



## Riktlinje för användning av sociala medier

Dokumenttyp	Riktlinje
Dokumentnamn	Riktlinje för användning av sociala medier
Antagen av:	
Diarienummer	KK 2026-000241 009
Giltighetstid	
Gäller för	Avesta kommunkoncern
Sammanfattning	Sociala medier är en viktig kanal för kommunen eftersom de snabbt når våra målgrupper och ökar tillgängligheten, möjliggör dialog och lyssnande, utgör en kanal för att motverka rykten och skapa transparens, stärker tilliten till kommunens arbete och den demokratiska processen, gör det möjligt att visa verksamheternas bredd och samhällsuppdrag, samt stärker kommunens varumärke och arbetsgivarerbjudande.
Granskad	
Reviderad	
Dokumentansvarig	Administrativ chef
Webbansvarig	Administrativ chef
Publiceras	Extern och intern webb
Relaterade dokument	

# Användning av sociala medier - riktlinje

---

## Syfte - varför sociala medier?

Sociala medier är en viktig kanal för kommunen eftersom de:

- snabbt når våra målgrupper och ökar tillgängligheten
- möjliggör dialog och lyssnande
- utgör en kanal för att motverka rykten och skapa transparens
- stärker tilliten till kommunens arbete och den demokratiska processen
- gör det möjligt att visa verksamheternas bredd och samhällsuppdrag
- stärker kommunens varumärke och arbetsgivarerbjudande

Målbild: All kommunikation i sociala medier ska bidra till trovärdighet, delaktighet och god service.

## Innehåll – vad och hur vi publicerar

### Text

- Skriv kort, tydligt och i klarspråk.
- Sätt det viktigaste först.
- Undvik interna begrepp och förkortningar.
- Skriv för mottagaren — inte organisationen.

### Emojis

- Använd sparsamt (max 2–3 per inlägg).
- Emojis ska förstärka texten, inte ersätta ord.
- Tänk på tillgänglighet: undvik långa rader med emojis.

### Hashtags

- Använd relevanta hashtags för att öka synlighet och sökbarhet.
- Var konsekvent i vilka tags verksamheten använder.
- Det finns ingen övre gräns, men alla hashtags ska vara relevanta

### AI-genererat innehåll

Allt AI-genererat innehåll ska noggrant granskas innan publicering, utifrån fakta, ton, tillgänglighet och trovärdighet. När innehållet tagits fram med hjälp av AI ska det framgå i det publicerade inlägget.

# Visuell utformning och grafisk identitet

## Profilbild

- Administrativa enheten har mallar som ska användas för profilbilder. Kommunens logotyp ska användas på alla kommunens konton. Gamla byn AB och Avesta vatten och avfall AB har egna mallar. Detta är för att tydliggöra avsändaren.

## Typsnitt

- Om ordinarie typsnitt inte kan användas i sociala medier ska ett lättläst och liknande typsnitt användas.

## Mallar och produktion

- Efterfrågar du mallar för inlägg, stories och video – hör av dig till kommunikation.
- Medarbetare kan använda de verktyg och appar de är mest bekväma med, så länge de följer profil och riktlinjer.

## Dialog och bemötande

Kommunen har enligt *förvaltningslagens serviceskyldighet* ett ansvar att vara tillgänglig, ge vägledning och svara på frågor som kommer in via sociala medier. Eftersom kanalerna fungerar som kontaktvägar till kommunen ska de **övervakas och besvaras** i samma anda av god service som andra kommunikationsvägar.

- Svara så snabbt som möjligt på frågor och kommentarer.
- Håll en serviceinriktad och respektfull ton.
- Rätta eventuella fel snabbt och transparent.
- Hänvisa till rätt kontaktvägar vid personliga ärenden eller frågor som kräver handläggning.

## Moderering – regler för kommentarer

Den som ansvarar för en specifik kanal i sociala medier har enligt *lagen om ansvar för elektronisk anslagstavla* uppsiktsplikt. Det innebär att ansvarig ska ha regelbunden uppsikt över vad användare publicerar i kanalen. Uppsikten ska ske **dagligen**, eller med annan rimlig frekvens utifrån kanalens aktivitet. Rimlig frekvens bedöms av chef.

