

Riktlinjer för sociala medier i Örebro kommun.

PROGRAM

Uttrycker värdegrund och önskvärd utveckling av verksamheten.

POLICY

Uttrycker ett värdegrundsbaserat förhållningssätt och principer för vägledning.

STRATEGI

Konkretiserar ett program eller en policy och utgör en grund för prioritering.

HANDLINGSPLAN

Beskriver konkreta mål och åtgärder.

RIKTLINJER

Säkerställer ett riktigt agerande och en god kvalitet vid handläggning och utförande.

Sammanfattning

Riktlinjerna beskriver på en övergripande nivå hur Örebro kommun arbetar med sociala medier; bland annat vilka plattformar vi använder, vilka rutiner och lagar vi ska förhålla oss till samt vad som gäller kring tillgänglighetsanpassningar och tillämpning av andra riktlinjer, så som grafisk profil.

Detta är ett levande dokument som kan komma att förändras då sociala medier är snabba och föränderliga plattformar vilket också kan påverka våra riktlinjer och rutiner.

Innehåll

Inledning	5
Begreppsförklaring	5
Örebro kommun och sociala medier	6
Varför använder Örebro kommun sociala medier?	6
Örebro kommun som avsändare i sociala medier	6
Vilka sociala medier använder Örebro kommun?	6
Med vilka önskar Örebro kommun kommunicera i sociala medier?	7
Hur kommunicerar Örebro kommun i sociala medier?	7
Sociala medier i Örebro kommun	7
Facebook	7
Instagram	8
LinkedIn	8
Snapchat	8
Youtube	9
Marknadsföring i sociala medier	9
Krishantering och sociala medier	9
Central omvärldsbevakning och utveckling	9
Praktiska regler, riktlinjer och rutiner för Örebro kommuns sociala medier	11
Hantering, bevakning och svarsrutiner	11
Verksamhetsspecifika konton	11
Bevakning	11
Svarsrutiner	12
Regler och lagar att förhålla sig till i sociala medier.	12
Allmänna handlingar och behandling av personuppgifter	12
Kränkande, sekretessbelagda eller känsliga personuppgifter	13
Brottsligt material	13
Diarieföring	13
Gallring	13
Arkivering	13
Tillgänglighet	14
Tävlingar	14
Checklista för att starta konto i sociala medier	15

Inledning

Sociala medier ger möjlighet till medskapande, dialog, engagemang och interaktion med din målgrupp. Lyckas du nå ut med ditt innehåll kan ditt budskap spridas väldigt fort och till väldigt många. Du har också möjlighet att rikta din kommunikation till mycket specifika målgrupper.

Riktlinjerna beskriver på en övergripande nivå hur Örebro kommun arbetar med sociala medier. Här beskrivs bland annat vilka plattformar vi använder oss av, vilka rutiner och lagstiftningar vi ska förhålla oss till samt vad som gäller kring tillgänglighetsanpassningar och tillämpning av andra riktlinjer, så som grafisk profil. Genom att utgå ifrån dessa riktlinjer kan vi tillsammans hålla en hög kvalitet i sociala medier och säkerställa att vi uppfyller de krav som ställs på oss som offentlig organisation i de olika plattformarna.

Riktlinjerna är ett levande dokument som kan komma att förändras då sociala medier är snabba och föränderliga plattformar vilket också kan påverka våra riktlinjer och rutiner.

Begreppsförklaring

- **Officiellt konto** – Ett konto som kommunicerar Örebro kommun i sin helhet, oftast döpt till Örebro kommun och är de enda med kommunvapnet som profilmål.
- **Centralt konto** – Ett konto som Kommunikationsavdelningen ansvarar för men som kan vara mer inriktat mot ett tema, till exempel Tillbakablick Örebro
- **Organiskt innehåll** – innehåll som publiceras som ett inlägg för ett konto i sociala medier.
- **Räckvidd, organisk/dynamisk** – Antalet personer som ser ditt innehåll utan betalad distribution. Inläggets sprids oftast genom att en person taggas med sitt namn, taggning, delas och interageras med.
- **Köpt räckvidd** – antalet personer som ser ditt innehåll till följd av betalda kampanjer.
- **Marknadsfört inlägg** – Ett inlägg på ditt kontos tidslinje som du kan betala för att marknadsföra till en målgrupp som du väljer.
- **Annons** – Marknadsföring av ett inlägg skapat genom ett företagskonto. Annonseringen erbjuder mer avancerade anpassningslösningar, annonsmål och målgruppsanpassningar.
- **Tillgänglighet** – Att anpassa ett material så att det blir så tillgängligt som möjligt. Innebär till exempel att använda sig av de tekniska lösningar som plattformarna erbjuder, som alternativ text (alt-text) som komplement till syntolkning, undertexter och, i den mån det är möjligt och relevant, tolka och översätta material till teckenspråk.
- **Tonalitet** – tonläget för språket som används för ditt konto på en specifik plattform. Det kan vara vardagligt, avslappnat men inte personligt. Hur du säger det och inte vad.
- **Story** – kallas också händelse. Ett kort klipp på ca 15 sekunder som bara finns tillgängligt under 24 timmar, om de inte sparas för ditt eget konto.

