

Sosiaalisen median ohje

Tämän ohjeen tarkoituksena on opastaa sosiaalisen median (somen) käyttöä Ylöjärven kaupungin eri toiminnoissa sekä ohjata henkilöstöä toimimaan sosiaalisessa mediassa vastuullisesti ja kaupungin toimintaa tukevalla tavalla. Ohje on suunnattu ensisijaisesti niille työntekijöille, jotka ylläpitävät kaupungin toimialojen ja yksiköiden some-tilejä.

Ohjeen on laatinut kaupungin viestintäyksikkö ja se on hyväksytty kaupunginhallituksessa x.x.2023.

Sisältö

Miksi sosiaaliseen mediaan?

Eri some-palvelut ja niiden käyttötarkoitukset

Some-palvelun käyttöönotto ja ylläpito

- Tavoitteet, resursointi ja päätös

- Käyttöönotto

- Ylläpito

- Seuranta ja mittaaminen

Työntekijä sosiaalisen median käyttäjänä

Luottamushenkilö sosiaalisen median käyttäjänä

Häiritä ja epäasiallinen käytös

Tietoturva

Somettajan TOP 10 -huoneentaulu

Lisätietoja

Miksi sosiaaliseen mediaan?

Sosiaalisen median palveluja on lukemattomia. Tässä ohjeessa sosiaalisella medially eli somella tarkoitetaan käytännössä yleisimpiä kaupallisia palveluja. Suosittuja kaupallisia some-palveluja ovat esimerkiksi Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, YouTube, Snapchat, Tiktok, Wikipedia ja blogit sekä erilaiset keskustelupalstat ja muut verkkoyhteisöt.

Sosiaalisessa mediassa kaikilla on mahdollisuus osallistua tiedon tuottamiseen ja julkaisemiseen. Kynnys luoda sisältöjä on matala ja sisältö leviää nopeasti.

Kaupungin näkökulmasta sosiaalisella medially on monia etuja. Kanavissa voi jakaa tietoa ja tehdä kaupungin palveluja tunnetuksi, vastata kysymyksiin, saada palautetta ja vastata siihen, luodata mielipiteitä, verkostoitua, edistää yhteisöllisyyttä, tukea henkilöstön rekrytointia, markkinoida kaupunkia ja vaikuttaa myönteisesti kaupungin maineeseen.

Kaupunkilaiset ja kaupungin sidosryhmät ovat laajasti mukana eri kanavissa. Somen kautta kaupunki voi tavoittaa sellaisia asukkaita ja muita tahoja, jotka eivät seuraa kaupungin muita viestintäkanavia.

Sosiaalisen median käyttäjät voivat välittää kaupungin viestejä omille verkostoilleen ja näin tieto leviää aiempaa nopeammin ja laajemmalle.

Sosiaalisen median idea on sen nimessä – sosiaalisuudessa. Vuorovaikutus asukkaiden ja sidosryhmien kanssa lisääntyy, kun kaupunkiin voi olla helposti yhteydessä sosiaalisen median kautta. Vuorovaikutus verkossa voi auttaa kehittämään palveluja.

Aktiivinen ja avoin sosiaalisen median käyttö voi lisätä luottamusta ja sitoutumista Ylöjärven kaupunkiin.

Eri some-palvelut ja niiden käyttötarkoitukset

Sosiaalisen median palvelut ovat aina viestinnän lisäpalveluita eivätkä ne voi korvata kaupungin virallisia viestintäkanavia. Kaupungin päivittäisviestinnän pääkanava on Ylojarvi.fi-sivusto. Henkilöstöviestinnän pääkanava on intranetsivusto Ylönetti.

Kullakin sosiaalisen median palvelulla on oma toimintalogiikkansa ja ensisijaiset kohderyhmänsä. Paras hyöty palveluista saadaan, kun sisältö toteutetaan kullekin palvelulle ominaisena eli kanava- ja kohderyhmälähtöisesti.

Kaupungin kanavat ja tilit

Ylöjärven kaupungin viestintäyksikkö hallinnoi kaupungin nimen alla useita eri some-palveluja.

Matkailupainotteista Visit Ylöjärven Instagram-tiliä hallinnoi kaupungin elinkeinoyhtiö Ylöjärven Yrityspalvelu Oy.

