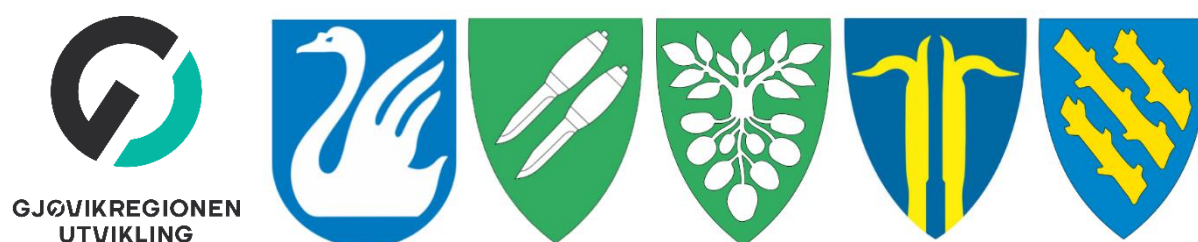




Skal kommunene i Gjøvikregionen være på Facebook?

Sluttrapport

12. mai 2022



Sammendrag

Kommunene i Gjøvikregionen ser på Facebook som en naturlig del av den digitale kommunikasjonen vi har mot innbyggerne. Vurderingen av tilstedeværelse på Facebook er ikke en ren juridisk vurdering. Politikk, etikk og innbyggerens forventninger er like sentrale faktorer. Konklusjonen i rapporten er at for kommunene kan det ha større konsekvenser å deaktivere alle sine Facebook kontoer enn å bli.

En av de største risikoene på Facebook er brukerne selv. Mange brukere mangler generell kunnskap og informasjon om at innlegg som skrives på en åpen Facebook-side i form av reaksjoner, kommentarer eller lignende, vil ligge åpent tilgjengelig på internett. Det er derfor viktig at vi som offentlige aktører gir tydelig informasjon om dette i våre retningslinjer, og at vi henviser til informasjon om nettvett og personvern.

Arbeidsgruppens anbefaling er at kommunene kan og bør fortsette å ha en Facebook-side, men med de tiltakene som beskrives i rapporten.

Kommunedirektørene i Gjøvikregionen har vedtatt at kommunene følger arbeidsgruppen sine anbefalinger.

Innholdsfortegnelse

Sammendrag	2
1. Innledning	4
1.1 Bakgrunn	4
1.2 Mandat fra kommunedirektørene i Gjøvikregionen	5
1.3 Organisering og arbeidsgruppen	5
1.4 Avgrensinger	5
1.5 Det er ikke ulovlig å ha en Facebook-side	6
1.6 Referanser og andre rapporter	6
Kommunikasjonsforeningen sin rapport	6
Digitaliseringsdirektoratet (Digdir) sin rapport	6
1.7 Definisjoner og begrepsavklaringer	6
2. Kommunenes Facebook-sider og bruk	7
2.2 Formålet og bruken av Facebook	7
2.3 Kommunenes vurdering av verdiene ved å være på Facebook	8
2.4 Konsekvenser hvis kommunene velger å deaktivere Facebook	8
2.5 Brukerne har selv frivillig valgt å opprette en Facebook-konto	9
3. Personopplysninger	9
3.1 Innsamling av personopplysninger	9
3.2 Lagring av personopplysninger	10
3.3 Bruk av personopplysninger	10
3.4 Hvem har tilgang på opplysningene?	10
3.5 Behandlingen av personopplysning	11
Facebook sin behandling av personopplysninger	11
Kommunene sin behandling av personopplysninger	11
4. Felles behandlingsansvar	11
5. ROS-analyse	12

6. Forslag til tiltak.....	12
7. Konklusjon og anbefaling.....	13

1. Innledning

Denne vurderingen inneholder en risikovurdering og en anbefaling til kommunedirektørene i Gjøvikregionen om kommunenes bruk av Facebook.

