



## Författningssamling

<b>Dokumenttyp</b> Riktlinje	<b>Beslutsinstans</b> Kommunstyrelsens arbetsutskott	<b>Beslutsdatum</b> 2011-04-19	<b>§</b> 82
<b>Dokumentansvarig</b> Kommunikationschef			
<b>Gäller för</b> Nässjö kommun		<b>Senast reviderad</b> 2020-01-22 § 154	

---

### **Sociala medier – riktlinjer för Nässjö kommun**

- *Bilaga till Nässjö kommuns kommunikationspolicy*

Nässjö kommun har en öppen och positiv inställning till att använda sociala medier för kommunikation och marknadsföring. Sociala medier är viktiga kanaler för kommunikation med kommuninvånare, kunder, medier eller arbetssökande. Sociala medier används för att möta målgrupperna i forum där de redan är. Vid behov ska basinformation finnas på kommunens webbplats dit man ska kunna länka från sociala medier.

1. Sociala medier ska hanteras professionellt och samordnat med kommunens övriga kanaler. Kommunikationen i sociala medier ska bidra till att stärka kommunens varumärke.
2. Sociala medier ska ses som en möjlighet och som ett kostnadseffektivt alternativ till traditionella medier. De ska dock användas baserat på kunskap om målgruppen och på aktuell forskning och statistik kring målgruppens närvaro i de olika kanalerna, tex Svenskarna och internet.

Sociala medier används till exempel för att:

- bygga varumärke
- marknadsföra en verksamhet, en tjänst, ett projekt eller ett arrangemang
- ha en dialog och skapa relationer med invånare, kunder, arbetssökande, studenter och andra intressenter
- informera om och väcka uppmärksamhet kring ett aktuellt ämne

3. Kommunikationsenheten ska ha administratörsbehörighet till alla kommunens sidor och konton i sociala medier. Alla kommunens konton ska redovisas på kommunens webbplats [nassjo.se](http://nassjo.se).

4. Det är kommunikationsenheten som beslutar om en verksamhet ska ha konton på sociala medier. De verksamheter som vill starta ett konto på sociala medier ska lämna in en plan till kommunikationsenheten som redovisar syfte, målgrupp, nyckeltal och resultatuppföljning. En gång per år ska resultatuppföljningen redovisas till kommunikationsenheten.

### **Meddelanden och kommentarer från privatpersoner i sociala medier**

5. Meddelanden ska alltid besvaras. Meddelandet ska alltid avslutas med namn och titel, t ex ”Karin, kommunikatör”

6. Kommentarer som innehåller frågor ska alltid besvaras, så länge frågan bedöms som seriös. Frågor ska antingen hänvisas till rätt instans eller besvaras med hjälp av sakkunnig.

7. Om invånare ska kunna kommentera eller publicera information på kommunens Facebook-sidor ska nedanstående text finnas under ”Allmän information/beskrivning” på Facebook-sidan:

Allt som skrivs på Nässjö kommuns Facebook-sidor ska följa svensk lagstiftning och god sed. Alla inlägg och kommentarer görs i enlighet med Lag (1998:112) om ansvar för elektroniska anslagstavlor. Det innebär att sidans ansvariga regelbundet läser inlägg och kommentarer och vid behov tar bort sådant som bryter mot denna lag.

### **Obligatorisk information i Nässjö kommuns sociala medier**

8. Följande information måste finnas i kommunens sociala medier:

- att Nässjö kommun ansvarar för sidan
- att inlägg blir allmän handling
- e-postadress och telefonnummer dit man kan vända sig om man har frågor om sidans innehåll.
- länk till GDPR-information på [nassjo.se](http://nassjo.se)
- information om vilken typ av kommentarer som raderas

### **Administratörer ansvarar för informationen**

9. Personer med administratörsbehörighet ansvarar för att hålla uppsikt över all information på respektive konto och ta bort kommentarer som innehåller:

