloggar, kommersiella webbplatser och liknande
- Snabb respons på inlägg, frågor etc
- Regelbunden uppdatering

Det som skrivs och tycks av andra i det sociala mediet kan också skada kommunens trovärdighet om det bemöts på ett oövertänt sätt. Att radera kränkande eller hotfullt textinnehåll är i sin ordning, men att radera eller censurera kritiska inlägg utan laglig grund skulle med all sannolikhet generera mycket negativa reaktioner.

Hantering av material

Inlägg och kommentarer är det vanligaste sättet att kommunicera på sociala medier. De inlägg/kommentarer som görs är att betrakta som allmänna handlingar om det sker inom ramen för kommunens verksamhet. Detsamma gäller facebook-meddelanden, bilder och filer.

Huvudregeln är att allmänna handlingar ska registreras i diariet, men om inläggen på ett socialt medium är strukturerade på ett sådant sätt att de är lätt sökbara behöver de inte registreras.

Sekretessbelagda handlingar får inte förekomma på sociala medier. Inlägg som kan omfattas av sekretess ska skrivas ut och plockas bort, där det är möjligt, och registreras i kommunens diarium.

Allmänna handlingar, som inte är sekretessbelagda, ska synas öppet för alla besökare på kommunens konton. De meddelanden som skickas direkt till tjänsteman - och därmed inte är synliga för alla - är inkomna allmänna handlingar.

Självklart får inte heller brottsligt material förekomma som innebär a) uppvigling b) hets mot folkgrupp c) barnpornografibrott d) olaga våldsskildring e) upphovsrättsintrång. Sådant ska omgående tas bort av den eller de ansvariga tjänstemännen.

Kommentarer, synpunkter eller svar som kan antas strida mot gällande lagstiftning ska skyndsamt raderas. Innan radering måste innehållet av meddelandet sparas, till exempel med hjälp av en skärmdump. Den ansvariga ska ange i dokumenthanteringsplanen var skärmdumpen sparas och hur länge.

I enskilda ärenden, särskilt om de innehåller uppgifter om personliga eller ekonomiska förhållanden, bör inte sociala medier användas. Om ett sådant ärende initieras av en privatperson i ett socialt medium ska det styras till andra kanaler, vilket vi då också ska upplysa om.

Tjänstemannen har uppsynsplikt och måste direkt ta bort inlägg som på något sätt kränker enskildas personliga integritet. Ansvarig tjänsteman eller dennes ersättare ska kontrollera inläggen varje vardag.

Den som fått en fråga måste så snart som möjligt lämna ett svar, helst samma dag. Kommunens e-postpolicy anger två dagar, men det är i allmänhet för långsamt för ett socialt medium.

Gallring och arkivering

Gallring, dvs förstörande, av allmänna handlingar får ske under förutsättning att allmänhetens rätt till insyn inte försvåras och att handlingarna inte har något värde för rättskipning, förvaltning och forskning. Handlingar på sociala medier är som regel av tillfällig och ringa betydelse och kan gallras då uppgifterna inte längre är aktuella. Detta ska anges i myndighetens dokumenthanteringsplan. Det är den som ansvarar för kontot som ansvarar för gallringen.

För att dokumentera själva mediet bör man bevara en ögonblicksbild, exempelvis genom att spara en skärmdump en gång i halvåret eller vid större förändringar. Skärmdumpen ska sparas i ett standardiserat format. Rutiner kring arkivering och gallring ska anges i dokumenthanteringsplanen.

Privat användande

Anställdas privata användande av sociala medier får ske på samma sätt som för andra privata kontakter under arbetstid - i begränsad omfattning och i den mån det inte påverkar arbetet eller it-miljön på ett negativt sätt.

Det är viktigt att skilja sina arbetsrelaterade konton på sociala medier från de man har privat. Det får aldrig råda osäkerhet om det är kommunen som gör ett inlägg/kommentar eller om det är ett privat inlägg. Anställda ska inte uttala sig för myndighetens räkning via sina privata konton. Privat kommunikation blir inte allmän handling hos den egna myndigheten.

För anställda som privat kommenterar kommunens verksamhet gäller självklart grundläggande fri- och rättigheter (yttrandefrihet, meddelarfrihet t ex) även här, men också övrig lagstiftning (t ex tystnadsplikt och lagstiftning kring förtal).

Politiska partier

De partier som är representerade i kommunfullmäktige har rätt att ha en länk på kommunens webbplats till sin sida/blogg. Det ska tydligt framgå att det är partiet/den enskilde politikern och inte kommunen som är avsändare och att Österåkers kommun inte äger eller ansvarar för den länkade sidan/bloggen.

