

Bruk av sosiale medier i ADHD Norge

Retningslinjer godkjent av Landsstyret i ADHD Norge XXXXX.

Sosiale medier har en rekke fordeler for ADHD Norge som organisasjon. De gjør det lettere for ansatte, tillitsvalgte og medlemmer å nå mange mennesker med sitt budskap. Det er derfor viktig å være oppmerksom på at det man skriver som privatperson lett kan kobles til ADHD Norge, for eksempel via logo som profilbilde. Alle som bruker sosiale medier i kraft av å være ansatt, tillitsvalgt eller medlem plikter å følge disse retningslinjene.

Mål for deltakelse i sosiale medier

ADHD Norge er til stede i sosiale medier fordi vi ønsker å

- gjøre ADHD Norge mer tilgjengelig for medlemmer og andre
- spre kunnskap om ADHD og områder som er av interesse
- gi bedre service til medlemmene
- utvikle tjenestene og oppgavene våre gjennom innspill fra medlemmer og andre
- styrke merkevaren ADHD Norge
- forbedre omdømmet til diagnosen og ADHD Norge

Det skal gjøres en nøye vurdering av hvorfor og hvordan vi skal bruke sosiale medier. Vurderingen må omfatte om man har ressurser til den fortløpende oppfølgingen som bruk av sosiale medier krever.

Det er et styreansvar på det enkelte nivå å avgjøre om en skal benytte sosiale medier

Felles profil

Bruk av sosiale medier skal lenkes til ADHD Norge, og det visuelle uttrykket skal være i samsvar med organisasjonens grafiske profil og vise at sida tilhører ADHD Norge. Logoer som kan ligne ADHD Norge sin, kan forvirre lesere og svekke ADHD Norge som merkevare.

Merkevarebygging hviler på at merkevaren er lik og gjenkjennelig og det er derfor viktig at vi signaliserer at vi er én organisasjon og at vi har én logo. Det forventes at alle som er en del av ADHD Norge slutter seg til bruken av ett felles grafisk uttrykk. Enhetlig profilering er en del av dette og det er derfor ikke mulig for fylkeslag å felle inn i logoen ny tekst. Dette har vært gjeldende praksis siden ADHD Norge fikk ny logo i begynnelsen av 2016 og det står i designmanualen.

Godkjenning av etablering og drift av nye sider med ADHD Logo skal vedtas av det enkelte organisasjonsledd og meldes til sekretariatet. Ved bruk av sosiale media skal dette koples til organisasjonens epostadresse.

Det skal alltid være minst to som har ansvaret for oppfølging av de ulike sosiale media. De må også følge med i ferier etc.

Påmelding til arrangementer skal ikke skje på sosiale medier

Samtykke

Skriv aldri noe som du ikke vil eller kan gjøre offentlig kjent. Husk at mange ikke ønsker å få offentliggjort opplysninger. Tilsvarende gjelder for foto, film, video og lydopptak.

Publisering av bilder, film, video og lydopptak i sosiale medier skal alltid være skriftlig godkjent av den/de som er avbildet. Bilder, film, video og lydopptak av barn under 15 år skal kun publiseres med skriftlig samtykke fra barnets foreldre eller foresatte. Et samtykke kan som hovedregel trekkes tilbake.

Kritikkverdige forhold SKAL tas opp tjenestevei og ikke gjennom sosiale medier.

Frivillig

ADHD Norge i sosiale medier

Der det er aktuelt med oppretting av personlig konto for å administrere organisasjonens sider/aktiviteter i sosiale medier, må dette være frivillig og opp til den enkelte å ta avgjørelse om.

Sosiale medier i internkommunikasjon

Styrer eller grupper som vil bruke sosiale medier i sin interne kommunikasjon, må være oppmerksomme på at man ikke kan pålegge medlemmer å registrere seg med personlig konto i sosiale medier. Slik registrering må være frivillig og opp til den enkelte å ta avgjørelse om.

Bruk av sosiale media skal aldri erstatte kommunikasjon via medlemssystemet og hjemmeside. Bruk av sosiale media er kun ett supplement til dette.

Det skal aldri forekomme påmeldinger til ulike arrangementer via sosiale media.

Lukkede grupper

Det som diskuteres i store, men lukkede grupper, kan lett deles videre ved for eksempel skjermdump. Opptre derfor vaksomt selv om du oppfatter det som et lukket forum.

