



## RETNINGSLINJER FOR BRUK AV SOSIALE MEDIER



# Retningslinjer for bruk av **sosiale medier** i Overhalla kommune

## Vår visjon og forståelsen av den

**Positiv** – vi møter våre omgivelser som en positiv og løsningsfokuset medspiller

**Frisk** – vi er en samfunnsaktør som bidrar til å skape begeistring

**Framsynt** – vi har fokus på å utvikle oss, våre tjenester og lokalsamfunnet slik at vi møter framtida på en god måte

Overhalla har vært tidlig ute med bruk av sosiale medier blant landets kommuner, og ser positivt på at flere enheter i kommunen ønsker å benytte disse kanalene i sitt arbeid. Sosiale medier kan bidra til å senke terskelen for kontakt mellom kommunen og innbyggere, besøkende og andre som har interesse av å følge med på det som skjer i Overhalla. Riktig og god bruk av sosiale medier kan også gi en meget positiv effekt med hensyn til omdømmebygging og markedsføring generelt – man kan nå store grupper mennesker gratis, på kort tid og frembringe sitt budskap for å tiltrekke seg eksisterende og nye interessenter. Dette er like effektivt for offentlige (ikke-kommersielle) virksomheter så vel som for næringslivet.

Sosiale medier åpner muligheten for å vise fram kommunen vår og hva vi jobber med. Kommunikasjonen blir mer uformell og vi kan komme nærmere innpå folket. Dette krever også at vi er bevisst på vår rolle og vårt ansvar som representanter for arbeidsplassen vår. Det er viktig at man tenker igjennom hva som er hensikten og motivasjonen for bruk av sosiale medier – og hvilke muligheter og utfordringer dette kan by på for oss.

Kommunen er åpen for at enhetene benytter Facebook i stedet for tradisjonelle hjemmesider. Ta kontakt med [informasjonskonsulent](#) før du starter med arbeidet. I enkelte tilfeller kan det være aktuelt å etablere flere sider/grupper for å dele bilder og generell informasjon med brukergrupper, for eksempel foreldre. Dette sier vi mer om senere i retningslinjene.

Med sosiale medier mener vi her [Facebook](#), [Twitter](#), [YouTube](#) og [GataMi](#). Se nærmere beskrivelse mot slutten i dokumentet.

## Våre kommunikasjonsprinsipper

- Vi skal ha fokus på å formidle de gode historiene
- Vi skal lytte og lære gjennom dialog med våre omgivelser
- Vi skal tilstrebe stor grad av åpenhet
- Vi skal være offensiv, kreativ og målrettet i vårt informasjonsarbeid
- Informasjon og profilering skal bidra til at Overhalla kommune framstår som en helhet
- Vi skal være i front med utprøving og bruk av ny informasjonsteknologi

## Bruk av sosiale medier som privatperson

**Bruk av sosiale medier - vær varsom:** man skal generelt tenke seg om før man publiserer innlegg, bilder og kommentarer i sosiale medier. Med jevne mellomrom ser vi saker fra sosiale medier som blåses opp i media. Husk at du er vår ambassadør og representant, og dine handlinger påvirker kommunens omdømme.

Tenk over hvilken rolle du har i jobbsammenheng, og om rollen er forenelig med det du ønsker å publisere. Et eksempel på upassende bruk kan være at man legger ut festbilder med synlig inntak av alkohol på Facebook dersom man jobber med barn/unge, eller har en betrodd stilling eller verv. Her er det også viktig at nærmeste leder kommuniserer med ansatte dersom man synes innlegg er uforenelig med rollen man har på jobb.

Det skal utvises skjønn fra den enkelte ansatte dersom man ønsker å legge til brukere/pårørende/elever/foreldre osv. som kontakter i sosiale medier. Det er i slike tilfeller spesielt viktig at den ansatte er bevisst ved bruk av sin private profil.

*Overhalla kommune forventer at ansatte er kritiske til hva de publiserer i sosiale medier, og at de opptre på en slik måte at kommunens omdømme og virksomhet for øvrig er ivaretatt.*

*Ledere har ansvar for å gå foran med et godt eksempel ved egen bruk av sosiale medier.*

## Bruk av sosiale medier som verktøy i jobben

**Husk hvor du jobber:** Når du bruker sosiale medier gjennom jobben, er du ansatt i Overhalla kommune. Du skal opptre profesjonelt på vegne av din arbeidsgiver. Personlige synspunkter og opplevelser skal ikke deles med dine brukere.

**Vær åpen:** Oppgi navnet ditt – vi skal ikke være anonyme i sosiale medier.

**Hold deg til saken:** Svar på spørsmålet som stilles. Sjekk opp at du har riktige fakta før du svarer, henvis til andre i organisasjonen hvis du er usikker. Ta ALDRI en sjanse, "jeg tror" er ikke et svar.

**Arkivering:** Husk at henvendelsen kan være arkiverdig. Bruk ikke sosiale medier til å svare på spørsmål som skal saksbehandles. Tommelfingerregel: Alt som kan tenkes å kunne danne grunnlag for en beslutning på et senere tidspunkt skal arkiveres. Informer avsender om dette, ta kopi og legg saken i sakssystemet ePhorte. Den enkelte arbeidsplass skal ha rutiner for arkivering.