Referenser och relaterad information

- Personuppgifter i sociala medier, informationsblad, Datainspektionen
- Sociala medier och handlingsoffentligheten, skrift, Sveriges Kommuner och Landsting
- SKLs checklista för sociala medier
- Myndigheters användning av sociala medier. Riktlinjer från E-delegationen, version 1.0, 2010-12-30.

- Yttrandefrihet och lojalitet. Skrift från SKL Kommentus 2010.

Som underlag har även använts Arvika kommuns och Lidingö stads riktlinjer för sociala medier.

Bilaga 1

Checklista: Gör så här

Innan du startar

Du behöver satsa engagemang, kunskap, jobb och tid för att komma igång med sociala medier. Den stora investeringen är tid, din egen och andras, och därmed personalkostnader. Sociala medier kräver ett uthålligt och engagerat arbete med uppdateringar.

- Målen för insatsen ska vara relevanta och möjliga att mäta (till exempel bättre rekryteringar, nöjdare kunder, minskad telefontid för support).
- Ta reda på så mycket som möjligt om målgrupper och tänkta läsare och användare. Anpassa sedan innehållet till dem. Vad är till nytta för dem? Vad är de intresserade av? Hur kan de få förtroende för Österåker? Vad kan vi göra för att sprida positiva omdömen om oss?
 - Vilka sociala medier och tjänster använder målgrupperna? Vilka av dessa passar Österåkers sätt att kommunicera? Vilka aktiviteter passar målen, användarna och innehållet? Kan vår webbplats integreras?
 - Följ upp insatserna. Mät effekten och stäm av mot målen. Vad har fungerat? Varför? Vad kan förbättras? Hur?

Så kommer du igång

När du fått uppdraget av din chef och detta är anmält till kommunikationsenheten gör du så här:

- Lägg upp ett användarkonto på exempelvis Facebook för dig som du använder i arbetet. Använd din e-postadress till jobbet.
- Skapa en offentlig sida för ditt uppdrag.
- Det ska framgå att kontot tillhör Österåkers kommun. I de fall mediet tillåter ska kommunens logotyp användas och grafiska profil följas så att det blir tydligt vem som är avsändare.
- Du som skapat sidan gör övriga som ska ha behörighet till administratörer. Alternativt ger dem inloggningsuppgifterna.
- Du är nu igång!

Så uppträder du på sociala medier

- Var tydlig och ta ansvar för det du skriver. Tänk på att du alltid representerar Österåkers kommun.
- Använt gott omdöme.
- Lär dig hur det sociala mediet fungerar.
- Hitta en bra rutin för hur du är aktiv och effektiv på sociala medier.
- Respektera rättigheter, till exempel copyrights.
- Använd ett städat språk som är personligt, men inte privat.

Svara på rätt sätt

- Transparens. Tala om vem du är och att du representerar Österåkers kommun.
- Ange källor. Var generös med källhänvisningar, till exempel länkar.
- Tänk färdigt. Ta den tid du behöver för att skriva bra.
- Var personlig. Var alltid trevlig. Undvik interna begrepp.
- Glöm inte att dina kommentarer kan ge upphov till fler. Glöm inte att återbesöka och följa upp.

Så hanterar du inlägg/meddelanden

- Besvara om du kan. Annars ta frågan till den som kan svara och skriv sedan in svaret.
- Kommer det in ett ärende? Vidarebefordra till rätt person/förvaltning för vidare hantering. Tala om på Facebook/Twitter att du fört ärendet vidare och hur personen kan följa sitt ärende.

Så tar du bort kränkande inlägg

Kommentarer, synpunkter eller svar som kan antas strida mot gällande lagstiftning ska skyndsamt raderas. Innan radering måste innehållet av meddelandet sparas, till exempel med hjälp av en skärmdump. Den sparas enligt dokumenthanteringsplanen.

Kommentarer får bland annat inte innehålla:

- förtal, personliga angrepp eller förolämpningar
- hets mot folkgrupp, sexistiska yttranden eller andra trakasserier
- olovliga våldsskildringar eller pornografi
- uppmaningar till brott eller utgöra annan brottslig verksamhet
- olovligt bruk av upphovsrättsligt skyddat material
- svordomar eller obscena ord
- kommersiella budskap eller reklam.

Facebook: Ta bort inlägg genom att klicka på kryssset till höger om inlägget.

Twitter: Här är du inte skyldig att ta bort inlägg, eftersom det för närvarande inte är tekniskt möjligt. Istället bör du bemöta ett kränkande inlägg genom att tydliggöra att kommunen inte stödjer denna uppfattning och upplysa om att sådana inlägg inte får göras. Ändras det så att det går att ta bort inlägg, ska dessa tas bort även här.

