

5.12.2017 (päivitetty versio hyväksytty kunnanhallituksessa 14.4.2020)

Tuusulan kunnan sosiaalisen median ohje

Johdanto

Kunnan työntekijät ovat kaivanneet **ajantasaista ohjeistusta** siihen, miten sosiaalisessa mediassa toimitaan. Toisaalta toimintatapojen määrittely sosiaaliseen mediaan on kunnan etu, jotta sosiaalisen median mahdollisuudet voidaan hyödyntää täysimääräisesti. Tässä ohjeessa pyritään vastaamaan seuraaviin esiin nousseisiin kysymyksiin:

- Mitä viestinnällä sosiaalisessa mediassa tavoitellaan?
- Kuka käyttää sosiaalista mediaa? Kuka päättää siitä, kuka käyttää sosiaalista mediaa?
- Mitä kanavia käytetään? Kuka päättää mitä kanavia käytetään?
- Miten sosiaalisessa mediassa toimitaan? Mitkä reunaehdot toiminnalla sosiaalisessa mediassa on?

Sosiaalisen median ohje kertoo Tuusulan kunnan toimintaperiaatteet sosiaalisen median käytössä ja ohjaa työntekijöiden (käsittää myös viranhaltijat) toimintaa sosiaalisessa mediassa. Toimialoilla voi olla erillisiä, tämän ohjeen pohjalta laadittuja tai kyseisen toiminnan luonteen edellyttämiä tarkempia määrittelyksiä toiminnasta sosiaalisessa mediassa. Tällaiset erilliset ohjeet tulee periaatteessa hyväksyä toimialueen ja kunnan johtoryhmässä (esim. ruokahuolto ja päiväkodit). Kunnan sosiaalisen median ohje koskee soveltuvilta osin myös kunnan luottamushenkilöitä ("Miten sosiaalisessa mediassa toimitaan" ja "Mitkä reunaehdot toiminnalla sosiaalisessa mediassa on").

Mitä viestinnällä sosiaalisessa mediassa tavoitellaan?

Sosiaalinen media eli yhteisöllinen media on tietoverkkoja ja tietotekniikkaa hyödyntävä viestinnän muoto. Viestinnän näkökulmasta sosiaalinen media on verkossa tapahtuvaa viestintää, eli osa verkkoviestintää. Sen kanavia ovat esimerkiksi Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp, LinkedIn, YouTube jne. Sosiaalisessa mediassa toimimisella edistetään kuntalaisten tiedonsaanti-, vuorovaikutus- ja vaikutusmahdollisuuksia. Sosiaalinen media on ennen kaikkea **vuorovaikutusta** kuntalaisten, asiakkaiden, sidosryhmien ja verkostojen kanssa. Sosiaalisessa mediassa toimiminen voi olla esimerkiksi asiakaspalvelua ja neuvontaa, kohtaamista ja ohjaamista, asiointia, joukkoistamista, osallistamista, markkinointia ja maineen luomista.

Kuka käyttää sosiaalista mediaa?

Tuusulan kunta **rohkaisee** toimialojaan, yksikköjään ja työntekijöitään toimimaan sosiaalisessa mediassa. Silloin, kun kuntalaisten palveleminen sosiaalisessa mediassa liittyy työntekijän työtehtäviin, on sosiaalisen median käyttö työajalla suositeltavaa. Sosiaalisessa mediassa toimiminen työajalla ei kuitenkaan ole yksittäisen työntekijän päätös, vaan asia on ratkaistava etukäteen oman esimiehen kanssa.

Työntekijä voi toimia sosiaalisessa mediassa kahdessa eri roolissa työnsä puolesta:

1. Sosiaalisessa mediassa voi toimia organisaation nimissä.
2. Henkilö voi viestiä asioista työroolissaan omalla persoonallaan ja omilla kasvoillaan, kunhan perustaa mielipiteensä faktoihin ja omaan asiantuntemukseensa aiheesta.

