

# SOSIAALISEN MEDIAN OHJE | FORSSAN KAUPUNKI

# SISÄLLYSLUETTELO

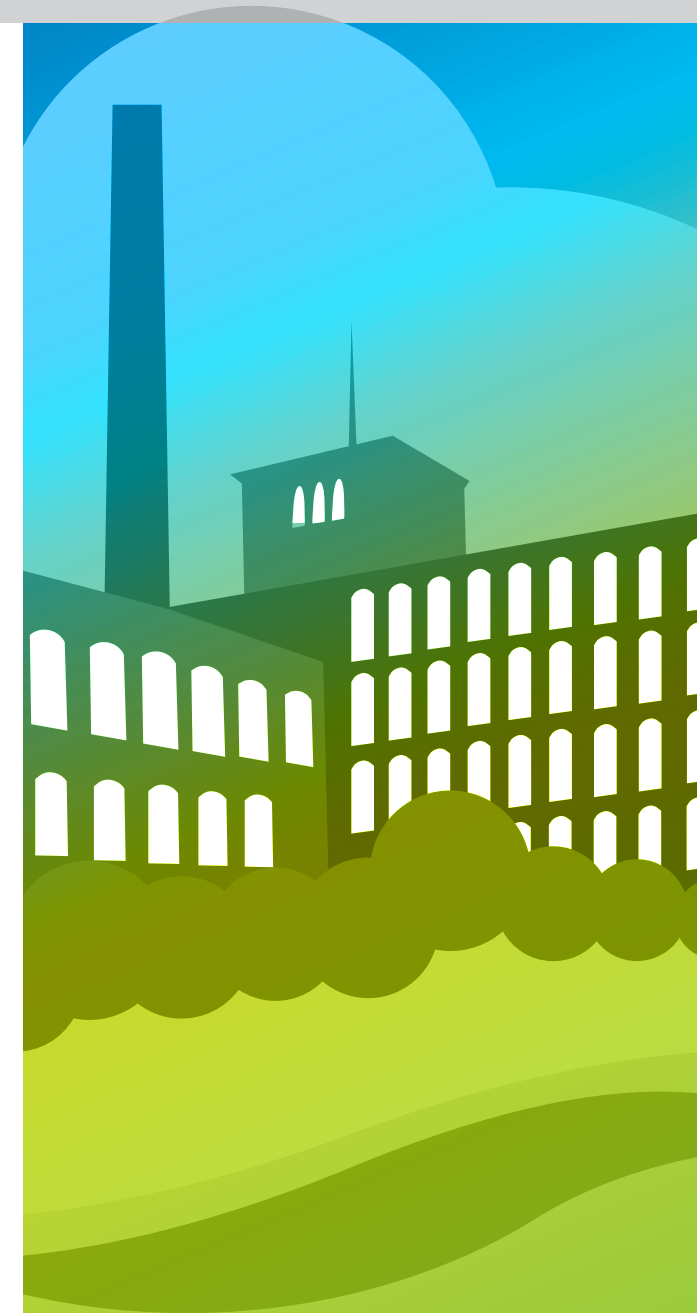
Johdanto .....	3
Sosiaalisen median ABC .....	4
Mitä viestinnällä sosiaalisessa mediassa tavoitellaan? .....	5
Kuka käyttää sosiaalista mediaa? .....	6
Mitä kanavia käytetään, kuka päättää mitä kanavia käytetään? .....	7
Miten sosiaalisessa mediassa toimitaan? .....	11
Tietoturva .....	13
Tekijänoikeudet .....	13
Saavutettavuus .....	14
Pikaohjeet Forssan kaupungin sosiaalisen median kanaville .....	15
Facebook .....	15
Instagram .....	16
LinkedIn .....	17
Twitter .....	18
YouTube .....	19
12 vinkkiä sosiaalisen median käyttöön .....	20
Luottamushenkilöt sosiaalisessa mediassa .....	22
Vinkit sosiaalisen median turvalliseen käyttöön .....	24



# JOHDANTO

Forssan kaupunki haluaa viestiä siellä missä kaupunkilaiset ovat. Kaupungin tavoitteena on myös vuorovaikuttaisen viestinnän lisääminen. Sosiaalisen median avulla tämä tapahtuu luonnollisesti, sillä sosiaalisesta mediasta on tullut suuren ihmisryhmän jokapäiväisen elämän osa ja sosiaalinen media tarjoaa peruspalvelunaan alustan vuorovaikutteiseen viestintään.

Tämä ohje kertoo toimintaperiaatteet Forssan kaupungin sosiaalisen median kanavien käyttöön ja ohjaa työntekijöiden toimintaa sosiaalisessa mediassa. Forssan kaupungin sosiaalisen median ohje koskee soveltuvilta osin myös kaupungin luottamushenkilöitä.



# SOSIAALISEN MEDIAN ABC

**Some** = Sosiaalinen media

**Somekanava** = Sosiaalisen median julkaisukanava, kuten esimerkiksi Facebook, Instagram tai Twitter.

**Käyttäjä/Profiili/Tili** = Yksityishenkilö, yritys, yhteisö tai muu somekanavan ylläpitäjä tai ylläpitäjryhmä, joka toimii somekanavalla.

**Ylläpitäjä/Päivittäjä/Julkaisija** = Henkilö, joka tuottaa tai moderoi somekanavan sisältöä.

**Seuraaja/Tykkääjä** = Käyttäjä, joka seuraa tai tykkää tietyistä profiilista.

**Moderointi** = Julkaisualustan, kuten sosiaalisen median, ylläpitäjän suorittamaa sisällön valvontaa.

**Postaus** = Julkaisu tai viesti somessa, blogissa tai keskustelupalstalla. Postaus voi koostua tekstistä, kuvasta, äänestä ja/tai videosta.

