

**Nr 199. Motion av Pavel Gamov (SD)  
om att inrätta ett diskussionsforum  
på kommunens webbplats  
KSN-2013-0180**

Kommunfullmäktige

*Förslag till beslut*

*Kommunstyrelsen* föreslår kommunfullmäktige besluta

att besvara motionen i enlighet med föredragning i ärendet.

Uppsala den 19 juni 2013  
På kommunstyrelsens vägnar

*Fredrik Ahlstedt/Astrid Anker*

I avgörandet deltagande: Fredrik Ahlstedt, Cecilia Forss, Magnus Åkerman, Mats Gyllander (alla M), Mohamad Hassan, Cecilia Hamenius (båda FP), Stefan Hanna (C), Ebba Busch (KD), Marlene Burwick, Erik Pelling, Ulrik Wärnsberg, Hilde Klasson (alla S), Maria Gardfjell, Frida Johnsson (båda MP) och Ilona Szatmari Waldau (V).

Dessutom närvarande: Christopher Lagerqvist, Simone Falk (alla M), Peter Nordgren (FP), Karin Ericsson (C), Bengt Westman, Irene Zetterberg (båda S), Rickard Malmström (MP) och Emma Wallrup (V).

*Ärendet*

Pavel Gamov (SD) föreslår i en motion väckt den 28 januari 2013 att Uppsala kommun ska inrätta ett diskussionsforum på kommunens webbplats (ärendets *bilaga 1*).

I motionen anförs att dialogen med medborgarna i Uppsala är för dålig. Många medborgare uttrycker, i en undersökning av SCB från hösten 2012, att de känner sig maktlösa i politiska frågor och att politikerna inte tar till sig synpunkter och åsikter från allmänheten samt att de har svårt att komma i kontakt med de förtroendevalda. Nöjd-Inflytande-Index har sjunkit från 44 till 37, vilket SCB klassar som inte godkänt.

*Föredragning*

Idag kommunicerar Uppsala kommun digitalt med medborgarna via de sociala mediekanalerna Facebook, Twitter och Instagram. Det finns sedan några år även en dialogfunktion på [www.uppsala.se](http://www.uppsala.se) (Tyck till). Uppsala kommun har, sedan möjligheterna med sociala medier kom, varit en av de kommuner i Sverige som ligger i framkanten av utvecklingen.

Kommunstyrelsen har fastställt riktlinjer för kommunens webbplatser (ärendets *bilaga 2*) och för kommunens närvaro i sociala medier (ärendets *bilaga 3*). Det är viktigt att särskilt beakta att riktlinjerna bestämmer att kanalerna inte är till för partipolitiska diskussioner.

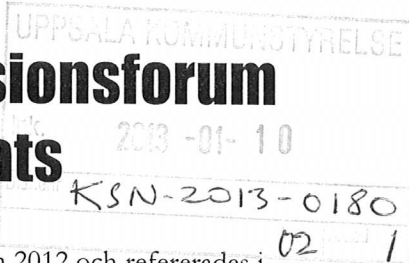
Kommunens digitala kanaler utvecklas kontinuerligt, med särskilt fokus på användarnas behov. Nya kanaler och funktioner, exempelvis webinarier, undersöks. Dessa kanaler och funktioner kan medborgarna och Uppsala kommun använda för dialog och diskussioner, till exempel inför beslut i nämnder och styrelser eller frågor om kommunens service och tjänster.

I arbetet med att förnya [www.uppsala.se](http://www.uppsala.se) utreds behov och möjligheter att stödja medborgardialogen på olika sätt på kommunens webbplats, i samklang med kommunens digitala kanaler i övrigt. Om det visar sig att ett diskussionsforum skulle motsvara användarnas behov, kommer det att utvecklas.

*Ekonomiska konsekvenser*

Utveckling av diskussionsforum och andra dialogtytor sker inom de givna ekonomiska förutsättningarna.

# Motion om att inrätta ett diskussionsforum på kommunens webbplats



Enligt SCB:s medborgarundersökning, som senast genomfördes under hösten 2012 och refererades i UNT 2013-01-04, upplever en stor del av Uppsalaborna sig maktlösa i politiska frågor, har svårt att komma i kontakt med de förtroendevalda samt erfar att politikerna inte tar till sig synpunkter och åsikter från allmänheten.

Totalt tillfrågades ett urval på 1 000 personer i åldrarna 18–84 år, där svarsfrekvensen var 46 procent. Det sammanfattande betygsindexet i undersökningen, Nöjd-Inflytande-Index (NII), för hur medborgarna bedömer möjligheterna till inflytande i Uppsala kommun blev 39. Faktorerna förtroende ligger på 44, kontakt på 43 och påverkan 37.

Jämfört med hösten 2010 har NII sjunkit från 44. Faktorerna förtroende, kontakt och påverkan har fått ett statistiskt säkerställt lägre betygsindex. Betygsindex under 40 klassas som ”inte godkänt”, vilket vittnar om att denna viktiga demokratifråga måste tas på större allvar. Det bör vara en plikt att ha en god dialog med sina väljare.

