



Handbok för sociala medier

2019-09-27



Använder du sociala medier i ditt arbete eller funderar du på att starta ett konto? I den här handboken hittar du tips och råd hur du kan arbeta med sociala medier och vad du ska tänka på när du publicerar inlägg med Östhammars kommun som avsändare.

Varför sociala medier?

Vår närvaro i sociala medier är ett sätt att leva upp till våra värdeord: engagemang, öppenhet, ansvar och tillsammans. Genom att använda oss av dessa medier kan vi:

- Föra dialog med heltids- och deltidsboende samt turister.
- Ge bra service med snabba svar.
- Lära känna invånarna och förstå deras behov.
- Bidra till ökad delaktighet och insyn.
- Sprida det som händer. När det händer.
- Öka förtroendet för Östhammars kommun.
- Stärka Östhammars kommuns varumärke.
- Stärka bilden av Östhammars kommun som en attraktiv arbetsgivare.
- Fråga efter synpunkter.
- Ge Östhammars kommun mer "kött och blod".
- Lämna kommunhuset och komma närmare invånarna.
- Dela med oss av goda berättelser och tips.
- Arbeta proaktivt.

Den grafiska profilen

Det är viktigt att vara tydlig och öppen med att vi representerar Östhammars kommun. Den grafiska profilen hjälper oss att bli mer synliga och Östhammars kommun blir lättare att känna igen som avsändare. I sociala medier används exempelvis kommunens logotyp på de officiella kommunkontona. Östhammars kommuns grafiska profil finns på vårt intranät Ines.

Närvaro, engagemang och bevakning

Närvaro i sociala medier kräver tid och engagemang. Den ansvariga utgivaren för sociala medier är kommundirektören.

När en större fråga eller händelse är aktuell är det viktigt att bevaka vad som händer i våra kanaler. Närvaron i sociala medier är ett gemensamt ansvar och en del av vår omvärldsbevakningen och varje verksamhet ansvarar för att bevaka vad andra skriver om verksamheten.

Generellt ska frågor besvaras snabbt, inom ett dygn under kontorstid. Varje verksamhet ansvarar för att snabbt bidra med svar på frågor och synpunkter som rör den egna verksamheten. Att ge ett svar på ett inlägg innebär inte att vi direkt kan ge ett svar med en lösning. Det viktiga är att visa att vi sett inlägget och bekräftar det och ber att få återkomma.

Tilltal

Sociala medier präglas av ett personligt tilltal och korta kommentarer. När vi uttalar oss i sociala medier som representant för kommunen gör vi det med ett seriöst, sakligt och vänligt tilltal. Ett ogenomtänkt uttalande, som tidigare bara hade nått ett fåtal, kan via sociala medier spridas snabbt. Ryckt ur sitt sammanhang kan det lätt feltolkas och oftast finns det ingen möjlighet att stoppa spridningen.

De inlägg vi skriver ska ha en avsändare. Exempel på hur ett inlägg kan avslutas: "Vänliga hälsningar, Eva, kommunikatör på Östhammars kommun" eller "Allt gott! / Eva, kommunikatör på Östhammars kommun". Om vi klistrar in exakt samma svar till alla som ställer liknande frågor, riskerar vi att tolkas som oengagerade. Att lägga den lilla extra tiden att ge ett personligt utformat svar, även om informationen i stort är densamma som i ett tidigare svar, visar att vi engagerar oss.

Yttrandefrihet, sekretess och personuppgifter

Som personuppgifter räknas inte bara namn och personnummer, utan alla uppgifter som enskilt eller i kombination identifierar en fysisk person, exempelvis födelsedatum, e-post, klass, adress, mobilnummer, fotografier eller fastighetsbeteckning. Den utökade personuppgiftslagen, GDPR, innebär bland annat att vi inte får publicera denna information om personer utan skriftligt samtycke. Modellavtal och samtyckesblankett finns att hämta på vårt intranät Ines. För bilder från kommunens upphandlade bildbyrå ansvarar bildbyrån själv för att upprätta modell- eller samtyckesavtal.

