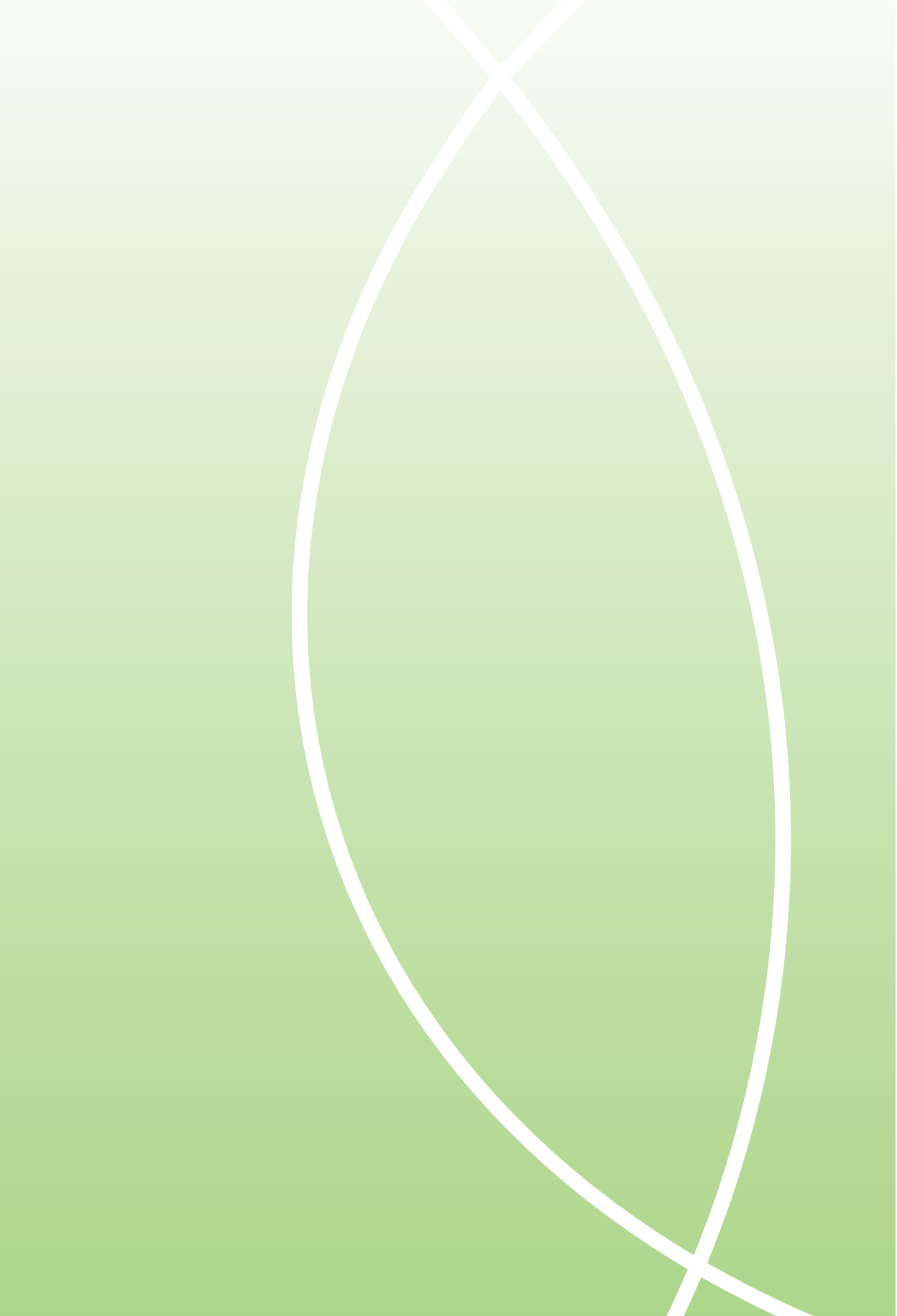


# Rekrytering av familjehem i sociala medier

EN GUIDE TILL ATT REKRYTERA PÅ FACEBOOK



Sveriges  
Kommuner  
och Landsting



# Rekrytering av familjehem i sociala medier

EN GUIDE TILL ATT REKRYTERA PÅ FACEBOOK

Upplysningar om innehållet:  
Elisabeth Melin, [elisabeth.melin@skl.se](mailto:elisabeth.melin@skl.se)

©Sveriges Kommuner och Landsting, 2012  
ISBN 978-91-7164-768-9  
Text: Lena Carlsson och Anders Carlsson, Kreafor  
Omslagsfoto: Kai Tirkkonen/Folio  
Foto inlaga: Yuri Arcurs/iStock, Kristofer Samuelsson/Johnér,  
Maria Rosenlöf, Adam Haglund/Maskot, Abejon/iStock, Matton  
Produktion: ETC Kommunikation  
Tryck: LTAB, april 2012

