Policy för sociala medier i Stockholms stad

Tillämpning

Policyn gäller för alla förvaltningar och bolag i Stockholms stad och riktar sig till alla medarbetare i staden. Avsnitten som handlar om att starta nya konton, rapportering av nya konton, basinformation och grafisk profil riktar sig särskilt till förvaltnings- och bolagsdirektörer, kommunikationschefer och kommunikatörer.

Vissa tillämpningar av policyn konkretiseras i

- Stockholms stads varumärkesmanual
- Stockholms stads handledning för sociala medier
- Stockholms stadsarkivs vägledning för arkivering av webb och sociala medier.

På stadens webbplats, stockholm.se, visas ett urval av alla Stockholms stads konton i sociala medier.

Bakgrund och inriktning

Sociala medier är idag en självklar del av medielandskapet och också en naturlig del av Stockholms stads verksamheter. I sociala medier kan stadens medarbetare och verksamheter möta, föra dialog med och nå ut till stockholmare, intressenter, företag och besökare.

Användning av olika sociala medier i Stockholms stad ska stödja verksamhetens mål och följa grundläggande principer, mål och strategier som anges i Kommunikationsprogram för Stockholms stad 2017–2022.

Denna policy baseras på tre grundprinciper

1. Dialog, engagemang och tonalitet

Sociala medier är utmärkta verktyg för att föra dialog med och engagera identifierade målgrupper. Detta är det huvudsakliga skälet för Stockholms stads närvaro i sociala medier.

Stadsledningskontoret
Kommunikationsenheten

Ragnar Östbergs plan 1
105 35 Stockholm
Telefon 08 508 29 193
august.jakobsson@stockholm.se
stockholm.se

Dokn: T2019-01088-1

Staden ska uppmuntra till dialog och hantera de frågor, kommentarer och synpunkter som kommer in via sociala medier. Staden ska svara och ha ett gott bemötande, oavsett ingång, ämne och tonalitet från de som besöker stadens sociala medier.

- Staden ska kommunicera aktivt, tillgängligt och trovärdigt med sina målgrupper och ska utgå från det gemensamma övergripande budskapet ”Stockholm – en öppen, innovativ, hållbar stad” och det kompletterande interna budskapet ”Vi är en mångfald av verksamheter som tillsammans utvecklar staden”.

2. Samordning och tydlighet

Stockholms stad är en kommunkoncern med ett gemensamt varumärke. Därför bör stadens verksamheter, när det finns skäl och förutsättningar, kommunicera på gemensamma konton i sociala medier.

När Stockholms stad kommunicerar i sociala medier ska det vara tydligt att staden är avsändare. I Stockholms stads handledning för sociala medier finns exempel på hur detta tillämpas i olika sociala medier.

3. Verksamhetsnytta, mål och uppföljning

De konton i sociala medier som Stockholms stad ansvarar för ska ha ett tydligt syfte, med koppling till ansvarig förvaltnings eller bolags verksamhetsplan eller uppdrag, och konkreta mål som går att mäta och följa upp kontinuerligt.

För att nå ut och vara framgångsrik i sociala medier behöver staden kommunicera på målgruppens villkor. Därför krävs kontinuerlig analys om vilka målgrupper respektive verksamhet har och vilka behov och förutsättningar som finns för närvaro i sociala medier.

Kommunikationsansvar i sociala medier

Med verksamhetsansvar följer kommunikationsansvar, och detta gäller också för sociala medier. Det innebär att chefen har det yttersta ansvaret för kommunikationen i den egna verksamheten.

Ansvaret innebär att förvaltningen eller bolaget har resurser, kompetens och rutiner för att administrera de konton som startas och att lagar, rutiner och riktlinjer som berör sociala medier efterlevs.

Uppföljningsansvar

Respektive förvaltning och bolag ansvarar för att samtliga konton de ansvarar för följer policyn. Följer ett konto inte policyn är det förvaltningens eller bolagets ansvar att säkerställa och följa upp så att policyn följs.

Beslut om att starta nya konton

För att starta ett nytt konto i sociala medier för en verksamhet eller funktion krävs beslut från respektive förvaltnings- eller bolagsdirektör. Förvaltnings- eller bolagsdirektören kan delegera sin beslutanderätt i enlighet med kommunallagens bestämmelser.