Med anledning av GDPR är det beslutat att inlägg på Östhammars kommuns Facebooksida och Instagramkonto ligger kvar i max 18 månader. Därefter raderas de. Marknad- och kommunikationsnheten har som rutin att se till att detta görs. Facebook erbjuder inte möjligheter att radera privata meddelanden, så i nuläget ligger dessa kvar.

Personer som inte vill att personuppgifter ska finnas kvar på vår Facebooksida och inte själva kan ta bort dem, uppmanas ta kontakt med oss och berätta i vilket inlägg det finns så ordnar Östhammars kommun det.

Var och en är i sin fulla rätt att ge uttryck för både positiva och negativa synpunkter om Östhammars kommun. Yttrandefrihet är en grundläggande rättighet i vårt demokratiska samhälle.

Informationen som publiceras på sociala medier är att betrakta som allmänna handlingar. Uppgifter som omfattas av offentlighets- och sekretesslagen får inte förekomma på sociala medier. Medarbetare på Östhammars kommun får inte publicera uppgifter som innehåller sekretess.

Fotografering av minderåriga

Inom förskolan och skolan råder stark sekretess och det finns barn som har skyddad identitet. Bildpublicering av barn under görs därför med största försiktighet och inte utan målsmans skriftliga samtycke om barnet är under 13 år.

Personuppgifter som medarbetare

Personuppgifter för personer i deras arbete kan vara av harmlöst slag, till exempel namn, befattning, kontaktuppgifter för arbetet och därför möjliga att publicera utan samtycke. Detta gäller dock inte personuppgifter som berör individen som privatperson. Personer som själva valt att bli offentligt kända, till exempel förtroendevalda, kan i större utsträckning vara tvungna att acceptera att deras personuppgifter publiceras. Även här ska vi ta hänsyn till gränsen mellan det privata och det offentliga. För publicering av känsliga personuppgifter (religion, etnisk tillhörighet, fackföreningstillhörighet, hälsouppgifter, sexuell läggning osv.) ska samtycke finnas.

Enskilt ärende

Sociala medier är en bra kanal för kommunen att ge service och information i. Det kan också användas i vissa skeden av ett ärende. I enskilda ärenden, särskilt om de innehåller uppgifter om personliga eller ekonomiska förhållanden, bör inte sociala medier användas. Kommunen kan bli skadeståndsskyldig om vi lämnar felaktiga upplysningar eller råd. Gör därför inga uttalanden i ett socialt medium som kan uppfattas som råd eller upplysningar som kan få ekonomiska konsekvenser.

Otillåtna inlägg och kommentarer

Alla har rätt till att ha sina egna åsikter och att uttrycka dem i ett demokratiskt samhälle. Det innebär däremot inte per automatik att alla har rätt att säga vad som helst i våra kanaler och att vi inte ska moderera dessa.

Att vi väljer att dölja en kommentar har att göra med att vi inte vill hjälpa till att ytterligare sprida något som vi anser vara negativt. Skulle kommentaren vara olaglig eller strida mot våra riktlinjer raderar vi den. Att dölja en kommentar betyder att det inte går att läsa på vår sida om man inte är vän med personen som skrivit den. På så sätt begränsas spridningen av den. Vi tillämpar funktionen ytterst sällan och endast när vi anser att det behövs. Det föregås alltid av en noggrann avstämning.

Inlägg som strider mot gällande lagstiftning eller kommunens riktlinjer ska omgående tas bort. Innan radering måste innehållet och information om dess avsändare sparas ner genom en skärmdump och skickas till marknad- och kommunikationsenheten.

