

## Utlåtande Rotel I (Dnr KS 2018/1303)

### Policy för Stockholms stads konton i sociala medier

Kommunstyrelsen föreslår att kommunfullmäktige beslutar följande.

1. Policy för Stockholms stads konton i sociala medier godkänns enligt bilaga 2 till utlåtandet.
2. Stockholms Stadshus AB uppmanas att anta och att ge stadens bolagsstyrelser i uppdrag att anta Policy för Stockholms stads konton i sociala medier enligt bilaga 2 till utlåtandet.

**Föredragande borgarrådet Anna König Jerlmyr** anför följande.

#### Ärendet

En policy för Stockholms stads konton i sociala medier 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.

#### Beredning

Ärendet har initierats av stadsledningskontoret och har remitterats till arbetsmarknadsnämnden, exploateringsnämnden, fastighetsnämnden, idrottsnämnden, kulturnämnden, kyrkogårdsnämnden, miljö- och hälsoskyddsnämnden, servicenämnden, socialnämnden, stadsbyggnadsnämnden, trafiknämnden, utbildningsnämnden, valnämnden, äldrenämnden, överförmyndarnämnden, Bromma stadsdelsnämnd, Enskede-Årsta-Vantörs stadsdelsnämnd, Farsta stadsdelsnämnd, Hägersten-

Liljeholmens stadsdelsnämnd, Hässelby-Vällingby stadsdelsnämnd, Kungsholmens stadsdelsnämnd, Norrmalms stadsdelsnämnd, Rinkeby-Kista stadsdelsnämnd, Skarpnäcks stadsdelsnämnd, Skärholmens stadsdelsnämnd, Spånga-Tensta stadsdelsnämnd, Södermalms stadsdelsnämnd, Älvsjö stadsdelsnämnd, Östermalms stadsdelsnämnd, Stockholms Stadshus AB, AB Stockholmshem, AB Svenska Bostäder, AB Familjebostäder, Skolfastigheter i Stockholm AB, Stockholm Business Region AB, Stockholms Hamn AB, Stockholm Vatten och Avfall AB och Stockholm Stads Parkerings AB. Valnämnden och Skolfastigheter i Stockholm AB har valt att inte svara på remissen och AB Svenska Bostäder, AB Familjebostäder, Stockholms Hamn AB och Stockholm Vatten och Avfall AB har inte inkommit med svar.

*Arbetsmarknadsnämnden* anser att framtagandet av en policy för hanteringen av sociala medier är till stor nytta för nämndens verksamheter och hela staden men önskar förtydliganden.

*Exploateringsnämnden* ser positivt på att staden har arbetat fram en policy för sociala medier.

*Fastighetsnämnden* anser i huvudsak att policyn stärker syftet och slår fast grundläggande principer och ramar för stadens närvaro i sociala medier men att den bör förtydligas ytterligare.

*Idrottsnämnden* anser att policyn är genomtänkt, ambitiös och välbalanserad.

*Kulturnämnden* är positiv till den policy för sociala medier i Stockholms stad som har tagits fram men har dock några önskemål om förtydliganden, främst när det gäller rutiner för behandling av personuppgifter i sociala medier i praktiken.

*Kyrkogårdsnämnden* anser 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.

*Miljö- och hälsoskyddsnämnden* välkomnar att en policy för sociala medier har arbetats fram men anser dock att förslaget i vissa delar har ett väl operativt fokus som inte hör hemma i ett policydokument.

*Servicenämnden* stödjer förslag till policy då ett likartat arbetssätt skapar tydlighet och trygghet för stockholmarna.

*Socialnämnden* ställer sig positiv till förslaget till den policy för sociala medier i Stockholms stad som tagits fram.

*Stadsbyggnadsnämnden* tycker att policyn är bra.

*Trafiknämnden* ser positivt på att staden har arbetat fram en policy för sociala medier för att säkerställa gemensamma ramar för både förvaltningar och bolag och att staden därmed också lever upp till eSams,

samverkansorganet mellan myndigheter och Sveriges Kommuner och Landsting (SKL), önskan om kommunspecifika riktlinjer.

*Utbildningsnämnden* ser att policyn innebär en omfattande och resurskrävande administrativ arbetsuppgift.

*Äldrenämnden* ställer sig positiv till policyn.

*Överförmyndarnämnden* har inget att erinra mot förslaget.

*Bromma stadsdelsnämnd* är positiv till policyn som beskriver gemensamma riktlinjer för stadens närvaro i sociala medier.

*Enskede-Årsta-Vantörs stadsdelsnämnd* tycker i huvudsak att policyn för sociala medier i Stockholms stad är bra men nämnden har fyra betänkligheter kring formuleringar kring beslut om att starta nya konton, basinformation, minderåriga samt kring formuleringen om känsliga personuppgifter i sociala medier.

*Farsta stadsdelsnämnd* ser positivt på att policyn är gemensam för alla nämnder och bolagsstyrelser och riktar sig till alla medarbetare i staden.

*Hägersten-Liljeholmens stadsdelsnämnd* är positiv till policyn som helhet.

*Hässelby-Vällingby stadsdelsnämnd* är positiv till att staden tar fram gemensamma riktlinjer för sociala medier.

*Kungsholmens stadsdelsnämnd* anser att dokumentet Policy för sociala medier i Stockholms stad innehåller bra och tydliga ramar för att starta, driva och avsluta konton i sociala medier.

*Norrmalms stadsdelsnämnd* är positiv till förslaget till Policy för sociala medier i Stockholms stad

*Rinkeby-Kista stadsdelsnämnd* är positiv till att en gemensam policy för sociala medier i Stockholms stad tas fram.

*Skarpnäcks stadsdelsnämnd* är positiv till förslaget till policy för sociala medier i Stockholms stad och anser att policyn är tydlig och kommer att, tillsammans med stadens handledning för sociala medier, underlätta arbetet med och styrningen över förvaltningens närvaro i sociala medier.

*Skärholmens stadsdelsnämnd* ser positivt på att policyn är gemensam för alla förvaltningar och bolag i Stockholms stad och riktar sig till alla medarbetare i staden.

*Spånga-Tensta stadsdelsnämnd* är positiv till att staden tar fram gemensamma riktlinjer för sociala medier. Ett enhetligt sätt för användningen av sociala medier underlättar för såväl medborgare som invånare och säkerställer kvaliteten.

*Södermalms stadsdelsnämnd* är positiv till att staden tar fram gemensamma riktlinjer för sociala medier.

*Älvsjö stadsdelsnämnd* anser att policyn på ett tydligt sätt lyfter fram specifika arbetsmetoder som är kopplade till närvaro i sociala medier.

*Östermalms stadsdelsnämnd* är positiv till att staden fastställer en gemensam policy för sociala medier som tydliggör ansvar för konton och säkerställer en enhetlig hantering.

*Stockholms Stadshus AB* anser att policy för sociala medier i Stockholms stad ger den vägledning som verksamheterna behöver för att hantera närvaro på sociala medier och främja en hög kvalitet på sina konton.

*AB Stockholmshem* delar policyns övergripande målsättningar.

*Stockholm Business region AB* ser positivt på policyn för sociala medier i Stockholm stad.

*Stockholms Stads Parkering AB* ställer sig positiv till att staden har en gemensam och väl grundad policy för sociala medier i Stockholms stad.

## Mina synpunkter

Jag välkomnar att Stockholms stad får en sammanhållen och målinriktad policy för sina konton i sociala medier. Det är mycket användbart för Stockholms stad sett ur ett marknadsförings- och kommunikationsperspektiv och det är viktigt att poängtera att det handlar om Stockholms stads konton i sociala medier, och inte sociala medier i stort. Policyn är framtagen i dialog med förvaltningar och bolag i staden. Uppskattningsvis ett hundratal personer med kommunikations- och chefsroller har vid nätverksmöten, seminarier och chefsfora kunnat ta del i utformandet.

De sociala medierna är populära kanaler för kommunikationen och dialogen gentemot medborgarna. Därmed är policyn en betydelsefull förutsättning för att de skyldigheter, kvalitetskrav samt nämnders och bolags verksamhetsmål som finns följs och efterlevs.

Sociala medier är fora där invånare kan föra dialog, visa engagemang och dela berättelser. Det förekommer dock även att sociala medieplattformar används för att sprida desinformation i syfte att skapa konflikter eller sprida en felaktig bild av staden. Likaså finns det risker med informationssäkerhet kopplat till sociala medier. Staden har verktyg för att bemöta negativitet, hat och desinformation i sociala medier, bland annat en handledning i sociala medier med rekommendationer, modeller och checklistor. Dessutom finns möjlighet för kommunikatörer i stadens verksamheter att kontakta stadens centrala kommunikationsenhet vid stadsledningskontoret för stöd i dessa frågor.

I policyn finns det en viss flexibilitet för verksamheterna kring bevakning, uppsiktsplikt och publiceringsfrekvens. Det är angeläget och bra att implementationen av policyn kommer innehålla utbildningsinsatser och det är

viktigt att det krävs lokal tillämpning med rutiner, ansvar, hantering av personuppgifter med mera för att följa policyn. Det finns en mängd mindre konton som staden ansvarar för, och som är upprättade för till exempel vårdnadshavare till elever i en specifik klass eller i undervisningssyfte. Det är därför positivt att förslaget till policy medger en flexibilitet för förvaltningar och bolag att implementera policyn utifrån sina verksamhetsspecifika förutsättning inom ramen för de rutiner som respektive förvaltning och bolag ska anta för tillämpningen.

I övrigt hänvisar jag till stadsledningskontorets tjänsteutlåtande.

## Bilagor

1. Reservationer m.m.
2. Policy för Stockholms stads konton i sociala medier
3. Policy för Stockholms stads konton i sociala medier-ny version efter remiss spårade ändringar.

**Borgarrådsberedningen** tillstyrker föredragande borgarrådets förslag.

**Kommunstyrelsen** delar borgarrådsberedningens uppfattning och föreslår att kommunfullmäktige beslutar följande.

1. Policy för Stockholms stads konton i sociala medier godkänns enligt bilaga 2 till utlåtandet.
2. Stockholms Stadshus AB uppmanas att anta och att ge stadens bolagsstyrelser i uppdrag att anta Policy för Stockholms stads konton i sociala medier i enligt bilaga 2 till utlåtandet.

Stockholm den 15 april 2020

På kommunstyrelsens vägnar:  
ANNA KÖNIG JERLMYR

*Mats Larsson*

## Remissammanställning

### Ärendet

Sociala medier är idag en självklar del av medielandskapet och också en naturlig del av Stockholms stads verksamheter. Det finns hundratals konton 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 Sveriges Kommuner och Regioner (SKR), har riktlinjer för myndigheters användning av sociala medier som togs fram 2010. I dessa riktlinjer uppmanas offentliga aktörer att ta fram egna riktlinjer.

Trots uppmaning och rekommendation från eSam saknar Stockholms stad beslutade riktlinjer för sociala medier och därför har ett förslag till policy för sociala medier i Stockholms stad arbetats fram av stadsledningskontoret som ska gälla alla nämnder och bolagsstyrelser.