Örebro kommun och sociala medier

Varför använder Örebro kommun sociala medier?

Örebro kommun är en politiskt styrd organisation som finns till för medborgarna. Det är deras behov och förutsättningar vi ska se och möta varje dag. Vi ska kommunicera med dem, vara lyhörda, ta till vara deras synpunkter och ge dem en stor roll i utvecklingen av våra verksamheter. Som en del i det behöver vi möta örebroarna i de kanaler och på plattformar de befinner sig och föra dialogen där.

Sociala medier kan användas som enskild kanal för att nå en specifik målgrupp och som en av flera kanaler i framtagen kommunikationsplan eller andra kommunikationsinsatser.

Örebro kommun som avsändare i sociala medier

Örebro kommun eller den kommunala verksamheten ska alltid finnas med som avsändare när vi kommunicerar från våra konton i sociala medier. Antingen att vi är ensam avsändare av informationen eller att vi är med som avsändare tillsammans med andra i form av samarbeten där en eller fler aktörer är avsändare. Det ska tydligt framgå av inläggstexten hur vi är med och samverkar eller samarbetar med andra aktörer i initiativet när vi delar ett inlägg från en annan aktör så vår roll blir tydlig.

Undantag kan göras för delning av inlägg som till exempel tillför en samhällsnytta och behöver nå ut till många t.ex. information från regering eller myndighet som är viktig för alla. Exempel kan vara delning av inlägg om eldningsförbud eller ökad smittspridning.

Vilka sociala medier använder Örebro kommun?

Örebro kommun har valt att primärt använda sig av fyra plattformar inom sociala medier.

- Facebook
- Instagram
- LinkedIn
- YouTube

Även Snapchat finns som officiellt konto men används endast i marknadsföringssyfte och vi tar inte fram något organiskt innehåll för kontot.

Ansvar för de officiella kontona ligger hos Örebro kommuns kommunikationsdirektör. Redaktörskap och hantering av kommentarer och frågor för de centrala kontona ligger hos Kommunikationsavdelningen med stöd av Servicecenter.

Utöver de officiella och centrala kontona finns ett antal verksamhetskonton. Verksamheterna har själva ansvaret för att fylla kontona med relevant innehåll, följa aktuell lagstiftning och rekommendationer men även ansvara för svarshantering, arkivering och diarieföring enligt Örebro kommuns riktlinjer för sociala medier.

På orebro.se/socialamedier finns länkar till Örebro kommuns konton i sociala medier, de centrala och ett flertal verksamhetsspecifika konton.

Med vilka önskar Örebro kommun kommunicera i sociala medier?

Örebro kommun har flera olika målgrupper att kommunicera mot. Generellt är det Örebro kommuns medborgare och andra aktörer som berörs eller är intresserade av vad som sker inom Örebro kommun. Den målgruppen kan också brytas ner i mindre grupper till exempel:

- Eleven som ska söka till gymnasiet
- Hen som använder sig av vårt avfallsabonnemang
- Den kulturintresserade som gärna går på konstutställning
- Hen som vill få information på teckenspråk.

Det vi vill är att göra den relevanta informationen för dem lättillgänglig och rikta den mot rätt person.

En annan del i vårt användande av sociala medier är också att stärka vårt arbetsgivarvarumärke och även stärka synen på oss som en samhällsaktör.

Hur kommunicerar Örebro kommun i sociala medier?

