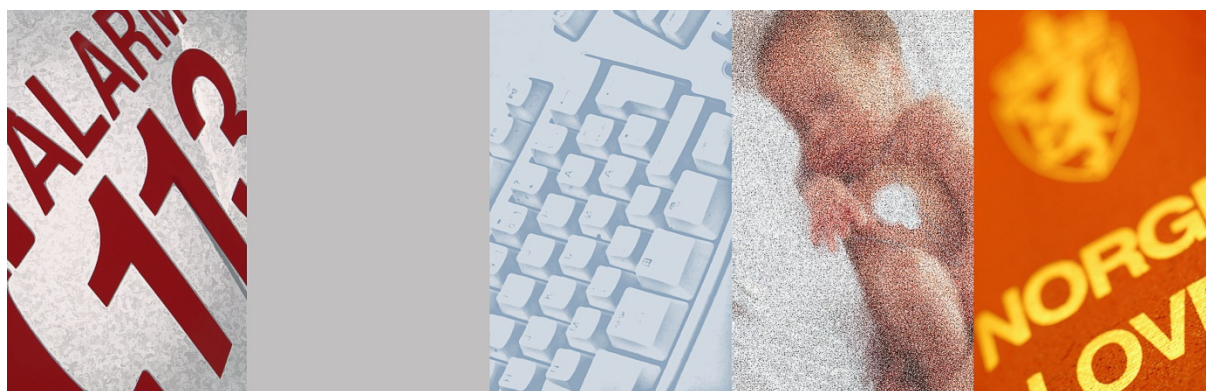


Veileder i bruk av sosiale medier i helse-, omsorgs- og sosialsektoren

Veilederen er et støttedokument til Norm for informasjonssikkerhet



Utgitt med støtte av:



Helsedirektoratet

Versjon 1.0

www.normen.no

INNHold

1	INNLEDNING	3
1.1	BAKGRUNN	3
1.2	HVA ER SOSIALE MEDIER?	3
1.3	MÅLGRUPPE OG AVGRENSNINGER	3
1.4	BRUK AV VEILEDEREN	4
2	RETNINGSLINJER FOR SOSIALE MEDIER	6
2.1	OVERORDNEDE PROBLEMSTILLINGER LEDELSEN MÅ TA STILLING TIL	6
2.2	FORSLAG TIL RETNINGSLINJER FOR BRUK AV SOSIALE MEDIER - EGNE ANSATTE	8
2.3	FORSLAG TIL RETNINGSLINJER FOR BRUK AV SOSIALE MEDIER - FOR PASIENTER / BRUKERE	11
3	VEDLEGG	13
3.1	REFERANSER	13
3.2	DELTAKERE I UTARBEIDELSEN AV VEILEDEREN	13

1 INNLEDNING

1.1 Bakgrunn

Sosiale medier er en del av vår hverdag, ikke bare på fritiden, men også i arbeidstiden, gjennom pc, nettbrett og mobiltelefon.

Bruk av sosiale medier kan ha nytteverdi for virksomhetene i sektoren. Sosiale medier kan bl.a. bidra til at vi lærer av erfaringer og tilbakemeldinger fra pasienter og brukere. De sosiale mediene kan i tillegg styrke arbeidet med å dele kunnskap og bygge felles kultur.

Samtidig som sosiale medier gir økte muligheter for kommunikasjon, er det viktig å være bevisst at mulighetene også gir utfordringer. Disse knytter seg i første rekke til personvernet. Det er derfor naturlig at det utarbeides en veileder i bruk av sosiale medier under Norm for informasjonssikkerhet (Normen).

1.2 Hva er sosiale medier?

Det finnes mange typer sosiale medier. Noen er utelukkende ment for private sammenhenger, mens andre er bygget opp rundt arbeidsrelaterte formål. I sosiale medier står brukerne selv i stor grad for produksjon og deling av innhold.

Med sosiale medier forstås nettsamfunn, personlige blogger, chat og andre personlige informasjonskanaler over internett.

Et sosialt medium er et offentlig rom og informasjonen er oftest søkbar. I det øyeblikket informasjonen er publisert, mister man en del av kontrollen over det som er lagt ut. Det er derfor viktig å være klar over at informasjonen kan være vanskelig å trekke tilbake i ettertid.

