

2112

Normerande styrdokument

Beslutsfattare:
Kommunikationsdirektör

Dokumentansvarig:
Samordnare för sociala medier

Datum:
2022-05-31

Rutin

Arbeta med sociala medier

Policy

Riktlinje

Rutin

Vägledning

Syfte

Chefer och medarbetare i Uppsala kommun ska använda sociala medier på ett sätt som stämmer överens med kommunens kommunikationspolicy och de lagar som gäller.

Omfattning

Rutinen gäller för Uppsala kommuns förvaltningar och staber och samtliga förvaltningar. Det vill säga kommungemensamma och verksamhetsnära sociala konton.

Syftet med att närvara i sociala medier

Den kommunikationspolicy som kommunfullmäktige tog beslut om 2017 gäller för alla kommunikationskanaler. De lagar och regler som gäller för sociala medier ska vi följa.

För kommunen är sociala medier kanaler för att lyssna, dela information och delta i konversationer. Medarbetarna ska gärna använda sociala medier för att:

- dela information och kunskap
- vara där Uppsalabor och andra är
- svara på frågor
- lyssna på vad andra säger om oss
- rekrytera nya medarbetare.

Kommunikationen med våra målgrupper ska vara aktiv, tillgänglig och trovärdig.

Uppsala kommuns konton i sociala medier ska vara objektiva och inte innehålla partipolitik.

Att hantera kommentarer

Kommentarer i kommunens sociala medier ska besvaras snabbt och korrekt. Det betyder att faktaansvariga i verksamheten ska vara tillgängliga och stötta med underlag till den som hanterar svarshanteringen.

Bekräfta att du har tagit emot en fråga och skickat den vidare. Om frågan inte rör kommunens eller ditt verksamhetsområde ska du hänvisa till rätt instans.

Alla medarbetare ska bidra till en god dialog med kommunens målgrupper. Därför ska även kommentarer som inte är direkta frågor besvaras. Kommentarer och frågor som inte följer lagen eller Uppsala kommuns regler för kommentarsfältet ska tas bort.

Uppsala kommuns regler för kommentarsfälten

Vi tar bort kommentarer som innehåller:

- hot, förtal, personliga angrepp eller förolämpningar
- hets mot folkgrupp, sexistiska yttranden eller andra trakasserier
- olovliga våldsskildringar eller pornografi
- uppmaningar till brott eller annan brottslig verksamhet
- olovligt bruk av upphovsrättsligt skyddat material
- svordomar eller obscena ord
- kommersiella budskap eller reklam.
- repetitiva inlägg/kommentarer samt spam
- desinformation/fejk-konton
- känsliga personuppgifter om någon annan än författaren, se mer om känsliga personuppgifter nedan

Att ta bort ett inlägg

1. Om plattformen tillåter det bör du meddela personen i ett direktmeddelande innan du tar bort det och förklara varför du gör det.
2. Ta en skärmdump på kommentaren.
3. Skicka skärmdumpen till förvaltningens registrator med en förklaring på varför du tar bort det.
4. Ta bort kommentaren.

Observera att du inte kan ta bort kommentarer på Twitter.

Att bemöta påståenden och kritik

Missförstånd om kommunen ska kommenteras snabbt och på ett respektfullt sätt. Om det kommer in påståenden eller kritik till ett inlägg ska du tänka på:

1. avgör om kritiken eller påståendet är sakligt
2. avgör om kritiken eller påståendet är relevant
3. agera snabbt
4. om påståendet är nedvärderande eller raljerande mot kommunen:
 - a. avgör om du ändå ska bemöta det. Då bör du svara (variera formuleringen): "Skriv gärna en tydligare formulerad synpunkt eller ett förslag till åtgärd så att vi kan behandla den och återkomma med svar."
5. avgör om du kan besvara kritiken eller påståendet med fakta
6. avgör om du kan besvara kommentaren själv. Om du behöver information eller hjälp från någon annan för att formulera ett svar, besvara så fort som möjligt kommentaren med (variera formuleringen): "Tack för ditt inlägg, vi återkommer med svar".
7. om kritiken är saknar grund; påpeka det med hjälp av fakta och med respekt för personen som kritiserat.
8. avgör om du ska registrera kommentaren och svaret.

