



2016-08-15

# Riktlinjer för sociala medier i Örebro kommun

Version 2.0





P R O G R A M  
P O L I C Y  
R I K T L I N J E  
H A N D L I N G S P L A N





## Innehållsförteckning

Bakgrund.....	3
Medborgarnas behov.....	3
Hur och när kan sociala medier användas? .....	3
Representant för Örebro kommun.....	3
Avtal.....	4
Underhåll, bevakning och ansvar.....	4
Kommunens övergripande sociala medier .....	4
Omvärldsbevakning .....	5
Besvara inlägg och kommentarer.....	5
Kriskommunikation och sociala medier .....	5
Sekretess .....	6
Allmän handling.....	6
Arkivering .....	6
Diarieföring och gallring.....	6
Fördjupning.....	7
Checklista – starta sociala medier .....	9
Bilagor .....	9

-  PROGRAM/PLANER uttrycker värdegrund och önskvärd utveckling av verksamheten inom Örebro kommun.
-  POLICY uttrycker ett värdegrundsbaserat förhållningssätt för arbetet i Örebro kommun.
-  RIKTLINJE säkerställer ett riktigt agerande och en god kvalitet vid handläggning och utförande i Örebro kommun.
-  HANDLINGSPLAN anger strategier och konkreta åtgärder för att nå den politiska viljeinriktningen och fastställda mål på olika nivåer i organisationen.



## Bakgrund

Sociala medier är ett samlingsbegrepp för ett flertal olika digitala medier. Användningen av sociala medier i samhället är stor och ökar hela tiden. I dagsläget räknas bland annat Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, Youtube som sociala medier, men också bloggar och chattar. Även traditionella webbplatser med kommentarsfunktioner omfattas av begreppet. Skillnaden mellan sociala medier och traditionella webbplatser är att användarna själva enkelt skapar konton och deltar i olika diskussioner, delger varandra information och tips, kommenterar och lägger upp bilder och länkar. Användarna själva bidrar på detta sätt till innehållet. Dialog och nätverkande är genomgående funktioner. Det handlar om användargenererat innehåll.

## Medborgarnas behov

Örebro kommuns målsättning är att ha medborgarnas behov i centrum och kommunicera på de platser och genom de kanaler som passar medborgarna bäst, t.ex. i olika sociala medier. Genom att använda sociala medier kan vi:

- öka servicen
- fånga upp olika idéer och uppfattningar
- bidra till ökad delaktighet och dialog
- delge information
- bidra till ett ökat förtroende för kommunen och dess verksamheter
- öka insynen i kommunens verksamhet.
- stärka varumärket Örebro kommun
- fungera som en del av den demokratiska processen

För att det ska fungera krävs att bevakningen sköts, inlägg besvaras och information sprids. Informationsbehov inom sociala medier kan också visa att vi behöver utveckla information på andra sätt, via andra kanaler.

## Hur och när kan sociala medier användas?

De sociala medierna ska ses som en bland flera möjliga kanaler för kommunikationen med medborgarna. De sociala medierna kan finnas med i verksamhetens övergripande planering för sin kommunikation och användas när det bedöms vara ett bra val för att kommunicera med dels en större målgrupp, men också specifika målgrupper. Som stöd i bedömning och planering finns sociala medier-redaktion och kommunikationsavdelningen i Örebro kommun.

## Representant för Örebro kommun

Dessa riktlinjer riktar sig till anställda i Örebro kommun som deltar i sociala medier inom ramen för sin anställning, som representanter för Örebro kommun. Alla anställda har naturligtvis också rätt att delta i sociala medier på sin fritid, som privatpersoner.

När sociala medier används i kommunens namn ska det finnas ett tydligt uppdrag från verksamheten, uttalat syfte, målgrupp och budskap. Checklistan för sociala medier ska vara genomgången, den är ett stöd för att hanteringen av sociala medier följer kommunens riktlinjer (se sidan 8).



På de konton i sociala medier som upprättas ska det tydligt framgå att det är kommunen som är avsändare, genom att använda kommunens namn och logotyp i profilen eller avsändaren samt i text i profilbeskrivningen.

De verksamheter som har egen symbol, eller vill använda ett foto som symboliserar verksamheten kan göra det, då ska det tydligt framgå i text att verksamheten är en del av Örebro kommun, det ska stå: "En verksamhet inom Örebro kommun". Det ska finnas en länk till verksamhetens information på [www.orebro.se](http://www.orebro.se) (ofta finns ett utrymme för profilbeskrivning). Det bör också finnas en länk till [www.orebro.se/socialamedier](http://www.orebro.se/socialamedier) där det finns beskrivningar om hur vi hanterar innehåll i sociala medier i kommunen.

## Avtal

När till exempel ett konto eller en blogg skapas måste man acceptera de användarvillkor som hör till. Det är viktigt att läsa igenom avtalet noga för att veta vad man förbinder sig till.