Detta är inte accepterat på sociala medier:

- Förtal, personangrepp eller förolämpningar
- Sekretessbelagda uppgifter
- Hets mot folkgrupp, sexistiska yttranden eller andra trakasserier
- Olovliga våldsskildringar eller pornografi
- Uppmaningar till brott
- Olovligt bruk av upphovsrättsligt skyddat material
- Kommersiella budskap eller reklam

På samtliga konton på Facebook ska det tydligt framgå vilka regler som gäller.

Upphovsrättslagen

Det är viktigt att respektera upphovsrätten till text och bild och annans rätt till text och bild får inte kränkas. Det är inte tillåtet att kopiera text, bild eller ljud från andra webbsidor utan upphovsmannens medgivande. Citera endast korta delar av andras texter och ange alltid källan. Det är praxis i sociala medier att länka till andras material snarare än att kopiera.

Allmän handling och diarieföring

Inlägg som vi gör i sociala medier och som utomstående gör i dialog med oss blir allmän handling. Samma regler gäller på sociala medier som för traditionella handlingar. Östhammar Direkt hanterar de flesta ärenden i sitt ärendehanteringsverktyg. Inläggets karaktär avgör om det ska diarieföras. Inlägg och kommentarer av ringa eller tillfällig betydelse, till exempel enkel fråga som får ett svar eller inlägg och kommentarer som ligger utanför kommunens ansvar behöver inte diarieföras.

Kriskommunikation

Sociala medier kan vara ett komplement vid kriskommunikation. Om man väljer att använda sociala medier vid en kris är det viktigt att ha beredskap för att snabbt besvara frågor och bemöta inlägg.

Det snabba sättet att lära dig sociala medier

Här är nio snabba, goda råd och tips för hur du bäst ska jobba i sociala medier.

1. **Ge ett värde** - Ta reda på vad din målgrupp skulle kunna ha för nytta av er närvaro i sociala medier och planera innehållet utifrån det. Inte tvärt om.
2. **Planera** - Arbetet med sociala medier gör sig inte själv. Lägg upp en plan för hur du ska göra.
3. **Presentera dig** - När du skapar ett konto, presenterar dig och verksamheten på relevant sätt.
4. **Var social. Var generös. Var ödmjuk.** - Bygg relationer genom dialog. Dela med er av er kunskap. Ställ frågor och var noga med att lyssna på svaren.
5. **Anpassa** - Tänk på att era publiceringar syns i mottagarens egna nyhetsflöde. Försök att passa in i ett flöde hellre än att se till den egna Facebooksidan.
6. **Ge intresse och skapa nätverk** - När du har med en länk är det viktigt att det sociala inte försvinner, genom att publicera endast länken. Berätta varför följarna borde klicka på länken och uppmuntra gärna följarna att dela med sig av vad de tycker.
7. **Tidsanpassa uppdateringar** - På Facebook är det extra viktigt att inläggen är anpassade efter omständigheterna. Dels för att öka relevansen hos mottagaren, men också för att öka chanserna att faktiskt synas i deras flöde.
8. **Strukturera din omvärldsbevakning** - Planera och strukturera för att kunna arbeta effektivt med din omvärldsbevakning. Genom att omvärldsbevaka kan du få en uppfattning av vad andra tycker om er verksamhet eller vilka ämnen som diskuteras inom ert verksamhetsområde. Att lyssna och lära är lika viktigt som att dela med sig av kunskap i sociala medier.
9. **Förmedla expertis** - Involvera så många som möjligt i din organisation. Er målgrupp vill kommunicera med experterna. Lättåtkomlig expertis uppfattas som inkluderande för mottagaren.

Att tänka på om du ska starta ett sociala medier-konto

Ska din verksamhet eller enhet starta ett eget sociala medier-konto? Då är det viktigt att du lägger upp en planering med bland annat syft och mål med kontot samt hur det ska administreras.

