

Fem kommuners val av riktlinjer för social media

Fredrik Jouper

Politices kandidatexamen
Statsvetenskap

Luleå tekniska universitet
Institutionen för ekonomi, teknik och samhälle

Sammanfattning

Syftet med den här uppsatsen har varit att redogöra för hur fem kommuner har resonerat i valet av riktlinjer för sociala medier och huruvida den ökade användningen av social media innebär en rörelse mot e-demokrati och e-förvaltning eller inte. Med hjälp av en enkätundersökning har den empiriska delen av uppsatsen besvarats. Fyra frågor: *Varför väljer en kommun att ta fram egna riktlinjer? Vad är bakomliggande skäl till en kommuns utformning av riktlinjer? Kan olika val av riktlinjer få negativa konsekvenser? Varför väljer en kommun att synas i sociala medier?* ingick i en enkät som skickades via e-post till Piteå, Halmstad, Norrköping, Eskilstuna och Stockholm stad. Den femte frågan i uppsatsens frågeställning, nämligen: *Vad skiljer sig mellan de olika riktlinjerna?* har besvarats utifrån kommunernas dokument för uppsatta riktlinjer för social media som publicerats på kommunens hemsida.

Social media är en del av statens mötesplats, en plats där vi människor kan ha direkt kontakt med politikerna och föra en diskussion. Ett nytt demokratiskt forum som öppnat upp dörrarna för elektronisk demokrati och direktdemokratin. Riktlinjer för social media kom till efter att regeringen uppdagat att det saknades klara och tydliga regler för vad en medarbetare fick göra som myndighetsperson på Internet. E-delegationen fick uppdrag av regeringen att ta fram riktlinjer för social media, samtidigt decentraliserades ansvaret till alla svenska myndigheter. För de fem valda kommunerna har valet att själv få avgöra hur frågan om riktlinjer för social media ska gå till varit en viktig ståndpunkt, om annat beslut hade fattats hade förmodligen kommunerna i slutändan tagit fram egna program eller policys. Kommunerna är överens om att någon typ av standard på riktlinjerna bör hållas för att inte riskera att de ger ett tvetydigt budskap till mottagaren. Eftersom den här uppsatsen belyser social media, har det varit viktigt att lyfta fram sådant som ligger nära social media, dvs. olika demokratiska aspekter, förvaltning, Internet, politik och IT. Ur en kommuns synvinkel förklaras de demokratiska aspekterna utifrån påståenden om konversation och kommunikation, att IT-utvecklingen är viktig och att lagar och regler ska följas. Oavsett kommun är alla överens om vad social media ska användas till. Regeringen och riksdagen har ett gemensamt mål, att folket ska få mer inflytande i policyprocessen, kommunerna har som mål att försöka införliva riksdag och regeringens mål genom medel som gör det enklare för befolkningen att vara aktiva. Denna uppsats pekar på att en sådan rörelse mot e-demokrati och e-förvaltning är aktuell.

Nyckelord: *Social media, decentralisering, e-demokrati, e-förvaltning*

Innehållsförteckning

1. Inledning.....	1
1.1 Syfte och frågeställning	1
1.2 Historisk återblick på den demokratiska utvecklingen.....	1
1.3 Metod, material och källkritik	4
1.4 Avgränsning.....	7
1.5 Disposition.....	7
2 Demokrati- och förvaltningsprocessen	8
2.1 E-förvaltning som teorimodell.....	8
2.2 Demokrati och e-demokrati	9
2.3 Förvaltning och e-förvaltning	12
3 E-delegationen och fem kommuners val av riktlinjer.....	13
3.1 E-delegationens riktlinjer för social media.....	13
3.2 Piteå kommuns riktlinjer för social media.....	15
3.3 Halmstad kommuns riktlinjer för social media.....	16
3.4 Eskilstuna kommuns riktlinjer för social media.....	18
3.5 Norrköping kommuns riktlinjer för social media.....	20
3.6 Stockholms stads riktlinjer för social media	21
4 Resultat	24
5 Slutdiskussion.....	27
KÄLLFÖRTECKNING.....	30

