

RIKTLINJER & REGLER KRING SOCIALA MEDIER FÖR GISLAVEDS KOMMUN



facebook.



twitter



You Tube



flickr



Google⁺

Om sociala medier

Det finns flera definitioner av vad begreppet sociala medier står för. I det digitala uppslagsverket Wikipedia står det bland annat följande:

”Sociala medier betecknar aktiviteter som kombinerar teknik, social interaktion och användargenererat innehåll. Det kan ta sig uttryck i Internetforum, bloggar, wikier, poddradio och artikelkommentarer.”

En annan definition är *”Sociala medier är demokratisering av innehåll och förståelse för den roll människor spelar i arbetet med att inte bara läsa och sprida information, utan också hur de delar och skapar innehåll för andra att delta i.”*

Exempel på sociala medier idag är Facebook, Twitter, YouTube, bloggar och bildsajten Flickr.

Det talas ofta om en skillnad mellan de traditionella medierna och sociala medier. Skillnaden ligger i att det för sociala medier oftast är användarna som skapar innehållet och att dialogen kring innehållet är den centrala.

Informationsfunktionen har öppnat officiella kommun-konton på Facebook, Twitter, YouTube och Flickr, där aktivitet idag främst sker på de två förstnämnda. På sidan gislaved.se/socialamedier finns det en förteckning över de sociala medier som Gislaveds kommun använder.

Riktlinjernas syfte

Användandet av sociala medier i Gislaveds kommun ska ses som en kanal för kommunikation. Riktlinjerna ska fungera som ett stöd och hjälp för kommunala verksamheter i användandet av sociala medier, och har tagits fram för att vi inom vår organisation ska kunna använda sociala medier på ett positivt och effektivt sätt.

Det främsta syftet med att använda sociala medier är att skapa en dialog med kommunens invånare och andra med intresse av det som sker i kommunen.

Gislaveds kommun kan också genom sociala medier hitta ytterligare sätt att nå, engagera och kommunicera med befintliga och nya målgrupper. Det förstärker bilden av Gislaved som en modern kommun och genererar i längden fler besökare till gislaved.se.

Användningsområde

Det finns flera exempel på användningsområde för sociala medier. Några av dem är omvärldsbevakning, marknadsföring, stärka kunskapen om kommunens verksamheter och dess varumärke, rekrytering av personal, kriskommunikation, kundtjänst och internkommunikation.

Ansvarsfördelning

Gislaveds kommun ansvarar för det som publiceras på våra sociala medier. Det ansvaret omfattar både de personuppgifter som vi själva publicerar men även de uppgifter som andra publicerar på kommunens officiella konton.

Informationsfunktionen hjälper till, vägleder och kan ge konsultativt stöd i frågor som rör användning av sociala medier. Förvaltningarna ansvarar över sin egen information, i enlighet med kommunen information- och kommunikationspolicy.

Dokumentering och lagring

Inlägg i sociala medier som görs av dig som anställd och i kommunens konto är allmänna handlingar. Så länge inläggen inte innehåller några sekretessbelagda uppgifter och är lätt sökbara så behöver de inte diarieföras, i enlighet med 5 kap. 1 § tredje stycket om offentlighets- och sekretesslagen (2009:400).

Sekretessbelagd information får inte förekomma på något socialt medie som drivs av någon verksamhet inom Gislaveds kommun. Skulle någon utomstående göra ett inlägg med sådant innehåll, ska det raderas där det är möjligt, och registreras i förvaltningens diarium.

Synpunkter, frågor och svar som kan antas strida mot svensk lag eller direktiv ska så snabbt som möjligt avpubliceras eller raderas, men först ska informationen och dess avsändare sparas, förslagsvis genom en skärmdump.

Gallring och arkivering

Två gånger om året, vid varje hel- och halvårsskifte, ska det fångas en ögonblicksbild av respektive konto, genom en skärmdump. Den ska sparas i formatet pdf/a och skickas till kommunens arkivarie för arkivering.

Handlingar som är av tillfällig eller ringa karaktär får gallras, när de inte längre är aktuella.

Uppdatering

Informationsfunktionen ser över dessa riktlinjer en gång per år eller vid behov. Vid större förändring ska det behandlas av kommunstyrelsen.

Komplement till befintliga dokument

Dessa riktlinjer ska ses som ett komplement till de policyer som redan finns antagna av Gislaveds kommun idag: Internet- och e-postpolicy (personalhandboken flik 11), Riktlinjer för kommunikation (antagen av kommunstyrelsen 150225), policy och strategi för informationssäkerhet samt skrivregler för Gislaveds kommun.

CHECKLISTA - STEG FÖR STEG

När ni i verksamheten bestämmer er för att komma igång med sociala medier behöver ni satsa engagemang, kunskap, jobb och tid. Tidsresursen och därmed personalkostnader är den största investering, så sociala medier kräver ett uthålligt och engagerat arbete med uppdateringar. Det är också viktigt att engagemanget inte sviktar när resultatet med satsningen inte kommer med en gång. Därför krävs uthållighet.

Följande checklista har tagits fram och kan användas som en lathund i arbetet inför starten och sedan i det dagliga arbetet.

1. ATT KOMMA IGÅNG

- Börja med att fylla i bilagan: "Aktivitetsplan för sociala medier". Den ska sedan godkännas av såväl verksamhetens chef samt förvaltningschef. En kopia av den skickas sedan till informationsfunktionen som har en förteckning av kommunens samtliga satsningar på sociala medier.
- Tänk på att 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 Gislaveds kommun? Vad kan vi göra för att sprida positiva omdömen om kommunen?
- Vilka sociala medier och tjänster använder målgrupperna? Vilka av dessa passar bäst att kommunicera genom? Vilka aktiviteter passar målen, användarna och innehållet? Kan kommunens webbplats integreras/utnyttjas?
- Glöm inte att efter ett tag följa upp insatserna. Mät effekten och stäm av mot målen. Vad har fungerat? Varför? Vad kan förbättras? Hur?