## Underhåll, bevakning och ansvar

Det ska finnas ett tydligt ansvar för underhåll och bevakning när en verksamhet beslutar sig för att använda sociala medier. Verksamheter som har information på [www.orebro.se](http://www.orebro.se), eller på sin skolwebbplats, ska se till att denna är uppdaterad innan de börjar använda sociala medier, så att det som kommuniceras i de olika kanalerna stämmer överens.

Att använda sociala medier tar tid, hur mycket beror på vilket socialt medium det handlar om. Twitter till exempel kräver snabba svar medan en blogg generellt inte behöver underhållas lika ofta. Generellt ska frågor besvaras snabbt, inom ett dygn under kontorstid.

I ansvaret för sociala medier ingår även att ha rutiner för kriskommunikationshantering, diarieföring, gallring, arkivering och hur olämpliga eller sekretessbelagda inlägg sköts (läs mer om detta längre fram i dokumentet). Det är viktigt att flera personer har tillgång till login, lösenord etc. och vet hur kanalen fungerar, särskilt vid en krissituation.

Det är viktigt att uppskatta vilka resurser som krävs för att sköta kommunikationen i det valda sociala mediet och om de resurserna finns inom verksamheten.

## Kommunens övergripande sociala medier

För kommunens övergripande kanaler/konton i sociala medier ansvarar sociala medier-redaktionen tillsammans med servicecenter och kommunikationsavdelningen. Uppdraget är att:

- kommunicera och sprida samhällsviktig och generell information
- bevaka och hålla informationen uppdaterad
- hantera eller vidarebefordra eventuella synpunkter och klagomål
- tillsammans med verksamheterna ge svar på frågor och inlägg
- följa upp kommunikationsinsatser i sociala medier
- gallra, diarieföra och arkivera.



Exempel på sådana kanaler är kommunens konto på Facebook, Twitter och Instagram. Innehåll och budskap i Örebro kommuns sociala medier samspelar med andra övergripande kanaler, som exempelvis kommunens webbplats. Men de kan också utgöra unika inslag i sociala medier-kanalerna. Varje verksamhet ansvarar för att snabbt bidra med svar på frågor och synpunkter som rör den egna verksamheten.

Verksamheterna får gärna bidra med tips och idéer om lämpliga ämnen att skapa en dialog runt i kommunens övergripande sociala medier.

## Omvärldsbevakning

Varje verksamhet ansvarar vid behov för att se vad och var andra skriver om verksamheten i sociala medier, exempelvis vid planerade inlägg i våra sociala medier. När en större fråga är aktuellt är det viktigt att bevaka och eventuellt delta i debatten. Detta gäller både ”egna” sociala medier och sådana initierade av andra. Människors åsikter och upplevelser av kommunens tjänster och verksamheter är viktigt att ta vara på för att förbättra servicen till medborgarna.

## Besvara inlägg och kommentarer

Sociala medier präglas av ett personligt tilltal och korta kommentarer. När kommunens medarbetare uttalar sig i sociala medier gör de det som representanter för kommunen och med ett seriöst, sakligt och vänligt tilltal, personligt men inte privat. Detta särskilt i kommentarer i diskussioner som andra har upprättat.

Använd ett enkelt och lättbegripligt språk. Ange namn, avdelning eller funktion samt Örebro kommun, så att medborgarna vet vem det är som har svarat.

Exempel: /Stina Svensson, bibliotekarie, Örebro kommun.

Ett bra stöd för hur man besvarar inlägg och kommentarer finns i bilaga 2: Besvara inlägg och kommentarer på Internet.

## Kriskommunikation och sociala medier

Våra grundläggande kanaler för kommunikation vid kriser är webbplatsen orebro.se och telefonnumret 019-21 10 00. Dessa kompletteras med de kanaler inom t. ex. sociala medier som bedöms vara lämpliga för den aktuella händelsen och verksamheten. De sociala medier som vi använder "till vardags" ska också användas vid en kris om de anses lämpliga. Om man väljer att inte använda de sociala medierna vid kris, ska det tydligt framgå i dem var det finns information om det som inträffat.

Om man väljer att använda sociala medier vid en kris är det viktigt att ha beredskap för att snabbt besvara frågor eller bemöta inlägg. Inlägg och frågor bör också sammanställas och föras vidare till aktuell krisledning; de ger en bild av hur människor upplever det som inträffat och kan ge vägledning i hur krisen ska hanteras.



Läs mer om kriskommunikation i kommunens riktlinjer för kriskommunikation.

## Sekretess

Sociala medier ska inte användas för sekretessbelagda uppgifter. Om ärenden med sekretess ändå förekommer ska de aldrig besvaras eller kommenteras i sociala medier. Ta istället en skärmdump av sidan, och ta sedan snabbt bort inlägget.

Kontakta personen som skickat det sekretessbelagda meddelandet om det är möjligt.

De sekretessbelagda uppgifterna ska sedan registreras i kommunens ärendesystem för handläggning.

