

RUTINER FÖR SOCIALA MEDIER



FINSPÅNG

Rutiner för sociala medier

Finspångs kommun

JANUARI 2023



Innehåll

Rutiner till <i>Riktlinjer för sociala medier</i>.....	3
Bilaga 1: Standardtexter för Facebooksidor	3
Beskrivning	3
Mer information	3
Ansvariga	4
Bilaga 2: Profilbild och omslagsbild	5
Profilbild	5
Omslagsbilder	5
Bilaga 3: Tips	6
Bemöta kritiska kommentarer	6
Få följare/skapa nätverk.....	7
Relevanta inlägg och innehåll för bra spridning.....	7
Bilaga 4: Bilder och film	8
Bilder på andra – undvik att publicera bilder med ansikten och identifierbara personer	8
Bilder på barn och elever	9
Bilder på brukare.....	9
Bilder på medarbetare och förtroendevalda (politiker)	10
Bilder på medborgare och nyhetsbilder	10
Undvik blurrade/övertäckta ansikten.....	11
Använda andras bilder	11
Tänk på mångfalden	12
Syntolka bilder	12
Medborgare som lägger upp bilder i Finspångs kommuns sociala mediekanaler	13
Bilaga 5: Gallring, arkivering, e-plikt	13



Rutiner till *Riktlinjer för sociala medier*

Bilagorna revideras och fastställs av Kommunikations- och digitaliseringschef.

Bilaga 1: Standardtexter för Facebooksidor

Här finns samlade standardtexter som du kan använda till din/dina Facebooksidor. Kopiera texten och klistra in den på verksamhetens Facebooksida. Den **gulmarkerade** texten kan bytas ut till verksamhetens uppgifter.

Beroende på vilken version av Facebook-sida du har ska det antingen ligga under avsnittet "Om" eller avsnittet "Uppgifter om dig".

Avsnitt "Om": Gå till sidans profil. Klicka på knappen "Redigera sidinformation" för att få upp en redigeringsruta med alla avsnitt, klistra in texten under berörd del i avsnittet "Om". Du ser på rubriken vilken textdel som ska in var. Glöm inte att spara.

Avsnitt "Uppgifter om dig": Gå till sidans profil. Klicka på fliken "Om" och sedan på "Uppgifter om dig". Klicka på pennan vid "Om dig" och klistra in texten i sin helhet, ta bort alla rubriker. Glöm inte att spara.

Beskrivning

Det här är **Finspångs kommuns officiella Facebook-sida**. Här informerar vi om vår verksamhet och du kan ställa frågor och lämna synpunkter när du vill.

Mer information

Finspångs kommun finns på Facebook för att kommunicera och berätta om saker som händer i kommunen. Det behöver inte bara vara positiva händelser. Facebook är en kanal som vi även använder vid allvarliga händelser.

Vi som administrerar sidan **arbetar på kommunikationsavdelningen**. Vi läser och svarar på meddelanden och kommentarer helgfria vardagar kl. 8-17 och återkommer till dig så snart vi kan.

När du ställer en fråga ser vi till att du får ett svar från den som kan frågan bäst. Du kan också ta direktkontakt med oss via telefon på 0122-850 00 eller e-post: kommun@finspang.se.

Alla inlägg på vår Facebook-sida blir så kallade allmänna handlingar. Det innebär att den som vill kan få läsa alla inlägg. Genom att ladda upp bilder intygar du att du har upphovsrätten till bilden och att Finspångs kommun får använda bilden.

Vi uppmanar till att inte göra inlägg på sidan med uppgifter om personliga eller ekonomiska förhållanden. Om sådana uppgifter förekommer i inlägg flyttar vi över dem till annat medium som till exempel telefon, e-post eller brev.

Kommentarer får inte innehålla uppmaning till brott, hets mot folkgrupp, intrång i upphovsrätt eller annat som strider mot lag. Finspångs kommuns Facebook-sida ska vara ett seriöst forum med sakliga kommentarer.



FINSPÅNG

Inlägg som strider mot lagar eller på annat sätt är olämpliga tas bort eller förs över till andra kanaler. Det gäller exempelvis inlägg som innehåller:

- förtal, personliga angrepp eller förolämpningar
- hets mot folkgrupp, sexistiska eller andra trakasserier
- våldsskildringar eller pornografi
- hot och uppmaningar till brott
- olovlig användning av upphovsrättsligt skyddat material
- material som strider mot personuppgiftslagen
- svordomar eller obscena ord
- kommersiella budskap eller reklam

Sidan är inte en arena för längre politiska diskussioner.