1.3 Målgruppe og avgrensninger

Denne veilederen er rettet mot ledelsen i virksomheter som legger Normen til grunn for personvern- og informasjonssikkerhetsarbeidet og der bruk av sosiale medier har - eller kan få - et visst omfang. Dette omfatter medarbeidernes personlige bruk, og eventuelt virksomhetens egen bruk av sosiale medier.

Veilederen retter seg både mot offentlige og private virksomheter.

Eksempler på virksomheter som vil kunne ha nytte av veilederen er kommuner, helseforetak, lege-/tannlegekontorer og psykologer.

Internt i virksomhetene er det særlig ledelsen, sikkerhetsleder / sikkerhetskoordinator og kommunikasjonsansvarlig som vil finne hjelp i veilederen.

Veilederen har ikke som hovedmålsetning å gi råd om hvordan sosiale medier kan brukes til å presentere virksomheten eller mer allment hvordan sosiale medier benyttes til å presentere informasjon om f.eks. helse- og sosialfaglige spørsmål. Gode råd om hvordan virksomheter kan nytte seg av sosiale medier, finnes i Difis veileder 2012:2, *Sosiale medier i*

forvaltningen, se http://www.difi.no/filearchive/difi-rapport-2012-2-sosiale-medier-i-forvaltningen_3.pdf.

Veilederen gir heller ikke råd om hvilke IKT-faglige spørsmål bruken av sosiale medier kan reise internt.

Denne veilederen kan brukes i kombinasjon med virksomhetens øvrige kommunikasjons- og sikkerhetsarbeid. På den måten vil de retningslinjene som utarbeides vedrørende bruken av sosiale medier være tilpasset og integrert med virksomhetens øvrige planverk, retningslinjer og strategier.

1.4 Bruk av veilederen

For mange virksomheter i sektoren vil det være aktuelt å utarbeide retningslinjer for bruk av sosiale medier, tilpasset virksomhetens behov og størrelse. Dette arbeidet vil i mange tilfeller også involvere de tillitsvalgte i virksomheten.

Målsetningen er at denne veilederen kan brukes som et praktisk verktøy når virksomheten skal utforme slike retningslinjer. Veilederen inneholder derfor konkrete tekstforslag som kan brukes som utgangspunkt. Det er imidlertid viktig at ledelsen tar aktivt stilling til innholdet i forslagene, og bearbeider teksten på et selvstendig grunnlag.

Retningslinjene må reflektere virksomhetens beslutninger og målsetninger i forbindelse med bruk av sosiale medier. Før de konkrete retningslinjene utarbeides, bør virksomheten derfor ta stilling til noen grunnleggende veivalg og problemstillinger. Under pkt. 2.1 er det nevnt en del slike overordnede problemstillinger. Disse er ment som en hjelp til ledelsen i utformingen av egne retningslinjer på dette området.

Virksomheten har gjennom arbeidsgiverrollen et formelt ansvar for hvordan de ansatte forvalter helse- og personopplysninger.

Arbeidsgiver kan i kraft av lovverket og sin styringsrett innenfor visse rammer sette opp retningslinjer som vil være bindende for de som er ansatt i virksomheten. De retningslinjene virksomheten utformer, vil dels kunne bestå av slike bindende pålegg, og dels anbefalinger om hvordan den enkelte bør forholde seg. Eksempelet for retningslinjer for de ansatte (under pkt. 2.2) inneholder både forslag til bindende og anbefalte retningslinjer. Eksempelet kan suppleres med flere problemområder eller elementer kan strykes, alt ettersom hva virksomheten ønsker og har behov for. I tillegg har hver enkelt ansatt et individuelt ansvar for at taushetsplikten blir overholdt.

Virksomheten har i utgangspunktet ikke et ansvar for hvordan pasienter / brukere benytter sosiale medier. Ytringsfriheten, med de begrensninger lovverket oppstiller, er her gjeldende.

Det vil likevel ofte være naturlig at en virksomhet som tilbyr helse-, sosial- eller omsorgstjenester trekker opp anbefalte retningslinjer for hvordan pasienter / brukere (og deres pårørende) bruker sosiale medier når de - på ulike måter - er knyttet til virksomheten. Det må likevel understrekes at slike retningslinjer ikke gjør noe med de grunnleggende ansvarsforholdene. Virksomheten må uansett passe på at den organisatorisk og fysisk er innrettet slik at pasientenes / brukernes personvern blir ivaretatt, mens det er den enkelte pasient / bruker som har ansvar for sine ytringer.

