

Vefmiðlar og félagsmiðstöðvar í Reykjavík

Leiðbeiningar og viðmið

Efnisyfirlit

Inngangur	3
Viðmið varðandi notkun vefmiðla hjá félagsmiðstöðvum SFS	4
Öryggisstillingar á vefmiðlum	5
Öryggisstillingar á Facebook.....	5
Öryggisstillingar á Youtube.....	8
Öryggisstillingar á Instagram	9
Viðauki I – Facebook og markaðssetning	10
Viðauki II – Gott að hafa í huga	12
Viðauki III - Útskýringar og rökstuðningur með viðmiðum	14
Gagnlegar vefsíður	16
Eftirtaldir aðilar tóku efnið saman:	17

Inngangur

Rit þetta er sett saman af nefnd sem skipuð var vorið 2013 til að setja viðmið um notkun vefmiðla í félagsmiðstöðvum. Hér er farið yfir helstu mál er tengjast notkun vefmiðla og gert grein fyrir viðmiðum, öryggisstillingum, notkun og fleira sem getur nýst félagsmiðstöðvum. Það er nokkuð ljóst að netnotkun hjá ungu fólki fer vaxandi og upplýsingaöflun þeirra fer í ríkara mæli í gegnum internetið. Mikilvægt er fyrir félagsmiðstöðvar að draga ekki lappirnar í þeim efnum og reyna eftir fremsta megni að fylgja unglöngunum í þeirri þróun. En því fylgir ákveðin ábyrgð enda eiga félagsmiðstöðvar að vera leiðandi fyrirmynd þegar kemur að æskilegri notkun sem og að stefna ekki hagsmunum unglöngva í hættu. Það er þó á ábyrgð hvers og eins að kynna sér þá vefmiðla sem eru í gangi hverju sinni því oftast er ekki er það þannig að þegar búið er að læra á einn miðil þá er kominn nýr ennþá betri. Það þarf því stöðugt að vera á tánum og vera tilbúinn að setja sig í nýjar stellingar ef svo ber undir. Margir eru hræddir við þessa þróun og myndu helst óska þess að hún myndi stoppa. Það er vissulega skiljanlegur ótti en þó oft á misskilningi byggður. Oftast er ekki virðast sumir stundum ekki sjá skóginn fyrir trjánnum og sjá ekki þá jákvæðu hluti sem þessi þróun getur einnig haft í för með sér þó vissulega séu hættur margar. Það er okkar markmið hér að reyna að koma í veg fyrir misskilninginn en um leið auka meðvitund um skynsamlega netnotkun.

Viðmið varðandi notkun vefmiðla hjá félagsmiðstöðvum SFS

1. Verkefnisstjóri félagsmiðstöðvarinnar ber ábyrgð á vefmiðlum félagsmiðstöðvarinnar og kynna sér reglulega skilmála vefmiðlana sem eru í notkun. Hann metur hvort efni sé birtingarhæft og hvort um er að ræða *opinbert eða óopinbert efni.
2. Myndir úr starfi félagsmiðstöðvar skulu settar á óopinberan vettvang með hámarks öryggisstillingum (sjá viðauka III). Myndir af hópi, dauðum hlutum, starfsfólki, vinningshöfum eru dæmi um myndefni sem gæti átt heima á opinberum vettvangi.
3. Heimasíða félagsmiðstöðvar er andlit hennar út á við. Hún er opinber vettvangur þar sem hagnýtar upplýsingar um starfsemi félagsmiðstöðvar skulu birtar. Dæmi um hagnýtar upplýsingar eru opnunartími, upplýsingar um starfsfólk, símanúmer félagsmiðstöðvar, heimilisfang félagsmiðstöðvar, dagskrá, almennar fréttir o.fl.
4. Starfsmenn félagsmiðstöðva sem halda úti persónulegum vefsíðum skulu ekki gerast vinir félagsmiðstöðvarinnar né unglínganna í félagsmiðstöðinni. Þá er þess óskað að starfsmenn félagsmiðstöðva hafi persónulegar vefsíður sínar læstar fyrir almenningi (óopinberar) og hafi í huga að opnumyndir (e. coverphoto) og forsíðumyndir (e. profile photo) á facebook eru alltaf opinberar. Sama gildir um aðra vefmiðla.
5. Í hvívetna skal hugað að öryggi og velferð unglínganna sem skráðir eru vinir félagsmiðstöðvarinnar. Því ber ábyrgðaraðila að yfirfara ummæli (e. comments) við myndir/myndbönd og almenna umræðu/innsetningu unglíngna á vefsíðum á borð við Facebook, Instagram, Youtube og Twitter sem er á vegum félagsmiðstöðvarinnar.