**Hashtag** = Aihetunniste, jonka avulla somekanavan ylläpitäjä voi tehdä julkaisemastaan sisällöstä helpommin löydettävää. Se on tapa kertoa, että julkaisu liittyy tiettyyn asiaan. Forssan kaupungin somekanavien ylläpitäjät käyttävät vähintään kahta (2) hashtagia julkaisuissaan: #forssa ja #forssankaupunki (hashtagien kanssa käytetään mielellään sanojen perusmuotoa). Hashtageja käytetään kaupungin Instagram ja Twitter somekanavien postauksissa, mutta myös muissa kanavissa oman harkinnan mukaan.

**Täggäys/Tägätä** = Merkitään käyttäjäprofiili johonkin, esimerkiksi julkaisuun tai kuvaan. Tägääminen tapahtuu usein @ -merkkiä käyttäen, esim. @Forssankaupunki tai @forssankaupunki



# MITÄ VIESTINNÄLLÄ SOSIAALISESSA MEDIASSA TAVOITELLAAN?

Sosiaalisesta mediasta on tullut tärkeä osa ihmisten jokapäiväistä elämää ja on tärkeää, että kaupungin palveluyksiköt ovat aktiivisia sosiaalisen median toimijoita. Aktiivisella toiminnalla kaupunkilaisille saadaan ajankohtaista ja paikkansa pitävää tietoa kaupungin palveluista ja tapahtumista. Sosiaalista mediaa voidaan käyttää esimerkiksi asiakaspalveluun ja neuvontaan, ohjaamiseen, asiointiin, osallistamiseen, markkinointiin tai brändin luomiseen ja ylläpitoon. Somekanavat toimivat myös palautekanavana, joten on tärkeää, että mahdollisiin yhteydenottoihin vastataan aktiivisesti.

Sosiaalinen media auttaa tavoittamaan erilaisia kohderyhmiä, kuten kaupunkilaisia, asiakkaita, sidosryhmiä ja verkostoja, joita muuten ei välttämättä tavoitettaisi. Viralliseksi asiointikanavaksi sosiaalisen median palvelut eivät kuitenkaan sovellu tietoturvallisuussyistä.



# KUKA KÄYTTÄÄ SOSIAALISTA MEDIAA?

Forssan kaupungin palveluyksiköt vastaavat sisältöjensä luomisesta, ylläpidosta ja seurannasta sosiaalisen median kanaviin. Sosiaalisen median palvelujen tulee tukea Forssan kaupunkistrategiaa ja sopia kaupungin viestintälinjauksiin.

Palveluyksiköillä on oltava sosiaalisen median vastuhenkilö(t) ja useampi kuin yksi päivittäjä, jotta ylläpito voidaan hoitaa katkeamatta esimerkiksi lomien ja sairaslomien aikana.

Työaikana ja työnantajan välineitä käyttäessään sosiaalisen median kanavalle kirjautunut työntekijä toimii työnantajan edustajana eli työroolissa. Työntekijää velvoittavat sosiaalisessa mediassa toimiesakin työlainsäädäntö ja tietosuojalaki.

Työ- ja yksityisrooli on sosiaalisen median käytössä osattava erottaa toisistaan. Yksityisroolissakin on työnantajasta ja työyhteisöstä puhuttava asiallisesti sekä noudatettava salassapitovelvollisuutta. Työasioista ei pidä keskustella muissa kuin työtehtäviin hyväksytyissä sosiaalisen median kanavissa.

- **Työrooli**/Organisaation nimissä tapahtuva viestintä: esimerkiksi Forssan kaupungin Facebook -profiili, jota käytetään julkaistaessa kaupunkiin liittyviä päivityksiä.
- **Yksityisrooli**/Omalla nimellä tapahtuva asiantuntijaviestintä: esimerkiksi käyttäjän oma henkilökohtainen Twitter -profiili, jota hän käyttää Twitterissä julkaistessaan työhön liittyviä päivityksiä.

Kaupungin rooli sosiaalisen median kanavissa on olla neutraali ja tiedottava. Sivulla esitettyihin kysymyksiin vastataan asiallisesti ja mahdollisimman nopeasti eikä niissä korosteta omia mielipiteitä tai kannanottoja.



# MITÄ KANAVIA KÄYTETÄÄN, KUKA PÄÄTTÄÄ MITÄ KANAVIA KÄYTETÄÄN?

Forssan kaupungilla ja sen palveluyksiköillä on käytössään monia viestintäkanavia, joihin myös sosiaalisen median kanavat kuuluvat. Kaupungilla on tilit:

**Facebook:** [www.facebook.com/forssankaupunki/](http://www.facebook.com/forssankaupunki/)

**Instagram:** [www.instagram.com/forssankaupunki/](http://www.instagram.com/forssankaupunki/)

**Twitter:** [www.twitter.com/Forssankaupunki/](http://www.twitter.com/Forssankaupunki/)

**LinkedIn:** [www.linkedin.com/company/city-of-forssa/](http://www.linkedin.com/company/city-of-forssa/)

**YouTube:** <https://www.youtube.com/channel/UCySjiqQzzEw0zpdAMFtdHBQ>

Forssan kaupungin markkinointi ja viestintähenkilöstö ylläpitää luetteloja kaupungin sosiaalisen median tileistä sekä listaa niistä työntekijöistä, joille on myönnetty päivitysoikeus ko. mediaan. Päivitysoikeudet tai käyttäjätunnukset kaupungin sosiaalisen median kanaville pyydetään kaupungin markkinointi- ja viestintähenkilöstöltä. Sosiaalisen median kanavalle päivitysoikeudet saaneella työntekijällä ja hänen esimiehellään on velvollisuus ilmoittaa muutoksista työntekijän jäädessä pois kaupungin palveluksesta.