På denne bakgrunnen er det to grupper som virksomhetens retningslinjer vil rette seg mot:

– **Virksomhetens egne ansatte**

Nedenfor under pkt. 2.2 er det lagt inn en mal for retningslinjer for ansatte.

– **Virksomhetens pasienter / brukere og deres pårørende**

Nedenfor under pkt. 2.3 er det lagt inn en mal for retningslinjer (gode råd) for pasienter / brukere og deres pårørende.

2 RETNINGSLINJER FOR SOSIALE MEDIER

2.1 Overordnede problemstillinger ledelsen må ta stilling til

Før ledelsen kan utarbeide konkrete retningslinjer for bruk av sosiale medier i virksomheten, er det en del problemstillinger på et overordnet plan som må vurderes. Eksempler på overordnede problemstillinger knyttet til de ansattes bruk av sosiale medier:

- Hvor går grensen mellom privat og profesjonell bruk av sosiale medier?
 - Har virksomheten behov for retningslinjer som dekker begge områdene?
- I hvilken utstrekning tillates bruk av sosiale medier i arbeidet / arbeidstiden?
- Hvordan skal informasjonen om retningslinjene formidles til de ansatte?
- Skal de ansatte i virksomheten ha anledning til å publisere bilde eller personopplysninger om en pasient / bruker på internett hvis pasienten / brukeren samtykker? Dette kan være aktuelt i forbindelse med fellesaktiviteter, gruppeturer mv. i regi av virksomheten.
- Skal ansattes bruk av sosiale medier omtales i virksomhetens regler for mediekontakt?
- I hvilken grad skal retningslinjene legge føringer for hva den ansatte kan meddele om interne forhold ved arbeidsplassen?

Eksempler på overordnede problemstillinger knyttet til pasienter / brukere / pårørende:

- Er det behov for retningslinjer vedrørende sosiale medier overfor pasienter / brukere / pårørende?
- Skal virksomheten legge til rette for at pasienter / brukere, f.eks. unge pasienter, langtidsinnlagte m.fl., skal ha tilgang til utstyr / nett med tanke på bruk av sosiale medier?
- Hvordan skal informasjonen om retningslinjene formidles til pasienter / brukere / pårørende (f.eks. brosjyre, plakater, nettsted, pasientportal)?

Eksempler på overordnede problemstillinger som bør vurderes når virksomheten selv vurderer å ta i bruk sosiale medier:

- Hva vil virksomheten oppnå ved bruk av sosiale medier, og hvilke sosiale medier er mest formålstjenlige for å oppnå det virksomheten ønsker?
- Hvilke målgrupper vil virksomheten nå?
- Hvordan skal virksomheten ivareta at all informasjon av allmenn nytte en virksomhet legger på sosiale media skal også være tilgjengelig på åpne kanaler for brukere som ikke er medlem av det aktuelle sosiale mediet?

– Vil virksomheten tillate kommentering av sine innlegg på sin side på sosiale media?

I dette tilfellet er følgende tiltak aktuelle:

- Det må etableres en redaktør-/moderatorrolle som bør være spesielt aktiv og årvåken ved etablering av siden. Husk at oppfølging av sosiale medier er ressurskrevende.

Det må opplyses tydelig at det ikke skal publiseres helseopplysninger og andre sensitive personopplysninger på virksomhetens side. Slike kommentarer skal slettes.

- Det må opplyses om at meldinger og meddelelser via sosiale medier som inneholder helseopplysninger eller andre sensitive opplysninger ikke skal sendes og uansett ikke vil bli besvart

For mer informasjon, se Difis veileder 2012:2, Sosiale medier i forvaltningen, http://www.difi.no/filearchive/difi-rapport-2012-2-sosiale-medier-i-forvaltningen_3.pdf.

2.2 Forslag til råd for bruk av sosiale medier - egne ansatte

(DET FØLGENDE SKILLES UT SOM REDIGERBART WORD-DOKUMENT (ifm. publisering på www.normen.no))

Råd for bruk av sosiale medier for deg som jobber i <virksomheten>

<Virksomheten> erkjenner både mulighetene og utfordringene i bruken av sosiale medier.

Alle medarbeidere i <virksomheten> har et ansvar for at taushetsplikten blir overholdt og at pasienter / brukeres og kollegers personvern blir ivaretatt. Det er derfor viktig å ha klare retningslinjer som gjelder for bruken av sosiale medier.

