

Riktlinjer sociala medier Ronneby kommun

Dokumenttyp: Riktlinjer

Antaget av: Kommundirektör

Antagen: 2023-05-05

Giltighetstid: Uppföljning och revidering sker löpande

Diarienummer: [2023/304](#)

Ansvarig för dokumentet: Enheten för näringsliv och kommunikation

Tidpunkt för senaste aktualitetsprövning: 2020-11-16

Tidpunkt för senaste revidering: 2023-05-05

Relaterade styrdokument: Kommunikationspolicy och Riktlinjer för kommunikation

Sökord: sociala medier, kommunikation, Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube och Snapchat

Innehåll

1. Inledning	3
2. Varför är Ronneby kommun aktiv i sociala medier?	4
2.1. Vilka sociala medier använder Ronneby kommun.....	4
2.2. Kanalkarta SoMe kanaler Ronneby kommun.....	5
2.3. Om Ronneby kommun på Facebook.....	6
2.4. Om Ronneby kommun på Instagram.....	6
2.5. Om Ronneby kommun på LinkedIn.....	6
2.6. Om Ronneby kommun på Snapchat.....	6
2.7. Om Ronneby kommun på YouTube.....	6
2.8. Övriga sociala medier kanaler.....	6
3. Med vilka önskar Ronneby kommun kommunicera i sociala medier.....	7
4. Hur kommunicera Ronneby kommun i sociala medier.....	7
5. Uttalat uppdrag.....	7
6. Sociala medier och juridik.....	8
7. Kommunikationsgruppens roll.....	8
8. Att arbeta med sociala medier.....	8
8.1. Läsa och besvara.....	8
8.2. Allmän handling.....	8
8.3. Tonalitet och uttryck.....	9
8.4. Uppgifter som innehåller sekretess, bryter mot svensk lag eller är oetiska.....	9
8.5. Dokumentation och gallring.....	9
8.6. Länkar till politiker/förtroendevalda.....	10
8.7. Privat användning av sociala medier.....	10
8.8. Bemöta kritik.....	10
8.9. Vem får synas på bilder och i inlägg?.....	10
8.10. Annonsering i sociala medier.....	11
9. Att starta ett konto på sociala medier.....	11
9.1 Checklista för att starta konto på.....	11
10. Annan bra information & fotnoter.....	12

1. Inledning

Sociala medier är ett samlingsnamn för plattformar på nätet som tillåter möten med olika målgrupper som privatpersoner, företag och myndigheter Det är en plats som ger möjlighet till medskapande, dialog, engagemang och interaktioner.

Lyckas du nå ut med ditt innehåll kan ditt budskap spridas väldigt fort och till väldigt många. Du har också möjlighet att rikta kommunikationen till mycket specifika målgrupper. Därför gäller vid all användning av sociala medier att det sunda förnuftet ska styra hur jag uttrycker mig. Det är viktigt att tänka på att sociala medier utvecklas och förändras över tid.

Riktlinjerna beskriver på en övergripande nivå hur Ronneby kommun arbetar med sociala medier. Här beskrivs bland annat vilka plattformar vi använder oss av, vilka rutiner och lagstiftningar vi ska förhålla oss till samt vad som gäller kring tillgänglighetsanpassningar och tillämpning av andra riktlinjer, så som grafisk profil. Genom att utgå ifrån dessa riktlinjer kan vi tillsammans hålla en hög kvalitet i sociala medier och säkerställa att vi uppfyller de krav som ställs på oss som offentlig organisation i de olika plattformarna.

Riktlinjerna är ett levande dokument som kan komma att förändras då sociala medier är snabba och föränderliga plattformar vilket också kan påverka våra riktlinjer.

2. Varför är Ronneby kommun aktiv i sociala medier?

Ronneby kommun är en politiskt styrd organisation som finns för medborgarna. Det är deras behov och förutsättningar vi ska se och möta varje dag. Vi ska kommunicera med dem, vara lyhörda, ta tillvara på deras synpunkter och ge dem en stor roll i utvecklingen av våra verksamheter. Som en del i det behöver vi möta Ronnebyborna i de kanaler och på plattformar de befinner sig och föra dialogen med medborgarna och med den anledningen är Ronneby kommun aktiva på sociala medier.