1.1 Bakgrunn

Datatilsynet offentliggjorde i september 2021 tilsynets egne interne vurdering av hvorvidt Datatilsynet som behandlingsansvarlig skulle opprette en bedriftsside på Facebook¹. Datatilsynets konklusjon var at Datatilsynet som behandlingsansvarlig fant at personvernrisikoen ved tilsynets tilstedeværelse på Facebook i form av opprettelse av en bedriftsside, var for høy. Datatilsynet besluttet derfor å ikke opprette en bedriftsside.

“Vi kunne ikke gå god for databehandlingen. Vi får ikke god nok kontroll på data som behandles gjennom en Facebook-side. De som ville besøkt Datatilsynets Facebook-side, ville forventet at vi kunne svare på hva opplysningene om deg blir brukt til. Det vet vi ikke. Det er kjernen” sa Datatilsynets daværende direktør Bjørn Erik Thon i en artikkel til Kommunikasjonsforeningen i september i fjor.²

Datatilsynet har kommet med en anbefaling til andre virksomheter om at det er anbefalt å gjøre en egen vurdering av sin bruk av Facebook.

På bakgrunn av dette hadde kommunikasjonsforum for Gjøvikregionen en diskusjon på møtet før jul om hvordan vi som kommuner og offentlige aktører burde forholde oss til Datatilsynets vurderinger, samt hvilke vurderinger vi selv bør gjøre rundt kommunenes bruk av Facebook. Vi avtalte derfor et møte med Datatilsynet i midten av januar for å få en gjennomgang av deres vurderinger, samt en anbefaling for vårt videre arbeid.

Kommunikasjonsforum fikk følgende råd fra Datatilsynet:

- Innhente mandat fra ledelsen til å jobbe med risikovurdering og analyse.
- Sette sammen en arbeidsgruppe bestående av tverrfaglig kompetanse innen personvern, informasjonssikkerhet og kommunikasjon.
- Jobbe systematisk og metodisk gjennom veiledningen for risikovurdering.

¹ [Datatilsynet velger å ikke bruke Facebook | Datatilsynet](#)

² <https://www.kommunikasjon.no/fagstoff/nyheter/datatilsynet-dropper-facebook>

1.2 Mandat fra kommunedirektørene i Gjøvikregionen

Kommunedirektørene i Gjøvikregionen besluttet i sitt ledermøte (kommunedirektørkollegiet) i begynnelsen av februar 2022 at kommunene i Gjøvikregionen skulle gjøre en risikoanalyse og en vurdering av kommunenes tilstedeværelse på Facebook. Sentralt for analysen, er vurderingen av kommunenes ansvar etter GDPR, risiko for personvernet ved fortsatt tilstedeværelse, samt viktigheten av og nødvendigheten for kommunene i å være til stede på Facebook.

- En arbeidsgruppe settes ned for å gjøre en risikovurdering av kommunenes bruk av Facebook.
- Arbeidsgruppen skal bestå av personer med fagkompetanse innenfor kommunikasjon, personvern og informasjonssikkerhet etter anbefaling av Datatilsynet.

1.3 Organisering og arbeidsgruppen

Arbeidsgruppen har bestått av:

- Mari Bjørnstad Grønlie, kommunikasjonsrådgiver i Gjøvik kommune
- Lotte Kildeborg, kommunikasjonsansvarlig i Gjøvikregionen Utvikling
- Inger Cock-Olsen, personvernombud i Østre Toten kommune
- Marit Ødegård, arkivleder og informasjonssikkerhetsansvarlig i Gjøvik kommune

Arbeidsgruppen har til sammen hatt ni digitale møter på Teams, der vi sammen har gjennomført en ROS analyse (risiko- og sårbarhetsanalyse) om kommunenes bruk av Facebook som kanal + et fysisk møte med kommunikasjonsforum.

Arbeidsgruppen har gjort en grundig vurdering av kommunenes interesse i og ønske om å bruke Facebook vurdert opp mot personvernrisiko.

