

Riktlinjer för sociala medier på Nordiska museet

Beslutad: 2011-05-24

Version: 1.0

Introduktion

Sociala medier betecknar aktiviteter som kombinerar teknologi, social interaktion och användargenererat innehåll. Exempel på sociala medier är forum, bloggar och sociala nätverk.¹
källa Wikipedia

Riktlinjerna gäller för stiftelsen Nordiska museets närvaro i alla typer av sociala medier om inte annat anges.

Syfte med Nordiska museets närvaro i sociala medier

Nordiska museets strategi för nya medier fokuserar på tre områden:

- Öppenhet, kommunikation och delaktighet
- Dynamisk och nyskapande användning
- Väl fungerande basinfrastruktur

Öppenhet, kommunikation och delaktighet är tre ledord i vår kommunikation av Nordiska museets kunskapsbank. Vi ska sätta användarna i centrum, utveckla engagerande kanaler och tjänster för diskussion, dialog och debatter, möjliggöra för målgrupperna att kommentera vårt innehåll, osv.

Dynamisk och nyskapande användning av museets kunskapsbank blir möjlig genom att vi ökar kunskapen om innehållet, och sprider den via fler arenor och kanaler än tidigare.

Att delta i sociala medier är nödvändigt för att kunna stärka museets närvaro på webben, öka dialogen med och kännedom om målgrupperna, och effektivare förmedla kunskap om vårt material.

Nordiska museet på sociala medier ska nås samlat via www.nordiskamuseet.se.

Detta dokument ersätter dokumentet Riktlinjer för sociala medier, rev. 3.2. (2010-01-07).

Att kommunicera i sociala medier via museets officiella kanaler

Museets avdelningar kan till Nya medier, som har ett samordnande ansvar för museets närvaro i sociala medier, föreslå kommunikation via sociala medier (även specifika tjänster) i samband med projekt eller ordinarie verksamhet. Avdelningen för Nya medier ger därefter om behovet anses relevant klartecken till kommunikation via officiella sociala mediekkanaler.

Nya medier bistår med stöd i upprättandet av konton, bloggar o.s.v. Nya medier har också rätt att föreslå andra kommunikationsvägar (upprop om insamling via Nordiska museets hemsida etc.) än sociala medier där så bedöms lämpligt.

Alla som vill delta i sociala medier via museets officiella kanaler ska genomgå en introduktion med genomgång av dessa riktlinjer samt praktiska och tekniska frågor.

Att kommunicera i sociala medier i eget namn

Tjänstemän på Nordiska museet som, inom ramen för sin tjänst, vill öppna konton i eget namn för kommunikation via sociala medier, ska alltid först anmäla detta till avdelningen för Nya medier. Nya medier ger därefter om behovet anses relevant klartecken till kommunikation via sociala medier och bistår med stöd i upprättandet av konton o.s.v.

Alla som fått klartecken att delta i sociala medier i eget namn ska genomgå en introduktion med genomgång av dessa riktlinjer samt praktiska och tekniska frågor.

Nordiska museet uppmuntrar även medarbetarna att utforska sociala medier privat. Ofta kan det vara svårt att skilja på kommunikation privat och som tjänsteman vid Nordiska museet.

Man kan som tjänsteman delta i diskussionsforum, och göra inlägg på bloggar, främst i den roll man har i sin anställning vid museet, dvs. i yrkesrelaterade frågor inom sitt kunskapsområde.

Man kan också fånga upp frågor om museet via sociala medier, och precis som vid annan kommunikation (till exempel via telefon) med våra målgrupper, gäller att man vidarebefordrar till lämplig kollega eller chef, de frågor man inte själv kan besvara (se nedan om Att hantera kommentarer).

Om att kommunicera via sociala medier

Nedan följer några korta riktlinjer att beakta i kommunikation via sociala medier:

- Skriv ansvarsfullt
- Var personlig
- Visa respekt för mottagaren
- Bibehåll ett gott omdöme
- Skydda känsliga uppgifter om personer och stiftelsens egendom
- Skapa mervärde

Att hantera kommentarer

Enskilda tjänstemän som fått i uppdrag att kommunicera via sociala medier i tjänsten ansvarar för hantering av inkommande synpunkter, svar och kommentarer. Vid frånvaro, t.ex. semester, ska ersättare utses.

Tjänstemannen kan:

- Besvara frågan själv
- Vidarebefordra till någon kollega/chef som är bättre lämpad att svara på frågan
- Ta bort kommentaren utan att besvara den, om den kan anses vara irrelevant för kanalen och/eller kränkande/oetisk.* Det kan vara svårt att i vissa fall bedöma om en kommentar bör avlägsnas eller exempelvis ligga kvar men lämnas obesvarad. Kontakta alltid Nya medier i oklara fall. (Sociala mediergruppen finns som en resurs).

** Kommentarer får inte innehålla förtal, hets mot folkgrupp, personliga angrepp, förolämpningar, sexistiska yttrande, trakasserier, olovliga våldsskildringar, pornografi, uppmaningar till brott eller utgöra brottslig verksamhet, olovligt bruk av upphovsrättsligt skyddat material, svordomar eller obscena ord, kommersiella budskap eller reklam*

Frågor bör besvaras inom en arbetsdag. Om frågan kräver efterforskningar ska frågeställaren meddelas att frågan/kommentaren mottagits och att den besvaras snarast möjligt.

Om upphovsrätt

- Om andra bloggar/webbplatser citeras ska citatet åtföljas av en länk till källan
- Stäm av användning av bilder från museets samlingar med Bildförmedlingen, för att vara säker på bildens upphovsrättsliga status
- Ange alltid fotografens namn och bildkälla i anslutning till bilden och i förekommande fall licensieringsform
- Om bilder från externa källor används i till exempel en blogg, inhämta tillstånd från upphovsrättsinnehavaren, ange tydligt fotografens namn och källa och i förekommande fall licensieringsform

Läs mer

Miniguide: Besvara kommentarer om ditt företag på internet: <http://axbom.se/miniguide-besvara>
E-delegationens riktlinjer för sociala medier: <http://www.edelegationen.se/sida/riktlinjer-for-myndigheters-anvandning-av-sociala-medier>

Grunddokument

- Regeringsbeslut: Riktlinjer för budgetåret 2011 avseende statens bidrag till Stiftelsen Nordiska museet (2010-12-16)
- Tystnads- och ansvarsförbindelse med anledning av anställning eller uppdrag vid Stiftelsen Nordiska museet
- Nordiska museets IT-policy
- Den enskilda tjänstemannens anställningsavtal (och medföljande lojalitetsplikt)