

**PuL** vad är sociala medier?  
öppna konto marknadsföring  
omvärldsbevakning  
**twitter** Tryckfrihetsförordning  
förhållningssätt kriskommunikation  
ansvar inlägg facebook  
diarieföring bloggar utvärdera  
**RSS** målgrupp? delaktighet

## **Policy och rutiner för Sociala medier**

Munkedals kommun

Tillväxtenheten

Jenny Martinsson, webbredaktör (-april 2012)

med tillägg av Lotta Karlsson,

webbredaktör och informationsansvarig (mars 2012-)

## Innehåll

Inledning .....	2
Vad är sociala medier? .....	2
Faktorer att uppmärksamma .....	2
Möjligheter.....	2
Risker.....	3
Policy .....	3
Skapa dialog .....	3
Marknadsföra kommunen.....	3
Omvärldsbevaka .....	3
Kommunicera kriser .....	3
Rutiner.....	4
Öppna ett konto .....	4
Ansvar.....	5
Förhållningssätt.....	5
Hantera inlägg.....	6
Diarieföring.....	6
Mät och utvärdera.....	6
Avsluta ett konto .....	7
Lagar som styr .....	7
Förvaltningslagen och serviceskyldigheten .....	7
Lagen om elektroniska anslagstavlor.....	7
Offentlighets- och sekretesslagen .....	8
Personuppgiftslagen .....	8
Tryckfrihetsförordningen.....	8
Upphovsrättslagen .....	8
Yttrandefrihetsgrundlagen.....	9

## Inledning

Det ska vara enkelt att kommunicera med Munkedals kommun. Sociala medier innefattar olika medskapande kanaler för dialog med kommuninvånarna. I syfte att användas som komplement till webbsida, telefon och e-post.

Munkedals kommun ska använda sociala medier för dialog, marknadsföring, omvärldsbevakning och kriskommunikation. Rutinerna beskriver ansvar, förhållningssätt och hur inlägg hanteras. Slutligen finns även rekommendationer av vilka lagar och regler som bör kännas till.

Munkedals kommun kommer endast ha en gemensam facebook sida som administreras av webbredaktören. Under 2013 kommer en utvärdering att göras som kommer ligga till grund för en eventuell revidering av denna policy.

## Vad är sociala medier?

Sociala medier är ett växande fenomen som inte kommer att försvinna. Kommunikationskanalerna blir fler och mer användarstyrda. Det är mottagarna själva som bestämmer vad de vill läsa och vart.

**Bloggar** – En blogg är en webbplats som innehåller inlägg eller anteckningar ordnade efter datum så att de senaste inläggen hamnar högst upp. Ofta handlar bloggar om ett visst ämne som bevakas ur olika aspekter. Bloggare interagerar med sina läsare genom en kommentarfunktion.

**Community** – Ett socialt nätverk där likasinnade kan komma i kontakt med varandra. Användarna kan presentera sig med ålder, intressen eller åsikter. Ofta finns det diskussionsforum eller chatt där man kan se vilka andra personer som är inloggade. Facebook, Google +, Linked in, Lunarstorm, Familjeliv med flera.

**Fildelning** – Användarna delar med sig av material, till exempel musik, videoklipp, foton eller powerpointpresentationer. Användarna själva genererar materialet och det är fritt att titta på eller ladda ner av besökarna. Flickr, Slideshare och Youtube är några exempel.

**Forum** – Det finns en mängd olika forum där ämnen inom skilda områden diskuteras. Medlemmarna kan registrera sig och dela erfarenheter i olika nätverk.

**Microbloggar** - En blogg där antalet tecken per inlägg är begränsat till ett litet antal. Den mest kända är Twitter, som gett upphov till uttrycket twittra (kvittra).

**RSS** – (Really Simple Syndication) Ett informationsflöde som används till att erbjuda prenumerationer på uppdateringar från olika informationskällor. T.ex. blogginlägg, nyhetsartiklar, ljud och video.

**Wikisar** – Wiki betyder snabb. En webbplats där sidorna kan redigeras av besökarna själva. Den kanske mest kända är encyklopedin Wikipedia. Används till faktadatabaser, projekt, bloggar och sociala nätverk.