2. STARTA

- När förvaltningschef har godkänt aktivitetsplanen och du skickat en kopia till informationsfunktionen är det dags att starta upp kontot.
- Lägg upp ett användarkonto på exempelvis Facebook för dig som du använder i arbetet. Vid registrering av konton på sociala medier krävs i princip alltid en e-postadress. Personliga kommunala e-postkonton får inte användas vid registrering av konto för sociala medier, då problem kan uppstå om någon slutar sin anställning. Skaffa därför en särskild e-postadress inför registreringen, avsedd för ändamålet. Alla som är administratörer av det sociala mediekontot ska ha tillgång till användarnamn och lösenord till detta e-postkonto.
- Skapa en offentlig sida i det sociala mediet, för ditt uppdrag.
- Det ska framgå att kontot tillhör Gislaveds kommun. I de fall mediet tillåter ska kommunens logotyp användas och grafiska profil följas så att det blir tydligt vem som är avsändare. Kontakta alltid informationsfunktionen vid frågor.
- Du som skapat sidan gör övriga som ska ha behörighet, till administratörer, alternativt ger dem inloggningsuppgifterna.
- Du är nu igång!

3. UPPTREDANDE PÅ SOCIALA MEDIER

- Var tydlig och ta ansvar för det du skriver. Tänk på att du alltid representerar Gislaveds kommun.
- Använd 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 upphovsrätten.
- Använd ett städat språk som är personligt, men inte privat.

4. SVARA PÅ RÄTT SÄTT

- **Transparens.** Tala om vem du är och att du representerar Gislaveds 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.

5. HANTERA INLÄGG OCH MEDDELANDEN

- **Besvara om du kan.** Annars ta frågan till den som kan svara och skriv sedan in svaret. Svaret ska i första hand ges i samma medie där frågan ställdes.
- **Kommer det in ett ärende?** Vidarebefordra till rätt person/förvaltning för vidare hantering. Tala om för avsändaren i samma socialt medie att du fört ärendet vidare och hur personen kan följa sitt ärende.
- **Inlägg som ställs till kommunens politiker ska inte hanteras via kommunens kanaler i sociala medier.** Den typen av inlägg ska hänvisas till partiernas egna kanaler. Det ska inte heller föras politisk debatt, av kommunens politiker, via kommunens kanaler i sociala medier.

6. 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.
- **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 krysset till höger om inlägget.
- **Twitter:** Här är du inte skyldig att ta bort utomståendes inlägg, eftersom det 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.
- **Övriga sociala medier:** Sunt förnuft råder när det kommer till utomståendes inlägg och publiceringar. Kan kommunen påverka dessa publikationer ska de i den mån det behövs plockas bort.

7. 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 hos nämnden.
- **Följande saker indikerar att det kan vara en sekretessbelagd handling:**
 - Personuppgifter förekommer.
 - Känsliga uppgifter som rör privatpersoners liv.

8. ATT AVSLUTA ETT KONTO

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

Bilaga I. Aktivitetsplan för sociala medier

Ange vilket socialt medium det gäller.

Exempel; Facebook, Twitter, YouTube

Webbadress

Ange adressen, t.ex. www.facebook.com

Vilken verksamhet är det som ska finnas på det sociala mediet?

T.ex. avdelningens eller enhetens namn.

Beskriv vad syftet med att finnas med på ovanstående sociala medium är?

Kan bland annat vara att sprida kommunal information, att ge bättre service, att skapa dialog eller att få in synpunkter.

Vem är målgruppen för denna aktivitet?

Ange vilken eller vilka grupper som är de huvudsakliga målgrupperna.

Vilka är målen för satsningen? Ange även mätbara mål.

För att kunna avgöra om satsningen har lyckats så måste det finnas mål för den. Det skulle t.ex. kunna vara att man på ett halvår ska få 200 personer som följer aktiviteten.

Vilka ska administrera kontot?

Minst två administratörer behövs för alla konton. Ange deras namn och kontaktuppgifter.

Administratör 1:

Administratör 2:

Ev. fler administratörer:

Vem eller vilka ska stå för den dagliga driften?

Vem ska sköta det praktiska arbetet med kontot, göra inlägg, besvara frågor med mera? Ange även kontaktuppgifter för personen/personerna.

Hur ofta och under vilka tider behöver kontot bevakas och uppdateras?

Är det endast under kontorstid som kontot ska bevakas eller finns behov av att göra det även under andra tidpunkter? Hur ofta planerar ni att kontrollera om det har hänt något nytt och hur ofta ska nytt material publiceras? Gör en uppskattning.

Beräknad arbetstid

Hur många timmars arbetstid i veckan beräknas för att sköta denna aktivitet på ett bra sätt?

Övrigt

Godkännande

Jag godkänner denna aktivitet

Verksamhetens chef: _____

Datum

Underskrift

Jag godkänner denna aktivitet

Förvaltningschef: _____

Datum

Underskrift

Glöm ej!

En kopia av godkänd aktivitetsplan lämnas till informationsfunktionen. Efter att aktiviteten har startats ska även inloggningsuppgifterna lämnas till informationsfunktionen för förvar.

Byter ni inloggningsuppgifter eller administratör för kontot ska detta meddelas till informationsfunktionen.