

Riktlinjer för användning av sociala medier i Hofors kommun



Innehåll

Strategi.....	3
1.1 Nya kommunikationsmönster	3
1.2 Vad är sociala medier?.....	3
1.3 Hofors kommuns strategi	4
1.4 Var ska Hofors kommun finnas med?.....	5
Riktlinjer.....	6
2.1 Vem får använda sociala medier för Hofors kommuns räkning?	6
2.2 Förhållningsregler för yrkesmässig användning	6
2.3 Förhållningsregler för privat användning	7
2.4 Öppna och avsluta ett konto	8
2.5 Bemötande och tilltal.....	8
2.6 Hantera synpunkter och kommentarer	8
Juridiken.....	9
3.1 Tryckfrihetsförordningen	10
3.2 Offentlighets och sekretesslagen.....	10
3.3 Förvaltningslagen och serviceskyldigheten	11
3.4 Yttrandefrihetsgrundlagen	11
3.5 Personuppgiftslagen (PuL)	11
3.6 Lagen om elektroniska anslagstavlor.....	11

Strategi

1.1 Nya kommunikationsmönster

Idag lever, umgås och kommunicerar vi med hjälp av den nya tekniken, det gäller främst unga men också många andra åldersgrupper. Internet och mobiltelefonen är viktiga kanaler. Internet har gått från att vara en elektronisk anslagstavla där besökaren kan läsa information till att bli en plats där en stor del av innehållet är användargenererat, där besökarna:

- Medverkar, kommenterar och bidrar själva.
- Interagerar, kommunicerar, bygger relationer, utbyter kunskap
- Träffar vänner, hittar affärsmöjligheter
- Samarbetar globalt tvärs över språkgränser och tidszoner.

Chat, sms och sociala umgänges-sajter är numer naturliga sätt att kommunicera.

Samtidigt använder våra målgrupper de "gamla" traditionella medierna i mindre utsträckning. Tidningsläsandet minskar och tv-tittandet har splittrats upp på fler olika nischkanaler. Ur kommunikationshänseende är det alltså betydligt svårare att nå många med ett budskap – eftersom informationsutbudet är så omfattande och uppsplittrat på så många olika och nya kanaler.

1.2 Vad är sociala medier?

Sociala medier är ett samlingsbegrepp för en rad Internetbaserade sajter där besökarna umgås, träffar nya vänner, delar kunskap, information och liknande.

Wikisar - Wiki – är ett ord från hawaiianskan och betyder snabb. Det är en webbplats där sidorna kan redigeras av besökarna själva. Den kanske mest kända är encyklopedin Wikipedia

Användningsområden: faktadatabaser, projekt, bloggar, sociala nätverk.

Bloggar – En blogg är en webbplats som innehåller inlägg eller dagboksanteckningar ordnade efter datum så att de senaste inläggen hamnar högst upp. En eller flera bloggare kan samarbeta med att skriva inlägg. Vissa bloggar kan handla om flera olika ämnen, medan andra är fokuserade till ett visst ämne som bevakas ur olika aspekter. Kommentarfunktionen är det sociala.

Microbloggar - En mikroblogg är en blogg där antalet tecken per inlägg är begränsat till ett litet antal. Den mest kända är Twitter, som gett upphov till verbet twittra.

Delningssajter – Webbplatser där användarna delar med sig av material, till exempel musik, videoklipp, foton eller powerpointpresentationer. Användarna själva genererar materialet och det är fritt att titta på eller ladda ner av besökarna. Flickr, Slideshare och Youtube är några exempel.

Sociala nätverk - Mötesplatser på nätet där likasinnade kan komma i kontakt med varandra. Användarna kan presentera sig med ålder, intressen eller åsikter. På många communityer får man en egen liten hemsida med gästbok och dagbok. Ofta finns det också diskussionsforum eller chatt och man kan se vilka andra personer som är inloggade och besöker sidan ex. Facebook, Linked in, Lunarstorm, Allt för föräldrar, med flera.

Forum – Det finns en mängd olika forum där ämnen inom skilda områden diskuteras. Medlemmarna kan registrera sig och dela erfarenheter i olika nätverk.

