



## Sändlista

Ert tjänsteställe, handläggare

Ert datum

Er beteckning

Vårt tjänsteställe, handläggare

Vårt föregående datum

Vår föregående beteckning

Johannes Hellqvist  
Informationsstaben (INFOS)  
08-788 91 10

**Försvarmaktens riktlinjer för sociala medier****1. Inledning**

Dessa riktlinjer reglerar Försvarmaktens hantering av sociala medier. Riktlinjerna innehåller bestämmelser för myndighetens användning av sociala medier samt vissa bestämmelser för Försvarmaktens medarbetare<sup>1</sup>.

Bestämmelser som är specifika för olika sociala medier återfinns i fristående direktiv.

**1.1 Beskrivning av sociala medier**

Sociala medier är ett samlingsbegrepp för medier eller kanaler på internet som på olika sätt skapar förutsättningar för kommunikation mellan människor. Några exempel är bloggar, communities, webbforum, wikis och onlinespel. Bland dessa finns aktuella tjänster som Wikipedia, Facebook, YouTube, Flickr, Twitter och WordPress.

Sociala medier betraktas vanligen som kontrasterande mot traditionella medier som tidningar, radio och TV. Medan de traditionella medierna kännetecknas av masskommunikation – det vill säga kommunikation från en avsändare till många mottagare – är det användarna själva som producerar innehållet i sociala medier. Då användare av sociala medier kan vara både sändare och mottagare brukar kommunikationen beskrivas som ”flera till flera” i motsats till ”en till flera”.

<sup>1</sup> Med medarbetare avses militär och civil personal enligt förordningen (1996:927) med bestämmelser för Försvarmaktens personal.

()

Utöver de stora offentliga sociala medierna på internet kan det även förekomma sociala medier i andra tillämpningar. De kan finnas i ett isolerat IT-system eller på annat sätt vara avgränsade för att användas av en viss grupp människor, exempelvis i ett intranät.

De sociala mediernas tekniska egenskaper gör kommunikationen direkt och innehållet tillgängligt över tid. Information kan färdas snabbt och med stor spridning.

## 1.2 Betydelsen av sociala medier

Sociala medier står i dag för en betydande del av internetanvändningen i Sverige. En majoritet av svenska internetanvändare upp till 45 år är medlemmar i ett socialt nätverk<sup>2</sup>. Facebook, som är det största sociala nätverket i Sverige, hade 3 700 000 svenska medlemmar vid en mätning 2010<sup>3</sup>. En femtedel av svenskarna mellan 16 och 25 år läser bloggar dagligen<sup>4</sup>. Studier visar en tydlig trend: Bland internetmedier är det användningen av sociala medier som ökar mest<sup>5</sup>.

Studier visar också att sociala medier är en värderad informationskälla. Vi sätter stor tilltro till åsikter och rekommendationer från vänner och andra konsumenter på internet<sup>6</sup>. Kommunikationen i sociala medier är i hög grad baserad på olika människors egna upplevelser och att i stort sett alla kan bidra till den. Det stora antalet intressen, röster och budskap ger ett innehåll med bredd och djup som präglas av oberoende.

Framväxten av sociala medier och den snabba teknikutvecklingen skapar ett mer kommunikativt samhälle, vilket innebär att medborgare kan prata mer om allt – när som helst, var som helst och med vem som helst. Det får betydelse för organisationer som Försvarsmakten. Det större meningsutbytet, där myndighetens medarbetare och andra som står nära myndigheten deltar, innebär en ökad insyn och att mer information är tillgänglig. Informationen uppfattas dessutom som relevant eftersom den kommer från oberoende källor och speglar egna upplevelser, oavsett om de är positiva eller negativa.