Elämisen taidetta.

Organisaation nimissä ja organisaation sosiaalisen median tililtä käsin toimivat esimerkiksi viestinnän työntekijät tai muut nimetyt henkilöt. Tilin omistaja (esim. kunta, museotoimi, kirjasto) nimeää ne henkilöt, jotka toimivat organisaation sosiaalisen median tilillä organisaation nimissä. Tieto nimetyistä toimijoista on toimitettava viestintäpäällikölle. Toimittaessa organisaation nimissä ja organisaation tilin kautta voidaan esimerkiksi kertoa omasta toiminnasta, kuten päätöksistä ja valmisteilla olevista asioista, osallistua aktiivisesti keskusteluun, joukkoistaa ja osallistaa kuntalaisia ja palvella ja neuvoa asiakkaita.

Toisinaan työntekijöiden on perusteltua toimia sosiaalisessa mediassa **omalla nimellään ja profiilillaan**. Tämä koskee erityisesti asiantuntijatehtävissä toimivia. Kunnan asiantuntijoiden henkilökohtainen vuorovaikutus sosiaalisessa mediassa lisää hallinnon avoimuutta, tuo esiin asiantuntemusta, antaa kasvot kunnan toiminnalle ja mahdollistaa verkostoitumisen. Asiantuntija voi toimia työpaikkansa edustajana omalla nimellään ja profiilillaan sovittuaan asiasta esimiehensä kanssa.

Joissakin tapauksissa on perusteltua muodostaa henkilökohtaisesta profiilista **erillinen työ- tai virkaprofiili** sosiaalisessa mediassa työasioista viestimistä varten. Toisaalta erillinen työ- tai virkaprofiili voi luoda etäisyyttä, jota henkilökohtaisella läsnäololla sosiaalisessa yritetään kuroa umpeen. Erillisen virkaprofiilin perustaminen tulee arvioida kussakin tilanteessa erikseen ja pohtia etäisyyden vs. lähestyttävyyden, työ- ja vapaa-ajan erottamisen ja muiden mahdollisten näkökulmien kannalta. Toimittaessa sosiaalisessa mediassa on pystyttävä huolehtimaan siitä, että työn ja vapaa-ajan erottaminen on mahdollista ja että esimiehellä on edellytykset johtaa alaistensa toimintaa myös sosiaalisessa mediassa työskentelyn osalta.

Mitä kanavia käytetään? Kuka päättää mitä kanavia käytetään?

Tuusulan kunnalla ja sen eri yksiköillä on jo tällä hetkellä käytössä useita sosiaalisen median kanavia. Organisaatiolla on tilit **Facebookissa, Twitterissä, Instagramissa** ja **blogeissa**. Kunnan organisaation sosiaalisen median tilit on listattu kunnan verkkosivuilla:

<https://www.tuusula.fi/sosiaalinenmedia>

Tuusulan kunnan virallinen "kattosivu" tai "kattoprofiili" Facebookissa on www.facebook.com/tuusula, Twitterissä www.twitter.com/tuusulankunta ja Instagramissa www.instagram.com/tuusulankunta.

Toimialue, yksikkö, ohjelma, hanke tms. voi harkitusti perustaa sosiaalisen median tilin tai tunnuksen. Lähtökohtaisesti päätös uuden tilin perustamisesta tehdään toimialueen johtoryhmässä ja kunnan johtoryhmässä esimiehen esityksestä. Sosiaalisen median toiminnan johtaminen tulee nivoa muuhun johtamiseen. Viestinnässä ylläpidetään luettelo kunnan sosiaalisen median tileistä sekä listaa niistä työntekijöistä, joille on myönnetty päivitysoikeus ko. mediaan. **Kaikki kunnan sosiaalisen median organisaatiotilit ja niiden ylläpitäjät tulee ilmoittaa viestintäpäällikölle tai viestinnän asiantuntijalle ja ylläpitäjätiedot on pidettävä ajan tasalla.**

Jos kunnan organisaation osa haluaa pitää yllä omaa sosiaalisen median tiliään jossakin kanavassa, on huomioitava seuraavanlaisia asioita:

Elämisen taidetta.