- Öka delaktighet i kommunala frågor
- Föra dialog med medborgare, besökare, näringsliv och medarbetare
- Kommunicera kampanjer och samhällsinformation på ett kostnadseffektivt sätt
- Snabb informationsspridning i fall av kris/särskild händelse
- Omvärldsbevaka vad som pågår och diskuteras i Ronneby kommun
- Bredda kontaktytor vid rekryteringar och nå nya målgrupper

Sociala medier kan användas som enskild kanal för att nå en specifik målgrupp och som en av flera kanaler i framtagna kommunikationsplan eller andra kommunikationsinsatser.

2.1 Vilka sociala medier använder Ronneby kommun?

Ronneby kommun har valt att primärt använda sig av fyra plattformar inom sociala medier.

- Facebook
- Instagram
- LinkedIn
- YouTube

Utöver de centrala kontona finns ett antal verksamhetskonton.

Verksamheterna har själva ansvaret för att fylla kontona med relevant innehåll, följa aktuell lagstiftning och rekommendationer men även ansvara för svarshantering, arkivering och diarieföring enligt Ronneby kommuns riktlinjer för sociala medier.

Verksamhetskonton inom Ronneby kommun [Sociala medier - ronneby.se](#)

2.2 Kanalkarta SoMe kanaler Ronneby kommun

Vi behöver möta Ronneby kommuns invånare i de kanaler och på plattformar där de befinner sig och även interagera med invånarna i dessa kanaler och plattformar.

Kommunens information ska alltid utgå från målgrupper och anpassas efter den.

Kartan är en **förenklad version** av hur vi ska jobba med kommunens centrala konton i sociala medier.

Facebook Ronneby kommun	Instagram Ronneby kommun	LinkedIn Ronneby kommun	YouTube Ronneby kommun
<p>Den kommunövergripande Facebooksidan är en kanal för att nå ut med nyheter av redaktionell karaktär.</p> <p>Syftet är att informera om vad som händer i kommunen och få en ökad medborgardialog med Ronnebys kommuninvånare. Här arbetar vi med nyheter som har en kortare hållbarhet och ett snabbt nyhetsvärde. Här kan vi även snabbt se hur många vi når ut till.</p> <p>Vilka metoder ska vi använda: Nyttja med fördel händelser – och reels. Det fungerar även att kombinera ett inlägg med en händelse eller reel helt beroende på syftet med inlägget. Slussa även besökare vidare till kommunens hemsida ronneby.se</p>	<p>Är vårt stafettkonto där vi varje vecka får följa en av våra medarbetare. Rekommendation är några inlägg per vecka.</p> <p>Syftet med stafettkontot är att medarbetare på ett kreativt och informativt sätt ska skildra en arbetsvecka på sin arbetsplats, med allt vad det innebär! Verksamheter inom kommunen anmäler sitt intresse för att ”ha hand om” stafettkontot under en vecka – förslagsvis har en medarbetare i taget hand om stafettkontot. Anmälan görs via kalender på intranätet ”stafettkonto instagram”.</p> <p>Vilka metoder ska vi använda: Inlägg och rörlig media som händelser – och reels och gärna i kombination med inlägg.</p> <p>Tillägg: Instagramkontot kan även användas för att marknadsföra lediga tjänster via ”händelser” på Instagram. Kommunikationsgruppen och personalenheten har avstämning i samband med den här typen av tillägg.</p>	<p>Här sprids nyheter som handlar om Ronneby kommuns arbetsgivarvarumärke och rekryteringar av nya medarbetare. Personalenheten och kommunikationsavdelningen kan publicera inlägg på LinkedIn. Personalenheten tillsammans med kommunikationsavdelningen har huvudansvaret.</p> <p>Syftet med närvaron på LinkedIn är att stärka vårt arbetsgivarvarumärke. Det ska vi göra genom att lyfta arbetssätt, visa utmärkelser, ambassadörer och rekryteringar.</p> <p>Vilka metoder ska vi använda: Inlägg och med fördel kan rörlig media nyttjas. Slussa besökare vidare till Visma Recruit eller arbeta hos oss på ronneby.se</p>	<p>Den kommunövergripande YouTube kanalen är en kanal för att nå ut med informationsfilmer eller kampanjer.</p> <p>Syftet är att se varje film eller kampanj som ett tillfälle att marknadsföra Ronneby kommun.</p> <p>Vilka metoder ska vi använda: Rörlig media och gärna slussa in till kommunens hemsida ronneby.se där det finns ytterligare information.</p>