## Förord

Placering i familjehem är den vanligaste vårdformen när barn och ungdomar behöver vårdas utanför det egna hemmet. Knappt 25 000 barn var placerade utanför sitt hem någon gång under 2010. Det behövs familjehem av olika sammansättningar och levnadsförhållanden för att tillgodose barns olika behov och förutsättningar. Det kan vara ett familjehem med viss språk-, kultur- eller annan kompetens. Ett barn har rätt till en stabil och trygg uppväxtmiljö där barnet blir en familjemedlem och får känna sig delaktig i ett familjeliv.

Familjehem rekryteras idag på många olika vis, genom tidningar, videofilmer, personliga kontakter och på rekommendation och inte minst genom initiativ från familjehemsföräldrarna själva. Många människor i Sverige vill idag göra en samhällsinsats och kan mycket väl tänka sig att öppna sitt hem för ett barn eller ungdom. Det gäller för kommunerna att hitta dessa familjer och erbjuda dem utbildning och stöd.

Sociala medier är i stort sett utforskad mark vad gäller rekrytering av familjehem. Med en sida på Facebook kan er information nå ut till ännu fler, vilket i sin tur kan leda till ett större urval av familjer.

Syftet med skriften är att beskriva hur en sida på Facebook kan användas för familjehemsrekrytering. Arbetet har genomförts under projektledning av Elisabeth Melin på Sveriges Kommuner och Landsting. Författare är Lena Carlsson och Anders Carlsson på Kreafon. Vi hoppas att skriften ska inspirera till alternativa vägar till rekrytering av familjehem.

Stockholm i mars 2012



Göran Stiernstedt  
*Avdelningsdirektör  
Avdelningen för vård och omsorg  
Sveriges Kommuner och Landsting*



# Innehåll

- 7 Introduktion
- 9 Kapitel 1. Rekrytering av familjehem på Facebook?
- 11 Kapitel 2. Att skapa en personlig profil på Facebook
- 15 Kapitel 3. Att använda Facebook för verksamheten
- 17 Kapitel 4. Familjehemsrekrytering via Facebook
- 27 Kapitel 5. Sociala medier är så mycket mer än Facebook
- 31 Kapitel 6. Några juridiska aspekter
- 33 Avslutningsvis
- 34 Lästips





# Introduktion

Det sägs att hälften av svenskarna i åldern 25–50 finns på Facebook. Det är svårt att förstå hur stort det är. Facebook och andra sociala medier är numera mer populära än nyhetsmedier på nätet. Varje dag skriver 1,5 miljoner svenskar något på Facebook och ännu fler läser det som andra har skrivit.\*

Idag sätter vi själva ihop personliga informationsflöden där vänner och grannar samsas med artister, nyhetsmedier och idéburna organisationer. Många läser mest vad andra skriver, men ibland fungerar sociala medier också som dåtidens torgmöten där alla är delaktiga. Island använde sociala medier för att lyssna på medborgarna när man byggde en ny konstitution.

Sociala medier främjar diskussion och delaktighet, och lämpar sig väl för sociala frågor och offentliga verksamheter. Många idéburna organisationer drar stor nytta av sociala medier.

Skriftens huvudsakliga syfte är att beskriva hur en sida på Facebook kan användas för familjehemsrekrytering. Den beskriver även andra relevanta delar av Facebook och tar avslutningsvis upp möjligheter med andra sociala medier. Denna guide har skrivits för att ha en så lång hållbarhet som möjligt. Texten färdigställdes i slutet av 2011, men eftersom Facebook ständigt förändras så finns det risk för att vissa uppgifter inte längre gäller.

Sök efter svar i Facebooks Hjälpcenter om du undrar över något särskilt ([www.facebook.com/help](http://www.facebook.com/help)).

\* Statistiken kommer från [socialbakers.com/facebook-statistics/sweden](http://socialbakers.com/facebook-statistics/sweden), Sveriges Internetbarometer 2011 och Svenskarna och Internet 2010.



# Rekrytering av familjehem på Facebook?

När det blir allt svårare att nå ut via traditionella medier kan Facebook vara ett bra komplement. Här kan man inte bara annonsera utan dessutom ha löpande kontakt med omgivningen, på ett helt annat sätt än i traditionella informationskanaler. Dessutom kan er information spridas med hjälp av engagerade facebookanvändare.