**Skilgreiningar til hliðsjónar með viðmiðum:*

Opinber vettvangur

Vettvangur sem er opinber almenningi, enginn eða takmarkaður stýrður aðgangur að efni. Dæmi: Heimasíður félagsmiðstöðva, Like-síður, ólæstar facebook síður, ólæst instagram, twitter og fleira.

Óopinber vettvangur

Stýrður vettvangur að efni sem aðeins er aðgengilegur völdum hópi/einstaklingum. Dæmi: Læstar facebook síður, hópur (e. groups) á facebook, læst myndaalbúm, læst Instagram síða o.fl.

Öryggisstillingar á vefmiðlum

Til að koma í veg fyrir að stofna hagsmunum félagsmiðstöðvarinnar og unglínganna í hættu er mikilvægt að huga vel að öryggisstillingum á þeim vefmiðlum sem eru í notkun. Fara skal vandlega yfir þær stillingar sem netmiðillinn býður upp á, áður en farið er af stað í að virkja miðilinn. Hér fyrir neðan má sjá þær stillingar sem mælt er með en hafa skal í huga að skjótt skipast veður í lofti í netheiminum og því mikilvægt að fylgjast vel með þeim breytingum sem gætu hafa átt sér stað.

Öryggisstillingar á Facebook

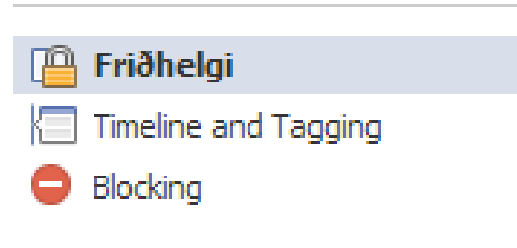
Byrja á því að fara í tannhjólíð efst uppi til hægri, þar er smellt á friðhelgisstillingar, þá kemur upp þessi mynd:

The screenshot shows the Facebook privacy settings page. The left sidebar contains navigation options: Almennt, Öryggi, Friðhelgi (selected), Timeline and Tagging, Blocking, Tilkynningar, Farsími, Fylgjendur, Viðbætur, Ads, Greiðslur, Gifts, and Support Dashboard. The main content area is titled 'Friðhelgistillingar og verkfæri' and contains the following settings:

Setting	Current Status	Action
Hver getur séð efnið mitt?	Hver getur séð efnið þitt í frambíðni?	Vinir Breyta
	Fara yfir allt efni sem þú ert merkt/ur á	Nota athafnaskrá
	Takmarka þann hóp sem getur skoðað efni sem þú hefur deilt með vinum vina eða almenningi?	Takmarka eldri innlegg
Hver getur flett mér upp?	Hver getur flétt þér upp með því að nota netfangið þitt eða símanúmerið sem þú gafst upp?	Allir Breyta
	Viltu að aðrar leitarvælar tengist tímalínunni þinni?	On Breyta

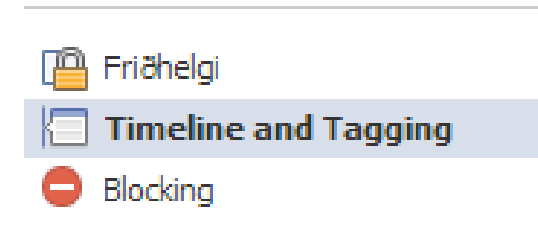
Hvað skal velja?

- Hver getur séð efnið mitt?
 - Vinir
- Hver getur flett mér upp?
 - Allir



Tímalína og merking (e. tagging)

- Hver getur sett efni á tímalínuna mína?
 - Vinir
- Skoða efnið sem vinir þínir setja á vegginn þinn áður en það birtist
 - ON
- Hver getur séð efnið á tímalínunni minni?
 - Vinir
- Hver getur séð innlegg frá öðrum á tímalínunni þinni?
 - Vinir
- Skoða og samþykkja merkingar (e. tags) sem aðrir setja á þínar myndir eða þinn vegg af öðrum áður en það birtist vinum þínum.
 - ON
- Þegar félagsmiðstöðin er merkt (e. tagged) í pósti hjá öðrum, hverjir mega sjá það?
 - Vinir



Tilkynningar

Það eina sem þarf að breyta í þessum lið eru merkingar (e. tags) , sjá mynd:



Með því að velja „anyone“ færð þú tilkynningu í hvert skipti sem félagsmiðstöðin er merkt (e. tagged) á mynd eða í pósti.

