

**Handläggare**  
Anna Serratusell Wallin  
Telefon: 0850824014

**Till** Skärholmens stadsdelsnämnd  
2019-06-13

## **Policy för sociala medier i Stockholms stad**

- Svar på remiss

### **Förvaltningens förslag till beslut**

Skärholmens stadsdelsnämnd godkänner förvaltningens förslag till svar på remissen.

### **Sammanfattning**

En policy för sociala medier i Stockholms stad har tagits fram av avdelning för kommunikation- och omvärld och juridiska avdelningen. Policyn slår fast grundläggande principer och ramar för stadens närvaro i sociala medier. Detta för att göra det tydligare vad som krävs av staden vid närvaro på sociala medier och för att främja en hög kvalitet på stadens sociala medierkonton.

### **Bakgrund**

Sociala medier är idag en självklar del av medielandskapet och också en naturlig del av Stockholms stads verksamheter. Staden har idag över 800 konton på olika plattformar som på olika sätt bidrar till stadens verksamhetsmål och gör staden mer tillgänglig och öppen för dialog med stockholmarna.

eSam, ett medlemsdrivet program för samverkan mellan 24 myndigheter och SKL, tog år 2010 fram riktlinjer för myndigheters användning av sociala medier. I dessa riktlinjer uppmanas offentliga aktörer att ta fram egna riktlinjer.

Ett förslag till policy för sociala medier i Stockholms stad har arbetats fram av avdelning för kommunikation- och omvärld och juridiska avdelningen. Policyn ska gälla alla nämnder och bolagsstyrelser.

### **Ärendets beredning**

Ärendet har beretts inom avdelningen Stadsutveckling och medborgarservice.

## Ärendet

I Kommunikationsprogrammet för Stockholms stad 2017–2022 anges att användning av olika sociala medier i Stockholms stad ska stödja verksamhetens mål och följa grundläggande principer, mål och strategier. Med tre övergripande inriktningar för Stockholms stads policy för sociala medier ska detta uppnås:

- Dialog, engagemang och tonalitet,
- samordning och tydlighet
- verksamhetsnytta, mål och uppföljning.

Vidare redogörs för:

- kommunikations- och uppföljningsansvar i sociala medier
- i vilken beslutsordning nya konton får startas
- hur kartläggningen av alla stadens konton hålls uppdaterad
- att stadens grafiska profil ska följas
- vilken basinformation som ska finnas på stadens konton
- publiceringsfrekvens
- hur staden bör hantera inkommande frågor och kommentarer
- de lagar som är relevanta kopplat till stadens användning av sociala medier
- sociala medier privat och i tjänsten

## Jämställdhetsanalys

Internetstiftelsens undersökning Svenskarna och internet har sedan år 2000 genom World Internet Institute samlat in data om hur den svenska befolkningen använder informations- och kommunikationsteknik samt hur detta påverkar enskilda individer, familjer och samhället.

<https://2018.svenskarnaochinternet.se/sociala-medier/>

Om man tittar närmare på svenskarnas användning av sociala medier och gör ett axplock i de två största medierna kan vi se att under 2018 (senaste rapporten) har Facebook nått punkten där över hälften i alla åldrar använder tjänsten. Kvinnor (78 %) använder Facebook aningen mer än männen (75 %).

Instagram är ett av det sociala nätverket som växer snabbast. Och det är både det dagliga användandet och den totala andelen som använder Instagram som ökar. Precis som tidigare år är det en större andel av kvinnorna (68 %) än männen (53 %) som använder Instagram i alla åldersgrupper. Användandet bland männen har dock ökat så pass mycket från förra året att det nu är mer än hälften av alla män som använder Instagram.

Man ser en procentuell könspreferens i valet av sociala medier (till exempel använder fler kvinnor Snapchat medan fler män använder Flisback) men oavsett är användandet högt för både kvinnor och män

Jämfört med övriga Europa är det vanligt att använda sociala medier i Sverige. Enligt en sammanställning av EU:s statistikmyndighet Eurostat använde i genomsnitt 54 procent av EU-medborgarna sociala medier år 2017. Vanligast var det bland islänningarna, medan svenskarna hamnade på en delad femteplats.

Förvaltningen bedömer att policyn inte problematiserar flickor, kvinnor, pojkar eller mäns olika användning av sociala medier och hur man kan tänka kring jämställdhet när man skapar innehåll i olika kanaler.

### **Synpunkter och förslag**

Förvaltningen ser positivt på att policyn är gemensam för alla förvaltningar och bolag i Stockholms stad och riktar sig till alla medarbetare i staden. Genom att samordna arbetssätt och kommunikation och vara konsekventa stärks bilden av en kommunkoncern som hålls samman av ett gemensamt varumärke, där alla samverkar och strävar mot gemensamma mål.

Förvaltningen ställer sig också positiv till att det i policyn understryks hur kommunikationsansvaret i sociala medier ser ut. 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. Ansvar innebär också att förvaltningen eller bolaget ska ha resurser, kompetens och rutiner för att administrera de konton som startas och att lagar, rutiner och riktlinjer som berör sociala medier efterlevs.

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. Chefer har ett särskilt ansvar för att policyns innehåll omsätts till handling i det dagliga arbetet med sociala medier.

Förvaltningens ställer sig dock frågande till en del i uppföljningsansvaret och hanteringen av personuppgifter när det kommer till upphandlade leverantörer med uppdrag att driva verksamheter. ”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.” I exempelvis Skärholmens stadsdelsförvaltning driver Fryshuset förvaltningens fritidsverksamhet. Hur långt sträcker sig uppföljningsansvaret? Ett förtydligande av ansvaret vore önskvärt.

Vidare menar förvaltningen att en jämställdhetsanalys i policyn vore föredömligt så att staden bär med sig detta i det långsiktiga arbetet med sociala medier.

Anna Mattsson  
Tf. stadsdelsdirektör

Sara Heppling Trygg Sara  
Heppling Trygg  
Avdelningschef  
stadsutveckling och  
medborgarservice

### **Bilagor**

1. Policy för sociala medier i Stockholms stad

## **Attesterat av**

Detta dokument har godkänts digitalt av följande personer:

<b>Namn</b>	<b>Datum</b>
Anna Mattsson, tf. stadsdelsdirektör	2019-05-29
Sara Heppling Trygg, Avdelningschef	2019-05-29