Personer som inte följer dessa rekommendationer kan komma att blockeras och inläggen kommer att tas bort.

Om du själv upptäcker innehåll som bryter mot lagar eller som du tycker är olämpligt kan du anmäla det till kommunikation@finspang.se. Du kan också använda Facebooks egen funktion för detta, klicka då på "anmäl" som finns vid varje inlägg.

Ansvariga

Kommunikations- och digitaliseringschef, Finspångs kommun.

Kommunikationsavdelningen på Finspångs kommun.



Bilaga 2: Profilbild och omslagsbild

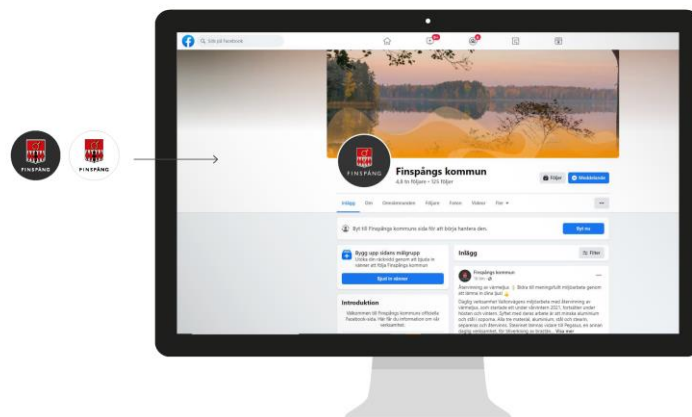
Profilbild

I profilbilden ska alltid en specialanpassad version av Finspångs kommuns logotyp användas. Den finns med vit och grå bakgrund och går att ladda hem via [kommunens mediaportal](#) samt sidan [Sociala medier på intranätet](#).

Omslagsbilder

De verksamheter som vill använda ett foto som symboliserar verksamheten kan göra det där det finns möjlighet för det, till exempel kan Omslagsbilden på Facebook nyttjas för detta. Bilden ska då upplevas varm och välkomnande men undvika identifieringsmöjligheter av personer av GDPR-skäl. Bilden kan med fördel bytas ut med jämna mellanrum för att inte sidan ska upplevas så statisk.

Exempelbild:





Bilaga 3: Tips

Bemöta kritiska kommentarer

Det finns många viktiga aspekter att tänka på när du bemöter kritiska kommentarer:

- Undersök vad som ligger bakom kritiken så att du får en klar bild av vad det handlar om.
- Fånga upp kritiken och se om det är något vi bör ändra på. Om några åtgärder vidtas, kommentera gärna det, så att det blir tydligt att vi tar till oss kritiken.
- Vid enstaka kritiska kommentarer, diskutera gärna svaret med en kollega för att säkerställa att du inte svarar i affekt.
- Vid kritikstorm bör du kontakta verksamhetschef och kommunikationsavdelningens kommunikatörer.
- Var öppen, snabb och saklig. Sociala medier kräver snabb hantering.
- Svara på kritiken i samma kanal så att inte frågan ser obesvarad ut.
- När du besvarar kommentarer, gör det gärna under ditt namn så att det känns mer personligt. Du kan till exempel skriva förnamn och titel.
- Vid långdragna diskussioner bör man försöka föra över diskussionen till telefon eller e-post i stället.
- Kommentarer som berör enskilda kan plockas bort från kanalen och tas vidare i ett annat, för ärendet mer lämpligt, forum. Om detta görs ska du alltid upplysa personen först.

Att länka till webbsida med information

I vissa fall, när det till exempel kommer in så många kommentarer att det blir svårt att svara på alla, kan det vara bra att upprätta en webbsida med information, dit man kan hänvisa för svar. Detta möjliggör även uppdatering av sidan när det tillkommer ny information.

Ignorera

När kan det vara ok att ignorera en kommentar på sociala medier?

- Om du redan svarat personen och han/hon fortsätter med samma kommentar/argument.
- Om kommentarerna finns på någon annans kanal.
- Om kommentarerna bedöms vara av ovidkommande karaktär.

Är du osäker eller tycker att känns svårt/jobbigt så kan du alltid kontakta kommunikationsavdelningen för stöd och råd.



Få följare/skapa nätverk

När du väl har skapat ett konto är det dags att bygga nätverk för att få spridning på dina inlägg. Relationer är grunden i nätverk inom sociala medier.