2.3. Om Ronneby kommun på Facebook

Syftet med närvaro på Facebook är att informera om vad som händer i kommunen och få en ökad medborgardialog med Ronnebys kommuninvånare. Här arbetar vi med nyheter som har en kortare hållbarhet och ett snabbt nyhetsvärde. Verksamheter som önskar publicera inlägg via det centrala Facebook-kontot ska kontakta kommunikationsgrupp.

Förutom det centrala Facebookkontot har flera andra kommunala verksamheter egna Facebookkonton, exempelvis näringslivsenheten och Gymnasieskolan Knut Hahn.

2.4. Om Ronneby kommun på Instagram

Instagramkontot ska nyttjas som ett stafettkonto där medarbetare från olika verksamheter varje vecka ansvarar för kontot och har möjlighet att visa upp olika yrkesroller inom sin verksamhet. Den verksamhet som ansvarar för kontot ansvarar även för hantering, bevakning och att svarar på kommentarer och meddelande.

Syftet med närvaro på Instagram är att genom våra medarbetare som ambassadörer öka kännedom om Ronneby kommun som arbetsgivare och våra yrkesgrupper och att bygga intern stolthet bland våra medarbetare. På så sätt kan även medborgare få en inblick i vad kommunen gör – som förhoppningsvis leder till ökat förtroende och att vårt varumärke stärks. Verksamheter som önskar publicera inlägg via det centrala Instagramkontot ska kontakta kommunikationsgruppen eller anmälan via kalendern på RONJA.

Flera fritidsgårdar och t ex Brunnsparken använder Instagram som ett forum att kommunicera med fokus på bild och film.

2.5. Om Ronneby kommun på LinkedIn

LinkedIn är en social plattform som riktar sig till yrkesverksamma målgrupper, där tips, diskussion, jobbsökande och ett utbyte av erfarenheter står i fokus.

Syftet med Ronneby kommuns närvaro på LinkedIn är att stärka vårt arbetsgivarvarumärke. Det gör vi genom att lyfta våra förhållningssätt, visa utmärkelser, ambassadörer och rekryteringar av nya medarbetare. Vi jobbar aktivt att nå ut till kvalificerade kandidater och få dem att söka till våra lediga tjänster. Verksamheter som önskar publicera inlägg via LinkedIn ska kontakta kommunikationsgruppen.

2.6. Om Ronneby kommun på Snapchat

Kommunen har inget centralt konto på Snapchat. Däremot använder fritidsgårdarna Snapchat som ett forum för att kommunicera med ungdomar.

2.7. Om Ronneby kommun på YouTube

Ronneby kommun har en egen YouTube-kanal, som med fördel ska användas för att sprida informationsfilmer vid exempelvis kampanjer eller annan publicering. Beskriv gärna filmen eller kampanjen och lägg länkhänvisning vidare till hemsidan. Se varje publicering som ett tillfälle att marknadsföra Ronneby kommun. Verksamheter som önskar att publicera material via YouTube ska kontakta kommunikationsgruppen.

2.8. Övriga sociala medier kanaler

Kontakta kommunikationsgruppen för mer information om andra sociala medier kanaler.

3. Med vilka önskar Ronneby kommun kommunicera i sociala medier?

Ronneby kommun har flera målgrupper att kommunicera med. Generellt är det Ronneby kommuns medborgare och andra aktörer som berörs eller är intresserade av vad som sker inom Ronneby kommun. Målgrupper kan även brytas ner i mindre grupper.