Kaupungin kanavien sisältöä saa ja nimenomaan kannattaa jakaa toimialojen ja yksiköiden omissa kanavissa – ja tietysti myös toisinpäin. Mitä enemmän reagoimme toistemme sisältöihin ja jaamme niitä muille, sitä enemmän kukin kanava ja viime kädessä kaupunki hyötyy niistä. Toisen yksikön tilin voi merkitä (”tägätä”) omaan julkaisuun ja siten varmistaa, että toinen huomaa sen. Palveluissa voi myös laittaa yksityisviestejä ja pyytää jakamaan omaa julkaisua edelleen.

facebook.com/ylojarvenkaupunki

- Sisältö ja tyyli: tiedotus, markkinointi, vuorovaikutus, kanavista informatiivisin kaupunkilaisten suuntaan
- Seuraajat: laajin yleisö, keskimäärin vanhempaa kuin muissa kanavissa

instagram.com/ylojarvenkaupunki

- Sisältö ja tyyli: markkinointi, kuvat, videot ja tunnelmat, jaetaan muiden tuottamaa Ylöjärvi-sisältöä ja/tai reagoidaan siihen, kanavista visuaalisin
- Seuraajat: kasvava yleisömäärä, keskimäärin nuorempaa kuin Facebookissa
- Aihetunniste: #ylöjärvi sekä aiheen mukaan

instagram.com/visitylojarvi

- Ylöjärven Yrityspalvelu Oy:n ylläpitämä matkailua ja Ylöjärven tunnettuutta edistävä tili
- Aihetunniste: #ylöjärvi #visitylöjärvi sekä aiheen mukaan

twitter.com/ylokaupunki

- Sisältö ja tyyli: verkostoituminen, vaikuttaminen, ajankohtainen kommentointi, jaetaan muiden tuottamaa Ylöjärvi-sisältöä ja/tai reagoidaan siihen
- Seuraajat: asiantuntijoita, päättäjiä, vaikuttajia, toimittajia, myös asukkaita
- Aihetunniste: #ylöjärvi sekä aiheen mukaan

linkedin.com/company/ylojarven-kaupunki

- Sisältö ja tyyli: työnantajamielikuvan rakentaminen ja rekrytoinnin tukeminen, julkaistaan avoimia työpaikkoja ja kerrotaan kaupungista työnantajana, jaetaan kaupungin työntekijöiden julkaisemaa Ylöjärvi-sisältöä, kanavista eniten sidoksissa työelämään ja työrooleihin
- Seuraajat: kaupungin nykyiset, entiset ja toivottavasti myös tulevat työntekijät, sidosryhmät
- Aihetunniste: #ylöjärvi sekä aiheen mukaan (usein #HR #työpaikka)

youtube.com > Ylöjärven kaupunki

- Sisältö ja tyyli: tiedotus ja markkinointi, kaupungin videoiden tallennuspaikka, josta niitä jaetaan muihin kanaviin, suora tilaajamäärä vielä pieni, tavoittaa jakojen kautta

Kanavalistaus 3/2023

Some-palvelun käyttöönotto ja ylläpito

Tavoitteet, resursointi ja päätös

Toimialan ja yksikön viestinnän on palveltava yksikön tavoitteita ja viime kädessä koko kaupungin strategiaa. Sosiaalisen median hyödyntämistä on pohdittava osana toimialan/yksikön kokonaisviestintää. Samalla kyse on aina koko kaupungin viestinnästä.

On tärkeätä muistaa, että sosiaalisen median palvelut ovat aina viestinnän lisäpalveluita eivätkä ne voi korvata kaupungin virallisia viestintäkanavia.

Ennen sosiaalisen median kanavan käyttöönottoa ja tilin perustamista on pohdittava yhdessä toimialan/yksikön viestinnän tavoitteita, resursointia ja toteutusta pitkällä tähtäimellä.

Tavoitteet

Ennen sosiaalisen median palvelun käyttöönottoa on sovittava ja ratkaistava seuraavat asiat:

- Mitä lisäarvoa sosiaalisen median kautta halutaan? Olisiko viestinnässä jotakin muuta(kin) kehitettävää?
- Mikä some-palvelu sopii parhaiten tavoitellulle kohderyhmälle ja suunnitellulle sisällölle?
- Miten toiminnan tuloksellisuutta arvioidaan?