Sociala medier är i stort sett outforskad mark vad gäller rekrytering av familjehem. Det finns exempel på kommuner och företag som använder sig av dessa nya kanaler, men de är få. Med en sida på Facebook kan er information nå ut till ännu fler, vilket i sin tur kan leda till ett bredare urval av familjer. Via Facebook kan ni finnas till hands för att svara på frågor från intresserade familjer och hålla kontakt med befintliga familjer. Kort sagt, mycket talar för att Facebook är ett bra komplement till traditionella rekryteringskanaler.



# Att skapa en personlig profil på Facebook

Det krävs inte ett personligt konto för att kommunicera som organisation, men det kan vara bra att ha, inte minst för att få en känsla för hur Facebook fungerar.

Gå till [www.facebook.se](http://www.facebook.se) och fyll i formuläret. Klicka "Gå Med" på nästa sida, efter att ha läst användarvillkor och sekretesspolicy. Därefter erbjuder sig Facebook att söka igenom dina e-postkontakter för att hitta personer du kan lägga till som vänner. Du har också tillfälle att ladda upp en porträttbild och fylla i mer uppgifter om dig själv.

Inga av dessa steg är obligatoriska, men det blir enklare för andra att hitta dig. Gå sedan till din mail och klicka på länken i mailet från Facebook. Klart!

facebook

Logga in | Gå med

Facebook hjälper dig att hålla kontakten med vänner och familj.

Gå med

Det är gratis och kommer alltid att vara det.

Förnamn:

Efternamn:

Din e-postadress:

Ange e-postadressen igen:

Välj lösenord:

Jag är:

Födelsedag:

Skapa en sida för en blogg, ett företag eller företag.

Svenska English (US) Español Português (Brasil) Français (France) Deutsch Italiano العربية 中文(香港)

Facebook © 2011 - Svenska | Hjälp | Hitta vänner | Flyttjänst | Personer | Sidor | Om Facebook | Annonsering | Skapa en sida | Utvecklare | Ställa in oss | Sekretess | Användarförklaring | HSB



## Startsida

När du loggar in på [www.facebook.se](http://www.facebook.se) visas startsidan med dina kontakters aktiviteter:

- 1 Sökfält för att leta efter personer, grupper och sidor.
- 2 Detta textfält kallas statusrad och används för att skriva meddelanden, statusuppdateringar, som blir synliga i dinlogg och på dina vänner/prenumeranters startsidor (beroende på dina inställningar). En statusuppdatering kan innehålla text, foto, film med mera. Ovanför statusraden finns knappar för att bifoga innehåll.
- 3 I vänstermenyn syns din profilbild, meddelanden du fått av andra, grupper du är med i och så vidare.
- 4 I högermenyn visas annonser av olika slag.
- 5 Klicka på din profilbild för att komma till din profilsida.



## Profil

Den personliga profilen är ditt eget hörn av Facebook. I menyn till vänster väljer du mellan till exempel Logg (dina aktiviteter) och Information (om dig själv).

- 1 Loggen visar dina aktiviteter.
- 2 Din personliga information.
- 3 Här visas de personer du är vän med. Fundera gärna över vilket slags kontaktnät du vill ha på Facebook. Nära vänner och arbetskamrater, eller även avlägsna släktingar och bekantskaper? Det går att organisera dina kontakter i vänlistor. Det är bra om du ibland vill skriva till eller läsa om bara en viss grupp.
- 4 Prenumerationer. Om du vill följa vad Pelle skriver utan att vara vän med honom, går det att prenumerera på hans innehåll (om han tillåter prenumeranter). Då ser du allt som han skriver offentligt – alltså inte det som skrivs bara till hans vänlistor – men han ser inte vad du skriver i din profil. Du kan tillåta andra att prenumerera på ditt innehåll under knappen ”Prenumerationer”.





# Att använda Facebook för verksamheten

## Bra att tänka på innan ni sätter igång:

- › Kolla upp vilka råd och riktlinjer för användning av sociala medier som finns i er kommun.
- › Ingen information på nätet är hundra procentigt säker, trots säkerhetsinställningar. Allt kan spridas vidare. Sekretessbelagd information hör inte hemma på Facebook.
- › Har kommunen redan en sida på Facebook? Ibland kan det vara bättre att skriva där än att starta en egen sida.
- › Ni är ansvariga för allt innehåll på er sida på Facebook, även innehåll och kommentarer som publiceras av andra. Olämpligt och olagligt innehåll (till exempel hets mot folkgrupp eller kränkning av person) ska tas bort så snart som möjligt.
- › Uppstartade kommunikationskanaler kräver uppsikt. Åtminstone några minuter varje dag behöver avsättas.