- sekretessbelagda uppgifter och personuppgifter
- svordomar och obscena ord
- kränkande kommentarer om sexuell läggning, kön, religionstillhörighet eller etnicitet
- personangrepp och hatiska kommentarer
- hot, trakasserier, skvaller eller förtal
- uppmaningar till brott
- kommersiella budskap eller systematiskt spridande av propaganda
- kampanjer eller spam
- kommentarer som inte håller sig till inläggets ämne
- material som är hemligstämplat av myndighet, företag eller annan organisation

- länkar till webbplatser med material som bryter mot ovanstående regler

10. Vid kris ska krisorganisationen använda kommunens konton i sociala medier för att nå ut med information.

11. Anställda bör inte uttala sig för kommunens räkning i sina privata sociala medier utan hänvisa till kommunens officiella kanaler för hantering av ärenden.

### **Inkommen handling ska diarieföras**

12. Om det tydligt framgår att en invånare vill föra fram ett ärende på kommunens konton i sociala medier ska det diarieföras och behandlas som en inkommen handling. Ansvarig administratör svarar i så fall invånaren att detta sker.

### **Arkivering och radering av kommentarer**

13. Om kommentarer måste raderas ska de först arkiveras. Arkivering kan göras genom att exempelvis ta en skärmdump på kommentaren eller kopiera namn, datum och kommentar till ett word-dokument.

Det ska finnas en dokumenthanteringsplan för kontot.

### **Säkerhet**

14. Inga sociala medier-konton i någon kommunal verksamhet får administreras via medarbetarnas privata konton. Samtliga administratörer måste ha ett konto baserat på jobb-mailet och som i övrigt lämnas tomt så långt det är möjligt utan att det spärras.

Alla sociala medier-konton i kommunal verksamhet ska ha inloggning med dubbel autentisering.

### **Redovisning av sociala medier**

15. Samtliga sociala medier-konton ska redovisas på Nässjö kommuns externa webb; nassjo.se.

### **Avslut av konton**

16. Sociala medier-konton som inte uppdateras och bevakas regelbundet ska avslutas på ett ordnat sätt i samråd med kommunikationsenheten.

### **Språket i sociala medier**

17. Kommunens språk ska vara vårdat, enkelt och begripligt. I sociala medier är det bra att skriva kort, trevligt och personligt, så att budskapet är lätt för läsarna att dela och sprida vidare. Ett bra inlägg ska kännas angeläget att gilla och dela. Undvik eller förklara facktermer.

### **Bilder och färger på sociala medier**

18. Kommunens konton i sociala medier ska följa Nässjö kommuns grafiska profil och ha kommunens logotype. Det ska tydligt framgå att det är Nässjö kommun som är avsändare.

## **Relevant lagstiftning**

19. Precis som all annan kommunal verksamhet omfattas även kommunens sociala medier av vissa lagar och regler. Exempel på aktuella lagar är förvaltningslagen, lag om ansvar för elektroniska anslagstavlor, tryckfrihetsförordningen, offentlighetsprincipen och lagen om upphovsrätt.

## **Dataskyddsförordningen GDPR**

20. Personuppgifter ska hanteras i enlighet med GDPR, general data protection regulation. Nässjö kommun och dess verksamheter bör vara restriktiva och begränsa vissa typer av personuppgifter, exempelvis sådana som rör barn eller känsliga verksamheter. Inför varje publicering ska risken för spridning av personuppgifter beaktas. Uppgifter som inte tillför publiceringen något mervärde ska inte publiceras, enligt principen för uppgiftsminimering.

## **Revidering**

21. Större revideringar och versionshantering av riktlinjer för sociala medier beslutas av kommunstyrelsens arbetsutskott. Kommunikationsenheten har möjlighet att göra mindre uppdateringar i syfte att hålla riktlinjerna aktuella i förhållande till den snabba förändringstakten i sociala medier.

*Uppdaterad 2023-11-14*