## Faktorer att uppmärksamma

### Möjligheter

- Skapa dialog, förståelse och delaktighet
- Marknadsföra kommunen, dess verksamheter och tjänster
- Öka servicen

- Minska trycket på andra kanaler (färre telefonsamtal)
- Utöka nätverket med nya målgrupper
- Målgruppsanpassa kommunikationen
- Tidigt fånga upp konflikter på den "digitala skolgården" (se sid. 3)

### **Risker**

- Sociala medier är användarstyrt. Egna och andras inlägg är att betrakta som allmän handling.
- Dialog ställer krav på bevakning, görs inlägg? ska de besvaras?
- Sociala medier ställer krav på resurser i form av tid och engagemang.
- Kränkningar, trakasserier och hot kan spridas snabbt och få konsekvenser. Inlägg som dessa ska inte besvaras utan tas bort omedelbart.

## **Policy**

Munkedals kommun ska använda sociala medier för att:

### **Skapa dialog**

Sociala medier kan användas för att skapa relation och utveckla dialogen med kommuninvånarna. Bloggar och diskussionsforum kan generera idéer som kan förbättra verksamheten och kommunens tjänster. Det möjliggör också en närmre och mer direkt dialog med de unga i Munkedals kommun.

### **Marknadsföra kommunen**

Användandet av sociala medier ger en möjlighet att bredda nätverket och sprida kommunens budskap i fler kanaler och till nya målgrupper. (Jens F Jensen, 2011) Det är ett kostnadsfritt sätt att marknadsföra kommunen, dess verksamhet och tjänster. Vilket bidrar till ett stärkt varumärke. Munkedals kommun behöver marknadsföras på fler och mer innovativa arenor.

### **Omvärldsbevaka**

Sociala medier är ett effektivt verktyg för att på ett strukturerat sätt omvärldsbevaka på nätet. Informationsflöden som RSS, Facebook och Twitter ger tillgång till ett hanterbart urval av information. Sociala medier är även en bra returkanal för vad som skrivs om kommunen. Det är viktigt att ingripa och ge respons vid felaktig information eller missförstånd. Munkedals kommun ska vara ägare av den egna verksamhets information.

Det är av särskild vikt att aktörer inom barn- och utbildning följer upp hur skolan och dess elever framställs i sociala medier. Lindqvist och Thorslund (2011) berättar om "en skolgård som inte längre slutar borta vid staketet, utan som flyter över tid och rum". Unga har en arena som vuxna i dess omgivning måste förhålla sig till även om den känns främmande.

### **Kommunicera kriser**

Munkedals kommuns primära kommunikationskanal med kommuninvånarna är munkedal.se och det ska också vara den främsta platsen för att förmedla krisinformation. Men, det effektivaste sättet att nå ut med ett budskap till många vid kris är via sociala medier såsom Facebook och Twitter. Som ett komplement till webbplats, radio, tv och tidningar bör därför även dessa kanaler användas. Det är viktigt att kommunen redan innan kris är etablerad och behärskar dessa kanaler.

## Rutiner

Rutinerna beskriver ansvar, förhållningssätt och hur inlägg hanteras.

Den person som kommunicerar för kommunens räkning i sociala medier ska ha fått uppdraget av sin närmaste chef som i sin tur ska förankra beslutet hos områdeschef och sektorchef.

Det är viktigt att analysera syftet med deltagande i sociala medier. Fundera över hur användandet kan stärka verksamheten och dialogen med målgruppen.

Säkerställ beredskap och resurser. Om verksamheten bjuder in till dialog via sociala medier, ska det också finnas beredskap och resurser för att hantera den även långsiktigt.

Det viktigt att vara tydlig med sin roll i sociala medier. Att blanda privat och arbetsrelaterat innehåll ska undvikas. Skapa en tjänsteprofil istället för att använda en privat. Detta är viktigt för att skydda både egen och mottagarens integritet (särskilt om man för dialoger med unga i egenskap av t.ex. pedagog eller fritidsledare).

## Öppna ett konto

Det ska finnas en förteckning på munkedal.se med de sociala medier som kommunen är aktiv i. Detta eftersom dessa kanaler genererar allmänna och offentliga handlingar som ev. ska registreras. Det måste finnas en god överblick och bevakning så att kommunen lever upp till de lagkrav som finns. Informationsansvarig för kommunen ska därför alltid informeras när ett nytt konto eller blogg öppnas. Närmste chef ska alltid tillfrågas innan ett konto öppnas och se till att det är förankrat. Det måste vara fler än en som har tillgång till kontot så att sidan inte blir inaktiv vid frånvaro.

Den grafiska profilen för Munkedals kommun ska följas, har Munkedals kommun öppnat ett konto ska kommunens logotyp finnas med. Det ska alltid vara tydligt vem det är som kommunicerar (Datainspektionen 2010).