Sverigedemokraterna ser allvarligt på dessa siffror och menar att de styrker en trend som länge uppenbarat sig i kommunen, där många väljare och medborgare ofta känner sig överkörda av sina politiker samt upplever att de förtroendevalda inte lyssnar på deras åsikter utan tvärtom anser sig vara förmer och bättre vetande än de människor som röstat fram dem och vilka man skall representera.

För att råda bot på detta problem ser Sverigedemokraterna flera lösningar, bland annat att införa medborgarförslag och allmänhetens frågestund i kommunfullmäktige. Kommunen måste arrangera fler medborgardialoger och informera om dessa på ett bra sätt. Fler lokala omröstningar och medborgarinitiativ borde välkomnas, även så kallade e-petititioner. Likaså bör nämndsammanträden vara öppna när så är juridiskt möjligt. Partierna måste ta sitt ansvar och bedriva verksamhet även mellan valen.

Vidare menar Sverigedemokraterna också att medborgarna måste ha en möjlighet att uttrycka sina åsikter direkt till de förtroendevalda. Uppsala kommun har sedan ett tag tillbaka en viss närvaro på sociala medier som Twitter och Facebook samt har infört en ”tyck till”-funktion på sin webbplats, vilket är välkommet men inte alls tillräckligt. Man bör också undersöka möjligheterna att komplettera detta med ett regelrätt diskussionsforum på uppsala.se, som förstås skall vara modererat så att det håller sig inom lagens riktmärken. Flera andra kommuner har redan provat en sådan lösning.

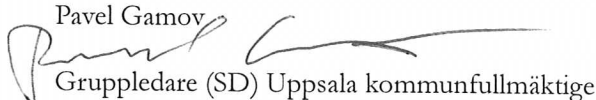
Det är bara positivt om medborgarnas engagemang och inflytande i kommunpolitiken ökar, och engagemanget kommer att öka om man inför ett diskussionsforum på kommunens webbplats. Detta kan även öka kommuninvånarnas intresse att följa kommunfullmäktiges sammanträden. På diskussionsforumet kan medborgarna diskutera med såväl kommunpolitiker som andra medborgare. Genom ett sådant diskussionsforum har de folkvalda politikerna i Uppsala kommun lättare ta del av väljarnas synpunkter på hur politiken förs i kommunen.

Med anledning av ovanstående yrkar Sverigedemokraterna

- att kommunen inrättar ett diskussionsforum på Uppsala kommuns webbplats

Uppsala den 4 januari 2013

Pavel Gamov


 Gruppledare (SD) Uppsala kommunfullmäktige

# Riktlinjer för Uppsala kommuns externa och interna webbplats

Antagna av Kommunstyrelsen 2008-11-26.

## Innehållsförteckning

	<b>sidan</b>
<b>1. Syfte</b>	<b>3</b>
<b>2. Utgångspunkt</b>	<b>3</b>
<b>3. Inriktningsmål och effektmål</b>	<b>4</b>
<b>4. Ansvar och ägare av information</b>	<b>4</b>
<b>5. Prioriteringar</b>	<b>4</b>
<b>6. Grafisk profil</b>	<b>4</b>
<b>7. Kris och extraordinär händelse</b>	<b>5</b>
<b>8. Neutralitet och opartiskhet</b>	<b>5</b>
<b>9. Marknadsföring</b>	<b>5</b>
<b>10. Politik</b>	<b>5</b>

## 1. Syfte

Uppsala kommuns externa och interna webbplats främsta syfte är att ge användarna bra och snabb service.

Genom ökad tillgänglighet, efterfrågat innehåll, tydlig navigering, bättre sökfunktion och skriven på klarspråk ska webbplatsen göra det lättare för användarna att utföra sina tjänster och ta del av information.

Webbplatsen ska:

- vara en snabb och effektiv väg till kommunens information, kommunikation, service och myndighetsutövning
- vara navet i den information och service som ges till användarna
- främja samarbete och utbyte mellan medarbetare, förvaltningar och bolag i kommunorganisationen
- främja interaktion med offentliga aktörer för att öka användarnytan
- stärka demokratin och stödja kommunens samhällsuppdrag
- ge möjlighet till interaktiva tjänster
- innehålla saklig och tydlig information
- vara öppen och proaktiv
- inte ha nyhetsförmedling som sitt främsta syfte
- tillgodose krav på tillgänglighet och användbarhet som anges i *Vägledningen 24-timmarswebben (Verva)*
- ge möjlighet till personalisering – erbjuda ”mina sidor” för personifierade tjänster och tillgång till egen information
- utvecklas så att den stödjer införandet av e-förvaltning

## 2. Utgångspunkt

Utvecklingen av Uppsala kommuns webbplats och det löpande arbetet med webbplatsen tar sin utgångspunkt i *Kommunikationspolicy för Uppsala kommun* och Kommunfullmäktiges inriktningsmål och budget *Inriktning, Verksamhet, Ekonom, IVE*.