## 1.3 Möjligheter och risker för Försvarsmakten

Det allt större samtalet om Försvarsmakten i sociala medier kan skapa en bättre förståelse i samhället för myndighetens uppdrag och verksamhet. Men sociala medier är också arenor för opinion där alla kan uttrycka sin åsikt och göra den hörd. För Försvarsmakten innebär det en möjlighet att ha örat mot marken för att förstå tendenser och trender som kan påverka myndigheten. Det finns också bättre

<sup>2</sup> Svenskarna och Internet 2010, World Internet Institute

<sup>3</sup> Facebook 2010

<sup>4</sup> Svenskarna och Internet 2009, World Internet Institute

<sup>5</sup> Svenskarna och Internet 2010, World Internet Institute

<sup>6</sup> Se t ex Nielsen Buzzmetrics 2007

förutsättningar att engagera olika målgrupper och göra samhället delaktigt i myndighetens utveckling.

Sociala medier kan på olika sätt även stödja kommunikationen mellan medarbetare i Försvarsmakten, såväl inom som utanför de sociala medier som myndigheten upprättat eller har en formell närvaro i. Det finns utmärkta förutsättningar till diskussion och samarbete. Den kunskap och erfarenhet som finns hos en individ eller inom en grupp kan på ett enkelt sätt delas till andra som den är till nytta för, oberoende av tid och plats. Flervägskommunikationen som präglar sociala medier underlättar samtidigt för ömsesidig förståelse, eftersom det finns möjlighet till feedback och frågor.

Vid sidan om de positiva effekterna av sociala medier, kan användningen av dem på olika sätt vara förknippad med risk. För Försvarsmakten finns exempelvis risken att information som omfattas av sekretess enligt offentlighets- och sekretesslagen (2009:400) röjs. Det kan exempelvis vara information som rör Försvarsmaktens förmåga eller pågående operationer. Att exponera sig på sociala medier innebär även risker för den enskilda personen, till exempel att bli utsatt för förföljelse eller trakasserier.

## **2. BESLUT**

### **2.1 Utgångspunkt för Försvarsmaktens hantering av sociala medier**

- Försvarsmaktens hantering av sociala medier ska ske som ett led i att uppnå de strategiska förändringsmålen enligt Strategiskt styrdokument för Försvarsmakten<sup>7</sup>.
- Tillgång till information och människors rätt att yttra sig är grundläggande rättigheter i den demokrati som Försvarsmakten har uppdraget att skydda.
- Samtalet i sociala medier ökar kunskapen om Försvarsmaktens verksamhet och har stor betydelse för samhällets bild av myndigheten.
- Försvarsmakten verkar för att främja ett brett, djupt, öppet och oberoende samtal i sociala medier om sin verksamhet.

### **2.2 Försvarsmaktens omvärldsbevakning i sociala medier**

Försvarsmakten följer samtalet i sociala medier som en del i sin omvärldsbevakning för att förstå förutsättningarna för sin verksamhet, i Sverige och världen.

### **2.3 Sociala medier som interna kommunikationsverktyg**

Försvarsmakten kan utveckla och nyttja sociala medier som verktyg för att stödja och effektivisera sin verksamhetsledning och verksamhetsutövning. Det kan till exempel innebära att Försvarsmakten använder slutna, sociala medier som

<sup>7</sup> HKV 2009-12-17 100:68065 Strategiskt styrdokument för Försvarsmakten



verktyg för delaktighet, flexibelt lärande och annan kunskapshantering internt i myndigheten.

## 2.4 Försvarsmaktens närvaro i offentliga sociala medier

Försvarsmakten vill skapa mötesplatser för dem med intresse för myndighetens verksamhet och själv delta som en aktör i samtalet. Syftet med Försvarsmaktens närvaro är att bidra till en bättre kunskap och förståelse för Försvarsmakten i samhället. Syftet är även att öka allmänhetens delaktighet i Försvarsmaktens verksamhet. Detta kan Försvarsmakten uppnå genom att till exempel:

- Utveckla sociala medier avsedda för dialog om Försvarsmakten där myndigheten har en närvaro och allmänheten kan delta.
- Upprätta närvaro i befintliga sociala medier som allmänheten använder, till exempel Facebook, YouTube och Twitter.