Arbeidsgruppen har kommet fram til en rekke med personvernrisikoreducerende tiltak som hver kommune selv må gjennomgå og vurdere. Disse kan du lese om i kapittel seks, forslag til tiltak.

Arbeidsgruppen har involvert kommunikasjonsforum for Gjøvikregionen i arbeidet. Kommunikasjonsforum består av kommunikasjonsressurser fra alle de fem kommunene i Gjøvikregionen. Det er Lotte Kildeborg i Gjøvikregionen Utvikling som leder forumet.

1.4 Avgrensinger

Denne rapporten tar for seg og begrenser seg til Facebook som sosialt medie, dersom kommunene vurderer å ta i bruk andre kanaler ut over Meta som plattform anbefaler vi at det gjøres egne risikovurderinger for disse.

1.5 Det er ikke ulovlig å ha en Facebook-side

Datatilsynet presiserer i sin rapport at det ikke er ulovlig for en offentlig aktør å være på Facebook. Men at de anbefaler alle offentlige aktører å gjøre sine egne vurderinger. Datatilsynets vurdering er hvordan Datatilsynet som behandlingsansvarlig selv vurderer sitt ansvar etter GDPR.

1.6 Referanser og andre rapporter

I vårt arbeid med å utarbeide rapporten har vi sett på rapportene tilog [Digdir](#).

Kommunikasjonsforeningen sin rapport³

Kommunikasjonsforeningen har gjennomført en grundig vurdering om foreningen skulle fortsette å ha en bedriftskonto på Facebook. Advokatfirma Ræder, ved advokat Vebjørn Søndersrød har bistått i arbeidet. Kommunikasjonsforeningen har besluttet å opprettholde sin bedriftsside på Facebook. Konklusjonen er at personvernrisikoene kan aksepteres, men at de gjør en rekke tiltak for å redusere mengden personopplysninger.

Rapporten konkluderer med at Kommunikasjonsforeningen, som faglig interesseorganisasjon med de oppgaver det medfører, har berettigede interesser i å bruke Facebook som kommunikasjonskanal. Både for å være til stede der medlemmene er, men også beholde muligheten til å påvirke informasjonsbildet innenfor kommunikasjonsfaget.

Digitaliseringsdirektoratet (Digdir) sin rapport⁴

Digdirs risikovurdering har tatt stilling til to spørsmål: *kan* Digdir ha en side på Facebook, og *bør* de ha en side på Facebook. Anbefalingen er basert på vurderinger av hvilken risiko behandlingen av personopplysninger via Facebook utgjør for brukernes rettigheter og friheter. I tillegg til den juridiske vurderingen, har de også gjort en etisk vurdering av fordelene, ulempene og risikoene ved å ha en side på Facebook. Deres vurdering er at i Digdir sitt tilfelle er fordelene ved å bruke Facebook større enn ulempene og risikoene.

1.7 Definisjoner og begrepsavklaringer

GDPR: Personvernforordningen (Forordning 2016/679, på engelsk General Data Protection Regulation, forkortet GDPR) er en forordning som skal styrke og harmonisere personvernet ved behandling av personopplysninger i Den europeiske union (EU). Opprettelsen av like regler for de næringsdrivende i EU, er også ment å tjene den økonomiske utviklingen i dette området. Forordningen omhandler også i noen grad behandling som skjer utenfor EU eller overføring av personopplysninger ut av EU.

Forordningen trådte i kraft 25. mai 2018.

Risiko: Hypotese om hvilken fare en hendelse representerer eller sannsynlighet kombinert med konsekvens.

³ <https://www.kommunikasjon.no/fagstoff/fagartikler/2022/kommunikasjonsforeningen-bli-pa-facebook>

⁴ <https://www.digdir.no/digdir/digdir-har-vurdert-sin-bruk-av-facebook/3528>

Behandlingsansvarlig: Den som bestemmer formålet med behandlingen av personopplysninger og hvilke hjelpemidler som skal brukes. Dette er vanligvis en virksomhet.