En annan del i vårt användande av sociala medier är också att stärka vårt arbetsgivarvarumärke och även stärka synen på oss som en samhällsaktör.

4. Hur kommunicerar Ronneby kommun i sociala medier

Kommunikationen i sociala medier ska alltid utgå ifrån Ronneby kommuns förhållningssätt **professionellt** ”Vi gör det med kvalitet”, **engagerat** ”Vi gör det med hjärtat” **välkommande**”, ”Vi gör det tillsammans” och knyta an till principer som: saklighet, öppenhet, lättillgänglighet och professionalitet.

Innehåll som publiceras på Ronneby kommun och kommunens verksamheters konton ska:

- Utgå från information, händelser, nyheter och aktiviteter som är relevant för den tilltänkta målgruppen
- Vara anpassad efter sociala medier som plattform, detta genom en mer avslappnad tonalitet, relevant information som väcker engagemang
- Följ kommunkoncernens grafiska profil när det kommer till färger och teckensnitt
[Ronneby Grafisk Profil](#)
- Nyttja i den mån det är möjligt bilder från bildbank
- Vara tillgänglighetsanpassat
- Följa ”Riktlinjer för sociala medier i Ronneby kommun” samt guide för respektive plattform
- Bidra till ökad delaktighet genom att fånga upp användares idéer och synpunkter via inkommande kommentarer och meddelande
- Uppfylla alla krav i ”Checklista för att starta ett konto i sociala medier” [Service & Stöd \(ronneby.se\)](#)

5. Uttalat uppdrag

Det ska finnas ett uppdrag från ansvarig chef för att en anställd ska kunna använda sociala medier i tjänsten. Med detta beslut klargörs att personen använder sociala medier som anställd och inte som privatperson.

6. Sociala medier och juridik

När Ronneby kommun använder sociala medier ska kontots ägare förhålla sig till:

- a. [Tryckfrihetsförordningen](#)
- b. [Offentlighets- och sekretesslag](#)
- c. [Lagen om upphovsrätt](#)
- d. [Arkivlagen](#)
- e. [Förvaltningslagen](#)
- f. [Lagen om ansvar för elektroniska anslagstavlor](#)
- g. [Dataskyddsförordningen \(GDPR\)](#)
- h. [Tillgänglighetsdirektivet](#)

Följ länkningen för att komma till lagtexten i sin utförliga form. För en kortfattad beskrivning av respektive lag, förordning eller direktiv hänvisar vi till Wikipedia.

7. Kommunikationsgruppens roll

Kommunikationsgruppen inom enheten för Näringsliv och Kommunikation har det övergripande ansvaret för kommunens centrala konton i sociala medier. Det officiella huvudkontot är @ronnebykommun i diverse kanaler.

Kommunikation ger råd och stöd vid uppstart av verksamheters och förvaltningarnas konton och tillhandahåller en förteckning av samtliga uppstartade konton i kommunens regi. Om ett konto inte har uppdaterats på tre månader har kommunikationsgruppen rätt att stänga ner kontot.

8. Att arbeta med sociala medier

8.1. Läsa och besvara

Förvaltningslagens regler om serviceskyldighet gäller också för de sociala medier där Ronneby kommun är aktiv. Det innebär att inlägg inte får lämnas olästa och obesvarade under semester, sjukdom eller annan ledighet. Bevakning av inlägg ska göras varje vardag och frågor ska besvaras skyndsamt. I vissa fall används sociala media konton i samband med återkommande event. Dessa konton kan vara vilande under en tid, men det måste informeras om detta på ett tydligt sätt. Sociala medier konton som inte följer dessa regler bör stängas ner.

8.2. Allmän handling

De inlägg som görs på sociala medier i tjänsten är allmänna handlingar. Inläggen ska hållas ordnade på samma sätt som andra allmänna handlingar. Inläggen behöver inte registreras, men ska vara lätt sökbara.