Kommunfullmäktige har i kommunikationspolicyn fastställt:

- Den som kommunicerar, externt eller internt, ska göra det så att kommunens trovärdighet upprätthålls och stärks.
- Kommunikationen ska präglas av öppenhet, tillgänglighet, tydlighet, saklighet och snabbhet.
- All kommunikation i egna kanaler ska ske enligt de riktlinjer som fastställs genom beslut av Kommunfullmäktige, Kommunstyrelsen eller stadsdirektören.

När kommunens kommunikationspolicy eller IVE:s prioriterade områden förändras, så ändras även webbplatsens prioriteringar.

### 3. Inriktningsmål och effektmål

Kommunfullmäktige anger i IVE inriktningsmål. Varje nämnd ska bryta ner inriktningsmålen till effektmål med angivande av nuläge och mätbara indikatorer för kommande fyraårsperiod.

### 4. Ansvar och ägare av information

Kommunstyrelsen äger Uppsala kommuns webbplats och ansvarar för:

- regler och styrdokument
- struktur och utformning
- teknisk plattform
- arkitektur
- funktioner
- säkerhet
- drift och datakommunikation

Ansvar för innehållet på webbplatsen följer verksamhetsansvaret, enligt Uppsala kommuns styrmodell och kommunikationspolicy. Varje nämnd, kontor och förvaltning ansvarar för kommunikation om och från sin egen verksamhet. Chefer och arbetsledare har ansvar för att kommunikationen med medarbetarna sker på ett bra sätt.

Uppsala kommuns styrmodell innebär att:

- **Kommunstyrelsen** svarar för information och kommunikation om kommunhelheten inklusive Kommunfullmäktiges och Kommunstyrelsens beslut.
- **Uppdragsnämnderna** svarar för samhällsinformation och medborgardialog inom respektive ansvarsområde.
- **Produktionsnämnderna** svarar för brukardialog, synpunkts- och klagomålshantering samt marknadsföring av egna verksamheter.
- **Uppsala kommuns hel- och delägda bolag** har i regel egna webbplatser och presenteras via länkar på uppsala.se.

### 5. Prioriteringar

Kommunens webbplats är till för alla. Prioriteringar på webbplatsen sker utifrån IVE och användarnas behov.

### 6. Grafisk profil

Utformningen av webbplatsens sidor ska följa Uppsala kommuns grafiska profil.

## **7. Kris och extraordinär händelse**

Webbplatsen ska stödja informationsarbetet vid kris och extraordinära händelser.

## **8. Neutralitet och opartiskhet**

Tjänster, service och information till kommunens medborgare ska presenteras på ett neutralt och sakligt sätt. När det finns flera leverantörer ska samtliga leverantörer presenteras samlat och på ett likvärdigt och objektiva sätt. Därifrån kan användaren lotsas vidare till leverantörens egen information.

## **9. Marknadsföring**

Marknadsföring av kommunen får ske på webbplatsen men är inte webbplatsens främsta syfte. Marknadsföring och reklam för evenemang och verksamheter där kommunen inte är huvudman får ske endast när kommunen har ett särskilt intresse i evenemanget och marknadsföringen sker då i begränsad omfattning. Övriga evenemang och viktig marknadsföring av staden bör ske på de kommunala bolagens webbplatser men i nära samarbete med kommunens webbplats.

Reklam för kommunens egen produktion får ske på särskilda sidor och ska följa det regelverk som gäller för webbplatsen.

## **10. Politik**

Uppsala kommuns webbplats är en viktig kanal för information om och kommunikation kring politiska beslut i Kommunfullmäktige, Kommunstyrelsen, nämnder och styrelser. Uppsala kommuns webbplats är inte ett forum för partipolitik.



# Riktlinjer för sociala medier i Uppsala kommun

Antagna av kommunstyrelsen den 7 mars 2012, § 41

Detta dokument är tänkt att i första hand läsas som webbsida eller digital pdf.  
*Kursiverad* text blir länkar på webbsidor och i pdf.



# Riktlinjer för sociala medier i Uppsala kommun

Uppsala kommun vill kommunicera med medborgarna på deras villkor och där de finns. Uppsala kommun ser sociala medier som lämpliga kanaler för dialog med medborgare, brukare, intresserade, leverantörer, företag, utförare, kollegor och samarbetsparter.

All kommunikation i Uppsala kommuns kanaler, där sociala medier är en del, ska följa Uppsala kommuns kommunikationspolicy, antagen av kommunfullmäktige 2004, som säger att Uppsala kommuns kommunikation ska präglas av öppenhet, tillgänglighet, tydlighet, saklighet och snabbhet.

Kommunens officiella sociala mediekanaler är inte forum för partipolitik.

Kommunens nämnder och styrelser ansvarar för den egna kommunikationen och beslutar därför om de använder sociala medier och i så fall vilka, samt vem som representerar nämnd, kontor eller förvaltningar i dessa kanaler.

*Uppsala kommuns kommunikationspolicy.*

Kommunens Internetregler gäller även för närvaro i sociala medier och i de sociala funktionerna på Insidan.

