

# Riktlinjer för användning av sociala medier

Övergripande inriktningsdokument



## Beslutshistorik

Antagen av kommunstyrelsen 2010-04-28, § 91

Reviderad av informationschefen

## Ägare<sup>1</sup>

-

## Förvaltarskap<sup>2</sup>

Informationschefen

## Uppföljning

Hur: Kontroll mot ...  
Inhämta erfarenheter och eventuella synpunkter från ...

När: - månader innan giltighetstiden upphör.

---

<sup>1</sup> Ägarskapet innebär ansvar för att styrdokumentet beaktas i beslutsprocessen samt för att efterfråga och ta del av uppföljning. Vidare att vid behov besluta om förändringar.

<sup>2</sup> Förvaltarskapet innebär ansvar för att

- dokumentet efterlevs
- är tillgängligt
- följa eventuellt ändrade förutsättningar för dokumentet
- dokumentet följs upp och revideras
- dokumentet är aktuellt och uppdaterat

## Riktlinjer för användning av sociala medier

Katrineholms kommun på sociala medier ska nås samlat. Detta sker på två platser, dels på kommunens webbplats [www.katrineholm.se](http://www.katrineholm.se) och dels på facebook.

På webbplatsen samlas innehållet på alla sociala medier exklusive facebook, det vill säga exempelvis bloggar, mikroblogger video och bild-konton.

På facebook samlas alla Katrineholms sidor, grupper, evenemang och personer med mera via länkar på Katrineholms kommuns officiella facebook-sida. Dessutom visas en koppling till Katrineholmssidan på respektive annan facebook-plats som representerar kommunen. Kommunens logotyp finns således med för att göra det tydligt vem som är avsändaren.

Den traditionella webbplatsen följer den grafiska profilen. Detta ska eftersträvas på sociala medier, för att avsändaren ska bli tydlig. Det är dock inget krav.

Bedömning av om, vem och vilka som ska använda sociala medier i tjänsteutövningen sker av respektive verksamhet. Den som utses har ett ansvar för att hantera mediet på ett bra sätt och enligt dessa riktlinjer.

Riktlinjerna för användning av sociala medier gäller endast medier där det är möjligt att kommunicera, föra en dialog. Om teknisk plattform för sociala medier används utan dialogfunktion, omfattas mediet av webbriktlinjerna.

### Vem använder sociala medier för Katrineholms kommun?

1. Kommunledningsförvaltningen och informationskontot har ett samordnande ansvar för sociala medier. Katrineholms kommuns officiella kanaler hanteras i enlighet med offentlighetsprincipen och bestämmelser om arkivering Varje förvaltning har ansvar för sin egen kommunikation. Därför har varje
  - förvaltning även beslutsmandat över
  - om förvaltningen använder sociala medier,
  - vilka verktyg och/eller tjänster som används samt
  - vem eller vilka som får representera förvaltningen inom sociala medier.
2. Förvaltningar som väljer att engagera sig inom sociala medier ska tydliggöra att engagemanget sker som ett led i förvaltningens verksamhetsutövning. Vid användning av den officiella e-post-adressen och/eller telefonnumret som är kopplat till förvaltningen anses uttalanden alltid gjorda som ett led i tjänsteutövningen.
3. När en förvaltning väljer att finnas representerad på sociala medier ska det meddelas till informationskontoret, tillsammans med kontaktuppgifter till mediet och ansvarig person på förvaltningen. Informationskontoret upprättar och underhåller en förteckning över de kanaler som används i officiellt syfte inom Katrineholms kommun.
4. Varje kommunikationskanal, med undantag för facebook, ska förfoga över möjligheter att automatiskt inhämta innehållet för att det ska kunna visas på Katrineholms kommuns webbplats.<sup>3</sup>
5. När en förvaltning använder sig av facebook ska en särskild facebook-applikation installeras. Facebook-applikationen visar information om Katrineholms kommuns sammanlagda närvaro på facebook. Kommunledningsförvaltningen administrerar och installerar denna applikation.
6. Respektive parti som är representerat i kommunfullmäktige har rätt att ha en länk till sin blogg eller dylikt på kommunens samlande webbplats för sociala medier.

---

<sup>3</sup> Automatisk inhämtning kan t.ex. ske med hjälp av RSS eller JSON (se definitioner i slutet av dokumentet). Informationskontoret är behjälplig med tekniska frågor.

## Hur hanteras inkomna synpunkter, svar och kommentarer?

7. Enskilda befattningshavare, som har fått i uppdrag att som ett led i tjänsteutövningen närvara på sociala medier, ansvarar för hantering av inkommande synpunkter, svar och kommentarer. Vid befattningshavares frånvaro ska ersättare finnas utsedd. En schematisk översyn av flödet vid hantering av inkomna svar, kommentarer eller synpunkter framgår av Bilaga 2: Flödesschema för inkomna svar, kommentarer och synpunkter. Ansvarat innebär att antingen;
- besvara inkommande synpunkter som riktas till myndigheten<sup>4</sup>,
  - vidarebefordra dessa till en befattningshavare som är bättre lämpad att besvara dessa *eller*
  - avpublicera dessa med stöd av punkt 9.

Tänk på att svar på sociala medier ska ske snabbt och gärna med ett personligt tilltal. Läsare på det sociala mediet ska kunna få kontakt med den ansvarige på ett tydligt angivet sätt, för att framföra direkta synpunkter, exempelvis anmälan om olämpliga kommentarer.