Kaupungin eri palveluyksiköillä saattaa olla omia sosiaalisen median tilejä. Lähtökohtaisesti päätös uuden tilin perustamisesta tehdään toimialan johtoryhmässä ja kaupungin johtoryhmässä esimiehen esityksestä. Sosiaalisen median toiminnan johtaminen tulee nivoa muuhun johtamiseen. Kaikki kunnan sosiaalisen median organisaatiotilit ja niiden ylläpitäjät tulee ilmoittaa kaupungin markkinointi- ja viestintähenkilöstölle ja ylläpitäjätiedot on pidettävä ajan tasalla.

Jos kaupungin organisaation osa haluaa pitää yllä omaa sosiaalisen median tiliään jossakin kanavassa, on huomioitava seuraavanlaisia asioita:

- 1. Tarpeet ja tavoitteet.** Sosiaalisen median palveluja voidaan avata, jos sosiaalisen median palvelun avaamiselle on selkeä tarve. Ennen sosiaalisen median tilin avaamista on pohdittava, mihin tarpeeseen kanavan avaaminen vastaa. Mitkä ovat tavoitteet? Mikä on palvelun kohderyhmä ja millaista sisältöä siellä tarjotaan?
- 2. Hyödyt.** Vuorovaikutus sosiaalisessa mediassa voi auttaa muun muassa kehittämään palvelujen laatua, osallistamaan ja lisäämään hallinnon avoimuutta ja hallintoa kohtaan tunnettua luottamusta. Toiminnalla voidaan myös ylläpitää ja lisätä organisaation mainetta.
- 3. Resurssit ja johtaminen.** Sosiaalisen median käyttöön on varattava riittävät (henkilö)resurssit, eli esimiehen on huomioitava, että vuorovaikutus sosiaalisessa mediassa vie työaikaa hoitaa jotakin muuta tehtävää. Sosiaalisen median kanavalle on nimettävä vastuullinen päivittäjä ja toiminta sosiaalisessa mediassa on huomioitava päivittäisissä tai viikoittaisissa työtehtävissä. Sosiaalisen median toiminnan johtaminen on nivottava muuhun johtamiseen.





4. **Suunnitelmallisuus ja säännöllisyys.** Sosiaalisen median käyttöönotosta ja hyödyntämisestä on hyvä laatia suunnitelma. Sosiaalisen median käytön tulee olla suunnitelmallista, säännöllistä ja aktiivisesti vuorovaikutuksellista niin, ettei organisaation ylläpito ole riippuvainen yksittäisestä työntekijästä. Jos sisällöntuotantoa hajautetaan, päävastuun tulee olla tietyllä henkilöllä tai tietyillä henkilöillä. Sijaistuksista on sovittava etukäteen. Sisältöjä on päivitettävä riittävän usein. On sitouduttava aktiiviseen vuorovaikutukseen eli reagoitava asiakkaiden palautteisiin ja kysymyksiin mahdollisimman nopeasti.

5. **Kanavat.** Kanavista voi käyttää yleisimpiä esimerkiksi Facebookia, Twitteriä, Instagramia ja YouTubea. Toiminnassa voi olla rohkea ja kokeilla muitakin kanavia. Esimerkiksi nuorten kanssa toimitessa voi olla hyödyllistä käyttää WhatsAppia, SnapChatia tai TikTokia.

6. **Jatkuvuus.** Jotta organisaation osan tilit eivät ole sidoksissa pelkästään tähänhetkisiin työntekijöihin, sosiaalisen median tilien perustamisessa on syytä suosia organisaation sähköpostia (roolipohjaista tunnusta, kuten [some@forssa.fi](mailto:some@forssa.fi)), ei siis henkilökohtaista sähköpostia. Joka tapauksessa hallinnoijaoikeuksia on syytä jakaa useammalle.

7. **Mittaaminen.** Sosiaalisen median tavoitteiden toteutumista tulee seurata. Sosiaalisen median palvelun onnistumista voi mitata mittareilla, jotka johdetaan palvelulle asetetuista tavoitteista. Onko esimerkiksi osallisuus lisääntynyt, näkyvyys kasvanut tai liikenne verkkosivuille lisääntynyt? Seuraajien, tykkääjien tai jäsenten määrät eivät yksinään ole relevantteja mittareita, vaan hyödyllisempää on tarkastella toteutuneiden aktiviteettien laatua ja määrää.

8. **Virallisen tilin varmentaminen.** Kaupungin sosiaalisen median kanavalla pitää selkeästi ilmoittaa kaupunki tai sen palveluyksikkö palvelun ylläpitäjäksi. Kaupungin sosiaalisen median kanavan virallisuus pitää varmistaa myös linkittämällä sosiaalisen median kanava näkyviin kaupungin verkko-



sivulle. Vastaavasti sosiaalisen median palvelussa pitää olla linkki kaupungin tai sen palveluyksikön verkkosivulle.

Toimialueen tai palveluyksikön tärkeät julkaisut julkaistaan lisäksi tai vaihtoehtoisesti myös kaupungin yleisillä sosiaalisen median kanavilla, joiden päivittämisestä ja päivittämisoikeuksista vastaavat kaupungin markkinointi- ja viestintähenkilöstö.

Omalla nimellään ja profiilillaan tai työ- tai virkaprofiilillaan voi tarvittaessa ja sovittuaan asiasta esimiehen kanssa toimia samoissa sosiaalisen median kanavissa kuin Forssan kaupunki toimii. Esimerkiksi lasten ja nuorten kanssa toimittaessa voi olla hyvä suhtautua ennakkoluulottomasti myös muiden sosiaalisen median sovellusten ja viestinnän keinojen kokeilemiseen (esim. Snapchat, TikTok).

