

Riktlinjer för närvaro i sociala medier



Antagen av Kommunfullmäktige
2011-10-31 § 211, reviderad 2017-06-19 § 147

Inledning

Sociala medier är ett samlingsnamn på kommunikationskanaler som tillåter användare att kommunicera direkt med varandra genom exempelvis text, bild eller ljud. Olika typer av sociala medier är Facebook, Twitter, Snapchat och Instagram. Idag använder cirka 70 % av befolkningen Facebook någon gång i veckan, 40 % använder Instagram medan endast 22 % använder Twitter¹.

Att använda sociala medier i verksamhetens kommunikation med medborgare, besökare och företagare är att göra dem delaktiga i kommunens utveckling. Sociala medier minskar känslan av distans och inbjuder till dialog.

För Vimmerby kommun är sociala medier en snabb och enkel väg att informera och kommunicera med medborgarna. I händelse av kris är sociala medier det absolut bästa sättet att snabbt sprida nödvändig information till medborgarna och att också få hjälp att sprida den vidare.

Rutin för skapande av kanal i sociala medier

Vimmerby kommuns riktlinjer för sociala medier följer e-delegationens krav samt SKL:s rekommendationer².

Innan kanalen skapas bör nedan checklista besvaras. Det är den ansvarige förvaltningschefen som i slutändan godkänner att kanalen aktiveras efter analys av verksamhetsnytta, syfte och mål samt en bedömning av resurser. I vissa fall räcker det med att verksamheten gör sig synlig på kommunens officiella kanaler, i andra fall kan verksamheter gå ihop och skapa en kanal. Beslutet om en kanal ska startas görs efter dialog med kommunikationsstrategen på administrativa avdelningen.

- Definiera syftet och förväntad verksamhetsnytta med kanalen.
- Tydliggör ägande och administration samt förvaltning av kanalen.
- Kanalen måste vara funktionsbunden, inte personbunden.
- Har ni resurser i verksamheten för att administrera kontot fem dagar i veckan, med uppehåll under helger men inte under ex. semestertid?

¹ <http://www.internetstatistik.se/rapporter/sociala-medier-2015/>

² <https://skl.se/tjanster/press/socialamedier.2043.html>,
<http://www.esamverka.se/stod-och-vagledning/vagledning/riktlinjer-for-sociala-medier/>

När ni kommit överens om att starta upp kanalen krävs vissa förberedelser innan kanalen öppnas upp för invånarna:

- Ta fram en checklista och rutin för hur verksamheten ska arbeta med sociala medier. Den verksamhet som startar upp en kanal är skyldiga att vara aktiva på sidan. Har ni utsett x antal medarbetare att svara är det viktigt att övriga medarbetare känner till det. Se också till att dessa medarbetare överlappar sina semestrar så att kanalen inte är obebakad under semestern.
- Skapa ett konto i den kanal ni beslutat er för att finnas i. Kommunikationsstrategen ska också ha tillgång till att logga in som administratör i kanalen och ansvarar för att kanalen blir känd på den samlade listan över kommunens kanaler i sociala medier på www.vimmerby.se
- Se till att det framgår att användarna inte får göra inlägg med:
 - kränkande uppgifter
 - uppvigling, hets mot folkgrupp
 - barnpornografibrott
 - olaga våldsskildring
 - upphovsrättsintrång eller intrång i andra rättigheter som skyddas i 5 kap. upphovsrättslagen
- Informera tydlig i det sociala mediet om
 - verksamhetens identitet och tillhörande organisation
 - syftet med att använda mediet
 - i vilken mån inlägg blir tillgängliga för andra användare
 - att inlägg blir allmänna handlingar
 - vilka uppgifter som inte får publiceras på det sociala mediet (se ovan)
 - vilka åtgärder verksamheten vidtar om någon bryter mot reglerna (blockera, stänga av etc.)?
- Ta fram kommunens dokumenthanteringsplan om bevarande och gallring.
 - Allt som vi skriver på sociala medier blir offentliga handlingar.
 - Kommentarer och inlägg som besvaras och kan ses som en synpunkt, klagomål, fråga etc ska diarieföras på samma sätt som enligt riktlinjen för klagomål och synpunktshantering.
 - Kommentarer, synpunkter eller svar som kan antas strida mot gällande lagstiftning ska genast avpubliceras eller raderas. Innan raderingen måste innehållet av meddelandet samt information om dess avsändare sparas, till exempel genom skärmdump.
 - Handlingar av ringa eller tillfällig betydelse kan du gallra vid inaktualitet. Med det kan avses handlingar som är frågor som genererar svar av enklare karaktär, exempelvis inlägg som inte rör Vimmerby kommun.
- Tänk på att använda ett lätt och ledigt språk och att vi uppmuntrar till dialog. Det innebär att vi inte kan ignorera kritiska inlägg eller stänga av kommentatorsfunktionen.
- När du publicerar innehåll som rör din verksamhet och Vimmerby kommun ska du öppet redovisa vem du är och vad du arbetar med. Tänk därför på att när du

svarar på ett inlägg från en person, att uppge ditt namn och din titel. Det ger en tydligare och mindre anonym bild av oss som organisation.

Privat användning av sociala medier i tjänsten

Det ingår inte i arbetsuppgifterna att använda sociala medier för privat bruk. Däremot kan det ingå att omvärldsbevaka och ta del av relevant innehåll i bloggar, nätverk med mera. Yttrande- och meddelarfriheten gäller även på sociala medier och det står en fritt att utanför arbetstid använda sociala medier och därvid också uppge var man är anställd³. Det är dock viktigt att göra klart att man då uppträder som privatperson och inte i sin yrkesroll. Anställda bör inte uttala sig för organisationens räkning via sina privata konton eftersom det kan försvåra kommunens skyldigheter att hantera allmänna handlingar och iakttä spårbarhetskrav. Kommunikation som tjänstemän och förtroendevalda gör på olika sociala medier måste vara godkänd av kommunen för att tillhöra kommunens informationsmaterial och därmed utgöra en allmän handling.⁴

Politiker och förtroendevalda

Efter ett beslut i kommunstyrelsen den 24 mars 2015 har kommunfullmäktiges ordförande, kommunstyrelsens ordförande, kommunstyrelsens vice ordförande och oppositionsrådet möjlighet att ha direktlänk på kommunens hemsida till sina respektive bloggar. Övriga förtroendevalda har möjlighet att få en länk under rubriken ”Politiska bloggar”. Det måste tydligt framgå på de politiska bloggarna att åsikterna som framförs inte är kopplade till kommunen som organisation utan den enskilde politikerns.

³ <http://www.notisum.se/rnp/sls/lag/19911469.htm>

⁴ <http://skl.se/download/18.547ffc53146c75fdec0ef1b6/1405429253387/skl-juridisktpm-socialamedier.pdf>