1.3 Hofors kommuns strategi

För att få bäst effekt med vår kommunikation måste vi anpassa oss efter nya kommunikationsmönster och använda oss av fler kanaler, däribland sociala medier. Att Hofors kommun använder sig av sociala medier i sin kommunikation har flera fördelar:

- Vi syns för nya målgrupper
- Vi får större spridning av vårt budskap
- Vi kommunicerar i takt med tiden
- Vi får fler kanaler och kontaktytor med medborgarna
- Vi kan minska trycket på andra kanaler (telefon mm)
- Vi kan målgruppsanpassa kommunikationen ytterligare

Sociala medier ska användas som alla andra kommunikationskanaler, alltså inte slentrianmässigt utan först efter att vi har analyserat syfte med kommunikationen, målgrupp och budskap. De sociala medierna kan användas för att nå ut med information eller skapa dialog men också för omvärldsbevakning och marknadsföring.

1.3.1 Medborgardialog

Vi kan använda sociala medier för att utveckla dialogen med medborgarna och förbättra kvaliteten i vår verksamhet. Genom bloggar och diskussionsforum kan vi få hjälp av medborgarna att hitta idéer som kan förbättra våra tjänster. Vi får en närmare och mer direkt dialog med Hoforsborna.

1.3.2 Omvärldsbevakning

Vi ska bevaka bloggar och sociala nätverk för att få veta vad medborgarna säger om oss där. Varje verksamhet bör kartlägga vilka forum, sajter eller bloggar som är av vikt för just deras verksamhet och svara på inlägg om det behövs eller själv göra inlägg för att marknadsföra vår verksamhet. På så sätt kan vi ha en dialog med våra medborgare, brukare och kunder där de befinner sig.

Informationssamordnaren ansvarar för att vad som sägs om Hofors kommun i stort bevakas. Speciella sökmotorer som söker på innehåll i bloggar finns, till exempel knuff.se och bloggsök.se.

1.3.3 Kriskommunikation

Hofors kommuns primära kommunikationskanal med medborgarna är webbplatsen www.hofors.se och det ska också vara den främsta platsen för krisinformation. Men för att snabbt nå många människor med ett budskap kan vi även använda oss av sociala medier, som lämpar sig utmärkt vid olika krissituationer. Speciellt när det är viktigt att snabbt nå ut till målgrupper som inte använder de traditionella medierna. Sociala medier som till exempel Facebook och Twitter kan fungera som kompletterande informationskanaler så att vi når fler med budskapet snabbare. I krislägen så är det även viktigt att omvärldsbevaka i de sociala medierna för att få en klar bild av hur omvärlden kommunicerar kring det inträffade, och planera sin kommunikation efter det. Kommuninvånarna jämför kommunens information med den de får genom radio, TV och tidningar och det är viktigt att vi klarar av att vara lika snabba och att vi behärskar flera kanaler.

1.3.4 Kommunikation och marknadsföring

De sociala medierna ger oss ypperliga möjligheter att sprida våra budskap i fler kanaler och nischa oss mot speciella målgrupper. Vi kan informera om vår verksamhet och våra tjänster och bidra till att stärka vårt varumärke. Vi kan bygga relationer med olika målgrupper i de sociala nätverken. Syftet är att marknadsföra Hofors som en attraktiv kommun och pröva nya sätt att nå och att engagera medborgarna.

1.4 Var ska Hofors kommun finnas med?

Hofors kommun kan ha officiella platser på sociala mediekkanaler. (De som är vanligast i nuläget är detta Facebook, Twitter, och Youtube).

Alla grupper som Hofors kommun startar på Facebook ska kunna nås genom kommunens hemsida, liksom de filmer som läggs ut på Youtube. Detta eftersom vår förekomst i de sociala medierna genererar allmänna och offentliga handlingar. Vi måste ha en god överblick och bevakning så att vi lever upp till de

lagkrav som finns (Se punkt 3 Juridiken). Det är i övrigt fritt fram att använda andra sociala medier i sin kommunikation, beroende på syfte, målgrupp och typ budskap men närvaron ska godkännas av respektive verksamhetsledning och anmälas till kommunens informationsenhet. Informationssamordnaren samordnar kommunens närvaro i de sociala medierna och har en förteckning över var Hofors kommun finns representerad. Vi ska också ha en lista på vår webbplats www.hofors.se med de sociala medier vi är aktiva i.