Besvara följande frågor:

- **Syfte** - Varför ska det sociala mediet användas?
- **Mål** - Vad är målet med kommunikationen?
- **Målgrupp** - Vilka frågor ska i huvudsak kommuniceras, hänger det ihop med budskap i andra kanaler, finns det risk för att budskap krockar?
- **Kanal** - Vilken typ av socialt medium ska ni använda?
- **Resurser** - Har ni bedömt vilka insatser som behövs i tid och resurser för att upprätta och hålla det sociala mediet under uppsikt? Alla konton ska ha minst två utsedda redaktörer och ersättare vid frånvaro.
- **Bevakning** - Vem/vilka sköter bevakning och uppdatering?
- **Avsändare** - Framgår det tydligt att avsändaren är Östhammars kommun?
- **Risker** - Är ni uppdaterade på vad som gäller kring sekretess och GDPR?
- **Diarietföring, gallring och arkivering** - Hur ser rutinerna ut?
- **Kriskommunikation** - Hur använder ni mediet vid kris, hur hänger det ihop med övriga informationsinsatser?
- **Informationskrav** - Har ni fått med all övergripande information som ska finnas?
- **Meddela** - Marknad och kommunikationsenheten måste få information om att ni upprättar ett konto alternativt stänger ett konto.

Lista över aktiva konton

På intranätet Ines finns det en lista över alla aktiva sociala medier-konton som är kopplade till någon verksamhet inom Östhammars kommun. Den förvaltning/verksamhet som beslutar att starta eller stänga ett konto måste därför meddela marknad- och kommunikationsenheten.

Inaktiva konton

Ska verksamheten sluta använda ett sociala medier-konto ska konto stängas ner. Alla konton som har varit inaktiva i över ett år ska avslutas. Meddela marknad- och kommunikationsenheten att kontot är inaktiverat/stängt.

Facebook

Att tänka på

Överdriv inte publiceringen. Facebook har ändrat sina regler för att minska effekten av företag som spammar ner flödet. Det innebär att har man för många inlägg per dag så får man ingen spridning på sina inlägg. Max 1-2 inlägg per dag och minst två inlägg per vecka. Det är bättre med färre inlägg som är ordentligt genomarbetade än fler som kanske inte håller samma kvalitet.

Bilder

Använd gärna bilder i dina inlägg på Facebook. Det är viktigt att du följer Östhammars kommuns grafiska profil. Ska du lägga ut en bild på en person måste en samtyckenblankett för bildanvändande skrivas under av personen som avbildas. Är personen under 13 år måste mål-samn skriva under blanketten.

Behörighet

Det finns flera olika nivåer på behörighet på Facebook. Ska en medarbetare börja arbeta med Facebook ska behörighetsnivån sättas utifrån arbetsuppgift. Vi ska vara restriktiva med att sätta den högsta behörighetsnivån *administratör*.

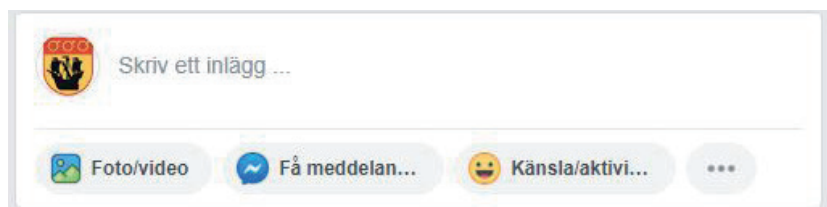
Följande behörigheter finns:

- Administratör
- Redaktör
- Moderator
- Annonsör
- Analytiker
- Anpassad

Så arbetar du praktiskt

Så skapar du ett inlägg

1. Gå in på Östhammars kommuns sida eller den verksamhetenssidan du ska publicera ett inlägg på.
2. Tryck på rutan i mitten av sidan, där det står *skriv ett inlägg*.



3. Du kan då:

- Skriva ett inlägg.
- Lägga till film/video/känsla genom att trycka på knapparna i de röda cirkelarna.
- Välja ett annat publiceringsdatum/tid genom att trycka på knappen med en liten pil och klocka där det står *dela nu* (gröna cirkeln).
- Ska du publicera inlägget på direkten, tryck på den blåa knappen där det står *dela nu*.