Informasjonssikkerhet: Sikring av opplysninger ved å bruke prinsippene om konfidensialitet, integritet og tilgjengelighet.

Meta og Facebook: I oktober 2021 skiftet Facebook Inc. Navn til Meta Platforms Inc. Den teknologiske plattformen heter fortsatt Facebook.

- **Meta** navnet på selskapet som er juridisk ansvarlig for behandling av persondata som skjer på plattformen
- **Facebook** er fortsatt navnet på plattformen, og navnet som brukerne forholder seg til.

2. Kommunenes Facebook-sider og bruk

2.1 Antall følgere på kommunenes Facebook-sider

Data fra den 02.05.2022:

- Gjøvik kommune 11 709 følgere⁵
- Nordre Land kommune 8 582 følgere⁶
- Søndre Land kommune 3 227 følgere⁷
- Vestre Toten kommune 4 702 følgere⁸
- Østre Toten kommune 6 749 følgere⁹
- Gjøvikregionen Utvikling 1 241 følgere¹⁰

I tillegg har alle kommunene egne Facebook-sider for ulike tjenesteområder som for eksempel barnehager, bibliotek, kulturskole og andre avdelinger eller lokasjoner.

2.2 Formålet og bruken av Facebook

Facebook er et sentralt medium. Over 3.5 millioner nordmenn har konto/profil på Facebook.

Kommunelovens paragraf 4 sier: «Kommuner og fylkeskommuner skal drive aktiv informasjon om sin virksomhet. Forholdene skal legges best mulig til rette for offentlig innsyn i den kommunale og fylkes- kommunale forvaltningen». Åpenhet og informasjon skal sikre et bredt engasjement fra allmennheten.

⁵ <https://www.facebook.com/stoltavgjovik>

⁶ <https://www.facebook.com/nordrelandkommune>

⁷ <https://www.facebook.com/sondrelandkommune>

⁸ <https://www.facebook.com/vestretotenkommune>

⁹ <https://www.facebook.com/ostretotenkommune>

¹⁰ <https://www.facebook.com/Gjovikreg>

Kommunene sitt **formål** med Facebook er å spre informasjon fra kommunene om stort og smått.

Typiske poster er:

- Informasjon om kommunens tjenester
- Informasjon om saker som er aktuelle
- Informasjon om hva som skjer i kommunen
- Ledige stillinger

Hyppeghet av poster: 1-2 innlegg daglig

Innhold som deles på Facebook er det samme innholdet som kommunene deler i andre kanaler også. I kommunikasjonsstrategiene til kommunene står det at nettsidene er kommunens hovedkanal til kommunikasjon med innbyggere.

Kommunene betaler av og til for annonsering på Facebook og i andre sosiale medier. Det gjør vi først og fremst for å nå ut til flere med stillingsannonser.

Vi har erfart at Facebook er en effektiv kanal i krisesituasjoner, da gjelder det å være raskt ute med korrekt informasjon. Spesielt viktig har det vært dersom kommunens egne kanaler som for eksempel nettside har vært nede.

2.3 Kommunenes vurdering av verdiene ved å være på Facebook

- En viktig kanal for å kommunisere og nå ut med informasjon til våre innbyggere
- En viktig kanal for å få trafikk til nettsiden
- En viktig kanal i beredskapssammenheng
- Det er viktig at kommunene er til stede på de kanalene som innbyggere er. Mange av innbyggerne benytter sosiale medier aktivt i sin hverdag. Mange har også en forventning at kommunen skal være aktiv på Facebook.

2.4 Konsekvenser hvis kommunene velger å deaktivere Facebook

Hvis kommunene velger å avslutte all bruk av Facebook vil det være vanskeligere å nå ut til innbyggere med viktig informasjon som vi ønsker å kommunisere ut til våre innbyggere.

Kommunene opplever at Facebook er en svært effektiv kanal for å nå mange av våre innbyggere på en rask og effektiv måte. Alle kommunene opplever god rekkevidde på innlegg. Dette er en raskt, tilgjengelig og kostnadsfri kanal som er per dags dato en viktig og verdifull kanal for kommunene.