År 2010 tog e-delegationen på uppdrag av regeringen fram riktlinjer för myndigheters användning av sociala medier ur ett rättsligt perspektiv (dir. 2010:32). Riktlinjerna utgår från när myndigheten använder sociala medier i sin externa kommunikation, dvs. i sin dagliga kontakt med privatpersoner, företag och andra organisationer (eSamverkas riktlinjer för myndigheters användning av sociala medier: <http://www.esamverka.se/stod-och-vagledning/aktuella-vagledning-ar-a---o/riktlinjer-for-sociala-medier.html>).

Dessa ger på ett övergripande plan rekommendationer för hur myndigheter bör hantera sin närvaro på sociala medier. En av rekommendationerna är att varje myndighet ska ta fram egna riktlinjer, vilket de flesta kommuner, landsting och andra myndigheter har gjort. Stockholms stad har sedan 2012 en handledning med rekommendationer till verksamheterna, men saknar riktlinjer/policy.

En kartläggning av vilka sociala medier staden använder, som genomförs kontinuerligt av stadsledningskontoret från och med 2017, visar att staden har över 800 konton på olika plattformar. För att i en högre grad säkerställa att de lagar som råder följs (bland annat den nya Dataskyddsförordningen, GDPR) och att stadens konton håller god kvalitet, har stadsledningskontoret tagit fram förslag till policy för sociala medier i Stockholms stad, som ska omfatta samtliga nämnder och bolagsstyrelser.

I policyn beskrivs tre övergripande inriktningar för Stockholms stad i sociala medier:

- 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
- förfarande vid avslutande av konto

### **Stadsledningskontoret**

**Stadsledningskontorets** tjänsteutlåtande daterat den 15 november 2018 har i huvudsak följande lydelse.

I *Kommunikationsprogram för Stockholms stad 2017-2022 (dnr 79-2103/2016)* finns ett antal grundläggande principer för kommunikation. Programmet innehåller även övergripande mål, strategier och budskap. En genomgående utgångspunkt är att ha målgruppen i fokus och så långt som möjligt samordna stadens kommunikation för att förenkla för våra målgrupper att förstå.

Med det enkla, flexibla och snabba arbetssättet sociala medier innebär är det mycket populärt i stadens verksamheter och det hjälper oss på många sätt att följa kommunikationsprogrammet.

Det är det långt från *en* given yrkeskategori, t.ex. kommunikatörer som publicerar och använder sig av sociala medier i sitt arbete. I den vardagliga kontakten med stockholmarna finns den demokratiska processen och därmed finns också en rad skyldigheter att ta hänsyn till. Policyn för sociala medier kommer vara viktig för att stadens sociala medier ska hålla hög kvalitet, att närvaro på sociala medier stödjer nämnderna och bolagens verksamhetsmål och att de lagar som råder efterlevs.

Stadsledningskontorets bedömning är att:

Stadsledningskontoret föreslår att kommunstyrelsen föreslår att kommunfullmäktige godkänner Policy för sociala medier i Stockholms stad enligt bilaga samt uppmanar Stockholms Stadshus AB att ge stadens bolagsstyrelser i uppdrag att anta Policy för sociala medier i Stockholms stad.

## Beredning

Ärendet har initierats av stadsledningskontoret och har remitterats till arbetsmarknadsnämnden, exploateringsnämnden, fastighetsnämnden, idrottsnämnden, kulturnämnden, kyrkogårdsnämnden, miljö- och hälsoskyddsnämnden, servicenämnden, socialnämnden, stadsbyggnadsnämnden, trafiknämnden, utbildningsnämnden, valnämnden, äldrenämnden, överförmyndarnämnden, Bromma stadsdelsnämnd, Enskede-Årsta-Vantörs stadsdelsnämnd, Farsta stadsdelsnämnd, Hägersten-Liljeholmens stadsdelsnämnd, Hässelby-Vällingby stadsdelsnämnd, Kungsholmens stadsdelsnämnd, Norrmalms stadsdelsnämnd, Rinkeby-Kista stadsdelsnämnd, Skarpnäcks stadsdelsnämnd, Skärholmens stadsdelsnämnd, Spånga-Tensta stadsdelsnämnd, Södermalms stadsdelsnämnd, Älvsjö stadsdelsnämnd, Östermalms stadsdelsnämnd, Stockholms Stadshus AB, AB Stockholmshem, AB Svenska Bostäder, AB Familjebostäder, Skolfastigheter i Stockholm AB, Stockholm Business Region AB, Stockholms Hamn AB, Stockholm Vatten och Avfall AB och Stockholm Stads Parkerings AB. Valnämnden och Skolfastigheter i Stockholm AB har valt att inte svara på remissen och AB Svenska Bostäder, AB Familjebostäder, Stockholms Hamn AB och Stockholm Vatten och Avfall AB har inte inkommit med svar.



## Arbetsmarknadsnämnden

**Arbetsmarknadsnämnden** beslutade vid sitt sammanträde den 19 juni 2019 att hänvisa till förvaltningens tjänsteutlåtande som sitt yttrande över remissen och att omedelbart justera paragrafen.

**Arbetsmarknadsförvaltningens** tjänsteutlåtande daterat den 5 juni 2019 har i huvudsak följande lydelse.

Arbetsmarknadsförvaltningen anser att framtagandet av en policy för hanteringen av sociala medier är till stor nytta för nämndens verksamheter och hela staden. Det finns likväl en del områden som skulle tjäna på förtydliganden.

Stadens engagemang i sociala medier handlar ytterst om att staden vill förbättra servicen till stockholmarna genom att lyssna och prata med dem på deras villkor, i de kanaler de föredrar och där många av dem redan är. Genom att bygga relationer via sociala medier har staden möjlighet att lättare få kontakt med fler stockholmare och förstå deras behov bättre. Staden kan kommunicera effektivt och billigt genom att nå ett stort antal individer oberoende av tid och plats. Staden ska också delta i sociala medier för att bevaka och förbättra bilden av Stockholms stad och stärka varumärket.

Allt fler verksamheter startar egna sociala mediekonton för att nå ut till sina specifika målgrupper, vilket i grunden är mycket positivt. Genom de många kanalerna kan staden och verksamheterna dock vara relativt utsatta för kritiska kommentarer som kan skada stadens eller verksamhetens rykte eller varumärke och till och med skapa mediedrev i olika frågor. Arbetsmarknadsförvaltningen anser att det vore önskvärt med exempel på hur sådana frågor kan hanteras av den som är publiceringsansvarig (chefen) respektive den som faktiskt arbetar med innehållet. Det skulle göra att policyn är mer nyttig för samtliga användare av sociala medier i sitt yrke.

Ofta startas sociala mediekonton av medarbetare som är entusiastiska och som lägger ned mycket tid på innehåll och att få följare. När dessa krafter lämnar verksamheten, är det ibland brist på överlämning av kontot till nästa ansvarige person, vilket orsakar att inloggningsuppgifter förloras. Arbetsmarknadsförvaltningen anser att det vore fördelaktigt om det ingick i regelverket, vid startande av konton, att inloggningsuppgifterna ska anmälas till chef eller till en central funktion (exempelvis kommunikationsavdelning eller motsvarande) i respektive förvaltning eller bolag.

När en verksamhet startar ett konto i sociala medier, är syftet ofta att kunna synas för, höras av och ha dialog med de målgrupper som verksamheten är till för, ibland för rekryterande ändamål. När det kommer till avsändaren av sociala mediekonton så finns det en problematik för enskilda verksamheter inom en förvaltning att använda St. Erik som profilbild/avsändare då det kan blir svårt för stockholmarna att se skillnad på stads- eller förvaltningsövergripande information och information från t.ex. en

särskild skola. Om de kommunala skolorna ska kunna kommunicera på någorlunda samma villkor som friskolorna, vore det fördelaktigt att det i sociala medier - åtminstone tillfälligtvis - går att ha annan profilbild/avsändare än den som förordas av varumärkesmanualen. Att det ibland är knepigt att följa stadens profil blir väldigt tydligt vid sponsrade inlägg på sociala medier vid exempelvis ansökningsperioder. Arbetsmarknadsförvaltningen anser att det vore önskvärt att policyn för sociala medier tar höjd för eventuella särskilda regler för skolkontons grafiska profil så att skolor har möjlighet att vara tydliga avsändare.

Arbetsmarknadsförvaltningen anser att information om publiceringsfrekvens eller helgstängt i de flest fall kan finnas i kontots basinformation för att inte störa flödet för användare. Förutsättningarna för fördjupad information är dock olika, beroende på vilken typ av socialt medium det gäller. Exempelvis har Facebook mer utrymme för beskrivning av regler m.m. än Instagram, där utrymmet är mindre tilltaget. Möjligen kan policyn ge utrymme för att länka till en webbsida med information i stället.

Bevakningen av sociala medier bör ske planerat och i förslaget till policyn nämns tre gånger om dagen under kontorstid som en undre gräns, förutom vid kriser. Olika sociala medier har vanligtvis olika behov av bevakning. Till exempel är vanligtvis Twitter ett ”snabbare” konto än LinkedIn. Vissa målgrupper är också aktiva under olika tider utanför kontorstid och kanske staden borde ha en mer flexibel inställning till bevakningstiderna. Arbetsmarknadsförvaltningen anser att en löpande - och möjligen planerad - bevakning är att föredra, utan att sätta någon gräns för hur ofta det bör ske.

Olika sociala medier har olika förutsättningar för att kunna ta bort kommentarer. Till exempel går det inte att på Facebook (FB) ta bort enskilda kommentarer utan att stänga av hela recensionsfunktionen. Dessvärre finns det användare som sätter detta i system och använder recensioner för att sprida hets mot folkgrupp, hat eller dylikt. Arbetsmarknadsförvaltningen anser att ansvaret för innehåll och hanteringen bör underlättas genom att i policyn tydliggöra att varje typ av konto ska hanteras på lämpligt sätt till exempel genom att kunna stänga av hela recensionsfunktionen i FB.

Att staden är ansvarig för sina sociala mediekonton är en självklarhet såsom offentlig förvaltning. Därmed ansvarar stadens olika verksamheter också för de inlägg och kommentarer som publiceras där. Om medarbetare har privata konton där de publicerar innehåll som är tänkt att vara eller kan tolkas vara stadens information, är policyn mycket otydlig med ansvarsfrågan och för den ansvarige chefen är det så gott som omöjligt att påverka innehållet. Arbetsmarknadsförvaltningen menar att det vore önskvärt med ett skarpare tydliggörande kring användningen av privata sociala medier för tjänsteuppgifter, så att ansvarsdefinitionen kan gälla. Förvaltningen anser att huvudregeln bör vara att medarbetare inte ska använda privata konton för tjänsteuppgifter.

Konton som inte längre används ska avslutas, det känns självklart. Det som kanske är mindre självklart i policyn är att konton som inte följer policyn för sociala medier också torde kunna avslutas av ansvarig förvaltning. Arbetsmarknadsförvaltningen

anser att det vore önskvärt med ett tydliggörande kring ansvarsfrågan för avslutande av sociala medier på grund av brist på följande av regler.

## **Exploateringsnämnden**

**Exploateringsnämnden** beslutade vid sitt sammanträde den 13 juni 2019 att överlämna kontorets tjänsteutlåtande som svar på remissen från kommunstyrelsen.