### PRAKTISKA TIPS!

- › Det blir roligare, bättre och mindre tidskrävande att dela på arbetet. Fördela arbetsuppgifterna i en arbetsgrupp. Alla bör vara införstådda med syftet och att man behöver avsätta tid för arbetet.
- › Undvik att bli beroende av en enda administratör. Se till att ni är flera som vet hur man svarar på kommentarer och sköter uppdateringar.
- › Låt uppstarten bli ett "testprojekt". Prova under en avgränsad tid och utvärdera sedan. Har det motsvarat era förväntningar? Vad kan göras bättre? Hur ska arbetet se ut framöver? Om man inte känner sig bekväm går det att stänga ner sin sida.



# Familjehemsrekrytering via Facebook

En sida på Facebook fungerar ungefär som en profil men är avsedd för organisationer, kända personer och dylikt.

## SÅ HÄR FUNGERAR EN SIDA PÅ FACEBOOK

- › Uppdateringar, länkar och bilder på sidan syns automatiskt hos alla personer som gillat sidan, på samma sätt som när man ser en väns statusuppdateringar. Att ”gilla” en sida betyder alltså i praktiken att prenumerera på sidans innehåll.
- › De flesta sidor väljer att ha sin logotyp som profilbild, som syns så snart sidan gör en statusuppdatering eller svarar på en kommentar.
- › En sida kan administreras av flera administratörer. Läsarna ser däremot bara sidans namn och profilbild, inte administratörernas personliga profiler.
- › Som administratör får man tillgång till statistik över sidans inlägg och de personer som gillar sidan, t.ex vad gäller kön och ålder.
- › Det går att registrera en egen direktadress till sidan, till exempel [www.facebook.com/testprojektet](http://www.facebook.com/testprojektet).

## Att starta en sida

Gå till [www.facebook.se](http://www.facebook.se). Klicka på ”Skapa en sida”.



Välj ”företag, organisation eller institution”. Klicka på ”organisation” i menyn och skriv in ert verksamhetsnamn. Läs och godkänn villkoren. Klicka på ”Kom igång”.



Skapa ett facebookkonto eller logga in med ditt befintliga konto. (Man måste inte ha ett eget konto för att starta en sida. Läs mer om företagskonton här: <http://www.facebook.com/help/?faq=12839>)

The screenshot shows the Facebook account creation page. At the top, there's a blue header with the Facebook logo. Below it, the title 'Skapa ett Facebook-konto' is displayed. There are two radio buttons: 'Jag har redan ett Facebook-konto' (selected) and 'Jag har inget Facebook-konto'. The form includes fields for 'E-postadress' (Email), 'Nytt lösenord' (New password), and 'Födelsedatum' (Date of birth) with dropdowns for day, month, and year. A 'Sällskapskontroll' (Social check) section asks for a confirmation message and a text input field. A checkbox for 'Jag har läst och godkänner Facebooks villkor och sekretesspolicy' (I have read and agree to Facebook's terms and privacy policy) is present. A blue 'Skapa konto' (Create account) button is at the bottom. The footer contains copyright information and navigation links.

Ladda upp en profilbild (er logotyp) eller klicka "Fortsätt" för att göra det senare.

The screenshot shows the 'Välj profilbild' (Choose profile picture) step in the account creation process. It features a progress bar at the top with three steps: 'Steg 1: vald', 'Steg 2: Skapa foto', and 'Steg 3: Skapa info'. The main area has a large question mark icon and two options: 'Ladda upp en bild' (Upload a photo) with a 'FÄLL' button, and 'Importera ett foto' (Import a photo) with a 'Från din hem sida' option. A blue 'Fortsätt' (Continue) button is at the bottom right. The footer includes copyright information and navigation links.

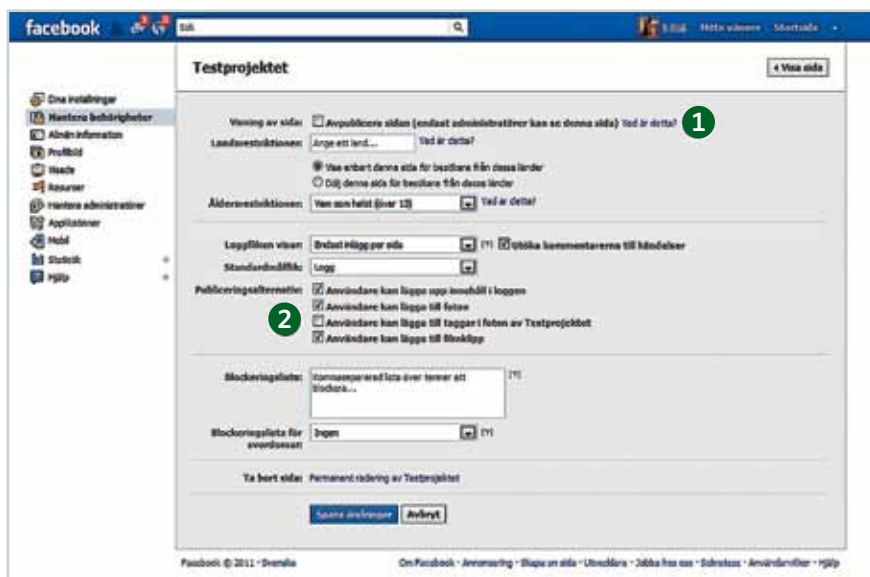
Bjud in vänner att gilla sidan eller Klicka "Fortsätt" för att göra det vid senare tillfälle. Avmarkera "Dela den här sidan i minlogg" och "Gilla den här sidan" om du vill att sidan ska vara "osynlig" till dess att den är klar.