Kommentarer tas bort om de:

- innehåller hat, kränkningar, rasism, sexism eller trakasserier
- innehåller hot eller personangrepp
- sprider rykten, desinformation eller propaganda
- innehåller reklam eller politisk kampanjning
- innehåller sekretessbelagd eller integritetskänslig information
- innehåller pornografi, våldsskildringar eller upphovsrättsligt skyddat material
- inte håller sig till ämnet

Vid upprepade överträdelser kan användaren blockeras.

Syftet är att hålla en trygg och konstruktiv dialogmiljö.

### *Praktisk hantering av uppsiktsplikten*

För att kunna uppfylla uppsiktsplikten och samtidigt ge god service ska varje kanal som kommunen ansvarar för hanteras på ett strukturerat sätt:

- **Kontaktuppgifter till ansvarig verksamhet ska framgå tydligt** i anslutning till kanalen. Detta gör det enkelt för användare att lämna synpunkter eller anmäla olämpliga kommentarer.
- **Kommentarer, inlägg och svar som strider mot lag, riktlinjer, eller policydokument ska tas bort skyndsamt.**

Innan ett sådant inlägg tas bort gäller följande:

- innehållet ska sparas, tillsammans med information om avsändaren och aktuellt inlägg
- ansvarig administratör ansvarar för att detta görs
- borttagen kommunikation ska **bevaras och hållas ordnad** enligt kommunens regler för hantering av allmänna handlingar

Detta säkerställer att kommunen följer lagstiftning, värnar om invånarnas integritet och upprätthåller en trygg och konstruktiv dialog i sociala medier.

## Resurser, arbetsbelastning och urval av innehåll

### Planera för engagemang och arbetsbelastning

Vissa inlägg skapar högt engagemang — vilket leder till fler frågor, mer dialog och större behov av bemanning. Därför ska varje verksamhet göra en **resurs- och arbetsbelastningsbedömning innan publicering**.

Publicera endast när:

- det finns resurser att svara på frågor inom rimlig tid
- personal är tillgänglig för uppföljning de första timmarna efter publicering
- uppföljningen inte påverkar ordinarie verksamhet negativt
- engagemangets förväntade omfattning är hanterbar

Kommunikationsprogrammet tydliggör att kommunikation ska vara planerad och resurssatt — detta gäller även i sociala medier.

### Bedömning före publicering – är inlägget värt arbetsinsatsen?

Ställ följande frågor innan publicering:

1. **Är detta information som är viktig för invånarnas trygghet, förståelse eller delaktighet?**
2. **Kan vi förvänta oss stort engagemang?**
  - Om ja, har vi bemanning att hantera det?
3. **Har vi fakta och mandat att svara på frågor som kan uppstå?**
4. **Är sociala medier rätt kanal, eller finns en bättre plats för budskapet?**
5. **Behöver vi samordna med kommunikatörerna?**

Utifrån svaret på frågorna, bedöm om kanalen eller tidpunkten borde övervägas ytterligare en gång.

### Bemanning vid inlägg med hög förväntad aktivitet

Vid inlägg som sannolikt leder till många frågor ska verksamheten:

- publicera vid tider då bemanning finns
- avsätta tid i kalendern för uppföljning och moderering
- säkerställa att fler kan stötta vid behov
- koordinera med kommunikatörerna vid känsliga eller komplexa frågor

## Vid begränsade resurser

Om verksamheten inte kan hantera förväntat engagemang:

- välj annan kanal (t.ex. webbartikel utan social spridning)
- avvakta med publicering tills bemanning finns
- minska dialogbehovet genom att:
  - lägga till en tydlig FAQ i texten
  - länka till mer information
  - hänvisa till servicecenter för frågor

Syftet är att säkerställa att vi håller hög kvalitet och rimlig arbetsbelastning samtidigt.

## Ansvarsfördelning

### Alla medarbetare

- Representerar sin arbetsgivare när de publicerar i tjänsten.
- Följer lagar, policy och riktlinjer.
- Svarar sakligt och korrekt på frågor.

### Chefer

- Ansvariga för kanaler de beslutat om. De är även ansvariga för innehållet i dessa kanaler.
- Säkerställer organisatoriska förutsättningar för sociala medier.
- Ansvarar för att riktlinjer och lagar följs.

### Kommunikatörerna

- Förvaltar centrala kanaler.
- Stödjer verksamheterna med rådgivning, uppföljning och utbildning.
- Samordnar kommunikation vid känsliga lägen eller kriser.