**Huom!** Jos sosiaalisen median kanavalla halutaan julkaista päivityksiä organisaation nimen sijaan työntekijöiden omilla nimillä ja työntekijöiden suostumuksella, tämä on mahdollista, mutta siihen ei saa velvoittaa ketään. Tällä hetkellä tosin osaan ryhmistä ei pysty jakamaan päivityksiä sivuna, vaan jakamiseen käytetään henkilökohtaisia profiileja. Mikäli tämä ei sovi työntekijöille, voi olla hyvä pohtia erillisen työprofiilin perustamista.

Eryteisesti johto- ja asiantuntijatehtävissä Forssan kaupungissa työskentelevien on suositeltavaa ja johtajien jopa välttämätöntä avata henkilökohtainen profiili tai työ- tai virkaprofiili yleisimmissä sosiaalisen median kanavissa (esim. Twitter, LinkedIn). Omalta esimieheltä tulee varmistaa avaamisen sopivuus. Sosiaalisessa mediassa toimiessaan asiantuntija voi saada tietoa omassa työssä hyödynnettäväksi, jakaa omaa tietoaan ja osaamistaan sekä kokemustaan muille ja avata työtään ja organisaationsa toimintaa ja edustaa siten kuntaa työntekijälähtetiltään.



# MITEN SOSIAALISESSA MEDIASSA TOIMITAAN?

Sosiaalisen median kanavat toimivat yhtenä osana Forssan kaupungin viestintää ja sosiaalisen median avulla saadaan tietoa välitettyä seuraajille nopeasti. Tästä syystä on tärkeää, että kanavilla julkaistava tieto on paikkansa pitävää ja ajankohtaista. Julkaisut kannattaa pitää tekstimäärältään lyhyinä ja pyrkiä ohjaamaan käyttäjät Forssan kaupungin verkkosivulle, jossa käyttäjille tarjotaan tarkempaa ja laajempaa tietoa käyttäjää kiinnostavasta aiheesta. Jos sosiaalisen median kanavaan ei tuoteta materiaalia, vastata yhteydenottoihin tai olla muuten riittävän aktiivisia, ei kanavan ylläpitoon kannata varata voimavaroja vaan tulee harkita tilin poistamista.

Sosiaalisessa mediassa odotukset vastausten nopeuden suhteen ovat suuremmat kuin verkkosivuilla yleensä. Sisältöä täytyy päivittää säännöllisesti ja esitettyihin kysymyksiin täytyy vastata, kuten muuhunkin palautteeseen. Annettavien vastausten tulee olla lyhyitä ja asiatietoihin perustuvia. Asiakkaiden palautteisiin ja kysymyksiin on reagoitava mahdollisimman nopeasti. Palautteisiin vastataan työroolissa asiallisesti ja hyvien tapojen mukaisesti. Kommentteihin ja kysymyksiin vastataan pääsääntöisesti virka-aikana. Tämä päivitysajankohta on kirjattu mm. kaupungin Facebook-sivujen tietoja -välilehdellä. Toimialojen tulee myös valvoa saapuneita kirjoituksia ja poistaa asiattomat viestit.

Päivityksiä Forssan kaupungin sosiaalisen median kanaville tehdään, kuntalaisia, sidosryhmiä ja sivuilla kävijöitä kiinnostavista aiheista. Päivityksiä tehdessä tulee huomioida niiden julkisuus. Sisältöä suunniteltaessa on huomioitava, että sisältö on ymmärrettävää, selkokielistä ja saavutettavaa. Päivityksissä kerrotaan mm. kaupungin järjestämistä tapahtumista, näyttelyistä, tilaisuuksista yms. toimialojen asioista.



Somekanavia voidaan käyttää myös esimerkiksi rekrytoinnin apuna. Sosiaalinen media voi olla myös yksi viestintäkanava kriisitilanteessa, jotta ajantasaista tietoa saadaan nopeasti asukkaille.

Sosiaalisen median avulla voidaan kehittää palvelujen laatua. Avoin ja aktiivinen sosiaalisen median käyttö voi edistää hallintoa kohtaa tunnettua luottamusta ja sitoutumista kuntaan sekä lisätä kaupungin mainetta. Sosiaalisen median avulla kaupunki voi parantaa viestintäänsä ja saada kansalais- ja sidosryhmäpalautetta sekä ideoita.

Sosiaalinen media on tehokas väline nopeaan tiedottamiseen. Sosiaalisessa mediassa käytettävä kieli on sujuvaa arkikieltä eikä virallista asiakirjatekstiä vieraine termeineen, jotka päivittäjille saatavat olla tuttuja, mutta käyttäjille ja seuraajille ei. Kun sosiaalisessa mediassa käytetään hyvää ja sujuvaa arkikieltä, varmistutaan myös siitä, että saavutettavuusdirektiivin vaatimukset täyttyvät (Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi (2016/2102) julkisen sektorin elinten verkkosivustojen ja mobiilisovellusten saavutettavuudesta).

Sosiaalisessa mediassa tehdään myös viestinnällisiä kampanjoita ja esittelyjä. Kampanjaesimerkkejä voivat olla esimerkiksi kuukauden kolumnit, yksikköesittelyt, muuttajaesittelyt jne. tarinat kiinnostavat ja mielenkiintoinen sisältö houkuttaa kävijöitä.

Sivuja ei ole tarkoitettu kaupalliseen mainontaan, pois lukien Forssan kaupungin oma markkinointi.



## Tietoturva

Sosiaalisen median hyödyntäminen edellyttää perehtyneisyyttä myös tietoturva-asioihin. Tietoturvauhat ovat sosiaalisessa mediassa samoja kuin muualla verkossa, esimerkiksi tietovuodot, käyttäjätunnusvarkaudet, identiteettiväärennökset, vakoilu ja tietojen kalastelu, sovellushaavoittuvuudet, haittaohjelmat ja roskaposti.