Skriv in adressen till er hemsida och beskriv er verksamhet kortfattat. Klicka "Fortsätt".



Nu är sidan skapad och synlig för allmänheten. Klicka på ”Redigera sida” i övre högra hörnet:



- 1 Om du vill att sidan ska vara osynlig till dess att den är klar, klicka för ”Avpublicera sida”.
- 2 Andra kan lägga in texter, bilder och filmer på er sida om ni inte stänger av dessa funktioner. Avmarkera alla rutor under ”Publiceringsalternativ” om ni inte vill att andra ska ha möjlighet att publicera innehåll på er sida.

## Bra att veta

Under "Allmän information" finns möjlighet att lägga till ytterligare information om sidan och er verksamhet.

Sidan kan tilldelas en egen adress, som till exempel facebook.se/testprojektet. Klicka på "Vill du skapa ett användarnamn...". Välj namn med omsorg. Adressen kan inte ändras, eller användas igen om man tar bort sidan.

## Att administrera en sida

- › Sidan nås via vänstermenyn på din egen personliga startsida, eller om du skriver in sidans adress (till exempel [www.facebook.se/testprojektet](http://www.facebook.se/testprojektet))
- › Sidan uppdateras med hjälp av statusraden. Skriv hellre kort än långt och bifoga gärna en länk till mer information (till exempel på er hemsida eller i en tidningsartikel.)
- › Tänk på att alltid be om tillåtelse innan ni publicerar bilder och filmer där det förekommer människor.



### TIPS PÅ INNEHÅLL

- Hitta en ton i språket som ni är bekväma med, det kan vara en fördel att inte vara alltför formell.
- Många stora organisationer har sidor på Facebook. Se, lär och inspireras av andra.
- Varva rekryteringsförfrågningar med annat innehåll.
- Bjud in till frågor, säg att ni finns till hands för att svara.
- Fråga vad läsarna är intresserade av att läsa.
- Tidningsartiklar, nyhets sajter, bloggar och branschforum kan vara bra inspirationskällor. Sammanställ gärna en lista över ämnen, personer, webbsidor och annat som ni kan inspireras av vid idétorka.
- Kanske finns det andra som kan bidra med innehåll – kollegor, barn, föräldrar?

## Att få gillare

En sida utan gillare gör inte så stor nytta. Därmed inte sagt att flest är bäst. 50 aktiva följare som sprider ert innehåll kan vara bättre än 1000 oengagerade. Det finns många sätt att göra sidan synlig för att få fler gillare:

- Länka till facebooksidan från er hemsida.
- Berätta om sidan i allt informationsmaterial och i rekryteringsannonser.
- Bjud in dina facebookvänner att gilla sidan, och be dem att sprida vidare till sina bekanta.
- Uppdatera relativt ofta med innehåll som uppskattas och sprids vidare av läsarna.
- Annonsera på Facebook för att sprida kännedom om sidan.

Använd Facebook som sida: klicka på pilen längst upp till höger. Då är det möjligt att till exempel gilla andra sidor och kommentera inlägg. Det är bra att er egen sida syns oftare.



## Vanliga frågor

### **Hur mycket tid kräver en sida på Facebook?**

Eftersom ni är ansvariga för innehållet på sidan är det bra att titta igenom eventuella nya kommentarer varje morgon. Det tar vanligtvis bara några minuter. Om ni skriver ett inlägg varannan dag så kan det räcka med en timme i veckan. Men när ni börjar engagera er i diskussioner och omvärldsbevakning kan tiden snabbt rinna iväg. Se till att tiden på Facebook strävar mot de mål som ni satt upp.

### **En eller flera administratörer?**

Att vara flera administratörer har många fördelar: Man kan fördela arbetet och blir inte beroende av en enda person, till exempel vid sjukdom eller semester.