Riktlinjer

2.1 Vem får använda sociala medier för Hofors kommuns räkning?

Kommunledningskontoret och Informationssamordnaren har ett samordnande ansvar för sociala medier och huvudansvaret för att hantera våra officiella platser på Facebook, Twitter och Youtube. Varje verksamhet och bolag får besluta om i vilka sociala medier de ska vara aktiva och vem eller vilka som får representera verksamheten/bolaget. När en verksamhet eller ett bolag väljer att finnas representerad i sociala medier ska detta meddelas till Informationssamordnaren, tillsammans med kontaktuppgifter till ansvarig person på verksamhet eller bolag. Informationssamordnaren har en förteckning över vilka medier vi är aktiva i och vilka personer som är utsedda att skriva för kommunens räkning. Förteckningen över vilka externa webbplatser som verksamheten är aktiv i ska finnas i berörd nämnd/bolags dokumenthanteringsplan för att underlätta sökandet av allmänna handlingar. Informationssamordnaren informerar också om de kanaler vi är aktiva i på vår webbplats www.hofors.se.

2.2 Förhållningsregler för yrkesmässig användning

Den person som kommunicerar för kommunens räkning i de sociala medierna måste ha fått uppdraget av sin närmaste chef, som i sin tur ska förankra beslutet hos verksamhetschefen. Även om det är en enskild anställd som kommunicerar med ett personligt tilltal ska det framgå tydligt att det är på kommunens uppdrag.

Verksamheten måste vara beredd på att användningen av sociala medier kommer att generera inkommande allmänna handlingar. Därför måste meddelanden och inlägg bevakas och frågor som rör myndighetens verksamhet besvaras, (se punkt 3 Juridiken).

Kommunikationen ska följa vår informationspolicy och våra riktlinjer för information och kommunikation. Dokument finns på kommunens intranät under Dokument/styrdokument. Personen som ansvarar för kommunikationen i sociala medier måste vara väl insatt i juridiken och våra riktlinjer för sociala medier. På samtliga konton som finns inom ramen för Hofors kommun ska det klart framgå vem som är avsändaren genom att verksamhetens eller avdelningens officiella e-post adress används.

Vår logotyp eller visionslogga ska alltid finnas med tillsammans med uppgifter om vilken verksamhet, avdelning eller enhet som administrerar sidan. Den grafiska profilen ska följas, och det ska alltid vara tydligt vem det är som kommunicerar.

2.3 Förhållningsregler för privat användning

Sociala medier får som huvudregel endast användas för kommunikation eller informationsinsamling i tjänsten.

För anställda som använder sociala medier privat utanför arbetstid gäller yttrandefriheten på sedvanligt sätt. Det finns också undantag från yttrandefriheten. En anställd får aldrig bryta mot sekretess, tystnadsplikt eller publicera foton tagna på arbetsplatsen utan medgivande (se punkt 3 Juridiken).

Det kan vara svårt för allmänheten att förstå om det är kommunen som står bakom forum eller bloggar där yrkesmässiga frågor blandas med privata. Därför är det viktigt att vara tydlig med sin roll i de sociala medierna. Bloggar som blandar privat och arbetsrelaterat innehåll ska undvikas genom att officiell e-post- adress används, (se punkt 2.2).

På de platser där man agerar som privatperson ska man vara tydlig med det. En kommunal tjänstemans eller förtroendevalds kommunikation i de sociala medierna som uteslutande sker i privat syfte blir inte allmän handling hos den egna myndigheten eftersom kommunikationen inte sker i tjänsten. Om en tjänsteman får en fråga på sin privata blogg eller Facebook sida, där det är uppenbart att frågan är av yrkesmässig karaktär ska tjänstemannen hänvisa personen till de yrkesmässiga kontaktygarna, (se Juridiken 3.2).

Om det på kommunens webbplats finns länkar till bloggar där förtroendevalda kommunicerar i eget namn är den enskilde politikern avsändare och inte kommunen. För att förtydliga att sådana politikerbloggar är privata sidor för vilka den förtroendevalda har det fulla ansvaret, så ska det tydligt framgå vid länken att kommunen inte ansvarar för det länkade materialet.

Dessutom gäller kommunens IT-strategi, IT-plan och IT-säkerhet. Dessa dokument finns på kommunens intranät under Dokument/styrdokument.

2.4 Öppna och avsluta ett konto

Kommunledningskontoret måste ha en förteckning över i vilken omfattning Hofors kommun medverkar i de sociala medierna och måste därför alltid informeras när ett nytt konto eller blogg öppnas. Dessutom ska närmaste chef på respektive verksamhet eller bolag alltid tillfrågas innan ett konto öppnas och se till att det är förankrat i ledningen. När ett konto registreras ska alltid användarnamn och lösenord finnas tillgängliga för fler kollegor, så att sidan inte blir inaktiv vid frånvaro. När ett konto ska avslutas måste det förankras hos närmaste chef och Informationssamordnaren på kommunledningskontoret måste underrättas.