Sosiaalisen median avoin, verkottunut ja jakava toimintakulttuuri aiheuttaa sen, että käyttäjien toimienpiteet ja käyttäytyminen saavat aiempaa merkittävämmän roolin. Yksityisyyden suojaaja (sekä työntekijöiden että asiakkaiden/kansalaisten) on kunnioitettava ja on toimittava niin, ettei tietoturvallisuutta tai yksityisyyden suojaaja rikota. Työtehtävissä vaitiolovelvollisuuden tai salassapidon piiriin kuuluvat asiat ovat sitä myös verkossa.

Sosiaalista mediaa käytettäessä on hyvä tiedostaa, että palveluissa julkaistua sisältöä ei välttämättä saa poistettua.

## Tekijänoikeudet

Sosiaalisen median palvelujen käyttöehtoihin täytyy tutustua huolellisesti ja pitää huolta tietosuojasta, tietoturvasta, tekijänoikeuksista ja käyttöoikeuksista, yksityisyydensuojasta, henkilötietosuojasta ja kaupungin maineesta. Käyttöehdoista selviää mm. tekijänoikeudet julkaistuihin sisältöihin. Jokainen päivittäjä vastaa itse sosiaalisen median palveluihin tallentamisestaan sisällöistä. Sisällöntuottajalla pitää olla käyttöoikeudet julkaisemiinsa kuviin, musiikkiin ja videoihin. Muiden teksteihin tai aineistoihin viitattaessa pitää noudattaa hyviä viestinnällisiä tapoja ja mainita tekijät sekä lähde.



## Saavutettavuus

Sosiaalisen median käyttö viestinnässä on arkipäivää ja tärkeä osa viestinnän kokonaisuutta. Kannattaa kuitenkin varmistaa, että tärkeät päivitykset ja tiedot löytyvät myös organisaation omilta verkkosivuilta, koska kaikki eivät seuraa sosiaalisen median kanavia.

Saavutettavuus pitää huomioida silloin, kun julkishallinto viestii sosiaalisessa mediassa. Saavutettavuusvaatimukset, jotka ovat laissa digitaalisten palvelujen tarjoamisesta, eivät siis ole kierrettävissä julkaisemalla sisältöjä sosiaalisen median kanavissa. Lain piirissä olevien toimijoiden on tuotettava sosiaaliseen mediaan niin saavutettavaa sisältöä kuin se kyseisessä kanavassa on mahdollista.

Sosiaalisessa mediassa julkaistavalla sisällöllä, jonka tulee olla saavutettavaa, tarkoitetaan tekstiä, kuvia ja videoita.

Sosiaalisen median kanavissa on asetuksia ja toimintoja, jotka parantavat saavutettavuutta. Somekanavien päivittäjien on hyvä seurata sitä, miten käytetty kanava tukee ja kehittää saavutettavuutta ja ottaa uudet parannukset käyttöön. Ohjeita saavutettavuuden parantamiseksi löytyy kanavien omista ohjeista ja usein eri kanavilla on omat saavutettavuustiimit, jotka viestivät parannuksista.

Facebookissa, Instagramissa ja Twitterissä on helppoa lisätä kuvia sisältäviin julkaisuihin vaihtoehtoinen teksti, jonka näkövammaisten käyttäjien apuvälineet lukevat. Vaihtoehtoinen teksti ei näy kuvajulkaisun yhteydessä näkeville käyttäjille.

(Saavutettavasti.fi verkkosivusto 31.3.2021)

Lisätietoja sosiaalisen median saavutettavuudesta löydät osoitteesta: <https://www.saavutettavasti.fi/verkkosivustojen-saavutettavuus/saavutettavuus-sosiaalisessa-mediassa/>



# PIKAOHJEET FORSSAN KAUPUNGIN SOSIAALISEN MEDIAN KANAVILLE

## Facebook

Facebook on Forssan kaupungin ensisijainen sosiaalisen median kanava. Seuraaja- ja julkaisumäärältään Facebook on kaupungin suurin kanava. Facebookia käytetään myös yhtenä kaupungin kriisiviestintäkanavana.

Facebookissa voidaan julkaista tekstiä, kuvia, videoita, tapahtumia ja markkinoida kaupungin palveluja. Kanavalla voidaan julkisen keskustelun lisäksi keskustella käyttäjien kesken yksityisviestein.

Kaupungin Facebook-sivut ovat neutraalit eli tiedottavat. Profiililla ei kommentoida toisten päivityksiin vaan ainoastaan vastataan asiallisesti esitettyihin kysymyksiin ja palautteeseen. Päivitykset kannattaa pitää tekstimäärältään lyhyinä ja ohjata seuraajat lukemaan lisätietoja kaupungin verkkosivuilta.

Facebookiin käyttäjä tekee henkilökohtaisen profiilin omilla tiedoillaan. Tälle henkilökohtaiselle profiilille annetaan päivitysoikeudet tarpeen mukaan. Päivitysoikeudet kaupungin Facebook-kanavan ylläpitäjäksi pyydetään kaupungin markkinoinnin ja viestinnän henkilöstöltä. Kaupungin Facebook-kanavalle päivitysoikeudet saaneella työntekijällä ja hänen esimiehellään on velvollisuus ilmoittaa, kun työntekijä poistuu kaupungin palveluksesta.



## Instagram

Instagram on sosiaalisen median kanava, jossa käyttäjät voivat jakaa kuvia ja videoita, kommentoida ja tykätä toistensa julkaisemasta sisällöstä sekä keskustella yksityisviestein. Kaupungin Instagram-tiliä voidaan hyödyntää esimerkiksi julkaisemalla kanavalla tilannekuvia kaupungin järjestämistä tapahtumista, tai tapahtumista, joissa kaupunki on mukana. Näin tapahtumasta saadaan välitettyä ajankohtaista tunnelmaa seuraajille. Kuvien ja videoiden yhteyteen saa lyhyen kuvatekstin. Kuvatekstissä käytetään hashtageja **#forssa** ja **#forssankaupunki**

Päivitykset kannattaa pitää tekstimäärältään lyhyinä ja ohjata seuraajat lukemaan lisätietoja kaupungin verkkosivuilta.