### **Vad är skillnaden på en hemsida och en sida på Facebook?**

En hemsida kräver att en person aktivt går till hemsidan för att få information. På Facebook kommer "sidan" till personen (förutsatt att personen valt att gilla sidan).

### **Vad ska man skriva på sin sida?**

Skriv om det som er målgrupp vill veta och det som behöver sägas om er verksamhet. Familjehemsrekrytering är viktigt och följarna uppskattar ert jobb. En bra början kan vara att länka till andras material, och lägga till korta kommentarer själv. Om syftet är att attrahera potentiella familjehem så kan ni till exempel länka till material som betonar det positiva, besvarar vanliga frågor eller bemöter myter och orosmoment.

### **Hur ofta ska man uppdatera?**

Så snart ni har något relevant att säga. Hellre bra än ofta. Några gånger i veckan kan vara en bra början. Varför inte fråga läsarna vilken typ av innehåll och frekvens de uppskattar?

### **Går det att stänga ner en sida?**

Ja. Gå till er sida, klicka ”Redigera sida” och sedan ”Ta bort sida”.

#### **ANNONSERA PÅ FACEBOOK**

Annonser visas i högerkanten på Facebook. Det går att annonsera för både sidor på Facebook och vanliga hemsidor. Man bestämmer själv vilken målgrupp som annonsen ska riktas till, beroende på bland annat plats, ålder och utbildning. Se till att definiera en tillräckligt bred målgrupp och hitta rätt budget för era syften.

Sponsrade händelser är en annan slags annonser. En händelse kan vara att någon gillar er sida eller kommenterar ett inlägg. När ni sponsrar en sådan händelse, får den större spridning. Fler av personens vänner ser att han eller hon varit på er sida.

Läs mer på [facebook.se/ads](https://facebook.se/ads)

SKAPA DIALOG

communities

stödfamilj kontakt

youtube

rekrytering information

Facebook STÖD

ensamkommande asylsökande

ungdom FAMILJEHEM skola

utbildning Sökbarhet

boende twitter

välkommen föräldrar

HEM familjer

TONÅRINGAR

Tweetdeck

hos oss

var ska de bo?

barn

GOOGLE+

HootSuite

# Sociala medier är så mycket mer än Facebook

Facebook är den största nätverkssajten just nu, men det finns väldigt många andra sociala medier. Här följer några kortfattade exempel på hur andra sociala medier kan användas i arbetet med rekrytering av familjehem.

## Gör det lätt för andra att sprida er information

Så kallade dela-knappar är det kanske vanligaste sättet att närma sig sociala medier, utan att faktiskt behöva göra så mycket själv. Knapparna läggs in på den vanliga hemsidan och gör det enkelt för läsare att sprida innehållet vidare till exempelvis Facebook eller Twitter. Dela-knappar finns tillgängligt gratis på till exempel [www.addthis.com](http://www.addthis.com).

## Gör er information sökbar

Se till att er information är sökbar med relevanta sökord (till bl.a Google). Tänk på att de ni vill komma i kontakt med inte alltid använder ert vokabulär. Någon som är intresserad av att bli familjehem kanske söker på fosterhem, stödfamilj, fosterbarn, bli fosterförälder eller dylikt. Ett sätt att göra er sökbara är att skriva en blogg.

## Skapa dialog och knyt kontakt med blivande familjehem

En blogg är ett bra ställe för längre berättelser och förklaringar, som kan väcka intresse och bemöta vanliga frågor. Det kan fungera som en knutpunkt för texter, bilder, filmer och annat. Vad är ett familjehem? Vad krävs för att kunna bli ett familjehem? Hur fungerar det i praktiken? I en blogg kan ni

rekryterare berätta, men även låta andra få komma till tals. Varför inte bjuda in mammor och pappor från befintliga familjehem som bloggare? Låt dem berätta med egna ord om sina erfarenheter och på så sätt väcka nyfikenhet hos andra.

Dessutom finns det mycket som ni kan berätta om er egen praktiska vardag som är relevant för någon som är intresserad av att bli familjehem. På det sättet kan personen komma närmare er, få en förståelse för ert arbete, lära sig mer och förhoppningsvis blir avståndet er emellan mindre. Det blir lättare för personen att ta kontakt.

En ännu mer personlig berättelse kan man få med hjälp av ljud och rörlig bild. Varför inte filma en kort intervju med en mamma, en pappa eller en person med erfarenhet av att bo i ett familjehem? Kanske rentav göra en serie korta filmklipp? Filmklippen kan sedan publiceras på YouTube och visas i er blogg och på er hemsida.