*Regler för användande av Internet och Uppsala kommuns intranät*

## Riktlinjernas syfte

Dessa riktlinjer ska ge chefer och medarbetare i Uppsala kommun vägledning och uppmuntran i användningen av sociala medier på ett sätt som är förenligt med kommunens policydokument och gällande lagstiftning.

*Uppsala kommuns styrdokument.*

## Definition av sociala medier

Sociala medier är icke-köpta digitala dynamiska tvåvägskanaler för kommunikation mellan människor där information kan produceras, delas och kommenteras av vem som helst, till exempel:

- Twitter
- Facebook
- Bloggar
- Webbplatser med kommentarsfunktion
- Youtube
- Wiki
- Forum
- Linked in
- Flickr
- Sociala funktioner på Insidan

## Lyssna, dela och konversera i sociala medier

Sociala medier är kommunikations- och informationskällor i det dagliga arbetet, precis som uppsala.se och kommunens intranät. Kommunikation i sociala medier skiljer sig inte från andra sammanhang (offentliga framträdanden, kontakt med olika målgrupper eller uttalanden i traditionella medier). All användning av sociala medier följer samma lagar och regler som kommunens medarbetare annars styrs av.

Kommunen ser sociala medier som verktyg för att lyssna, dela information och delta i konversationer. Kommunen uppmuntrar därför medarbetarna att använda sociala medier för att prata med sina målgrupper och sina kollegor.

Vi använder sociala medier till att:

- lyssna på vad andra säger om oss för att lära känna medborgarna (och andra) och deras behov
- prata med medborgare, medarbetare och andra intresserade
- dela information och kunskap
- fråga efter synpunkter
- svara på frågor

men också till att:

- rekrytera nya medarbetare
- berätta om Uppsala som kommun
- stödja en positiv bild av kommunen
- ge ökad delaktighet

### Sociala funktioner på Insidan

Syftet med Insidan är att underlätta vardagen och bidra till delaktighet. Den är ett hjälpmedel i arbetet och de sociala funktionerna (samarbetsrum, forum, bloggar, profilsidor) ger möjlighet till delaktighet, dialog och kunskapsutbyte till exempel, mellan medarbetare inom samma yrkesroll och inom olika delar av organisationen.

## Samtalston

Gemensamt för all närvaro i sociala medier är att det ska råda god samtalston i dialoger, forum och i övrigt innehåll. Användningen av sociala medier ska utgå från egenansvar och sunt förnuft.

God samtalston innebär att inlägg inte får innehålla:

- förtal, personangrepp, förolämpningar, uppvigling, stötande och kränkande uttalanden
- upphovsrättsintrång
- reklam för enskilda företag och produkter
- hets mot folkgrupp
- sexistiska yttranden, trakasserier
- olaga våldsskildring eller pornografi
- uppmaningar till brott, utgöra brottslig verksamhet

\* Marknadsföring för interna produktionsförvaltningar får ske på särskilda sidor enligt *Riktlinjer för Uppsala kommuns externa och interna webbplats*.

Hänvisning till sådana sidor kan göras i de sociala funktionerna på Insidan. Dialog med befintliga kunder kan ske i samarbetsrum och forum.

## **Grafisk profil i sociala medier**

Det ska tydligt framgå vem avsändaren är och att verksamheten är en del av Uppsala kommun. I sociala medier används kommunens logotyp på de officiella kommunkontona. Alla konton ska förses med en bild eller en illustration som symboliserar verksamheten i detta sammanhang.

*Uppsala kommuns grafiska profil*

## **Bilder**

Tänk på att följa Personuppgiftslagen (PUL) och Lag (1960:729) om upphovsrätt vid uppladdning av bilder.

# **Tillämpning av Riktlinjer för sociala medier i Uppsala kommun**

1. Användning av sociala medier på Uppsala kommuns egna konton
2. Användning av sociala medier på konton som inte ägs av Uppsala kommun
3. Privat användning av sociala medier
4. Registrering och diarieföring
5. Arkivering av sociala medier
6. Samlingssida för deltagande i sociala medier
7. Personuppgiftslagen och sociala medier
8. Sociala funktioner på Insidan

# 1. Användning av sociala medier på Uppsala kommuns egna konton

## Beslut om att använda sociala medier

Att delta i sociala medier är ett långsiktigt åtagande som kräver tydligt ansvar och resurser, främst när det gäller redaktörskap.

För att använda sociala medier ska närmaste chef ha godkänt att verksamheten använder kanalen och utsett en ansvarig. Chefen ansvarar även för att det finns resurser att hantera kanalen och att den inte lämnas oöversiktad under ledighet, sjukdom eller när någon slutar sin anställning.

Den medarbetare som ansvarar för en kanal ansvarar för att den hanteras enligt god sed, med stort engagemang, enligt dessa riktlinjer och Uppsala kommuns kommunikationspolicy samt enligt gällande lagar.

*Uppsala kommuns kommunikationspolicy.*

## Kontaktinformation ska finnas med

Det ska vara lätt för användarna att kontakta den som är ansvarig för en kanal för att framföra synpunkter eller anmäla inlägg.