Att driva ett verksamhetskonto

Information för dig som jobbar med ett verksamhetskonto

Det finns mer information på Insidan om hur du bör arbeta med innehållet och avsluta ett konto.

[Information för dig som jobbar med ett verksamhetskonto i sociala medier](#)

Om du funderar på att starta ett verksamhetskonto ska du kontakta staben för kommunikation. Tillsammans analyserar vi möjligheter, utmaningar, målgrupper, arbetssätt och annat som är bra att fundera igenom innan ni sätter i gång.

[Kommunikationsansvariga och kommunikatörer per förvaltning](#)

Samlingssida för kommunens kanaler i sociala medier

När du startar ett verksamhetskonto ska du mejla adressen till socialamedier@ uppsala.se. Då lägger staben för kommunikation in den i listan på www. uppsala.se/socialamedier. Om ett konto inte är aktivt kommer staben att ta bort det från listan.

Språk

Vi skriver på enkel och tydlig svenska enligt Klarspråk och språklagen, men kan vid behov även kommunicera på engelska.

Om det finns särskilda behov av att kommunicera på andra språk än svenska och engelska ska verksamheten säkerställa att någon besvarar följdfrågor på det språket under minst en vecka. Detta ska vara förberett innan inlägget publiceras.

[Språk och skrivregler](#)

[Klarspråkhjälpen](#)

[Plain English](#)

Kriskommunikation

Använd Facebook för att kommunicera vid kriser. Se

[Så arbetar vi med kriskommunikation](#)

Grafisk profil

All närvaro i sociala medier ska följa kommunens grafiska profil. Den grafiska profilen skapar igenkänning för Uppsala kommuns hela verksamhet och visar tydligt vem som är avsändare. När kommunens olika verksamhetsområden uppträder under en gemensam grafisk profil stärker delarna helheten, kommunikationen blir tydligare och förtroendet för verksamheten ökar.

Alla konton ska använda Uppsala kommuns logotyp som profilbild.

[Mer information om Uppsala kommuns grafiska profil och hur det påverkar sociala medier](#)

Tillgänglighet

Inlägg ska följa lagen om tillgänglighet till offentlig digital information. Det betyder till exempel att filmer ska ha tydliga alternativa texter.

[Checklista för tillgänglighet i sociala medier](#)

Allmänna handlingar och registrering av kommentarer

Det ska registreras som allmänna handlingar när

1. kommunen gör inlägg och kommenterar i egna eller andras kanaler på sociala medier,
2. andra gör inlägg och kommentarer i kommunens sociala medier.

Den som är ansvarig för en kanal i sociala medier ansvarar för att registrera det som ska registreras.

[Läs om vårt ansvar för registrering av allmänna handlingar i Uppsala kommun](#)

Gallring

Inlägg och kommentarer som är värda att bevara ska du hantera på samma sätt som om den kommer in via andra kanaler. Det innebär att du ska göra en utskrift eller en skärmdump av inlägget och hantera det som en handling i ett ärende.

Att arkivera sociala medier

Närvaro i sociala medier är en viktig del i kommunens kommunikation och ska bevaras för framtiden. Därför ska de delar av sociala medier där kommunen närvarar bevaras minst två gånger per år eller vid större förändringar. Det gör du genom att ta en ögonblicksbild. Ögonblicksbilderna bör du ta:

- vid väl utspridda tillfällen med hög aktivitet, till exempel april och september
- vid samma tillfällen varje år
- med samma teknik vid alla tillfällena.

Gör extra uttag under året

- vid större förändringar
- vid större händelser.

Att kommentera i sociala medier som medarbetare

För alla kommunens medarbetare gäller yttrandefrihet och meddelarfrihet. Om du uttalar dig om arbetet som privatperson ska du vara tydlig med att du gör det som privatperson och inte i tjänsten.