På kommunens konton i sociala medier ska det finnas information om att sekretessbelagda uppgifter inte är lämpliga i sociala medier. Istället hänvisar vi till kommunens andra kontaktvägar. För färdigformulerad text att använda eller länka till se [www.orebro.se/socialamedier](http://www.orebro.se/socialamedier)

## Allmän handling

Kommentarer, inlägg, bilagor och material i sociala medier är allmänna handlingar. De blir allmänna handlingar när vi kan läsa, avlyssna eller på annat sätt uppfatta informationen. De kommentarer, inlägg, bilagor och annat material som är adresserat till kommunen i sociala medier, och som utomstående delar i dialog med kommunen, blir allmänna handlingar och ska behandlas som sådana.

Ett stöd i hanteringen av allmänna handlingar i sociala medier är bilaga 2 ”Flödesschema hantering av inkomna synpunkter” (Upphov: Tomas Selig, Penseo/Katrineholms kommun).

## Arkivering

Inlägg i sociala medier ska arkiveras regelbundet för att bevaras. Om flödet av inlägg inte är för stort räcker det att bevara en ögonblicksbild minst två gånger per år. Det gör du genom att ta en skärmdump eller göra en utskrift av inläggen som du sen skickar till Stadsarkivet.

## Diarieföring och gallring

Kommentarer, inlägg, bilagor och material som kommer in till kommunen i de sociala medier där kommunen är aktiv ska diarieföras om de handlar om:

- klagomål eller synpunkter
- ett pågående ärende
- initierar ett ärende.

Om de inte är av tillfällig eller ringa karaktär. Sådana handlingar behöver du inte diarieföra.

Kommunen har ett gallringsbeslut som säger att handlingar som är av tillfällig eller ringa karaktär får gallras när de inte längre är aktuella. Gallringsbeslutet gäller alla



i kommunen. Vanligtvis ligger kommentarer, inlägg och synpunkter kvar på de sociala medierna så länge som de olika kanalerna/verktygen tillåter.

Brottsligt material som till exempel hot eller hets mot folkgrupp, barnpornografi, uppvigling, olaga våldsskildring eller upphovsrättsintrång ska den som är ansvarig för kontot spara, polisanmäla och snabbt ta bort. Det ska även diarieföras.

De sociala medier kommunen använder redovisas på [www.orebro.se/socialamedier](http://www.orebro.se/socialamedier). Kommunen visar på detta sätt att informationen hålls ordnad så att det lätt går att se om den inkommit eller upprättats hos oss. När en verksamhet inom kommunen upprättar eller avslutar ett konto i sociala medier ska den meddela informationsavdelningen som kontinuerligt uppdaterar informationen på [www.orebro.se/socialamedier](http://www.orebro.se/socialamedier).

## Fördjupning

Du kan läsa mer om sociala medier:

- E-delegationens riktlinjer - Myndigheters användning av sociala medier. <http://www.edelegationen.se/sida/riktlinjer-for-sociala-medier>
- Hot och riskanalys, Örebro kommun (IOR)
- SKL <http://www.skl.se/press/socialamedier>
- Personuppgifter: Datainspektionen <http://www.datainspektionen.se/lagar-och-regler/personuppgiftslagen/sociala-medier/>







## Checklista – starta sociala medier

Innan uppstarten av sociala medier går verksamheten igenom checklistan för att säkerställa att riktlinjerna för sociala medier följs.

- Syfte** – Varför ska det sociala mediet användas?
- Mål** – Vad är målet med kommunikationen?
- Budskap** – vilka frågor ska i huvudsak kommuniceras, hänger det ihop med budskap i andra kanaler, finns risk att budskap krockar?
- Målgrupp** – vilka vänder vi oss till?
- Kanal** – vilken typ av socialt medium ska användas?
- Typ av konto** – skapa en företagssida/-konto, *inte* ett personkonto.
- Avtal** – har ni gått igenom avtalsvillkoren för det sociala mediet?
- Funktion och teknik** – krävs insatser från kommunens IT-avdelning?
- Resurser** – har ni bedömt vilka insatser som behövs i tid och resurser för att upprätta och hålla det sociala mediet under uppsikt?
- Bevakning** – vem/vilka sköter bevakning och uppdatering? Är det endast en person måste täckning finnas vid t.ex. semester.
- Avsändare** – framgår det tydligt att ni är en del av Örebro kommun?
- Risker** – riskerar sekretess att röjas, PUL och andra lagar och regler att ta hänsyn till?
- Diarieföring, gallring och arkivering** – hur ser era rutiner ut?
- Kriskommunikation** – Hur använder ni sociala medier vid en kris. Hur hänger det ihop med övriga informationskanaler? Finns back-up för bemanning och hantering?
- Marknadsföring** – hur hittar besökarna till era sociala medier?
- Informationskrav** – Har ni fått med all övergripande information som ska finnas? (Jfr Checklista från E-delegationen). Alternativ länka till [www.orebro.se/socialamedier](http://www.orebro.se/socialamedier)
- Meddela** infoavdelningen@orebro.se när ni upprättar eller avslutar ett konto.

## Bilagor

- 1) Besvara inlägg och kommentarer på Internet
- 2) Flödesschema hantering av inkomna synpunkter (Upphov: Thomas Selig, Penseo/Katrineholms kommun)
- 3) Checklista för sociala medier ur ett juridiskt perspektiv (E-delegationen)