**Exploateringskontorets** tjänsteutlåtande daterat den 28 maj 2019 har i huvudsak följande lydelse.

Exploateringskontoret ser positivt på att staden har arbetat fram en policy för sociala medier för att säkerställa gemensamma ramar för både förvaltningar och bolag och att staden därmed också lever upp till eSams, samverkansorganet mellan myndigheter och SKL, önskan om kommunspecifika riktlinjer. Policyn innebär ett stöd för arbetet i kanaler som är föränderliga till sin form och som fortfarande i mångt och mycket innebär ett nytt sätt att kommunicera som alla verksamheter måste förhålla sig till. Kontoret ser det som att policyn i sin helhet är bra och att den kommer främja en ökad kvalitet på stadens konton.

Policyn tydliggör respektive förvaltning och bolags uppföljningsansvar och pekar på att med verksamhetsansvar följer kommunikationsansvar och att detta gäller även för sociala medier. Det är också positivt att policyn understryker vikten av kontinuerlig analys av vilka målgrupper respektive verksamhet har och vilka behov och förutsättningar som finns för närvaro i sociala medier.

Det är bra att policyn fastställer att publiceringsfrekvensen för inlägg på Stockholms stads konton bör vara minst ett par gånger i veckan. Det skulle vara en fördel om policyn även anger hur konton som över tid har för låg publiceringsfrekvens kommer att hanteras.

Något som också skulle vara önskvärt är att policyn tar upp hur förvaltningar och bolag bör arbeta med sponsrade inlägg och hur man i det arbetet ska förhålla sig till olika målgrupper

## **Fastighetsnämnden**

**Fastighetsnämnden** beslutade vid sitt sammanträde den 18 juni 2019 att godkänna och överlämna kontorets tjänsteutlåtande som svar på remissen och att omedelbart justera paragrafen.

**Fastighetskontorets** tjänsteutlåtande daterat den 28 maj 2019 har i huvudsak följande lydelse.

Av stadens kommunikationskanaler på sociala medier använder kontoret primärt Instagram för att kommunicera och visa bilder vid renovering av kända Stockholmsbyggnader. Policyn slår fast att stadens konton på sociala medier ska ha mätbara mål och att kommunikation ska ske på målgruppers villkor, vilket kräver kontinuerlig analys om målgrupperna. I dagsläget är det endast verifierade konton på Instagram där möjligheten ges att få statistikuppföljning. Detta medför att det kan vara svårt att mäta exempelvis spridning av inlägg och vilka målgrupper som nås via den typen av konton som de flesta förvaltningar använder sig av.

Vidare beskriver policyn vilken basinformation som ska finnas på stadens samtliga konton. I dagsläget är det inte möjligt att rymma all denna information i informationsutrymmet för ett Instagramkonto.

I policyn anges att publiceringsfrekvensen på stadens konton i sociala medier ska vara minst ett par inlägg i veckan. Kontoret förstår vikten av att stadens konton är aktiva, men anser att ambitionsnivån är för hög och att en rimlig publiceringsfrekvens är minst ett par gånger i månaden.

När stadens avslutar konton på sociala medier ska information framgå om varför kontot avslutas och hänvisning ske till alternativa informationsplatser eller kontaktpersoner. Om ett konto stängs fungerar det dock inte längre som en informationsplats, varför policyn bör tydliggöra hur länge informationen ska finnas på kontot innan det stängs.

## **Idrottsnämnden**

**Idrottsnämnden** beslutade vid sitt sammanträde den 21 maj 2019 att godkänna förvaltningens tjänsteutlåtande som svar på remissen och överlämnar det till kommunstyrelsen.

**Idrottsförvaltningens** tjänsteutlåtande daterat den 26 april 2019 har i huvudsak följande lydelse.

Idrottsförvaltningen anser att policyn är genomtänkt, ambitiös och välbalanserad. Idrottsförvaltningen välkomnar en stadsgemensam policy för sociala medier och synen på att stadens gemensamma varumärke stärks när alla förvaltningar och bolag jobbar samstämmigt.

Idrottsförvaltningen har idag omkring tio kanaler i sociala media. Det är Facebook-sidor med konkret verksamhetskoppling till några av stadens simhallar. Sidorna hanteras av respektive verksamhet och inläggen handlar nästan uteslutande om den dagliga verksamheten på simhallen.

Utifrån policyn ser idrottsförvaltningen ett behov av att höja förvaltningens kompetens och förmåga att hantera såväl befintliga som nya sociala kanaler. Det i sin tur leder till en utveckling som rimmar väl med idrottsförvaltningens värdegrund och vision.

Sammanfattningsvis har idrottsförvaltningen inga synpunkter på innehållet och förvaltningen ställer sig bakom policyns intentioner och innehåll.

## Kulturnämnden

**Kulturnämnden** beslutade vid sitt sammanträde den 18 juni 2019 att godkänna och överlämna förvaltningens tjänsteutlåtande till kommunstyrelsen som svar på remissen samt att omedelbart justera paragrafen.

**Kulturförvaltningens** tjänsteutlåtande daterat den 28 maj 2019 har i huvudsak följande lydelse.

Först och främst vill förvaltningen betona hur viktigt det är med rutiner för att säkerställa korrekt hantering av personuppgifter i sociala medier i praktiken. Stycket om personuppgifter på sidan 6 understryker många av de viktigaste aspekterna av detta, men förvaltningen önskar ännu mer förtydligande av hur viktigt det är att dessa regler kring personuppgifter och sociala medier som finns följs, samt att det formuleras ännu tydligare rutiner för detta.

Dessutom önskas ett förtydligande av hur man hanterar återtagna samtycken efter eventuell publicering och där spridning redan skett i det fall det gäller personuppgifter, t.ex. ett fotografi. Det behöver också förtydligas att samtyckena ska registreras i de fall personer begär ut registerutdrag. Det behövs rutiner även för detta.

I övrigt har förvaltningen följande synpunkter och förslag angående Policy för sociala medier i Stockholms stad:

Angående stycket Beslut om att starta nya konton på sidan 3, vill förvaltningen betona att avståndet mellan förvaltnings- eller bolagschefer och de medarbetare i verksamheten som ska starta upp ett konto på sociala medier kan ibland upplevas som långt. Som det står i policyn kan det dock lösas genom att delegera beslut om att starta konton till lägre nivåer, men glappet här kan ändå upplevas som svårarbetat. Detta kan också sägas handla om avståndet mellan idé och godkännande av idé.

Vidare är det bra att sociala medier i policyn kopplas tydligt till verksamhetsplan och att det ska finnas en utsedd ansvarig för sociala medier. Det kan dock vara önskvärt att det finns med ett stycke om att inloggningsuppgifter även ska finnas tillgängliga för andra medarbetare att komma åt. Detta är särskilt relevant för biblioteken; där det finns många olika konton så finns det en ansvarig kommunikatör som har tillgång till alla inloggningsuppgifter till kontona.

Det kan även behövas ytterligare förtydligande av närmaste chefs ansvar för konton på sociala medier. En utsedd ansvarig för ett konto i sociala medier kan tolkas som en person som arbetar aktivt med ett specifikt konto, det vill säga en medarbetare i respektive verksamhet. Exempelvis har flertalet bibliotek egna konton som drivs av engagerade medarbetare.

På sidan 5, om allmänna handlingar, önskas ett förtydligande av med vilket av stadens gallringsbeslut inlägg ska gallras efter registrering.

Angående bevakning och uppsiktsplikt, också på sidan 5, önskas ett förtydligande gällande formuleringen ”dokumenteras och därefter tas bort” – är det registrering följt av gallring som avses? Angående att stadens samtliga konton måste bevakas tre gånger varje dag under kontorstid: det är i sig bra, men kulturförvaltningen har exempelvis bara på Facebook ca 50 konton. Det kommer att krävas en plan för samordningen av bevakningen av så många konton som förvaltningen har. Det är bra att det betonas att bevakningen ska ske kontorstid eftersom det annars utgör en orimlig prioritering.

## **Kyrkogårdsnämnden**

**Kyrkogårdsnämnden** beslutade vid sitt sammanträde den 11 juni 2019 att tillstyrka remissen och överlämna detta tjänsteutlåtande samt att omedelbart justera paragrafen.

**Kyrkogårdsförvaltningens** tjänsteutlåtande daterat den 16 april 2019 har i huvudsak följande lydelse.

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*

## **Miljö- och hälsoskyddsnämnden**

**Miljö- och hälsoskyddsnämnden** beslutade vid sitt sammanträde den 11 juni 2019 att godkänna förvaltningens tjänsteutlåtande som svar på remissen samt att omedelbart justera paragrafen.

**Miljöförvaltningens** tjänsteutlåtande daterat den 28 maj 2019 har i huvudsak följande lydelse.

Inledningsvis välkomnar miljöförvaltningen att en policy för sociala medier har arbetats fram. Förvaltningen vill även betona vikten av att stadens arbete med sociala medier ska ha en tydlig koppling till förvaltningarnas och bolagens respektive verksamheter. Det är också viktigt att staden är aktiv och tillgänglig i de kanaler som finns, och att kommunikationen i sociala medier kontinuerligt följs upp och analyseras utifrån behov och målgrupp.

Förvaltningen har i huvudsak inget att invända mot det innehålls-mässiga innehållet i policyn men anser dock att förslaget i vissa delar har ett väl operativt fokus som inte hör hemma i ett policydokument. Exempelvis vilka uppgifter som ska ingå i den årliga rapporteringen av konton (sid 3).

Vad gäller personuppgifter och sekretessbelagda uppgifter så anser miljöförvaltningen att det saknas ett resonemang om personuppgiftsansvaret. Finns det sociala medier där det kan bli fråga om ett personuppgiftsbiträdesförhållande och hur ska staden i så fall resonera? Hur förhåller sig sociala medier till regelverket om molntjänster? Hur förhåller det sig till de potentiella riskerna med Cloud act?

Under rubriken *Samordning och tydlighet* anger policyn att stadens verksamheter ” när det finns skäl och förutsättningar” ska kommunicera på gemensamma konton i sociala medier. Miljöförvaltningen anser att den formuleringen är väl otydlig, och önskar att det klargörs (t ex med exempel) vad som avses.

Dessutom behöver det i dessa fall vara tydligt vem som är personuppgiftsansvarig för behandlingen av personuppgifter på kontot. Ska en nämnd/bolag vara ansvarig eller ska det vara ett gemensamt personuppgiftsansvar? Hur ska detta i så fall regleras?

I andra stycket på sid 6 skriver man bland annat ”Vid publicering av personuppgifter krävs i regel samtycke från de berörda personerna.” Det är en uppfattning som miljöförvaltningen inte delar, då det beror på för vilket syfte publiceringen sker. Samtycke som laglig grund bör vara den sista utvägen, inte den första. Som regel bör en myndighets publicering av person-uppgifter ske med stöd av allmänintresse eller fullgörande av avtal, och endast i undantag genom samtycke.