Resursointi

Sosiaalisen median myötä viestinnän hallitsemisesta on tullut aiempaa vaikeampaa, mikä on syytä huomioida resursoinnissa.

Käyttäjät odottavat jatkuvaa läsnäoloa, kommentointia ja kanavan ylläpitoa. Sisältöjä on päivitettävä riittävän usein, käytännössä useamman kerran viikossa. Koko organisaation johtoa myöten on sitouduttava sosiaalisen median palveluun:

- Ketkä tekevät sisällön? Pääkäyttäjiä on oltava aina vähintään kaksi, sisällöntuottajia tarvittaessa enemmänkin.
- Onko kanava tarpeeksi hyvin hallussa? Onnistuuko sisällön luominen kanavalle ominaisella tavalla?

Päätös

Sosiaalisen median palvelun avaaminen ei ole yksittäisen työntekijän päätös vaan avaamisesta päättää vastualueen päällikkö. Päätöksestä tulee aina ilmoittaa kaupungin viestintään. Tili lisätään kaupungin

kotisivujen luetteloon vahvistuksena siitä, että kyse on Ylöjärven kaupungin yksikön virallisesta tilistä. Samalla viestinnälle tulee ilmoittaa tilin yhteyshenkilö.

Käyttöönotto

Sosiaalisen median palvelun käyttöönottoa varten on luotava profiili. Profiilit voivat olla pysyviä tai määräaikaisia (esim. hankekohtaisia).

Profiili luodaan palvelun sääntöjen mukaan. Mikäli suinkin mahdollista, kaupungin toimintaa varten avattavissa some-palveluissa luodaan yksikkö/virkaprofiili, jota perustettaessa käytetään yksikön toimintaan liittyvää yhteissähköpostiosoitetta (esim. kirjasto@ylojarvi.fi). Aina tämä ei kuitenkaan ole mahdollista ja tällöin on varmistettava, ettei muu käytäntö aiheuta ongelmia vastuuseen ja yksityisyyteen liittyvissä asioissa tai jos työntekijä siirtyy pois kaupungin palveluksesta. Sosiaalisen median palvelun toiminta ja jatkuvuus eivät saa olla riippuvaisia yksittäisestä työntekijästä.

Jos sosiaalisen median palvelussa halutaan harkitusti, esimerkiksi palvelun inhimillistämiseksi, toimia työntekijöiden omilla nimillä, tämä on mahdollista työntekijän suostumuksella, mutta siihen ei saa velvoittaa ketään. HUOM. Facebookin säännöt kieltävät useiden henkilökohtaisten profiilien luomisen eli esimerkiksi työprofiilin luominen on kiellettyä.

Palvelussa on ilmoitettava selkeästi, että se on Ylöjärven kaupungin toimintaa.

Palvelun virallisuus pitää varmistaa ja ilmoittaa seuraavasti:

- Tili pitää linkittää kaupungin verkkosivuille: yksikön omalle sivulle sekä kaupungin sosiaalisen median palvelujen [luetteloon](#).
- Vastaavasti sosiaalisen median palvelussa pitää olla linkki kaupungin tai sen yksikön verkkosivuille.

Ylläpito

Palvelulla on oltava useampi kuin yksi nimetty vastuuhenkilö, jotta päivittäminen hoidetaan katkeamatta myös lomien aikana eikä henkilökunnan vaihtuvuus aiheuta ongelmia.

Vastuuhenkilöiden on sitouduttava aktiiviseen vuorovaikutukseen ja nopeaan reagointiin. Palautteeseen on vastattava mielellään saman, mutta vähintään kahden työpäivän sisällä. Palautteisiin vastataan työaikana. Kaikki palvelun ylläpitoon osallistuvat toimivat työroolissa.

Huonosti hoidettuna sosiaalisen median palvelun käyttö voi olla haitallista kaupungille. Mikäli sosiaalisen median palvelua ei pystytä ylläpitämään aktiivisesti, se tulee mieluummin sulkea kuin ylläpitää puutteellisesti. Aktiivinen ja vastuullinen ylläpito tarkoittaa sitä, että sisältöä tuotetaan viikoittain.

Ole tarkka valokuvien, etenkin henkilökuviin, kanssa äläkä julkaise niitä ilman lupaa. Muista, että kuviin pitää julkaisuvaiheessa lisätä vaihtoehtoinen teksti (alt-teksti) ja videot pitää tekstittää. Nämä vaatimukset liittyvät saavutettavuuteen, jonka periaatteet koskevat kuntien verkkopalveluiden lisäksi some-kanavia.