**Ros/positive tilbakemeldinger:** Si "takkt" for skryt – og del det gjerne med dine kolleger 😊

**Negative tilbakemeldinger/kritikk:** Svar på dette på en profesjonell måte, og la ikke følelsene ta overhånd. Dersom du synes det er vanskelig å gi en konstruktiv tilbakemelding, send henvendelsen videre til din leder. Gå ikke inn i diskusjoner, ta heller en telefon til vedkommende hvis det tilspisser seg. Svar på negative innlegg så fort som mulig – da har du mulighet til å uttale deg før andre brukere henger seg på kritikken.

**Skal vi svare på alt?** Hovedsakelig: ja, svar så raskt som mulig. Hvis du ikke har en konkret tilbakemelding, skriv at henvendelsen er mottatt og at du kommer tilbake med et svar så snart du har undersøkt (se punktet om **Arkivering**). Andre ganger kan det være kommentarer som utveksles mellom brukere, og her må man bruke skjønn for å vurdere om det kreves en innblanding fra oss.

**Sensur:** Meldinger som henger ut, mobber eller på noen måte kan virke støtende fjernes umiddelbart. Ta kontakt med vedkommende og forklar at meldingen er slettet. Begrunn årsak til sletting.

**Tone:** Tonen i sosiale medier er mer personlig enn i brevform. Dette gjør at kontakten mellom oss og brukeren oppleves nærere, men ikke glem at du representerer arbeidsplassen din når du kommuniserer. Vær forsiktig med ironi og sarkasme – her oppstår det fort misforståelser. Sørg for en profesjonell tone.

**Språk:** Vær klar og tydelig i språket, og les gjerne gjennom svaret før du poster. Er det rom for misforståelser? Da kan det være lurt å ta en telefon til vedkommende i stedet. Vi kommuniserer ikke skriftlig på dialekt – hold deg til bokmål/nynorsk for å sørge for en profesjonell kontakt. Konferer med en kollega hvis du er usikker på hvordan innlegget kan oppfattes.

**Oppfølging:** Følg alltid opp kommentarer som du har besvart. Gå gjennom varsel for nye hendelser hver gang du logger inn.

**Personvern:** Personsensitive opplysninger skal aldri legges ut på sosiale medier. Dersom du oppdager at brukere har skrevet noe personsensitivt, ta kontakt med vedkommende og forklar hvilke kanaler man kan henvende seg til i slike tilfeller. Ikke alle brukere av sosiale medier har nok kunnskap om dette.

**Dele nyheter fra andre nettsteder:** Spør deg selv om denne saken er relevant for tjenesten du jobber for, og om det samtidig er relevant for brukere av siden. Generelt er det positivt å dele nyheter fra aktuelle nettsteder for å få opp aktiviteten på siden. Del ikke nyheter med en klar politisk karakter.

**Nyhet på kommunesiden?** Det er mulig at nyheten din er interessant for flere enn enhetens kontakter. Send gjerne en link til nyheten din eller en tekst til [informasjonskonsulent](#), så kan vi legge ut nyheten på kommunens hjemmeside, Twitter og Facebook-side.

## FØR du tar i bruk sosiale medier

Når man skal ta i bruk nye kanaler/sosiale medier innenfor et tjenesteområde, skal dette alltid være forankret hos enhetslederen. Følgende punkter må drøftes og besvares før man starter arbeidet:

1. **Målsetting:** Hva skal kanalen brukes til? Hva ønsker vi å oppnå med å ta i bruk sosiale medier?  
(Mer åpen kommunikasjon, flere tilbakemeldinger, flere brukere, større trafikk til nettside, mer synlig?)
2. **Målgruppe:** Hvem skal bruke kanalen?  
(foreldre, brukere?)
3. **Ansvar:** Hvem skal være ansvarlig for oppfølging og vedlikehold?  
(Det kan være naturlig at den som ellers besvarer de aktuelle spørsmålene, også besvarer i sosiale medier)

**Når du planlegger å ta i bruk sosiale medier** kan det være nyttig å ta kontakt med [informasjonskonsulent](#) i forkant. Dette for å knytte siden opp til kommunens hovedside, samt for å få bistand ved behov.

**Enhetsleder og rådmann v/informasjonskonsulent** legges inn som **administrator** når enheter oppretter sider/grupper. Dette gjelder både åpne og lukkede nettverk. Enhetsleder utpeker én eller flere personer som har kontinuerlig oppfølging av gruppe/side.

## Om bilder på Facebook

**Bilder i lukkede grupper:** Her kan du legge ut bilder, men du skal ikke godkjenne at disse blir tagget\* av brukere som ønsker bildet på sin profil. Om foresatte/pårørende ønsker bilder på egne profiler, må de selv legge dem ut.

\*tag: knytter navn på personer til et bilde. Hvis ditt navn tagges i et bilde hos en annen vil dette bildet være synlig på din profil.