Vidare anges i samma stycke att ”För publicering av minderårigas personuppgifter krävs samtycke från vårdnadshavare.” Även mot detta vill miljöförvaltningen invända. Om grunden är samtycke så är det självklart, men inte om den lagliga grunden är någon annan. Det finns inte någon konkret inskränkning i stadens möjlighet att använda sig av andra lagliga grunder, så som allmänintresse eller fullgörande av avtal, bara för att personen i fråga är ett barn. Däremot bör man allmänt iaktta försiktighet när det kommer till behandlingen av barns personuppgifter, vilket borde framgå ännu tydligare i policyn.

Slutligen önskar miljöförvaltningen att det klagas om inlägg eller kommentarer som tas bort (till exempel på grund av att det innehåller känsliga, integritetskränkande personuppgifter eller sekretessbelagda uppgifter) ska behandlas som en personuppgiftsincident och hanteras utifrån sådana gemensamma rutiner.

## **Service nämnden**

**Service nämnden** beslutade vid sitt sammanträde den 18 juni 2019 att remissen besvaras med förvaltningens tjänsteutlåtande.

**Serviceförvaltningens** tjänsteutlåtande daterat den 26 april 2019 har i huvudsak följande lydelse.

Förvaltningen har ingen egen närvaro i sociala medier till följd av den typ av verksamheter som nämnden bedriver.

Förvaltningen ser nyttan av en policy för att få ett likartat arbetssätt för de nämnder som har närvaro i sociala medier. En policy är även behjälplig för att staden lättare ska kunna följa de regler och lagar som omger sociala medier.

Policyn visar tydligt det ansvar som följer med att kommunicera genom sociala medier. Att stadsledningskontorets kommunikationsenhet har ett övergripande ansvar för sammanställningen av listan över vilka konton inom sociala medier som staden har är en god grund för att skapa enhetlighet och tydlighet jämfört med Stockholmarna.

## **Social nämnden**

**Social nämnden** beslutade vid sitt sammanträde den 21 maj 2019 att godkänna förvaltningens tjänsteutlåtande som svar på remiss till kommunstyrelsen av Policy för sociala medier i Stockholms stad.

**Socialförvaltningens** tjänsteutlåtande daterat den 7 april 2019 har i huvudsak följande lydelse.

Då sociala medier är en naturlig del att kommunicera är det av stor vikt att grundläggande principer och riktlinjer tydliggörs. Socialförvaltningen har i dagsläget 17 konton i sociala medier och att kommunikationen där ska ske aktivt, tillgängligt och trovärdig är självklart. Socialförvaltningen ställer sig positiv till den policy för sociala medier i Stockholms stad som tagits fram och har inget att invända mot de förslag som framförs.

Förvaltningens anser att policyn är ett viktigt komplement till stadens kommunikationsprogram och underlättar att stadens sociala medier håller en hög kvalitet, utifrån de tre övergripande inriktningarna. Förvaltningen vill särskilt framhålla att det är viktigt att stadens konton har ett tydligt syfte, med koppling till



förvaltningens verksamhet. Beskrivning av basinformation, publiceringsfrekvens, bevakning, bemötande och ansvar är också av stor vikt. Det är också viktigt att sekretess i sociala medier lyfts, liksom vikten att ta hänsyn till GDPR.

Förvaltningen föreslår att nämnden godkänner tjänsteutlåtandet som svar till kommunstyrelsen.

## **Stadsbyggnadsnämnden**

**Stadsbyggnadsnämnden** beslutade vid sitt sammanträde den 13 juni 2019 att överlämna kontorets tjänsteutlåtande som svar på remissen från kommunstyrelsen samt att omedelbart justera paragrafen.

**Stadsbyggnadskontorets** tjänsteutlåtande daterat den 26 maj 2019 har i huvudsak följande lydelse.

Kontoret tycker att policyn är bra och att den kommer att vara betydelsefull för att säkerställa att stadens sociala mediekonton håller god kvalitet, att de lagar som råder efterlevs samt att närvaron i sociala medier stödjer nämnderna och bolagens verksamhetsmål.

Genom närvaron i sociala medier kan staden fortsatt öka tillgänglighet och service, belysa sakfrågor och tillvarata åsikter om stadens verksamheter.

## **Trafiknämnden**

**Trafiknämnden** beslutade vid sitt sammanträde den 13 juni 2019 att överlämna kontorets tjänsteutlåtande som svar på remissen från kommunstyrelsen samt att omedelbart justera paragrafen.

**Trafikkontorets** tjänsteutlåtande daterat den 23 maj 2019 har i huvudsak följande lydelse.

Trafikkontoret ser positivt på att staden har arbetat fram en policy för sociala medier för att säkerställa gemensamma ramar för både förvaltningar och bolag och att staden därmed också lever upp till eSams, samverkansorganet mellan myndigheter och SKL, önskan om kommunspecifika riktlinjer.

Policyn är i sin helhet bra. Trafikkontoret förstår utmaningen i att utforma en policy för ett område som snabbt förändras och som är en naturlig del i många medarbetares vardag, även utanför arbetsplatsen.

Kontoret ser det som bra att staden stödjer sig mot redan befintliga dokument vad gäller tillämpningar samtidigt som det tydliggörs att sociala medier, liksom all annan kommunikation, ska ta sitt avstamp i verksamheten mål och följa stadens

kommunikationsprogram. Detta innebär också att centrala begrepp känns igen, vilket bör göra det enklare att ta till sig policyn samtidigt som den blir en naturlig del i stadens kommunikationsarbete i stort.

Trafikkontoret ser samtidigt ett behov av att tydliggöra den operativa användningen av sociala medier ytterligare, till exempel vad gäller skäl och förutsättningar för att använda stadsgemensamma konton.

Kontoret anser att inriktningarna för policyn är bra och ligger i linje med stadens övergripande styrdokument för kommunikation samt det förhållningssätt som trafikkontoret idag har till arbetet i sociala medier med fokus på dialog.

Samordning och tydlighet är också relevant, men även om det delvis finns beskrivet i stadens handledning för sociala medier ser kontoret gärna en djupare beskrivning av de skäl och förutsättningar som bör föreligga för att stadens verksamheter ska använda gemensamma konton i sociala medier.

Det är bra att det är tydligt att en närvaro i sociala medier ska ha verksamhetsnytta, mål och att den följs upp. Detta är mycket relevant i den faktiska användningen av policyn i förvaltningens verksamheter. Kontoret välkomnar också tydligheten i att det är förvaltningsdirektörer och bolags- vd som har beslutanderätten att starta konton i sociala medier.

Delar av policyn blir enligt trafikkontorets bedömning mycket operativ, det gäller bland annat beskrivning av den årliga rapportering av konton som varje förvaltning och bolag ska göra till stadsledningskontorets kommunikationsenhet, riktlinjer vad gäller publiceringsfrekvens och hur ofta konton ska bevakas. Kontoret bedömer att detta skulle passa bättre i handledningen snarare än i policyn.

Policyn återkommer till förvaltningslagen och begreppet *onödigt dröjsmål*. Kontorets uppfattning är att detta skulle gå att beskriva och exemplifiera något ytterligare för att underlätta för användarna.

En central del i policyn är hur innehåll som kan anses vara brottsligt på ett eller annat sätt ska hanteras. I beskrivningen saknas hur hot och trakasserier ska hanteras. Beskrivningen benämner innehåll som *uppenbart* kan ses som brottsligt, en beskrivning av hur mindre uppenbart material ska hanteras vore ett bra komplement i policyn.

Hur staden hanterar personuppgifter och sekretessbelagda uppgifter är fylligt beskrivet i policyn vilket är bra. Men liksom vad gäller *onödigt dröjsmål* ser kontoret det som önskvärt att tydligare exemplifiera vad som menas med *fullgörande av rättslig förpliktelse eller utförande av uppgift för allmänt intresse*. Detta blir extra viktigt eftersom målgruppen för policyn är tämligen bred.

Vidare saknas en större tydlighet i resonemanget runt privat användande i relation till användningen av sociala medier i tjänsten. Policyn menar att huvudregeln är att stadens medarbetare inte ska använda sina privata konton för tjänsteuppgifter, denna skrivning öppnar också upp för att det finns undantag. Trafikkontoret efterfrågar riktlinjer och större tydlighet för att kunna bemöta frågeställningar som uppkommer i det dagliga arbetet. Samtidigt är det viktigt att tydliggöra att stadens medarbetare har grundlagsskyddad yttrandefrihet och meddelarfrihet och därmed rätten att

kommunicera om stadens verksamheter i tillgängliga kanaler men också peka på vilka följder detta kan ge.

Kontoret har historiskt sett haft fall där privata konton i sociala medier använts i en arbetssituation där det förekommit hot och trakasserier och därmed skapat psykisk ohälsa. Policyn skulle med fördel kunna uppmärksamma dessa risker och att arbetsgivaren enligt arbetsmiljölagen har ett ansvar att säkerställa att medarbetarna inte utsätts för ohälsa, vilket kan uppstå i dessa situationer.

Policyn beskriver tydligt vilka kriterier som gäller för att starta konton i sociala medier men innehåller en mycket kortfattad formulering om att avsluta konton. Här önskas en tydligare formulering om vem som har beslutanderätten att avsluta ett konto och vilka eventuella skäl som är grund till att avsluta ett konto.

Kontoret ser gärna också att en plan för revidering eller uppdatering av dokumentet inkluderas.

## **Utbildningsnämnden**

**Utbildningsnämnden** beslutade vid sitt sammanträde den 13 juni 2019 att överlämna förvaltningens tjänsteutlåtande till kommunstyrelsen som svar på remissen samt att omedelbart justera paragrafen.

**Utbildningsförvaltningens** tjänsteutlåtande daterat den 16 maj 2019 har i huvudsak följande lydelse.

Generellt uppfattar utbildningsförvaltningen att policyn inte på ett självklart sätt kan appliceras på våra skolors aktiviteter i sociala medier. Skolorna har också ett långtgående självständigt ansvar över sina verksamheter.

Under en inventering från år 2017 fann utbildningsförvaltningen omkring 150 aktiva konton på stadens skolor, samt cirka 20 konton på central förvaltning. Det är sannolikt att inventeringen inte lyckades ringa in samtliga, och att det tillkommit flera sedan dess. Mängden aktiva konton på sociala medier är stort och skulle, om aktuell policy antas, föranleda en ökad administration.

Konton kan skapas av enskilda lärare i tjänsten, för en liten målgrupp, avsedda för en begränsad period i undervisningen. För utbildningsförvaltningen skulle en framkomlig väg kunna vara att man i policyn skiljer på officiella konton och konton som startas i pedagogiskt syfte eller sammanhang, där det behöver finnas utrymme för att öva, experimentera och göra fel.

### **Verksamhetsnytta, mål och uppföljning**

Bakgrunden till att man i skolan startar sociala medier-konton varierar, liksom lärarnas kompetens och tidsutrymme för att underhålla dessa konton på sätt som kan förväntas. Centrala utbildningsförvaltningen kan ge råd och stöd och hänvisa till vår handbok för sociala medier på intranätet. Men i skolan konkurrerar underhåll och uppföljning av

konton med arbetsuppgifter med större betydelse för undervisningen och vi bedömer det inte sannolikt att underhåll och uppföljning kommer att prioriteras framför dessa.