Varje konto ska ha

- ett tydligt syfte kopplat till förvaltningens eller bolagets verksamhetsplan/uppdrag
- mätbara mål och identifierade målgrupper
- en utsedd ansvarig för kontot som ansvarar för planering, publicering, uppföljning, bevakning och moderering.

Detta gäller även för de redan startade konton som respektive förvaltning och bolag ansvarar för.

Rapportering av konton

Kommunikationsenheten på stadsledningskontoret ansvarar för att sammanställa och uppdatera en lista över stadens samtliga konton i sociala medier. Förvaltningar och bolag ska rapportera nystartade, befintliga och avslutade konton två gånger per år (i februari och september) till stadsledningskontorets kommunikationsenhet.

Av rapporten ska framgå

- namn på de konton i sociala medier som förvaltningen eller bolaget ansvarar för
- vilket socialt medium respektive konto finns på
- länk till respektive konto
- en kort beskrivning och syftet med respektive konto
- utsedd ansvarig för respektive konto

Grafisk profil

Förvaltningarnas konton i sociala medier ska följa stadens grafiska profil enligt varumärkesmanualen.

Basinformation

Konton i sociala medier som förvaltningar och bolag ansvarar för ska alltid ha viss basinformation om:

Dokmr: T2019-01088-1

- vilken verksamhet som står bakom kontot och att verksamheten ingår i Stockholms stad
- en kort beskrivning av vad användaren kan förvänta sig för innehåll från kontot
- vilka villkor som gäller för att delta på stadens sociala medier, till exempel att ett inlägg kan bli allmän handling
- kontaktuppgifter till den verksamhet som står bakom kontot
- länk till verksamhetens webbplats

Stockholms stads handledning för sociala medier beskriver hur basinformation bör formuleras på olika sociala medier.

Publiceringsfrekvens

Det bör publiceras nya inlägg på Stockholms stads konton minst ett par gånger i veckan. Vid semester och helgdagar kan publiceringsfrekvensen vara lägre, vilket ska meddelas via ett inlägg på respektive konto.

Besvara frågor och kommentarer

I Förvaltningslagen (2017:900) finns bestämmelser om myndigheternas serviceskyldighet gentemot enskilda. Serviceskyldigheten innebär att myndigheter ska se till att kontakterna med enskilda blir smidiga och enkla samt att myndigheten ska hjälpa enskilda genom att till exempel lämna information och besvara frågor. Enligt förvaltningslagen ska hjälpen ges utan onödigt dröjsmål och i den utsträckning som är lämplig med hänsyn till frågans art, den enskildes behov av hjälp och myndighetens verksamhet.

När staden agerar på sociala medier gäller, som vid all stadens verksamhet, regeringsformens och förvaltningslagens krav på att en myndighet ska vara saklig och opartisk (objektivitetsprincipen).

Frågor som kommer in till stadens konton ska besvaras under normal kontorstid och utan onödigt dröjsmål samt på ett vårdat, enkelt och begripligt sätt.

Om det till ett konto på sociala medier kommer in information som hör till ett redan pågående ärende eller som initierar ett nytt ärende ska den flyttas och hanteras enligt ordinarie rutiner för ärendehandläggning.

I Stockholms stads handledning för sociala medier ges exempel på hur olika frågor och kommentarer kan hanteras.

Dokn: T2019-01088-1

Allmänna handlingar

Inlägg med mera på stadens konton i sociala medier, såväl stadens egna som från utomstående, blir normalt allmänna handlingar som ska registreras eller hållas ordnade, arkiveras och gallras. Den som är utsedd ansvarig för ett konto i sociala medier ansvarar också för att inlägg, frågor och kommentarer hanteras enligt gällande bestämmelser och rutiner för allmänna handlingar.

Bevakning och uppsiktsplikt

Lagen om elektroniska anslagstavlor (1998:112) omfattar både det fallet att en kommun på sin officiella webbplats har en chattfunktion eller ett diskussionsforum där allmänheten kan lämna kommentarer, liksom när motsvarande funktioner erbjuds på en extern webbplats som till exempel Facebook.

Enligt lagen ska den som tillhandahåller tjänsten ”elektronisk anslagstavla” lämna information till alla användare om sin identitet och att insända meddelanden kommer att göras tillgängliga för andra. Respektive förvaltning och bolag har en plikt att hålla uppsikt över insända meddelanden. Hur ofta beror på hur stor trafik det är och vilken slags forum det är fråga om.