Så redigerar du ett inlägg

1. Gå till inlägget som du vill redigera och tryck på de tre prickarna i högra hörnet (röda cirkeln).
2. Du får då upp en meny, välj *redigera inlägg*.



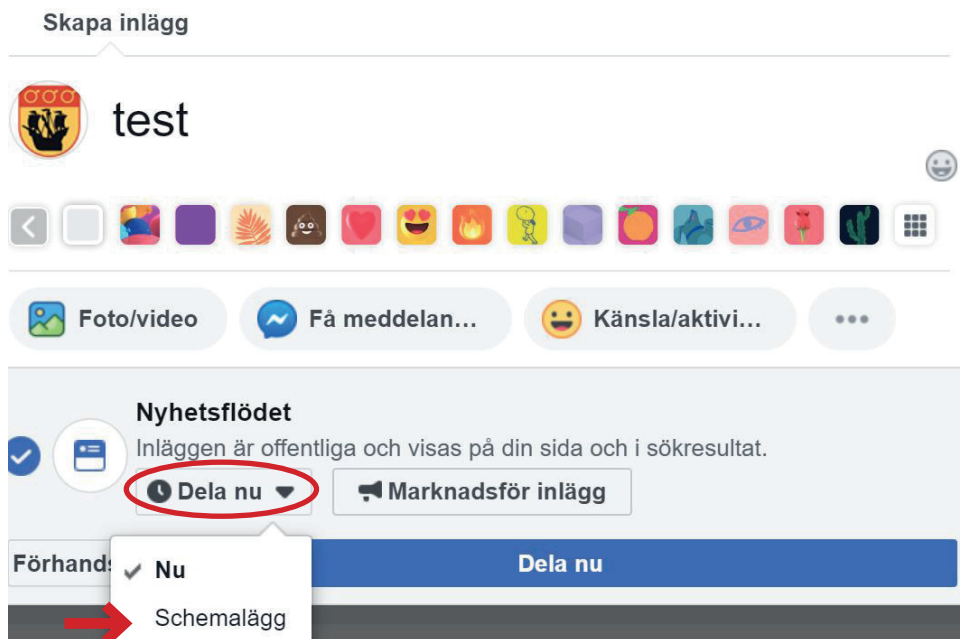
3. Nu kan du redigera texten i inlägget. När du är klar, tryck på den blåa rutan där det står *avsluta redigering*.

Bild och länk går inte att ändra efter att du har publicerat ett inlägg.



Så schemalägger du ett inlägg

1. Börja med att skapa ditt inlägg (se *så skapar du ett inlägg*).
2. Tryck därefter på knappen med den lilla pilen och klockan, där det står *dela nu* (röda cirkeln).
3. Därefter kommer en meny upp, tryck på *schemalägg*.



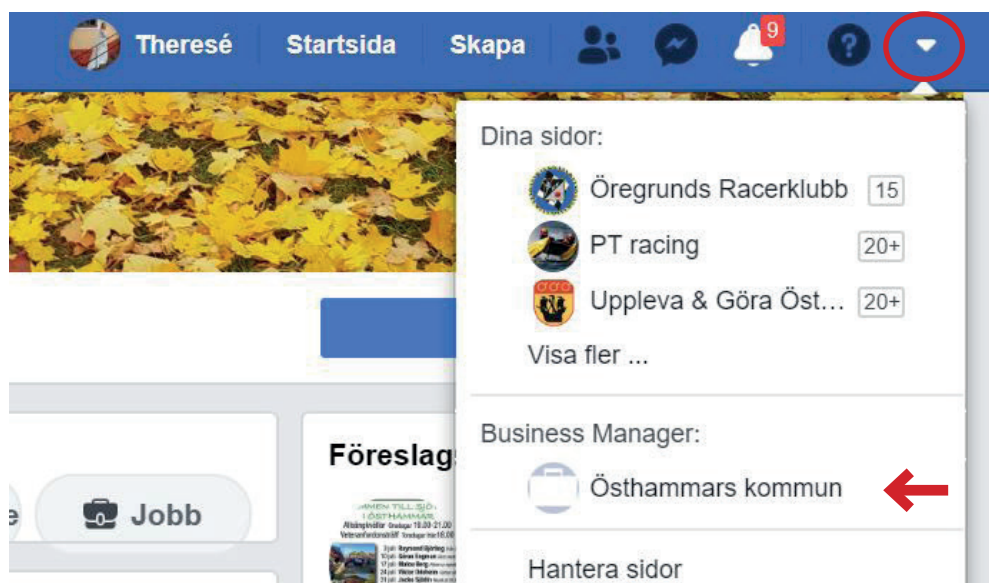
4. Välj datum då du vill att inlägget ska publiceras (röda cirkeln).
5. Välj tid då inlägget ska publiceras (gröna cirkeln).
6. Tryck därefter på den blåa knappen där det står *schemalägg*.