Figurförteckning

Figur 1. Egen förtydligande modell över samspelet demokrati och e-demokrati.....	11
Figur 2. Egen förtydligande modell över samspelet förvaltning och e-förvaltning.....	12
Lista 3. E-delegationens riktlinjer för social media, i kort beskrivande text (E-delegationen.se, 2012-04-13).	13
Lista 4. Piteå kommuns riktlinjer för social media, i kort beskrivande text (Kommunstyrelsen, 2011:1).	15
Figur 5. Halmstad kommuns riktlinjer för social media, i kort beskrivande text (Johannesson, Ehde & Svensson, 2010:4ff).	16
Figur 6. Halmstad kommuns riktlinjer för social media. Användandet av sociala medier ska ske utifrån fyra nivåer (Johannesson, Ehde & Svensson, 2010:4ff).....	17
Lista 7. Eskilstuna kommuns riktlinjer, i kort beskrivande text (Sjöberg, 2011:2ff).	19
Figur 8. Norrköping kommuns riktlinjer, i kort beskrivande text (Wendt, 2011:1).	20
Figur 9. Stockholm stads riktlinjer, i kort beskrivande text (Söderlund, 2011:7).	22
Lista 10. Stockholm stads kommunikationspolicy (Söderlund, 2011:7).	22

Bilagor

Bilaga 1. E-postenkät med fyra frågor.....	35
Bilaga 2. E-postenkätens svar utifrån varje kommun.....	35
Bilaga 3. E-delegationens riktlinjer.....	37
Bilaga 4. Piteå kommuns riktlinjer.....	39
Bilaga 5. Eskilstunas riktlinjer	41
Bilaga 6. Stockholm stads riktlinjer	43

1. Inledning

Sociala medier kan bestå av olika forum eller mediekanaler där utbyte av åsikter, kunskap och information sker. Dessa kanaler är inte bara ett rum för privata åhörare, det är även en fri och öppen plats för kommuner och företag att kunna kommunicera med medborgarna eller sina kunder. För kommunerna har dessa sociala medier öppnat upp en möjlighet till att upprätthålla en närmre och snabbare väg för kommunikation. Denna typ av samhällsutveckling går under namnet ”eSamhället” (SKL, 2012-04-25). Gemensamma riktlinjer för sociala medier togs fram av E-delegationen under 2010 i syfte att tydliggöra för varje kommun vad sociala medier ska vara verktyg för (Regeringskansliet, 2012-04-25). Tidigare saknade en del kommuner en klar policy för detta ändamål. Det är dock upp till varje kommun att själv ta ställning till om de ska tillämpa E-delegationens riktlinjer eller ta fram egna (Sjöstrand, 2010:2). De demokratiska aspekterna har också förändrats genom denna snabba teknikutveckling. E-demokrati (elektronisk demokrati) och e-förvaltning (elektronisk förvaltning) är begrepp inom demokratin som utvecklats utifrån politiken i syfte att hänga med i utvecklingen och ge medborgarna nya möjligheter för politiskt deltagande. Sveriges Kommuner och Landsting (SKL) samarbetar tillsammans med E-delegationen i utvecklandet av tjänster som ska möjliggöra samordning och koordinering inom IT-standardiseringsområdet (E-delegationen.se, 2012-04-25).

1.1 Syfte och frågeställning

Givet resonemanget ovan är det relevant att närmare undersöka hur kommuner resonerar kring riktlinjer för social media. Syftet med den här uppsatsen är därför att kartlägga hur fem kommuner har resonerat i valet av riktlinjer för social media som kan vara en väg att bjuda in medborgarna i policyprocessen. Syftet är också att diskutera huruvida den ökade användningen av social media tyder på en rörelse mot e-förvaltning och e-demokrati, som är viktigt att förklara eftersom den offentliga sektorn önskar öka det politiska deltagandet i Sverige. Uppsatsens huvudsakliga frågeställning har varit att ta reda på hur kommunerna har resonerat när de har tagit fram egna riktlinjer och om deras resonemang i så fall tyder på en rörelse mot e-demokrati och e-förvaltning.