Facebook: Skapa kontot som en plats och ange att Munkedals kommun är en organisation. På sidan Om bör följande text skrivas in och anpassas för din förvaltning och dina uppgifter som ansvarig redaktör:

Välkommen till Munkedals kommun på Facebook! Här berättar vi om nyheter, händelser och evenemang i kommunen.

### Beskrivning

Detta är Munkedals kommuns officiella Facebook-sida.

Redaktör för denna Facebook-sida är:

Lotta Karlsson

Webbredaktör och informationsansvarig

Tillväxtenheten

E-post: [lotta.karlsson@munkedal.se](mailto:lotta.karlsson@munkedal.se)

Telefon: 0524-182 96

På vår Facebook-sida får du inte:

- Uppge sekretessbelagda uppgifter
- Bryta mot svensk lag

- Kränka andra
- Föra politiska diskussioner
- Göra reklam för produkter eller marknadsföra enskild näringsidkare
- Länka till annat än officiella myndighetssidor, eftersom vi annars inte kan garantera innehållet

Kommentarer eller inlägg som innehåller något av ovan eller som strider mot sidans syfte tar vi bort.

Vi underhåller vår sida under ordinarie arbetstider på vardagar.

Notera att alla inlägg och kommentarer är synliga för alla och blir allmänna handlingar. De kan därför begäras ut av allmänheten.

På vår facebook-sida gäller även vanliga regler och lagar kring offentlig verksamhet samt Facebooks användaravtal som du hittar här:

<http://www.facebook.com/terms.php?ref=pf>

For users who do not speak Swedish: This is the Facebook page for Munkedals kommun in the west of Sweden, all posts on this page are written in swedish. For more information, please contact: [lotta.karlsson@munkedal.se](mailto:lotta.karlsson@munkedal.se)

## Ansvar

Den person som utsetts som ansvarig för ett konto ansvarar också för att hantera de kommentarer, svar och synpunkter som kommer in. Sidan ska vara aktiv och hållas uppdaterad.

Ansvarer innebär att besvara inkommande synpunkter som riktas till kommunen inom en vecka (enligt lagstiftning). Men sociala medier ställer höga krav på snabbhet och närvaro. Därför bör alltid inlägg besvaras inom det närmaste dygnet på vardagar.

Ett kontoansvar omfattar både kommunens egna och andras inlägg. Om det kommer ett inlägg som strider mot gällande lagstiftning ska kommentaren tas bort, aldrig redigeras. (T.ex. personuppgifter, förtal, personangrepp, hets mot folkgrupp, sexistiska yttranden, trakasserier, olovliga våldsskildringar, pornografi, uppmaningar till brott eller upphovsrättsligt skyddat material.)

## Förhållningssätt

- Var trovärdig, noggrann, sanningsenlig och tydlig
- Var konsekvent, uppmuntra konstruktiv kritik och eftertanke.
- Var alltid uppriktig, ärlig och professionell.
- Tänk på att du är en offentliganställd person och ambassadör för kommunen. När det är möjligt, klargör din befattning.
- Skilj på privat och professionellt agerande.

I sociala medier används en personlig samtalston som är något ledigare än skrift i andra sammanhang. Inlägg ska alltid besvaras i en trevlig och positiv ton även om inlägget är osympatiskt.

En anställd får aldrig bryta mot sekretess eller tystnadsplikt. Foton tagna på personer får inte publiceras utan samtycke.

## Hantera inlägg

Kan man inte själv svara på en synpunkt eller fråga ska man meddela det och vidarebefordra ärendet till den handläggare som är bäst lämpad att svara.

Frågor som redan har ett svar eller en tydlig beskrivning på [munkedal.se](http://munkedal.se) hänvisas till den sidan med en länk.

Hänvisa också vidare i de fall frågan uppfattas som ett personärende som kan beröra sekretesskyddad information.

Exempel på svar gällande inlägg som uppfattas som en synpunkt:

*Hej! Tack för din åsikt. Vi tar gärna emot förslag, beröm och klagomål i formuläret [www.munkedal.se/demokrati och politik/sagvaddutycker](http://www.munkedal.se/demokrati och politik/sagvaddutycker) / Jenny, webbredaktör*

Exempel på svar gällande inlägg som uppfattas som ett personärende:

*Hej! Jag uppfattar att din fråga handlar om en specifik person därför ber jag dig att istället kontakta Individ och familjeomsorgen, telefon xxx eller e-post xxx. / Jenny, webbredaktör*

Använd gärna den här guiden: <http://www.axbom.se/filarkiv/axbom-miniguide-besvara-0.9.pdf>

## Diarieföring

Enligt Sveriges kommuner och landsting (SKL 2010), gäller samma regler för handlingar i sociala medier som för traditionella handlingar. En elektronisk handling är inkommen till kommunen när inlägget är publicerat. Ett inlägg av en tjänsteman på en extern, social webbplats är också upprättad direkt när den publicerats.