Jos käyttäjällä on päivitysoikeudet kaupungin Instagram- ja Facebook-tilille, voi hän jakaa Instagram-julkaisun automaattisesti myös kaupungin Facebook-kanavalle. Tämä tapahtuu julkaisun viimeisessä vaiheessa, jossa käyttäjä voi valita myös Facebookin julkaisukanavaksi julkaisulleen.

Forssan kaupungin Instagram-kanavalla käytetään koko kaupungin yhteistä käyttäjätunnusta ja salasanaa. Käyttäjätunnus ja salasana kaupungin Instagram-tilille pyydetään kaupungin markkinoinnin ja viestinnän henkilöstöltä. Kaupungin Instagram-kanavalle käyttäjätunnuksen ja salasanan saaneella työntekijällä ja hänen esimiehellään on velvollisuus ilmoittaa, kun työntekijä poistuu kaupungin palveluksesta.





## **LinkedIn**

Forssan kaupungin LinkedIn-kanavalla julkaistaan kaupungin rekrytointiin, kaupungin kehittämiseen ja elinvoimaan liittyviä julkaisuja. Kanavalla voidaan julkisen keskustelun lisäksi keskustella käyttäjien kesken yksityisviestein.

LinkedIn on työhön liittyvä sosiaalisen median kanava. LinkedIn-käyttäjä luo henkilökohtaisen profiilin. Tälle henkilökohtaiselle profiilille annetaan päivitysoikeudet Forssan kaupungin kanavalle tarpeen mukaan. Päivitysoikeudet kaupungin LinkedIn-kanavan ylläpitäjäksi pyydetään kaupungin markkinoinnin ja viestinnän henkilöstöltä. Kaupungin LinkedIn-kanavalle päivitysoikeudet saaneella työntekijällä ja hänen esimiehellään on velvollisuus ilmoittaa, kun työntekijä poistuu kaupungin palveluksesta.

Kaupungin työntekijöitä toivotaan lisäämään Forssan kaupunki työnantajakseen LinkedInissa.



## Twitter

Twitter on yhteisö- ja mikroblogipalvelu. Kaupungin Twitter on viestintäkanava, jossa esitellään kaupungin ajankohtaisia palveluja, innovaatioita, hankkeita ym. Kaupungin Twitter-kanavaa käyttävät pääosin kaupungin johtoryhmä sekä markkinoinnin ja viestinnän henkilöstö. Twitterissä korostuvat seuraavat teemat:

- Asiantuntijuus & asiantuntijakeskustelut
- Ajankohtaisuus & mielipiteet
- Oman alan uutiset
- Tapahtumat
- Asiakaspalvelu yhä enemmän

Kaupungin Twitter-sivut ovat neutraalit eli tiedottavat. Kaupungin profiililla ei kommentoida toisten päivityksiin vaan ainoastaan vastataan asiallisesti esitettyihin kysymyksiin ja palautteeseen. Kanavalla voidaan julkisen keskustelun lisäksi keskustella käyttäjien kesken yksityisviestein. Päivitykset kannattaa pitää tekstimäärältään lyhyinä ja ohjata seuraajat lukemaan lisätietoja kaupungin verkkosivuilta. Twitterin maksimimerkkimäärä julkaisuissa on 280 merkkiä.

Forssan kaupunki voi hyödyntää Twitteriä myös asiantuntijoiden julkaisujen jakajana, eli niin sanottuna retweettaajana. Esimerkiksi toimialajohtajat voivat julkaista asiantuntijakommentin omalla profiilillaan ja tämä julkaisu voidaan jakaa, eli retweetata kaupungin profiiliin. Asiantuntijat, jotka haluavat julkaisunsa retweetattavaksi, merkitsevät julkaisuihinsa Forssan kaupungin profiiliin @Fors-sankaupunki

Forssan kaupungin Twitter-kanavalla käytetään koko kaupungin yhteistä käyttäjätunnusta ja salasanaa. Käyttäjätunnus ja salasana kaupungin Twitter-tilille pyydetään kaupungin markkinoinnin ja viestinnän henkilöstöltä. Kaupungin Twitter-kanavalle käyttäjätunnuksen ja salasanan saaneella työntekijällä ja hänen esimiehellään on velvollisuus ilmoittaa, kun työntekijä poistuu kaupungin palveluksesta.



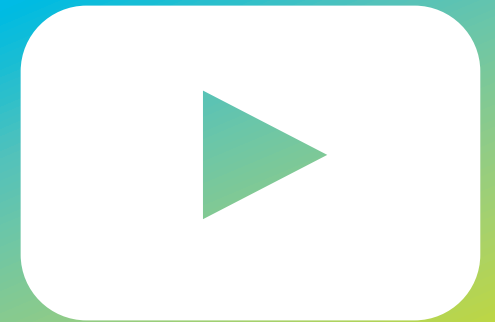
## **YouTube**

Forssan kaupungin YouTube-kanavalla julkaistaan live-lähetystenä kaupunginvaltuuston kokoukset. Kanavalla julkaistaan myös kaupungin markkinointi- ja esittelyvideot.

Kanavaa voidaan hyödyntää myös kaupungin omien live-lähetysten julkaisualustana. YouTube-live-lähetyksissä on mahdollista ottaa käyttöön palvelun chat-osio, jolloin katsojia voidaan osallistaa keskustelun avulla.

