

Göteborgs Stad

Kommunikation
Gemensamt för staden
Riktlinje för Göteborgs Stad i sociala medier - Policy/riktlinjer/regler
N010G00446 Version: 2

Handläggare: Helena Mehner
Fastställare: Kommunfullmäktige

Gällande from 2016-01-20

Riktlinje för Göteborgs Stad i sociala medier

(H 2015:153, P 2015-10-08 § 13)

Riktlinje för Göteborgs Stad i **sociala medier**

1. Inledning

Göteborgs Stad ska ha en stark profil i kommunikationsfrågor. Detta innebär att medborgardialogen behöver utvecklas och att vi kommunicerar där stadens målgrupper befinner sig. Syftet med ny riktlinje

är att öka tydligheten och säkerställa korrekt hantering av **sociala** mediekanaler. För att ge ytterligare

råd och stöd till medarbetarna har en handbok för **sociala medier** tagits fram. Riktlinjen och handboken

samverkar i att stödja Göteborgs Stads verksamheter när de kommunicerar i **sociala medier**.

Riktlinjen

för Göteborgs Stad i **sociala medier** anger hur stadens medarbetare ska agera när **sociala medier** används

för att informera och kommunicera med boende, besökare och näringsliv. Riktlinjen vänder sig primärt

till kommunikatörer och redaktörer, men också till övriga berörda chefer och medarbetare i förvaltningar

och bolag.

2. Omfattning

Riktlinjen omfattar samtliga nämnder, styrelser, förvaltningar och helägda bolag inom Göteborgs Stad.

2.1 Bakgrund

Sociala medier tillför många nya kommunikationskanaler. Dessa kanaler är en relativt ny företeelse som

reser frågor kring bland annat grafisk förpackning, moderering och start och avslut av en kanal. Stadens

verksamheter har efterfrågat styrning och samordning vilket är en viktig anledning till att riktlinjen nu är

framtagen.

Riktlinjen för **sociala medier** i Göteborgs Stad är en fördjupning av stadens informationsstrategi och ingår i Program för kommunikation

2.2 Lagbestämmelser

2.2.1 Personuppgiftslagen (1998:204, PuL)

Personuppgiftslagen syftar till att skydda människor mot att deras integritet kränks när personuppgifter

behandlas. Begreppet ”behandlas” är brett och omfattar insamling, registrering, lagring, bearbetning, utplåning med mera. Lagen bygger i hög grad på samtycke från och information till de registrerade. I PuL gäller olika regler beroende på om personuppgifter är strukturerade eller inte. I normalfallet när myndigheter använder sig av **sociala medier** är personuppgifterna inte strukturerade i lagens mening.

Publicering av ostrukturerade personuppgifter är tillåten så länge uppgifterna inte är kränkande och myndigheten uppfyller vissa krav på säkerhet.

Vid publicering i **sociala medier** har Göteborg Stad ett ansvar för att personuppgifter, som omfattas av organisationens personuppgiftsansvar, behandlas på ett sätt som inte är kränkande enligt personuppgiftslagen. Ansvaret gäller publiceringar som görs för organisationens räkning i de **sociala medierna**. I många **sociala medier** (såsom Facebook, Youtube, Instagram, LinkedIn, Google Plus, Flickr, Pinterest och bloggar) gäller ansvaret även användares publiceringar.

På datainspektionen.se finns vidare information om personuppgiftslagen.

Om behandling av personuppgifter

Personuppgifter kan behandlas på två olika sätt i **sociala medier**; genom organisationens egna inlägg eller inlägg som publiceras av besökare. Datainspektionen sammanfattar frågan om ansvar i dessa fall som följer:

Facebook och bloggar:

Myndigheten är ansvarig för personuppgifter som publiceras på den egna Facebooksidan eller bloggen.

Ansvaret omfattar både personuppgifter som myndigheten själv publicerar och sådana som publiceras

av andra, i till exempel en kommentar på sidan. Även den besökare som skrivit en kommentar kan ha ett ansvar för vad den själv skrivit.

Twitter:

Myndigheten ansvarar endast för personuppgifter som organisationen själv publicerat, inte personuppgifter som andra twittrande lämnar. Det beror på att myndigheten inte kan påverka publiceringen av andras inlägg (tweets).

