



# Policy för sociala medier

Malå kommun



# Innehåll

## **1. Beskrivning**

### **2. Hur arbetar Malå kommun med social medier?**

2.1 På Facebook publiceras varje vecka

2.2 På Instagram publiceras varje vecka

2.3 Skillnaden mellan vad som publiceras på Facebook och Instagram

### **3. Malå kommuns övergripande syfte med att vara aktiv på sociala medier**

### **4. Riktlinjer**

4.1 - 4.9 Riktlinjerna räknas upp

### **5. Genomgång årsvis**

## 1. Beskrivning

Malå kommuns officiella Facebooksida och Instagramkonto är "Malå- med allt så nära", för Malå kommun med visionen "Malå-med allt så nära. En välkomnande och trygg kommun där utveckling sker" och för Malås gemensamma varumärke "Malå-med allt så nära", ett Malå för boende, besökare och näringslivet.

*\* Varumärket Malå är inte en geografisk plats knuten till centralorten. Varumärket Malå skall stå för den totala upplevelsen av kommunens alla byggstenar som tillsammans smälter samman till en attraktiv helhet. Grundtanken bygger på att Malå fungerar som ett "paraplyvarumärke" som skapar sammanhang och nytta för hela kommunens geografi. Byarna har alla unika karaktärer och fungerar som viktiga byggstenar för den sammantagna bilden av Malå.*



Denna policy gäller för sidor på sociala medier där Malå kommun, eller en verksamhet inom Malå kommun, står som ansvarig utgivare.

Malå- med allt så nära ska, med undantag för Tjamstanbackarnas egna Facebooksida, vara Malå kommuns enda Facebooksida. Tjamstanbackarna undantas från denna regel eftersom Tjamstanbackarna är ett eget varumärke.

Egna Instagramkonton får skaffas av de avdelningar/enheter som känner att de har behov av ett eget konto i sin verksamhet.

Se nedan vad som gäller för detta. Här kan man använda sig av #Malå-med allt så nära.

Observera att kommunikatören alltid ska kontaktas innan ett nytt Instagramkonto startas. Efter kommunikatörens godkännande är det respektive avdelningschef som bedömer vem/vilka som administrerar kontot i sin tjänst. Den/de som utses har ett ansvar att hantera mediet på ett bra sätt och i enlighet med riktlinjerna i denna policy.

I dagsläget använder kommunen Facebook, Instagram och Youtub, men detta kan komma att utökas med andra sociala medier, då enligt dessa riktlinjer.

## **2. Hur arbetar Malå kommun med Facebooksidan och Instagramkontot Malå-med allt så nära?**

Sidorna administreras av utvalda administratörer och ansvarig för sidan är kommunens kommunikatör. Facebooksidan "Malå - med allt så nära" är bemannad enligt angivna öppettider på sidan. Frågor besvaras inom 2 timmar under gällande öppettider.

Administratörerna agerar budbärare för de avdelningar/enheter där administratör saknas.

Vid varje publicering anges vem som informerar, t.ex. Malå kommun informerar, Utvecklingsavdelningen informerar, Turistinformationen informerar osv. Denna information läggs längst upp i publiceringen. Detta för att tydliggöra avsändaren.

2.1 På Facebook publiceras varje vecka:

- viktig kommunal information - kommunikatör ansvarar för detta.
- minst en positiv information som rör hela kommunen - delat ansvar på administratörerna.
- minst en "vad händer i Malå?" - Turistinformationen ansvarar för detta.
- samtliga företagsbesök bör publiceras/tillkännages på sidan.
- om/när kommunen deltar i offentliga tillställningar delar vi med oss.

Inlägg schemaläggs för att sprida dessa över tiden för att undvika att det stundvis blir en stor anhopning av inlägg eller inga inlägg alls. Detta blir extra viktigt under semestertider så att inlägg publiceras även under denna period.

2.2 På Instagram publicerar vi varje vecka:

- minst 3 inlägg per vecka.

2.3 Skillnaden mellan vad som publiceras på Facebook och Instagram

- Facebook visar vilka vi är och ska vara informativt och faktabaserat.
- Instagram visar och beskriver vad vi ser för att lyfta fram vårt vackra, mångsidiga och innehållsrika Malå.