## Ange tydligt vad kanalen är till för

Varje konto ska ha en presentation och en beskrivning av vad kanalen används till. På Facebook heter det Allmän information, på Twitter Bio. Till exempel: *Officiellt konto för Kulturkontoret vid Uppsala kommun som använder det för att prata med medborgarna om kulturen i Uppsala.* Tala också om när kanalen bevakas så att användaren vet när återkoppling kan väntas.

## Lyssna, svara snabbt och sätt dialogen i centrum

Sociala medier är kanaler för att dela information, initiera och delta i samtal. Det är viktigt att förstå hur kanalen fungerar och att använda den så att den blir en effektiv plattform för relationer och konversation med medborgare, brukare, samarbetspartner, intressenter, leverantörer, utförare, intresserade och kollegor. Svara snabbt på frågor i sociala medier och använd gärna ett personligt tilltal utan att bli privat.

## Svara när det är relevant att svara

Alla frågor behöver inte besvaras av kommunen. Ibland förs konversationer och erfarenhetsutbyten mellan personer som inte är direkta frågor till kommunen. Precis som i all annan kommunikation bör kommunens representanter se till relevans och situation och utifrån det välja att delta eller inte delta i en konversation. Vid osäkerhet, och för att få stöd, rådgör med närmaste chef eller kommunikatör på respektive förvaltning.

## **Registrera det som ska registreras**

Frågor till kommunen i sociala medier kan vara inkomna allmänna handlingar som ska registreras. Den som är ansvarig för en kanal i sociala medier har också ansvar för att registrera det som ska registreras.

## **Publicera inte personuppgifter eller sekretessbelagda uppgifter**

Publicera inte sekretessbelagda uppgifter, arbetsmaterial eller personuppgifter. Vid osäkerhet diskutera frågan med din chef eller kommunens personuppgiftsombud om det gäller personuppgifter.

*Uppsala kommuns personuppgiftsombud.*

## **Använd gott omdöme och utelämna privata åsikter**

Håll privata åsikter utanför Uppsala kommuns kommunikation och använd gott omdöme.

## **Respektera upphovsrättslagen**

Respektera upphovsrätt till text och bild. Citera endast korta delar av andras texter och ange alltid källan. Det är praxis i sociala medier att länka till andras material snarare än att kopiera. Tänk på att rättigheter för material som publiceras på vissa ställen (till exempel Facebook) kan övergå till företaget som äger kanalen.

## **Att bemöta påståenden och kritik**

Det är av vikt att missförstånd om kommunen kommenteras snabbt och på ett bra sätt. Om ett inlägg innehåller kritik ska den som är ansvarig för kanalen avgöra om kritiken ska bemötas eller inte.

Följande är bra att tänka på vid hantering av påståenden och kritik i sociala medier:

- Avgör om kritiken eller påståendet är sakligt
- Avgör om kritiken eller påståendet är relevant.
- Nedvärderande inlägg riktade mot kommunen eller medarbetare bör bemötas med, svaret: Skriv gärna en tydligare formulerad synpunkt eller ett förslag till åtgärd så att vi kan behandla den och återkomma med svar.
- Avgör om kritiken eller påståendet kan besvaras med fakta.
- Avgör om du kan besvara inlägget. Om du behöver information eller hjälp från någon annan för att formulera ett svar, besvara först inlägget med ”Tack för ditt inlägg, vi återkommer med svar”.
- Formulera snabbt ett svar och publicera det.
- Om kritiken är saknar grund; påpeka det med hjälp av fakta och med respekt för personen som kritiserat.
- Avgör om inlägget och svaret ska registreras.

*Process för hantering av frågor via sociala medier.*

## **Regler för när ett inlägg ska tas bort**

Publicera reglerna på det egna kontots sidor när det är möjligt. Regler för Uppsala kommuns officiella konton finns på [uppsala.se/sociala medier](http:// uppsala.se/sociala-medier). Om ett inlägg tas bort eller ändras, tala om att det har tagits bort och varför.

Alla inlägg som strider mot gällande lagstiftning eller kommunens riktlinjer ska omgående tas bort. Spara inlägget och all information om det, till exempel avsändare, innan inlägget avpubliceras. Avpublicerade inlägg, och metainformation, ska hanteras som allmän handling.

Inlägg i Uppsala kommuns kanaler i sociala medier ska följa god samtalston, se riktlinjerna sid 3-4.

## **2. Användning av sociala medier på konton som inte ägs av Uppsala kommun**

Med konton som inte ägs av Uppsala kommun menar vi bloggare kommentarsfält, Facebooks sidors loggar, kommentarsfält i andra tjänster (bild och film) artikelkommentarer, omnämningen på Twitter och liknande.

### **Beslut om att delta i sociala medier på andras konton**

Chef i verksamheten med ansvar för informationsfrågor / närmaste chef ska ha godkänt deltagandet och även ha utsett vem som är ansvarig för att följa och delta i den konversation som sker på konton som inte ägs av Uppsala kommun.