8.3. Tonalitet och uttryck

Språket i offentlig verksamhet ska enligt 11 § språklagen (2009:600) vara vårdat, enkelt och begripligt. I 7 § förvaltningslagen (1986:223) finns krav på att kommunen ska sträva efter att uttrycka sig lättbegripligt och även på andra sätt underlätta för den enskilde att ha med den att göra. Det innebär att kommunen ska visa hänsyn dels till dem som inte behärskar svenska språket väl, dels till dem som har olika former av funktionsvariationer. Det innebär bland annat att föråldrade och svårbegripliga skrivsätt inte ska förekomma. Språket ska vara modernt, lättfattligt och korrekt, gärna med begripliga och tydliga exempel. Det är även accepterat att skriva moderna och lättsammare slangord, så länge det inte tar fokus från huvudbudskapet. Det gäller dessutom att överväga vilken ton kontot ska ha beroende på vilka som ingår i målgruppen.

Funderar gärna innan publicering, om inlägget ska vara mer:

- Seriöst eller lättsamt?
- Problematiserande eller positivt?
- Korrekt eller varmt?
- Professionellt eller enkelt?
- Genuint eller trendigt?
- Stillsamt eller livligt?

Vill du veta om mer om tonalitet ta gärna kontakt med kommunikationsgruppen.

Ronneby kommuns [varumärkesplattform](#)

8.4. Uppgifter som innehåller sekretess, bryter mot svensk lag eller är oetiska

Sekretessbelagda uppgifter/handlingar får inte publiceras på sociala medier. Om någon utomstående gör ett inlägg som innehåller sekretessbelagda uppgifter ska det tas om hand för registrering i det egna diariet och handläggas på vanligt vis. Inlägget med de sekretessbelagda uppgifterna ska tas bort från kanalen. Samma gäller brottsligt material, inlägg och kommentarer som är oetiska.

Kommentarer och inlägg som sker i kommunens kanaler får inte innehålla:

- Sekretessbelagda uppgifter
- Känsliga eller integritetskränkande uppgifter, som exempelvis förtal
- Uppgifter som kan innebära brott eller innehåller uppmaningar till brott
- Rasistiska eller sexistiska uttalanden, obscena ord
- Hets mot folkgrupp
- Olovliga våldsskildringar eller pornografi
- Reklam för produkter och tjänster

8.5. Dokumentation och gallring

Det mesta som skrivs på sociala medier är av tillfällig eller ringa betydelse. Inlägg som inte längre är aktuella kan därför plockas bort eftersom Ronneby kommuns generella gallringsbeslut innefattar innehåll från sociala medier av tillfällig eller ringa betydelse. För att dokumentera

själva mediet ska ansvarig redaktör en gång i halvåret eller inför stora förändringar spara informationen, exempelvis genom att ladda ner sidan eller att ta skärmlapp, från de sidor man är aktiv på. Detta bör framgå i verksamheternas egna dokumenthanteringsplan.

8.6. Länkar till politiker/förtroendevalda

Om politiker i Ronneby kommun vill länka från kommunens kanal till exempelvis sin privata blogg eller sitt partis kanal går det bra. Beslutet om detta ligger hos den som ansvarar för kommunens kanal. Men det bör klart och tydligt framgå att åsikterna som framförs på till exempel bloggen inte är kommunens egna utan den enskilde politikerns.

8.7. Privat användning av sociala medier

Yttrandefrihet och meddelarfrihet gäller på sociala medier, men tänk på att uppgifterna får en snabb och bred spridning och att konsekvenserna kan vara svåra att överblicka. Ett inlägg som en utomstående gör på kommunens sociala medium blir också allmän handling, liksom en dialog mellan kommun och allmänhet.

