



MORA

RIKTLINJER FÖR SOCIAL MEDIER



Dokumentbeskrivningar

Policy

En policy ska ange viljeinriktningen för ett specifikt område. Den ska vara vägledande för beslut och styrning. En policy som är av principiell beskaffenhet eller av större vikt ska beslutas av kommunfullmäktige och i övrigt av kommunstyrelsen. En policy gäller tills vidare och bör därför revideras vart fjärde år och följa mandatperioden.

Program och planer

Ett program anger långsiktiga avsikter i en fråga av större vikt. Ett program är mer beskrivande än en policy och mer övergripande än en plan. Om program ska gälla för hela kommunen ska den antas av kommunfullmäktige.

En plan eller handlingsplan innehåller åtgärder som ska vidtas inom ett särskilt område och syftar till att förverkliga exempelvis mål, policy, lagar mm. En handlingsplan är mer konkret och specifik än en plan och innehåller exempelvis ansvar. De bör revideras vart fjärde år och följa mandatperioden

Föreskrifter

Regeringen har i förordningar gett kommunerna rätt att utfärda lokala föreskrifter med mer detaljerade bestämmelser än i förordning.

Riktlinjer och rutinbeskrivningar

En riktlinje innehåller anvisningar om hur en fråga ska hanteras. Den är vägledande i hur tjänstemän bör agera.

Reglemente

Kommunfullmäktige beslutar hur kommunen ska organiseras och vilka nämnder som skall finnas och hur de skall vara sammansatta. Det är obligatoriskt för kommunfullmäktige att utfärda reglementen för nämnderna. Reglementen är ett regelverk om nämndernas arbetsformer och har till uppgift dels att klargöra befogenhetsfördelningen mellan de olika nämnderna. Kommunfullmäktige beslutar också om sitt eget reglemente s.k. arbetsordning samt revisionens.

Bolagsordning och ägardirektiv

För de kommunala bolagen motsvaras reglementena av bolagsordning och ägardirektiv. Dessa kommunala aktiebolag ska följa såväl aktiebolagslagen som delar av kommunallagen.

Stadgar

Ett äldre begrepp för riktlinjer är stadgar, vilka antas av fullmäktige. Stadgar används mest i formen av regler för hur en förening eller stiftelse ska arbeta.

Taxor och avgifter

Kommunen har så kallad avgiftsmakt det vill säga befogenhet att ta ut avgifter av enskilda som ersättning antingen för kommunala prestationer eller för rätten att nyttja allmänna platser och inrättningar. Avgift som är privaträttsliga och är grundade på frivilliga avtal kallas avgifter. Avgifter som är offentligrättsliga det vill säga påtvingad prestation med stöd av bestämmelser i en allmän författning kallas taxor. Taxor och avgifter beslutas av fullmäktige.

Arvodet och andra kommunala stöd

Fullmäktige får besluta att förtroendevalda i skäligen omfattning får ersättning för sitt uppdrag och därtill uppkomna omkostnader.

Kommunen har möjlighet att ge olika stöd exempelvis till föreningar.

Riktlinjer för sociala medier

Fastställd	Kommunstyrelsen 2017-08-29 §108
Reviderad	-
Produktion	Kommunledningskontoret
Dnr	2016/00484 005

Vad är sociala medier

Sociala medier för Mora kommun är kommunikationskanaler som kombinerar teknik, social interaktion och användargenererat innehåll. Exempel är bloggar, diskussionsforum, artikelkommentarer, sociala nätverk som till exempel Facebook, Twitter, Instagram och Youtube. 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. Dialog och nätverkande är genomgående funktioner.

Varför ska Mora kommun vara aktiv i sociala medier?

En stor del av Sveriges befolkning använder sig dagligen av ett eller flera sociala medier och dessa fungerar som plattformar för att både ta emot och dela med sig av information. Genom att effektivt använda sociala medier kan Mora kommun snabbt och enkelt skapa en dialog med olika målgrupper för att nå ut med samhällsviktig information samt stärka bilden av Mora kommun som organisation och platsen Mora. I sociala medier är närheten mellan mottagare och avsändare i fokus och det är viktigt att Mora kommun kommunicerar med sina målgrupper där de är och på deras villkor. De sociala medierna skapar och upprätthåller relationer.

Mål

Sociala medier kan bidra till att uppnå kommunens mål och möta användarnas förväntningar och behov. Målet kan vara att utveckla dialogen, delaktigheten och samverkan mellan kommunen och de som bor, verkar eller vistas i Mora. Andra mål kan vara att utvidga omvärldsbevakningen, möta nya målgrupper och stärka kommunens förtroende.