Förvaltningen eller bolaget ska tillse att det finns en funktion för regelbunden bevakning av inkomna inlägg, kommentarer och frågor. Bevakning ska ske tre gånger dagligen under kontorstid. I vissa fall kan det krävas en mer frekvent bevakning, exempelvis vid kriser.

Inlägg, kommentarer eller frågor med innehåll som uppenbart innebär uppvigling, hets mot folkgrupp, barnpornografibrott eller olaga våldsskildring ska dokumenteras och därefter tas bort. Detsamma gäller om det är uppenbart att användaren har gjort intrång i upphovsrätten eller i rättighet som skyddas genom upphovsrättslagen genom att skicka in meddelandet.

Om polisanmälan ska göras är en fråga för respektive förvaltning eller bolag att ta ställning till i det enskilda fallet.

Personuppgifter och sekretessbelagda uppgifter

Utöver ovan nämnda lag måste beaktas bestämmelserna om behandling av personuppgifter i dataskyddsförordningen (GDPR) samt bestämmelserna om sekretess i offentlighet- och sekretesslagen (2009:400).

Staden har ett ansvar för publiceringar (av inlägg och kommentarer, bilder, filmklipp med mera) som görs av medarbetare och andra

Dokmr: T2019-01088-1

som publicerar inlägg och kommentarer med mera för stadens räkning i de sociala medierna. Staden ansvarar även för publiceringar som görs av utomstående användare. Det förutsätts dock att staden har möjlighet att påverka och därmed bestämma över användares inlägg.

För publicering av personuppgifter på sociala medier, det vill säga all slags information som kan härledas direkt eller indirekt till en fysisk person, till exempel namn, bilder, teckningar, filmer och ljudupptagningar, krävs rättslig grund. Exempel på sådan är samtycke, fullgörande av rättslig förpliktelse och utförande av uppgift av allmänt intresse. Vid publicering av personuppgifter krävs i regel samtycke från de berörda personerna. Vilken grund som kan åberopas vid publicering måste prövas i varje enskilt fall. För publicering av minderårigas personuppgifter krävs samtycke från vårdnadshavare.

Det är inte tillåtet att publicera känsliga eller integritetskränkande personuppgifter eller sekretessbelagda uppgifter via Stockholms stads konton i sociala medier. Om en användare skriver ett inlägg eller en kommentar som innehåller känsliga, integritetskränkande personuppgifter eller sekretessbelagda uppgifter ska kommentaren alt. inlägget tas bort omedelbart efter det att kommentaren eller inlägget dokumenterats, till exempel genom en skärmdump, och eventuellt registreras.

Med känsliga personuppgifter avses uppgifter om

- ras eller etniskt ursprung
- politiska åsikter
- religiös eller filosofisk övertygelse
- medlemskap i en fackförening
- hälsa
- en persons sexualliv eller sexuella läggning
- genetiska uppgifter och biometriska uppgifter som entydigt identifierar en person

För att minska risken för kränkningar av enskildas personliga integritet bör respektive förvaltning och bolag vidta åtgärder i förebyggande syfte. Till exempel bör:

- informeras om för vilka ändamål som kommentarsfunktion är tänkt att användas, vilka typer av kommentarer som inte får förekomma och att publiceringar kan komma att tas bort

Dokn: T2019-01088-1

- användare uppmanas att rapportera kränkande innehåll till respektive förvaltning och bolag, vilka bör ha rutiner för att hantera klagomål.

Information om personuppgifter på sociala medier finns på Datainspektionens webbplats.

Sociala medier privat och i tjänsten

Det är skillnad mellan att använda sociala medier i tjänsten och att göra det som privatperson. När man som medarbetare i Stockholms stad använder sociala medier i tjänsten representerar man sin verksamhet och Stockholms stad. Många av stadens medarbetare har också egna privata konton i sociala medier. Som huvudregel bör stadens medarbetare inte använda sina privata konton för tjänsteuppgifter.

Det är också bra att tänka på att även när man inte är i tjänst kan man genom deltagande i olika sociala medier ändå komma att förknippas med staden. Man bör därför att alltid vara tydlig med om man uttalar sig som privatperson eller i tjänsten som representant för staden.

Avsluta ett konto

När ett konto inte längre används ska det avslutas.

På kontot ska det informeras om att det ska avslutas och varför. I de fall det är möjligt, ska också hänvisas till andra kontaktvägar eller andra konton/informationskällor.

I Stockholms stadsarkivs vägledning för arkivering av webb och sociala medier finns information om hur avslutade konton ska hanteras.