



Digitala kanaler

**Riktlinjer för Linköpings kommuns digitala
kommunikationskanaler linkoping.se, Linköping
Play, Linweb samt sociala medier**

Dokumenttyp: Riktlinjer
Antaget av: Kommunstyrelsen
Status: Antaget 2016-06-14 § 238
Giltighetstid: 2016-06-14-2018-06-14



Diarienummer: KS 2016-404
Dokumentansvarig: Catarina Thuning
Adresserat till:
Tidpunkt för aktualitetsprövning:
Tidpunkt för senaste revidering:
Relaterade styrdokument:
Kommunikationspolicy för
Linköpings kommun, Linköpings
kommuns digitala agenda
Sökord:

Innehåll

Förord	4
Sammanfattning	4
1 Inledning	4
2 Bakgrund	5
3 Våra digitala kommunikationskanaler	6
3.1 Linweb	6
3.1.1 Målgrupper	6
3.1.2 Målsättningar	6
3.2 Linköping.se	6
3.2.1 Målgrupper	6
3.2.2 Målsättningar	7
3.2.3 Kvalitetskrav intern och extern webbplats	7
3.3 Linköping Play	9
3.3.1 Målgrupper	9
3.3.2 Målsättningar	9
3.3.3 Kvalitetskrav Linköping Play	10
3.4 Sociala medier	10
3.4.1 Målgrupper	10
3.4.2 Målsättningar	10
3.4.3 Kvalitetskrav sociala medier	11
4 Genomförande	11
4.1 Organisation för linköping.se och Linweb	11
4.1.1 Systemägare	11
4.1.2 Systemägarombud	11
4.1.3 Styrgrupp	11
4.1.4 Infomaster	12
4.1.5 Webmaster	12
4.1.6 Kommunledningsgruppen	12
4.1.7 Webbrådet	13
4.1.8 Huvudansvariga redaktörer	13
4.1.9 Redaktörer och författare	14
4.1.10 Webbgrupper	14
4.1.11 Systemansvarig	14
4.2 Organisation för Linköping Play	14
4.3 Organisation för sociala medier	15
5 Uppföljning	15
5.1 Intranätet Linweb	15
5.2 Extern webbplats linköping.se	15
5.3 Filmkanalen Linköping play	16
5.4 Sociala medier	16
6 Lagkrav	16
7 Referenser	17

Förord

Kommuner möter allt oftare sina målgrupper i olika sammanhang på internet. I och med att människor dagligen, i sitt arbete och på sin fritid tillbringar allt större del av sin tid där så skapar det förväntningar att vi som kommun också ska finnas synlig och aktiv som en av alla aktörer. Linköpings kommun strävar efter att hela tiden vara transparent och öka servicen och nyttan för sina målgrupper. Det är målgruppernas behov som styr val av kommunikationskanaler och hur vi som kommun agerar där. Hur vi kommunicerar i digitala kanaler påverkar bilden av Linköping och bilden av varumärket Linköping.

Riktlinjerna för Linköpings kommuns digitala kommunikationskanaler beskriver kommunens vilja och inriktning vid användning av webb och sociala medier i kommunikationen.

Sammanfattning

Riktlinjerna för Linköpings kommuns digitala kommunikationskanaler omfattar den externa webbplatsen linkoping.se, intranätet Linweb, filmkanalen Linköping Play samt kommunens närvaro i sociala medier och pekar ut målsättningar, målgrupper, kvalitetskrav för respektive kanal. Vidare beskrivs organisationen kring kanalerna samt hur uppföljning sker.

1 Inledning

Riktlinjer för digitala kommunikationskanaler utgår från kommunikationspolicyn för Linköpings kommun samt Linköpings kommuns digitala agenda.

Kommunikationspolicyn är ett kommunövergripande styrdokument som gäller för samtliga verksamheter inom Linköpings kommun och den ligger till grund för all extern och intern kommunikation. I policyn beskrivs kommunens varumärkeslöfte ”Linköping - där idéer blir verklighet” och de tre kärnvärdena ”modiga, mänskliga, mångfasetterade”. Policyn innehåller också mål för intern och extern kommunikation och är ett verktyg för att Linköpings kommun ska kunna genomföra det som sägs i den strategiska planen, vägledande dokument och olika former av beslut. Kommunikationspolicyn fastställs av kommunfullmäktige och styr samtliga riktlinjer och anvisningar för kommunikation.