Innbyggere forventer også å finne informasjon fra kommunene på Facebook. Det hadde vært uheldig for både innbyggerne og kommunene hvis kommunene unnlater å bruke den største sosiale mediekanalen i Norge.

2.5 Brukerne har selv frivillig valgt å opprette en Facebook-konto

Brukerne har alle frivillig valgt å opprette en Facebook-konto, og alle som oppretter en profil på Facebook må godkjenne Metas retningslinjer før opprettelse og bruk.

For å se innhold på en offentlig Facebook-side trenger en ikke å ha en konto selv. Brukere som ikke er logget inn på siden vil ikke kunne like, kommentere eller dele innhold, men kan se alt innhold som blir publisert. En bruker som ikke er logget inn, eller har egen konto vil dermed ikke kunne legge igjen digitale spor som inneholder personopplysninger som vi igjen kan bruke til å segmentere på, eller rette annonsering mot.

3. Personopplysninger

Kommunene i Gjøvikregionen bidrar til innsamling av personopplysninger fra de som samhandler med våre Facebook-sider.

En bedriftsside på Facebook leder til innsamling av bruk av personopplysninger i funksjonen sideinnsikt. Denne funksjonen kan ikke slås av.

Innsikt er av Facebook beskrevet slik:

«Innsikt: Når du driver og administrerer en side med Facebook, får du gratis og ubegrenset tilgang til publikums- og annonseinnsikt. Innsikt-fanen inneholder sideoversikten din, inkludert engasjement og hvilke handlinger folk har utført på siden din.»¹¹

3.1 Innsamling av personopplysninger

Personopplysninger som kommunene samler inn, er fra innhold som den registrerte selv skaper gjennom ytringer og engasjement.

- Kommenterer på et innlegg
- Gir en reaksjon på et innlegg
- Sender en melding via Messenger
- Legger inn en anmeldelse

I tillegg vil Meta samle inn observert data om brukere som ser innhold fra kommunenes Facebook-side.

Hvis brukere deler sensitiv informasjon i kommentarfeltet eller direktemeldinger, vil kommunene fjerne disse og oppfordre den registrerte til å ta kontakt på annen måte. Det skal også ligge ute retningslinjer synlig på alle kommunenes Facebook-sider.

¹¹ <https://www.facebook.com/business/help/412634305818063?id=939256796236247>

3.2 Lagring av personopplysninger

Når en bruker sletter sin konto, skriver Meta i sine retningslinjer for data har de sletter data knyttet til en konto innen 30 dager.¹²

Datatilsynet har i sin vurdering på side 22 i rapporten vist til at *“det er uklart om opplysninger også slettes fra Metas underliggende systemer, eller om de blir værende her også etter at de er slettet fra en Facebook-profil.”*

Kommunene i Gjøvikregionen har ikke noe oversikt eller kan hente ut noe logg på Facebook dersom en registret bruker ber om innsyn over alle personopplysninger vi har på den registrerte på våre Facebook-sider og øvrige systemer. Brukere av Facebook skal ha mulighet til å sjekke dette selv i sin aktivitetslogg. Alle aktiviteter brukeren gjør på Facebook registreres i aktivitetsloggen. Alle innlegg, kommentarer, likes, søk, videovisninger og så videre er registrert i aktivitetsloggen som er tilgjengelig via brukerens profil. Denne informasjonen er kun tilgjengelig for brukeren selv og Facebook, og er ikke noe kommunene som eier av en Facebook-side har tilgang til.

3.3 Bruk av personopplysninger

Kommunene i Gjøvikregionen bruker informasjonen på Facebook-siden til å drive med informasjonsarbeid.

Meta vil behandle dataene til andre formål, men dette skjer utenfor kommunene sitt behandlingsansvar.

Kommunene kan benytte personopplysninger til å rette markedsføring eller annonser mot spesifikke målgrupper eller segmenter.