Om du uttalar dig i tjänsten i sociala medier ska du överväga några saker:

- var tydlig med att du uttalar dig som tjänsteperson i Uppsala kommun
- håll privata åsikter utanför Uppsala kommuns kommunikation och använd gott omdöme
- om du har privat intresse i något som diskuteras, låt någon annan från kommunen ersätta dig i dialogen på sociala medier
- kontext och situation avgör om det är lämpligt att delta eller inte i en konversation. Om du är osäker, och för att få stöd, rådgör med din närmaste chef eller kommunikatör som stöttar din förvaltning
- ha en trevlig samtalston och tänk på att du företräder Uppsala kommun
- var saklig
- var personlig utan att bli privat
- kommentera och besvara med fakta och gärna med länkar till ytterligare information bevaka konversationen och svara på frågor och kommentarer tills alla är besvarade.

Sociala medier och personuppgifter

När du arbetar med ett verksamhetskonto i sociala medier behöver du tänka på personuppgiftsbehandling. All användning av sociala medier innebär att kommunen behandlar personuppgifter i någon utsträckning. I EU:s dataskyddsförordning (GDPR) och dataskyddslagen (2018:21) finns regler om personuppgiftsbehandling. Det finns även information på Insidan och på Integritetsskyddsmyndighetens (IMY) webbplats.

Personuppgiftsansvar

Nämnderna och bolagen är ansvarar för behandlingen av personuppgifter som sker i deras verksamheter. Det betyder att det är nämnden eller bolagsstyrelsen som bestämmer ramarna för sin egens verksamhets behandling av personuppgifter inklusive i sociala medier.

Plattformarna som vi använder ansvarar för behandlingen som sker där. Om vi använder funktionerna för att ta ut statistik från verksamhetskontot uppstår ett gemensamt ansvar för personuppgifter mellan nämnden eller bolaget och plattformen. Vi bör undvika sådana situationer så långt som möjligt eftersom det är väldigt svårt att följa reglerna om vem som gör vad i ett gemensamt ansvar för personuppgifter med ett stort socialt media-företag.

Rättslig grund

All behandling av personuppgifter måste vara motiverad av en rättslig grund. I kommunens verksamhet använder nämnderna den rättsliga grunden att behandlingen är nödvändig för att utföra en uppgift av allmänt intresse. Det är av allmänt intresse att

kommuner kan kommunicera med allmänheten på ett smidigt och lättillgängligt sätt. Därför kan denna rättsliga grund användas som utgångspunkt för att motivera vår behandling av personuppgifter i sociala medier.

Kommunala bolag kan använda samma rättsliga grund som nämnderna, men kan också använda sig av den rättsliga grunden intresseavvägning. Intresseavvägningen innebär att man gör en avvägning mellan å ena sidan det egna behovet av att behandla personuppgifter, och å andra sidan det intrång i den personliga integriteten som behandlingen innebär. Om det egna behovet väger tyngre är behandlingen som utgångspunkt laglig.

Känsliga personuppgifter

Vissa typer av personuppgifter räknas som känsliga personuppgifter, och som utgångspunkt är dessa förbjudet att behandla. Eftersom användare på sociala medier kan kommentera vad som helst finns det risk att de uppger känsliga personuppgifter, antingen om sig själva eller om andra. Känsliga personuppgifter ska exponeras så lite som möjligt därför uppmuntrar vi inte spridning av känsliga uppgifter i sociala medier.

Det är i princip lagligt för oss att behandla känsliga personuppgifter som en person själv har gjort offentlig, till exempel genom publicering i sociala media. Det är mycket svårt för oss att motivera behandling av känsliga personuppgifter om andra personer. Ta därför bort kommentarer och inlägg som innehåller känsliga personuppgifter om andra än författaren själv.

Du hittar en fullständig lista över vilka personuppgifter som räknas som känsliga på Integritetsskyddsmyndighetens (IMY) webbplats: [Känsliga personuppgifter | IMY](#)

[Kommunikationspolicyn](#) - Uppsala.se

[Praktisk information om att starta ett verksamhetskonto](#) - Insidan

Dokumenthistorik

Version	Utförda förändringar	Skapat datum	Skapad av	Godkänt datum	Godkänd av
1.0		2022-03-07	Madeleine Pálffy	2022-05 31	Marta Tiberg