What You Get Notified About	Activity that involves you	On	View
	Close Friends activity	On Facebook and Email	Breyta
	Tags	Anyone	Breyta
	Group activity	On for 17 of your 19 groups	Breyta
	App requests and activity	On for 13 of your 13 apps	Breyta

Öryggisstillingar á Youtube

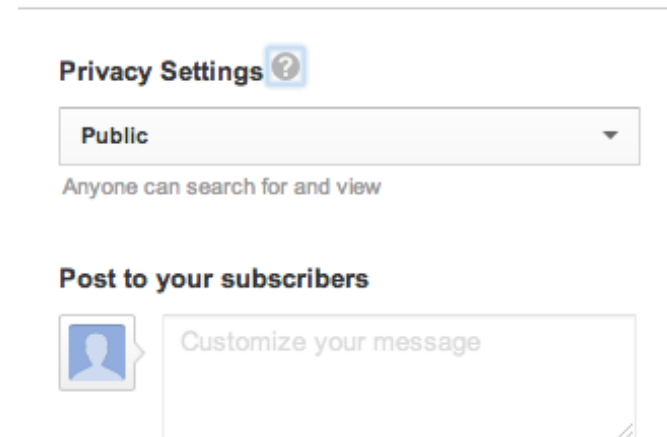
Mælt er með ákveðnum öryggisstillingum á Youtube sem gott er að hafa í huga. Ekki er mikið af stillingum sem þarf að huga að varðandi aðganginn (e. account) sem slíkan heldur meira hvað varðar þau myndbönd sem sett eru inn. Eftirfarandi stillingar er gott að fara yfir:

Þegar myndband er sett inn er mikilvægt að fara í grunnupplýsingar myndbandsins (e. basic info) og velja hvernig við viljum að myndbandið birtist. Hægt er að velja um þrjá valmöguleika:

1. Public – þá geta allir séð þetta og leitað að því
2. Unlisted – allir geta séð en það kemur ekki upp í leit – fólk þarf að hafa vefslóðina
3. Private – bara þú og valdir aðilar geta séð



Ef metið er svo að myndbandið sé saklaust og eigi erindi við alla sem hafa áhuga á því þá er gott að velja “public” en valmöguleikinn “unlisted” er þó kannski oft skynsamlegri ef þú vilt að allir geti séð en almenningur geti ekki leitað að því á Youtube. Þá geturu sett það inn á Facebook eða þann miðil sem þú kýst og stjórnað dreifingu þess með vefslóðinni.



Ef farið er í frekari stillingar (e. advanced settings) þá eru nokkrar stillingar sem gott er að hafa í huga (*sjá mynd*). Þar er hægt að stýra því hverjir og hvort sé hægt að skrifa ummæli, hvort hægt sé að líka við (e. like/vote) ummælin, sjá hvaða einkunn myndskreiðið hefur fengið og hvort fólk geti sett inn önnur myndskreiði fyrir neðan. Þarna þarf ábyrgðaraðili að leggja mat á hvað þykir skynsamlegt hverju sinni. Ummæli geta verið skemmtileg en þau geta líka verið varasöm og boðið upp á leiðindi.

Öryggisstillingar á Instagram

Þær stillingar sem gott er að hafa í huga varðandi Instagram eru eftirfarandi. Mælt er með því að Instagrammið sé læst og að félagsmiðstöðin þurfi að samþykkja þá einstaklinga sem sækjast eftir því að vera vinir hennar á Instagram. Hafa skal í huga kassamerkingu # (e. hashtag #) en möglega gæti myndin orðið opinber skv. skilgreiningu í viðmiðum.



Basic Info **Advanced Settings**

Comments and responses

Allow comments All ▾

Users can vote on comments

Users can view ratings for this video

Allow video responses: Approved ▾

License and rights ownership

Standard YouTube License ▾

Syndication

Everywhere

Caption certification ?