Kommunikation i sociala medier ska alltid utgå från Örebro kommuns löfte om ”En enklare vardag för de vi finns till för” och knyta an till våra principer: saktighet, öppenhet, lättillgänglighet och professionalitet.

Innehåll som publiceras på Örebro kommun och kommunens verksamheters konton ska:

- utgå från information, händelser, nyheter och aktiviteter som är relevant för den tilltänkta målgruppen,
- vara anpassad efter sociala medier som plattform, detta genom en mer avslappnad tonalitet, relevant information som väcker engagemang och till exempel användande av emojis,
- följa vår [grafiska profil](#) när det kommer till val av bilder färger och teckensnitt och riktlinjer för profilbild och omslagsbild i sociala medier,
- vara tillgänglighetsanpassat,
- följa aktuell lagstiftning samt Örebro kommuns servicepolicy och tillgänglighetsgaranti,
- följa ”Riktlinjer för sociala medier i Örebro kommun”,
- bidra till ökad delaktighet genom att fånga upp användares idéer och synpunkter via inkomna kommentar och meddelande och
- uppfylla alla krav i ”Checklista för att starta ett konto i sociala medier”.

Sociala medier i Örebro kommun

Facebook

Facebook är en social plattform med flest användare världen över och det sociala nätverk som flest svenskar i olika åldersgrupper använder. I målgruppen 16 år eller äldre har 8 av 10 använt Facebook under året och 6 av 10 är där dagligen enligt Svenskarna och internet 2021¹.

¹ <https://svenskarnaochinternet.se/rapporter/svenskarna-och-internet-2021/sociala-medier/#facebook>

[Örebro kommuns konto på Facebook](#) är vårt största konto i sociala medier och en kanal där vi kan nå flera målgrupper. Kontot används i första hand för att informera om händelser, aktiviteter och nyheter som kan vara relevant för målgruppen. Kontot används också för att skapa dialog och engagemang och möjliggöra för att låta örebroarna känna sig delaktiga.

Utöver Örebro kommuns officiella konto på Facebook finns även [Örebro kommun – Teckenspråk](#) där samma information publiceras på teckenspråk för att göra informationen tillgänglig för så många som möjligt.

Instagram

Instagram är en social plattform där fokus ligger på att dela med sig av bild och film i olika former. De som använder Instagram allra mest är 90-talisterna, följt av 80-talisterna och sedan 00-talisterna.²

[Örebro kommuns officiella Instagramkonto](#), @orebrokommun, är det största och mest inarbetade kontot. Kontot är upplagt som ett stafettkonto där en verksamhet varje vecka ansvarar för kontot och har möjlighet att visa upp sin verksamhet. Den verksamhet som ansvarar för kontot ansvar även för hantering, bevakning och att svara på kommentarer och meddelanden.

På instagram finns även [Örebro kommun Teckenspråk](#) där information publiceras på teckenspråk.

[Örebro kommuns centrala konto Tillbakablick Örebro](#), @tborebro, delar varje vecka med sig av gamla bilder från Örebro, tillbakablickar, som visar hur Örebro utvecklats både som stadsmiljö och i aktiviteter. Tborebro är ett konto som bidrar till engagemang och bilder tas från Stadsarkivets bildarkiv.

LinkedIn

LinkedIn är en social plattform som riktar sig till yrkesverksamma målgrupper, där tips, diskussion, jobsökande och ett utbyte av erfarenheter står i fokus.

Syftet med [Örebro kommuns närvaro på LinkedIn](#) är att stärka vårt arbetsgivarvarumärke. Det gör vi genom att visa hur det är att arbeta på Örebro kommun via innehåll som stärker vårt varumärkeslöfte ”en enklare vardag för örebroarna”. Vi kommunicerar spännande nyheter, ger målgruppen inblick i våra arbetssätt och lyfter våra medarbetare. Målgruppen är främst potentiella och nuvarande medarbetare.

[Läs mer om hur vi arbetar med LinkedIn i Örebro kommuns strategi för LinkedIn.](#)

Snapchat

Snapchat är en socialt plattform som främst används av 00-talister för att skicka meddelanden, så kallade snaps, mellan två individer. Till skillnad från andra större sociala nätverk så är kommunikationen mycket mer personlig. Du har inget öppet flöde eller arkiv där alla kan se vad du gjort. En snap kan du göra tillgänglig i max 10 sekunder och en story kan vara öppen i max 24 timmar.