OBS! Innan ett konto stängs bör vi informera i den aktuella kanalen om detta och tacka för engagemanget från de kommuninvånare eller andra som vi har kommunicerat med.

2.5 Bemötande och tilltal

I de sociala medierna används en personlig samtalston som är något ledigare än när vi uttrycker oss i skrift i andra sammanhang. I övrigt gäller samma skrivregler som för vår webbplats, (se riktlinjer för information och kommunikation).

- Läsaren ska alltid tilltalas med "du"
- Språket ska vara lättförståeligt
- Vi ska alltid svara i en trevlig och positiv ton även om ett inlägg är osympatiskt
- Inlägg som innehåller personuppgifter som kränker enskildas personliga integritet eller är personangrepp ska inte bemötas

Eftersom tilltalet ska vara personligt är det viktigt att vi är öppna och ger ett vänligt och serviceinriktat bemötande, men vi måste också uttrycka oss med gott omdöme som representanter för Hofors kommun. Vi ska anpassa oss efter målgruppen och kommunicera på ett sätt som når fram, men ändå är korrekt.

2.6 Hantera synpunkter och kommentarer

Den person som utsetts som ansvarig för ett konto, till exempel en "facebooksida" och därmed fått i uppdrag att kommunicera i de sociala medierna för kommunens räkning, ansvarar också för att hantera de kommentarer, svar och synpunkter som kommer in samt att hålla sidan aktiv och uppdaterad. En person ska utses som kan sköta kommunikationen vid kontoansvarigs frånvaro. Ansvaret innebär att:

- Besvara inkommande synpunkter som riktas till kommunen inom rekommenderad tid
- Vidarebefordra synpunkter eller frågor till handläggare som är bäst lämpade att svara.
- Ta bort/begära borttag av kommentarer och inlägg som strider mot gällande lagstiftning samt att i förekommande fall aktualisera polisanmälan. Det gäller till exempel:
 - förtal eller personangrepp
 - hets mot folkgrupp, sexistiska yttranden eller andra trakasserier
 - olovliga våldsskildringar eller pornografi
 - uppmaningar till brott
 - upphovsrättsligt skyddat material

2.6.1 Rimliga svarstider

Sociala medier ställer höga krav på snabbhet och närvaro och vi bör alltid kunna svara inom det närmaste dygnet på vardagar. I de olika mediekanalerna skiljer det sig något hur snabbt man förväntar sig ett svar. Vi ska försöka svara inom dessa tidsintervaller.

Twitter – fyra timmar under vardagar

Facebook - Inom en arbetsdag

Bloggar – Inom en arbetsdag

Juridiken

När nya medier utvecklas hänger lagstiftningen inte riktigt med. Bedömningen av när lagar gäller vid användningen av olika sociala medier och hur de i så fall ska tillämpas, måste bli en tolkning av gällande lagstiftning. Sveriges kommuner och landsting, SKL, har gjort en granskning av juridiken och kommit fram till att det är fritt fram för kommuner att använda sig av sociala medier men att vi måste förhålla oss till flera olika lagar. (Mer information finns i SKL:s riktlinjer, "Sociala medier och handlingsoffentligheten")

Förenklat gäller samma regler för myndighetens verksamhet i sociala medier som när vi agerar i övrigt. Lagar som kan aktualiseras är:

- Tryckfrihetsförordningen (TF), handlingsoffentligheten
- Offentlighets och sekretesslagen
- Förvaltningslagen
- Yttrandefrihetsgrundlagen (YGL)
- Personuppgiftslagen
- Lagen om elektroniska anslagstavlor

3.1 Tryckfrihetsförordningen

Varje svensk medborgare har rätt att ta del av allmänna handlingar, enligt 2 kap. 1 § TF. Detta är viktigt att beakta när kommunen ger sig ut i de sociala medierna. Med handling menas *framställning i skrift* eller *bild* (traditionella handlingar) eller *upptagning* som kan läsas, avlyssnas eller på annat sätt uppfattas endast med *tekniskt hjälpmedel* (IT baserade handlingar).

Det betyder att inlägg och artiklar i de sociala medierna där Hofors kommun har en plats, till exempel en Facebooksida är allmänna och offentliga handlingar. En upptagning anses som inkommen till myndigheten när annan (utomstående) har gjort den tillgänglig för myndigheten så att den kan läsas eller uppfattas på annat sätt till exempel kommentarer på Facebook.