Select one ▾

Distribution Options

Allow Embedding ?

Notify subscribers ?

Viðauki I – Facebook og markaðssetning

Eitt af því sem félagsmiðstöðvar þurfa að huga vel að er að koma upplýsingum áleiðis til unglínganna. Er hægt að líta svo á að um nokkurs konar markaðssetningu sé að ræða þar sem mikið kapp er lagt á að gera starfið spennandi og eftirsóknarvert. Þar skipta boðleiðirnar miklu máli og kemur Facebook sterk inn þar ásamt öðrum vefmiðlum. Þróunin færir stöðugt meira í þá átt að unglíngarnir nýta sér internetið til upplýsingaöflunar og því mikilvægt að félagsmiðstöðvar séu ekki að draga lappirnar í þeim efnum.

Þar sem um 90% unglínganna eru á Facebook (*framvegis skammstafað FB*) er líklegt að vel flestir unglínganna séu með FB. Það er því mikilvægt að fara yfir það í byrjun hvers árs hvort það séu ekki örugglega allir vinir félagsmiðstöðvarinnar á FB. Það getur verið tímafrekt en skilar sér margfallt þegar uppi er staðið. Vissulega eru alltaf einhverjir sem eru ekki á FB og því er mikilvægt að hafa í huga að halda við allaveganna 2 – 3 boðleiðum svo allir hafi kost á því að nálgast upplýsingar óháð því hvort þeir séu með FB aðganga eða ekki. Hér skal þó lögð megin áhersla á notkun FB en aðrar boðleiðir gætu verið auglýsingar út í skóla, heimasíða o.s.frv.

Þegar búið er að bæta við (e. add) öllum unglíngunum á FB kemur upp spurningin, hvernig tryggjum við það að allir sjái þær upplýsingar sem við setjum inn. Er t.d. nóg að skrifa bara stöðuuppfærslu (e. status) og vonast til að allir sjái hana? Í stuttu máli, nei. FB flokkar nefnilega vinina eftir því hversu virkir þeir eru í samskiptum við hvorn annan. Þannig að ef unglíngarnir eru t.d. ekki mikið að skoða heimasvæði (e. profile) félagsmiðstöðvarinnar eða hafa samskipti við hana þá er hætt á því að þeir sjái ekki stöðuuppfærsluna í fréttaveitunni (e. new feed). Hvað er þá til ráða? Jú, stofna hóp (e. group).

Kostirnir við að stofna hóp (e. group) eru margir. Í fyrsta lagi er hægt að halda mjög vel utan um það hverjir eru í hópnum með því að stjórna því hverjir komast í hann og hverjir ekki. Þannig er t.d. hægt að stjórna því að bara þeir sem eru í skólanum hverju sinni séu í ákveðnum hóp. Sé síðan t.d. 16+ starf þá er hægt að hafa sér hóp fyrir það o.s.frv. Þannig er hægt að halda þeim vinum sem félagsmiðstöðin “safnar” og aðgreina þá með hópum. Annar kostur er sá að þú getur ráðið algjörlega hvernig hópurinn virkar og hvaða stillingar þú velur. Þú getur valið að hafa hana leynilega þannig að enginn sjái hana, þú getur valið hvort stjórnandinn geti bara bætt við ummælum (e. comments) eða allir, þú getur valið það hvort allir geti bætt við (e. add) fólki í hópinn eða að þú þurfir að samþykkja viðkomandi o.s.frv. En kannski tveir af stærstu kostunum í upplýsingalegu samhengi eru þeir að þegar þú gerir stöðuuppfærslu þá geturðu séð hvað margir sjá hana og unglíngarnir fá tilkynningu (e. notification) um að virkni hafi átt sér stað í hópnum. Þannig er hægt að auka líkurnar til muna að upplýsingarnar komist til sem flestra og þú getur fylgst með því hve margir sjá stöðuuppfærsluna í raun og veru. Sú tölfræði er mjög mikilvæg fyrir þá sem vilja koma áleiðis upplýsingum.

Í stuttu máli

- Fara yfir nafnalista í upphafi hvers árs og bæta við þeim vinum sem upp á vantar – tímafrekt en marg borgar sig
- Búa til hóp með þeim einstaklingum sem þú vilt ná til – margfaldar áhrif boðleiðarinnar og gefur meiri yfirsýn og stjórnunarmöguleika.