Du bygger ditt nätverk på olika sätt beroende på sociala mediekanal/tjänst. Men några saker att tänka på är:

- att engagera ambassadörer, det vill säga personer som har stort inflytande på sociala medier.
- att förpacka rätt – framför allt filmer och bilder är bra. Det skapar intresse och har generellt hög spridning i sociala medier.
- att använda hashtaggar så att de personer som är intresserade av ämnet du skriver om hittar er. Använd gärna befintliga hashtaggar på Instagram.
- att "credda" och tacka. Se till att dina följares kommentarer, synpunkter och bidrag, resultatet av deras tid och ansträngning, syns. Om någon delar dina inlägg – tacka dem. Svara på kommentarer och meddelanden.
- att vem du följer säger något om dig, så tänk på vem du följer. Följ personer som är relevanta för din verksamhet. Kommunens konton/kanaler bör följa varandra. Verksamhetssidorna ska följa kommunens gemensamma konton/sidor.
- att använda andra redan upparbetade kanaler (webb, tidningar, affischer, reception etc.) för att visa närvaron i sociala medier. På så sätt hittar kanske fler dit.

Det är tufft i början. Tappa inte modet. Det tar tid att bygga upp ett nätverk.

Relevanta inlägg och innehåll för bra spridning

För att få spridning på ett inlägg är det viktigt att förpacka rätt – inlägget ska vara attraktivt, lättillgängligt och enkelt att dela. Ett inlägg bör bestå av en intressant text och en passande film, bild/bilder eller en länk till en webbsida. Det är viktigt och värt att lägga lite tid på att koppla rätt rubrik och text till bilden, filmen eller länken för att göra det intressant och begripligt. Motivera varför bilden, filmen eller länken är intressant och ska delas!

Det är också värt att tänka på att bilder och filmer brukar få större spridning.

Delar du en video är det enklast om den är klickbar direkt från Facebook – användarna vill ha så få klick som möjligt. Därför är det bra att ladda upp filmen direkt på Facebook – i stället för att till exempel länka till YouTube. Det brukar också göra att räckvidden blir bättre eftersom inlägget då premieras i Facebooks algoritmer.



Bilaga 4: Bilder och film

När du ska publicera bilder på sociala medier ska du i första hand använda de verksamhetsbilder som finns i kommunens mediaportal. Dessa är godkända och har samtycken för publicering i sociala medier. Har du inte tillgång till mediaportalen och behöver tillgång ska du kontakta kommunikationsavdelningen, som bedömer om:

- du ska få ett eget konto
- eller om verksamheten redan har ett konto som kan nyttjas
- alternativt levererar lämplig bild/film.

Vill du publicera bilder från verksamheten, som inte finns i kommunens mediaportal, ska du i största möjliga utsträckning **undvika att publicera bilder där personer går att identifiera**. Det går att visa upp mycket av verksamheten utan att ett ansikte, eller andra tydliga karaktärsdrag som kan identifiera en person, syns på bild.

Finns det ändå behov av att visa upp verksamheten på ett sätt så att personer är identifierbara är det viktigt att tänka på du behöver ett lagstöd, som till exempel "allmänt intresse" eller att personen har gett samtycke till att publicera bilderna. Det vill säga att de har gett sitt tillstånd till att Finspångs kommun publicerar bilden/bilderna. **Detta är särskilt viktigt när bilden ska publiceras i sociala medier, då bilden förs över till land utanför EU – vilket inte är godkänt utan samtycke enligt GDPR.**

Berätta **alltid** varför du tar bilden och i vilket syfte den är tänkt att användas, att den till exempel ska publiceras på sociala medier.

Tänk på att en bild med identifierbara personer klassas som en personuppgift och därför är det viktigt att hantera bilder med respekt och följa GDPR.

Det finns också möjlighet att använda så kallade stockphotos vid behov. Läs mer om det under rubriken "Använda andras bilder".

Bilder på andra – undvik att publicera bilder med ansikten och identifierbara personer

Finspångs kommun har som huvudregel att de bilder vi använder till webb och sociala medier ska vara bilder som är tagna i våra verksamheter, för att skapa en äkta och transparent kommunikation.

Bilderna ska i första hand vara utan ansikten som syns eller personer som går att identifiera för att värna om den personliga integriteten och därför är inte heller blurrade (utsuddade) ansikten ett bra alternativ. **Detta är extra viktigt på sociala medier.** Det går att visa mycket av verksamheten utan att exponera till exempel barn och brukare.

Är du osäker är du alltid välkommen att kontakta kommunikationsavdelningen för rådgivning.