Linköpings digitala agenda är en vägledning och ett stöd till kommunens verksamheter i arbetet med att prioritera, planera och genomföra IT- och kommunikationsrelaterade utvecklingsinsatser, som kan vara till nytta för kommunens verksamhet. Den digitala agendan säger bland annat att kommunen ska använda olika kanaler och tekniska lösningar för dialog och service gentemot medborgarna, utifrån var och ens olika förutsättningar.

Genom att utgå från målgruppernas särskilda förutsättningar kan kommunen öka den digitala delaktigheten som är viktig för att motverka utanförskap och segregation och verka för en mer sammanhållen stad. Likväl, när nästan alla ålderskategorier har tillgång till internet så är det främst bland de äldre pensionärerna som icke-användarna fortfarande finns. Detta bör tas i beaktande när kommunikationen planeras. (Svenskarna och internet 2015)

Tillgänglighet är högt prioriterat och det gäller att erbjuda såväl tillgängliga tekniska lösningar som att använda ett tillgängligt språk. Genom att erbjuda lättillgänglig information som är anpassad till målgrupperna har kommuninvånarna större möjlighet att påverka de kommunala besluten, och även få större förståelse för de beslut som kommunen fattar. Såväl kommunikationspolicyn som den digitala agendan lyfter vikten av att kommunicera öppet och transparent, och alltid utifrån de olika målgruppernas behov.

2 Bakgrund

Linköpings kommun behöver kontinuerligt se över sina val av kommunikationskanaler utifrån de målgrupper som kommunen vänder sig till. Målgrupperna behöver ha olika kontakter i olika situationer. Genom att använda olika kanaler för kommunikation nås fler grupper och det är viktigt inte minst ur ett demokratiskt perspektiv.

Kommunens externa webbplats linkoping.se, filmkanalen Linköping Play samt sociala medier är viktiga kanaler för kommunikationen med boende och verksamma i Linköpings kommun. Internt är intranätet Linweb den viktigaste kommunikationskanalen till alla kommunens medarbetare. De externa kanalerna används också för att attrahera nya medarbetare och nya kommuninvånare. Kommunens ambitioner för ovannämnda kanaler är mycket höga. Det innebär till exempel att såväl extern som intern webbplats ska tillhöra landets högst rankade kommunala sajter. Alla besökare på webbplatserna ska enkelt kunna ta del av lättillgänglig, korrekt information och utföra sina ärenden, oavsett hur erfarna de är av att använda webb. Våra digitala kommunikationskanaler används också för att kommunicera i samband med olika slags krishändelser. Denna användning beskrivs i dokumentet Kriskommunikationsplan för Linköpings kommun.

Utveckling av funktioner och innehåll på webbplatserna, i Linköping Play och i sociala medier ska främst ske med utgångspunkt från användarnas behov utifrån omvärldsbevakning, användartester och statistik.

När det gäller organisationen kring webbplatserna går kommunen mot en mindre organisation med högre kvalitets- och kompetenskrav. Detta för att säkerställa en hög kvalitetsnivå och tydliga uppdrag för dem som ska ta fram innehåll och publicera på såväl intranät som extern webb. Med en bra överblick över organisationen är det lättare att anordna regelbundna utbildningar och

därmed försäkra oss om att den som publicerar har tillräckliga kunskaper för sitt uppdrag.

3 Våra digitala kommunikationskanaler

Riktlinjerna omfattar intranätet Linweb, den externa webbplatsen linkoping.se, filmkanalen Linköping Play samt kommunens närvaro i sociala medier. Nedan beskrivs målgrupper, målsättningar, kvalitetskrav, organisation och uppföljning för respektive kanal.