Kaupungin muiden yksiköiden julkaisuihin on hyvä reagoida ja niitä voi jakaa eteenpäin. Muiden toimijoiden, etenkin kaupallisten, osalta täytyy käyttää harkintaa. Julkaisun jakaminen eteenpäin on voimakas kannanotto sen puolesta.

Palveluissa tapahtuu koko ajan muutoksia, myös yllättäen, ja ne edellyttävät jatkuvaa seuranta. Usein palvelut tarjoavat uusilla tavoilla tehdyille sisällöille muita enemmän näkyvyyttä.

Kriisitilanteissa noudatetaan kaupungin kriisiviestintäohjetta. Kriiseihin liittyvät yleiset tiedotteet julkaistaan aina kaupungin kotisivujen pääuutispalstalla, josta niitä voi jakaa some-palveluihin.

Osallistumista some-keskusteluihin yleisissä, esimerkiksi kuntalaisten perustamissa, ryhmissä kannattaa harkita tarkoin jo pelkästään resurssien takia. Yleensä järkevintä on viestiä suunnitelmallisesti ja tavoitteellisesti omissa kanavissa.

Käytä #ylöjärvi

Ylöjärven kaupunki käyttää päivityksissään aina aihetunnistetta #ylöjärvi sekä tilanteen mukaan muita paikkatunnisteita, kuten esimerkiksi #kuru ja #viljakkala. Markkinoinnissa hyödynnämme sekä pysyviä että kampanjakohtaisia aihetunnisteita.

Toivomme, että myös sinä käytät näitä tunnisteita! Muista kuitenkin, että käytännöt vaihtelevat palveluittain ja myös kaupungin käyttämissä tunnisteissa tapahtuu muutoksia.

Roolit

- Pääkäyttäjä
 - vastuualueena palvelun tekninen toteutus, palvelun päivittämiseen osallistuvien käyttäjien hallinta, palvelun käytön opastus ja palvelun seuranta.
- Sisällöntuottaja
 - toimii pääkäyttäjän antamilla sisällöntuottajan oikeuksilla
 - toimii työroolissa; työ- ja yksityisrooli on sosiaalisen median käytössä osattava erottaa toisistaan
 - vastaa julkaisemansa tiedon oikeellisuudesta, julkaisemisen luvallisuudesta ja muiden verkkopalvelusääntöjen noudattamisesta (yksityisyyden suoja, tekijänoikeudet, saavutettavuus); jos emmit jonkin sisällön julkaisua, varminta on olla julkaisematta sitä
 - toimii organisaation edustajana, jolloin verkkopuheenvuoroja voidaan pitää organisaation virallisina kannanottoina
 - oikeus ja velvollisuus poistaa sosiaaliseen mediaan tulevat asiattomat (herjaavat, solvaavat, rasistiset, seksistiset tai muulla tavoin henkilöä, ryhmää tai organisaatiota loukkaavat) viestit välittömästi.
- Asiantuntija
 - työntekijä, jota voidaan hänen työtehtävänsä perusteella pyytää vastaamaan saatuun palautteeseen sosiaalisessa mediassa
 - työhön liittyvistä asioista viestiminen voi rakentaa omaa asiantuntijuutta, tuoda uusia ajatuksia työhön, rakentaa verkostoja ja parantaa urakehitysmahdollisuuksia.

Seuranta ja mittaaminen

Sosiaalisen median palvelun onnistumista voi mitata mittareilla, jotka johdetaan palvelulle annetuista tavoitteista. Esimerkkejä mittareista voivat olla: Miten reaktiot ja jaot kehittyvät? Ovatko ne kasvussa? Onko osallistuminen tapahtumiin lisääntynyt? Onko liikenne verkkosivuille lisääntynyt?

Seuraajien, tykkääjien tai jäsenten määrät eivät yksinään ole riittäviä mittareita, vaan hyödyllisempää on tarkastella toteutuneiden toimenpiteiden laatua ja määrää. Tulokset kertovat siitä, miten viestinnässä on onnistuttu ja mitä kannattaa vielä parantaa.