Roller och ansvar

Närvaro i de sociala medierna är en del av den strategiska kommunikationen för hela kommunen. Ytterst är det därför beslut som ligger hos kommunledningen. Frågan förvaltas dock av kommunikationsenheten, som gör avgöranden och bedömningar över vilka konton i sociala medier som ska startas eller släckas.

Nyckeln till meningsfull närvaro i sociala medier är planering, regelbunden publicering, att en dialog förs med målgruppen, att viktiga frågor fånga upp och inte minst att kommunen visar ett engagemang. När en medarbetare använder sig av sociala medier i tjänsten ska det ske på arbetsgivarens uppdrag, vilket tydliggör att medarbetaren använder sociala medier som anställd i Mora kommun och inte som privatperson.

Varje förvaltning/enhet ska ta fram en kommunikationsplan för varje enskilt konto i sociala medier. Kommunikationsplanen kvalitetssäkras av kommunikationsenheten.

Kommunikationsenheten - Kvalitetssäkrar Mora kommuns närvaro i sociala medier och är huvudansvarig för kommunövergripande konton. Bedömer vilka nya konton som kan startas eller släckas. Ansvarar för att ha en översikt av vilka konton som finns och ansvarar för att uppdatera riktlinjer för sociala medier. Koordinerar flödet på de kommunövergripande plattformarna så att inläggen blir jämt fördelade och att rätt prioriteringar görs.

Förvaltnings- och enhetschef – Ger förslag om behov av att närvara i sociala medier och ansvarar för registrering av medarbetares användarkonton. Ansvar för närvaro på sociala medier kan delegeras inom förvaltningen eller enheten, men chefen bär det yttersta ansvaret för vad som publiceras på enskilda sidor samt att föreslå till kommunikationsenheten vilka nya konton som

skapas eller stängs ned. I delegering av ansvar ingår även rutiner för kriskommunikationshantering, diarieföring, gallring, arkivering och hur olämpliga eller sekretessbelagda inlägg sköts. De generella riktlinjerna för detta finns längre fram i det här dokumentet. Verksamheter som har information på www.mora.se eller på sin skolwebbplats ser även till att denna är uppdaterad innan de börjar använda sociala medier, så att det som kommuniceras i de olika kanalerna stämmer överens. Tillsammans med den anställde ska parterna besluta om tidsomfattning för arbetet och göra det till en del av medarbetarens dagliga arbetsuppgifter.

Publicist för ett eller flera konton – Ansvarar för att föra en dialog med målgruppen, regelbundet publicera inlägg, ser till att frågor besvaras, granskar och följer upp kommentarer och inlägg, dokumenterar och tar bort kritiska eller kränkande inlägg och kommentarer. Analyserar och driver utvecklingen av sidan och det specifika kontot.

Så här agerar kommunen i sociala medier

Mora kommuns närvaro i sociala medier innebär ett stort ansvar gentemot målgrupperna. Kommunen bjuder in till interaktion och ska efter bästa förmåga försöka möta målgruppernas behov och förväntningar.

Tydlig avsändare - 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. Kravet är då att det tydligt ska framgå i text att verksamheten är en del av Mora kommuns organisation, vilket sker genom texten ”En verksamhet inom Mora kommun” som placeras på en lättillgänglig profilbeskrivning av kontot. Här ska det även finnas en länk till verksamhetens sidor på www.mora.se. Det bör även finnas en länk till www.mora.se/socialamedier där det finns beskrivningar om hur vi hanterar innehåll i sociala medier i kommunen.

Ton - Tilltal och språkval anpassas efter mottagare och kanal. I sociala medier passar ofta en mer personlig och avslappnad ton, men ändå alltid professionell. Mora kommuns ton är alltid trevlig, saklig och aldrig ironisk eller respektlös.

Innehåll - I officiella kanaler ska det alltid framgå att Mora kommun är avsändare och ansvarig för innehållet på sidan. Utgå från kommunens grafiska profil och använd kommunens logotyp för att tydligt visa vem som är avsändare. Det behöver även vara tydligt vad kommunen avser med användning av kanalen och att alla inlägg och kommentarer blir allmänna handlingar. Det ska framgå vilka uppgifter som inte får publiceras på sidan och vad som händer om man inte följer dessa anvisningar. Inlägg bör följa ett regelbundet publiceringsmönster för att få största möjliga genomslagskraft. Minst tre inlägg per vecka är att rekommendera och dessa bör följa en tidsmässig regelbundenhet.

Det ska framgå på kommunens sociala plattformar, att det inte är en kanal för ärendehantering. Den som vill gå in till kommunen med ett ärende, får göra det via de sedvanliga kanalerna och adresserna för detta.