### 2.4.1 Bestämmelser

Försvarsmakten ska i sin hantering av sociala medier eftersträva att följa de riktlinjer för sociala medier som upprättats av E-delegationen.<sup>8</sup>

Nedan följer Försvarsmaktens bestämmelser för sin hantering av sociala medier. Bestämmelserna utgår från E-delegationens riktlinjer men kompletteras i vissa fall av egna myndighetsbestämmelser.

#### Ansvar

- Den i Försvarsmakten som upprättar ett socialt medium eller närvaro i ett socialt medium är i det fallet förvaltningsansvarig om inte annat bestämts. Att vara förvaltningsansvarig innebär ett ansvar för att bestämmelserna enligt dessa riktlinjer följs.
- Försvarsmaktens närvaro i sociala medier kräver en aktiv förvaltning i form av att möta användare i dialog, svara på frågor et cetera. Men det handlar också om att hålla uppsikt över innehållet och säkerställa att bestämmelser följs. I många fall är Försvarsmakten ansvarig för innehållet i sociala medier där myndigheten har en närvaro, inklusive det innehåll som publiceras av andra än Försvarsmakten.

#### Talespersoner

- Informationstjänsten, som funktionsleds av informationsstaben (INFOS), är samordnande för Försvarsmaktens närvaro i sociala medier. Försvarsmakten företräds i sociala medier av informationstjänsten eller av dem som informationstjänsten utpekat som talespersoner. Avvikelser från detta, såsom stående delegeringar att vara talesperson, meddelas av informationsdirektören.

<sup>8</sup><http://www.edelegationen.se/sida/riktlinjer-for-myndigheters-anvandning-av-sociala-medier>

- Utsedda talespersoner med uppdraget att företräda Försvarmakten i sociala medier får inte använda privata användarkonton då de gör det.

## Resurser

- Vid utvecklandet av nya sociala medier eller upprättandet av ny närvaro i sociala medier ska Försvarmakten bedöma vilken tid och vilka resurser som behövs och avsätta dem för att klara av att hålla medierna under uppsikt och möta krav på förvaltning och moderering.

## Moderering

- Försvarmakten ska, för att säkerställa att användarvillkoren för myndighetens olika sociala medier följs, hålla regelbunden uppsikt över de sociala medierna. Innehåll som bryter mot bestämmelserna ska som huvudregel avpubliceras. Om innehåll utgör allmän handling ska det sparas.
- Försvarmakten ska skyndsamt svara på frågor ställda till myndigheten i de sociala medier där myndigheten har en närvaro.
- Misstänkta lagbrott ska anmälas till polisen. En polisanmälan ska göras med stöd av Försvarmaktens juridiska stab (JURS).

## Avtal

- Innan Försvarmakten utvecklar nya sociala medier eller upprättar ny närvaro i befintliga sociala medier ska Försvarmakten bedöma eventuella avtalsvillkor för myndighetens användning av det aktuella mediet.
- Försvarmakten ska även bedöma de eventuella avtalsvillkor som användarna ställs inför i det sociala mediet för att ta del av myndighetens inlägg eller för att kunna kommunicera med myndigheten.
- Den sammantagna bedömningen kan påverka huruvida eller hur Försvarmakten väljer att använda ett specifikt socialt medium. Stöd för bedömningen kan sökas i E-delegationens riktlinjer.

## Tillgänglighetsanpassningar

- Försvarmakten ska eftersträva att göra tillgänglighetsanpassningar för personer med funktionsnedsättning i de sociala medier där myndigheten har upprättat närvaro. Det kan till exempel handla om att följa vedertagna standarder och att använda tillräckliga kontraster.

## Sekretess

- Försvarmakten hanterar information som kan omfattas av sekretess enligt offentlighets- och sekretesslagen (2009:400). Ingen information som omfattas av sekretess får behandlas i offentliga sociala medier.