För andra **sociala medier** måste myndigheten göra en egen bedömning av vilket ansvar den har.

2.2.2 Lagen om elektroniska anslagstavlor (1998:112)

Lagen vänder sig till den som tillhandahåller tjänsten ”elektronisk anslagstavla”. Sveriges kommuner och landsting (SKL) bedömer att den omfattar både om en kommun på sin officiella webbplats har en chattfunktion eller ett diskussionsforum där allmänheten kan lämna kommentarer, liksom när motsvarande funktioner erbjuds på en extern webbplats som till exempel Facebook.

Enligt lagen ska innehavaren av anslagstavlan lämna information till alla användare om sin identitet och att insända meddelanden kommer att göras tillgängliga för andra. Den ansvarige har en uppsiktsplikt som innebär:

- Hålla uppsikt över insända meddelanden. Hur ofta beror på hur stor trafik det är och vilken slags forum det är fråga om, dock inte mer sällan än en gång i veckan.
- Ta bort vissa typer av brottsligt material som hamnat där och som innebär något av följande:
 - a) uppvigling
 - b) hets mot folkgrupp
 - c) barnpornografibrott
 - d) olaga våldsskildring
 - e) upphovsrättsintrång.
-

2.2.3 Myndigheternas serviceskyldighet (Förvaltningslagen 1986:223)

Enligt Förvaltningslagen ska varje myndighet lämna upplysningar, vägledning och råd till enskilda i frågor

som rör myndighetens verksamhetsområde. Frågor från enskilda ska besvaras så snart som möjligt. Om

en enskild person ställer en allmän fråga om myndighetens verksamhet via en extern webbplats där kommunen är aktiv och inbjuder till kommunikation, bedömer SKL att kommunen är skyldig att besvara frågan.

2.2.4 Om allmän handling i **sociala medier**

En tjänstemans medverkan på olika **sociala medier** måste vara godkänd av förvaltningen eller bolaget för att

betraktas som organisationens officiella kommunikation. Det måste finnas ett beslut eller godkännande från

ansvarig chef för att kommunikationen ska anses ske i tjänsten. Förvaltningen eller bolaget bör få tillgång till

tjänstemannens inloggningsuppgifter till kontot på den externa webbplatsen. Enligt SKL:s riktlinjer

är den

kommunikation som sker på **sociala medier** att betrakta som en allmän handling om den utförs i tjänsten.

Den som för privat bruk har ett konto i en social mediekanal kan självklart dela, gilla och retweeta innehåll som staden publicerar.

Enligt Tryckfrihetsförordningen (TF) är en handling allmän om den förvaras hos myndigheten (2 kap 3§)

eller är att anse som inkommen till eller upprättad hos myndigheten (6 och 7 §).

En handling som skapas hos en myndighet anses upprättad när den fått sin slutliga utformning. Ett inlägg

av en tjänsteman på en extern/social webbplats är därför upprättad direkt när den publicerats.

För digitala upptagningar är huvudregeln att en sådan anses inkommen när någon annan gjort den tillgänglig för myndigheten så att den kan läsas, avlyssnas eller på annat sätt uppfattas (TF 2 kap 6 §).

Om det finns möjlighet för utomstående att kommentera inlägg som förvaltningens anställda gör i tjänsten på **sociala medier**, så ska de anses inkomna så snart de publicerats.

Diarieföring, arkivering och gallring av allmänna handlingar

Huvudregeln är att allmänna handlingar ska diarieföras. Vad gäller uppgifter som kan komma att omfattas av sekretess är detta ett absolut krav. Om ett inlägg innehåller sekretessbelagda uppgifter ska det direkt avpubliceras och överföras till diariet för vidare behandling. 4(7)

Om handlingen inte innehåller någon sekretessbelagd uppgift så kan förvaltningen istället välja att strukturera informationen så att det är lätt att förstå om den inkommit eller upprättats. Det är viktigt att det går att skilja på om det är en tjänsteman på förvaltningen eller en medborgare som gjort ett inlägg.

Arkivlagen styr hur myndigheters arkiv och information ska struktureras och sparas. Om det är uppenbart att en allmän handling är av ringa betydelse för myndighetens verksamhet, behöver den varken registreras eller hållas ordnad. För denna typ av handlingar kan förvaltningen fatta ett gallringsbeslut. Gallringsbeslutet ska alltid innehålla en gallringsfrist, det vill säga hur lång tid handlingarna ska finnas kvar innan de förstörs. En vanlig gallringsfrist är att handlingarna raderas när de inte längre är aktuella.

