

# Retningslinjer for sociale medier

---

# Indhold

Hvorfor har vi retningslinjer for sociale medier?	3
Sociale mediers rolle i kommunikationsarbejdet	4
Du kan hjælpe til	5
Rådgivning og ressourcer	6
Vores officielle kanaler på sociale medier	7
Gode råd	8
Tips og tricks til den gode opdatering	10
Om denne publikation	11

# Hvorfor har vi retningslinjer for sociale medier?

Disse retningslinjer henvender sig til alle medarbejdere i Nordisk Råd og Nordisk Ministerråd.

Formålet med retningslinjerne er at give medarbejderne redskaber til at bruge sociale medier på en måde, der understøtter Nordisk Råds og Nordisk Ministerråds kommunikation og indsatser. Retningslinjerne er tænkt som en række råd, der er vejledende, og som lægger op til omtanke.

Et underformål med retningslinjerne er at forebygge kommunikationskriser udløst af uhensigtsmæssig brug af sociale medier i forbindelse med arbejdet i Nordisk Råd og Nordisk Ministerråd.

Det er naturligvis helt op til den enkelte medarbejder at tage stilling til, i hvor høj grad man vil bruge sin private profil på sociale medier til at bakke op om det nordiske samarbejde.

**I Nordisk Råd og Nordisk Ministerråd støtter vi, at medarbejderne er aktive på sociale medier. Vi ser det som noget positivt, at medarbejderne kommunikerer om de fagområder, de hver især arbejder med. Vi mener, at det har stor værdi, når medarbejdere kommunikerer om Nordisk Råds og Nordisk Ministerråds indsatsområder, deler indhold fra det nordiske samarbejdes officielle kanaler eller på andre måder er med til at synliggøre det nordiske samarbejde i deres egne unikke netværk.**

# Sociale mediers rolle i kommunikationsarbejdet

I Nordisk Råd og Nordisk Ministerråd arbejder vi strategisk med sociale medier som en del af den samlede kommunikationsindsats.

De sociale medier knytter sig ikke til et bestemt land, og på den måde har de potentiale til at knytte nordiske samtaler sammen og sætte en nordisk dagsorden på tværs af grænser.

På sociale medier vil vi:

- Samle og styrke nordiske interesser og nordisk dialog på tværs af landegrænser.
- Invitere til dialog og debat for at skabe interesse for Norden og det nordiske samarbejde.
- Knytte nordiske politikere, aktører og organisationer tættere sammen, så Nordens stemme styrkes – både i Norden og i resten af verden.

Det gør vi ved at være aktive, synlige og engagerende på en række sociale platforme, hvor hovedformålet er at styrke netværket og at skabe fortalere for det nordiske samarbejde. Nordisk Råds og Nordisk Ministerråds strategi for sociale medier er uddybet i vores kommunikationsstrategi.



FOTO: Magnus Fröderberg / norden.org

# Du kan hjælpe til

Som medarbejder kan du spille en vigtig rolle i arbejdet med at føre strategien ud i livet.

For at vores officielle kanaler på sociale medier kan sprede de nordiske budskaber så bredt som muligt, så er der brug for, at andre engagerer sig i indholdet. Likes, delinger og kommentarer er med til at sikre, at vores kommunikation kommer ud til mange flere end dem, der følger vores officielle kanaler.

Når du er aktiv på sociale medier og deler viden om det fagområde, du arbejder med, så vil det samtidig være med til at styrke din egen faglige profil i din omverden. Du kan bruge en indsats på sociale medier til at udbygge dit faglige netværk og skabe kontakt til andre, der har samme faglige fokus. Det er noget, som både du og din arbejdsplads kan have stor glæde af, både på kort og længere sigt.