## Personuppgifter

- Försvarsmakten får i enlighet med personuppgiftslagen (1998:204) inte publicera personuppgifter i sociala medier som kan uppfattas som kränkande.
- Försvarsmakten ska hålla regelbunden uppsikt över besökares kommentarer för att upptäcka kränkande personuppgifter och vid förekomst avpublicera dem.
- I de fall Försvarsmakten är personuppgiftsansvarig och hanterar personuppgifter i sociala medier ska besökare och användare informeras om att Försvarsmakten är personuppgiftsansvarig, vilka personuppgifter som behandlas och på vilket sätt de behandlas.
- Försvarsmakten ska även vidta lämpliga säkerhetsåtgärder: Sådana åtgärder kan vara såväl tekniska som organisatoriska. En åtgärd kan vara att utarbeta interna regler för hur mediet ska användas och hur personuppgifter på mediet ska hanteras. Försvarsmakten måste även, i förekommande fall, teckna ett personuppgiftsbiträdesavtal med de externa leverantörer som anlitas.

## Allmän handling och arkivering

- Försvarsmakten ska ha och följa interna rutiner för att hantera allmänna handlingar i sociala medier.
- För varje socialt medium som Försvarsmakten upprättar eller upprättar en närvaro i ska myndigheten analysera vad av innehållet i det sociala mediet som utgör allmänna handlingar och utforma en lösning för att spara och hålla allmänna handlingar ordnade. Försvarsmakten ska, före driftsättning eller etablering på det sociala mediet, genomföra en bevarande- och gallringsutredning avseende den information som kan komma in till myndigheten genom det sociala mediet. Myndigheten ska även fatta beslut i frågan om bevarande och gallring.

## Enskilda ärenden

- Ärenden som rör en enskild person ska inte hanteras av Försvarsmakten i sociala medier.
- I de fall då enskilda ärenden ändå kommer in till myndigheten genom det sociala mediet ska Försvarsmakten, inom ramen för förvaltningen av mediet, hänvisa personen till en annan kanal än det sociala mediet, lämpligen direkt till en relevant handläggare eller enhet (exempelvis på Försvarsmaktens HR-centrum), eller ytterst till Försvarsmaktens expedition eller telefonväxel. Kontaktuppgifter till enheten eller handläggaren ska lämnas till den person som det enskilda ärendet rör.

### Informationskrav

- Det ska framgå i det sociala medium som Försvarmakten använder att användarna inte får publicera eller länka till innehåll som utgör exempelvis:
  - Sekretesskyddat innehåll
  - Kränkande uppgifter
  - Uppvigling, hets mot folkgrupp
  - Barnpornografibrott
  - Olaga våldsskildring
  - Upphovsrättsintrång eller intrång i andra rättigheter som skyddas i 5 kap. Upphovsrättslagen
  - Huvudsakligen reklambudskap i marknadsföringssyfte från annan avsändare än Försvarmakten
  - Pornografi
  - Ovidkommande, starka våldsskildringar
  - Hotfulla budskap
  - Uppgifter om droger, dopning eller spel med pengar
  - Diskriminering eller trakasseri på någon grund (etnicitet, religion eller annan trosuppfattning, kön, sexuell läggning, funktionshinder, ålder, könsöverskridande identitet eller uttryck)
  - Skadliga programvaror, till exempel virus och trojaner
  - Annat som Försvarmakten anser är provocerande, stötande, skadligt et cetera.
- Försvarmakten ska i de sociala medier där myndigheten har en bestående närvaro upplysa om:
  - Myndighetens identitet (så att det är tydligt vilka åtgärder och vilket innehåll som kommer från myndigheten)
  - Myndighetens syfte med att använda mediet
  - I vilken mån inlägg blir tillgängliga för andra användare
  - Att inlägg blir allmänna handlingar
  - Vilka uppgifter som inte får publiceras på det sociala mediet (se ovan)
  - Vilka åtgärder myndigheten vidtar om någon bryter mot reglerna (till exempel avpublicering, blockering, avstängning)
- Om Försvarmakten använder cookies, ska myndigheten begära besökarens och användares samtycke till det och informera om:
  - Att webbplatsen innehåller sådana
  - För vilka ändamål cookies används
  - Hur användaren kan förhindra dem

### 2.5 Medarbetares användning av sociala medier i och utanför tjänsten

Oavsett i vilken roll Försvarmaktens medarbetare använder sociala medier är de "ambassadörer" för Försvarmakten och en viktig resurs för att förmedla en korrekt och komplett bild av myndighetens verksamhet till den svenska



allmänheten. De kan även som förebilder och företrädare bidra till ett ökat intresse för Försvarmakten som arbetsplats och arbetsgivare.