### **Tala om vem du är**

Använd ditt namn, var tydlig med vem du är och att du arbetar för Uppsala kommun. Det är viktigt att du är en person och inte endast en kommunal funktion när du deltar i sociala medier. Kommentera inte anonymt, använd inte pseudonym eller falskt namn.

### **Avstå om du är inblandad privat**

Om du har privat intresse i något som diskuteras, låt någon annan från kommunen ersätta dig i dialogen på sociala medier.

### **Svara när det är relevant att svara**

Alla frågor behöver inte besvaras av kommunen. Ibland förs konversationer och erfarenhetsutbyten om kommunen, men som inte är direkta frågor till kommunen. Precis som i all annan kommunikation avgör kontext och situation om det är lämpligt att delta eller inte i en konversation. Vid osäkerhet, och för att få stöd, rådgör med närmaste chef eller kommunikatör på respektive förvaltning.

### **Var saklig och ha en trevlig samtalston**

Var personlig utan att bli privat men håll en saklig ton. Kommentera och besvara med fakta och gärna med länkar till ytterligare information. Ha en trevlig samtalston och tänk på att du företräder Uppsala kommun.

## **Publicera inte personuppgifter och sekretessbelagda uppgifter**

Publicera inte information som är sekretessbelagd. För frågor om sekretessbelagda uppgifter fråga närmaste chef.

Publicera inte personuppgifter. Kommunens personuppgiftsombud svarar på frågor om personuppgifter.

*Uppsala kommuns personuppgiftsombud.*

## **3. Privat användning av sociala medier**

Privata konton ska inte användas för kommunikation i tjänsten. Undantag är Facebookinloggningar så länge det är enda sättet att hantera en Sida (Gillasida) i Facebook.

Uppsala kommun uppmuntrar medarbetare att ta del av och finnas i sociala medier som en del av sin kompetensutveckling.

För alla kommunens medarbetare gäller yttrandefrihet och meddelarfrihet. Om du uttalar dig om arbetet som privatperson, tala om att du gör det som privatperson och inte i tjänsten. Ange gärna i din Bio på Twitter eller i din profil på Facebook om du använder kontona som privatperson eller i tjänsten för att slippa sammanblandning.

*Uppsala kommuns internetpolicy.*

## **4. Registrering och diarieföring**

Frågor till kommunen i sociala medier är inkomna allmänna handlingar som i vissa fall ska registreras. Den som har utsetts till att ansvara för en kanal i sociala medier ansvarar också för registrering. Det är innehållet i varje inlägg som avgör om det ska registreras eller inte - och inte kanalen.

Inlägg som inte är rutinmässiga och kräver åtgärd ska hanteras på samma sätt som motsvarande information som kommer in via andra kanaler. Det kan innebära att göra en utskrift eller en skärmdump av inlägget och hantera det som en handling i ett ärende. Rådgör med närmaste chef eller nämndsekreterare vid tveksamheter.

*Registrering av allmänna handlingar i Uppsala kommun.*

*Kommungemensam bevarande- och gallringsplan för handlingar inom området allmän administration.*

*Stadsarkivets riktlinjer för hantering av webbsidor och sociala medier.*

## **5. Arkivering av sociala medier**

Närvaro i sociala medier är en viktig del i kommunens kommunikation. Därför ska de delar av sociala medier där kommunen närvarar bevaras minst två gånger per år eller vid större förändringar. Det görs genom att en



ögonblicksbild bevaras digitalt i enlighet med stadsarkivets riktlinjer.  
Ögonblicksbilderna bör tas:

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

Dessutom gör extra uttag göras under året

- vid större förändringar
- vid större händelser

*Kommungemensam bevarande- och gallringsplan för handlingar inom området allmän administration.  
Stadsarkivets riktlinjer för hantering av webbsidor och sociala medier.*

## **6. Samlings sida för deltagande i sociala medier**

Uppsala kommuns deltagande i sociala medier ska meddelas till webbredaktionen, webbredaktion@uppsala.se, som ansvarar för en lista över kommunens konton i sociala medier på [www.uppsala.se/socialamedier](http://www.uppsala.se/socialamedier). Listan finns för att användarna ska kunna se vilka kanaler kommunen finns i samt för att göra det enkelt för medarbetarna att skapa synergieffekter mellan olika kanaler.

## **7. Personuppgiftslagen och sociala medier**

Den nämnd som ansvarar för en verksamhet är personuppgiftsansvarig för den behandling av personuppgifter som sker i verksamheten. Kommuner har inte möjlighet att använda sig av utgivarbevis för sina webbplatser. Personuppgifter är information som, direkt eller indirekt, kan leda till identifiering av en viss person. Exempel på detta är namn, bilder och personnummer men även indirekta personuppgifter som bilregistreringsnummer och fastighetsbeteckningar räknas dit.

Grundläggande för personuppgiftslagen är att individen äger sina egna personuppgifter, men på flera sätt kan medge att dessa används i olika sammanhang eller att undantag har gjorts i lagstiftning.