Viðauki II – Gott að hafa í huga

Myndbirtingar

Ávallt skafa hagsmuni unglinganna að leiðarjóni. Varast ber að setja inn myndir sem gætu á einhvern hátt skaðað unglinginn eða hans ímynd. Að öðru leyti skal beita almennri skynsemi þegar kemur að myndavali og ef það er einhver vafi að leita þá til annarra starfsmanna.

Deilingar (e. share) á myndum/myndaalbúmi

Margar félagsmiðstöðvar eru með sér foreldrafacebook eða hópa. Auðvelt er að deila (e. share) myndum með hópum en til þess að geta deilt myndum til foreldranna þarf að bæta þeim við sem vini og þá er hægt að deila. Dæmi. Félagsmiðstöðin Dregyn er með unglinga-facebook (Félagsmiðstöðin Dregyn) og foreldra-facebook (Foreldra Dregyn). Hlaði Félagsmiðstöðin Dregyn inn myndum en vill deila því með Foreldra Dregyn þurfa þeir fyrst að gerast vinir. Þá geta þeir deilt sín á milli eins og enginn sé morgundagurinn.

Ummæli og “læk” (comments og like)

Æskilegt er að starfsmenn búi sér til einhverja starfsreglu varðandi það að skrifa ummæli eða líka við einhverja hluti hjá unglingunum. Jafnvel þó meiningin á bakvið ummælin eða “lækið” geti verið góð þá gæti einhverjum fundist að verið sé að gera upp á milli. Þetta er þó eitthvað sem þarf bara að meta hverju sinni og fer eftir samhenginu.

„Like“ síður

Hinar svokölluðu “Like” síður eru síður sem eru öllum opnar. Hægt er að búa til svoleiðis síðu á Facebook en þá er ekki um að ræða vini heldur fólk sem getur líkað við síðuna. Þarna er um að ræða opinberan vettvang og því skal vanda valið á því efni sem þar fer inn. Þetta getur þó verið mjög sniðugt til að ná til stærri hóps og sérstaklega þegar félagsmiðstöðin vill kynna eitthvað sem á erindi við allt samfélagið.

Viðburðir (e. events)

Hér er mælt með því að viðburðir á vegum félagsmiðstöðvarinnar sem eru einungis ætlaðir unglíngunum í þeirri stöð séu stilltir á “invites only”. En þá eru bara þeir sem eru boðnir sem sjá viðburðinn.

Kassamerking (e. Hashtag / #) á Instagram

Kassamerkingar eru oft notaðar af vemiðlum sem ákveðið flokkunarkerfi. Þá eru allar færslur eða myndir með sömu kassamerkingar flokkaðar saman. Hafa skal því í huga að kassamerking getur gert hlut opinberan sem á að vera óopinber.

Viðauki III - Útskýringar og rökstuðningur með viðmiðum

Opinber og óopinber vettvangur. Skilgreiningar á opinberum og óopinberum vettvangi eru settar fram til þess að auðvelda verkefnisstjórum að meta hverskyns efni er viðeigandi á hvaða vettvangi. Tækninni flýgur fram og því ætti að vera hægt að heimfæra viðmiðin á nýjar vefmiðlunarleiðir, líti þær dagsins ljós.