#### **Uppföljningsansvar**

Utbildningsförvaltningen ser en omfattande administrativ utmaning i att följa upp alla de konton som skapas i våra skolor. Det kan handla om allt från skolans officiella konton till konton som skapas av enskilda lärare för ett tillfälligt klassprojekt.

Utbildningsförvaltningen bedömer att uppföljningen kommer att kräva endera omfattande personella resurser och/eller anskaffande av verktyg för att hantera uppföljningen på ett rimligt sätt.

För att följa upp det som anges i policyn kommer någon form av stödsystem att vara nödvändig, för att exempelvis:

- registrera befintliga konton
- möjliggöra ansökan om nya konton
- ange syfte och mål för konton
- ange ansvariga, lösenord och liknande
- skicka ut automatiserade uppmaningar till uppföljning.

#### **Beslut om att starta nya konton**

Från centralt håll kan utbildningsförvaltningen informera om att ansökan krävs för att få starta ett konto i sociala medier, men utbildningsförvaltningen saknar resurser för att garantera att den delen av policyn efterföljs till fullo.

Utbildningsförvaltningens organisation är omfattande och består av ett stort antal självständiga verksamheter. Möjligheten att nå ut med information till samtliga medarbetare och motivera till efterlevnad av policyn är begränsad.

Undervisningssituationen är inte sällan stressig och kräver dessutom att initiativ och kreativitet tas till vara i stunden. Många konton startas löpande och spontant, till exempel i samband med temarbeten och projekt i klassen.

Alternativet att placera ut ansvaret för kontroll av nya konton på enskilda skolor bedömer utbildningsförvaltningen inte försvarbart. Utbildningsförvaltningen strävar efter att minska de administrativa uppgifterna på skolorna och kontohanteringen skulle istället innebära ytterligare en sådan uppgift för lärare, rektor eller annan skolpersonal.

Av dessa skäl kan inte utbildningsförvaltningen agera kontrollinstans för att garantera att ansökan sker inför varje nystartat konto på skolorna.

#### **Rapportering av konton**

Rapportering av nystartade, befintliga och avslutade konton kan vara rimlig att efterfråga en gång per år, inte oftare.

#### **Förslag till beslut**

Förvaltningen föreslår att utbildningsnämnden överlämnar förvaltningens tjänsteutlåtande till kommunstyrelsen som svar på remissen. Beslutet bör justeras omedelbart med anledning av remisstiden.

## **Äldrenämnden**

**Äldrenämnden** beslutade vid sitt sammanträde den 18 juni 2019 att överlämna förvaltningens tjänsteutlåtande till kommunstyrelsen som svar på remissen samt att omedelbart justera paragrafen.

**Äldreförvaltningens** tjänsteutlåtande daterat den 30 april 2019 har i huvudsak följande lydelse.

Äldreförvaltningen ställer sig positiv till den policy för sociala medier i Stockholms stad som tagits fram.

Förvaltningen anser att policyn är ett välkommet komplement till stadens kommunikationsprogram. Sociala medier är i dag en självklar del i stadens kommunikation och gör staden mer tillgänglig och öppen för dialog med stockholmarna. Policyn för sociala medier kan bidra till att stadens konton i sociala medier håller hög kvalitet.

### **Överförmyndarnämnden**

**Överförmyndarnämnden** beslutade vid sitt sammanträde den 23 maj 2019 att som svar på remissen hänvisa till förvaltningens tjänsteutlåtande.

**Överförmyndarförvaltningens** tjänsteutlåtande daterat den 29 mars 2019 har i huvudsak följande lydelse.

Överförmyndarförvaltningen arbetar huvudsakligen med frågor som rör enskilda individer och inte sällan med integritetskänsliga uppgifter. Kommunikation via sociala medier lämpar sig därför normalt inte i kontakterna med huvudmän, ställföreträdare, anhöriga etcetera. Inte heller kontakterna med andra myndigheter, interna såväl som externa, bör ske via sociala medier utan via sedvanliga kanaler som telefon, mejl och brev. Förvaltningen har i dagsläget inga konton i sociala medier. Däremot använder sig förvaltningen av stadens konton för LinkedIn och Facebook vid rekrytering av nya medarbetare.

Sociala medier används av många och kan vara ett bra sätt att kommunicera med stadens invånare, där det är lämpligt. Denna typ av media är dock inte oproblematisk, och därför är det bra att staden har en policy för hur dessa ska användas. Förvaltningen har inget att erinra mot förslaget, utan anser att det behövs riktlinjer av detta slag för de förvaltningar och bolag som använder sig av sociala medier.

### **Bromma stadsdelsnämnd**

**Bromma stadsdelsnämnd** beslutade vid sitt sammanträde den 13 juni 2019 att godkänna förvaltningens tjänsteutlåtande som svar på remissen.

**Bromma stadsdelsförvaltnings** tjänsteutlåtande daterat den 23 maj 2019 har i huvudsak följande lydelse.

Förvaltningen är positiv till policyn som beskriver gemensamma riktlinjer för stadens närvaro i sociala medier. Ett mer enhetligt sätt i hur sociala medier används för stadens verksamheter underlättar för såväl medarbetare som invånare och säkerställer en hög kvalitet.

Förslaget om gemensamma riktlinjer följer i mångt och mycket förvaltningens befintliga rutin. Policyn tydliggör och formaliserar även beslutet om uppstart av konton ytterligare vilket är positivt.

En stor utmaning är invånares allt större förväntningar på information och dialog i förhållande till verksamhetens resurser. Förvaltningen har märkt ett ökat intresse från verksamheter att prova sig fram i sociala medier i kommunikationen med sina målgrupper alternativt som en kanal för marknadsföring av verksamheten. Policyn beskriver på ett tydligt sätt det strategiska förarbete som krävs för att framgångsrikt använda sociala medier som kanal, både vad gäller syfte och målformulering samt avsättande av resurs för hantering.

För vissa verksamheter är det huvudsakliga syftet med närvaron i sociala medier att berätta att verksamheten finns till, att kunna vara sökbara och vid behov enkelt kunna kommunicera aktuella aktiviteter och eventuella avvikande öppettider. Detta är ett behov som stockholm.se i dag inte alltid kan fylla. Här kan förhoppningsvis nya stockholm.se med en nylansering av evenemangskalendern eller så kallade miniwebbar täcka det behovet på sikt. I relation till kontots omfattning och syfte önskar förvaltningen en viss flexibilitet när det kommer till kraven om antal inlägg, mätbara mål och antal gånger kontot ska bevakas per dag fram till dess att alternativa kanaler kan erbjudas verksamheterna.

Förvaltningens konton i sociala medier hanteras av olika yrkesgrupper med olika förkunskaper. Därför önskar förvaltningen att den vägledning för sociala medier som finns i dag kompletteras med en digital kurs i stadens utbildningsplattform för medarbetare som hanterar sociala medier i tjänsten. Fokus bör ligga på lagar (exempelvis GDPR), regler och förhållningssätt samt de övergripande riktlinjerna. Den handbok som finns i dag kan fortsatt fokusera på det mer praktiska som tilltal, tonalitet och praktiska guider.

## **Enskede-Årsta-Vantörs stadsdelsnämnd**

**Enskede-Årsta-Vantörs stadsdelsnämnd** beslutade vid sitt sammanträde den 13 juni 2019 att godkänna förvaltningens tjänsteutlåtande som svar på remissen.

*Särskilt uttalande* gjordes av Rana Nasrindotter m.fl. (S) och Hassan Jama m.fl. (V), med instämmande ersätтарыttrande av Lisa Palm (Fi), *bilaga 1*.

**Enskede-Årsta-Vantörs stadsdelsförvaltnings** tjänsteutlåtande daterat den 23 maj 2019 har i huvudsak följande lydelse.

Sociala medier är en självklar del av dagens medielandskap och stockholmarna förväntar sig att kunna nå förvaltningens olika verksamheter i sociala medier. Genom sociala medier kan även olika verksamheter nå ut med information och service, föra dialog och möta stockholmarna, intressenter och företag.

I huvudsak tycker förvaltningen att policyn för sociala medier i Stockholms stad är bra men förvaltningen har fyra betänkligheter kring formuleringar kring beslut om att starta nya konton, basinformation, minderåriga samt kring formuleringen om känsliga personuppgifter i sociala medier.

Betänkande kring beslut om att starta nya konton Under rubrik Beslut om att starta nya konton står att förvaltningschef eller bolagsdirektör ska ta beslut om en verksamhet eller en funktion får starta ett nytt konto och att denne kan delegera sin beslutanderätt i enlighet med kommunallagens bestämmelser. Enligt kommunallagen är utgångspunkten att nämnden delegerar sin beslutanderätt till förvaltningschefen, som i sin tur kan vidaredelegera beslutanderätten till andra tjänstepersoner. Förvaltningen föreslår därför ett förtydligande varifrån förvaltningsdirektören har fått rätt att fatta denna typ av beslut i policyn. Det behöver förtydligas om alla nämnder behöver lägga till detta i sina delegationsordningar eller om det anses vara ett beslut av rent verkställande karaktär.

Betänkande kring basinformation Under Basinformation framgår vilken basinformation alla konton i sociala medier som stadens förvaltningar och bolag ansvarar för ska ha. Förvaltningen föreslår att basinformation kompletteras med uppgifter om hur personuppgifter behandlas samt uppgifter om vad som gäller för att delta i stadens sociala medier.

Detta kan förslagsvis formuleras som följer: de villkor som gäller för att delta på stadens sociala medier, till exempel hur personuppgifter behandlas och att ett inlägg kan bli allmän handling.

Betänkande kring minderåriga i sociala medier

Under rubriken Personuppgifter och sekretessbelagda uppgifter står att minderårigas personuppgifter inte får publiceras utan samtycke av vårdnadshavare. Som personuppgifter räknas all slags information som kan härleda direkt eller indirekt till en fysisk person till exempel namn, bild, film eller ljudupptagning.

Enligt 2 kap. 4 § lagen (2018:218) med kompletterade bestämmelser till EU:s dataskyddsförordning får barn samtycka själva från och med att de är 13 år. Utgångspunkten bör därför vara att barn som är 13 år och uppåt själva ska få samtycka till att deras personuppgifter får bli publicerade i sociala medier. Det bör dock alltid göras en bedömning i det enskilda fallet om barnet, sett till dess ålder och mognad, bedöms kunna samtycka. I vissa undantagsfall kanske samtycke ändå behövs från vårdnadshavaren.

Om inlägget skulle kunna uppfattas som känsligt eller innehålla känsliga personuppgifter som kan utläsas från en bild eller sammanhang kan medgivande av vårdnadshavare krävas för att skydda den minderåriges intressen.

Betänkande kring känsliga personuppgifter i bild

Under rubriken Personuppgifter och sekretessbelagda uppgifter står att staden inte får publicera några känsliga eller integritetskränkande personuppgifter. Som personuppgifter räknas all slags information som kan härleda direkt eller indirekt till en fysisk person till exempel namn, bild, film eller ljudupptagning.

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

Formuleringen skulle kunna ses över med att om känsliga personuppgifter kan utläsas från en bild eller kontext i ett inlägg i sociala medier ska det tänkas igenom om inlägget är relevant för verksamheten och medborgarna och om det förmedlar ett budskap som verksamheten står för och som visar mångfalden bland stockholmarna.