Publicerat innehåll på sociala medier bedöms normalt enligt § 5a personuppgiftslagen, där publicering av personuppgifter inte får innebära en kränkning av den publicerades integritet. Denna bedömning ska göras utifrån varje enskild förekomst av personuppgifter och innebär en sammanvägning av nedanstående faktorer:

### **Spridning av personuppgifter**

Spridningen vid internetpublicering är viral vilket gör att övriga riskfaktorer får ökad tyngd.

## **Typ av innehåll i personuppgifter**

En privatperson ska normalt inte behöva acceptera att de egna personuppgifterna används utan samtycke.

Personuppgifter för personer i deras arbete kan vara av harmlöst slag, till exempel namn, befattning, kontaktuppgifter för arbetet och därför möjliga att publicera utan samtycke. Detta gäller dock inte personuppgifter som berör individen som privatperson. Publicering av privata telefonnummer, adress och bilregistreringsnummer är inte tillåtet utan samtycke.

Personer som själva valt att bli offentligt kända, till exempel förtroendevalda, kan i något större utsträckning vara tvungna att acceptera att deras personuppgifter publiceras. Även här ska man ta hänsyn till gränsen mellan det privata och det offentliga.

För publicering av känsliga personuppgifter (ras, religion, etnisk tillhörighet, politisk uppfattning, fackföringstillhörighet, hälsouppgifter, sexuell läggning) gäller som regel att uttryckligt samtycke måste finnas.

Personnummer och personuppgifter om lagöverträdelser får aldrig publiceras.

## **Publiceringens sammanhang och syfte**

Publicering av personuppgifter i ett sammanhang där det kan upplevas som integritetskränkande är otillåtet. Detta kan till exempel gälla att tala om att man mötte en viss person på ett möte för sexuellt likaberättigande.

## **Risker med publicering av personuppgifter**

Vid kränkingsbedömningen måste man ta hänsyn till eventuella risker med den aktuella publiceringen. Att publicera ägarens namn och adress till en pälsdjursfarm eller ange namnet på en enskild medlem i den lokala jaktklubben skulle sannolikt innebära en ökad risk för att brott begås och därmed vara en klar integritetskränkning.

## **Kommunens ansvar**

Ansvaret för behandlingen av personuppgifter i sociala medier delas in i ansvaret för kommunens egna inlägg och ansvaret för inlägg som publiceras av andra.

### **Facebook och bloggar**

Kommunen är ansvarig för personuppgifter som publiceras på kommunens Facebooksida, bloggar och webbplatser. Ansvaret omfattar både personuppgifter som kommunen själv publicerar och som publiceras av andra.

Besökare som lägger till kommentarer är ansvariga för personuppgifterna i sina inlägg.

Kommunen har rätt att ta bort inlägg som inte är i enlighet med ändamålet och angivna regler. Vid borttagning ska avsändaren, om det är möjligt, meddelas

om varför inlägget har tagits bort och länk till sida där regler finns skickas med. Innan inlägget tas bort ska det skrivas ut och arkiveras.

Innehåller inlägget någon form av lagbrott har kommunen skyldighet att ta bort inlägget. Om det finns tveksamhet om inlägget ska polisanmälas, kontakta stadsjuristen på kommunledningskontoret. Lagbrottet skulle till exempel kunna vara publicering av personuppgifter utan samtycke, förtal eller hets mot folkgrupp.

### **Medier där kommunen inte kan ta bort inlägg, till exempel Twitter**

Kommunen ansvarar endast för personuppgifter som kommunen publicerat, inte personuppgifter som andra twittrare publicerat.

Personuppgiftslagen är en lag som gäller om det inte finns andra lagar som föreskriver annorlunda regler i samma sak.

*Uppsala kommuns personuppgiftsombud – länk intranät + Internet*

## **8. Sociala funktioner på Insidan**

### **Samarbetsrum**

Ett samarbetsrum är en plats för samverkan inom en grupp där alla som är medlemmar kan diskutera, ladda upp filer med mera. Samarbetsrum kan vara kopplat till ett projekt, ett visst ämne, ett nätverk eller liknande. Samarbetsrum kan vara öppna eller slutna.

Den som vill starta ett samarbetsrum ska definiera syfte och målgrupp för det, och detta ska framgå i presentationen av samarbetsrummet. Innehållet i samarbetsrummet ska i första hand vara arbetsrelaterat, men även samarbetsrum som på annat sätt främjar samhörigheten på arbetsplatsen kan förekomma.

En medarbetare kan starta ett samarbetsrum efter att ha fört dialog om detta med närmaste chef eller processledare. Den som startar ett samarbetsrum ska läsa och godkänna de villkor som gäller, och tar därmed ansvar för samarbetsrummet.

*Exempel på samarbetsrum:*

- Yrkessamarbetsrum- för de som vill dela erfarenheter med andra inom samma yrke – exempelvis bibliotekarier eller brandmän.
- Projektrum- för de som deltar i ett projekt och behöver dela dokument och projektmål.
- Personalklubbar – exempelvis konstklubben

Samarbetsrum ersätter inte G: och liknande som lagringsyta. Det är inte heller ett digitalt arkiv. Endast dokument som är aktuella och relevanta för samarbetsrummet ska laddas upp.