8. Information, kommentarer och synpunkter som lämnas på ett offentligt forum som utgör en officiell kanal av Katrineholms kommun och som är tillgängliga för allmänheten behöver inte diarieföras i direkt analogi med biblioteksregeln i Tryckfrihetsförordningen. Meddelanden som skickas till en person som närvarar på den sociala webben som ett led i tjänsteutövningen utgör däremot i regel inkomna handlingar. Mottagaren svarar för att informationen hanteras på behörigt sätt. Det innebär exempelvis också att direktmeddelanden ska in i kommunens ordinarie system i regel: klipp- och klistra eller kopia till myndighetsbrevlåda.
9. Kommentarer, synpunkter eller svar som kan antas strida mot gällande lagstiftning, direktiv och/eller policydokument ska skyndsamt avpubliceras eller raderas. Innan radering måste innehållet av meddelandet samt information om dess avsändare sparas. Såväl avpublicerat som raderat innehåll måste behandlas i enlighet med regler om allmänna handlingar.

---

<sup>4</sup> På sociala medier behöver inte alla frågor besvaras av kommunen, utan en diskussion om en fråga kan ske mellan olika parter på ”vår” plattform. Direkta kommentarer som rimligen förutsätter ett svar besvaras alltid omgående.



Kommentar får inte innehålla:

- förtal, personliga angrepp eller förolämpningar
- hets mot folkgrupp, sexistiska yttranden eller andra trakasserier
- olovliga våldsskildringar eller pornografi • uppmaningar till brott eller utgöra annan brottslig verksamhet
- olovligt bruk av upphovsrättsligt skyddat material
- svordomar eller obscena ord
- kommersiella budskap eller reklam

Om tillägg sker i dessa punkter på exempelvis en blogg, ska detta diskuteras med informationskontoret innan det genomförs.

---



## Bilaga 1: Definitioner

**Sociala medier** är användargenererat innehåll som skapas med hjälp av tillgängliga och skalbara teknologier på Internet. Exempel på sociala medier omfattar facebook, bloggar, MySpace, YouTube, Second Life, Twitter, LinkedIn, Delicious, FlickrR, Bilddagboken etc.

**Bilddagboken** (ofta förkortat *BDB*) är en svensk kommersiell nätgemenskap där personer kan ladda upp foton och presentera dessa för andra medlemmar.

**Blogg** (förkortning av *webblogg*; av *engelskans blog*, kortform av *weblog* från *de engelska orden 'web' och 'log'*), *webbjournal* eller *webbdagbok* är en webbplats som innehåller periodiskt publicerade inlägg och/eller dagboksanteckningar på en webbsida där inläggen är ordnade så att de senaste inläggen oftast är högst upp. Till skillnad mot traditionella webbplatser är bloggar i regel mer personligt hållna.

**Delicious och Digg** är webbplatser där användare sparar, sorterar och delar med sig av sina webb-bokmärken. I Sverige används ofta motsvarigheterna *digga.se*, *hupa.se* och liknande.

**Facebook** är det sociala nätverket/nätgemenskapen som i dagsläge används mest i Sverige.

**Facebook-applikation** är ett tillägsprogram som integrerar med facebook-plattformen och vars innehåll till skillnad mot externa webbplatser visas direkt på facebook.

**FlickrR** är en webbtjänst för uppladdning av digitala bilder och korta videofilmer i privata eller publika fotoalbum. Flickr är även en nätgemenskap som gör det möjligt för användare att skapa och använda sig av diskussionsgrupper samt kommentera bilder och videoklipp.

**JSON** (*JavaScript Object Notation*), är ett kompakt, textbaserat format som används för att utbyta data mellan olika datorer.

**LinkedIn** är en webbtjänst där man kan sköta sitt främst professionella nätverk. Tjänsten är huvudsakligen inriktad på att man ska kunna återknyta kontakten med gamla vänner och kollegor. Med hjälp av sitt kontaktnät kan man sedan hitta nytt arbete eller nya affärsmöjligheter.

**MySpace** är en engelskspråkig nätgemenskap. Webbplatsen är särskilt populär bland musiker och musikintresserade och många artister är medlemmar där. MySpaces funktioner inkluderar möjligheten att lägga ut sina egna låtar, blogga, ha en presentation och lägga in bilder.

**RSS** (beroende på sammanhang och version: *Rich Site Summary*, *RDF Site Summary* och/eller *Really Simple Syndication*) är en samling dataläsbara filformat som används för att informera om nytt eller förändrat webbinnehåll på bland annat nyhetssidor och bloggar. RSS används för att visa sammanfattningar eller fullständigt innehåll av text från exempelvis webben, tillsammans med en (permanent) länk till ursprungsplatsen.

**Second Life** är en virtuell värld som skapades 2003. Varje användare representeras av en avatar. Alla spelare kan bygga nya virtuella objekt och ge dessa objekt speciella egenskaper. Efter att fått mycket uppmärksamhet till en början (bl.a. en officiell svensk ambassad) är användandet av Second Life i dagsläge på nedåtgående.

**Twitter** (av engelskan – *kvitter*, *kvittra*) är en social nätverkssida och mikroblogg som möjliggör för användare att uppdatera sin webbdagbok och läsa andras uppdateringar (betecknas *tweets*), vilka består av textinlägg om högst 140 tecken.

**YouTube** är en webbplats där registrerade användare kan ladda upp, visa och kommentera videoklipp. YouTube rankades december 2009 som internets 3:e mest populära webbplats.



## Bilaga 2: Flödesschema för inkomna svar, kommentarer och synpunkter