3.1 Linweb

3.1.1 Målgrupper

- medarbetare
- förtroendevalda
- kommunala bolag och samordningsförbund (del av webbplatsen)
- samarbetspartners (del av webbplatsen)

3.1.2 Målsättningar

Kommunens interna webbplats ska

- stärka varumärket Linköpings kommun
- vara en mottagar- och individanpassad kommunikationskanal
- ha ett innehåll som är begripligt, korrekt, sökbart och underlättar för medarbetaren så att hen enkelt kan utföra sina ärenden
- tillhandahålla verktyg och e-tjänster som underlättar för medarbetaren och effektiviserar det dagliga arbetet
- underlätta interna samarbeten och stärka känslan av samhörighet
- vid en krishändelse vara den främsta interna informationskällan för kommunens medarbetare

3.2 Linkoping.se

3.2.1 Målgrupper

Primär målgrupp för extern webbplats

- kommuninvånare och verksamma i Linköpings kommun
- näringsliv

- presumtiva medarbetare
- presumtiva kommuninvånare

Sekundär målgrupp för extern webbplats

- besökare
- regionala och statliga aktörer
- andra kommuner
- media
- organisationer och föreningar
- externa utförare av kommunal verksamhet
- övriga samarbetspartners

3.2.2 Målsättningar

Kommunens externa webbplats ska

- marknadsföra Linköpings kommun och stärka varumärket
- stödja delaktighet, demokrati och transparens och vara tillgänglig för alla besökare
- upplevas enkel att använda oavsett vilken enhet besökaren använder
- ha ett innehåll med tydligt syfte, mål och målgrupp
- ha ett innehåll som är begripligt, korrekt, sökbart och underlättar för besökaren så att hen kan få svar på sina frågor och utföra sina ärenden
- erbjuda tydliga kontaktvägar till kommunens verksamheter
- vara en källa för telefonväxel, medborgarkontor samt övriga kommunala verksamheter
- vara den främsta externa kommunikationskanalen vid en krissituation.

3.2.3 Kvalitetskrav intern och extern webbplats

För att göra webbplatserna tillgängliga för alla, inklusive personer med olika typer av funktionsnedsättningar, är det viktigt att följa de standarder som finns.

Webbplatserna ska följa E-delegationens vägledning för webbutveckling av webbplatser i offentlig sektor samt W3C:s internationella riktlinjer Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.0 på nivå AA.

För att kvalitetskraven ska kunna uppfyllas måste alla medarbetare som har behörighet att redigera och publicera på webbplatserna ha nödvändiga kunskaper och tillräcklig tid för sitt uppdrag. Samtliga behöriga på webbplatserna ska ha genomgått den obligatoriska redaktörsutbildningen och Episerverutbildning, delta i återkommande vidareutbildningar samt följa de styrdokument som finns kring kommunikation och webbpublicering. Medarbetaren och dennes chef ska även diskutera rollen utifrån de särskilda arbetsbeskrivningar som finns framtagna.

En effektiv webborganisation främjar en korrekt och uppdaterad webbplats som ger nytta och service till besökaren.

Externa webbsystem

Det finns ett antal externa webbsystem, som inte ligger inom publiceringsverktygets tekniska miljö, som är integrerade eller länkade till webbplatserna. För att Linköpings kommun ska uppfattas som en enhetlig och tydlig avsändare bör dessa externa system anpassas så att utformning och tillgänglighet följs i så hög grad som möjligt. Det ska vara tydligt för användaren att hen har kommit vidare till ett nytt system och vad det är för system.

Det bör finnas en tydlig väg tillbaka från det externa systemet till webbplatsen linkoping.se eller Linweb.

Tillfälliga kampanjsajter

Webbkommunikation ska i första hand ske i ordinarie webbmiljö. Tillfälliga kampanjsajter kan skapas som marknadsföringsverktyg när ordinarie webbplats inte är tillräcklig som marknadsföringskanal. Dessa kampanjsajter har alltid en begränsad livslängd. Det ska alltid finnas hänvisningssidor på ordinarie webbplats till kampanjsajterna.

Återkommande kampanjsajter avpubliceras under mellanperioderna. Kampanjwebbens adress ska då pekas mot en hänvisningssida på ordinarie webbplats.