Mitä kannattaa mitata ja miksi

- Julkaisujen tavoitavuus: minkä verran julkaisut tavoittavat ihmisiä, millaisia eroja tavoitavuudessa on? Millä tavalla esimerkiksi eri julkaisuajankohdat vaikuttavat julkaisujen tavoitavuuteen?
- Seuraajamäärät eivät kerro kovin hyvin tavoitavuudesta tai viestinnän vaikuttavuudesta.

- Reagointi julkaisuihin: reagoidaanko tykkäämällä, tunnereaktioilla (näillä suurempi painoarvo esimerkiksi Facebookissa) vai kommentoimalla? Kuinka pitkiä kommentteja kirjoitetaan (mitä pidempi sen parempi ainakin Instagramissa)?
- Kuinka paljon ja mitkä tahot jakavat julkaisuja? Jaot ovat usein kaikista merkittävimpiä reaktioita.
- Millaiset julkaisut ovat ”hittejä” ja millaiset ”huteja”?

Algoritmit haastavat sisällöntuotantoa

Some-palvelujen algoritmit ovat samaan aikaan sekä haaste että mahdollisuus. Algoritmit näyttävät käyttäjille sisältöä, joka perustuu heidän toimintaansa ja verkostoonsa sosiaalisessa mediassa. Sisällöntuottajan on hyvä tuntea oma kohderyhmänsä ja pyrkiä puhumaan heidän kanssaan samaa kieltä. Kannattaa luoda sisältöä, joka aktivoi keskusteluun ja käyttää julkaisutyyppisiä, joita kanavat kulloinkin suosivat.

Maksullisista mainontaa ja julkaisujen sponsorointia voi hyödyntää harkitusti osana markkinointikampanjoita. Ylöjärven kaupungilla maksullista mainontaa tehdään viestintäyksikössä.

Työntekijä sosiaalisen median käyttäjänä

Ylöjärven kaupungin työntekijänä olet erinomaisessa asemassa tuomaan myönteisellä tavalla esille Ylöjärveä, niin paikkakuntana kuin organisaationakin. Sosiaalisen median voima on sosiaalisuudessa: tykkää, kommentoi ja jaa kaupungin kanavien sisältöä!

Työrooli ja yksityisrooli on osattava erottaa toisistaan sosiaalisessa mediassa. Vapaa-ajallakin eli yksityisroolissa sosiaalista mediaa käytettäessä lojaliteettivelvollisuus työnantajaa kohtaan säilyy. Puhu siis työnantajasta ja työyhteisöstä asiallisesti ja noudata salassapitovelvollisuutta. Kunnioita työkaverisi yksityisyyttä ja vapaa-aikaa äläkä nosta työasioita esiin yksityisroolissa.

Jos kerrot henkilökohtaisessa some-profiilissasi työpaikan tai työnantajan tiedot, edustat työnantajaasi tietyllä tasolla myös vapaa-ajalla. Työntekijän rooli sosiaalisessa mediassa voi vaihdella kanavasta riippuen. Esimerkiksi LinkedInissä tai Twitterissä tuotettu sisältö voi olla enemmän omaan asiantuntijuuteen sidottua kuin Facebook- tai Instagram-julkaisuissa.

Jos työntekijällä on ammattinsa puolesta mahdollisuus oikaista verkossa liikkuvia virheellisiä tietoja, hän voi halutessaan tehdä sen. Helppo tapa on jakaa esimerkiksi kaupungin virallinen tiedote asiasta. Oma rooli on kuitenkin tärkeä muistaa: yleisön voi olla vaikea erottaa, milloin henkilö toimii verkossa yksityishenkilönä, milloin kaupungin työntekijänä. Joissakin tilanteissa voi olla hyvä, että työntekijä kertoo avoimesti työnantajansa, mikäli hän osallistuu yksityishenkilönä kaupungin toimintaan liittyvään keskusteluun sosiaalisessa mediassa.

Muista, ettet voi kontrolloida muiden viestejä somessa. Levitä omaa sanottavaasi hyvällä maulla ja tilannetajulla äläkä provosoidu asiattomista viesteistä. Vaikka verkostosi olisi pieni, epäedulliset viestit voivat livahtaa laajaankin julkisuuteen.

Kaupungin verkkoyhteydet, työasemat ohjelmistoinen ja matkapuhelimet on tarkoitettu työtehtävien hoitamiseen. Vähäinen yksityiskäyttö on sallittua tietoturvaohjeiden puitteissa. Työtehtäviä haittaava sosiaalisen median käyttö työaikana on kielletty ja esihenkilö puuttuu tarvittaessa ongelmatilanteisiin.