Arbeidsgiver kan gi retningslinjer for bruk av sosiale medier

Retningslinjer for bruk av sosiale medier i <virksomheten>

Her er noen retningslinjer for deg som er ansatt i <virksomheten>:

FORHOLDET TIL PASIENTER / BRUKERE

- Taushetsplikten gjelder fullt ut i sammenheng med sosiale medier og skal alltid overholdes.

Dette innebærer blant annet:

- Ikke publiser helse- og personopplysninger
- Pass på at pasienter og pårørende ikke kommer med på bilder, og derved kan bli identifisert, dersom du legger ut bilder fra arbeidsplassen
- Vær varsom med å fortelle / videreformidle pasient-/brukerhistorier. Selv i en anonymisert form kan individuelle særtrekk gjøre at personer identifiseres eller gjenkjennes - da brytes taushetsplikten
- Ved videreformidling av personopplysninger må samtykke innhentes

- Vær varsom med forbindelser med pasienter / brukere eller deres pårørende fra din personlige side i sosiale medier. Skal man avslå en kontaktforspørsel, kan følgende tekst tilpasses og benyttes:

Takk for henvendelsen om å bli satt i forbindelse her på <sosialt medium>! Dessverre må jeg avslå tilbudet ditt. Det kan noen ganger være vanskelig å gjøre gode, faglige vurderinger og gi behandling til noen en også har et personlig forhold til. De ansatte i <virksomheten> frarådes generelt å ha nåværende eller tidligere pasienter / brukere som forbindelser på <sosialt medium>. Jeg håper du har forståelse for dette. Med vennlig hilsen <NN>

- Utvis varsomhet i de tilfellene tidligere eller nåværende pasienter / brukere er i samme nettverk som deg.
- Ikke publiser bilde/video av en pasient / bruker / pårørende på internett uten samtykke.

FORHOLDET TIL <VIRKSOMHETEN> SOM DIN ARBEIDSPASS

- Vær gjerne aktiv i sosiale medier, men husk på hvor du jobber. Tenk gjennom konsekvensene for <virksomheten> før du publiserer noe som omhandler din egen arbeidsplass.
- Selv om du ytrer deg som privatperson, kan det være lett for andre å tenke at ytringen representerer <virksomheten>. Hold debatter på et saklig nivå. Gjør det klart at du uttaler deg på egne vegne, særlig i faglige og politiske spørsmål. I beredskaps- eller krisesituasjoner er det <virksomheten>s ledelse som skal orientere omverdenen.
- Får du spørsmål om <virksomheten> eller <virksomheten>s syn i aktuelle saker via sosiale medier – tenk gjennom om dette er noe du bør svare på selv, eller om du skal henvise til ledelsen. Forhold deg til <virksomheten>s regler for mediekontakt.
- Unngå å benytte <virksomheten>s logo, arbeidsantrekk eller på annen måte gi inntrykk av at en side på et sosialt medium representerer en offisiell kanal for <virksomheten>.
- Vær bevisst på bruken av jobb-e-postadresse i sosiale medier.
- Vær forsiktig med å eksponere interne forhold på arbeidsplassen. <Virksomheten> har rutiner for varsling - disse skal følges.
- Vær bevisst din lojalitetsplikt som arbeidstaker.
- Som hovedregel skal den ansatte samtykke til at virksomheten publiserer bilder av vedkommende i sosiale medier.

FORHOLDET TIL DINE KOLLEGER OG MEDARBEIDERE I <VIRKSOMHETEN>

- Ikke publisér bilder av dine kolleger i arbeid eller dine kolleger - eller deres familiemedlemmer - i sammenhenger i regi av <virksomheten> uten at vedkommende har samtykket.

BRUK AV SOSIALE MEDIER HELSEPERSONELL OG ANDRE ANSATTE IMELLOM

- Det finnes ikke noen indre ”indre krets” på sosiale medier, og du må derfor ikke diskutere pasienter / brukere i sosiale medier.
- Du må heller ikke diskutere arbeidssituasjonen på en slik måte at pasienter / brukere kan gjenkjennes.

GENERELLE RÅD / NETTVETT

- Vær forsiktig med å legge ut informasjon om deg selv som kan misbrukes av andre, f.eks. i forbindelse med id-tyveri, risiko for å bli trakassert eller sosial manipulering.
- Vær varsom med forespørsler du mottar, de kan inneholde eller lenke til skadelig programvare.
- Vær bevisst på hvordan du setter personverninnstillingene i tjenestene du benytter.