### **Samarbetsrummets ägare ansvarar för att:**

- hålla samarbetsrummet levande och till nytta för dess medlemmar
- bevaka samtalstonen
- hantera medlemsansökningar
- avveckla samarbetsrummet om det inte längre används

Om ett samarbetsrum ska avvecklas kontakter ägaren webbredaktionen, som ansvarar för att ta bort samarbetsrummet. Dessförinnan arkiveras samarbetsrummet enligt rutiner fastlagda av stadsarkivet.

### **Forum**

Ett forum är en yta där alla som vill kan diskutera och utbyta information kring olika ämnen. Ett forum består av diskussioner som i sin tur består av inlägg.

Forum kan vara öppna för alla eller knutna till enskilda samarbetsrum.

Den som vill starta ett forum ska definiera syfte och målgrupp för det, och detta ska framgå i presentationen av forumet.

Innehållet i forumet ska vara arbetsrelaterat men även sådant som på annat sätt främjar samhörigheten i forumet kan förekomma.

En medarbetare kan starta ett forum efter att ha fört dialog om detta med närmaste chef eller processledare. Den som startar ett forum ska läsa och godkänna de villkor som gäller, och tar därmed ansvar för forumet.

Forumets ägare kontakter webbredaktionen, som lägger upp det nya forumet.

### **Forumets ägare är moderator och ansvarar för att:**

- hålla forumet levande och till nytta för dess medlemmar
- bevaka samtalstonen
- föra dialog med deltagare att de håller sig till ämnet
- avveckla forumet om det inte längre används

Om någon upplever ett inlägg som stötande, kan den personen anmäla inlägget genom att använda länken "Anmäl". Anmälan skickas då till webbredaktionen som, i dialog med forumets ägare, tar ställning till om inlägget ska tas bort.

Om ett forum, eller en diskussion i ett forum, ska avvecklas kontakter ägaren webbredaktionen, som ansvarar för att ta bort forumet. Dessförinnan arkiveras forumet enligt rutiner fastlagda av stadsarkivet.

### **Bloggar**

En blogg är en kanal för kommunikation som ofta har en personlig eller informell karaktär och som inbjuder till delaktighet. Bloggen består av inlägg som listas i datumordning. Inläggen kan kommenteras. En blogg kan skrivas av en enskild person eller ha flera skribenter. Bloggar är öppna för alla.

Den som vill starta en blogg ska definiera syfte och målgrupp för den, och detta ska framgå i presentationen av bloggen.

Innehållet i bloggen ska vara arbetsrelaterat.

En medarbetare kan starta en blogg efter att ha fört dialog om detta med närmaste chef eller processledare. Den som startar en blogg ska läsa och godkänna de villkor som gäller, och tar därmed ansvar för bloggen.

Bloggens ägare kontaktar webbredaktionen, som lägger upp den nya bloggen.

**Bloggens ägare ansvarar för att:**

- hålla bloggen levande och lockande till läsning
- bevaka samtalstonen
- avveckla bloggen om den inte längre används

Bloggens skribenter ansvarar för att svara på kommentarer på sina blogginlägg.

Om någon upplever ett inlägg som stötande, kan den personen anmäla inlägget genom att använda länken "Anmäl". Anmälan skickas då till webbredaktionen som, i dialog med bloggens ägare, tar ställning till om inlägget ska tas bort.

Om en blogg ska avvecklas kontaktar ägaren webbredaktionen, som ansvarar för att ta bort bloggen. Dessförinnan arkiveras bloggen enligt rutiner fastlagda av stadsarkivet.

## **Profilsida och statusuppdateringar**

Alla medarbetare har en profilsida med kontaktuppgifter. En del uppgifter kan medarbetaren själv lägga till, exempelvis foto och beskrivning vad man arbetar med. Ett foto ger stort mervärde på profilsidorna och kommer till nytta för att känna igen nya kollegor, deltagare i samarbetsgrupper, kontaktpersoner i olika sammanhang med mera.. Profilsidorna kan ses av alla som besöker Insidan, och de ska göra det enkelt att hitta och knyta kontakter och vara mer personlig. Med statusuppdateringar kan man dela med sig av vad man för närvarande arbetar med, ställa frågor och kollegor kan svara och kommentera. Detta ger möjlighet att dela kunskaper och erfarenheter på ett snabbt sätt. Statusuppdateringar är alltid öppna och publika.

**Profilsidans ägare ansvarar för att:**

- beskriva sina arbetsuppgifter, erfarenheter och kunskaper
- ladda upp ett välliknande foto av god kvalitet på sig själv
- hålla god samtalston i eventuella statusuppdateringar
- hålla profilsidan i uppdaterat och gott skick
- vid behov svara på kommentarer

Om någon upplever en profilsidas innehåll och statusuppdateringar som stötande, kan den personen anmäla sidan till webbredaktionen som, i dialog med berörd chef, tar ställning till om innehållet ska tas bort.