1. **Tarpeet ja tavoitteet.** Sosiaalisen median palveluja voidaan avata, jos sosiaalisen median palvelun avaamiselle on selkeä tarve. Ennen sosiaalisen median tilin avaamista on pohdittava, mihin tarpeeseen kanavan avaaminen vastaa. Mitkä ovat tavoitteet? Mikä on palvelun kohderyhmä ja millaista sisältöä siellä tarjotaan?
2. **Hyödyt.** Vuorovaikutus sosiaalisessa mediassa voi auttaa muun muassa kehittämään palvelujen laatua, osallistamaan ja lisäämään hallinnon avoimuutta ja hallintoa kohtaan tunnettua luottamusta. Toiminnalla voidaan myös ylläpitää ja lisätä organisaation mainetta.
3. **Resurssit ja johtaminen.** Sosiaalisen median käyttöön on varattava riittävät (henkilö)resurssit, eli esimiehen on huomioitava, että vuorovaikutus sosiaalisessa mediassa vie työaikaan hoitaa jotakin muuta tehtävää. Sosiaalisen median kanavalle on nimettävä vastuullinen päivittäjä ja toiminta sosiaalisessa mediassa on huomioitava päivittäisissä tai viikoittaisissa työtehtävissä. Sosiaalisen median toiminnan johtaminen on nivottava muuhun johtamiseen.
4. **Suunnitelmallisuus ja säännöllisyys.** Sosiaalisen median käyttöönotosta ja hyödyntämisestä on hyvä laatia suunnitelma. Sosiaalisen median käytön tulee olla suunnitelmallista, säännöllistä ja aktiivisesti vuorovaikutuksellista niin, ettei organisaatiotilin ylläpito ole riippuvainen yksittäisestä työntekijästä. Jos sisällöntuotantoa hajautetaan, päävastuun tulee olla tietyllä henkilöllä tai tietyillä henkilöillä. Sijaistuksista on sovittava etukäteen. Sisältöjä on päivitettävä riittävän usein, käytännössä viikoittain. On sitouduttava aktiiviseen vuorovaikutukseen eli reagoitava asiakkaiden palautteisiin ja kysymyksiin mahdollisimman nopeasti.
5. **Päätöksenteko.** Sosiaalisen median kanavien käytöstä ja sosiaalisen median tilien avaamisesta tulee tehdä linjaukset toimialueen johtoryhmässä ja kunnan johtoryhmässä. Samalla on varmistettava ja linjattava riittävät resurssit sosiaalisessa mediassa käytettävällä tilillä toimimiseksi.
6. **Kanavat.** Kanavista voi käyttää esimerkiksi Facebookia, Twitteriä, Instagramia ja YouTubea. Toiminnassa voi olla rohkea ja kokeilla muitakin kanavia. Esimerkiksi nuorten kanssa toimittaessa voi olla hyödyllistä käyttää WhatsAppia, SnapChatia tai TikTokia.
7. **Jatkuvuus.** Jotta organisaation osan tilit eivät ole sidoksissa pelkästään tämänhetkisiin työntekijöihin, sosiaalisen median tilien perustamisessa on syytä suosia organisaation sähköpostia (roolipohjaista tunnusta, kuten atk@tuusula.fi), ei siis henkilökohtaista sähköpostia. Joka tapauksessa hallinnoijaoikeuksia on syytä jakaa useammalle.
8. **Mittaaminen.** Sosiaalisen median tavoitteiden toteutumista tulee seurata. Sosiaalisen median palvelun onnistumista voi mitata mittareilla, jotka johdetaan palvelulle asetetuista tavoitteista. Onko esimerkiksi osallisuus lisääntynyt, näkyvyys kasvanut tai liikenne verkkosivuille lisääntynyt? Seuraajien, tykkääjien tai jäsenten määrät eivät yksinään ole relevantteja mittareita, vaan hyödyllisempää on tarkastella toteutuneiden aktiviteettien laatua ja määrää.
9. **Virallisen tilin varmentaminen.** Kunnan sosiaalisen median palvelussa pitää selkeästi ilmoittaa kunta tai sen yksikkö palvelun ylläpitäjäksi. Kunnan sosiaalisen median palvelun virallisuus pitää varmistaa myös linkittämällä sosiaalisen median palvelu näkyviin kunnan verkkosivulle: yksikön omalle sivulle ja kunnan sosiaalisen median palvelujen koontisivulle, josta viestintä vastaa. Vastaavasti sosiaalisen median palvelussa pitää olla linkki kaupungin tai sen yksikön verkkosivulle.