**Bilder i åpne grupper:** Her skal du være mer forsiktig med å legge ut bilder. Tommelfingerregelen er at du kan legge ut bilder som du ville lagt på hjemmesiden. Dette må avtales med foresatte/pårørende i hvert tilfelle, og det enkleste er å legge ut gruppebilder med flere personer på avstand. Man kan legge ut bilder av bygninger, landskap, turer, håndarbeid og av personalet hvis det er ønskelig. Barn skal i utgangspunktet ikke være gjenkjennbare på bilder.

## Facebook: Personprofil? Side? Åpen, lukket eller hemmelig gruppe?

Facebook har flere muligheter for å åpne en profil. Det enkleste er at du går inn på din egen personprofil og oppretter siden med deg selv som administrator. Du kan også legge til flere ansatte som administratorer, slik at dere er flere som kan betjene Facebook.

**Husk:** det er kun brukere av Facebook som kan se innholdet på siden du oppretter. Kan du forvente at dine brukere har personprofil på Facebook? Skal du beholde hjemmesiden i en overgangsfase? Vurder før du går i gang.

**Personprofil:** dette er en mulighet som man ikke lenger skal bruke. Personprofil er forbeholdt privatpersoner, og er ikke ment for kommersielt bruk eller som markedsføringskanal.

**Side (anbefalt):** Alle kan se siden, hvem som liker den og det siden og medlemmene publiserer. Muligheter for å ha en del fast informasjon om avdelingen/enheten som ligger presentert under forsidebildet, samt linke opp til kommunens hjemmeside for aktuelle dokumenter og planer som er nyttige for brukerne av siden. Her kan man legge ut bilder, nyheter, dele andre nettsteders nyheter med mer. Interesserte "liker" siden og får nyheter opp på sin egen nyhetside. Kan brukes som tidslinje – en fin layout. *Du publiserer på vegne av virksomheten – innlegget blir altså ikke knyttet opp mot din private profil.*

**Åpen gruppe:** Alle kan se gruppen, hvem som er medlemmer og det som medlemmene publiserer. Alle kan bli medlem. Fordelen med gruppe er at man kan laste opp dokumenter og filer som ligger fast i et arkiv. Dette er nyttig med tanke på årsplaner og annen informasjon som gjelder for en lengre periode. Andre innlegg vil forskyves ned på siden for hver gang det publiseres noe nytt. *Du publiserer på vegne av deg selv – innlegget er knyttet opp mot din private profil.*

**Lukket gruppe:** Alle kan se gruppen og hvem som er medlemmer. Bare medlemmer kan se innlegg. Nye medlemmer skal godkjennes før de får tilgang til gruppa. *Du publiserer på vegne av deg selv – innlegget er knyttet opp mot din private profil. Medlemmer av gruppen må revideres to ganger årlig.*

**Hemmelig gruppe:** Bare medlemmer kan se gruppen, hvem som er med i den og hva medlemmene publiserer. Eksempel: kan passe for ansattnettverk eller foreldrenettverk. Ikke mulig å søke opp, så her må man invitere nye medlemmer. Nye medlemmer skal inviteres og godkjennes. *Du publiserer på vegne av deg selv – innlegget er knyttet opp mot din private profil. Medlemmer av gruppen må revideres to ganger årlig.*

## Beskrivelse av sosiale medier i Overhalla kommune

Sosiale medier er medier (kanaler eller plattformer) som ved hjelp av internett eller webbasert teknologi, åpner for interaksjon mellom to eller flere mennesker.

**Facebook** er verdens største nettsamfunn med over 1 milliard brukere på verdensbasis, og Norge har 2,5 millioner brukere per september 2012. Facebook er mest brukt av de sosiale mediene i kommunen. Kanalen benyttes blant annet til å dele nyheter fra hjemmesiden, informere om arrangementer, kurs, konferanser og andre begivenheter, poste bilder fra Overhalla og besvare kommentarer og spørsmål fra brukere av siden.

**Twitter** er et nettsamfunn og en mikrobloggingtjeneste som lar brukere sende og lese andre brukeres "tweets". Dette er korte oppdateringer på inntil 140 tegn. Overhalla kommune benytter Twitter først og fremst til deling av nyheter. Her har vi RSS feed fra hjemmesiden, det vil si en automatisk overføring av alle nyheter som publiseres på hjemmesiden. Mange følger våre nyheter, og kommunen følger også rundt 700 personer og virksomheter.

**YouTube** er verdens største nettsted for opplasting, visning og deling av videoklipp. Kommunen benytter kanalen til å legge ut korte videoer fra diverse arrangementer og begivenheter. Vi knytter ofte opp videoer fra YouTube til kommunale nyhetssaker på nett.

**GataMi** er en tjeneste som administreres av teknisk avdeling i kommunen. Gjennom GataMi kan innbyggerne melde inn saker som for eksempel hull i veibanen, dårlig strøing, manglende gatelys, brøyting, saker innenfor renovasjonsområdet eller annet. Både den som melder inn ny sak og andre personer kan følge med på behandlingen av saken.