I övrigt ska tillfälliga webbplatser följa samma styrdokument som linkoping.se och Linweb. Beslut om tillåtelse för tillfälliga webbplatser fattas av systemägarombudet i samråd med webbrådet.

Verksamhet som utförs på uppdrag

Information om verksamhet som utförs på uppdrag av eller med stöd av Linköpings kommun ska publiceras på kommunens externa webbplats. Kommunen (ansvarig nämnd) har ansvar för att informationen är aktuell och korrekt. Verksamheterna ska beskrivas övergripande och gå att jämföra. Det

ska framgå vem som utför uppdraget, vad uppdraget innebär, kvalitetskrav samt resultat av eventuella utvärderingar.

3.3 Linköping Play

Linköping Play är kommunens kanal för att visa film. Kanalen har både externa och interna målgrupper eftersom den är åtkomlig på både extern och intern webbplats.

Filmerna som finns i Linköping Play publiceras ofta även inbäddade som en del av webbplatsernas innehåll. Internt framtaget material är till exempel olika instruktionsfilmer.

3.3.1 Målgrupper

Externa målgrupper för Linköping Play

- kommuninvånare och verksamma i Linköpings kommun
- näringsliv
- besökare
- presumtiva medarbetare
- presumtiva kommuninvånare

Interna målgrupper för Linköping Play

- medarbetare
- förtroendevalda

3.3.2 Målsättningar

Linköping Play ska

- marknadsföra Linköpings kommun och stärka varumärket
- stödja delaktighet, demokrati och transparens
- vara tillgänglig för alla besökare såväl när det gäller innehåll som teknik
- upplevas enkel att använda oavsett vilken enhet besökaren använder

3.3.3 Kvalitetskrav Linköping Play

Filmerna som publiceras i Linköping Play ska hålla god teknisk och hantverksmässig kvalitet, samt textas eller teckenspråkstolkas i den mån det är möjligt.

Det finns en intern uppladdningsfunktion för Linköping Play där medarbetare kan ladda upp sin film via ett formulär. Alla filmer kvalitetsgranskas av administratören innan de publiceras på linkoping.se eller på Linweb.

3.4 Sociala medier

3.4.1 Målgrupper

- kommuninvånare och verksamma i Linköpings kommun
- presumtiva medarbetare
- presumtiva kommuninvånare
- besökare
- näringsliv
- media
- organisationer och föreningar
- övriga samarbetspartners

3.4.2 Målsättningar

Linköpings kommuns närvaro i sociala medier hanteras på samma sätt som andra kommunikationskanaler, vilket innebär att de omfattas av Kommunikationspolicy för Linköpings kommun. De mål som satts upp har baserats på denna, men är något omformulerade för att passa sammanhanget.

- **Öka tillgängligheten och delaktigheten**
Linköpingsborna ska uppleva att det är lätt att få information om kommunens uppdrag, tjänster och service samt kunna vara med att påverka.
- **Stärka varumärket**
Genom sociala medier ska vi öka kännedomen om vad Linköping kan erbjuda som plats och ta fram de positiva associationsvärden kommunen har som boende- och verksamhetsort.
- **Stärka Linköpings kommuns varumärke som attraktiv arbetsgivare och arbetsplats**

Vi ska använda sociala medier till att öka viljan till att söka arbete i kommunen och få befintliga anställda att agera ambassadörer.

3.4.3 Kvalitetskrav sociala medier

Linköpings kommun har valt att kommunicera i ett antal sociala mediekkanaler. För att en kommunal verksamhet ska kunna starta en sida eller ett konto i en sådan kanal behöver kommunikationssatsningen förankras med närmaste chef i berörd verksamhet samt med kommunikationsutvecklare på avdelningen för kommunikation och samhällsutveckling. Mer information om krav för att starta en sida eller konto i sociala medier finns i Anvisningar för sociala medier.

4 Genomförande

4.1 Organisation för linkoping.se och Linweb

Linköpings kommuns webborganisation ska vara effektiv och främja en korrekt och uppdaterad webbplats som ger nytta och service till besökaren.

Nedan beskrivs organisation och huvudsaklig ansvarsfördelning för kommunens externa och interna webbplatser.