Luottamushenkilöt sosiaalisen median käyttäjinä

Luottamushenkilöt ovat merkittäviä kaupunkikuvan luojia. He ovat yhteiskunnallisia vaikuttajia, joiden toiminta kiinnostaa ja joiden kaupunkia koskevilla kannanotoilla on yleistä merkitystä. Tämä erityisasema on hyvä tiedostaa sosiaalisessa mediassa.

Luottamushenkilöt ovat työntekijöiden tavoin erinomaisessa asemassa tuomaan myönteisellä tavalla esille Ylöjärveä, niin paikkakuntana kuin organisaationakin. Sosiaalisen median voima on sosiaalisuudessa: tykkää, kommentoi ja jaa kaupungin kanavien sisältöä!

Kuntalain tavoitteena on vahvistaa kansalaisten luottamusta kunnallishallintoon. Siksi kuntalaissa (69 §) on yleinen säännös koskien luottamushenkilön toimintaa luottamustehtävässään. Sen mukaan luottamushenkilön tulee edistää kunnan ja sen asukkaiden etua sekä toimia luottamustehtävässään arvokkaasti tehtävän edellyttämällä tavalla.

Häirintä ja epäasiallinen käytös

Sosiaalisen median kanavissa esiintyy valitettavasti myös epäasiallista käytöstä. Kyse on voi olla yksittäisestä häiritsevästä kommentista tai toistuvasta häirinnästä, jopa maalittamisesta. Valeutisointi ja ns. trollaus ovat myös sosiaalisen median ikäviä lieveilmiöitä.

Jos joudut työsi takia epäasiallisen käytöksen kohteeksi somessa, noudata seuraavia neuvoja:

- Tallenna häiritsevät viestit. Ruutukaappaus on hyvä keino saada tietokoneen tai puhelimen ruudulla näkyvä epäasiallinen viesti talteen. Voit myös ottaa kännykkäkameralla kuvan viestistä ja tallentaa sen päivämäärän, kellonajan ja lähettäjän tietojen kera. Lisäksi häiritsijän mahdollinen someprofiili kannattaa kuvata.
- Ilmoita asiaton viesti verkkosivuston tai sosiaalisen median kanavan ylläpitäjälle ja pyydä poistamaan viesti.
- Informoi esihenkilöäsi ja tarvittaessa kaupungin viestintää. Ei ole yksityisasiasia, jos työntekijä saa työhönsä liittyvää häiritsevää palautetta. Tilannetta ja jatkotoimia on aina hyvä miettiä yhdessä.
- Pysy rauhallisena. Muista, että hyvä käytös ja asiallinen kielenkäyttö ovat aina oma etusi. Mieti ennen kuin mahdollisesti vastaat viesteihin; yön yli nukkuminen ja esihenkilön kanssa puhuminen selkiyttävät usein tilannetta.
- Häirintä sosiaalisessa mediassa voi olla rikos. Kyse voi olla esimerkiksi kunnianloukkauksesta, laittomasta uhkauksesta tai yksityiselämää loukkaavan tiedon levittämisestä. On hyvä tietää, että laitton uhkaus on virallisen syytteen alainen rikos tilanteissa, joissa uhkaus kohdistuu henkilöön hänen työtehtävänsä tai julkisen luottamustehtävänsä vuoksi.

Työyhteisön kannalta on tärkeää kunnioittaa jokaisen yksityisyyttä ja vapaa-aikaa. Työasiat ja mahdolliset epäselvyydet hoidetaan aina työpaikalla eikä koskaan sosiaalisessa mediassa.

Tietoturva

Vastuu Ylöjärven kaupungin tietoturvallisuudesta on jokaisella työntekijällä. Jokaisen tulee tutustua kaupungin tietoturvaohjeisiin ja toimia niiden mukaan. Seudun yhteinen henkilöstön tietoturvaopas sekä muita ohjeita löytyy Ylönetistä.

Yksityisyyden suojaa (sekä työntekijöiden että kuntalaisten) on kunnioitettava ja on toimittava niin, ettei tietoturvallisuutta tai yksityisyyden suojaa rikota. Työtehtävissä vaitiolovelvollisuuden tai salassapidon piiriin kuuluvat asiat ovat sitä myös työpaikan ulkopuolella ja verkossa. Kuvia esimerkiksi henkilökortista tai avaimista ei pidä jakaa sosiaaliseen mediaan.

