



Myndigheten i sociala medier – råd för medarbetare i Göteborgs Stad

Detta dokument gäller för

Samtliga nämnder och styrelser

Dokumenttyp

Råd

Fastställd/upprättad

2010-03-02

Beslutande

Giltighetstid

Tills vidare

Dokumentansvarig

Ulrika Blennius, kommunikationsdirektör

Dokumentinformation

För att underlätta, säkerställa och strukturera det professionella deltagandet för medarbetarna i Göteborgs Stad har dessa stadsövergripande råd utarbetats.

Senast reviderad

2010-11-01

Version

3.0

Myndigheten i sociala medier - råd för medarbetare i Göteborgs Stad

1. Sociala medier – bakgrund och definition

I informationssamhället tillkommer ständigt nya sätt att kommunicera och nya kanaler att använda. Internet har skapat en mängd möjligheter för att nå ut med information och de sociala medierna öppnar dessutom för dialog, debatt och diskussion.

Med sociala medier avser vi internetbaserade sociala nätverk, forum, bloggverktyg och fildelnings sajter för ljud och bild med användargenererat innehåll. Syftet med sociala medier är att interagera och nätverka, antingen i sin yrkesroll eller som privatperson. Det handlar om att dela med sig – av tankar och åsikter, eller av bilder, musik och filer.

Sociala medier ska hanteras på samma sätt som andra kanaler. Göteborgs Stads informationspolicy och förvaltningarnas lokala planer gäller alltså även för dem.

Sociala medier kan inte ersätta stadens officiella webbplats; goteborg.se, vars information är tillgänglighetsanpassad och kvalitetssäkrad. Alla förvaltningar ska presentera sin officiella information inom ramen för goteborg.se. Goteborg.se har en ansvarig utgivare, kommunikationsdirektören, med utgivningsbevis från Radio- och TV-verket. Detta ansvar gäller inte för andra externa/sociala webbplatser med staden som avsändare.

2. Möjligheter och risker ur ett verksamhetsperspektiv

De sociala medierna är lättillgängliga och billiga att använda. För att kunna utnyttja dem inom sin verksamhet på ett effektivt och säkert sätt bör man ta reda på hur den specifika kanalen fungerar, vilka målgrupper den attraherar och vilka förväntningar de har. Det vi vet är att förväntningarna på snabbhet, att snabbt få respons eller svar på frågor och kommentarer, är större i sociala medier än i traditionella kanaler. Att innehållet genereras av användarna ställer också större krav på bevakning, till exempel av en utsedd moderator. Detta för att säkerställa så att inte olagliga, kränkande eller på annat sätt olämpliga kommentarer läggs ut. En myndighet är ansvarig även för besökares inlägg på den officiella facebooksidan eller bloggen.

Möjligheter externt

- Skapa dialog, förståelse och delaktighet inför beslut
- Marknadsföra konkurrensutsatta verksamheter och projekt
- Attrahera och rekrytera nya medarbetare
- Ökad service som leder till färre inkommande telefonsamtal
- Skapa goodwill för enskilda verksamheter och Göteborgs Stad som organisation

Möjligheter internt

- Nätverka med olika målgrupper
- Erfarenhetsutbyte med andra inom samma yrkesområde eller i andra organisationer

Risker

- Informationssäkerheten blir mer sårbar. Känsliga, sekretessbelagda eller integritetskränkande uppgifter riskerar att läcka ut.
- Kränkningar, trakasserier och hot kan spridas snabbt och få svåra konsekvenser.
- Verksamhetens trovärdighet kan skadas, eftersom det är svårt att lita på avsändaren. I sociala nätverk, som till exempel Facebook, finns möjlighet att skapa nya grupper med samma namn som befintliga. Att avsändaren är trovärdig kontrolleras inte heller alltid. Det är till exempel fullt möjligt att som privatperson skapa en grupp som heter "Göteborgs Stad".
- Verksamhetens trovärdighet kan också skadas av det som skrivs, eftersom användarna själva är med och skapar innehållet.
- Mediet kräver främst resurser i form av personal och tid, och det kan vara svårt att överblicka nyttan och effekterna.
- Svårt att dra gränser mellan privat och professionellt, när man agerar som privatperson och när man är i sin yrkesroll

3. Roller och ansvar

Informationsansvaret följer linjeansvaret. Det är alltså ytterst den ansvariga chefen som beslutar om verksamheten ska använda sig av sociala medier i sin kommunikation och på vilket sätt det ska ske. Frågor och kommentarer som uppstår i de valda kanalerna ska hanteras på samma sätt som i andra kanaler, till exempel vid debattinlägg i morgontidningen. Vem äger frågan och ska besvara den?

4. Grafisk profil – en tydlig avsändare

Alla externa/sociala webbplatser som förvaltningen medverkar på, till exempel en officiell blogg eller gruppssida på Facebook, ska följa Göteborgs Stads grafiska profilprogram. Det innebär att Göteborgs Stads officiella logotyp för förvaltningen ska vara väl synlig och presenteras på ett korrekt sätt enligt de direktiv som finns.

5. FÖRE: Målformulera - studera - planera

Användandet av sociala medier ska hanteras inom ramen för verksamhetens ordinarie kanalstrategi och kommunikationsplan, inte som ett separat spår. Låt era mål, tänkta användare och kommunikationsmöjligheter styra valet av kanal.

Frågeställningar

- Vilka är våra mål/vad vill vi uppnå?
- Vilken är vår målgrupp och hur når vi den?
- Har vi valt rätt kanal för det här sammanhanget, eller finns det andra och bättre sätt att nå ut och få effekt?