Detta bör belysas när man presenterar sig på sidan.

De inlägg som görs i olika sociala medier inom ramen för myndighetens verksamhet, är allmänna handlingar.

Handlingar som inte omfattas av sekretess behöver inte registreras utan kan hållas ordnade så att de är lätt sökbara.

Myndigheten bör fatta ett generellt gallringsbeslut om att handlingar av tillfällig eller ringa karaktär får gallras när de inte längre är aktuella.

Myndigheten bör ha en förteckning över vilka externa webbplatser myndigheten är aktiv på.

Webbplatsen, bloggen etc. bör "ögonblickförvaras" med jämna mellanrum, till exempel varje halvår. Det betyder att man gör skärmdumpar på ett urval av de viktigaste sidorna och skriver en sammanfattning av innehållet i stort.

Sekretessbelagda uppgifter får inte förekomma

3.2 Offentlighets och sekretesslagen

Inlägg som innehåller sekretessbelagd information får inte förekomma i de sociala medierna. Om personer som kommunicerar med Hofors kommun i de sociala medierna tar upp frågor som är av känslig eller till och med sekretessbelagd karaktär ska vi avbryta konversationen där, radera de sekretessbelagda uppgifterna i det sociala mediet, och se till att den följer mer traditionell ärendehantering. Då överförs inlägget till myndighetens diarium för vidare handläggning. De sociala medierna är inte lämpliga forum för kommunikation inom verksamhetsområden där det förekommer mycket

sekretessbelagd information, till exempel inom socialtjänsten eller vård- och omsorg.

3.3 Förvaltningslagen och serviceskyldigheten

För alla myndigheter gäller en allmän serviceskyldighet gentemot allmänheten, 4§ förvaltningslagen.

Den innebär att myndigheterna ska:

- Lämna upplysningar, vägledning, råd och annan sådan hjälp till enskilda i frågor som rör myndighetens verksamhetsområde,
- Hjälpa till i den utsträckning som är lämplig med hänsyn till frågans art, den enskildes behov av hjälp och myndighetens verksamhet,
- Besvara frågor från enskilda så snart som möjligt och
- Hjälpa till rätta om någon av misstag har vänt sig till fel myndighet.

3.4 Yttrandefrihetsgrundlagen

Anställda hos myndigheter har rätt till samma yttrandefrihet som andra medborgare (2 kap. 1 § 1 regeringsformen, RF).

3.5 Personuppgiftslagen (PuL)

Personuppgiftslagen innebär ett juridiskt ansvar med ett antal skyldigheter kopplat till skadeståndsansvar. I kommunal verksamhet är det den nämnd som ansvarar för en verksamhet som också är personuppgiftsansvarig för den behandling av personuppgifter som sker i verksamheten. Detta rör också personuppgifter som behandlas på en extern webbplats, som i olika sociala medier.

Om en tjänsteman eller en förtroendevald på arbetstid, men för helt privata syften är aktiv i de sociala medierna är det privatpersonen själv som blir personuppgiftsansvarig.

3.6 Lagen om elektroniska anslagstavlor

Lagen om elektroniska anslagstavlor (1998:112) omfattar elektronisk förmedling av meddelanden. Vi bedömer att den omfattar när vi på vår officiella webbplats har en "chatfunktion", insändar- eller diskussionsfora där allmänheten kan komma med kommentarer. Det gäller även om kommunikationen blir tillgänglig för vem som helst. Innehavaren ska lämna information till alla användare om sin identitet och att berätta att insända meddelanden kommer att göras tillgängliga

för andra och hur stor mottagargruppen kan vara. Den som ansvarar för en elektronisk anslagstavla är skyldig att:

1. Hålla uppsikt över insända meddelanden. Hur ofta beror på hur stor trafik det är på anslagstavlan och vilken slags forum det är fråga om, men inte mer sällan än en gång/ vecka (se prop. 1997/98:15).

Se avsnittet 2.6.1, rimliga svarstider

2. Ta bort och i förekommande fall göra polisanmälan av vissa typer av brottsligt material som hamnat där och som innebär något av följande. a) uppvigling, b) hets mot folkgrupp, c) barnpornografibrott, d) olaga våldsskildring, e) upphovsrättsintrång.

Se avsnittet 2.6, Hantering av synpunkter och kommentarer.