Sosiaalisen median riskit on otettava huomioon jo suunnitteluvaiheessa. Palveluja hyödynnettäessä riskejä tulee seurata ja hallita osana päivittäistä toimintaa.

Riskit voivat johtua palveluihin tuotetusta sisällöstä (tietovuodot, väärä/epäasiallinen tieto, käyttäjätunnusvarkaudet), kanssakäymisestä palveluissa (uhkailu, tietojen kalastelu) tai palveluiden kautta leviävistä haittaohjelmista ja roskapostista. Sosiaalisen median avoin luonne korostaa käyttäjän omaa vastuuta riskienhallinnassa.

Sosiaalisen median kanavissa kannattaa mahdollisuuksien mukaan käyttää ns. kaksivaiheista tunnistautumista. Se suojaaa tiliä ja varmentaa käyttäjän olevan oikeutettu käyttämään sitä.

Sähköpostiosoitteet ja salasanat

Kaupungin sähköpostiosoitteita ei saa käyttää avattaessa sosiaalisen median palveluja yksityiskäyttöön.

Sosiaalisen median palveluissa ei saa käyttää samoja salasanoja kuin kaupungin sisäverkon järjestelmissä. Eri some-palveluissa ei saa käyttää samoja tunnus-salasanapareja. Lisäksi työtä varten avatuissa some-palveluissa ja vapaa-ajan yksityiskäyttöä varten avatuissa palveluissa ei saa käyttää samoja salasanoja.

Verkkosivuihin liittyvien salasanojen tallentamista selaimen muistiin ei suositella, vaikka selain tätä ehdottaisi.

Palvelujen sopimus- ja käyttöehdot

Sosiaalisen median palveluja avattaessa tulee lukea huolellisesti palvelun sopimus- ja käyttöehdot ja seurata niitä myös jatkossa. Useat yleiset, kaupalliset sosiaalisen median palvelualustat ovat ulkomaisten yritysten omistuksessa ja sijaitsevat ulkomaisilla palvelimilla, jolloin ne eivät ole Suomen lainsäädännön piirissä.

E erityisen tarkkaan kannattaa selvittää, mitkä oikeudet sosiaalisen median palvelun tarjoaja pidättää itselleen siihen materiaaliin, jonka organisaatio on palveluun tuottanut ja tallentanut.

Somettajan TOP 10 -huoneentaulu

- Miksi? Kaiken viestinnän on palveltava yksikön tavoitteita ja viime kädessä koko kaupungin strategiaa.
- Kokonaisuus muodostuu aina osista. Sosiaalinen media on vain yksi osa yksikön viestintää. Samalla se on aina osa koko kaupungin viestintää.
- Kaikki eivät ole somessa. Sosiaalisen median palvelut ovat viestinnän lisäpalveluita. Olennaista tietoa ei saa kertoa vain somessa.
- Kenelle ja miten? Suunnittele hyvin ja tee sisältöä kanavan ja kohderyhmän ehdoilla. Aitous kantaa usein pidemmälle kuin täydellisyys. Muista saavutettavuus.
- Somen voima on sosiaalisuudessa: tykkää, kommentoi ja jaa kaupungin kanavien sisältöä.
- Töissä vai vapaalla? Erotta työ- ja yksityisrooli toisistaan. Ole lojaali työnantajaasi ja työyhteisöäsi kohtaan.
- Ole ystävällinen ja kunnioita muita. Älä provosoidu suotta.
- Harkitse ennen kuin toimit. Kerran julkaistua ei saa välttämättä pois.
- Keskustele vain julkisista asioista. Kysy lupa kuvien ja videoiden jakamiseen. Suojaa tilisi hyvin.
- Innostuminen on sallittua. Somella ja somessa voi tehdä paljon hyvää!

Lisätietoja

- Viestintäpäällikkö Tiina Helminen, p. 050 437 1247, tiina.helminen@ylojarvi.fi
- Viestintäkoordinaattori Laura Ikävalko, p. 040 568 3673, laura.ikavalko@ylojarvi.fi
- Ylönetti: Työn tueksi > Viestintä
- www.ylojarvi.fi/sosiaalinen-media