Bilder på barn och elever

Med respekt för GDPR, känslig och sekretessbelagd information har Finspångs kommun som policy att i största möjliga mån inte publicera bilder där barn går att identifiera. Det går att visa mycket av verksamheten utan att exponera barnen! Ta gärna detaljbilder, där det inte går att urskilja vem barnet är, eller bakifrån.

Detta gäller även om vi har fått samtycke av vårdnadshavare. Undantag gäller för äldre barn/ungdomar i gymnasieålder som själva har rätt att ge samtycke enligt svenska bestämmelser. Kom ihåg att det är viktigt att de förstår vad publicering på sociala medier innebär – det vill säga att bilden överförs till land utanför EU. Tänk också på att det kan finnas särskilda bestämmelser/riktlinjer för detta på berörd förskola/skola eller i sektor utbildning, så stäm av med närmaste chef först.

Exempel på bilder som är okej att publicera i sociala medier utifrån GDPR:



Bilder på brukare

Med respekt för GDPR, känslig och sekretessbelagd information har Finspångs kommun som policy att i största möjliga mån inte publicera bilder där brukare går att identifiera. Det går att visa mycket av verksamheten utan att exponera brukaren. Ta gärna detaljbilder, där det inte går att urskilja vem brukaren är, eller bakifrån.

Du får lägga upp bilder på brukare om du har stöd av samtycke från brukaren för publicering på sociala medier av den aktuella bilden. Det är också viktigt att brukaren förstår vad det innebär när en bild publiceras på sociala medier – det vill säga att den överförs till land utanför EU. Tänk också på att det kan finnas särskilda bestämmelser/riktlinjer för detta på berörd avdelning eller i sektorn, så stäm av med närmaste chef först.

Exempel på bilder som är okej att publicera i sociala medier utifrån GDPR:





Bilder på medarbetare och förtroendevalda (politiker)

Vill du ta bilder på dina medarbetare eller en förtroendevald måste du **alltid fråga om lov först** och berätta hur bilden kommer att användas, att den till exempel ska publiceras i sociala medier och vad det innebär (att bilden överförs till land utanför EU). Medarbetaren har också rätt att godkänna bilderna innan de används.

När det gäller bilder på medarbetare och förtroendevalda kan man oftast hitta lagstöd för publicering i "allmänt intresse" – då personen medverkar utifrån sin yrkesroll och kommunens verksamhet.

Detta räcker dock inte vid publicering på sociala medier av bilder med personer som går att identifiera. För att aktuell bild/bilder ska få publiceras på sociala medier behövs ett samtycke av medarbetaren eller förtroendevald.

När en bild publiceras på sociala medier överförs den över till land utanför EU och personen/personerna som går att identifiera på bilden måste förstå och godkänna detta.

Därför rekommenderar Finspångs kommun att du i första hand använder bilder där personer inte går att identifiera eller de verksamhetsbilder som är godkända för användning. De finns i kommunens mediaportal MediaFlow.



Bilder på medborgare och nyhetsbilder

Om medborgare ska medverka på bilder där de går att identifiera ska det sättas upp ett så kallat modellavtal. Detta görs lämpligast via en extern fotograf vid fototillfället.

Om du vill använda tillfälliga bilder på medborgare på sociala medier, till exempel när du är veckans instagrammare, ska du i första hand använda bilder där medborgaren inte går att identifiera. Annars behöver du ett samtycke till





publiceringen av bilden/bilderna i sociala medier och det räcker **inte** med ett muntligt samtycke.

Nyhetsbilder

Nyhetsbilder från till exempel Norrköpings tidningar får publiceras på webb och sociala medier då de faller under allmänt intresse – **men tänk på att du behöver fotografens och tidningens tillstånd först!**

Undvik blurrade/övertäckta ansikten

Att "blurra" (sudda ut), eller på annat sätt täcka över ett ansikte med till exempel en emoji/smiley, är något Finspångs kommun undviker då de ser tråkigt ut och även kan upplevas som en kränkande handling mot personen i fråga. Försök i stället jobba med olika vinklar och detaljer – för att undvika att ansikten syns och går att identifiera.

Använda andras bilder

Precis som när du publicerar material på webben så gäller upphovsrätten på bilder och filmer även i sociala medier. Kontrollera äktheten i material och se till att du har upphovsrättsinnehavarens tillstånd att återpublicera.

