

§ 7**Yttrande över Remiss av Policy för sociala medier i Stockholms stad.**

AMN 2019-0157-1.6

Arbetsmarknadsnämndens beslut

1. Arbetsmarknadsnämnden beslutade att hänvisa till förvaltningens tjänsteutlåtande som sitt yttrande över remissen.
2. Arbetsmarknadsnämnden beslutade att justera paragrafen omedelbart.

Ärendet

Kommunstyrelsen har remitterat ärendet *Policy för sociala medier i Stockholms stad* till arbetsmarknadsnämnden för yttrande.

En policy för sociala medier i Stockholms stad har tagits fram. 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 att främja en hög kvalitet på stadens konton.

Policyn är tänkt som ett stöd och ge råd till verksamheternas chefer och medarbetare i Stockholms stad som är närvarande och deltar i olika sociala medier. I sociala medier tenderar gränsen mellan det privata och det professionella att suddas ut och staden vill med policyn erbjuda råd och stöd i verksamhetens medverkan i sociala medier.

Policyn baseras på tre grundprinciper, i sammanfattning:

1. *Dialog, engagemang och tonalitet*, där dialogen och engagemanget är huvudsakliga skäl för staden att delta i sociala medier. Huvudbudskapen ”Stockholm – en öppen, innovativ, hållbar stad” samt ”Vi är en mångfald av verksamheter som tillsammans utvecklar staden” från kommunikationsprogrammet ska genomsyra kommunikationen.
2. *Samordning och tydlighet*, där essensen är att staden har ett gemensamt varumärke och det behöver vara tydligt att staden är avsändare.
3. *Verksamhetsnytta, mål och uppföljning*, som går ut på att dessa kanaler likväl som andra kommunikationskanaler ska ha tydliga syften, mål kopplade till verksamheten, mätetal, analyseras kontinuerligt samt kommunicera på målgruppernas villkor.

Policyn kompletterar Stockholms stads kommunikationsprogram och handledning för sociala medier.

Arbetsmarknadsförvaltningen anser att framtagandet av en policy för hanteringen av sociala medier är till stor nytta för nämndens verksamheter och hela staden. Det finns dock en del områden som skulle tjäna på förtydliganden, kring exempelvis hanteringsanvisningar för borttagande av kommentarer, som inte låter sig göras på ett entydigt sätt beroende på att olika kontotyper har olika regler. Även ansvarsfrågan mellan chef och medarbetare behöver förtydligas så att komplexa problem hanteras på rätt nivå.

Stadens varumärkesmanual och sociala medier-policyn lämnar ett litet utrymme för exempelvis skolor att särskilt profilera sig i sociala medier. Medietypens egenskaper gör ju kanalerna lämpliga för specifikt avsändarinnehåll och det vore önskvärt att policyn lämnar mer utrymme för profilering – exempelvis vid sponsrade inlägg – för att öka tydligheten av enskilda verksamhetsavsändare i stadens stora organisation.

Många människor är aktiva i sociala medier och skillnaden mellan det privata och arbetet kan ibland bli otydlig. För att chefens kommunikationsansvar ska kunna gälla, behöver policyn avgränsa privat användning för tjänsteuppgifter. Det är också viktigt att det finns möjlighet att stänga av konton såsom förslaget till policyn föreskriver, men inte enbart för att konton inte används, utan även när verksamheter inte följer policyns regelverk.

Arbetsmarknadsförvaltningen föreslår att nämnden hänvisar till förvaltningens tjänsteutlåtande som svar på remissen.

Förvaltningen har redovisat ärendet i ett tjänsteutlåtande daterat den 5 juni 2019.

Beslutsgång

Ordföranden Fredrik Lindstål (C) föreslog, med instämmande från samtliga ledamöter, att nämnden skulle besluta enligt förvaltningens förslag till beslut.