Toimialueen tai yksikön viestejä voidaan lisäksi tai vaihtoehtoisesti julkaista myös kunnan yleisillä sosiaalisen median kattotileillä (Tuusulan kunta -tilit), joiden päivittämisestä ja päivittämisosoikeuksista vastaavat viestintäpäällikkö ja viestinnän asiantuntija.

Elämisen taidetta.

Omalla nimellään ja profiilillaan tai työ- tai virkaprofiilillaan voi tarvittaessa ja sovittuaan asiasta esimiehen kanssa toimia samoissa sosiaalisen median kanavissa kuin Tuusulan kuntakin toimii. Esimerkiksi lasten ja nuorten kanssa toimittaessa voi olla hyvä suhtautua ennakkoluulottomasti myös muiden sosiaalisen median sovellusten ja viestinnän keinojen kokeilemiseen (**esim. Snapchat, WhatsApp**).

Huom! Jos sosiaalisen median palvelussa halutaan julkaista päivityksiä organisaation nimen sijaan työntekijöiden omilla nimillä ja työntekijöiden suostumuksella, tämä on mahdollista, mutta siihen ei saa velvoittaa ketään. Tällä hetkellä tosin osaan ryhmistä ei pysty jakamaan päivityksiä sivuna, vaan jakamiseen käytetään henkilökohtaisia profiileja. Mikäli tämä ei sovi työntekijöille, voi olla hyvä pohtia erillisen työprofiilin perustamista.

Eryteisesti johto- ja asiantuntijatehtävissä Tuusulan kunnassa työskentelevien on suositeltavaa ja johtajien jopa välttämätöntä avata henkilökohtainen profiili tai työ- tai virkaprofiili yleisimmissä sosiaalisen median palveluissa (esim. **Twitter, LinkedIn, blogit**). Omalta esimieheltä tulee varmistaa avaamisen sopivuus. Sosiaalisessa mediassa toimiessaan asiantuntija voi saada tietoa omassa työssä hyödynnettäväksi, jakaa omaa tietoaan ja osaamistaan sekä kokemustaan muille ja avata työtään ja organisaationsa toimintaa ja edustaa siten kuntaa työntekijälähettiläänä.

Miten sosiaalisessa mediassa toimitaan?

Kun toimitaan **organisaation nimissä** sosiaalisessa mediassa, tulee huomioida seuraavat asiat:

- Sosiaalisessa mediassa on tärkeä noudattaa kunkin sosiaalisen median palvelun käyttöehtoja ja sosiaalisen median yhteisön pelisääntöjä.
- Sosiaalisessa mediassa noudatetaan samoja lakeja ja ohjeita kuin muussakin kunnan toiminnassa.
- Kunnissa tulee aina noudattaa tietosuojan ja tietoturvan vaatimuksia. Tämän vuoksi sosiaalisen median välineissä ei tule käsitellä, tallentaa tai jakaa salassa pidettäviä tietoja. Myös henkilötietojen julkaisemista koskevat määräykset on syytä huomioida.
- "Ei-julkisten" eli keskeneräiseen asiaan liittyvien asiakirjojen osalta tiedon antaminen on viranomaisen harkinnassa. Näin ollen asiakirjan antamisesta päättävä viranomainen voisi päättää antaa tiedon asiakirjasta, joka ei vielä ole julkinen, mutta joka ei sisällä lain nojalla salassa pidettäviä tietoja tai sellaisia henkilötietoja, joita ei voisi laittaa verkkoon. Tämä on siten mahdollista myös sosiaalisessa mediassa siinä missä millä tahansa muullakin tavalla. Kyse on samanlaisesta tiedottamisesta kuin valmisteluvaiheen tietojen laittamisesta kunnan verkkosivuille.
- Sosiaalisessa mediassa on kunnioitettava tekijänoikeuksia. Sisällön julkaisijalla on oltava käyttöoikeus julkaisemaansa materiaaliin (teksti, valokuva, video, piirros, kaavio, animaatio jne.). Valo- ja videokuvattavilta on syytä pyytää kirjallinen lupa kuvamateriaalin käyttöön kunnan kanavissa. Lasten kanssa toimittaessa tarvitaan lupa vanhemmilta.
- Myös sosiaalisessa mediassa toimitaan asiakaslähtöisesti. Sosiaalisen median kanavia tulee päivittää säännöllisesti. Sosiaalisen median kautta esitettyihin kysymyksiin tulee vastata kuten muuhunkin palautteeseen, vaikkakin palautetta voidaan ohjata sosiaalisen median kanavista kunnan muuhun palautekanavaan (esim. **TuusInfo**, verkkosivujen lomake). Sosiaalisessa mediassa odotukset vastausten nopeuden

Elämisen taidetta.

suhteen ovat suuremmat kuin kunnan verkkosivuilla yleensä. Pyrimme vastaamaan sosiaalisessa mediassa kahdessa vuorokaudessa.

- Kun reagoidaan palautteeseen sosiaalisessa mediassa, vastaamiseen voi hyvin käyttää organisaation tiliä työntekijän oman profiilin sijaan. Vastauksen perään on hyvä merkitä silti vastaajan yksilöivä tieto (esim. tiedottaja Johanna).
- Julkaistun aineiston ja käytävien keskusteluiden tulee olla luonteeltaan objektiivisia, neutraaleja ja asiallisia.
- Asiattomat ja lainvastaiset aineistot poistetaan (esim. herjaukset ja solvaukset).
- Negatiivisiin viesteihin vastataan mahdollisimman nopeasti kiittämällä palautteesta, kertomalla ongelman syy, miten se korjataan ja pahoittelemalla tapahtunutta. Väittelyihin ei osallistuta.
- Kunnan sosiaalisen median organisaatiotilillä, esimerkiksi Facebook-sivulla, sivulla päivityksen tekijä tai jakaja on se, joka kunnan organisaatiosta vastaa kommentteihin tai huolehtii siitä, että joku muu käy antamassa vastauksen.

Kun toimii **omalla profiilillaan (tai työ- tai virkaprofiililla)** verkossa, **tulee edellisten lisäksi huomioida** seuraavat asiat:

- Sosiaalisessa mediassa yksityisen ja työminän erottaminen voi olla vaikeaa ellei jopa mahdotonta. Kunnan työntekijän ja varsinkin esimiehen on käytännössä lähes mahdotonta toimia sosiaalisessa mediassa vain yksityishenkilönä, vaan oma kommentointi liitetään väijäämättä myös ammattirooliin. Esiinnyt siis aina organisaatiosi edustajana.
- Henkilöstön tuleekin käyttää harkintaa keskustellessaan sosiaalisen median palveluissa Tuusulan kuntaan liittyvistä asioista. Kunnan työntekijöiden kannattaa perustella mielipiteensä huolellisesti ja pohjata ne faktoihin ja omaan asiantuntemukseen.
- Huumorin ja erilaisten viestintäkeinojen käyttö on välillä jopa suotavaa, tosin se on myös haastavaa.
- "Voi sanoa vain sen, mitä huutaisi keskellä täyttä toria." Kaikki sosiaalisessa mediassa sanottu on oikeastaan julkista.
- Lojaliteettivelvoite työnantajaa kohtaan tulee muistaa. Sosiaalisessa mediassa edustetaan työnantajaa aivan samoin pelisäännöin kuin "oikeassakin" elämässä. **Työsopimuslaki ja lojaliteettivelvoite pätevät myös vapaa-ajalla** – sosiaalisessa mediassa ja netin keskustelupalstoillakin. Kunnan sisäiset asiat säilytetään sisäisinä. Niin muissakin organisaatioissa tehdään. Ohjeen laatimisen ohella koulutetaan esimiehiä/työntekijöitä siihen, että myös vapaa-ajalla työntekijöitä sitoo lojaliteettivelvoite työnantajaa kohtaan.
- Kunnan työntekijät kunnioittavat sosiaalisessa mediassa luottamushenkilöitä ja luottamushenkilöt kunnan työntekijöitä. Erimielisyydet ratkotaan muualla kuin sosiaalisessa mediassa.

Kunnan **luottamushenkilöt** eivät muodosta yhtä yhtenäistä ryhmää: Osa on esimerkiksi sekä luottamustehtävissä että työ- tai virkasuhteessa kuntaan. Osa toimii hyvin aktiivisesti sosiaalisessa mediassa, osa tuskin ollenkaan. Jokaisen sosiaalisessa mediassa toimivat on silti hyvä toimia seuraavat asiat muistaen:

- Luottamushenkilöt toimivat sosiaalisessa mediassa omalla profiilillaan tai erillisellä poliittikkoprofiilillaan. He edustavat paitsi itseään, niin toimivat sekä taustaryhmänsä että kunnan lähettiläinä. Myös luottamushenkilöiden on hyvä suhtautua sosiaalisessa mediassa toimimiseen siten, että aina siellä toimiessaan he edustavat myös kuntaa.

Elämisen taidetta.

- Jos luottamushenkilö on myös työ- tai virkasuhteessa kuntaan, sosiaalisen median käyttö työaikana tulee suunnata työasioihin, mikäli sosiaalisen median käytöstä työajalla on sovittu esimiehen kanssa.
- Luottamushenkilöiden tehtävä on kunnan lähettiläinä pitää osaltaan huolta kunnan maineesta ja edesauttaa positiivisen kuntakuvan rakentamista. Luottamushenkilöt ovat suureksi avuksi kunnan organisaatiolle, kun he oikovat kunnan toimintaa koskevia virheellisiä käsityksiä sosiaalisen median kanavissa ja netin keskustelupalstoilla. Loan heittoon kuntaa tai sen työntekijöitä kohtaan luottamushenkilöt eivät osallistu.
- Kunnan työntekijät kunnioittavat sosiaalisessa mediassa luottamushenkilöitä ja luottamushenkilöt kunnan työntekijöitä. Erimielisyydet ratkotaan muualla kuin sosiaalisessa mediassa.
- Faktat ja viimeisimmät käänteet on syytä tarkistaa ennen keskustelua sosiaalisessa mediassa.
- "Ei-julkisten" eli keskeneräiseen asiaan liittyvien asiakirjojen osalta tiedon jakamiseen sosiaalisessa mediassa pätevät samat säännöt kuin muuhunkin valmisteluvaiheessa olevan tiedon jakamiseen. Mahdollisuus tiedon jakamiseen tulee varmistaa asiaa valmistelevalta virkamieheltä. Salassa pidettäviä tietoja tai sellaisia henkilötietoja, joita ei voisi muutenkaan laittaa verkkoon, ei julkaista sosiaalisessa mediassa.