4.1.1 Systemägare

Som systemägare har kommunstyrelsen det övergripande ansvaret för kommunens externa och interna webbplatser. Systemägaren utser systemägarombud.

Rollen som systemägare kräver normalt inte någon stor tidsinsats men däremot beslutsförmåga på kvalificerad nivå och med verksamhetsmål som grund.

4.1.2 Systemägarombud

Systemägarombudet arbetar på uppdrag av systemägaren med ansvar för att verkställa kommunövergripande och strategisk utveckling av kommunens externa och interna webbplatser inom avsatta resurser. Systemägarombudet ansvarar även för att det finns nödvändiga styrdokument för webbplatserna samt tecknar avtal med interna och externa leverantörer.

Systemägarombudet är ordförande i webbrådet. Kommunikationsdirektören har uppdraget som systemägarombud.

4.1.3 Styrgrupp

Enligt kommunens förvaltningsmodell ska alla förvaltningsobjekt ha en styrgrupp.

Styrgruppen ansvarar för frågor som rör mål och resurser för den tekniska plattformen inom givna ramar från systemägaren. Systemägarombudet leder arbetet i styrgruppen och fattar nödvändiga beslut. Styrgruppen för kommunens

externa och interna webbplatser består av kommunikationsdirektör (systemägarembud), it-strateg samt affärsområdeschef Lkdata.

4.1.4 Infomaster

Infomaster har ett innehållsmässigt perspektiv. Uppdraget är följande:

- Strategiskt ansvar för utveckling av extern och intern webbplats utifrån struktur och innehåll.
- Ansvar för tillsyn av att styrdokument som gäller webbpublicering och arkivering efterlevs.
- Operativt ansvar för uppföljning av kostnader för utvecklings- och förvaltningsinsatser.
- Ansvar för att relevanta utbildningar erbjuds för att säkerställa en hög kompetens inom webborganisationen.
- Operativt ansvar för stöd till huvudansvariga redaktörer.
- Operativt ansvar för startsidor på extern och intern webbplats i rollen som nyhetsredaktör.
- Operativt ansvar för å jourhållning av webbplatsernas huvudstartsidor, politiska sidor samt andra övergripande sidor.
- Sekreterare i webbrådet.

4.1.5 Webmaster

Webmaster har ett tekniskt perspektiv. Uppdraget är följande:

- Ansvar för att säkerställa teknisk funktionalitet.
- Ansvar för tillsyn av att it-strategiska styrdokument efterlevs.
- Ansvar för tekniskt stöd till infomaster och huvudansvariga redaktörer
- Ansvar för extern teknisk support kring extern och intern webbplats
- Operativt ansvar för samordning av de utvecklings- och förvaltningsinsatser som genomförs gentemot interna och externa konsulter.

4.1.6 Kommunledningsgruppen

Medlemmarna i kommunledningsgruppen utser huvudansvariga redaktörer inom respektive förvaltning. Vidare har de ansvar för att säkerställa att

huvudansvariga redaktörer har den kompetens och den tid de behöver för uppdraget.

4.1.7 Webbrådet

Webbrådet har uppdraget att på övergripande nivå ansvara för insatser som rör webbplatsernas informationsstruktur och innehåll. Webbrådet har också ansvar för hantering av frågor av redaktionell karaktär.

Webbrådet utgör beredningsorgan vid utformning och revidering av styrdokument och inför övergripande förändringar av kommunens externa eller interna webbplats.

Kommunledningsgruppen utser huvudansvariga redaktörer inom sina respektive ansvarsområden. Ansvarig huvudredaktör inom Leanlink (kommunala utförare) medverkar ej i webbrådet vid hantering av ärenden som kan leda till konkurrensmässiga fördelar för Leanlink.

Webbrådet har följande sammansättning:

- kommunikationsdirektör tillika systemägarombud
- infomaster
- huvudansvariga redaktörer
- redaktör inom avdelningen för personal och kompetensförsörjning
- kommunikationsutvecklare
- webmaster

Utöver detta kan webbrådet kompletteras med personer som har en aktiv roll inom arbetet med intern och/eller extern webbplats.