Anledningen till att denna formulering bör ändras är att vissa känsliga uppgifter kan gå att tolka utifrån en bild på en person eller från ett sammanhang i ett inlägg. Exempelvis så kan etnicitet läsas även om etnicitet inte nämns i texten. Detta innebär att vi riskerar att lämna ut känsliga personuppgifter i bild och text även om vi inte skriver ut det. Att inte publicera dessa bilder skulle vara att osynliggöra medborgare och mångfalden bland stockholmarna.

## **Farsta stadsdelsnämnd**

**Farsta stadsdelsnämnd** beslutade vid sitt sammanträde den 19 juni 2019 att överlämna förvaltningens tjänsteutlåtande som svar på remissen av förslaget till policy för sociala medier i Stockholms stad.

**Farsta stadsdelsförvaltnings** tjänsteutlåtande daterat den 22 maj 2019 har i huvudsak följande lydelse.

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

Förvaltningen ställer sig också positiv till att policyn understryker hur kommunikationsansvaret i sociala medier ser ut. Ansvar innebär att nämnden eller styrelsen 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 nämnds eller styrelses 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.

## **Hägersten-Liljeholmens stadsdelsnämnd**

**Hägersten-Liljeholmens stadsdelsnämnd** beslutade vid sitt sammanträde den 23 maj 2019 att godkänna förvaltningens tjänsteutlåtande och överlämnar det till kommunstyrelsen som svar på remissen.

**Hägersten-Liljeholmens stadsdelsförvaltnings** tjänsteutlåtande daterat den 2 maj 2019 har i huvudsak följande lydelse.

Förvaltningen är positiv till att en policy för sociala medier i Stockholms stad tagits fram. Det är angeläget att det finns ett gemensamt och medvetet förhållningssätt till den här typen av kanaler, eftersom de får allt större betydelse i dagens informationslandskap. Att offentliga verksamheter som kommuner och myndigheter finns i sociala medier ses av många idag som en självklarhet. Många räknar med att kunna komma i kontakt med både offentliga verksamheter och företag via sociala medier. Man räknar också med att det ska gå snabbt, till och med snabbare än via till exempel e-post och telefon.

Med tanke på målgruppens förväntningar och hur pass vanligt förekommande det är med närvaro i sociala medier idag finns det skäl att betrakta sociala medier som en av stadens viktigaste kommunikationsvägar. Sociala medier fungerar inte längre bara som ett komplement till traditionella kanaler, som webbplats, epost, annonser, direktutskick osv, utan har en allt större självständig betydelse. Sociala medier är också den typ av kommunikationskanal som staden arbetar med idag där det förekommer störst inslag av dialog med stadens invånare, jämfört med många av våra traditionella kanaler som innebär större andel envägskommunikation. Detta gör sammantaget att sociala medier är mycket viktiga, och att det är angeläget att hålla en konsekvent linje i vårt förhållningssätt.

Förvaltningen är därför positiv till att policyn slår fast att det är respektive förvaltningschef som ytterst har ansvar för beslut om att starta konton i sociala medier, och vidare att respektive chef ansvarar för att förvalta sin verksamhets konto. De är också bra att policyn riktar sig till alla medarbetare i staden, eftersom i stort vem som helst, oavsett tjänst eller roll kan ha ansvar för att hantera ett sociala medier-konto.

Förvaltningen saknar skrivningar kring vad som gäller när till exempel entreprenörer har sociala medier-konton för verksamheter som de driver på uppdrag av Stockholms stad. Bör även de omfattas av motsvarande krav på kvalitet, arbetssätt och registrering? Bör det finnas information om att verksamheten bedrivs på uppdrag av staden, och vad gäller för den grafiska profilen i dessa fall?

När det gäller kravet på att det vid start av nya konton ska tas fram tydligt syfte, mål, ansvarig medarbetare osv är det ett arbetssätt som funnits sedan tidigare. Dock anges nu att målen för kontot ska vara mätbara. Förvaltningen är frågande till om det är möjligt att sätta upp meningsfulla mätbara mål i alla lägen utan att riskera att fastna

i mål som ”antal visningar av inlägg” eller ”antal personer som gillat sidan” – det kan vara mer meningsfullt att ange effektmål utifrån kontots syfte.

Konton som inte används eller som inte följer policyn måste stängas ner. En praktisk fråga när det gäller att stänga ned konton är hur man går tillväga i de fall som ett konto administreras av en medarbetare som slutat, eller som vi av någon annan anledning inte kan nå? En möjlig väg att gå kan vara att ställa krav på att ett konto i sociala medier ska ha minst två eller tre administratörer som har rättighet att stänga ner kontot, alternativt att minst en kommunikatör eller ansvarig chef har administratörbehörighet eller lösenord till samtliga konton.

Angående kravet på publiceringsfrekvens ifrågasätter förvaltningen om det är rimligt att ställa ett generellt krav på en publiceringsfrekvens på ”ett par gånger i veckan”, så som anges nu. Detta eftersom det finns så många olika sorters konton, där vissa kanske bara publicerar ett veckoprogram, är aktuella under en viss period eller liknande.

När det gäller bevakning av inkomna inlägg, kommentarer och frågor tycker förvaltningen att kravet på att det ska ske tre gånger dagligen är högt ställt. Det kan vara svårt för medarbetare som inte arbetar framför datorn eller har tillgång till administratörsverktyg i mobilen att leva upp till det. Som jämförelse kan sägas att förvaltningens riktlinje för e-post är att den bör kontrolleras en gång per dag. Om detta krav är baserat på att det är den frekvens som gäller för att uppsiktsplikten ska kunna anses hållas, bör det anges tydligare i policyn

## **Hässelby-Vällingby stadsdelsnämnd**

**Hässelby-Vällingby stadsdelsnämnd** beslutade vid sitt sammanträde den 14 maj 2019 att godkänna förvaltningens tjänsteutlåtande som svar på remissen.

**Hässelby-Vällingby stadsdelsförvaltnings** tjänsteutlåtande daterat den 15 april 2019 har i huvudsak följande lydelse.

Förvaltningen är positiv till att staden tar fram gemensamma riktlinjer för sociala medier. Ett mer enhetligt sätt i hur sociala medier används för stadens verksamheter underlättar för såväl medarbetare som invånare och säkerställer en hög kvalitet.

Förvaltningen har sedan flera år en rutin för uppstart av konto i sociala medier. En ifylld mall som specificerar bland annat syfte, målgrupp, innehåll och ansvarsfördelning ska godkännas av ansvarig chef och kommunikationsstrateg på delegation från stadsdelsdirektör. Förslaget om gemensamma riktlinjer innebär därmed inga större förändringar för förvaltningen utan styrker den redan etablerade rutinen.

En stor utmaning är invånares allt större förväntningar på information och dialog via sociala medier i förhållande till verksamhetens resurser. För vissa verksamheter är det huvudsakliga syftet med närvaron i sociala medier att vid behov kunna kommunicera aktuella aktiviteter och eventuella avvikande öppettider. Detta är ett behov som stockholm.se i dag inte alltid kan fylla. I relation till kontots omfattning och syfte krävs därför en viss flexibilitet när det kommer till kraven om antal inlägg, mätbara mål och antal gånger kontot ska bevakas per dag.

Stadens konton i sociala medier hanteras av ett stort antal medarbetare från olika verksamheter med olika förkunskaper. Därför önskar förvaltningen att den handbok för sociala medier som finns i dag kompletteras med en digital kurs i stadens utbildningsplattform för medarbetare som hanterar sociala medier i

tjänsten. Fokus bör ligga på lagar (exempelvis GDPR), regler och förhållningssätt samt de övergripande riktlinjerna. Den handbok som finns i dag kan fortsatt fokusera på det mer praktiska som tilltal, tonalitet och praktiska guider.

## **Kungsholmens stadsdelsnämnd**

**Kungsholmens stadsdelsnämnd** beslutade vid sitt sammanträde den 13 juni 2019 att besvara remissen med förvaltningens tjänsteutlåtande.

**Kungsholmens stadsdelsförvaltnings** tjänsteutlåtande daterat den 21 maj 2019 har i huvudsak följande lydelse.

Förvaltningen anser att dokumentet Policy för sociala medier i Stockholms stad innehåller bra och tydliga ramar för att starta, driva och avsluta konton i sociala medier. Förvaltningen har sedan tidigare en rutin för sociala medier som i stort har samma innehåll som Policy för sociala medier i Stockholms stad. I samband med att policyn blir antagen ersätter policyn förvaltningens egna rutiner.

Förvaltningen ser sociala medier som en viktig kommunikationskanal för extern kommunikation till medborgare och möjlighet till dialog.

Under hösten genomför förvaltningen en inventering av samtliga konton för att säkerställa att kanalerna följer det nya regelverket samt informerar om den nya policyn för förvaltningens redaktörer. Förvaltningen har under de senaste åren genomfört regelbundna redaktörmöten med erfarenhetsutbyte och kompetensutveckling för att säkerställa att redaktörerna har kunskap om de regler och lagar som gäller för sociala medier. Innehållet i policyn blir vägledande för vilka ämnen som redaktörmötena fokuserar på framåt.

## **Norrmalms stadsdelsnämnd**

**Norrmalms stadsdelsnämnd** beslutade vid sitt sammanträde den 13 juni 2019 att besvara remissen med förvaltningens tjänsteutlåtande.

**Norrmalms stadsdelsförvaltnings** tjänsteutlåtande daterat den 16 maj 2019 har i huvudsak följande lydelse.

Förvaltningen är positiv till att staden antar en gemensam policy för sociala medier. Ett enhetligt sätt för användningen av sociala medier underlättar för såväl medborgare som invånare och säkerställer kvaliteten.

Förvaltningen har sedan tidigare en rutin för förvaltningens närvaro i sociala medier. Förslaget om en gemensam policy innebär därmed inga större förändringar för förvaltningen.

Förvaltningen har flera konton i sociala medier. Syfte och mål med kontona skiljer sig mellan olika verksamheter. En del konton har en starkt begränsad målgrupp, vissa konton är till nytta för användarna genom att ge dagsaktuell information om eventuella avvikande öppettider och aktiviteter medan andra har konton avsedda mer för dialog och delaktighet. Förvaltningen föreslår därför en viss flexibilitet när det handlar om antal inlägg per vecka och antal gånger kontot ska bevakas per dag.

Stadens konton i sociala medier hanteras av ett stort antal medarbetare från olika verksamheter med olika förkunskaper. Det är önskvärt att handboken för sociala medier kompletteras med en digital utbildning i stadens utbildningsplattform för medarbetare. Handboken omfattar praktiska delar som tilltal, tonalitet och praktiska guider. Innehållet i en utbildning bör omfatta lagstiftning (exempelvis GDPR och diarietjänst), regler (exempelvis synpunktshantering) och förhållningssätt samt policyn för sociala medier i Stockholm.

## **Rinkeby-Kista stadsdelsnämnd**

**Rinkeby-Kista stadsdelsnämnd** beslutade vid sitt sammanträde den 19 juni 2019 att besvara remissen med förvaltningens tjänsteutlåtande samt att omedelbart justera paragrafen.