Business manager - Facebook

Att komma in i business manager

1. Logga in på din personliga Facebooksida.
2. Tryck på pilen i det högra hörnet, därefter väljer du *Östhammars kommun*.

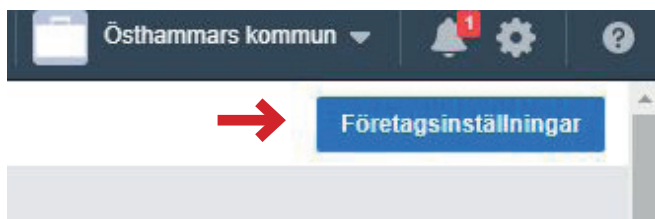


Dela ut Business manager-behörighet

Ska du bjuda in en redaktör eller administratör till Business manager?

Gör så här:

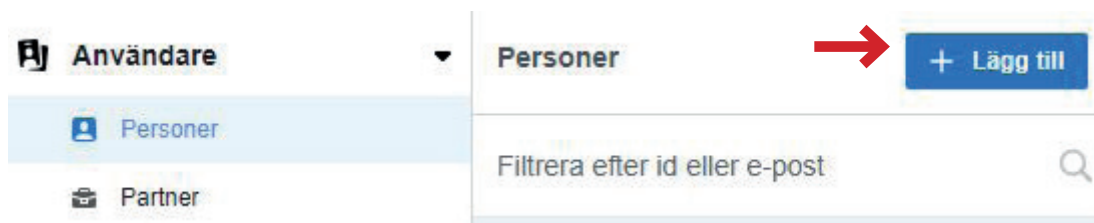
1. Gå in på startsidan i Business manager. Tryck på den blå knappen *Företagsinställningar* i det högra hörnet. Eller...



... tryck på menyknappen till vänster (röda cirkeln) och därefter *företagsinställningar* som finns till höger i menyn, som kommer upp.