Vid behov adjungeras sakkunniga inom följande områden:

- it-strategi
- juridik
- personuppgiftsombud
- informationssäkerhet

4.1.8 Huvudansvariga redaktörer

Huvudansvariga redaktörer har ett verksamhetsperspektiv. Uppdraget är följande:

- Företträder förvaltningen i webbrådet samt deltar i utvecklingen av webbplatserna.
- Samordnar arbetet med förvaltningens alla webbsidor och funktioner
- Ansvar för tillsyn av att styrdokument inom kommunikationsområdet efterlevs inom respektive verksamhetsområde.
- Ansvarar för säkerställande av att redaktörer och författare på förvaltningen har den kompetens som behövs.
- Ansvarar för stöd till webbredaktörer och webbförfattare i webbpublicering och riktlinjer genom att arrangera regelbundna träffar.
- Samordnar och meddelar förändringar av behörigheter enligt fastställda rutiner.
- Övergripande ansvar för publicering och arkivering av verksamhetsspecifik information.
- Ansvar för att verksamhetsspecifik information som är av övergripande intresse extern och/eller internt överlämnas till infomaster för publicering.

4.1.9 Redaktörer och författare

Verksamheternas redaktörer och författare har ansvar för att verksamhetsspecifik information publiceras i enlighet med fastställda styrdokument. När behörighet saknas för att placera sidor eller nyheter ska närmast behörig person kontaktas för godkännande. Redaktörer och författare ansvarar för att verksamhetsspecifika webbsidor arkiveras i enlighet med fastställda gallringsbeslut.

4.1.10 Webbgrupper

För att kunna genomföra samordnade insatser, utbyta erfarenheter och ha dialog kan webbgrupper som består av redaktörer och författare skapas. Respektive förvaltning fastställer sammansättningen av webbgrupper.

4.1.11 Systemansvarig

Kommunens externa och interna webbplatser ska förvaltas i enlighet med den av kommunstyrelsen fastställda förvaltningsmodellen. Systemansvarig har en specifik roll i denna förvaltningsmodell. Uppdraget som systemansvarig för kommunens externa och interna webbplatser är uppdelat på infomaster och webmaster enligt ovanstående beskrivning.

4.2 Organisation för Linköping Play

Videoproducent på avdelningen för kommunikation och samhällsutveckling administrerar Linköping Play och ansvarar för utveckling av kanalen.

Förankring av idéer och diskussioner kring prioriteringar sker i kommunikationsstrategisk funktion.

4.3 Organisation för sociala medier

Kommunikationsutvecklare tillsammans med pressgruppen på avdelningen för kommunikation och samhällsutveckling ansvarar för Linköpings kommuns officiella sidor i sociala medier.

Kommunikationsutvecklaren ansvarar också för att ge stöd och vägledning till befintliga och nya sidor och konton i sociala medier. Representanter från kommunens förvaltningar, som också ingår i kommunikationsstrategisk funktion, deltar i att fylla de officiella sidorna med information och nyheter. Denna grupp deltar också när olika utvecklingsprojekt ska genomföras och svarar på frågor som kommer in via de officiella sidorna och vid behov via olika verksamhetssidor.

5 Uppföljning

Kommunikationsdirektören är ytterst ansvarig för riktlinjerna och respektive förvaltningschef eller motsvarande ansvarar för att de följs. När det gäller linkoping.se och Linweb så ansvarar webborganisationen för att dessa riktlinjer efterlevs och att webbplatsinnehållet har ett tydligt syfte och mål samt målgrupp/er. Uppföljning av webbplatsinnehållet sker inom respektive förvaltning. Den enskilde webbredaktören ansvarar för det som publiceras.

Respektive chef ansvarar för att de olika verksamhetssidorna hanteras enligt Linköpings kommuns anvisningar för sociala medier samt riktlinjer för digitala kanaler.

Som en yttersta åtgärd har kommunikationsdirektören rätt att stänga ner webbsidor och sidor i sociala medier som inte uppfyller riktlinjerna.

5.1 Intranätet Linweb

Kvalitetsuppföljning för den interna webbplatsen sker dels med ett statistikverktyg och dels med olika användarundersökningar.