2.3 Forslag til gode råd for bruk av sosiale medier - for pasienter / brukere

(DET FØLGENDE SKILLES UT SOM REDIGERBART WORD-DOKUMENT (ifm. publisering på www.normen.no))

Gode råd for bruk av sosiale medier for pasienter / brukere og deres pårørende

1. Utgangspunkter

Stadig flere pasienter / brukere velger å dele sine opplevelser på internett.

Sosiale medier, personlige blogger mv. er en måte å kommunisere med omverdenen på. <Virksomheten> er positiv til dette og ser muligheter for å formidle informasjon om <virksomheten> og våre tjenester.

Noen bruker sosiale medier til å diskutere <virksomheten>, eller for å skrive om sine opplevelser fra oppholdet / pasientbehandlingen / tjenesteytelsen eller sine opplevelser som pårørende.

Sosiale medier stiller oss imidlertid overfor etiske problemstillinger, bl.a. med tanke på andre pasienter / brukeres personvern. Vi er forpliktet til ikke å formidle konfidensiell informasjon uten samtykke. Det er derfor nyttig å ha retningslinjer som gjelder for bruken av sosiale medier.

2. Gode råd

Her er noen gode råd for deg som er pasient / bruker eller som er pårørende:

- Det er viktig å huske på at informasjon i sosiale medier, i en blogg eller i andre kanaler kan være vanskelig, noen ganger umulig, å fjerne når den først ligger ute på internett.
- Sosiale medier gjør det mulig å dele fotografier, videoer og kommentarer med tusenvis av andre brukere. Husk å ikke formidle opplysninger om andre pasienter / brukere uten deres samtykke. Husk at ansatte heller ikke alltid vil ha bilder av seg publisert, og som hovedregel samtykke til publiseringen. Du bør fjerne bilder mv. om den det gjelder ber deg om det.

- Hvis du er i tvil om noe er sensitivt - ikke skriv om det. Det er bedre å skrive litt for lite enn litt for mye.
- Hvis du er opprørt, la det du skriver ligge noen dager og tenk deg om før du publiserer det. Når det først er publisert, kan det være for sent å angre.
- Av hensyn til taushetsplikten er det er ikke alltid helsepersonell kan kommentere eller gi svar på innlegg eller meldinger du skriver på sosiale medier.

3 VEDLEGG

3.1 Referanser

Relevante nettsteder og dokumenter:

- Hjemmesiden til Normen: www.normen.no
- Hjemmesiden til Datatilsynet: www.datatilsynet.no
- Hjemmesiden til Lovdata: www.lovdata.no
- Hjemmesiden til Difi: www.difi.no

Eksempler på retningslinjer for pasienter / brukere / pårørende:

- Sunnaas sykehus HF
<http://www.sunnaas.no/pasient/pasientblogger/Sider/side.aspx>

Eksempler på retningslinjer for en moderert blogg:

- Helsenorgebeta:
<http://www.helsenorgebeta.net/om-helsenorgebeta-net/retningslinjer-for-bloggen/>

3.2 Deltakere i utarbeidelsen av veilederen

Navn	Rolle / stilling	Virksomhet
Peter Bonne	Konsulent	Pharos AS
Jan Gunnar Broch	Seniorrådgiver	Helsedirektoratet
Haakon Brænden	Direktør e-helse	Diakonhjemmet Sykehus
Jo Cranner	Seniorrådgiver	Norsk Sykepleierforbund
Ingvild Hafstad	Kommunikasjons-rådgiver	Sunnås Sykehus
Aadel Heilemann	Advokat/rådgiver	Legeforeningen
Sissel Kristin Hoel	Seniorrådgiver	DIFI
Andreas Høstmælingen	Spesialrådgiver	Norsk psykologforening
Glenn Håkon Melby	Seniorrådgiver	Helsedirektoratet
Ellef Mørk	Sikkerhetsleder	Helsedirektoratet
Aril Jul Nilsen	Fagsjef	Tannlegeforeningen
Tor Ottersen	Seniorrådgiver	Helsedirektoratet
Marius Engh Pellerud	Rådgiver	Datatilsynet
Caroline Ringstad Schultz	Rådgiver	Helsedirektoratet
Roar Thon	Seniorrådgiver	Nasjonal sikkerhetsmyndighet
Alf Marcus Wiegaard	Advokat	Advokatfirmaet Wiegaard