Munkedals kommun registrerar handlingar i verksamhetssystemet Diabas. Den kontoansvarige bör ha kunskap om detta samt själv registrera om en handling kräver det. Registratorerna är behjälpliga vid behov.

Enligt offentlighetsprincipen ska alla handlingar som innehåller sekretessbelagda uppgifter registreras. Övriga allmänna handlingar behöver inte registreras under förutsättning att de är ordnade så att det inte utan svårighet kan fastställas om de har kommit in eller upprättats av myndigheten. (E-delegationen 2010)

Allmänna handlingar som inte har betydelse för en myndighets verksamhet behöver varken registreras eller hållas ordnade. T.ex. reklam, anonyma skrifter och skrifter med meningslöst eller obegripligt innehåll som kommer in från enskilda.

För att dokumentera själva mediet bör man enligt SKL bevara en ögonblicksbild av det sociala mediet som används. Förslagsvis varje halvår eller vid en större förändring genom t.ex. en skärmdump. Kommunen bör också ha ett gallringsbeslut. Som innebär att till exempel ett inlägg eller andra inkomna kommentarer får gallras (tas bort) fortlöpande. Samma sak gäller för den information som kommunen själv skapat i ett socialt medium.

## Mät och utvärdera

Munkedals kommuns deltagande i sociala medier bör kunna mätas och utvärderas. Har deltagandet någon effekt, nås uppställda mål? Vad kan förbättras och

utvecklas? T.ex. Facebook har inbyggda verktyg som visar statistik över antal användare och interaktioner som inlägg och inläggsrespons.

Har inte kanalen önskad effekt bör man i utvärderingen fundera på förbättringsåtgärder alternativt stänga kontot.

### **Avsluta ett konto**

När ett konto ska avslutas måste det förankras hos närmste chef och kommunens informationsansvarig måste underrättas. Innan ett konto stängs bör kontoansvarig informera om detta i den aktuella kanalen. Tacka för engagemanget från de kommuninvånare eller andra som varit aktiva.

### **Lagar som styr**

SKL (2010) har gjort en juridisk granskning och kommit fram till att kommuner får använda sig av sociala medier. Förenklat gäller samma regler för myndighetens verksamhet i sociala medier som i övrigt agerande.

Lagar som bör kännas till:

- Förvaltningslagen
- Lagen om elektroniska anslagstavlor (BBS)
- Offentlighets- och sekretesslagen
- Personuppgiftslagen (PuL)
- Tryckfrihetsförordningen (TF), handlingsoffentligheten
- Upphovsrättslagen (URL)
- Yttrandefrihetsgrundlagen (YGL)

### **Förvaltningslagen och serviceskyldigheten**

För alla myndigheter gäller en allmän serviceskyldighet gentemot allmänheten, 4 § förvaltningslagen.

Den innebär att kommunen ska lämna upplysningar, vägledning, råd och annan hjälp till enskilda i frågor som rör kommunens verksamhetsområde. Hjälp ska ges i den utsträckning som är lämplig med hänsyn till frågans art och den enskildes behov av hjälp.

Frågor ska besvaras från enskilda så snart som möjligt och hänvisning ska ges om någon av misstag har vänt sig till fel myndighet.

### **Lagen om elektroniska anslagstavlor**

Lagen om elektroniska anslagstavlor (1998:112) omfattar elektronisk förmedling av meddelanden. T.ex. diskussionsforum bloggar mm.

Den som ansvarar för ett konto i ett socialt medie är skyldig att:

1. Hålla uppsikt över insända meddelanden. Hur ofta beror på hur stor trafik det är på anslagstavlan och vilken slags forum det är fråga om, men inte mer sällan än en vecka.
2. Ta bort vissa typer av brottsligt material som hamnat där och som innebär något av följande. a) uppvigling b) hets mot folkgrupp c) barnpornografibrott d) olaga våldsskildring e) upphovsrättsintrång.