Hvis vi ønsker å rette en annonse mot en spesifikk målgruppe kan vi segmentere på bakgrunn av kriterier som demografiske eller geografiske data, interesser, eller på bakgrunn av en aktivitet, som for eksempel brukere som følger en spesiell type side eller gruppe, eller brukere som har deltatt/trykket skal på et spesifikt arrangement. Dette er data som brukeren har lagt inn og tilknyttet sin personlige profil, og som Meta tilgjengeliggjør for annonsører.

3.4 Hvem har tilgang på opplysningene?

Publikum og kommunene har tilgang til personopplysninger som deles i kommentarfeltet og til brukerens reaksjoner. Kommunene har også tilgang til Messenger-meldinger og statistikkinformasjon. Messenger-meldinger er en lukket melding mellom kommunen som eier av Facebook-siden og den brukeren som har sendt meldingen.

¹² <https://www.facebook.com/privacy/explanation>

Meta vil ha tilgang til alle personopplysninger, både fra innhold brukeren skaper på siden og fra brukerens aktiviteter.

Den registrerte har kontroll over sine personopplysninger på Facebook

- Alle brukere på Facebook har egen aktivitetslogg hvor alle aktiviteter er registrert og logget. Alle aktiviteter brukeren gjør på Facebook registreres i aktivitetsloggen. Alle innlegg, kommentarer, likes, søk, videovisninger og så videre er registrert i aktivitetsloggen. Brukeren kan velge å slette aktiviteter fra aktivitetsloggen. Aktiviteter som slettes vil heller ikke brukes av algoritmene som velger hvilke poster og annonser brukeren får se. Aktivitetsloggen er tilgjengelig gjennom menyen eller denne lenken: <https://www.facebook.com/ditt.brukernavn/allactivity>
- Alt innhold som brukeren har skrevet og publisert kan de selv slette.
- Meta skriver i sine retningslinjer at brukere kan bestille en utskrift av all personlig informasjon som er lagret hos dem¹³.

3.5 Behandlingen av personopplysning

Facebook sin behandling av personopplysninger

Facebook behandler og bruker personopplysninger til en rekke formål som de beskriver i sine retningslinjer for Facebook.¹⁴ Blant annet for å gi brukere tilpasset innhold etter egne interesser, hvor brukeren befinner seg geografisk, livssituasjon, kjønn og alder. Facebook selger også annonseplass til aktører som kan bruke opplysninger Facebook har om enkeltpersoner i annonser på plattformen.

Kommunene sin behandling av personopplysninger

- Nå ut til flest mulig av sine innbyggere (målgrupper) med innhold vi publiserer.
- Stimulere til engasjementet om temaer vi arbeider med.
- Kommunene betaler noen ganger for annonsering på Facebook og i andre sosiale medier. Da benytter vi personopplysninger som brukere har registrert for å treffe akkurat de målgruppene vi ønsker med vårt innlegg.

4. Felles behandlingsansvar

På Facebook er det Meta som er behandlingsansvarlig.

Kommunene i Gjøvikregionen og Meta har felles behandlingsansvar for innsamling av personopplysninger på kommunenes Facebook-side.

¹³ <https://www.facebook.com/privacy/explanation>

¹⁴ <https://www.facebook.com/privacy/explanation>

Det er tre aktører som er involvert i behandlingsansvaret for innhold som publiseres på kommunene sin Facebook-side. Dette er tilbyderen (Meta), eier av siden (den enkelte kommune) og bruker (den registrerte)

Felles behandlingsansvar er avgrenset til disse behandlingene. For eventuell behandling av personopplysninger før og etter dette er Meta behandlingsansvarlig alene. All denne behandlingen er regulert i brukeravtalen den registrerte inngår med Meta når det opprettes en brukerkonto på Facebook.

5. ROS-analyse

Arbeidsgruppen har gjennomført en grundig ROS-analyse, se vedlegg 1.