## Nå ut till fler

Twitter kan vara ett bra komplement till hemsida och annan information, för att nå ut till en större publik. Ett meddelande på Twitter kallas tweet och är max 140 tecken långt. Ofta skriver man en kortfattad rad och bifogar en länk till ytterligare läsning. En tweet kan alltså fungera som en slags ”inkastare” till er hemsida, precis som meddelanden på Facebook.

### Tips!

Med Tweetdeck eller HootSuite får du mer översikt över dina flöden. De gör det möjligt att statusuppdatera i flera sociala medier samtidigt.

## Omvärldsbevakning

Sociala medier kan med fördel användas för informationssökning och omvärldsbevakning. Vad skrivs om er verksamhet och familjehem över lag? Läs mer i Flöden, kvitter och statusuppdateringar som kostnadsfritt kan beställas från stiftelsen .SE: [iis.se/internet-for-alla/guider](http://iis.se/internet-for-alla/guider)





## Några juridiska aspekter

I Sverige finns det ännu inga övergripande rekommendationer specifikt för hur socialtjänsten bör förhålla sig till sociala medier. Däremot finns generella råd för offentliga verksamheter utgivna av e-delegationen, Datainspektionen och Sveriges Kommuner och Landsting (se Lästips).

### Allmänna handlingar, arkivering och gallring

Alla inlägg som myndigheten själv gör på sociala medier blir allmänna handlingar i enlighet med bestämmelserna i 2 kap. tryckfrihetsförordningen. Det gäller oavsett om myndigheten förfogar över mediet helt själv eller det tillhandahålls av en tjänsteleverantör eller om myndigheten gör ett inlägg på någon annans medium. Ett inlägg som en utomstående gör på ett socialt medium, oavsett om myndigheten förfogar över det helt själv eller det tillhandahålls av en tjänsteleverantör, blir också allmän handling.

Uppgifter som omfattas av sekretess ska inte förekomma i inlägg i sociala medier som myndigheten ansvarar för. Inkommer det meddelanden som innehåller sekretessbelagda uppgifter måste dessa tas bort utan dröjsmål (gallras).

Allmänna handlingar som inte omfattas av sekretess behöver inte diarieföras, det räcker med att de hålls ordnade så att det framgår om de upprättats av myndigheten eller inkommit från någon annan. Myndigheten kan självfallet ändå välja att registrera även andra allmänna handlingar utan att en sådan skyldighet föreligger.

Allmänna handlingar som skapas i sociala medier ska bevaras om det inte finns stöd för gallring. Om myndigheten anser att inläggen utgör handlingar av tillfällig eller ringa betydelse kan myndigheten fatta ett gallringsbeslut för denna typ av handlingar. Gallring får dock endast ske under förutsättning att allmänhetens rätt till insyn inte åsidosätts och att handlingarna bedöms sakna värde för rättsskipning, förvaltning och forskning.

Läs mer om allmänna handlingar, arkivering och gallring i rekommendationer från e-delegationen och Sveriges Kommuner och Landsting (se Lästips).

### **Ansvar och uppsikt**

Om personuppgifter behandlas på ett socialt medium ska i regel personuppgiftslagen (1998:204) tillämpas. Med personuppgifter avses all slags information som direkt eller indirekt kan hänföras till en fysisk person som är i livet till exempel personnummer, namn på en person samt bild och ljudfiler om personer kan identifieras.

### **Följande riktlinjer rekommenderas:**

- › Publicera inte kränkande uppgifter.
- › Håll uppsikt över besökares kommentarer för att upptäcka kränkande uppgifter.
- › Ta bort kränkande uppgifter.

*Läs mer om personuppgiftslagen i Datainspektionens folder (se Lästips).*

En myndighet som använder sociala medier måste i regel också tillämpa lagen (1998:112) om elektroniska anslagstavlor. Ansvar enligt den lagen innebär att myndigheten ska lämna information till sina användare om sin identitet och i vilken utsträckning inkomna meddelanden blir tillgängliga för andra användare samt hålla uppsikt över insända meddelanden.

Vidare ska myndigheten ta bort eller förhindra vidare spridning av material som innebär uppvigling, hets mot folkgrupp, barnpornografibrott, olaga våldsskildring, upphovsrättsintrång eller intrång i andra rättigheter som skyddas i lagen (1960:729) om upphovsrätt till litterära och konstnärliga verk.

# Avslutningsvis

Facebook är ett fantastiskt verktyg eftersom så många använder det. Samtidigt varar ingenting för evigt, och vad gör ni om Facebook skulle försvinna? Försök att använda även andra sociala medier, så att ert kontaktnät inte är helt beroende av Facebook.

Slutligen vill vi önska er lycka till på den sociala webben. Kom ihåg att först våga prova och komma igång, och försök efterhand att etablera ett konsekvent sätt att kommunicera på. Glöm inte heller att de flesta av oss kommenterar sällan, och trycker inte nödvändigtvis på gilla-knappen även om vi gillar.