ADHD Norge skal ikke ha lukkede grupper.

Husk at det er forskjell på åpne og lukkede grupper. I åpne grupper har alle tilgang på informasjonen, mens i lukkede grupper har bare de som er medlemmer tilgang. Ta hensyn til dette når du publiserer informasjon.

ADHD Norge er en åpen, transparent og inkluderende organisasjon, og som en offisiell organisasjon er ikke lukkede grupper noe ADHD Norge bør ha. Enkeltpersoner kan ha dette, men ADHD Norges fylkeslag bør ikke ha det. ADHD Norge mottar statlige tilskudd og bør ikke ha uoffisielle sider.

Regler for taushetsplikt og personopplysninger

- ADHD Norges vedtekter og retningslinjer gjelder også i sosiale medier.
- Opphavsretten gjelder både på tekst og bilder man vil videreformidle.

- Sett deg inn i gjeldene personvernregler for ADHD Norge.
- Taushetsplikt, personvern, prinsippet om ytringsfrihet og andre lover og regler gjelder også på sosiale medier.

Generelle råd om å være på sosiale medier

1. Vær en ambassadør for ADHD Norge

Som medlem, tillitsvalgt eller ansatt er man en ambassadør for ADHD Norge. Vær derfor bevisst din rolle når du publiserer på nettet. Det du skriver på sosiale medier kan bli sett og oppfattet av mange. Bruk sunn fornuft. Opptre på samme måte som du ville gjort ellers i hverdagen.

Pass på at du ikke sprer opplysninger som skader og ikke er i samsvar med ADHD Norges etiske retningslinjer. Dukker det opp spørsmål eller om man er i tvil, kontakt ADHD Norge sentralt.

2. Vær troverdig

Opptre nøyaktig, rettferdig, grundig og oversiktlig. Vær imøtekommende, konstruktiv i diskusjoner og ærlig.

3. Vær profesjonell

Tenk gjennom konsekvensene for ADHD Norge og for mennesker med diagnosen før du publiserer noe.

Send spørsmål videre til en som er kompetent til å svare.

Vern om konfidensiell informasjon.

Vær varsom med bruk av bilder og innhent tillatelse.

Når du mottar verdifull kunnskap, kompetanse og innsikt, del den der det passer.

4. Kommunikasjon med publikum

- Reager raskt
- Vennlig og blid tone
- God kjennskap til sosiale medier
- Reager direkte på kritikk

Når vi følger med på "samtaler" og vurderer å delta/svare

- Vi må ikke svare på absolutt alt.
- Vi tilrår likevel høy grad av deltakelse og at vi svarer på innlegg og kommentarer i sosiale medier samme dag de publiseres.
- Kort reaksjonstid reduserer risikoen for at negative innlegg sprer seg i sosiale medier.

Vi må alltid svare eller vurdere sletting når...

- kommentaren inneholder faktafeil.
- når kommentaren kommer fra en misfornøyd person/bruker.
- når kommentaren inneholder spørsmål om ADHD Norges tjenester eller oppgaver.

Reklame

- Reklameinnslag slettes på sosiale nettsider

Hvordan svare?

- Vær åpen.
- Hold deg til fakta.
- Ha en tone som er personlig, ordentlig og tydelig.
- Har du/ADHD Norge gjort feil? Innrøm det.
- Følg alltid med på "samtaalen" etter at du har svart.

Tema vi ikke kommenterer

- Vi kommenterer ikke rykter og spekulasjoner, bare kjent informasjon og fakta.
- Vi skriver ikke negativt om andre personer, organisasjoner, virksomheter, tjenester, diagnoser etc.

6. Rolle: Privat eller ADHD Norge

Deltakelse i sosiale medier kan skje på ulike nivåer. Det er ulike forventninger til de ulike nivåene:

- ADHD Norge som organisasjon.
- Medlemmer bruker sosiale medier i regi av styrearbeid.
- Medlemmer som bruker sosiale medier som privatpersoner.

Rolleavklaring

Når er du privat og når blir du oppfattet som en representant for ADHD Norge?

- Vær tydelig på din egen rolle (privat eller i organisasjonen) og hvem du representerer når du deltar i sosiale medier.
- Ha i mente at selv om du skriver som privatperson, kan utenforstående oppfatte deg som representant for organisasjonen.