8.8. Bemöta kritik

- Utvärdera om kritiken handlar om en åsikt, faktafel eller ett felaktigt beteende från Ronneby kommun samt om kritiken har fått spridning
- Undvik antaganden & håll dig till fakta
- Bemöt kritiken innan det blir spekulationer hos mottagarna
- Var medveten om att alla inlägg är offentliga och ska betraktas som allmänna handlingar

8.9. Vem får synas på bilder och i inlägg?

För att kommunen ska kunna sprida personuppgifter ska det finnas stöd i lagen (GDPR). Bilder är vanligt förekommande på sociala medier, eftersom de gör inläggen personliga och intressanta. Särskilt de bilder som innehåller människor. Däremot behöver bilder som innehåller igenkänningsbara personer dokumenteras enligt GDPR, eftersom det är personuppgifter. Dokumentationen ska förutom daterat fototillfälle, bakgrund och syfte dessutom kunna kopplas till en rättslig grund som stödjer publiceringen. En rättslig grund som är vanligt förekommande inom Ronneby kommuns verksamhet är ”uppgift av allmänt intresse eller myndighetsutövning”. Läs mer om rättsliga grunder på datainspektions hemsida:

[Dataskydd för verksamheter | IMY](#)

Förutom bilder är namn, personnummer, e-post och adresser exempel på uppgifter som kan kopplas till specifika personer.

8.10. Annonsering i sociala medier

Att annonsera i sociala medier är ett effektivt sätt att marknadsföra eller sprida information från kommunens verksamheter. Vid frågor om annonsering via Ronneby kommuns centrala konton på Facebook, Instagram, LinkedIn och YouTube ta kontakt med kommunikationsgruppen i samband med kommunikationsplanering.

9. Att starta ett konto på sociala medier

För att verksamheter ska kunna starta och driva konton inom sin egen enhet krävs det ett godkännande från ansvarig chef. Innan starten ska ett dokument fyllas i som tydliggör syfte och mål med kommunikationsinsatsen. Underlaget till uppstart finns i det separata dokumentet

[Dokumentation uppstart sociala medier.pdf \(ronneby.se\)](#)

Ifyllt dokument ska skickas till kommunikation@ronneby.se och finnas tillgängliga hos förvaltningschef eller av denne utsedd person, så att allmänna handlingar kan lämnas. Samma uppgifter ska skrivas in i förvaltningens servicenivåöverenskommelse och uppdateras vid förändringar.

9.1. Checklista för att starta konto i sociala medier

Innan uppstart av sociala medier går verksamheten igenom checklistan för att säkerställa att riktlinjer för sociala medier följs.

- Syfte – varför ska sociala mediet användas?
- Mål – vad är målet med kommunikationen?
- Målgrupp – vilka vänder vi oss till?
- Plattform – vilken typ av socialt medium ska användas?
- Budskap – vilka frågor ska i huvudsak kommuniceras, hänger det ihop med budskap i andra kanaler, finns det risk att budskap krockas?
- Typ av konto – skapa en företagssida/-konto, inte ett personkonto
- Avtal – har ni gått igenom avtalsvillkoren för det sociala mediet?
- Resurser – har ni bedömt vilka insatser som behövs i tid och resurser för att upprätta och hålla det sociala mediet under uppsikt?
- Bevakning – vem/vilka sköter bevakning och uppdatering? Är det endast en person måste täckning finnas t ex vid semester.
- Avsändare – framgår det tydligt att ni är en del av Ronneby kommun, till exempel genom en informationstext?
- Risker – riskerar sekretess att röjas och andra lagar och regler att ta hänsyn till?
- Diarieföring, gallring och arkivering – hur ser era rutiner ut?
- Kriskommunikation - hur använder ni sociala medier vid en kris? Hur hänger det ihop med

övriga informationskanaler? Finns back-up för bemanning och hantering?

- Marknadsföring – hur hittar besökarna till era sociala medier?
- Har ni meddelat Kommunikationsgruppen att ni vill upprätta eller avsluta ett konto?

10. Annan bra information & fotnoter

Sociala medier på Wikipedia

https://sv.wikipedia.org/wiki/Sociala_medier

Sociala medier handbok – Malmö stad

[Sociala medier handbok - Malmö stad \(malmo.se\)](https://www.malmo.se/om-malmo/utveckling-och-innovationscentrum/utveckling-och-innovationscentrum-2020-2025/sociala-medier-handbok)