



Policy

Att arbeta med sociala medier

Jonas Berggren och Josefine Blid

2016-11-16

Dnr: 2016/732

Version: 1

Antagen av kommunfullmäktige 2016-11-16, § 146

Den senaste versionen finns tillgänglig på Färgelanda webbplats www.fargelanda.se

Innehåll

Att arbeta med sociala medier	2
Inledning.....	2
Omfattning och revidering	2
Kommunens webbplatser	2
Roller och ansvar	2
Planerad kommunikation	2
Förhållningssätt	3
Hantering av inlägg och kommentarer.....	3
Möjligheter och risker	3
Möjligheter	3
Risker	3
Lagar som styr innehållet i sociala medier	4
Mät och utvärdera.....	4

Att arbeta med sociala medier

Inledning

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

Omfattning och revidering

Denna policy omfattar Färgelanda kommunkoncern. Policyn ska ses som ett stöd till dem som arbetar med sociala medier inom sin profession i kommunkoncernen. För att hålla policyn aktuell ska den revideras vart fjärde år eller vid behov.

Informationsansvariga tjänstemän ansvarar för revidering. Beslut fattas av kommunstyrelsen.

Kommunens webbplatser

www.fargelanda.se, www.valbohem.se och intranätet är kommunens huvudkanaler för extern och intern kommunikation.

Denna strategi ingår i en samling av styrdokument:

- *Informations- och kommunikationspolicy*
- *Grafisk profil*
- *Sociala medier*
- *Organisationens webbplatser*
- *Avtal om fotografering i tjänsten samt samtycke till bildpublicering vuxen/minderårig*

Sociala medier är en av många kanaler för kommunikation. De ersätter inte kommunens webbplats och intranät där organisationen idag publicerar mestadels av sin information. Sociala medier utgör dock en stor del i att kunna utöka sin spridning av information och utvidga kommunikationsmöjligheterna för de som finner de alternativet bättre.

Roller och ansvar

Kommunens officiella kanaler ska hanteras i enlighet med offentlighetsprincipen.

1. Varje verksamhet har ansvar för sin egen kommunikation på sociala medier.
Respektive verksamhetschef beslutar:
 - a. Om verksamheten ska använda sociala medier.
 - b. Vilka verktyg och/eller tjänster som används.
Detta bör ske i diskussion med informationsansvariga.
 - c. Vem eller vilka som får representera verksamheten på sociala medier.
2. När en verksamhet väljer att finnas representerad på sociala medier ska det alltid meddelas till informationsansvariga, tillsammans med kontaktuppgifter till mediet och ansvarig person samt dess ersättare på verksamheten. Rutiner för säker förvaring av lösenord ska finnas.
3. Informationsavdelningen upprättar och underhåller en förteckning över alla kanaler som används i officiellt syfte inom kommunen.
4. Verksamheter som väljer att engagera sig på sociala medier ska förhålla sig till upplagd informationsplan innehållande hantering av inkommande synpunkter, svar och kommentarer. Uttalanden ska ses som ett led i tjänsteutövningen.
5. Verksamheternas sociala medier ska användas i rollen som anställd och inte som privatperson. Det ska finnas ett uppdrag från chef om en anställd ska använda sociala medier i tjänsten.

Planerad kommunikation

Det är inte alltid självklart att sociala medier är den rätta kanalen. 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?
- Vilken är din målgrupp?

- Vad vill du åstadkomma?
- Vilken kanal är lämpligast för att nå målgruppen?
- Hur ska du utvärdera?
- Räcker det att använda webbplatsen för att uppnå målet?
- Hur kopplas vår webbplats ihop med verksamhetens sociala medier?

Förhållningssätt

- Använd sunt förnuft och god netetikett.
- 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.

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. Informationsansvariga finns också som ett stöd till verksamheter i dessa frågor.

Möjligheter och risker

Möjligheter

- De sociala medierna är lättillgängliga
- Skapa dialog, förståelse och delaktighet
- Marknadsföra konkurrensutsatta verksamheter och projekt
- Omvärldsbevakning
- Ökad synlighet
- Dialog
- Rekrytering
- Ökad service
- Skapa goodwill
- Nätverka med olika målgrupper
- Verksamhetsutbyte med andra inom samma yrkesområde eller i andra organisationer

Risker

- 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.
- 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?
- Verksamhetens trovärdighet kan skadas, eftersom det är svårt att lita på avsändare. I sociala nätverk, som till exempel Facebook, finns möjlighet att skapa nya grupper med samma namn

som befintliga. Att avsändaren är trovärdig kontrolleras inte heller alltid. Det är till exempel fullt möjligt att som privatperson skapa en grupp som heter "Färgelanda kommun".

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

Lagar som styr innehållet i sociala medier

- Yttrandefrihetsgrundlagen
- Upphovsrättslagen
- Personuppgiftslagen
- Offentlighets- och sekretesslagen

Att som tjänsteman agera online kräver att du förhåller dig till många olika lagstiftningar. Så är även fallet då tjänstemannen som privatperson deltar online med uppgifter som rör arbetsuppgifterna, arbetskamraterna, arbetsledningen eller arbetsplatsen.

Om det är uppenbart att en allmän handling är av ringa betydelse för myndighetens verksamhet, behöver den varken registreras eller hållas ordnad enligt offentlighets- och sekretesslagstiftningen (5 kap 1§)

Mät och utvärdera

I likhet med traditionella kanaler så kan effekten vara svår att mäta. Man kan ändå 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