

Riktlinjer för sociala medier

Syfte och ändamål

Riktlinjerna säkerställer att den som arbetar med sociala medier gör det på ett korrekt sätt för att Norbergs kommun alltid ska kommunicera professionellt, enhetligt och tydligt. Den som använder ett socialt medium i sin roll som tjänsteperson åtar sig att följa riktlinjerna för sociala medier.

Vad är sociala medier?

Sociala medier är ett samlingsbegrepp för olika webbplatser där användarna själva kan skapa innehåll och kommunicera med andra människor. Det kan vara exempelvis bloggar, Twitter, Youtube, Flickr, LinkedIn, Instagram och Facebook.



Sociala medier handlar först och främst om kommunikation, konversation och relationsskapande. Olika kanaler når olika målgrupper och genom att använda oss av fler än en digital mötesplats kan vi kommunicera olika delar av vår breda verksamhet på olika ställen.

Att delta i sociala medier är ett långsiktigt åtagande som kräver ett tydligt ansvar och resurser som lägger arbetstid på att skapa och publicera innehåll, svara på kommentarer och i chatten, gallra olämpliga kommentarer och vid behov diarieföra material.

Närvaro och ansvar

Att vara i sociala medier är ett långsiktigt åtagande som kräver tydligt ansvar och resurser, främst när det gäller redaktörskap. För att använda sociala medier ska närmaste chef i samråd med kommunikationsenheten ha godkänt att verksamheten använder en egen kanal för sin verksamhet och utse en eller flera ansvariga redaktörer.

Kommunens huvudkanal på Facebook är kontot ”Norbergs kommun” som kommunikationsenheten administrerar.

Central samordning

Kommunikationsenheten har ett samordningsansvar för kommunens närvaro i sociala medier. Inloggningsuppgifter till samtliga konton ska finnas centralt hos kommunikationsenheten. Du kan alltid vända dig till kommunikationsenheten för frågor och stöd i ditt arbete med sociala medier.

Hur vi kommunicerar i sociala medier

I kommunens sociala medier ska det tydligt framgå vem avsändaren är och att verksamheten är en del av Norbergs kommun. Det är viktigt att förstå hur sociala medier fungerar och att använda den så att den blir en effektiv plattform för relationer och konversation med medborgarna. Svara snabbt på frågor i sociala medier och använd gärna ett personligt tilltal utan att bli privat.

Det ska tydligt framgå att det är Norbergs kommun, och i förekommande fall vilken verksamhet, som ansvarar för det sociala mediet och vilket ändamålet är med kanalen. Kommentarer på inlägg blir allmän handling. Sekretessbelagda uppgifter får inte publiceras på sociala medier.

Kommunens sociala medier är inte forum för partipolitik.

Att starta och administrera ett konto

Innan ett konto startas ska avstämning göras med närmaste chef och kommunikationsenheten för att säkerställa att organisationen har en överblick över de samlade kanalerna. Det ska finnas ett tydligt syfte och plan för användandet av sociala medier. Vem eller vilka som är ansvariga för att uppdatera innehållet, svara på kommentarer och diarieföra vid behov. Ansvarig chef ansvarar för att verksamheten har resurser, kunskap och rutiner att sköta kanalen samt att kanalen inte lämnas obebakad under ledighet, sjukdom eller när någon slutar sin anställning.

Tänk på att kommunens huvudkanal alltid är ett alternativ till att starta upp ett eget konto för din verksamhet.

Grafisk profil

I sociala medier använder vi Norberg kommuns kommunvapen som profilbild på alla konton. Huvudregeln är att alla kommunala verksamheter ska följa kommunens grafiska profil för att säkerställa en enhetlig kommunikation.

Kommunala verksamheter har kommunal profil

Det ska finnas information om vår webbplats och växelnumret. Skriv några rader om din egen verksamhet och eventuellt kontaktuppgifter. Omslagsbilden eller andra bilder får gärna representera din egen verksamhet. Använd din e-postadress som du har i tjänsten och inte en privat e-postadress om du skapar ett nytt konto.

Vad får jag publicera?

I våra kanaler kommunicerar och interagerar vi med våra medborgare för att upprätta en god samhällsinformation. Dela nyheter och information som kan vara intressant för din målgrupp. Använd ett begripligt språk genom att målgruppsanpassa din text och använd gärna bilder till dina inlägg – det ger större spridning!

Tänk på att bilder på personer omfattas av GDPR. För att vara säker på att du följer aktuella lagbestämmelser, använd bilder utan identifierbara personer i så stor utsträckning som möjligt. Namn och ljudupptagningar räknas också som personuppgifter.

Uppdatera gärna din verksamhets kanal några gånger i veckan, låt inte kontot bli inaktuellt. Svara på kommentarer och tänk på att du svarar i din roll som tjänsteperson – var gärna personlig men professionell!