**Rinkeby-Kista stadsdelsförvaltnings** tjänsteutlåtande daterat den 31 maj 2019 har i huvudsak följande lydelse.

Förvaltningen är positiv till att en gemensam policy för sociala medier i Stockholms stad tas fram. Förslaget kompletterar den handledning i sociala medier som finns sedan tidigare. Förvaltningens bedömning är att dessa gemensamma riktlinjer kan utgöra grunden för de lokala rutiner som förvaltningen behöver utveckla för sin närvaro i sociala medier.

Vidare kan policyn ge stöd för en strategisk utveckling av de nystartade förvaltningsgemensamma kontona i Facebook och Instagram.

I policyn betonas att dialog är det huvudsakliga skälet för Stockholms stads närvaro i sociala medier. Förvaltningen är positiv till möjligheterna till dialog som ligger väl i linje med förvaltningens värdegrund om öppenhet, nytänkande och tillit.

Förvaltningen ser dock en utmaning i att motsvara förväntningarna när det gäller tillgänglighet och beredskap att besvara frågor och kommentarer inom olika verksamhetsområden, som dialog i sociala medier innebär.

Förvaltningens närvaro på sociala medier hanteras redan i dag av många olika personer med olika grad av förkunskaper. En utökad ambition, i linje med policyn, kräver att ännu fler engageras i ett strukturerat arbete med sociala medier. För att förverkliga policyn föreslår förvaltningen därför att en stadsgemensam utbildning erbjuds medarbetare som arbetar med stadens konton.

Flera av verksamheter i förvaltningen har egna konton i sociala medier för att nå ut till sin målgrupp till exempel öppna förskolan och ungdomsgårdarna. Informationen handlar i huvudsak om planerade eller genomförda aktiviteter, öppettider med mera. Den typen av information är efterfrågad men ryms inte självklart på

stockholm.se i dag. För denna kategori av konton föreslår förvaltningen att policyn formuleras på ett sätt som medger viss flexibilitet när det gäller krav på antal inlägg, mätbara mål och krav på bevakning.

### **Skarpnäcks stadsdelsnämnd**

**Skarpnäcks stadsdelsnämnd** beslutade vid sitt sammanträde den 13 juni 2019 att besvara remissen med förvaltningens tjänsteutlåtande samt att omedelbart justera paragrafen.

**Skarpnäcks stadsdelsförvaltnings** tjänsteutlåtande daterat den 29 maj 2019 har i huvudsak följande lydelse.

Stadsdelsförvaltningen är positiv till förslaget till policy för sociala medier i Stockholms stad och anser att policyn är tydlig och kommer att, tillsammans med stadens handledning för sociala medier, underlätta arbetet med och styrningen över förvaltningens närvaro i sociala medier.

Skarpnäcks stadsdelsförvaltnings verksamheter har i dagsläget 25 konton i sociala medier inklusive stadsdelsförvaltningens övergripande konton på Facebook och Twitter.

Bland de verksamheter som har konton i sociala medier finns våra fritidsgårdar och parklekar, vår öppna förskola och Skarpnäcks kulturhus.

### **Skärholmens stadsdelsnämnd**

**Skärholmens stadsdelsnämnd** beslutade vid sitt sammanträde den 13 juni 2019 att besvara remissen med förvaltningens tjänsteutlåtande.

*Särskilt uttalande* gjordes av Salar Rashid m.fl. (S) och Rudy Espinoza m.fl. (V), med instämmande av Johan Kling (C), Bengt Johansson (M), Martin Vallas (L) och Sara Grolander (MP), *bilaga 1*.

*Ersättningsyttrande* gjordes av Sissela Nordling Blanco (Fi), som instämde i det särskilda uttalandet från Salar Rashid m.fl. (S) och Rudy Espinoza m.fl. (V).

**Skärholmens stadsdelsförvaltnings** tjänsteutlåtande daterat den 8 maj 2019 har i huvudsak följande lydelse.

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.

## **Spånga-Tensta stadsdelsnämnd**

**Spånga-Tensta stadsdelsnämnd** beslutade vid sitt sammanträde den 13 juni 2019 att överlämna tjänsteutlåtandet som svar på remissen.

**Spånga-Tensta stadsdelsförvaltnings** tjänsteutlåtande daterat den 16 maj 2019 har i huvudsak följande lydelse.

Förvaltningen är positiv till att staden tar fram gemensamma riktlinjer för sociala medier. Ett enhetligt sätt för användningen av sociala medier underlättar för såväl medborgare som invånare och säkerställer kvaliteten.

Förvaltningen har sedan tidigare en rutin för hantering av sociala medier. Förslaget om gemensamma riktlinjer innebär därmed inga större förändringar för förvaltningen utan styrker den redan etablerade rutinen.

En stor utmaning är invånarens allt större förväntningar på information och dialog via sociala medier i förhållande till verksamhetens resurser. För vissa verksamheter är det huvudsakliga syftet med närvaron i sociala medier att vid behov kunna kommunicera aktuella aktiviteter och eventuella avvikande öppettider. Detta är ett behov som stockholm.se i dag inte alltid kan tillgodose. I relation till kontots omfattning och syfte krävs därför en viss flexibilitet när det kommer till kraven om antal inlägg, mätbara mål samt antal gånger kontot ska bevakas per dag.

Stadens konton i sociala medier hanteras av ett stort antal medarbetare från olika verksamheter med olika förkunskaper. Därför vill förvaltningen framhålla behovet av att den handbok för sociala medier som finns i dag kompletteras med en digital utbildning i stadens utbildningsplattform för medarbetare. En sådan

utbildning bör fokusera på lagar (exempelvis Dataskyddsförordningen), regler och förhållningssätt samt de övergripande riktlinjerna. Den handbok som finns i dag kan fortsatt fokusera på det mer praktiska som tilltal, tonalitet och praktiska guider.

## **Södermalms stadsdelsnämnd**

**Södermalms stadsdelsnämnd** beslutade vid sitt sammanträde den 13 juni 2019 att godkänna tjänsteutlåtandet som svar på remissen.

**Södermalms stadsdelsförvaltnings** tjänsteutlåtande daterat den 13 maj 2019 har i huvudsak följande lydelse.

Förvaltningen är positiv till att staden tar fram gemensamma riktlinjer för sociala medier. Ett mer enhetligt sätt i hur sociala medier används för stadens verksamheter underlättar för såväl medarbetare som invånare och säkerställer en hög kvalitet.

En stor utmaning är invånarens allt större förväntningar på information och dialog via sociala medier i förhållande till verksamhetens resurser. För vissa verksamheter är det huvudsakliga syftet med närvaron i sociala medier att vid behov kunna kommunicera aktuella aktiviteter och eventuella avvikande öppettider. I relation till kontots omfattning och syfte krävs därför en viss flexibilitet när det kommer till kraven om antal inlägg, mätbara mål och antal gånger kontot ska bevakas per dag.

Förvaltningen har sedan några år en rutin för uppstart av konto i sociala medier som innehåller bland annat syfte, mål och ansvarsfördelning. I sociala medier-policyn föreslås att målen för kontona ska vara mätbara – något som kan bli en utmaning för medarbetare som inte är vana att mäta och följa upp kommunikation i sociala medier. Förvaltningen föreslår därför att det tas fram en mall som används vid uppstart av sociala medier och som innehåller exempel på mätbara mål utifrån olika syften.

Stadens konton i sociala medier hanteras av ett stort antal medarbetare från olika verksamheter med olika förkunskaper. Därför önskar förvaltningen att den handbok för sociala medier som finns i dag kompletteras med en digital kurs i stadens utbildningsplattform för medarbetare som hanterar sociala medier i tjänsten. Fokus bör ligga på lagar (exempelvis GDPR), regler och förhållningssätt samt de övergripande riktlinjerna. Den handbok som finns i dag kan fortsatt fokusera på det mer praktiska som tilltal, tonalitet och praktiska guider.

Förvaltningen föreslår att stadsdelsnämnden godkänner detta tjänsteutlåtande som svar på remissen.

## **Älvsjö stadsdelsnämnd**

**Älvsjö stadsdelsnämnd** beslutade vid sitt sammanträde den 13 juni 2019 att godkänna förvaltningens tjänsteutlåtande och överlämna det till kommunstyrelsen som svar på remissen.

**Älvsjö stadsdelsförvaltnings** tjänsteutlåtande daterat den 27 maj 2019 har i huvudsak följande lydelse.

Förvaltningen delar uppfattningen att sociala medier är en viktig kanal för att på ett enkelt sätt föra dialog med eller informera brukare, stockholmare, föreningar och andra intressenter.

Policyn lyfter på ett tydligt sätt fram specifika arbetsmetoder som är kopplade till närvaro i sociala medier som till exempel:

- Beslut av förvaltningen krävs innan nytt konto startas samt att verksamheten utser en ansvarig person för varje konto.
- Beskrivning av hur verksamheten håller kontot uppdaterat samt förklarar hur man bevakar inlägg.
- Beskrivning av lagar och regler som gäller kring allmän handling, personuppgifter och sekretessbelagda uppgifter.

Policyn blir därmed ett stöd för kommunikationen i digitala kanaler i verksamheterna. Förvaltningen har gjort en analys över internanvändningen och kan konstatera att en stor majoritet av svenskarna (83 procent) använder sociala medier. Facebook är populärast, men tvåan Instagram och trean Snapchat växer snabbare.

### **Sociala medier i tjänsten**

Gränsdragning mellan privat användning av sociala medier och vad som görs i tjänsten är delvis otydlig på grund av applikationernas teknik.

För att en verksamhet eller förvaltningen ska kunna skapa ett konto på facebook krävs inloggning och registrering från ett privat facebook-konto. Det är en säkerhetsrutin som facebook ställer på så kallade företagskonton för att undvika trollkonton. Ett privat facebook-konto behöver dessutom vara ett aktivt konto med en vänlista, göra inlägg och använda en profilbild. Gränsdragning mellan vad som är privat och vad är i tjänsten påverkas även av webbtjänstens funktion och syfte.

□ LinkedIn är ett socialt nätverk där man sköter sitt professionella yrkesnätverk. Inläggen på LinkedIn gör man som privatperson men berör till största del men gör i sitt yrke.

Vidare finns det yrkesgrupper som till exempel fältassistenter som använder sociala medier som en del i sitt uppsökande arbete mot ungdomar. Många gånger gör de det från privata konton, men sin yrkesroll.

Avslutningsvis har förvaltningen gjort en jämställdhetsanalys och kan konstatera att användning av sociala medier inte skiljer sig åt mellan kvinnor och män. Däremot finns det skillnader mellan vilka sociala medier kvinnor respektive män använder.



## **Östermalms stadsdelsnämnd**

**Östermalms stadsdelsnämnd** beslutade vid sitt sammanträde den 13 juni 2019 att godkänna förvaltningens tjänsteutlåtande och överlämna det till kommunstyrelsen som svar på remissen.