² <https://svenskarnaochinternet.se/rapporter/svenskarna-och-internet-2021/sociala-medier/#instagram>

Örebro kommun använder därför endast Snapchat som en plattform för annonsering när målgruppen är personer mellan 13 och 25 år. Snapchats avsaknad av arkiveringsfunktion och att inget innehåll sparas mer än 24 timmar innebär svårigheter för oss att på ett korrekt sätt hantera och behandla inkommande allmänna handlingar och även arkivera innehåll enligt rutin.

Youtube

Youtube är en social plattform för video och en av de plattformar som just nu växer mest. Det är framförallt 00-talister och 90-talister som befinner sig på YouTube, vilka båda når upp till 95 procent användare under året. På tredje plats hamnar 80-talisterna varav 9 av 10 har varit på Youtube det senaste året.³ Visningstiderna på video är ofta längre på Youtube än i andra sociala medier, eftersom vi som tittare oftast vet vad vi är ute efter när vi går in på plattformen och därmed är beredda att sätta av mer tid.

Örebro kommun har två officiella konton på Youtube: [Örebro kommun](#) och [Örebro kommun - Teckenspråk](#).

Marknadsföring i sociala medier

Marknadsföring i sociala medier eller annonser i sociala medier är att betala för att nå ut utanför kontots följare med sin information till en specifik målgrupp eller utifrån en viss målsättning. Örebro kommun marknadsför innehåll på Facebook, Instagram, LinkedIn och i Snapchat. Örebro kommun har valt bort annonsering på YouTube då det i nuläget inte går att kontrollera i vilka konto- och videosammanhang som vi syns i och därmed inte vet hur det påverkar varumärket.

Marknadsföring och annonsering i sociala medier sker i första hand från Örebro kommuns officiella konton. Ta kontakt med Kommunikationsavdelningen om ni överväger marknadsföring från de officiella eller ett verksamhetsspecifikt konto.

Krishantering och sociala medier

Örebro kommuns huvudkanaler för kommunikation vid kris är orebro.se och telefonnumret 019-21 10 00. Dessa kan kompletteras med information i sociala medier som, för ändamålet, bedöms vara lämpliga.

Vid kris används Örebro kommuns sociala medier för analys och omvärldsbevakning genom att till exempel sammanställa allmänhetens bild av händelsen.

Om sociala medier används som kanal vid en kris eller särskild händelse ska beredskap finnas för att snabbt besvara frågor eller bemöta inlägg. Inlägg och frågor bör också sammanställas och föras vidare till aktuell krisledning. Underlagen 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.](#)

Central omvärldsbevakning och utveckling

Medarbetare inom Örebro kommun använder även sociala medier för att omvärldsbevaka i syfte att fånga upp trender, nyheter och annat som kan hjälpa Örebro kommuns verksamheter att hantera aktuella utmaningar och utvecklas.

³ <https://svenskarnaochinternet.se/rapporter/svenskarna-och-internet-2021/sociala-medier/#youtube>

Örebro kommun har dessutom en redaktion som fortlöpande arbetar med att analysera, reflektera och utvärdera kommunens närvaro i sociala medier för att utveckla hur, varför och när sociala medier ska användas av Örebro kommun.

Praktiska regler, riktlinjer och rutiner för Örebro kommuns sociala medier

Hantering, bevakning och svarsrutiner

Sociala medier handlar i första hand om interaktion och engagemang. Kommentarer, frågor och dialog är själva poängen med dessa plattformar och välkomnas, både positiva som kritiska. Kommentarer och interaktion ska också hanteras på olika sätt beroende på innehåll och här följer våra rutiner, råd och regler.

Innehåll som andra delar i interaktion med våra konton i sociala medier blir allmän handling, som omfattas av offentlighetsprincipen, och kan därmed komma att registreras.

Sociala medier ska inte användas för sekretessbelagda uppgifter. För kommunikation kring ärenden som berör sekretessbelagda uppgifter hänvisar vi till Servicecenter via 019-21 10 00 eller servicecenter@orebro.se.