Jos YouTube-videolla on puhetta, tulee puhe tekstittää 14 vuorokauden sisällä videon julkaisemisesta (Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi (2016/2102) julkisen sektorin elinten verkkosivustojen ja mobiilisovellusten saavutettavuudesta).

YouTubeen käyttäjä tekee henkilökohtaisen profiilin omilla tiedoillaan. Tälle henkilökohtaiselle profiilille annetaan päivitysoikeudet tarpeen mukaan. Päivitysoikeudet kaupungin YouTube-kanavan ylläpitäjäksi pyydetään kaupungin markkinoinnin ja viestinnän henkilöstöltä. Kaupungin YouTube-kanavalle päivitysoikeudet saaneella työntekijällä ja hänen esimiehellään on velvollisuus ilmoittaa, kun työntekijä poistuu kaupungin palveluksesta.



# 12 VINKKIÄ SOSIAALISEN MEDIAN KÄYTTÖÖN

1. Sosiaalisessa mediassa noudatetaan kunkin sosiaalisen median palvelun käyttöehtoja ja yhteisön pelisääntöjä.
2. Sosiaalisessa mediassa noudatetaan samoja lakeja ja ohjeita kuin muussakin kaupungin toiminnassa.
3. Kunnissa noudatetaan aina tietosuoja- ja tietoturvan vaatimuksia. Tämän vuoksi sosiaalisen median välineissä ei käsitellä, tallenneta tai jaeta salassa pidettäviä tietoja. Myös henkilötietojen julkaisemisesta koskevat määräykset huomioidaan.
4. ”Ei-julkisten” eli keskeneräiseen asiaan liittyvien asiakirjojen osalta tiedon antaminen on viranomaisen harkinnassa. Asiakirjan antamisesta päättävä viranomainen voi päättää antaa tiedon asiakirjasta, joka ei vielä ole julkinen, mutta joka ei sisällä lain nojalla salassa pidettäviä tietoja tai sellaisia henkilötietoja, joita ei voisi laittaa verkkoon. Tämä on mahdollista myös sosiaalisessa mediassa kuten muutoinkin. Kyse on samanlaisesta tiedottamisesta kuin valmisteluvaiheen tietojen julkaisemisesta kunnan verkkosivuilla.
5. Sosiaalisessa mediassa kunnioitetaan tekijänoikeuksia. Sisällön julkaisijalla on oltava käyttöoikeus julkaisemaansa materiaaliin (teksti, valokuva, video, piirros, kaavio animaatio jne.). Valo- ja videokuvattavilta pyydetään kirjallinen lupa kuvamateriaalin käyttöön kaupungin kanavissa.



6. Lasten kanssa toimittaessa pyydetään aina lupa vanhemmilta.
7. Sosiaalisessa mediassa toimitaan asiakaslähtöisesti ja kanavia päivitetään säännöllisesti. Sosiaalisen median kautta esitettyihin kysymyksiin vastataan kuten muuhunkin palautteeseen, sitä ei ohjata muihin palautekanaviin.
8. Sosiaalisessa mediassa odotukset vastausnopeudesta (vasteaika) ovat korkeat. Sosiaalisessa mediassa esitettyihin kysymyksiin vastataan yleensä virka-aikana klo 8–16 välisenä aikana, jos mahdollista. Vastauksessa ei tarvitse käyttää vastaajan yksilöivää tietoa (esim. tiedottaja Tiina), jos vastauksen luonne ei sitä vaadi. Jos asiakaspalvelija lupaa tiedustella asiaa joltakulta muulta, voi nimeään ja tittelään käyttää. Parempi tapa on vinkata ko. virkamiestä ja pyytää itse vastaamaan sosiaalisessa mediassa esitettyyn kysymykseen.
9. Julkaistut aineistot ja käytävät keskustelut ovat positiivisia, objektiivisia, neutraaleja ja asiallisia.
10. Asiattomat ja lainvastaiset aineistot poistetaan (esim. herjaukset ja solvaukset, alatyö).
11. Negatiivisiin viesteihin vastataan mahdollisimman nopeasti kiittämällä palautteesta ja pahoittelemalla tapahtunutta. Ongelman syy ja miten se hoidetaan, viestitään yksityisviestillä.
12. Väittelyihin ei osallistuta.



# LUOTTAMUSHENKILÖT SOSIAALISESSA MEDIASSA

Kaupungin luottamushenkilöt eivät muodosta yhtä yhtenäistä ryhmää: Osa on esimerkiksi sekä luottamustehtävässä että työ- tai virkasuhteessa kaupunkiin. Osa toimii hyvin aktiivisesti sosiaalisessa mediassa, osa tuskin ollenkaan.

## 9 vinkkiä sosiaalisen median käyttöön luottamushenkilönä:

1. Luottamushenkilöt toimivat sosiaalisessa mediassa omalla profiilillaan tai erillisellä poliitikkoprofiilillaan.
2. He edustavat itseään ja toimivat sekä taustaryhmänsä että kaupunkinsa lähettiläinä.
3. Luottamushenkilöt edustavat sosiaalisessa mediassa aina myös kaupunkia.
4. Jos luottamushenkilö on myös työ- tai virkasuhteessa kaupunkiin, sosiaalisen median käyttö työaikana tulee suunnata työasioihin, mikäli sosiaalisen median käytöstä työajalla on sovittu esimiehen kanssa.
5. Luottamushenkilöiden tehtävä on kaupungin lähettiläinä pitää osaltaan huolta kaupungin maineesta ja edesauttaa positiivisen kaupunkikuvan rakentamista.