*Lycka till!*

## Lästips

Flöden, kvitter och statusuppdateringar  
Thoressen A (2011), .SE

Foster care and social networking  
Fursland E (2011), BAAF

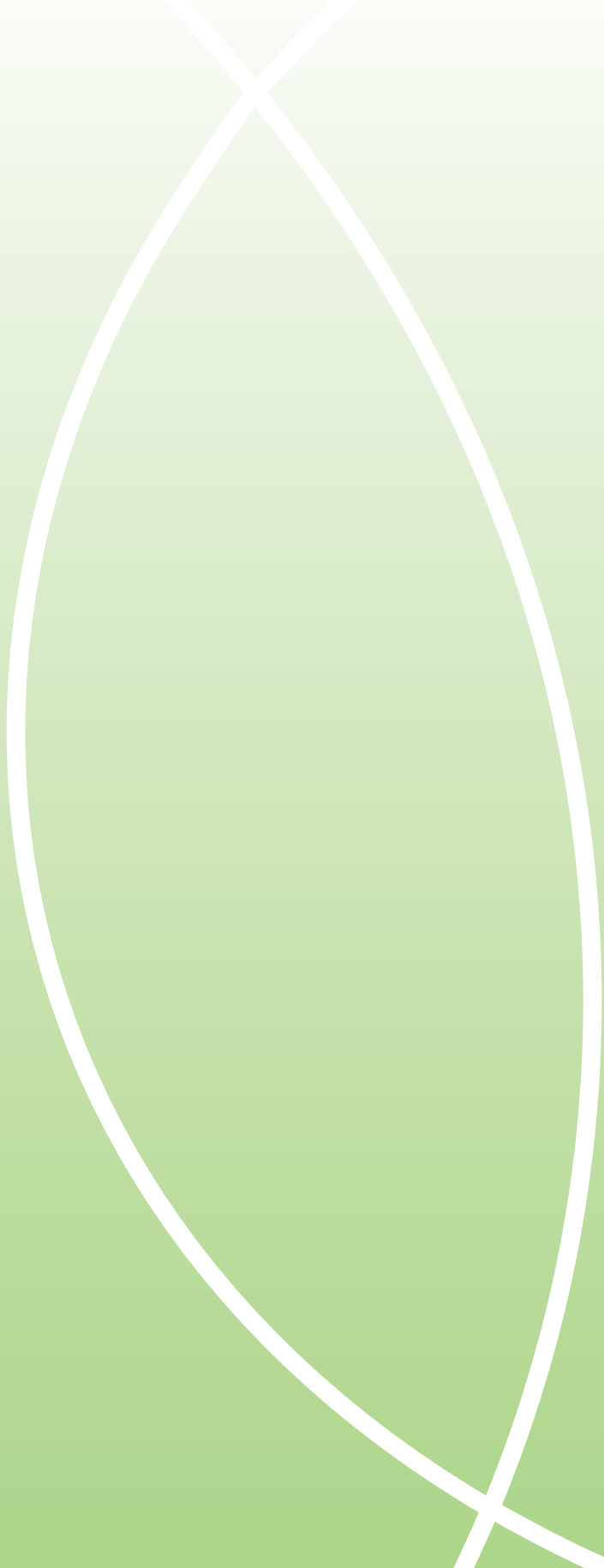
Marknadsföring och kommunikation i sociala medier  
Carlsson L (2009), Kreafon

Personuppgifter i sociala medier  
Datainspektionen (2010)

Riktlinjer för myndigheters användning av sociala medier  
E-delegationen (2010)

Sociala medier – en lathund  
Carlsson L (2010), Kreafon

Sociala medier och handlingsoffentligheten  
Krusberg P/Wikell S, Sveriges Kommuner och Landsting (2010)



# Rekrytering av familjehem i sociala medier

---

## En guide till att rekrytera på Facebook

Familjehem rekryteras idag på många olika vis, genom tidningar, videofilmer, personliga kontakter och på rekommendation och inte minst initiativ från familjehemsföräldrarna själva.

Många människor i Sverige vill idag göra en samhällsinsats och kan mycket väl tänka sig att öppna sitt hem för ett barn eller ungdom. De gäller för kommunerna att hitta dessa familjer och erbjuda dem utbildning och stöd.

Sociala medier är i stort sett utforskad mark vad gäller rekrytering av familjehem. Med en sida på Facebook kan er information nå ut till ännu fler, vilket i sin tur kan leda till ett större urval av familjer. Syftet med skriften är att beskriva hur en sida på Facebook kan användas för familjehemsrekrytering.