Återkoppling på webbplatsen kommer också in till infomaster via en gemensam e-postbrevlåda eller via telefonsamtal.

5.2 Extern webbplats linkoping.se

Kvalitetsuppföljning för den externa webbplatsen sker främst med ett statistikverktyg och den så kallade återkopplingsfunktionen som finns på varje webbsida. Utöver detta sker användarundersökningar med olika målgrupper.

Statistikverktyget kan läggas till som en enkel komponent på varje webbsida för viss uppföljning av sidans besök. Det finns även tillgängligt i sin helhet för huvudredaktörer samt infomaster för att analysera och ta fram djupare statistikrapporter kring webbsidorna.

En återkopplingsfunktion finns på webbplatsen och statistiken från återkopplingsfunktionen följer med respektive sida. Webbsidans redaktör ansvarar för att besvara synpunkter som kommer via återkopplingsfunktionen samt att följa upp och åtgärda när det är aktuellt. Inkomna synpunkter som ska diarieföras skickas till respektive förvaltnings diarie.

Återkoppling på webbplatsen kommer också in till infomaster via en gemensam e-postbrevlåda eller via telefonsamtal.

5.3 Filmkanalen Linköping play

Uppföljning sker med hjälp av ett inbyggt statistikverktyg. Statistik visar till exempel vilka filmer som visats mest frekvent, hur länge besökarna tittar på respektive film, vilka enheter de använder och var de kommer ifrån.

5.4 Sociala medier

Uppföljning sker med hjälp av de inbyggda statistikverktyg som finns i de kanaler som vi använder för kommunikation i sociala medier. Dessa statistikverktyg ger information om spridning av inlägg, hur Linköping kommuns inlägg och nyheter tas emot, det vill säga om de gillas, ogillas eller negligeras av våra mottagare. Dessutom kan i få en bild av hur engagerande våra inlägg och nyheter är. Det möjliggör ett kontinuerligt lärande för de som administrerar kommunens sidor och konton i sociala medier.

6 Lagkrav

Publicering i våra digitala kommunikationskanaler ska följa de regler som allmänt gäller för en kommun. Därför får publiceringar inte komma i konflikt med objektivitetsprincipen eller kommunallagen.

Objektivitetsprincipen innebär i praktiken att kommunen har en skyldighet att behandla alla lika samt vara sakliga och opartiska i vår verksamhet. Kommunen får inte utsätta sig för sådan påverkan att objektiviteten kan ifrågasättas eller att förtroendet för Linköpings kommun kan undergrävas.

Publicering får inte heller stå i strid med förbudet mot att lämna stöd åt enskilda näringsidkare vilket anges i kommunallagen.

Likställighetsprincipen – det vill säga att kommuner ska behandla sina medlemmar, medborgare som företag, lika – måste alltid beaktas.

Utöver detta finns flera ytterligare lagar att ta hänsyn till. Dessa återfinns i särskilt PM som beskriver tillämplig lagstiftning.

7 Referenser

- Användarinstruktion för linkoping.se
- Digital agenda för Linköping, 2012-2015
- E-delegationen, Riktlinjer för myndigheters användning av sociala medier,
<http://www.edelegationen.se/Publikationer/Vagledning/Riktlinjer-for-myndigheters-anvandning-av-sociala-medier/>
- E-delegationen, Vägledning för webbutveckling,
<http://webbriktlinjer.se/>
- Funka, kommunnätverk, <http://www.funka.com>
- Google Analytics
- Kommunikationspolicy för Linköpings kommun, 2012
- Kriskommunikationsplan för Linköpings kommun, 2014
- .SE, 2015, Svenskarna och internet, <http://www soi2015.se/>
- Skrivhandbok för Linköpings kommun, 2015
- Svenskarna och internet, utdrag om sociala medier,
https://www.iis.se/docs/Svenskarna_och_internet_2015_Sociala_medier.pdf
- The Amazing Society, <http://www.mynewsdesk.com/se/the-amazing-society>
- WCAG 2.0, <http://www.w3.org/Translations/WCAG20-sv/>