



# DEN NORSKE KIRKE

## Lyngdal kirkelige fellestråd

Vedtatt av Lyngdal kirkelige fellestråd 30.04.2024 FR-sak 13/24

### **RETNINGSLINJER FOR LYNGDAL KIRKELIGE FELLESTRÅDS BRUK AV SOSIALE MEDIER**

#### **1. Virksomhetens mål med bruk av sosiale medier**

- Lyngdal kirkelige fellestråd ønsker å legge til rette for åpenhet og digital deltakelse både for ansatte og brukere av våre tjenester.
- Lyngdal kirkelige fellestråd ser sosiale medier som noen av flere mulige verktøy for å være nær dagens mennesker i forhold til informasjon og deltakelse.
- Lyngdal kirkelige fellestråd ser på sosiale medier som mulige verktøy for å peke innover mot den informasjon som gis gjennom fellestrådets øvrige kommunikasjonskanaler, f.eks. egne hjemmeside.

#### **2. Hvem som beslutter kanalvalg og hvordan virksomheten skal følge opp tilstedeværelsen i hvert enkelt tilfelle**

- Kirkevergen har den øverst myndighet i forhold til beslutning av kanalvalg og oppfølging av tilstedeværelse i det offentlige rom.

#### **3. Ansvarsforhold ved etablering i nye kanaler**

- Behov og innspill for satsing på nye kanaler tas opp med kirkevergen. Kirkevergen tar ansvar for å drøfte dette i plenum i stabsmøter før de endelige beslutninger tas.
- Menighetsråd og sokneråd er selv ansvarlige for opprettelse og nedleggelse av egne kanaler. I den grad dette og driften av disse berører ansatte, gjøres dette etter avtale mellom menighetsråd eller soknerådråd og kirkeverge.

#### **4. Prosedyrer for å bruke de ulike kanalene**

Ved beslutning om å ta i bruk nye kanaler, er kirkevergen ansvarlig for å, evt. i samarbeid med aktuelle brukere, å sette opp de tekniske løsninger, gjøre de layoutmessige og innholdsmessige tilpasninger.

#### **5. Krav til oppfølging og tilstedeværelse**

- Kirkevergen har det overordnede redaktøransvar innen virksomhetens mediekkanaler. Dette innebærer et overordnet ansvar i forhold til det som publiseres av virksomhetens tilsatte.
- Hver kanal skal ha minst to administratorer knyttet til kanalen. Kirkevergen skal være en av administratorene og sørge for den nødvendige sikkerhet for kanalen.
- Den enkelte medarbeider har ansvar for å følge opp sin kanal ut fra de retningslinjer som ligger til grunn for bruk av de ulike kanaler ved publisering og videreformidling av informasjon.
- Herunder ligger også et ansvar for å følge med på innpostede kommentarer fra brukere, gi advarsler til eller utestenge brukere som poster innlegg av upassende karakter.

#### **6. Retningslinjer for behandling og arkivering av informasjon i tilknytning til sosiale medier**

- Det skal ikke foregå formell saksbehandling på sosiale medier.
- Publisering av materiale gjennom sosiale medier som er arkiververdig, arkiveres.

#### **7. Skille mellom privat og profesjonell rolle i sosiale medier**

- Som tilsatt er aktiviteter og uttalelser i forbindelser med stillingen å betrakte som representative uttalelser/aktiviteter i det offentlige rom.
- Den enkelte opptre som representant for virksomheten i det offentlige rom. Ved bruk av sosiale medier skal det tydelig fremgå at dette er en representativ kanal og ikke er en del av den private/personlige tilstedeværelse i et sosialt media.
- F. eks. skal det opprettes egne profiler i sosiale medier knyttet til stilling/posisjon framfor at man uttaler seg på vegne av virksomheten i en personlig profil i sosiale medier.
- Kommunikasjon gjennom virksomhetens sosiale medier bør ikke kunne oppfattes som del av den formelle saksbehandling.



# DEN NORSKE KIRKE

## Lyngdal kirkelige fellestråd

### 8. Språk, tone og etikette

- Ved at aktiviteter/uttalelser er å betrakte som representative og offentlige, følges vanlig etikette for språk og tone. Uttalelser skal være lojale i forhold til virksomheten, skal ikke fremme taushetsbelagt informasjon eller kunne oppleves som krenkende i forhold til andre.

### 9. Rammer for bruk av sosiale medier i arbeidstiden

- Rammer for bruk av tid til sosiale medier gjennomgås i den enkeltes medarbeidersamtale og avtales ut fra det behov som ligger til den enkelte stilling og virksomhetens policy for valg av områder utpekt som naturlige satsingsområder for bruk av sosiale medier.

### 10. Ansattes personlige (private) bruk av sosiale medier

- Det skal være et tydeligst mulig skille mellom ansattes personlige bruk av sosiale medier og bruk av sosiale medier som del av profesjonen.
- Privat bruk av sosiale medier skal ikke skape inntrykk av at en uttaler seg på vegne av bedriften, og skal ikke inneholde omtale av virksomheten, medarbeidere eller samarbeidspartnere på en måte som kan skade virksomhetens, andre ansatte, samarbeidspartneres eller eget omdømme.
- Når man opptrer som privatperson i sosiale medier må ansatte i virksomheten være bevisst sin offentlige synlighet og den kobling andre vil ha av deg i forhold til profesjonen/virksomheten.
- Privat bruk av sosiale medier regnes ikke som del av arbeidet. Kommunikasjon tilknyttet arbeidet føres gjennom virksomhetens kommunikasjonskanaler, fortrinnsvis e-post (brev), SMS, telefon eller andre plattformer virksomheten benytter eller tar i bruk.

### Generelle råd i forhold til det å være på sosiale medier:

1. Vær troverdig. Opptre nøyaktig, rettferdig, grundig og oversiktlig.
2. Vær konsekvent. Oppmuntre til konstruktiv kritikk og diskusjoner. Vær imøtekommende, ærlig og profesjonell til enhver tid.
3. Vær lydhør og del når du mottar verdifull kunnskap, kompetanse og innsikt. Del der det passer.
4. Vær integrert. Koordiner aktivitet og kommunikasjon på nett med aktiviteter og kommunikasjon på andre og analoge plattformer (Brev, e-post, telefon, møter mv.).
5. Vær en ambassadør for virksomheten. Du er en ambassadør for virksomheten, og vil bli oppfattet slik av omgivelsene. Vær derfor åpen om din rolle og posisjon i virksomheten så langt det er mulig og hensiktsmessig.

Reglene håndteres av kirkevergen. Tvilstilfeller tas opp i Administrasjonsutvalget til Lyngdal kirkelige fellestråd.

Dette reglementet gjøres gjeldende fra og med 30.04.2024 og revideres våren 2028.

Lyngdal 30.04.2024

Carl Magnus Salvesen  
Kirkeverge i Lyngdal