Med stöd av kommunens riktlinjer och aktuell lagstiftning förbehåller sig Örebro kommun rätten att ta bort innehåll i sociala medier som består av:

- olaga hot eller uppvigling,
- offentlig uppmaning till brott eller annan brottslig verksamhet,
- kränkningar, olaga integritetsintrång, personangrepp eller förolämpningar, hets mot folkgrupp, sexistiska yttranden eller andra trakasserier.
- olaga våldsskildringar, pornografi och barnpornografi,
- olovligt bruk av upphovsrättsligt skyddat material,
- känslig information såsom sekretessbelagda uppgifter,
- information och marknadsföring om eller från aktörer som Örebro kommun inte har något uttalat samarbete med eller
- politiska diskussioner.

Utöver att ta bort innehåll som bryter mot dessa regler kan vi även komma att blockera användaren som publicerat innehållet.

Verksamhetsspecifika konton

Att använda sociala medier är något som tar tid. Flera plattformar kräver korta svarstider och ett aktivt flöde. I ansvaret för sociala medier ingår även att ha rutiner för kriskommunikationshantering, diarieföring, gallring, arkivering och hur personuppgifter och eller sekretessbelagda inlägg hanteras. Det är viktigt att flera personer har tillgång till kontot, till exempel vid en krissituation men också i fall en kollega slutar. Därför är det viktigt att säkerställa att det finns resurser i verksamheten för att hantera kontot.

Verksamheterna ansvarar själva för att publicera innehåll och besvara frågor men kan ta kontakt med Kommunikationsavdelningen för hjälp och stöd.

Bevakning

Sidor/konton i sociala medier som en myndighet ansvarar för måste hållas under uppsikt. Detta innebär att Örebro kommun bevakar och hanterar sina konton genom att:

- hålla uppsikt för att upptäcka och ta bort eventuella kränkande uppgifter*
- aldrig dela med sig av felaktiga råd eller upplysningar och

- besvara allmänna frågor.

* kränkande uppgifter innefattar uppgifter som innefattar ett angrepp mot en individs person, frihet, frid eller ära. Kränkningen ska bedömas objektivt, inte utifrån den kränkta personens uppfattning enligt 2 kap. 3 § SkL.

Svarsrutiner

När medarbetare representerar Örebro kommun i sociala medier genom att besvara frågor/synpunkter ska kommunikationen vara vänlig, personlig (men inte privat) och lättbegriplig. Frågor/synpunkter ska även bemötas med konkreta och korrekta svar. Frågeställaren ska få svar inom en dag om ärendet är akut och sker just nu, annars gäller en svarstid på tre arbetsdagar. För att frågeställare ska veta vem de kommunicerar med ska svar signeras med namn, roll och ”Örebro kommun” – förutsatt att medarbetaren som besvarar frågan/synpunkten känner sig trygg i att publicera sitt namn.

Exempel:

Tack för din synpunkt! Jag tar med den i vårt fortsatta arbete med sociala medier 😊 /Förnamn, titel, Örebro kommun.

Vid frågor som inte kan eller bör hanteras i sociala medier ska frågeställare hänvisas till Servicecenter via andra kontaktvägar såsom telefon, mejl eller besök.

Örebro kommuns konton i sociala medier ska inte fungera som arena för politiska diskussioner, så inkomna frågor som politiker bör ge svar på ska inte besvaras via kontona. Frågeställare ska istället hänvisas vidare till politiken. Även frågeställare med frågor som berör andra aktörer än Örebro kommun (t.ex. Region Örebro län, andra kommuner eller icke-kommunägda företag) ska om möjligt, hänvisas vidare till berörd aktör.

Regler och lagar att förhålla sig till i sociala medier.

Allmänna handlingar och behandling av personuppgifter

De inlägg som myndighet gör i sociala medier och som utomstående gör i dialog med myndighet blir allmänna handlingar – vilket gör att de ska behandlas enligt aktuell lagstiftning och kommunövergripande beslut. [Läs mer om vad som är allmänna handlingar.](#)

Hantera personuppgifter enligt GDPR

För att kunna publicera personuppgifter i sociala medier behöver vi följa Dataskyddsförordningen (GDPR). Personuppgifter kan till exempel vara i form av bilder, filmer, namn eller röst i ljudinspelning.

Publicera inga personuppgifter i sociala medier utan att säkerställa att de som medverkar har godkänt sin medverkan och publicering i sociala medier. Om det är barn som medverkar krävs även godkännande från vårdnadshavare. Medgivandet behöver sällan ges skriftligt, utan tillämpa den rättsliga grund som är bäst lämpad.