### Personliga konton

- Medarbetare får använda sociala medier privat, men ska hålla isär roll och funktion.
- Undvik uttalanden som kan tolkas som att du representerar din arbetsgivare.

## Kris och särskilda händelser

Vid kris gäller särskilda rutiner:

- Endast utsedda talespersoner och kommunikatorerna får publicera.
- Kommunikation ska vara snabb, tydlig och samordnad.
- Säkerhet, fakta och invånarnas trygghet är högsta prioritet.

## Uppföljning och lärande

- Följ upp räckvidd, dialog och målgruppträff.
- Utvärdera om kommunikationen gav önskad effekt.
- Dela lärdomar med kommunikatorerna vid årliga uppföljningar tillsammans med kommunikatorerna.
- Arbeta långsiktigt och utvecklingsinriktat enligt kommunikationsprogrammet.

## Register och arkivering av sociala medier

För att underlätta sökning i allmänna handlingar ska varje förvaltning som använder sociala medier föra ett enkelt register över vilka kanaler som används. Registret ska hållas aktuellt och uppdateras när en kanal startas, ändras eller avslutas.

Förvaltningen ska samtidigt informera kommunikatörerna om:

- vilka konton som används
- när ett konto avslutas eller tas bort

Detta gör det möjligt att hålla en samlad och korrekt överblick över kommunens närvaro i sociala medier.

### Arkivering och uppföljning

Sociala medier behöver följas upp och arkiveras på ett konsekvent sätt. Därför ska:

- en övergripande strategi och uppföljning görs för varje social kanal
- en skärmdump på kanalens utseende och innehåll tas två gånger per år för slutarkivering
- en årlig rapport skickas till kommunarkivet, där årets skärmdumpar och dokumentation samlas

Syftet är att säkerställa spårbarhet, öppenhet och enhetlig hantering av kommunens digitala kanaler.

### Lagar att förhålla sig till

- GDPR
- Offentlighets- och sekretesslagen
- Upphovsrätt
- Förvaltningslagen
- Lagen om elektronisk anslagstavla
- Lagen om tillgänglighet till digital offentlig service

## Bilaga 1: Checklista vid användning av sociala medier

1. Det måste finnas ett uppdrag från chefen för att en tjänsteperson ska kunna administrera sociala medier i tjänsten. Genom beslutet klargörs också att tjänstepersonen använder sociala medier som anställd och inte som privatperson.
2. Kommunikatörerna ska ha tillgång till din inloggning eller vara inlagda som administratörer i kontot.
3. Skicka ifylld plan för användning av sociala medier (Se bilaga 2) till [kommunikation@avesta.se](mailto:kommunikation@avesta.se)
4. Kommunikation ska informeras om vilket arbete som görs i sociala medier genom att ta del av den plan som lagts upp för arbetet. Kommunikation ansvarar för en sammanställning av vilka sociala medier som Avesta kommun arbetar med.
5. Läs Användning av sociala medier - riktlinjer, fundera på hur de påverkar hanteringen av er kanal.
6. Läs sidan om Bilder, bildarkiv och regler på Visentnet, fundera på hur det påverkar hanteringen av er kanal.
7. Profilbilden ska se ut så här:



Be kommunikatörerna ([kommunikation@avesta.se](mailto:kommunikation@avesta.se)) att hjälpa till att fixa profilbilden. Skicka med bilden du vill ha i bakgrunden.

8. Lägg till information om regler på profilen, se i Bilaga 3 nedan.
9. Avsätt tid åtminstone en gång per år för att följa upp arbetet. Är det tid/resurser som är väl använda?
10. De som utses att arbeta med sociala medier har ett ansvar för att hantera mediet korrekt och enligt dessa riktlinjer. Vid ansvarig tjänstepersons frånvaro ska ersättare finnas utsedd.
11. Kommunens grafiska profil ska användas även i de sociala medierna för att avsändaren ska bli tydlig. När detta inte är möjligt ska det ändå framgå klart vem som är avsändaren och om det är en officiell kanal för Avesta kommun eller inte.
12. Innehållet som publiceras av Avesta kommun i sociala medier ska alltid vara sakligt, objektivet och opartiskt.
13. Bevakning av aktuella sidor och platser ska ske dagligen. Den tjänstepersonen som ansvarar för närvaron i sociala medier ansvarar också för uppdatering och bevakning av mediet.
14. Alla inlägg på ett socialt medium ska som huvudregel betraktas som en allmän handling om det sker inom ramen för kommunens verksamhet. Handlingar som omfattas av sekretess får inte förekomma på sociala medier, det är heller inte tillåtet att lämna ut känslig information om enskilda personer.
15. Varje halvår ska en skärmdump av det sociala mediet sparas. En rapport skickas årligen till kommunikatörerna där skärmdumpar från året finns, men också en beskrivning av arbetet som gjorts.