## **3. Malå kommuns övergripande syfte med att vara aktiv i sociala medier är att:**

- skapa relationer genom öppen och tydlig information och kommunikation
- uppmuntra till delaktighet - skapa dialog
- förbättra servicen till våra kunder
- marknadsföra kommunen och positionera Malå som en välkomnande och trygg kommun där utveckling sker
- förebygga att felaktig information sprids genom ryktesspridning på andra sidor inom sociala medier

Utgångspunkten är att vi i sociala medier ska ge ett personligt bemötande och att vi är professionella utan att vara privata.

Malå kommuns information och kommunikation ska vara målgruppsanpassad. En satsning på moderna verktyg för att kommunicera med och vara en del av kommuninvånarnas

vardag är viktigt. Malå kommun ser gärna att sociala medier används där det finns ett tydligt syfte med användandet och där man gör det på ett sådant sätt att det stärker varumärket.

#### 4. Riktlinjer

- 4.1 Kommunikationen ska vara tydlig och överensstämja med Malå kommuns grafiska profil och kommunikationsplan. Sidan ska med sitt flöde vara levande och attraktiv.
- 4.2 Instagramkonto registreras alltid hos kommunikatör vid Malå kommun och efter godkännande är det ansvarig avdelningschef som bestämmer vem/vilka som administrerar kontot i tjänsten. Det är viktigt att det klargörs att personen använder sociala medier som anställd och inte som privatperson.
- 4.3 Vid all publicering på kommunens konton på sociala medier ska det tydligt framgå vem som är avsändaren. Användandet av sociala medier ställer krav på löpande bevakning samtidigt som det också mot kund ska framgå hur kommunen arbetar med mediet. När man som administratör går in och besvarar frågor eller kommentarer skriver man under med sitt namn och sin titel. Agerar man budbärare så skriver man under svaret med rätt tjänstemans namn och titel. Det är endast ansvarig administratör för inlägg som får gå in och svara på frågor och kommentarer eller agera budbärare om inget annat finns överenskommet.
- 4.4 Viktigt att tänka på är att när man som administratör går in och gillar eller kommenterar andra administratörers inlägg på Facebooksidan Malå-med allt så nära, är det viktigt att man ändrar från profilen Malå-med allt så nära till sin egen privata profil.
- 4.5 Om kommunen arrenderar ut sin verksamhet (ex restaurang Laven, Malå hotell etc) ska det stå i avtalet att arrendatorn har rätt att skapa en konto på Facebook och/eller Instagram med objektets namn under tiden de arrenderar objektet. Därefter har de inte rätt till namnet och får antingen stänga ner kontot eller döpa om det. Arrendatorn åtar sig även att följa punkt 1, 9 och 10 i kommunens policy kring sociala medier. Följs inte dessa punkter har kommunen/berörd enhetschef rätt att begära att kontot omgående stängs ner.
- 4.6 När kommunen för en dialog med kommunmedborgare/kund på sociala medier så ska detta, beroende på dess innehåll, ses som en allmän handling. Allmänna handlingar ska registreras så snart de har kommit in till eller upprättats hos myndighet, men det finns undantag. Handlingar som inte omfattas av sekretess behöver inte registreras om de hålls ordnade så att det utan svårighet kan fastställas om de har kommit in eller upprättats. Om det är uppenbart att en allmän handling är av ringa betydelse för myndighetens verksamhet, behöver den varken registreras eller hållas ordnad.

Den tjänsteman/redaktör som haft kontakt med medborgaren är ansvarig att ta

ställning kring om den allmänna handlingen ska registreras eller inte. Vid registrering är det viktigt att man kan följa hela kedjan av händelser.

4.7 Sekretessbelagda uppgifter får inte publiceras på sociala medier.

4.8 Kommentarer, synpunkter och svar som kan antas strida mot gällande lagstiftning, direktiv och/eller riktlinjer ska skyndsamt avpubliceras eller raderas. Innan radering sker, måste innehållet i meddelandet samt information om dess användning sparas.

Kommentarer får inte innehålla:

- förtal, personliga angrepp eller förolämpningar
- hets mot folkgrupp, sexistiska yttranden eller andra trakasserier
- olovliga våldsskildringar eller pornografi
- uppmaningar till brott
- olovligt bruk av upphovsrättsligt skyddat material
- svordomar eller obscena ord
- kommersiella budskap eller reklam sekretessbelagda uppgifter

4.9 Förtroendevalda och anställda som använder sociala medier i det privata får skriva om kommunens verksamhet. Ej sekretessbelagda uppgifter.

## 5. Översyn

Översyn av denna policy sker i årsredovisningen.