Det är den enskilda verksamhetens ansvar att hantera personuppgifter på ett korrekt sätt. Om du känner dig osäker kan du få stöd av antingen din chef eller dataskyddsombudet.

[Här kan du läsa mer om hur Örebro kommun hanterar personuppgifter.](#)

Kränkande, sekretessbelagda eller känsliga personuppgifter

Örebro kommun publicerar aldrig känsliga, kränkande eller sekretessbelagda uppgifter på sina officiella, centrala eller verksamhetsspecifika konton.

Om känsliga, kränkande eller sekretessbelagda uppgifter ändå skulle förekomma i Örebro kommuns konton på sociala medier, exempelvis om en användare bryter mot uppmaningen att inte publicera sådana uppgifter, gäller följande:

- Innehållet ska inte kommenteras på något annat sätt än att användare som publicerat uppgifterna hänvisas till andra kontaktvägar,
- innehållet diarieförs av den verksamhet som berörs av innehållet
- kontoansvarig tar skyndsamt bort innehållet, efter att ha säkerställt att det finns underlag för diarieföring.

Brottsligt material

Om brottsligt material förekommer i Örebro kommuns sociala medier ska den verksamhet som berörs av innehållet diarieföra och polisanmäla ärendet. Kontoansvarig ser till att innehållet tas bort så snabbt som möjligt, efter att ha säkerställt att det existerar underlag för polisanmälan och diarieföring.

Diarieföring

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

- är klagomål eller synpunkter,
- berör ett pågående ärende,
- initierar ett ärende.

Allmänna handlingar som inkommer via Örebro kommuns officiella konton i sociala medier och ska diarieföras förmedlar Servicecenter vidare till berörda verksamheter, men det är verksamheterna själva som har ansvar för att diarieföra handlingarna. Allmänna handlingar som inkommer via verksamhetsspecifika konton ansvarar verksamheterna själva för att bevaka och diarieföra.

[Här kan du läsa mer om diarieföring.](#)

Gallring

Allmänna handlingar som är av ringa eller tillfällig betydelse för myndighetens verksamhet får gallras löpande, enligt existerande gallringsbeslut som gäller alla i kommunen (handlings-id 1748 i kommungemensamma arkiveringsplanen). Inlägg på Örebro kommuns konto på Facebook eller andra sociala medier som bedöms vara av ringa eller tillfällig betydelse för myndighetens verksamhet får gallras löpande. Inlägg/frågor som inte bedöms vara av ringa betydelse hanteras på vanligt sätt i ärendehanteringssystemet.

Vissa handlingar ska inte finnas i sociala medier och ska därför tas bort, men diarieföras först. Det gäller handlingar som innehåller:

- kränkande, sekretessbelagda eller känsliga personuppgifter,
- brottsligt material eller som på annat sätt bryter mot lagen (1998:112) om ansvar för elektroniska anslagstavlur (BBS-lagen).

[Här kan du läsa mer om gallring.](#)

Arkivering

Örebro kommun har tagit beslut om arkivering av sociala medier som en del i den Kommungemensamma arkiveringsplanen. Det innebär att Örebro kommuns officiella konton på sociala mediers ska arkiveras regelbundet, på årlig basis. Mediafiler som publiceras på sociala medier ska även lagras i kommunens lagringsytor för att undvika informationsförlust till dess att arkivering har gjorts.

Huvudregeln för bevarande av sociala medier är att informationen bevaras i det sammanhang den publicerats i, och på ett sätt som liknar publiceringens ursprungliga form. Flera sociala medier har numera stöd för att spara ner information från sidorna i html-format. [Här kan du läsa mer om hur Örebro kommun och Stadsarkivet arbetar med arkivering.](#)

Tillgänglighet

Örebro kommun, som myndighet, har lagstiftning och formella krav på tillgänglighet att förhålla sig till oavsett om det rör sig om bild, text, film eller webb. Sedan 23 september 2020 gäller en lag som ställer högre krav på tillgänglighet än tidigare. Lagen rör i första hand webbplatser, men Örebro kommun ska sträva efter att alltid producera innehåll som är tillgängliga för så många som möjligt.