Så hanterar du sekretessbelagda inlägg/handlingar

Sekretessbelagda handlingar får inte förekomma på sociala medier. Inlägg som kan omfattas av sekretess ska plockas bort, där det är möjligt, och registreras i kommunens diarium.

Följande saker indikerar att det kan vara en sekretessbelagd handling:

- Personuppgifter förekommer.

- Känsliga uppgifter som rör privatpersoners liv.

Så avslutar du ditt konto

- Innan kontot avslutas ska du kontakta din chef och kommunikationsenheten.
- Berätta på kontot att det kommer att avslutas och tacka för alla inlägg.
- Kommunikationsenheten tar en skärmdump av kontot innan det avslutas.

Råd och stöd

Kontakta kommunikationsenheten om du har frågor, synpunkter eller idéer angående sociala medier.

Bilaga 2

Definitioner

Sociala medier är användargenererat innehåll som skapas med hjälp av tillgängliga och skalbara teknologier på internet. Exempel på sociala medier är Facebook, bloggar, MySpace, YouTube, Second Life, Twitter, LinkedIn, Delicious, FlickrR, Bilddagboken etc.

Bilddagboken (ofta förkortat *BDB*) är en svensk kommersiell nätgemenskap där personer kan ladda upp foton och presentera dessa för andra medlemmar.

Blogg (förkortning av *webblogg*; av *engelskans blog*, kortform av *weblog* från de engelska orden 'web' och 'log'), webbjournal eller webbdagbok är en webbplats som innehåller periodiskt publicerade inlägg och/eller dagboksanteckningar på en webbsida där inläggen är ordnade så att de senaste inläggen oftast är högst upp. Till skillnad mot traditionella webbplatser är bloggar i regel mer personligt hållna.

Delicious och Digg är webbplatser där användare sparar, sorterar och delar med sig av sina webb-bokmärken. I Sverige används ofta motsvarigheterna *digga.se*, *hupa.se* och liknande.

Facebook är det sociala nätverket/nätgemenskapen som i dagsläge används mest i Sverige.

Facebook-applikation är ett tillägsprogram som integrerar med facebook-plattformen och vars innehåll till skillnad mot externa webbplatser visas direkt på facebook.

FlickrR är en webbtjänst för uppladdning av digitala bilder och korta videofilmer i privata eller publika fotoalbum. Flickr är även en nätgemenskap som gör det möjligt för användare att skapa och använda sig av diskussionsgrupper samt kommentera bilder och videoklipp.

JSON (*JavaScript Object Notation*), är ett kompakt, textbaserat format som används för att utbyta data mellan olika datorer.

LinkedIn är en webbtjänst där man kan sköta sitt främst professionella nätverk. Tjänsten är huvudsakligen inriktad på att man ska kunna återknyta kontakten med gamla vänner och kollegor. Med hjälp av sitt kontaktnät kan man sedan hitta nytt arbete eller nya affärsmöjligheter.

MySpace är en engelskspråkig nätgemenskap. Webbplatsen är särskilt populär bland musiker och musikintresserade och många artister är medlemmar där. MySpaces funktioner inkluderar möjligheten att lägga ut sina egna låtar, blogga, ha en presentation och lägga in bilder.

RSS (beroende på sammanhang och version: *Rich Site Summary*, *RDF Site Summary* och/eller *Really Simple Syndication*) är en samling dataläsbara filformat som används för att informera om nytt eller förändrat webbinnehåll på bland annat nyhetssidor och bloggar. RSS används för att visa sammanfattningar eller fullständigt innehåll av text från exempelvis webben, tillsammans med en (permanent) länk till ursprungsplatsen.

Second Life är en virtuell värld som skapades 2003. Varje användare representeras av en avatar. Alla spelare kan bygga nya virtuella objekt och ge dessa objekt speciella egenskaper. Efter att fått mycket uppmärksamhet till en början (bl.a. en officiell svensk ambassad) är användandet av Second Life i dagsläge på nedåtgående.

Twitter (av engelskan – *kvitter, kvittra*) är en social nätverkssida och mikroblogg som möjliggör för användare att uppdatera sin webbdagbok och läsa andras uppdateringar (betecknas *tweets*), vilka består av textinlägg om högst 140 tecken.

YouTube är en webbplats där registrerade användare kan ladda upp, visa och kommentera videoklipp. Youtube rankades december 2009 som internets 3:e mest populära webbplats.

Bilaga 3

