

Handläggare
Karin Söderling
Telefon: 08 50830121

Till
KN 2019-06-11

Policy för sociala medier i Stockholms stad

Remiss (KS 2018/1303) från kommunstyrelsen

Förvaltningens förslag till beslut

1. Kyrkogårdsnämnden tillstyrker remissen och överlämnar detta tjänsteutlåtande.
2. Paragrafen begärs omedelbart justerad.

Staffan Moberg
t.f. förvaltningschef

Sammanfattning

Ett förslag till policy för sociala medier har tagits fram och översänts till kyrkogårdsnämnden för yttrande.

I policyn förslås *tre övergripande inriktningar*:

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

Policyn behandlar också **ansvarsfrågor** – att den som har kommunikationsansvar har resurser, kompetens och rutiner för att administrera och att lagstiftning och riktlinjer följs.

Förvaltningen tycker att det är bra att det finns en tydlighet kring hur stadens förvaltningar och bolag ska arbeta kring plattformar för interaktion med omvärlden via sociala medier. Inte minst visar den föreslagna policyn att användandet av sociala medier kräver resurser, noggrannhet och kompetens inom respektive organisation.

Kyrkogårdsförvaltningen använder idag inte sociala medier för sin kommunikation. Diskussioner förs med Stockholms stadsmuseum om en facebook sida kopplad till världsarvet Skogskyrkogården.

Resurs- och ansvarsfrågan för driften av ett sådant konto har dock ännu inte lösts.

Bakgrund

Ett förslag till policy för sociala medier har tagits fram och översänts till kyrkogårdsnämnden för yttrande. Remisstiden går ut den 2019-06-21.

Ärendet

Remissen omfattar tjänsteutlåtande till kommunstyrelsen (KS) med förslag till policy. (Bilaga) Policyn föreslås beslutas i kommunfullmäktige (KF) att gälla för stadens samtliga nämnder och bolag.

I ärendet redogörs för e-delegationens vägledande rekommendationer; hur myndigheter ska använda sig av sociala medier. Stockholm stad har sedan 2012 en handledning (<https://www.stockholm.se/socialamedier-handbok>) men staden saknar riktlinjer/policy.

Förslaget till policy

I policyn föreslås *tre övergripande inriktningar*:

Dialog, engagemang och tonalitet - här redogörs för vikten av budskap och bemötande

Samordning och tydlighet - tydlighet i vem som är avsändare.

Verksamhetsnytta, mål och uppföljning - tydliggöra syftet och mål för kommunikationen och att den går att följa upp.

Policyn behandlar också **ansvarsfrågor** – att den som har kommunikationsansvar har resurser, kompetens och rutiner för att administrera och att lagstiftning och riktlinjer följs.

Vidare ges riktlinjer för hur beslut om att starta nya konton ska fattas, hur rapportering av konton till stadsledningskontoret ska göras, om att stadens grafiska profil ska följas, vilken basinformation som ska finnas samt hantering av inkommande kommentarer och frågor.

Därutöver redogörs för relevant lagstiftning, exempelvis dataskyddsförordningen (GDPR) och sekretesslagen.

Ärendets beredning

Ärendet har beretts inom förvaltningschefens stab och behandlats i förvaltningsgrupp 2019-06-04.

Förvaltningens synpunkter och förslag

Det är bra att det finns en tydlighet kring hur stadens förvaltningar och bolag ska arbeta kring plattformar för interaktion med omvärlden via sociala medier. Inte minst visar den föreslagna policyn att användandet av sociala medier kräver resurser, noggrannhet och kompetens inom respektive organisation.

Kyrkogårdsnämnden ansvarar idag inte för något konto på sociala medier. Diskussioner har förts om att skapa en facebook sida för framförallt världsarvet Skogskyrkogården. En sådan skulle på ett enklare sätt kunna marknadsföra världsarvet, evenemang, Unesco-frågor mm. Resurs- och ansvarsfrågan för driften av ett sådant konto har dock ännu inte lösts.

Idag används i stället Stockholms stadsmuseums facebookkonto för att skapa evenemang som berör världsarvet. Visitors Center på Skogskyrkogården har också ett instagramkonto, med möjlighet att lägga ut bilder för besökare till världsarvet.

En snabbenkät bland de andra svenska världsarven visar att de flesta världsarven använder sociala medier i sin marknadsföring. Exempelvis radiostationen Grimeton arbetar mycket strukturerat med aktivitetskalendrar, bildbank mm. <https://grimeton.org/>

Mot bakgrund av vad som anförts i detta ärende tillstyrker remissen *Policy för sociala medier*

Bilagor

Remissen