**Östermalms stadsdelsförvaltnings** tjänsteutlåtande daterat den 16 maj 2019 har i huvudsak följande lydelse.

Förvaltningen är positiv till att staden fastställer en gemensam policy för sociala medier som tydliggör ansvar för konton och säkerställer en enhetlig hantering. Det underlättar för såväl medarbetare som invånare.

Förvaltningen använder sedan tidigare stadens handledning för sociala medier vid förfrågan om start av nya konton. Förvaltningen ser policyn som ett än mer handfast verktyg för att säkerställa en bra kvalitet på förvaltningens dialog och kommunikation i sociala medier.

Stadens invånare har stora förväntningar på information och dialog via sociala medier i förhållande till verksamhetens resurser. För vissa verksamheter är det huvudsakliga syftet med närvaron i sociala medier att vid behov kunna kommunicera aktuella aktiviteter och eventuella avvikande öppettider. Detta är ett behov som stockholm.se inte kan fylla. Därför är det viktigt att det finns en flexibilitet utifrån syftet med kontot när det exempelvis gäller kraven om antal inlägg, mätbara mål och antal gånger kontot ska bevakas per dag.

Stadens konton i sociala medier hanteras av ett stort antal medarbetare från olika verksamheter med olika förkunskaper. Därför önskar förvaltningen att den handledning för sociala medier som finns i dag kompletteras med en digital kurs i stadens utbildningsplattform för medarbetare som hanterar sociala medier i tjänsten. Fokus bör ligga på lagar (exempelvis GDPR), regler och förhållningssätt samt de övergripande riktlinjerna.

## **Stockholms Stadshus AB**

**Stockholms Stadshus AB:s** yttrande daterat den 4 juni 2019 har i huvudsak följande lydelse.

### **Koncernledningens synpunkter och förslag**

Koncernledningen anser det ändamålsenligt att utforma policyn med tydlig inriktning, vilken basinformation som ska finnas och vilka lagar som är relevanta kopplat till stadens användning av sociala medier.

När det gäller beslut kring start av nya konton i sociala medier vill koncernledningen dock göra en justering då kommunallagens bestämmelser om delegation av beslutanderätt inte gäller för bolag på samma sätt som för förvaltningar. Koncernledningen ser gärna att följande tillägg görs till policyn "För bolagen

ankommer på bolagsdirektör att i förekommande fall säkerställa att bolagets organisation har lämpad funktion som beslutar om start av nya konton.”

I stycket gällande grafisk profil framgår att förvaltningarnas konton i sociala medier ska följa stadens grafiska profil enligt varumärkesmanualen. Här skulle tillägg kunna göras om vad som gäller för stadens bolag. Detta kan förslagsvis göras genom tillägget ”För stadens bolag gäller det som framgår i varumärkesmanualen. Stadens grafiska profil får användas av bolagen och bolag som har en egen grafisk profil kommunicerar alltid att de är en del av Stockholms stad.”

Sammantaget anser koncernledningen att policy för sociala medier i Stockholms stad ger den vägledning som verksamheterna behöver för att hantera närvaro på sociala medier och främja en hög kvalitet på sina konton.

## **AB Stockholmshem**

**AB Stockholmshems** yttrande daterat den 14 juni 2019 har i huvudsak följande lydelse.

Bolaget delar policyns övergripande målsättningar. Det är en rimlig ambition att staden ska behandla sina sociala mediekanalet med samma omsorg och noggrannhet oavsett i vilken verksamhet kanalerna återspeglar. Bolaget anser att policyn som sådan utgår nästan uteslutande från förvaltningsperspektivet. Stadens bolag opererar under delvis annorlunda premisser och i andra lagrum och det skulle finnas möjlighet att förtydliga detta inom ramen för policyn. Många viktiga kommunala verksamheter bedrivs idag i bolagsform och vår mening är att det är viktigt att också dessa lyfts fram.

Bolaget delar målsättningarna under ”Bakgrund och inriktning” punkten ”1 Dialog, engagemang och tonalitet”. Bolaget anser även att en huvuduppgift för användningen av sociala medier är att, via våra kanaler, länka in mot relevant information och skapa informationssamband.

Under punkten ”2 Samordning och tydlighet” framhålls vikten av att det är staden som är avsändare. I dialog med våra hyresgäster är Stockholmshem alltid avsändare med budskapet ”en del av Stockholms stad”.

Under ”Beslut om att starta nya konton” anser Bolaget att staden bör överväga att ha ett långsiktighetskriterium.

Den mängd basinformation som ska finnas vid varje konto är omfattande med tanke på det presentationsutrymme som ges i många av våra sociala medier. Denna basinformation är önskvärd, men det är tveksamt om den kan rymmas eller blir läsbar för målgrupperna. Förslagsvis kan basfakta för hur stadens agerande inom sociala medier fungerar och hur exempelvis inlägg kan bli allmän handling finnas enkelt att tillgå i kanaler med större bredd, som exempelvis stadens, förvaltningarnas och bolagens webbplatser.

Bolaget föreslår att man bestämmer publiceringsfrekvens i samband med uppstarten av kontot med hänsyn till kontots syfte och tidcykler.

## **Stockholm Business Region AB**

**Stockholm Business Region AB:s** yttrande daterat den 24 september 2019 har i huvudsak följande lydelse.

I huvudsak ser SBR positivt på policyn för sociala medier i Stockholm stad. Nedan följer korta kommentarer i policyn där SBR har synpunkter:

### **Tillämpning**

Utöver handledningen för sociala medier berörs sociala medier även av följande dokument i staden (nämns inte i underlaget):

- Stockholms stads kommunikationsprogram
- Personalpolicy för Stockholms stad
- Säkerhetsprogram för Stockholms stad

### **Besvara frågor och kommentarer**

I policyn står det att frågor ska besvaras under ”normal kontorstid” och ”utan onödigt dröjsmål”. SBR ställer sig positiva till att vi specificerar detta men vill påpeka att normal kontorstid kan se väldigt olika ut beroende på bolag, uppdrag och typ av kommunikationsinsatser.

### **Publiceringsfrekvens och bevakning**

Avseende publiceringsfrekvens ställer sig SBR positiva till det då detta säkerställer aktualitet och närvaro i egna kanaler. SBR vill dock poängtera att det kan vara problematiskt att specificera samma frekvens i samtliga sociala kanaler. Detsamma gäller annonsering av uppehåll.

Samma problematik gäller för specifikationen av frekvens på bevakning och att denna ska vara samma i samtliga kanaler. En minimumnivå på daglig bevakning anser bolagen klokt och viktig för att följa lagen om elektroniska anslagstavlor (1998:112). Föreslår därför att revidera specifikationen om att bevakning ska ske tre gånger dagligen. Det beskrivs redan tydligt i policyn att ”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”.

### **Grafisk profil**

SBR vill poängtera att stycket om grafisk profil kan misstolkas. Här specificeras att förvaltningarna ska följa stadens grafiska profil. Föreslår ett tillägg om att bolagen följer sina egna grafiska profiler när detta finns.

### **Basinformation**

Avsnittet om basinformation bör förtydliga att detta ska inkluderas om kanalen tillåter. Föreslår en omformulering av ”Konton i sociala medier som förvaltningar och bolag ansvarar för ska alltid ha viss basinformation om/.../” till ”*Konton i sociala medier*

*som förvaltningar och bolag ansvarar för ska, till den grad det är möjligt, alltid ha viss basinformation om/.../”*

## **Stockholms Stads Parkering AB**

**Stockholms Stads Parkering AB:s** yttrande daterat den 18 juni 2019 har i huvudsak följande lydelse.

Stockholm Parkering ställer sig positiv till att staden har en gemensam och väl grundad policy för sociala medier i Stockholms stad. Det framgår tydligt i policyn att om en verksamhet i staden skapar ett socialt forum följer ett ansvar att hålla sidan uppdaterad och levande. Bolaget anser att det är väsentligt att tonen är god i sociala medier och att kommunikationen genomsyras av stadens värderingar. I övrigt har bolaget inga synpunkter.

## Reservationer m.m.

### Enskede-Årsta-Vantörs stadsdelsnämnd

*Särskilt uttalande* gjordes av Rana Nasrindotter m.fl. (S) och Hassan Jama m.fl. (V), med instämmande ersättaryttrande av Lisa Palm (Fi) enligt följande.

Vi instämmer i förvaltningens bedömning att policyn saknar en jämställdhetsanalys. Vi anser dessutom att en policy kring sociala medier borde innehålla resonemang och förhållningssätt till näthat som idag utgör ett stort demokratiproblem. Människorättsorganisationen Amnesty international gjorde 2017 en undersökning som visade hur utbrett hatet mot kvinnor är på nätet och vilka konsekvenser det får. 41 % av alla kvinnor som utsatts för trakasserier eller kränkningar på nätet uppgav att de vid minst ett tillfälle fruktat för sin fysiska säkerhet på grund av det de utsatts för. Andra effekter av att utsättas för näthat var lägre självkänsla, stress, oro, koncentrationssvårigheter, sömnsvårigheter och panikattacker.

Det är något som stadens sociala medier ansvariga behöver förhålla sig till och vara uppmärksamma på. Policyn nämner att inlägg, kommentarer eller frågor med innehåll som innebär hets mot folkgrupp, barnpornografibrott eller olaga våldsskildring ska dokumenteras och därefter tas bort. Detta är bra men inte tillräckligt då kvinnor inte täcks av lagstiftningen kring hets mot folkgrupp. Vi anser att policyn borde ha en princip om att inlägg på stadens sociala medier som innebär sexuella trakasserier, kränkningar och missaktande kommentarer kopplade till samtliga diskrimineringsgrunder bör tas bort.

### Skärholmens stadsdelsnämnd

*Särskilt uttalande* gjordes av Salar Rashid m.fl. (S) och Rudy Espinoza m.fl. (V), med instämmande av Johan Kling (C), Bengt Johansson (M), Martin Vallas (L) och Sara Grolander (MP) enligt följande.

Vi instämmer i förvaltningens bedömning att policyn saknar en jämställdhetsanalys. Vi anser dessutom att en policy kring sociala medier borde innehålla resonemang och förhållningssätt till näthat som idag utgör ett stort demokratiproblem.

Människorättsorganisationen Amnesty international gjorde 2017 en undersökning som visade hur utbrett hatet mot kvinnor är på nätet och vilka konsekvenser det får. 41% av alla kvinnor som utsatts för trakasserier eller kränkningar på nätet uppgav att de vid minst ett tillfälle fruktat för sin fysiska säkerhet på grund av det de utsatts för. Andra effekter av att utsättas för näthat var lägre självkänsla, stress, oro,

koncentrationssvårigheter, sömnsvårigheter och panikattacker. Det är något som stadens sociala medier ansvariga behöver förhålla sig till och vara uppmärksamma på.

Policyn nämner att inlägg, kommentarer eller frågor med innehåll som innebär hets mot folkgrupp, barnpornografibrott eller olaga våldsskildring ska dokumenteras och därefter tas bort. Detta är bra men inte tillräckligt då kvinnor inte täcks av lagstiftningen kring hets mot folkgrupp. Vi anser att policyn borde ha en princip om att inlägg på stadens sociala medier som innebär sexuella trakasserier, kränkningar och missaktande kommentarer kopplade till samtliga diskrimineringsgrunder bör tas bort.