## Offentlighets- och sekretesslagen

Inlägg som innehåller sekretessbelagd information får inte förekomma i sociala medier. Om personer som kommunicerar med Munkedals kommun i sociala medier tar upp frågor som är av känslig eller till och med sekretessbelagd karaktär ska konversationen avbrytas. Inlägget ska raderas och konversationen istället överförs till traditionell ärendehantering för vidare handläggning. Sociala medier är inte lämpliga forum för kommunikation inom verksamhetsområden där det förekommer mycket sekretessbelagd information, till exempel inom socialtjänsten eller vård- och omsorg.

## Personuppgiftslagen

Personuppgiftslagen innebär ett juridiskt ansvar med ett antal skyldigheter kopplat till skadeståndsansvar. All information som direkt eller indirekt kan knytas till en fysisk person är en personuppgift.

Ostrukturerat material t.ex. publicering av personuppgifter i löpande text på en webbsida, får publiceras av kommunen så länge de inte kränker den enskildes integritet. Man kan hantera PuL genom ett samtycke, tex publicering av foton på personer. (Datainspektionen 2011)

Uppgifter om personnummer, lagöverträdelse, sexuell läggning, medlemskap i tex fackförbund, politisk ställning, hälsotillstånd får inte publiceras. Det ska heller inte gå att härleda sådan information genom andra uppgifter. (Advokatfirman Fylgia 2011)

## Tryckfrihetsförordningen

Varje svensk medborgare har rätt att ta del av allmänna handlingar, enligt 2 kap. 1 § TF. Detta är viktigt att beakta när kommunen börjar använda sociala medier. Med handling menas framställning i skrift eller bild (traditionella handlingar) eller upptagning som kan läsas, avlyssnas eller på annat sätt uppfattas endast med tekniskt hjälpmedel (IT baserade handlingar).

De inlägg som görs i olika sociala medier inom ramen för kommunens verksamhet, är allmänna handlingar.

Handlingar som inte omfattas av sekretess behöver inte registreras utan kan hållas ordnade så att de lätt är sökbara. Varje myndighet måste ha en beskrivning över sina allmänna handlingar (dokumenthanteringsplan). Vilket innebär att kommunen är skyldig att ha en förteckning över de sociala medier som används.

Myndigheten bör fatta ett generellt gallringsbeslut om att handlingar av tillfällig eller ringa karaktär får gallras när de inte längre är aktuella.

## Upphovsrättslagen

Den som skapat ett litterärt eller konstnärligt verk har upphovsrätt till verket. Med verk avses ett alster som är resultatet av en skapande verksamhet från en människa som uppfyller ett visst mått av självständighet, s.k. verkshöjd.

Med andra ord allt som har ursprung i en kreativ handling. T.ex. texter, foton, illustrationer, filmer, konstnärliga verk m.m.

Det krävs tillstånd från upphovsmannen att använda dennes verk. En anställd äger inte rätten till t.ex. ett foto. Om det är taget inom ramen för normal anställning. Men upphovsmannen har alltid rätt till namngivelse vid publicering.

## Yttrandefrihetsgrundlagen

Anställda hos myndigheter har rätt till samma yttrandefrihet som andra medborgare (2 kap. 1 § 1 regeringsformen, RF).

Det betyder att en anställd i Munkedals kommun har rätt att fritt uttrycka tankar, åsikter och känslor. Men rättigheten begränsas av sekretess och tystnadsplikt. Arbetsgivaren är också förbjuden att efterforska vem som har yttrat sig i en speciell fråga och får inte avskräcka en anställd från att yttra sig genom kritik eller bestraffningar. Men, den anställda har samtidigt lojalitetsplikt vilket innebär att utföra sitt arbete enligt arbetsgivarens instruktioner.

## Referenser:

Advokatfirman Fylgia (2011), Kommunutbildning, *Facebook, twitter och kommunala webbplatser*.

Axboms miniguide, <http://www.axbom.se/filarkiv/axbom-miniguide-besvara-0.9.pdf>

Datainspektionen (2010), *Personuppgifter i sociala medier*,(2011-12-06)

E-delegationen (2010), *Riktlinjer för myndigheters användning av sociala medier*. (2011-12-06)

Jensen F Jens, Professor i Interaktive Multimedier, Aalborg Universitet, (2011), *Marknadsføring sociale medier og viral marknadsføring*.

Karlstads kommun (2010), *Kommunens strategi och riktlinjer för sociala medier*, (2011-12-06)

Lindqvist och Thorslund (2011), Stiftelsen för Internetinfrastruktur, *Unga och Internet*.

SKL, Sveriges Kommuner och Landsting, (2010), *Sociala medier och handlingsoffentligheten*.

Thoresson Anders (2011), Stiftelsen för Internetinfrastruktur, *Flöden, kvitter och statusuppdateringar*.