Bilder - Ska följa kommunens bildriktlinjer. Var extra noga med att bildrättigheter respekteras och att inte någon persons integritet kränks.

Uppsikt och tillgänglighet - Det är viktigt att konton kontrolleras regelbundet för att möta målgruppernas behov och förväntningar och svara på frågor som kan uppstå. Det ska finnas information om när förvaltningen/enheten finns tillgänglig, exempelvis om konton ses över

mellan 06.45-16.30 på vardagar. Vid en eventuell krissituation kan en förstärkt bevakning behövas.

Frågor, svar och kommentarer – Generellt ska frågor besvaras snabbt, om möjligt inom 24 timmar under kontorstid. Om det tar tid att få fram ett svar är det viktigt att bekräfta att frågan mottagits och frågan ska besvaras så snart som möjligt. Inlägg och kommentarer behöver inte undertecknas med namn, men är lämpligt om någon sakkunnig behöver klargöra något eller om underteckningen har ett relationsbyggande syfte mellan besökaren och det som kanalen representerar. Vid varje enskilt inlägg eller kommentar görs en bedömning om kommunen bör delta i diskussionen eller inte. I vissa fall kan det räcka med att bara bevaka flödet och i andra fall bekräfta engagemanget eller svara på ett inlägg eller kommentar. Faktafel besvaras med rätt information.

Vid händelse av att det blossar upp en storm av kritiska inlägg och kommentarer kan det vid behov behövas skapas en sida kring ämnet på mora.se för mer utförlig information. En vägledande grundprincip är att kommunen inte driver eller deltar i debatter på sociala medier. Kommunen kan ge ett svar i en fråga, men i övrigt inte fortsätta diskussionen.

Regler och lagar

Mora kommun är ansvarig för att kommunens sidor i sociala medier följer de lagar och regler som finns. Om ett inlägg innehåller någon av punkterna nedan så ska inlägget/kommentaren bevaras på en annan plats än det sociala mediet för att sedan skyndsamt tas bort:

- inlägg eller kommentarer som kränker enskildas integritet (Personuppgiftslagen, Dataskyddsförordningen)
- förtal, personliga angrepp eller förolämpningar (Tryckfrihetsförordningen)
- hets mot folkgrupp, sexistiska yttranden eller andra trakasserier (Tryckfrihetsförordningen & Lagen om elektroniska anslagstavlor 1998:112)
- olovlig våldsskildring eller pornografi (Lagen om ansvar för elektroniska anslagstavlor)
- uppsåt att utföra eller att främja att ett brott begås (Brottsbalken och Lagen om ansvar för elektroniska anslagstavlor)
- olovligt bruk och publicering av upphovsrättsligt material (Upphovsrättslagen, Lagen om ansvar för elektroniska anslagstavlor)
- sekretessbelagd information (Offentlighet- och sekretesslagen)
- kommersiella budskap eller reklam (ska tas bort och ska inte bevaras)
- obscen språk

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.

Kommunikationsenheten konsulteras innan ett nytt konto skapas.

Kriskommunikation och sociala medier

Våra grundläggande kanaler för kommunikation vid kriser är webbplatsen www.mora.se och telefonnumret 0250-260 00. Dessa kompletteras med de kanaler inom t. ex. sociala medier som bedöms vara lämpliga för den aktuella händelsen och verksamheten. 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. Rutinerna vid kriskommunikation i sociala medier ska alltid stämma överens med de övergripande riktlinjerna för kriskommunikation i Mora kommun.

Dokumentation och arkivering

I nämndens dokumenthanteringsplan framgår hur handlingar ska hanteras avseende gallring och bevarande.

Handlingar av tillfällig eller ringa betydelse ska gallras vid inaktualitet.

Att bevara allt som sker i sociala medier är idag inte ekonomiskt försvarbart, istället kan ansvarig för kontot minst två gånger om året ta skärmdumpar av de sidor som används. Intervallen för uttagen behöver inte vara exakta, men det är att rekommendera att det sker mitt i terminer och inte under sommar och jul då verksamheten vid semestertid sannolikt ser annorlunda ut än under terminerna. Skärmdumpen ska visa både sidans layout och dess innehåll.

Sekretessbelagda uppgifter ska inte förekomma på sociala medier. Om ett inlägg innehåller sekretessuppgifter ska skärmdump tas och registreras som ett ärende. Därefter ska inlägget/kommentaren raderas.

Innan ett konto stängs ner ska sidan bevaras. Ta skärmdumpar, skriv ut och lämna till registrator.

Kontakta förvaltningens registrator vid frågor om bevarande och gallring

Råd och stöd

Kontakta kommunikationsenheten om du behöver råd och stöd.