Sosiaalisessa mediassa on syytä muistaa **turvallisuus**:

- Sosiaalisen median organisaatiotilien perustamisessa on syytä suosia organisaation sähköpostia (roolipohjaista tunnusta, kuten atk@tuusula.fi), ei siis henkilökohtaista sähköpostia.
- Sosiaalisen median henkilökohtaiset tilit tulee luoda muuta kuin kunnan sähköpostia käyttäen.
- Henkilökohtaista työsähköpostiosoitetta voi käyttää ainoastaan työtehtäviä varten avatussa asiantuntijaprofiilissa (esim. asiantuntijan Twitter-profiili).
- Kunnan verkossa ja sosiaalisessa mediassa ei tule käyttää samoja salasanoja. Myös sosiaalisen median palveluissa tulee käyttää riittävän monimutkaisia salasanoja ja joka palvelussa tulee olla eri salasanat. Salasanat tulee vaihtaa riittävän usein, esim. 3 kuukauden välein.
- Sosiaalisen median kautta jaeltavia ohjelmia tai sovelluksia ei tule suorittaa. Haittaohjelmien riski on todella suuri ja varomaton toiminta saattaa vaarantaa koko kunnan tietoturvallisuuden ja toiminnan.
- Sosiaalisen median kautta levitettäviä linkkejä tulee välttää käyttämästä, vaikka ne olisi lähetetty tuttavalta.
- Jos huomaa tai edes epäilee joutuneensa väärinkäytöksen (esim. identiteettivarkaus tai -väärännös, kalastelu, haittaohjelma, uhkailu) kohteeksi sosiaalisen median palveluissa, tulee ilmoittaa asiasta viipymättä esimiehelle tai suoraan tietohallintopäällikölle. Esimiehen tulee tiedottaa asiasta aina myös tietohallintopäällikölle.
- Päivittäjään kohdistuneesta uhkailusta ja häirinnästä on ilmoitettava välittömästi esimiehelle.
- Sosiaalisessa mediassa tulee huolehtia omasta ja muiden yksityisyydestä.

Tuusulan sosiaalisen median tilit

Kunnan organisaation sosiaalisen median tilit on listattu kunnan verkkosivuilla:

<https://www.tuusula.fi/sosiaalinenmedia>

Aineistoa:

- Vertailukohdaksi esim.:
 - Espoon kaupungin sosiaalisen median ohje, [http://www.espool.fi/fi-FI/Espoon_kaupunki/Ajankohtaista/Espoo_sosiaalisessa_mediassa/Sosiaalinen_media\(6797\)](http://www.espool.fi/fi-FI/Espoon_kaupunki/Ajankohtaista/Espoo_sosiaalisessa_mediassa/Sosiaalinen_media(6797))
 - Tampereen kaupungin sosiaalisen median ohje, <http://docplayer.fi/43740402-Tampereen-kaupungin-sosiaalisen-median-ohje.html>
 - Ylen sosiaalisen median ohje, <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2015/01/11/sosiaalisen-median-toimintalinjaukset>
 - Muita sosiaalisen median ohjeistuksia, <http://wiki.eoppimiskeskus.fi/display/someorg/Some-ohjeistuksia>
- Kuntaliitto 2016: Kuntaviestinnän opas, <https://www.kuntaliitto.fi/asiantuntijapalvelut/kuntaviestinta>
- Kuntaliitto 2010: Kuntien verkkoviestintäohje, www.kuntaliitto.fi/sites/default/files/media/file/Verkkoviestintaopas.pdf
- Valtiovarainministeriö, valtionhallinnon tietoturvasuuden johtoryhmä 2010: Sosiaalisen median tietoturvaohje, www.vahtiohje.fi/c/document_library/get_file?uuid=8b44c0bf-cff3-4e6c-a587-eea58a9e3ad7&groupId=10229
- Pekka Sauri 2015: Julkishallinto ja sosiaalinen media, <http://kaks.fi/julkaisut/julkishallinto-ja-sosiaalinen-media/>