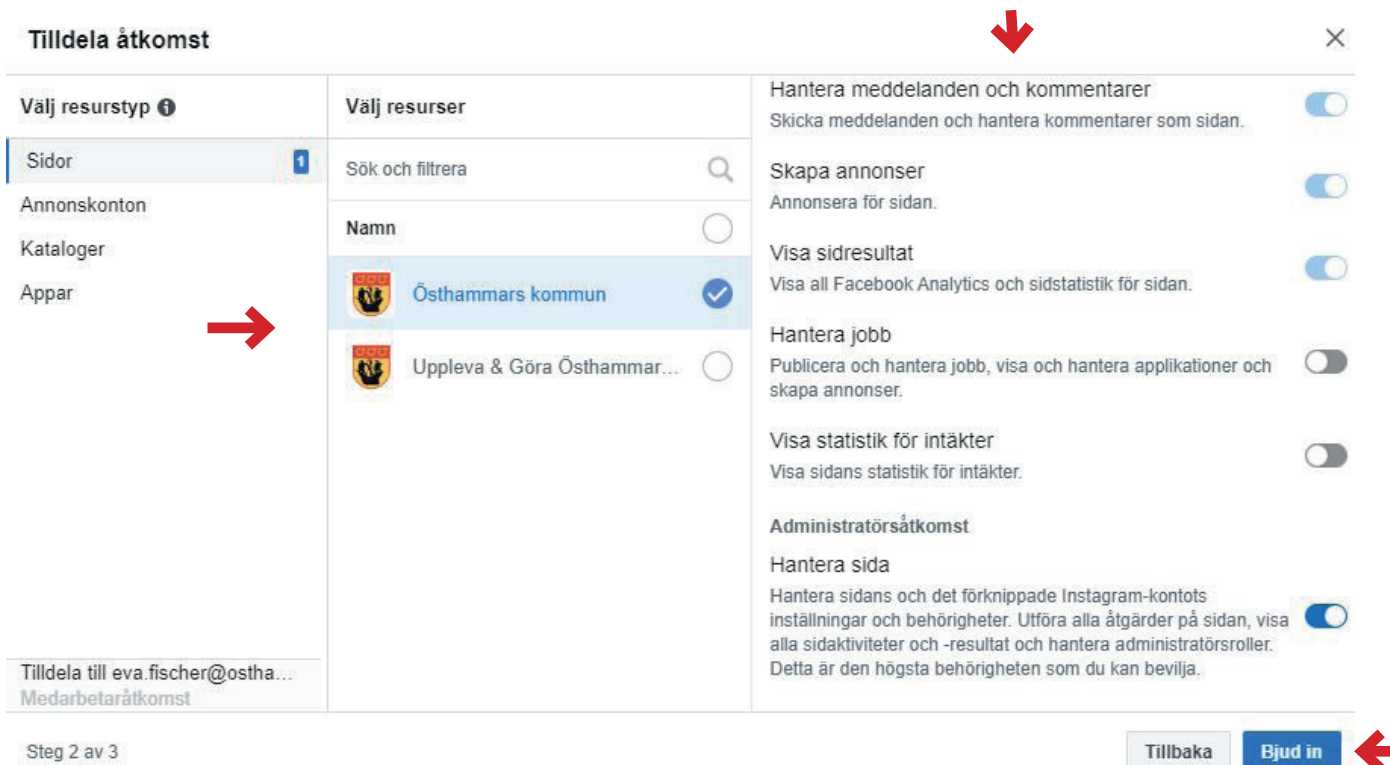
2. Du kommer automatiskt in på sidan för användare. I den högra splaten lägger du till personer henom att trycka på den blåa knappen + *Lägg till*.



3. Skriv i medarbetarens mejladress och välj vilken behörighet personen ska ha. Tryck därefter på den blåa knappen *Nästa*.



4. Välj därefter vilken/vilka sidor personen ska få tillgång till och behörigheten för vardera sida. Tryck därefter på den blåa knappen *Bjud in*.



Instagram

Bilder

Det är viktigt att du följer Östhammars kommuns grafiska profil. Ska du lägga ut en bild på en person måste en samtyckenblankett för bildanvändande skrivas under av personen som avbildas. Är personen under 13 år måste målsamn skriva under blanketten.

Så arbetar du praktiskt

Så laddar du ner appen

1. Öppna upp appen App Store (om du har en Appel-enhet) eller Google play (om du har en android).
2. Sök efter appen Instagram och ladda ner den.

Instagrams logotyp:



Logga in på Instagram

Du kan välja att vara inloggad på ett eller flera konton samtidigt. **Inloggning 1:** när du endast är inloggat på ett konto. **Inloggning 2:** när du loggar in på ett till konto - när du redan är inloggad på ett annat konto.

Inloggning 1:

1. Öppna appen Instagram.
2. Fyll i användarnamn och lösenord, tryck därefter på logga in.