FOTO: Johannes Jansson / [norden.org](http://norden.org)

# Rådgivning og ressourcer

Kommunikationsafdelingen vejleder og rådgiver medarbejdere om brugen af sociale medier. Det sker bl.a. i interne workshops, som skal styrke medarbejderens kompetencer på sociale medier og sikre, at alle kender deres muligheder. Der rådgives også om indstilling af brugerprofiler, så bestemte data beskyttes bedst muligt. Desuden skal it-sikkerheden i forbindelse med brugen af sociale medier løbende overvejes.

Ligesom med alt andet kommunikationsarbejde er det vigtigt, at man sætter ressourcer af til arbejdet med sociale medier. Det kræver en indsats at skabe godt, engagerende indhold, og man skal huske også bruge tid på efterfølgende at overvåge reaktioner, svare på spørgsmål og gå i dialog, hvis der er mulighed for det.

Hvis man har brug for assistance fra webteamet eller kommunikationsafdelingen, fx i forbindelse med planlægning af en kampagne, så er resourcespørgsmålet vigtigt at få afklaret tidligt – det er en god idé at tænke arbejdet med sociale medier ind fra start og inddrage kollegerne i Kommunikation så tidligt som muligt.



FOTO: Magnus Fröderberg / norden.org

# Vores officielle kanaler på sociale medier

Nordisk Råd og Nordisk Ministerråd er til stede på de officielle kanaler, du ser herunder. Ud over disse "hovedkanaler" har vi en række nichekanaler på Facebook og Twitter, som har fokus på særlige emner og målgrupper, og hvor indhold derfor er på et højere fagligt niveau end på hovedkanalerne.

## Facebook

[Facebook.com/nordensk](https://www.facebook.com/nordensk) (skandinavisk)

[Facebook.com/nordenis](https://www.facebook.com/nordenis) (islandsk)

[Facebook.com/pmnpn](https://www.facebook.com/pmnpn) (finsk)

[Facebook.com/nordenen](https://www.facebook.com/nordenen) (engelsk)

## Twitter

[twitter.com/nordensk](https://twitter.com/nordensk) (skandinavisk)

[twitter.com/nordenen](https://twitter.com/nordenen) (engelsk)

[twitter.com/nordenis](https://twitter.com/nordenis) (islandsk)

[twitter.com/nordenpub](https://twitter.com/nordenpub) (nordisk publikationer)

## LinkedIn

The Nordic Council of Ministers and The Nordic Council eller Nordisk Råd og Nordisk Ministerråd. Hvis du skriver navnet rigtigt, så finder din profil automatisk Nordens profil, og dine følgere kan læse mere om din arbejdsplads.

## Instagram

Nordisk Samarbejde: Det nordiske samarbejde i billeder, konkurrencer, begivenheder mv.

[@nordisksamarbejde](https://www.instagram.com/nordisksamarbejde)

## Youtube

Nordisk Samarbejde / Nordic Co-operation. Her samler vi størstedelen af vores videoindhold.

Kanalen bruges desuden i forbindelse med streaming og annoncering.

## Institutioner

Mange institutioner i det nordiske samarbejde har deres egne profiler på sociale medier, hvor de poster indhold, der er mere nichepræget – dvs. af en mere specifik faglig karakter – end det, der kommunikeres på de officielle kanaler.

# Gode råd

## Adskillelse af roller

Når vi kommunikerer på sociale medier, skal vi på forhånd gøre os klart, hvilken rolle vi har. Vi skal være ærlige om vores rolle på de sociale medier og skrive, hvor vi arbejder, når det har relevans for emnet. Af samme grund skriver vi heller ikke anonymt.

Som privatpersoner benytter vi aldrig Nordisk Råds og Nordisk Ministerråds logo eller arbejdsmail. Hvis vi som privatpersoner skriver om emner i tilknytning til Nordisk Råd og Nordisk Ministerråd, så lader vi det fremgå, at det sker på egne vegne, for eksempel ved hjælp af en ansvarsfraskrivelse (disclaimer). Vi overvejer nøje, hvem der skal modtage vores tekst og billeder.