6. EFTER: Mät och utvärdera

Om ni vill använda er av sociala medier i ert arbete, bör deltagandet kunna mätas och utvärderas. Fick deltagandet någon effekt, nådde ni era mål? Vad kan förbättras och utvecklas?

Exempel på mätetal:

- antal besvarade frågor
- antal kontakter/anhängare
- antal anmälningar/ansökningar till olika arrangemang och aktiviteter

7. Lagar som styr innehållet i sociala medier

Att som tjänsteman agera on-line kräver att man förhåller sig till många olika lagstiftningar. Så är även fallet då tjänstemannen som privatperson deltar on-line men med uppgifter som rör arbetsuppgifterna, arbetskamraterna, arbetsledningen eller arbetsplatsen. Rådgör alltid med en jurist när det uppstår frågor kring verksamhetens aktiviteter i sociala medier.

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.

Yttrandefrihetsgrundlagen (1991:1469, YGL)

Yttrandefrihetsgrundlagen ger svenska medborgare rätt att offentligt uttrycka sina känslor, tankar och åsikter eller lämna information i vilket ämne som helst via radio, tv, internet eller andra tekniska upptagningar. Motsvarande regleringar för tryckt press finns i Tryckfrihetsförordningen.

Denna rätt tillkommer självklart även offentliga tjänstemän, och innebär således att det står varje tjänsteman fritt att som privatperson delta i olika sociala medier som internetforum, bloggar och så vidare. Yttrandefriheten utsträcks även genom den så kallade meddelarfriheten, som ger varje medborgare - även offentliga tjänstemän - rätten att lämna uppgifter till media i avsikt att dessa ska publiceras.

Lagen om elektroniska anslagstavlor (1998:112)

Lagen vänder sig till den som tillhandahåller tjänsten ”elektronisk anslagstavla”. 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.

Sekretess

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. Tjänstemannen får alltså inte publicera uppgifter som täcks av sekretess eller tystnadsplikt. 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.

Myndigheternas serviceskyldighet (Förvaltningslagen 1986:223)

Enligt FL 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.

8. Om allmän handling i sociala medier

En tjänstemans medverkan på olika sociala medier måste vara godkänd av förvaltningen för att betraktas som myndighetens officiella kommunikation. Det måste finnas ett beslut eller godkännande från ansvarig chef för att kommunikationen ska anses ske i tjänsten. Förvaltningen bör också få tillgång till tjänstemannens inloggningsuppgifter till kontot på den externa webbplatsen.

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 §).

När är då en handling upprättad eller inkommen till förvaltningen på en extern webbplats? Enligt SKL gäller samma regler här som för traditionella handlingar. 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.

8.1 Diarieföring 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.

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 (5 kap 1§ Offentlighets- och sekretesslagen, OSL). Det är viktigt att det går att skilja på om det är en tjänsteman på förvaltningen eller en medborgare som gjort ett inlägg.

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. För att dokumentera själva mediet bör man varje halvår eller vid en större förändring bevara en ögonblicksbild, exempelvis en skärmdump.

9. 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 såhär:

- **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 man 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. Kan ni själva påverka det som besökaren publicerar och ta bort inlägg, eller kan ni det inte?

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 (5 a § PuL) och myndigheten uppfyller vissa krav på säkerhet (31-32§ PuL).

10. Förhållningssätt för att delta online

- **Var trovärdig.** Var noggrann, sanningsenlig och tydlig.
- **Var konsekvent.** Uppmuntra konstruktiv kritik och eftertanke. Var alltid uppriktig, ärlig och professionell. Om möjligt uppför dig på samma sätt on-line som när du kommunicerar på andra sätt.
- **Tänk på att du är en offentliganställd person.** Kom ihåg att du är en offentliganställd person och en ambassadör för din organisation. När det är möjligt klargör din befattning som representant för din organisation.
- **Skilj på privat och professionellt agerande.** Många nyttjar sociala medier både privat och i sitt arbete.
 - Använd inte din privata profil i tjänsteärenden. För internkommunikation som rör arbetet bör ordinarie kanaler användas.
 - Fundera över vilka personliga detaljer du lämnar ut i en professionell profil.
 - Du har ett personligt ansvar för att informationsspridning med hjälp av IT, som inte ingår i dina ordinarie arbetsuppgifter, formuleras så att det framgår att informationen är privat och inte kommer från Göteborg Stad som myndighet.

- **Omvärldsbevaka.** Den som ansvarar för omvärldsbevakningen i din verksamhet bör också bevaka vad som skrivs om er i sociala medier. Om ni upptäcker felaktigheter eller kritik, kontakta närmaste chef och diskutera om ni ska agera eller bemöta kritiken.
- **Kontrollera upphovsrätten.** Läs alltid igenom vad som gäller för upphovsrätten till text och bild inom respektive media.
- **Kontrollera sekretessinställningar.** Gå noga igenom sekretessinställningarna för respektive media, så att du vet vem som kan ta del av ditt material.
- **Säkerställ beredskap och resurser.** Om din verksamhet bjuder in till dialog online, se till att det också finns beredskap och resurser för att hantera den.
- **Tänk efter före.** Använd ditt sunda förnuft. Ställ dig frågan om det du publicerar är riktigt, relevant och om det är rätt kanal som används för ändamålet.

Fotnot: Råden är avstämde mot SKL:s utredning "Sociala medier och handlingsoffentligheten", april 2010, samt Datainspektionens rapport "Myndigheter, företag och andra organisationers ansvar för personuppgifter i sociala medier", augusti 2010