

Retningslinjer for bruk av sosiale medier i Difi

Difis retningslinjer for mediehåndtering er utgangspunktet også når vi uttaler oss i sosiale medier, men de sosiale mediekanalene er mer umiddelbare og stiller krav om enda raskere og mer desentralisert respons. Det gjør at mer ansvar må delegeres til saksbehandlerne, og den svært raske dialogen og korte veien fra tastatur til offentlighet stiller spesielle krav til årvåkenhet hos hver enkelt.

Retningslinjene for bruk av sosiale medier i Difi regulerer hvorfor, når og hvordan vi opptrer i sosiale medier på vegne av Difi eller som Difi-ansatt. Retningslinjene gjelder et felt vi hele tiden gjør oss nye erfaringer med og som stadig utvikler seg, og vi vil ha behov for å revidere dem i tråd med utviklingen, ressurser og kapasitet.

Det opprettes et brukerforum for sosiale medier i Difi, som ledes av Difis nettredeaktør og hvor ansvarlig for hvert initiativ innen sosiale medier deltar. Forumet driver erfaringsutveksling og -innhenting, og gir erfaringsgrunnlaget for evaluering og videreutvikling av retningslinjene.

Hva er sosiale medier?

Med sosiale medier mener vi samfunn og aktiviteter på nett som er basert på brukergenerert innhold. Eksempler er sosiale nettverk (f.eks. Facebook, LinkedIn), blogger, fora, diskusjonssider, o.l. Dialogfunksjoner som f.eks. kommentarfelt og blogger på våre egne nettsider, blir omfattet av de samme retningslinjene.

Hvorfor skal Difi delta i sosiale medier?

Difi ønsker å være tilstede i sosiale medier når vi mener at det kan hjelpe oss til å nå målene våre. Vår visjon er *Utvikling gjennom samarbeid*, og den statlige kommunikasjonspolitikken sier blant annet at staten skal være åpen, sørge for brukermedvirkning, og nå ut til alle berørte. Sosiale medier er én av flere muligheter til å bygge opp under disse målsettingene, og en kanal vi tror kan være viktig og riktig i mange sammenhenger.

Vi ønsker å bruke de sosiale mediene til å få råd og innspill, eller svare på spørsmål, fra nåværende og potensielle brukere, til å følge med på meningsyttringer, og til å spre kjennskap til våre tilbud.

Hvordan skal Difi delta i sosiale medier?

Sosiale medier skal være en integrert del av vår kommunikasjonsvirksomhet. Deltagelsen er ikke et mål i seg selv, men et virkemiddel og supplement. Bruken av sosiale medier må være en del av den helhetlige kommunikasjonsplanen for prosjektet/feltet og ta utgangspunkt i en analyse av målgruppen(e).

Informasjon fra Difi som spres via sosiale medier skal først publiseres på et av Difis egne nettsted eller blogger som er utformet for å være tilgjengelige for alle, og det skal lenkes dit. Vi må være spesielt bevisst på at informasjon ikke gis eksklusivt i sosiale medier som krever at folk er registrerte brukere (f.eks. Facebook, Twitter).

Difi har mange fagområder og prosjekter med forskjellige målgrupper – som har svært ulike interessefelt. I tråd med mål om brukerretting og målgruppetilpasning, og kommunikasjonspolitikken prinsipp om kommunikasjon som linjeansvar, velger vi ikke å opptre som "Difi" i sosiale medier. Det innebærer at innlegg og kommentarer i sosiale medier skrives av ansatte, ikke av "Difi". Vi oppretter ikke én sentral Twitter-konto eller Facebook-side for Difi. Vi oppretter kun prosjektblogger, prosjektkontoer og profiler som har et klart mål og klare målgrupper, og som er tydelig forankret i et fagmiljø og hos en avdelingsdirektør, men det må gå klart fram at de hører til Difi. Hvis man som Difi-ansatt ønsker å komme med jobbrelevante ytringer i sosiale medier, bør rolle og tilhørighet til Difi tilkjennegis tydelig.

Difi har fremdeles en jobb å gjøre med å få våre egne nettsider og -tilbud mest mulig nyttige, brukerrettede og relevante. Vi prioriterer derfor – når det er nødvendig å velge – å jobbe med å forbedre våre egne kanaler i stedet for å delta i andres.