Når vi identificerer os som medarbejdere i Nordisk Råd og Nordisk Ministerråd, kræver kommunikationen særlig omtanke. Alle medarbejdere er meget velkomne til at skrive om Nordisk Råd og Nordisk Ministerråd, hvis de identificerer sig og overlader officielle tilkendegivelser til dem, der har til opgave at repræsentere Nordisk Råd og Nordisk Ministerråd.

Det er værd at bemærke, at man kan risikere at skabe opmærksomhed, hvis man som privatperson skriver noget, der kan opfattes som meget kritisk eller negativt om et af de nordiske lande eller om det nordiske fællesskab. Det kan også ske, selvom man bruger en ansvarsfraskrivelse. Så det er vigtigt, at man altid overvejer, hvordan andre kan opfatte det, man skriver, og i det hele taget bruger sin sunde fornuft.

## Eksempler på disclaimers:

Engelsk: My opinions are my own / My tweets are my own #MTAMO

Skandinaviska: Åsikterna här är (enbart) mina egna. Endast mina egna åsikter publiceras här. Mina tweets är mina egna.

## Hvilket billede af det nordiske samarbejde vil vi gerne vise?

Som medarbejdere kan vi dele, like og kommentere relevant indhold dér, hvor vi vurderer, at det giver mening. Når vi selv poster indhold på sociale medier i forbindelse med vores arbejde, er vi altid opmærksomme på, hvilket billede af det nordiske samarbejde vi tegner.

Vi skal gøre os umage med at vise et nuanceret og balanceret billede af det nordiske samarbejde. Når vi er på tjenesterejse eller deltager i sociale begivenheder, skiller vi tingene ad og nævner kun Nordisk Råd og Nordisk Ministerråd, når det er passende og relevant. Igen: Det handler om at bruge sin sunde fornuft.

## Takt og tone

Vi skal udtrykke os med omtanke og formulere os på en konstruktiv måde. Vi overholder god debatskik – det vil sige, at vi afholder os fra nedsættende bemærkninger, injurier og grov slang, der kan opfattes krænkende. Vi gør os umage med at udtrykke os klart og tydeligt, så eventuelle misforståelser undgås.

## Copyright

Vi respekterer copyright og husker referencer til kilder, fordi en tekst bliver mere troværdig og



brugbar af gode kildehenvisninger.

## Fortrolighed

Vi overvejer altid graden af oplysningers fortrolighed, før vi skriver. Det gælder både i forhold til vores egen organisation, vores kolleger og i forhold til samarbejdspartnere og især politikere. Vi overholder selvfølgelig loven og lækker ikke fortrolig information.

## Billedpolitik

Vi offentliggør ikke nærbilleder eller video af personer uden deres accept. Politikere i Nordisk Råd og Nordisk Ministerråd er offentlige personer, når de optræder i offentlige sammenhænge, og der kræves normalt ikke samtykke i sådanne tilfælde. Når det handler om paneldeltagere i forbindelse med et arrangement, så er det som regel også acceptabelt at tage billeder af dem og bruge dem på sociale medier. Hvis man vil tage nærbilleder af publikum ved fx en konference, bør man informere om det på forhånd, fx i et opslag ved indgangen.

## Dialog

Vi skal huske, at omdrejningspunktet på de sociale medier er dialog. Vi giver plads til, at andre frit kan kommentere, og vi udøver ikke unødvendig censur eller fordrejende redigering af andres indlæg og kommentarer. Vi debatterer åbent og sørger for lige forhold for alle deltagere.

Vi går ikke i dialog med 'trolls', altså personer som bevidst søger at afspore og ødelægge debatten. Klare retningslinjer findes for alle vores officielle profiler og fælles for alle er, at vi forbeholder os retten til at fjerne:

- kommentarer og indlæg der er fremmedfjendske, sexistiske eller hadefulde
- trusler og chikanerende kommentarer og indlæg
- spam
- personlige angreb

Hvis vi oplever gentagne overtrædelser af retningslinjerne fra samme bruger, vil vi stoppe brugeren fra at deltage i dialogen.