Stockphotos – bilder och modellbilder med Creative Commons-licens

Du kan även använda bilder från så kallade stockphotos-webbsidor. Där kan personer ladda upp bilder med en licens som kallas Creative Commons. Det innebär att de ger andra rätten att använda deras bilder utan att de behöver kontaktas.

Bland stockphotos finns det också ofta modellbilder, det vill säga bilder med personer som går att identifiera. Om det finns ett tydligt syfte – att det bidrar till budskapet i din kommunikation – är det okej att ladda ner och använda den typen av modellbilder.

Tänk på! När du använder bilder från stockphotos-sidor är det viktigt att de i så stor utsträckning följer kommunens bildspråk – det vill säga det budskap och känslan bilden förmedlar. Du kan läsa mer om kommunens bildspråk i Varumärkesplattformen och grafisk profil som finns på intranätet.

Är du osäker är du alltid välkommen att kontakta kommunikationsavdelningen för stöd och rådgivning.

Förslag på bra stockphotos-webbsidor:

- Pexels - <https://www.pexels.com/sv-se>
- Unsplash - <https://unsplash.com/>
- Pixabay - <https://pixabay.com/sv/>



Tänk på mångfalden

Det är viktigt att tänka på mångfalden när vi väljer bilder, för att så många som möjligt ska känna sig inkluderade och knyta an till våra budskap.

Exempel att tänka på för att öka mångfalden i våra bilder och budskap:

- Ursprung, etnisk tillhörighet och religion,
- kön, könsidentitet och könsuttryck,
- sexuell orientering,
- kroppstyp,
- förmåga, funktionsnedsättning och
- ålder.

Inkludera utan att markera!

Att inkludera utan att markera* innebär att låta vem som helst få representera människan, medborgaren, i vilket sammanhang som helst. Till exempel:

- Låt samkönade par figurera i sammanhang som inte har med sexuell läggning att göra.
- Låt personer med icke svenskt ursprung figurera i sammanhang som inte har med religion, invandring eller etnisk bakgrund att göra.
- Låt ett "könsöverskridande" klädesplagg, ett religiöst attribut, en synlig funktionsnedsättning eller en oväntad ålder vara en obetydlig, okommenterad detalj i bilderna. Liksom de borde vara i samhället. Det vill till exempel säga att en person i rullstol inte är med i bilden för att hen sitter i rullstol utan för att hen är människa och medborgare.

**Att inkludera utan att markera är hämtat från bildhandboken "Bilder som förändrar världen" och du kan läsa mer om genusmedveten och inkluderande kommunikation i "Bilder som förändrar världen". Handboken är framtagen av Gävle kommun tillsammans med Genusfotografen Tomas Gunnarsson.*

[Länk till Bilder som förändrar världen hos Gävle kommun.](#)

Syntolka bilder

För att tillgänglighetsanpassa sina inlägg kan man göra en syntolkning av bilderna som läggs upp. Det vill säga att man beskriver med ord vad bilden visar och på så vis kan man inkludera och nå ut till fler.



Medborgare som lägger upp bilder i Finspångs kommuns sociala mediekanaler

Tänk på Finspångs kommun är ansvarig för bilder och filmer som laddas upp via kommentarer och meddelanden. Informera medborgare om att de helst inte ska ladda upp bilder eller filmer i publika kommentarer och vad som gäller om de laddar upp bilder som en del i kommentarer eller meddelande till oss, på till exempel Facebook. Informera alltid användarna om att de måste ha upphovsrätten till bilden, samtycke från eventuella personer som medverkar på bilden och att bilden inte får vara kränkande. Informera också om att Finspångs kommun kan komma att radera bilder och filmer om vi anser att de bryter mot lagar och regler, det kan du till exempel göra i "Om-rutan" på verksamhetens Facebook-sida.

Bilder som en del i kampanjer eller tävlingar

Om du ber medborgare ladda upp bilder eller dela under en hashtag, som en del i en kampanj eller tävling, ska du alltid informera om vad som gäller:

- de måste ha upphovsrätten till bilden
- samtycke från eventuella personer som medverkar på bilden
- och den får inte vara kränkande eller bryta mot några andra lagar.

Finspångs kommun sparar eller använder **inte** bilder som medborgare delat med sig av under en kampanj, tävling eller motsvarande. Önskar verksamheten få in fler bilder är det inget medborgaren ska bidra med, utan då anlitar vi en fotograf och får godkända bilder för användning i kommunikation.

Bilaga 5: Gallring, arkivering, e-plikt

Fylls på vid behov.

<http://www.kb.se/plikt/eplikt/>