1. Starfsmenn félagsmiðstöðva eru fagfólk og er þeim treyst til að vinna fagstarf með börnum og unglingum. Sama á við um framkomu á veraldarvefnum og val á því efni sem þangað ratar. Vegna tækniþróunar og breytinga á skilmálum/reglum vefmiðla er sú krafa sett á verkefnisstjóra (ábyrgðaraðila hvers félagsmiðstöðvar) að hann sé upplýstur um núgildandi skilmála á þeim miðlum sem hann kys að nota.
2. Nefndin telur að myndir á óopinberum vettvangi með læstum aðgangi séu í öruggari höndum en myndir á opinberum vettvangi (t.d. heimasíðunni) þar sem hver sem er getur nálgast þær. Enda hægt að fylgjast með ummælum (e. comments) og dreifingu/deilingum (e. share). Facebook er meðeigandi að öllu efni sem hlaðið er á síðuna og má nota myndir án þess að bera undir meðeigandann þ.e. okkur. Þó má Facebook einungis nýta þær í eigin markaðsskyni en ekki selja til þriðja aðila. Hins vegar bendir nefndin á að á hverjum degi eru 300 milljón myndum hlaðið inn á facebook í fremur lítilli upplausn (<http://www.businessinsider.com/facebook-images-a-day-instagram-acquisition-2012-7>). Líkurnar á því að mynd úr félagsmiðstöðvarstarfi sé notað af facebook í markaðssetningarskyni eru því ansi litlar (skv. lauslegum útreikningum 1 á móti 9.000.000). Varðandi hugsanlega óánægju foreldra um að facebook geti notað mynd af sínum unglingi í markaðssetningarskyni er líklega best að tilkynna foreldrum um þetta verklag með nægjanlegum rökstuðningi og jafnvel óska eftir mótmælum. Ef mótmæli berast er það verkefnisstjórans að gæta þess að myndir af þeim unglingi rati ekki á facebook. Myndbirting á opinberum vettvangi krefst þess að verkefnisstjóri sé ábyrgur enda starfið ekki klippt og skorið né þessi viðmið. Í markaðssetningarskyni getur verið hentugt fyrir félagsmiðstöðvar að setja mynd eða myndskaið á opinberan vettvang. Athyglinni er beint að því að slíkt sé gert í hófi og með meðvitund um hugsanlegar afleiðingar. Dæmin eru ætluð til leiðbeiningar.

3. Ákvæði til áminningar um mikilvægi þess að upplýsa foreldra og utanaðkomandi (skrifstofufólk á Höfðatorgi, Ráðhúsinu, Frístundamiðstöðvum, fjölmiðla o.fl.) um starfsemi félagsmiðstöðvarinnar. Fyrirtæki geta verið dæmd af heimasíðunum og því skiptir máli að hún endurspegli faglegt starf. Mælir nefndin með að heimasíðan sé notuð reglulega og verkefnisstjórar hvattir til að leita leiða til að efla hana. Athygli er vakin á því að setja aðeins inn myndir á heimasíðuna sem hæfa opinberum vettvangi með það fyrir sjónum að endurspegla faglegt og öflugt starf.
4. Ákvæði sett til verndunar starfsmanna og til aðgreiningar á einkalífi og starfi. Sumar myndir og innsetningar gætu haft óþægilegar afleiðingar fyrir starfsmann í félagsmiðstöð sé hann ekki meðvitaður um hver sér efnið. Flestir eru meðvitaðir um sína hegðun í einkalífi í nágrenni við heimaslóðir félagsmiðstöðvarinnar sinnar, á tækniöld þurfa starfsmenn einnig að vera það í netheimum.
5. Ákvæði til áminningar um tæknivæðinguna til að sporna við einelti, óviðeigandi hópamyndunum, niðrandi ummælum og annarri neikvæðri hegðun á vefmiðlum. Sérstaklega er mikilvægt að fylgjast vel með öllu sem fram fer á vefmiðlasvæði félagsmiðstöðvarinnar, líkt og gert er á opnu húsi eða á viðburðum.

Endurskoðun viðmiða

Nefndin leggur til að viðmiðin séu tekin til endurskoðunar reglulega. Tækninni fleygir fram og þarf því að bregðast hratt við til að sitja ekki eftir. Sem dæmi um öra þróun þá kom upp nýtt forrit þá tvo mánuði sem nefndin starfaði, sem tröllríður nú öllu –Snapchat. Vonar nefndin að skilgreiningarnar um opinberan og ópinberan vettvang leyfi viðmiðunum að lifa lengur en ella.

Gagnlegar vefsíður

- <http://www.facebook.com/help/>
- <http://help.instagram.com/>
- <http://support.google.com/youtube/?hl=en>
- <http://www.google.com>

Eftirtaldir aðilar tóku efnið saman:

Friðmey Jónsdóttir – Frístundamiðstöðin Kampur

Haraldur Óli Ólafsson – Frístundamiðstöðin Frosti

Kristján Sturla Bjarnason – Frístundamiðstöðin Ársel

María Björg Þórhallsdóttir – Frístundamiðstöðin Miðberg

Þórunn Vignisdóttir – Frístundamiðstöðin Kringlumýri

Þorsteinn V. Einarsson – Frístundamiðstöðin Gufunesbær