6. Loanheittoon kaupunkia tai sen työntekijöitä kohtaan luottamushenkilöt eivät osallistu.
7. Kaupungin työntekijät kunnioittavat sosiaalisessa mediassa luottamushenkilöitä ja luottamushenkilöt kaupungin työntekijöitä. Erimielisyydet ratkotaan muualla kuin sosiaalisessa mediassa.
8. Faktat ja viimeisimmät käänteet on syytä tarkistaa ennen keskustelua sosiaalisessa mediassa.
9. "Ei-julkisten" eli keskeneräiseen asiaan liittyvien asiakirjojen osalta tiedon jakamiseen sosiaalisessa mediassa pätevät samat säännöt kuin muuhunkin valmisteluvaiheessa olevan tiedon jakamiseen. Mahdollisuus tiedon jakamiseen tulee varmistaa asiaa valmistevalta virkamieheltä. Salassa pidettäviä tietoja tai sellaisia henkilötietoja, joita ei voisi muutenkaan laittaa verkkoon, ei julkaista sosiaalisessa mediassa.



# VINKIT SOSIAALISEN MEDIAN TURVALLISEEN KÄYTTÖÖN

Tietojen kalastelua voi tapahtua sähköpostitse yrityksen tai yksityisen henkilön nimissä. Yhteydenotoissa voidaan tarjota esimerkiksi lahjakortteja, uskomattomia etuja tai liittymistä vaikuttajarekisteriin.

- Tarkista aina lähettäjän sähköpostiosoite ja että hän todella työskentelee toimivassa yrityksessä.
- Ole rehellinen itsellesi ja mieti onko sinulla seuraajia vaikuttajaksi asti (vähintään yli 1000 seuraajaa).
- Muista, että jos lahjakortti tms. tuntuu liian hyvältä ollakseen totta, se on liian hyvää ollakseen totta.

**Tietomurtoa tai tietojenkalastelua voidaan yrittää, kun:**

- Työntekijät tai yhteistyökumppanit vaihtuvat, mutta heidän käyttöoikeuksiaan ei poisteta sosiaalisen median kanavilta (esim. entinen työntekijä).
  - Älä siis jätä tarpeettomia oikeuksia sosiaalisen median kanaviin. Oikeuksia voidaan lisätä ja poistaa tarpeen mukaan.
  - Käytä eri oikeustasoja Facebookissa. Käytä esimerkiksi ylläpito-oikeuksia rajatusti esimerkiksi enintään 3, muut käytön tarpeen mukaan: muokkaajia, mainostajia, jne.
  - Tarkista, että käyttöoikeudet on myönnetty nykyisille yhteistyökumppaneille ja työntekijöille.





- Työkalut vanhentuvat
  - esim. Facebook Business Suite suojaa tiliä. Kirjaudu sisään: <https://business.facebook.com/> niin saat kaikki Facebook-sivut näkyviin, joihin sinulla on päivitysoikeudet.

### **Mitä tehdä, jos sosiaalisen median kanava lähettää viestin “Salasanasi on heikko”?**

- Kanavat eivät lähetä viestejä salasanojen heikkoudesta.
- Tarkistaja lähettäjä.
  - Lähettäjänä voi olla esimerkiksi ‘Instagrams’ ei Instagram.
- Älä klikkaa viestissä olevaa linkkiä vaihtaaksesi salasanaa, vaan mene oman kanavasi profiiliin/ tiliin ja vaihda salasana, jos haluat salasanan vaihtaa.

### **Mitä tehdä, jos organisaatiosi työntekijä pyytää salasanoja sosiaalisen median kanavaan?**

- Tarkista lähettäjä toisen kanavan kautta. Jos viesti tulee sähköpostilla, tarkista sen aitous esimerkiksi soittamalla viestin lähettäjälle.
- Ota käyttöön 2-vaiheinen todennus.

### **Mitä tehdä, jos epäilet salasananuotoa?**

- Vaihda salasana säännöllisesti ja vältä ilmiselviä salasanoja. Älä käytä samaa salasanaa palveluissa.
- Älä lähetä koskaan käyttäjätunnusta ja salasanaa saman kanavan kautta.
  - Esimerkki: käyttäjätunnus meilillä ja salasana tekstiviestillä.

### **Mitä tehdä, jos epäilet, että sivujasi voi uhata sivujen tai tilin sulkeminen?**

- Tarkista sivusi tai tilisi perustiedot.
- Mikäli perustajana on vanha ja unohtunut feikkiprofiili, vaihda se voimassa olevaan ja oikeaan henkilöprofiiliin.
- Tilillä voi olla vanha ja toimimaton sähköpostiosoite, vaihda se toimivaan.
- Facebook ja Instagram poistavat ja lukitsevat tilejä/sivuja ennalta ilmoittamatta.
- Poistettu sivu on vaikea palauttaa, lukittu saadaan ehkä palautettua.



# LÄHTEET

Forssan kaupunki, Sosiaalisen median ohjeet 2015

iTello Oy, Sosiaalisen median koulutusaineistot

Tuusulan kunnan sosiaalisen median ohje:

<https://www.kuntaliitto.fi/sites/default/files/media/file/Tuusula%20Sosiaalisen%20median%20ohje%202020.pdf>

Saavutettavuus sosiaalisessa mediassa:

<https://www.saavutettavasti.fi/verkkosisaltojen-saavutettavuus/saavutettavuus-sosiaalisessa-mediassa/>

---

**Forssan kaupungin sosiaalisen median ohje löytyy Forssan Intrasta/Työn tueksi/Markkinointi ja viestintä**

**Kanavakohtaiset käyttöohjeet Forssan kaupungin sosiaalisen median kanaville löytyvät Forssan Intrasta/Työn tueksi/Markkinointi ja viestintä**

**Video- ja valokuvausohje lupineen löytyy Forssan Intrasta/Työn tueksi/Markkinointi ja viestintä**





# SOSIAALISEN MEDIAN OHJE | FORSSAN KAUPUNKI