Noen av punktene som ble identifisert i analysen:

- Vi er prisgitt databehandlingsbetingelsene til Meta, og som behandlingsansvarlig kan vi ikke stille krav til informasjonssikkerhet.
- Kommunene har ikke kontroll over alle sine Facebook-sider og dets innhold.
- Ikke alle administratorer, moderatorer og redaktører har tilstrekkelig kunnskap og kompetanse til å vedlikeholde og drifte en Facebook-side i kommunens navn
- Facebook er tilgjengelig 24/7, vi er ikke på vakt 24/7 for overvåking og moderering av våre Facebook-sider.
- Kommunene mangler retningslinjer for opprettelse og bruk av Facebook, både for hovedside og tjenestesider.
- Integrasjon mellom Facebook og tredjepartsider gir en større risiko.

6. Forslag til tiltak

I arbeidet med ROS-analysen har arbeidsgruppen kommet med en rekke tiltak som reduserer personvernsrisikoer og ulemper det eventuelt medfører.

Disse tiltakene er:

- Alle kommunene skal gjøre en kartlegging av sine Facebook-sider eller grupper, og gjøre en kritisk vurdering om det er noen kontoer som skal avsluttes.
- Det anbefales at alle kommunene gjør en gjennomgang av sine rutiner for opprettelse og bruk av Facebook.
- Bruken av Facebook Pixel på kommunenes nettsider avvikles. Facebook Pixel er en liten kodesnutt du legger til i koden på nettsiden, som gjør at innhold fra Facebook er synlig på nettsiden.
- All informasjon fra kommunene i Gjøvikregionen deles i flere kanaler. Det gjør at innbyggere selv kan gjøre et aktivt valg om å bruke Facebook eller ikke.

- Alle Facebook-sider skal ha tydelige retningslinjer som ligger åpne og lett tilgjengelige på siden, retningslinjene bør inneholde:
 - Informasjon om hvem som eier Facebook-siden og hvem som er avsender.
 - Informasjon om hva slags innhold som blir publisert på Facebook-siden.
 - Informasjon om at arkivverdig informasjon og det som krever saksbehandling ikke kan besvares her.
 - Veilede innbyggere til nyttige lenker og tjenester.
 - Regler om folkeskikk og ytringsfrihet.
 - Informasjon om behandling av personopplysninger.
- Vurdering om at kommentarfelt skal sperres på alle innlegg eller noen innlegg (for eksempel innen spesifikke områder/temaer).
- Obligatorisk kurs og opplæring til alle ansatte som er administratorer, moderatører eller redaktører for en Facebook-side, og/eller sosiale medier for øvrig.
 - Bilder og opphavsrett
 - Informasjon om arkivverdig informasjon og arkivloven
 - Kjennskap til retningslinjene til kommunen
 - Spam og falske profiler
 - Klart språk - Egen skriveguide om hvordan vi skriver på sosiale medier
- Krav om at alle medarbeidere som håndterer sin kommunes Facebook-side må ha aktivert to-trinns autentisering på sin private Facebook innlogging.

7. Konklusjon og anbefaling

Kommunene i Gjøvikregionen ser på Facebook som en naturlig del av den digitale kommunikasjonen vi har mot innbyggerne. Vurderingen av tilstedeværelse på Facebook er ikke en ren juridisk vurdering. Politikk, etikk og innbyggerens forventninger er like sentrale faktorer.

Konklusjonen i rapporten er at for kommunene kan det ha større konsekvenser å deaktivere alle sine Facebook kontoer enn å bli.

En av de største risikoene på Facebook er brukerne selv. Mange brukere mangler generell kunnskap og informasjon om at innlegg som skrives på en åpen Facebook-side i form av reaksjoner, kommentarer eller lignende, vil ligge åpent tilgjengelig på internett. Det er derfor viktig at vi som offentlige aktører gir tydelig informasjon om dette i våre retningslinjer, og at vi henviser til informasjon om nettvett og personvern.

Arbeidsgruppens anbefaling er at kommunene kan og bør fortsette å ha en Facebook-side, men med de tiltakene som beskrives i rapporten.