Alla som vi kommunicerar med har rätt att känna sig sedda, inkluderade och lika mycket värda. När vi kommunicerar inkluderande får fler människor från olika sammanhang och med olika förutsättningar möjligheten att höras, synas och att påverka. Fler människor får också möjligheten att känna sig som en del av samhället. [Läs gärna Guide för inkluderande kommunikation.](#)

I Örebro kommuns sociala medier arbetar vi med tillgänglighet genom att:

- publicera informationsfilmer på teckenspråk via ett separat konto på Facebook riktad mot en teckenspråkig målgrupp, Örebro kommun – Teckenspråk,
- skriva tydliga och enkla inläggstexter,
- använda plattformarnas verktyg och funktioner för att lägga in syntolkning i form av alt-text på alla bilder som publiceras,
- inte endast lägga text på bild utan se till att samma information framkommer i inläggstexten,
- inläggstexten är likvärdig innehållet i ett inläggs film, så att du kan ta till dig samma information oavsett om du ser filmen eller inte,
- och filmer som publiceras är textade. [Här kan du läsa mer om hur vi arbetar med film i Örebro kommun.](#)

Översättning i sociala medier

Beroende på syfte och målgrupp kan innehåll i sociala medier behöva översättas. Flera digitala plattformar så som sociala medier finns oftast stöd för översättning till valfritt språk.

Tävlingar

När en tävling anordnas i sociala medier följer Örebro kommun plattformens riktlinjer, aktuell lagstiftning till exempel kring GDPR och Spelinspektionens bestämmelser. Vill en kommunal verksamhet anordna en tävling kan verksamheten ta kontakt med Kommunikationsavdelningen för stöd.

Vid tillfällen när bidrag eller förslag inkommer via det officiella kontot kan verksamheten tillfälligt få behörighet till kontot för att själva kunna hantera inkomna bidrag och förslag.



CHECKLISTA OCH PLAN

Starta konto i sociala medier.

Innan ni startar upp ett konto i sociala medier behöver ni gå igenom den här checklistan. Bocka i checklistan när ni gått igenom alla punkter, och skicka sedan in den till Kommunikationsavdelningen.

- Läs Riktlinjer för sociala medier i Örebro kommun, Regler för Örebro kommuns konton i sociala medier och besök intranat.orebro.se/socialamedier. Då får ni koll på allt ni behöver veta innan ni drar igång! *Hänvisa gärna till orebro.se/socialamedier i er profil.*
- Kolla igenom avtalsvillkoren för den plattform ni tänkt använda er av. Vad står det där som kan vara bra att ha koll på? *Tänk på att vissa plattformar kräver ett privat konto.*
- Fundera på hur ni vill hantera bevakning och moderering av kontot. Sociala medier handlar i första hand om interaktion och engagemang, så det är viktigt att ni är aktiva och svarar era följare skyndsamt och korrekt.
- Säkerställ att det framkommer att verksamheten som hanterar kontot är en del av Örebro kommun. *Det kan ni göra genom att skriva att ni är en del av Örebro Kommun i er profil.*
- Gör en plan för hur ni ska följa lagar som vi som en offentlig verksamhet behöver ta hänsyn till, som till exempel GDPR, sekretess, offentliga handlingar och arkivering.
- Läs om arkivering och gallring i sociala medier, och gör sedan en plan för hur just ni ska ta era an det! Stadsarkivet har tydlig information om hur man går tillväga. Informationen hittar du på intranätet. *Tänk också på att inte ta bort kommentarer eller meddelanden utan dölja dem inför arkivering.*
- Fundera på hur ska få följare till ert konto i sociala medier. Det stavas marknadsföring! *Glöm inte att de centrala kontona i sociala medier kan vara en hjälp för att både få följare men också sprida er information lite extra.*
- Har ni skickat in den här checklistan och planen till Kommunikationsavdelningen?

Fortsätt på nästa sida!

Namn på kontot

Vilka vill ni nå med kontot?

Vilken plattform har ni tänkt er?

Vad är syftet med att synas i sociala medier?

Marknadsföra verksamhet, kommunicera förändringar i utbud?

Hur ska ni underhålla kontot?

Hur ofta publicerar ni och när?

Hur sker utvärdering av kontot?

Följ upp sidans syfte och målgrupp

Ange namn och kontaktuppgifter för kontots redaktörer, minst två.

Tänk på att uppdatera och skicka in nytt underlag om en person slutar.