Av dessa anledningar är det viktigt att Försvarmaktens medarbetare känner att de får, kan och vill berätta om sitt arbete i sociala medier, och att de har kunskapen som krävs för att kunna göra det på ett lagenligt, medvetet och ansvarsfullt sätt.

Sociala medier kan även utgöra en viktig informationskälla, och en arena för utbyte mellan sakkunniga inom Försvarmakten.

### 2.5.1 Bestämmelser

- Försvarmakten uppmantrar sina medarbetare att använda sociala medier och delta i samtalet om myndighetens ämnen.
- En medarbetare i Försvarmakten äger inte rätten att formellt företräda myndigheten och yttra sig på myndighetens vägnar om denne inte är en utpekad talesperson enligt bestämmelserna under rubriken "Talespersoner" i avsnitt 2.4.1.
- Försvarmakten tillåter användning av sociala medier på arbetsplatsen i såväl privata som tjänsterelaterade syften, utom då den bryter mot myndighetens bestämmelser<sup>9</sup>. Den privata användningen får inte vara av sådan omfattning att den inkräktar på användarens tjänsteutövning.
- Offentliga sociala medier utgör inte primärt kanaler för tjänstesamtal av olika slag mellan medarbetare. Den sortens internkommunikation stöds i stället av Försvarmaktens intranät och andra interna IT-system.

## 2.6 Information och utbildning

Försvarmaktens informationstjänst (INFOS) samt militära underrättelse- och säkerhetstjänst (MUST) funktionsleder informations- och utbildningsinsatser om sociala medier för Försvarmaktens medarbetare. Dessa insatser ska omhänderta såväl möjligheter som risker med myndighetens och enskilda medarbetares användning av sociala medier.

De i Försvarmakten som agerar som talespersoner i sociala medier ska utbildas i dessa riktlinjer samt i sociala medier och säkerhet enligt informationsstabens inriktning.

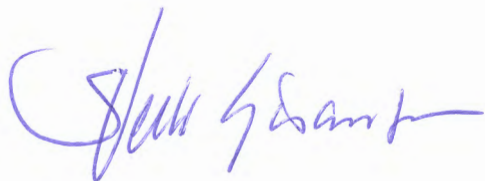
## 2.7 Närmare tillämpning

Till Försvarmaktens informationsdirektör delegeras rätten att besluta om närmare tillämpning av dessa riktlinjer.

<sup>9</sup> Se *Beslut om regler för användning av Försvarmaktens IT-system* 20 400:75133 och *Riktlinjer för de användare av Försvarmaktens IT-system som inte omfattas av Beslut om regler för användning av Försvarmaktens IT-system* 20 400:62526.



Beslut om dessa riktlinjer har fattats av överbefälhavare Sverker Göranson. Deltagande i beslutet har varit informatör Johannes Hellqvist och försvarsjurist Åsa Berglund. Föredragande har varit informationsdirektör Erik Lagersten.



**Sverker Göranson**  
Överbefälhavare



**Erik Lagersten**  
Informationsdirektör

Sändlista:

HKV

LG,I 19, K 3, P 4, P 7, A 9, Lv 6, Ing 2, LedR, TrängR,

1. ubflj, 3. sjöstriflj, 4. sjöstriflj, Amf 1, MarinB,

F 7, F17, F 21, Hkpflj,

FMLOG, FMTM,

MHS K, MHS H, MSS,SSS, LSS, HvSS, FMTS, SWEDEC, SkyddC,

FMUndSäkC,

FM HRC, FömedC

För kännedom inom HKV:

ÖB

GD

REV

SÄKINSP

GL

LEDS

INS

ATS

MTS

FTS

PROD

MUST

PERSS

JURS

INFOS

HKV AVD