Våre egne sosiale mediekanaler (f.eks. våre egne blogger, kommentarfelt på nettsidene våre, og andre steder vi har valgt å være tilstede med en egen konto, profil, e.l.):

- Det er bedre å la være å opprette et dialogforum, enn å opprette et som vi ikke klarer å følge opp.
- Innhold skal overvåkes og spørsmål som skal besvares, besvares senest innen ett døgn (innen normal arbeidstid, dvs. ikke overvåkning i helger og helligdager). Reglene for responstid, for å skrive bidrag osv., må gå klart fram på forumet.
- Det er greit å stenge et forum f.eks. i ferien, men da må det gis klar beskjed om hvorfor og hvor lenge, og det bør ikke være tilgang til å legge inn kommentarer i denne perioden.
- Mulig omdømmekritiske saker skal koordineres av kommunikasjonsheten. Ta kontakt hvis du er i tvil om en sak er omdømmekritisk eller ikke.
- Vi er takknemlige for både positive og negative innspill, og viser gjennom hvordan vi følger opp diskusjonen at vi tar innspillene på alvor.
- Hvis noen har en negativ oppfatning av våre tilbud, er det viktig informasjon, selv om vi noen ganger kan oppleve det som urettferdig. Kommunikasjonspolitikken sier at vi skal nå alle, og det er vårt ansvar hvis vi blir misforstått. Unngå å havne i polemikk. Faktiske feil retter vi.
- Arkivloven gjelder også for sosiale medier, og hver enkelt har plikt til å vurdere om meldinger til eller fra Difi skal tas vare på for ettertiden som saksdokumenter eller dokumentasjon.
- Vurder om innlegg kan ha lenker til ondsinnede programmer, f.eks. virus, og sørg for å fjerne innlegget så rask som mulig dersom du oppdager slike lenker.
- Spørsmål skal besvares. Vær obs. når spørsmålene nærmer seg saksbehandling, da skal vedkommende henvises videre til riktig kanal.
- Taushetsbelagte forhold skal ikke behandles i sosiale medier.

Andres blogger, diskusjonsfora eller nettsider:

- Diskusjoner, kritiske spørsmål, utfordringer osv. på eksterne sosiale mediekanaler er gode innspill til hva vi bør tematisere i våre egne mediekanaler. Bruk derfor eksterne diskusjoner som lyttepost, og ta gjerne initiativ til en diskusjon på våre arenaer.
- Difi-prosjekter og -ansatte bør tenke nøye gjennom hvordan de deltar på vegne av Difi i diskusjoner i andres mediekanaler. Ved å delta i utstrakt grad på bortebane, skaper vi en forventning om at vi er til stede neste gang i den samme og andre kanaler. Det kan være tidkrevende, og samtidig være med på å gjøre viktig informasjon fra Difi mindre allment

tilgjengelig, særlig hvis diskusjonen skjer i adgangsbegrensede fora som Facebook og Twitter. Når vi deltar, skal vi være tydelige, konsekvente og forutsigbare.

- Difi-ansatte har ytringsfrihet, og rett til å uttale seg om jobbrelatert innhold i alle fora, men også lojalitetsplikt overfor arbeidsgiver. Sett deg inn i dine rettigheter og plikter. Det må gå klart frem om du uttaler deg på vegne av Difi.
- Dersom du velger å delta i en jobbrelatert diskusjon i en ekstern mediekanal, og du tror diskusjonen er relevant for flere, bør du være føre var og orientere berørte kollegaer, avdelingsdirektør og kommunikasjonsenheten.

Før det opprettes en blogg, profil, konto e.l. med tilknytning til Difi, må de ansvarlige lage en plan som minimum svarer på:

- Målsetting med initiativet: Hvorfor skal forumet (blogg/konto/profil) opprettes? Hva kan vi oppnå med det?
- Hvordan forumet skal brukes og forvaltes: Hva skal hovedtemaene være? Skal diskusjonen gå fritt, eller skal Difi være ordstyrer? Hvilke regler skal dialogen følge? Hvor lenge skal tiltaket vare: skal det være permanent, eller brukes til innspill i en tidsavgrenset prosess? Hvordan skal det markedsføres?
- Hvordan det skal organiseres:
 - Kapasitetsvurdering – har prosjektet ressurser til å følge opp Difis interne frister for dialog og spørsmål? Hva skjer i ferier?
 - Forankring i linjen hos én avdelingsdirektør (også ved deltakelse fra flere avdelinger), med én hovedansvarlig/dialogansvarlig for forumet. En gruppe som har som prioritert oppgave å svare på faglige spørsmål og delta i dialogen. Den ansvarlige for hvert initiativ skal delta i brukerforum for sosiale medier.
- Plan for evaluering av forumet, minimum etter 6 måneder, gjerne tidligere.

Planen sendes til kommunikasjonsenheten for kommentar og godkjennes av ansvarlig avdelingsdirektør.

Før du uttaler deg som Difi-ansatt bør du tenke over:

- Ønsker jeg å knytte min identitet i forskjellige sosiale medier til Difi, med de forpliktelsene det innebærer?
- Hvilke føringer for hvordan jeg opptrer i sosiale medier følger av at jeg jobber i Difi?
- Hvordan tilkjenner jeg hvem jeg er og hvilken rolle jeg har når jeg deler jobbrelatert innhold i sosiale medier?
- Hvordan håndterer jeg skillet mellom private ytringer og min profesjonelle rolle?

Regler og retningslinjer vi må forholde oss spesielt til når vi deltar i sosiale medier:

- [Forvaltningsloven](#)
- [Etiske retningslinjer for statsforvaltningen](#)
- [Arkivloven](#)
- Difis taushetserklæring
- [Statens kommunikasjonspolitikk](#)