# Tips og tricks til den gode opdatering

1. Hold fokus på ét budskab i opslaget. Det skal være tydeligt for andre, hvad du mener, og dit sprog skal være direkte og lige til.
2. Hav ét specifikt mål for dit opslag. Hvad vil du gerne opnå med det? Vil du have andre til at klikke på et link, at like, at dele eller at gå ind i en debat, og er der et tydeligt "call-to-action" i dit opslag, der opfordrer til det?
3. Nævn alle relevante personer og organisationer i dine opslag med deres "handles" (@). Brugen af @ er essentiel for at skabe engagement.
4. Anvend veletablerede hashtags (#), der fokuserer dine opslag og genererer ekstra trafik. Dette gælder Twitter og LinkedIn. Hashtags er ikke til stor nytte på Facebook.
5. Vælg det bedste tidspunkt til dit opslag – undersøg evt. hvornår din målgruppe er mest aktiv på den kanal, du publicerer på. Fx. er der ikke meget aktivitet på Facebook om eftermiddagen.
6. Husk at arbejdet ikke stopper efter publiceringen af dit opslag: Hold øje med performance, likes og delinger, og husk at svare på spørgsmål og kommentarer.
7. Opslag bør altid have et fængende visuelt element, som gør det attraktivt for andre at dele – fx et foto, et stykke grafik (shareable), infografik eller video.
8. Tænk nøje over, hvilke(n) platform du bruger til dit opslag. Nogle gange passer et budskab bedre til fx Twitter end Instagram. Andre gange kan man sagtens krydspublicere på flere platforme, hvis man bare tilpasser indholdet efter kanalen.
9. Hvis et nyligt publiceret opslag mangler trafik, kan man spørge sine kolleger, om de vil støtte op om opslaget ved at dele og like det. Ved større kampagner eller begivenheder kan du desuden bede om hjælp i vores interne Facebook-gruppe: NMR Institutions Seminarium och Sociala medier – nordisk samarbejde.
10. Vi opfordrer til, at man begrænser brugen af emojis til ganske få i de enkelte opslag. I de officielle kanaler bruger vi ofte de nordiske flag samt emojis, der passer til specifikke temaer såsom miljø og NR's priser.

God fornøjelse med din aktivitet på sociale medier! Hvis du får brug for uddybning eller flere gode råd, eller hvis du har spørgsmål til retningslinjerne, så er du altid velkommen til at skrive til [webredaktionen@norden.org](mailto:webredaktionen@norden.org).

# Om denne publikation

## Retningslinjer for sociale medier

PolitikNord 2020:729

ISBN 978-92-893-6842-1 (PDF)

ISBN 978-92-893-6843-8 (ONLINE)

<http://dx.doi.org/10.6027/politknord2020-729>

© Nordisk Ministerråd 2020

Tekst: Lars Herning

Layout: Maria Dyremose Brok

## Det nordiske samarbejde

Det nordiske samarbejde er en af verdens mest omfattende regionale samarbejdsformer. Samarbejdet omfatter Danmark, Finland, Island, Norge og Sverige samt Færøerne, Grønland og Åland.

Det nordiske samarbejde er både politisk, økonomisk og kulturelt forankret, og er en vigtig medspiller i det europæiske og internationale samarbejde. Det nordiske fællesskab arbejder for et stærkt Norden i et stærkt Europa.

Det nordiske samarbejde ønsker at styrke nordiske og regionale interesser og værdier i en global omverden. Fælles værdier landene imellem er med til at styrke Nordens position som en af verdens mest innovative og konkurrencedygtige regioner.

**Nordisk Ministerråd**

**Nordens Hus**

**Ved Stranden 18**

**1061 København K**

**[www.norden.org](http://www.norden.org)**

Se flere nordiske publikationer på [www.norden.org/publikationer](http://www.norden.org/publikationer).