16. Den som är ansvarig för det sociala mediet som används här, enligt lagen om ansvar för elektronisk anslagstavla, en uppsiktsplikt över mediet. Detta innebär att den ansvarige ska ha uppsikt över information som användare publicerar, vilket bör ske dagligen.

## Bilaga 2: Plan för användning av sociala medier

Vid användning av sociala medier måste det finnas en plan för hur mediet ska användas. Denna plan ska sändas till kommunikation. Planen ska innehålla en beskrivning av vilket arbete som planeras i sociala medier. Det är viktigt för att kommunikation ska kunna hålla en uppdaterad sammanställning av de sociala medier Avesta kommun använder.

Varje social kanal som används ska ha en egen specifik plan. I planen ska följande rubriker och information återfinnas:

### 1. Inledning

Vilken social kanal har valts? Varför har denna kanal valts och inte något annat?

### 2. Syfte och mål

- a) Vad är syftet med närvaron på den sociala kanalen?
- b) Vad ska uppnås med närvaron på den sociala kanalen?
- c) När startar arbetet? Hur ofta ska kanalen uppdateras? Målgrupp?

### 3. Ansvar och struktur

En tydlig beskrivning av ansvarsområden för närvaron i sociala medier säkerställer en

- a) kontinuitet i arbetet.
  - Är det tydligt uttalat vem/vilka som har uppdrag att hantera dialogen i kanalen?
  - Vem är ansvarig för arbetet? Vem är ansvarig om huvudansvarig är frånvarande?
  - Finns det angivet hur rollerna inom organisationen är fördelade?
    - i. Löpande arbete – vem sköter publicering, föra dialog, bevaka (även under ledigheter)? Hur ska konversationen fungera?
    - ii. Administration – vem hanterar kontouppgifter och administrerar kontot?
    - iii. Resurser – finns en uppskattning av resursbehov?
    - iv. Uppsikt – finns det angivet vilka tider det kommer att finnas bevakning av mediet?
    - v. Erfarenheter och utveckling – vem hanterar mätning, dokumentering av erfarenheter och utveckling av närvaron?

### 4. Uppföljning

Hur fungerar uppföljningen av arbetet?

## Bilaga 3 – Information om kanalen – en mall

### Tänk på att:

- När du skriver en kommentar eller skickar ett personligt meddelande till oss, riskerar dina personuppgifter att överföras till tredjeland.
- Inte skicka känslig information så som personuppgifter genom våra sociala medier. Vi rekommenderar att du ringer, skickar brev eller e-post i stället.
- Sidan är inte en arena för politiska diskussioner.

### Regler:

- Vi håller en god ton mot varandra och visar respekt.
- Kommentarer och frågor som inte har anknytning till inläggets budskap raderas. Har du en fråga eller synpunkt kan du skicka meddelande eller höra av dig till Avesta servicecenter.

### Kommentarer får inte innehålla:

- Kränkningar, förtal, personliga angrepp eller förolämpningar.
- Hets mot folkgrupp, sexistiska yttranden eller andra trakasserier.
- Olovliga våldsskildringar eller pornografi.
- Uppmaningar till brott eller annan brottslig verksamhet.
- Olovligt bruk av upphovsrättsligt skyddat material.
- Svordomar eller obscena ord.
- Kommersiella budskap eller reklam.

Vi förbehåller oss rätten att ta bort kommentarer som bryter mot något i ovanstående lista, samt blockera användare som bryter mot sidans regler.

Synpunkter som kommer kommunen tillhanda via sociala medier och som inte bedöms vara av ringa betydelse, registreras och blir en allmän handling som omfattas av offentlighetsprincipen.