Instagram

[Glömt lösenordet?](#)

Logga in

Inloggning 2:

1. Tryck på de tre sträcken i högra hörnet (röda cirkeln).



2. Du får då upp en meny till höger. Tryck på *inställningar* som finns längst ner på menyn (röda cirkel). →

3. Tryck på *lägg till konto* som finns längst ner i menyn som kommer upp.

Ⓜ Hjälp >

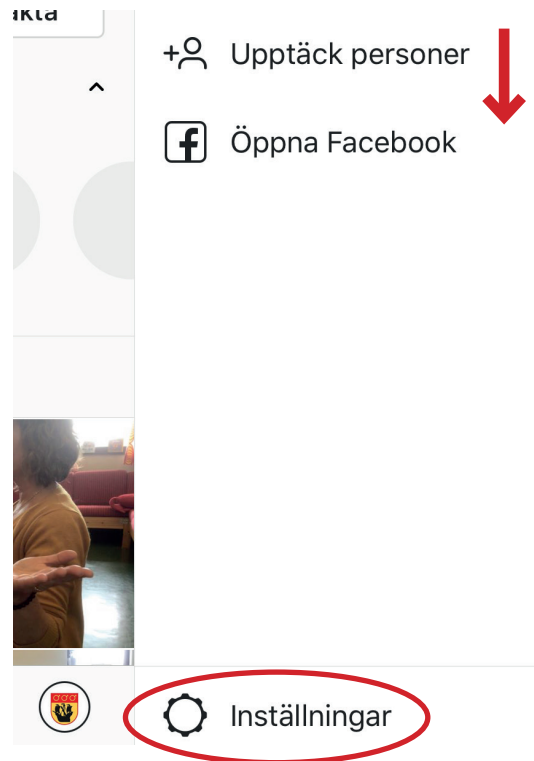
ⓘ Om >

Inloggningar

Inloggningsuppgifter >

Lägg till konto

Logga ut



4. Logga in genom att fylla i användarnamn samt lösenord. Tryck därefter på kanppen *logga in*.

Instagram

[Glömt lösenordet?](#)

Logga in

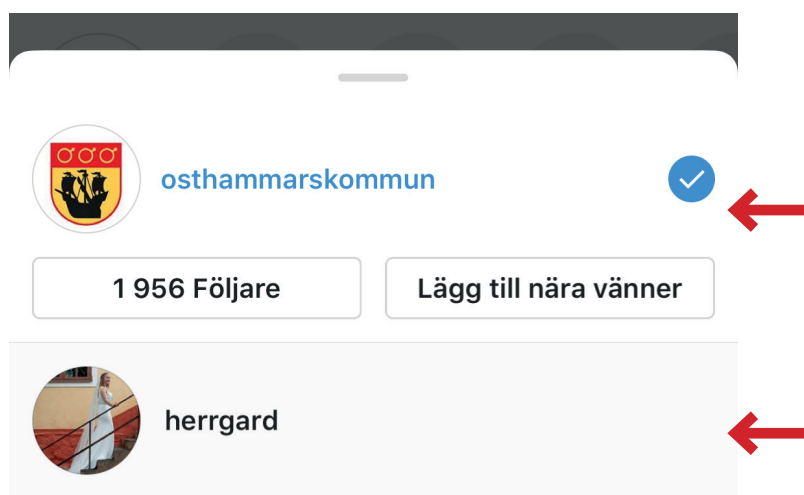
Skifta mellan två konton

Om du är inloggad på flera konton samtidigt, kan du enkelt skifta mellan dem Gör så här:

1. Gå in på startsidan på det aktiva kontot.
2. Högst upp står kontots namn med en pil bredvid. Tryck där (röda cirkeln).



2. Tryck på det konto som du vill gå över till, i menyn som kommer upp längst ner.



Fördjupning

Datainspektionen

[Personuppgifter i sociala medier](#)

Fler interna dokument

- Riktlinjer för sociala medier
- Information om Instagram