Uppsikt och moderering

Den som är ansvarig för en kanal där användare själva kan bidra med information, till exempel kommentarer, har en så kallad uppsiktsplikt och serviceskyldighet. Det innebär ett ansvar att ha uppsikt över information som användare publicerar. Regelbundenheten bör vara dagligen under kontorstid. Utse alltid en ersättare vid frånvaro.

Diarieföring, arkivering och gallring

Det som publiceras i sociala medier är allmänna handlingar och ska hanteras enligt våra rutiner för diarieföring, arkivering och gallring. Den som är ansvarig för en kanal i sociala medier har också ansvar för att diarieföra vid behov.

Om information som hanteras i sociala medier är av tillfällig eller ringa betydelse kan den gallras med stöd av ”Generella gallringsbeslut” (*för mer information kontakta kansli*). Om det däremot skulle förekomma information som föranleder åtgärder från kommunens sida ska informationen diarieföras. Om det inkommer en kommentar om ett beslut som inte föranleder någon åtgärd från oss mer än ett svar behöver det inte diarieföras, exempelvis alla klagomål om dålig snöröjning. Upprättar vi ett ärende efter en kommentar ska det diarieföras, exempelvis om en snöhög blockerar vägen till ett äldreboende.

Om du ser ett inlägg på kommunens konton som innehåller sekretess, är kränkande eller innehåller annan brottslig eller olämplig information, ska den kommentaren eller inlägget tas bort. Kom ihåg att ta en skärmdump (en skärmdump eller skärmbild är en digital bild som föreställer en hel, eller delar av en bildskärm vid ett givet ögonblick) innan du gallrar kommentarer eller inlägg. Svare medborgaren som skrivit inlägget eller kommentaren att kommentaren tagits bort på grund av kränkande eller olämplig information. Exempel på inlägg och kommentarer som ska tas bort:

- Förtal, personliga angrepp eller förolämpningar
- Hets mot folkgrupp, sexistiska yttranden eller andra trakasserier
- Olovlig våldsskildring eller pornografi
- Uppmaningar till brott eller utgöra annan brottslig verksamhet
- Olovligt bruk och publicering av upphovsrättsligt material
- Svordomar eller obscena ord

För att dokumentera själva mediet bör varje verksamhet en gång om året, eller inför stora förändringar, spara ögonblicksbild i form av skärmdumpar (eller andra ur arkivsynpunkt godkända digitala format) av de sidor verksamheten är aktiv på. Innan ett konto stängs ner ska det också arkiveras i form av en ögonblicksbild.

Stänga ned ett konto

Om behoven eller syftet förändras eller andra omständigheter påverkar så att ditt konto inte längre uppdateras regelbundet eller av andra skäl inte följer våra riktlinjer för sociala medier, kan närmaste chef i samråd med kommunikationsenheten välja att stänga ned ditt konto. Det är viktigt att vi inte har inaktiva konton. Det skapar otydlighet hos medborgarna och andra som följer oss i sociala medier.

Lagbestämmelser

Lagar att ta hänsyn till vid publicering i sociala medier är:

- Personuppgiftslagen, PuL (1998:204) och dess efterföljare Dataskyddsförordningen (GDPR)
- Lagen om elektroniska anslagstavlor (1998:112),
- Upphovsrättslagen (1960:729)
- Förvaltningslagen (1986:223)
- Tryckfrihetsförordningen (1949:105) gäller i de fall inlägg är en allmän handling.

Privacy Shield och Schrems II

EU-domstolen har slagit fast att Privacy Shield-avtalet mellan EU och USA inte ger ett tillräckligt skydd för personuppgifter när dessa förs över till USA. Detta i det så kallade Schrems II-målet. Sociala medieplattformer som till exempel Facebook, Instagram, Youtube, LinkedIn med flera drivs av amerikanska företag där lagringen sker i USA.

Schrems II- domen innebär i korthet att det inte är lagligt (GDPR) att publicera personuppgifter i våra sociala medier, till exempel bilder eller filmer som visar identifierbara personer. Det kan även handla om ljud, namn eller till och med ett registreringsnummer på en bil.

Personuppgifter som sker för konstnärligt eller litterärt skapande är undantagna från de flesta av bestämmelserna i GDPR. Det innebär att för bibliotek, som har ett uppdrag att främja litteraturens ställning, är det okej att publicera exempelvis bokomslag och författarnamn i sociala medier. För museum, konsthallar och konserthus, eller inför evenemang där kommunen är arrangör, är det också okej att publicera namn och bilder på konstnärer och artister som ska verka/uppträda, samt avbildning av konstverk.

Det är viktigt att tänka på att det bara är okej att publicera personuppgifter kopplade till författaren, konstnären eller artisten. Det är exempelvis inte okej att lägga ut en film med en medarbetare som berättar om aktuell person. Det är också viktigt att tänka på att inte publicera mer än nödvändigt.

Övriga verksamhetsområden behöver göra en bedömning och ha en motivering till om en publicering kan falla inom ramen för konstnärligt eller litterärt skapande.