För att förvaltningen ska veta vilka allmänna handlingar som finns på externa webbplatser/**sociala medier** är det lämpligt att ha en förteckning över webbplatserna i dokumenthanteringsplanen, tillsammans med beslutet om gallring.

2.2.5 Sekretess och tystnadsplikt

Många uppgifter som förekommer inom den offentliga förvaltningen täcks av olika former av sekretess.

Kort kan man uttrycka det som att sekretessen inskränker yttrande- och meddelarfriheten för den som

kommer i kontakt med dessa uppgifter i sin yrkesutövning. Det är inte tillåtet att publicera uppgifter som täcks av sekretess eller tystnadsplikt i **sociala medier**. I detta sammanhang är det, förutom att förfarandet är brottsligt, viktigt att tänka på att internet har stor genomslagskraft jämfört med andra media och att en publicering av hemliga uppgifter därmed kan få mycket stora konsekvenser för en enskild person.

2.2.6 Publicering av bilder på folkmassa/personer

På **sociala** konton i Göteborgs Stads namn ska det endast förekomma bilder vi tagit själva och därmed

har upphovsrätten till, alternativt har avtalat fri användning för. Samma regler kring samtycke gäller för bilder i **sociala medier** som i andra sammanhang. Detta regleras i Personuppgiftslagen (1998:204, PuL).

2.3 Riktlinjen

2.3.1 Informationsansvar vid kommunikation i sociala medier

Informationsansvaret följer linjeorganisationen (Göteborgs Stads informationspolicy). Det är alltid ansvarig chef som beslutar om verksamheten ska använda sig av **sociala medier** och som har ansvaret

för vad som publiceras. Chefen ansvarar också för att verksamheten har resurser, kunskap och rutiner

att sköta de **sociala** kanalerna.

Det är också chefens ansvar att lagar och regler på området följs.

2.3.2 Grafiska riktlinjer och profilering

All närvaro i **sociala medier** som sker inom Göteborgs Stads verksamheter ska följa kommunens grafiska profil. Det ska tydligt framgå att det är kommunen som är avsändaren. Använd kommunens logotyp i profilen och ange namn i sidrubriken samt i kanalbeskrivningen enligt Göteborgs Stads grafiska profil.

För verksamheter med beslut om särprofilering gäller den egna grafiska profilen. Utseendet på de **sociala** kanalerna ska vara i linje med denna.

Personberoende domäner och profiler ska undvikas, exempelvis ”Annas blogg”. **Sociala** kanaler ska skapas i organisationens eller evenemangets namn.

2.3.3 Att starta ett konto

All aktivitet i **sociala medier** ska ingå i och följas upp utifrån verksamhetens mål och kommunikationsplan.

Innan ett konto startas ska avstämning med kommunikationschef eller motsvarande ske för att

säkerställa

att organisationen har en överblick över de samlade kanalerna. Den chef som ansvarar för den verksamhet

som vill använda **sociala medier** som kanal beslutar om verksamheten ska starta kanalen och ansvarar

för det som publiceras. Chefen ansvarar också för att verksamheten har resurser, kunskap och rutiner

att sköta kanalen enligt riktlinjen för Göteborgs Stad i **sociala medier**.

Anmälan En anmälan om ny social mediekanal ska göras till konsument- och medborgarservice, webbstrategiska verksamheten. Webbstrategiska verksamheten ansvarar för en överblick över stadens närvaro i **sociala medier** och meddelar Regionarkivet när nya kanaler startas. Vid anmälan om ny social kanal ska följande anges:

- Syfte och målgrupp
- Kvantitativa och/eller kvalitativa mål
- Resursplanering och beredskap
-

Kanalbeskrivning Varje kanal ska ha en kanalbeskrivning i profilen/sidan som tydligt beskriver syftet med kanalen. Här beskrivs även vilken information som får förekomma. Det ska tydligt framgå för användarna:

- För vilka ändamål kommentarsfunktionen är tänkt att användas.
- Vilka kommentarer som inte får förekomma och att dessa kommer att tas bort.
- Att förvaltningen eller bolaget välkomnar information om eventuella inlägg med kränkande innehåll, samt hur användaren kan anmäla detta. Exempelvis genom att sidägaren kan meddelas via **sociala medier** eller att e-post-adress eller telefonnummer till förvaltningen eller bolaget är angivna i kanalbeskrivningen.
- Att kommentarer är allmän handling och hur dessa hanteras, exempelvis:
"Förvaltningen/bolaget
är en kommunal myndighet. Om du lämnar en kommentar eller gör ett inlägg blir det en allmän handling som i regel är offentlig. Det du skriver kan komma att lämnas ut om någon frågar efter det".
-

2.3.4 Bilder och video

Vid publicering av bilder och video gäller att alltid beakta upphovsrätten. Då personer som är möjliga

att identifiera förekommer på bild ska samtycke inhämtas. Om det förekommer bilder på barn upp till

femton år och barnet kan identifieras ska föräldrarnas skriftliga samtycke inhämtas.

2.3.5 Moderering och gallring

Vid publicering i **sociala medier** har alla organisationer ett ansvar att hålla regelbunden uppsikt över publiceringar för att upptäcka och skyndsamt ta bort kränkande innehåll. Bevakning av kommentarer och inlägg ska ske dagligen under arbetsveckan. Ett konto med öppen kommentarsfunktion ska hållas under uppsikt under arbetstid.

Kränkande innehåll gallras skyndsamt, helst inom 24 timmar. Ta en skärmdump och skicka denna till diariet med beskrivning av sammanhang och kanal. När detta gjorts, tas inlägget bort. Med kränkande innehåll avses exempelvis:

- Våldsskildringar eller pornografi
- Olovligt bruk av upphovsrättsligt skyddat material
- Svordomar eller obscena ord
- Sekretessbelagda uppgifter
- Uppgifter som strider mot personskyddslagen
- Förtal, personliga angrepp eller förolämpningar
- Hets mot folkgrupp, sexistiska yttranden eller andra trakasserier
- Uppmaningar till brott
-

Även annat olämpligt innehåll kan behöva gallras, exempelvis:

- Partipolitiska budskap
- Reklam för produkter och tjänster
-

Om kontot inte kontrolleras över en långvarig frånvaroperiod (längre än en vanlig helg, till exempel påsk, midsommar, jul) bör kommentarsfältet stängas av under den tiden. Var noga med att meddela detta till följarna i kanalen. På Twitter är det inte möjligt att stänga av eller ta bort kommentarer. Därför ansvarar verksamheten inte för lämnade kommentarer.

Kritik mot verksamheten ska hanteras enligt samma process som för övriga kanaler.

2.3.6 Arkivering

Innehållet i **sociala** kanaler lyder under arkivlagen och ska arkiveras. Två gånger per år ska layout och innehåll skärmdumpas och bevaras. Dessa tas lämpligast halvårsvis under terminen – inte under vinteruppehåll eller sommarsemester då det sannolikt är lägre aktivitet på sidorna. Filerna ska namnges med kanal, verksamhet, datum, sammanhang och förvaras i en förvaltnings-/bolagsgemensam databas.

Utöver detta arkiveras även borttagna inlägg, enligt 2.3.5 *Moderering och gallring*.

2.3.7 Avslut av konto

Ett konto som inte längre ska användas eller är inaktivt ska avslutas och stängas.

- Ansvarig chef och den chef som är kommunikationsansvarig ska informeras om att kontot avslutas. Även webbstrategiska verksamheten på konsument- och medborgarservice ska meddelas om avslutet, och kontaktar i sin tur Regionarkivet.
- Innehåll och layout ska bevaras och arkiveras (*se 3.6 Arkivering*) före avslut.
-

2.4 Ansvar och roller

Stadsledningskontoret leder, samordnar och följer upp Göteborgs Stads närvaro i **sociala medier** utifrån den beslutade kommunikationsstrategin och stadens kanalplan. Webbstrategiska verksamheten

vid konsument- och medborgarservice erbjuder stöd vid tillämpningen av riktlinjen och handboken. Webbstrategiska verksamheten ansvarar också för revidering av handboken samt för registret över stadens **sociala** mediekanaler

 [Handbok för Göteborgs Stad i sociala medier.pdf \(120 KB\)](#)