



Retningslinjer ved bruk av sosiale medier

Sosiale medier som Facebook, Instagram, Twitter og LinkedIn med flere, har endret måten vi kommuniserer på, både privat og på jobb. I tillegg til å være en plattform for kontakt mellom privatpersoner, brukes også sosiale medier i nyhetsformidling, markedsføring, rekruttering, til politiske ytringer og til formidling av informasjon fra det offentlige.

Mange bruker mye tid på sosiale medier. I utgangspunktet er det derfor positivt at våre medarbeidere engasjerer seg på ulike plattformer der medlemmer og resten av befolkningen henter informasjon og impulser og utveksler synspunkter.

Den enkelte arbeidstaker har, i kraft av ytringsfriheten, rett til å ytre seg på sosiale medier som privatperson. Denne retten er imidlertid begrenset av flere faktorer:

Lojalitetsplikten: Selv om en medarbeider mener å ytre seg som privatperson, vil ytringene kunne assosieres med arbeidsgiver og i mange tilfeller også bli oppfattet som arbeidsgivers syn. Ytringer som bryter med virksomhetens verdigrunnlag, strategier og målsetninger er derfor ikke akseptable, selv om de er innenfor lovens rammer. Eksempler på dette kan være nedsettende omtale av ledere, kolleger eller mennesker man møter i jobben.

Lover og regler: Arbeidstakere har i utgangspunktet rett til å dele innhold og delta i diskusjoner på sosiale medier så lenge det som deles/ytres er innenfor lovens rammer og de regler som gjelder for det respektive mediet. Eksempelvis vil rasistiske ytringer ikke være akseptable. Deling av innhold må skje innenfor rammene av opphavsrettslovgivningen.

Taushetsplikten: Taushetsbelagt og/eller virksomhetssensitiv informasjon skal ikke deles med andre, verken på sosiale medier eller i andre fora.

Vær bevisst på at ytringer på sosiale medier lett kan spres og forbli synlige i lang tid. Husk at innholdet kan bli synlig for alle, til tross for at du eventuelt publiserer det innenfor en lukket krets/gruppe. Vær bevisst på hvilke bilder du legger ut, og unngå å legge ut innlegg og bilder som kan være uheldige, upassende eller støtende.

Vær også oppmerksom på at å følge grupper eller å «like» et innlegg på sosiale medier, kan føre til at du assosieres med innholdet.

Dersom du har opptrådt på en uheldig måte på sosiale medier, er det ofte en god strategi å innrømme feilen og eventuelt beklage ytringen(e).

Dersom du ønsker å slette et innlegg, kan du få mer informasjon om dette her. <https://slettmeg.no/>

Bruk av sosiale medier som en del av arbeidet:

Kongsvinger kirkelige fellesråd er og skal være synlig i sosiale medier. Det er positivt at virksomheten vises fram på ulike plattformer, og sosiale medier en viktig informasjonskilde for mange. Den overordnede profileringen gjøres av (stillingstitler).

Enkeltmedarbeidere som ønsker å bruke sosiale medier til å profilere sin del av virksomheten, må gjøre dette i tråd med gjeldende kommunikasjonsstrategi og i samråd med nærmeste leder. Ledelsen ser i utgangspunktet positivt på slik virksomhet, så lenge den har tilstrekkelig kvalitet og bidrar til å



DEN NORSKE KIRKE

Kongsvinger kirkelige fellesråd

virkeliggjøre målet om synlighet og omdømmebygging. Dette gjøres med hell av personer innenfor flere yrkesgrupper på vår sektor.

Når medarbeidere bruker sosiale medier som en del av jobben, er det ekstra viktig å være oppmerksom på at grensen mellom privatperson og ansatt kan bli enda vanskeligere å se, både for medarbeideren og for andre som følger oppdateringene. Dette medfører ytterligere skjerpede krav til den delen av aktiviteten der medarbeideren har som intensjon å opptre som privatperson.

Aktiviteten er begrenset av de samme faktorene som gjelder «private» ytringer og delinger (lojalitetsplikten, lover og regler, taushetsplikten). Når aktiviteten skjer som en del av arbeidet og dermed på vegne av virksomheten, er den også underlagt personvernlovgivningen.

KA Arbeidsgiverorganisasjon for kirkelige virksomheter

Januar 2020