1.2 Historisk återblick på den demokratiska utvecklingen

Under flera århundranden har medborgares relation till media funnits och den största förändringen skedde under 1400-talet då uppkomsten av boktryckarkonsten kom till (Falkheimer, 2001:50). Det här var början på mediekommunikationen och den har följt med

oss i 600 års tid. De traditionella massmedierna som vi är vana vid fick sitt genombrott på 1600-talet i Sverige (Falkheimer, 2001:52). Sverige kännetecknas av ett fritt och öppet samhälle där staten omfattas av ett lagstiftande organ som sätter regler och gränser kring personlig integritet och försvarshemligt material. De demokratiska och fria rättigheterna i Sverige är rankade som en av de högsta i världen, i en värld där yttrandefrihet inte alltid är en självklarhet. Syftet med media är att skapa debatt och vara ett komplement för kommunikation. Under 1990-talet framträdde kritik mot media för att ha blivit makttagare. ”Medialisering” var ett uttryck som användes, vilket skapade debatt för medias betydelse i samhället (Petersson, m.fl. 2005:10). Tidigare var en av medias uppgifter att ge information till medborgarna så de kunde ta ställning vid politiska val (Petersson, m.fl. 2005:11). Förhållandet mellan det politiska systemet och medier har förändrats på grund av den tekniska, politiska och ekonomiska utvecklingen (Petersson, m.fl. 2006:13). Internet var en del av den här utvecklingen, vilket kom till Sverige i början av 1980-talet. År 1987 fick Internet verkligen fart och svenska Universitetsdatanätet ”Sunet” fick snabbt upp ögonen för Internet med hjälp av ett flertal intresserade forskare och universitetsanställda (Mattsson & Carrwik, 1998:15).

Per Unckel (Sveriges utbildningsminister) var ansvarig för skolfrågor 1994. Det var han som startade det svenska skoldatanätet (Mattsson & Carrwik, 1998:18), som var ett pilotprojekt med en början på 25 ihopkopplade skolor, två år senare var det hundratals skolor som var inkopplade till nätet. Skoldatanätet var början på en era där elektronisk kommunikation blev verklighet. Denna satsning fick kommuner, användare och operatörer att vilja satsa än mer på Internet (Mattsson & Carrwik, 1998:19). Idag ser den offentliga sektorn stora möjligheter med användandet kring digitala välfärdstjänster (SKL, 2012-04-25). Ökat fokus på IT kan leda till bättre effektivisering, förbättrad service, innovationskraft och högre deltagande bland olika sociala webbplatser (SKL, 2012-04-10). Samtidigt måste samhället vara utvecklat för framtidens utmaningar av globalisering, minska klimatpåverkan, åldrande befolkning och välfärdens finansiering. Med politikerstyrd e-demokrati menas att kommunikationen mellan medborgare och kommuner och politiker ska förbättras med hjälp av datorer, Internet och ny teknik (Hedman, Lundberg, Sörhammar, 2010:41). Detta utvecklas vidare i kapitel 2.

SKL ville öka samtalsnivån om framtidens lokala och regionala utveckling. Därför sökte kommunerna sig till sociala medier som verktyg för att nå ett ökat engagemang bland medborgarna (Persson, 2003:27). I början av 2001 var ungefär 90 procent av de svenska myndigheterna tillgängliga genom e-post eller sin offentliga mötesplats på Internet (Dahlgren,

2002:239). Tekniken förenklar möjligheten för medborgarna att delta i beslut, påverka och tillgodogöra sig olika offentliga tjänster. Stor del av medborgarnas röster hörs genom folkomröstningar, opinionsundersökningar och andra debatter på nätet via sms eller Internet osv (Åström, 2011:84). Dessa mötesplatser driver fram olika möten, dialoger, utbyte av tjänster, skapar kontakter och ger en möjlighet att bilda nätverk med andra. Några exempel på social media är bloggar, Twitter, YouTube och Facebook. Regeringen pratade om "ett informationssamhälle för alla" när de talade om e-förvaltning och e-demokrati (Regeringskansliet, 2012-04-13). Förvaltning kan förklaras som en sammanfattande beteckning för ett lands myndigheter och ämbetsverk, med uppgift att: ex. verkställa de politiskt beslutade åtgärderna (Åström, 2011:132). Den elektroniska förvaltningen täcker in förvaltningens administrativa arbete tillsammans med de demokratiska processerna mot Internet (Grönlund, Ranerup, 2001:9ff). Detta utvecklas vidare i kapitel 2.

Sverige var under 90-talet den ledande IT-nationen i världen, politikerna hade ett syfte, att visa folket hur viktigt IT är för demokratin (Dahlgren, 2002:238). 24-timmarsmyndigheten är ett typexempel på att utveckling och förändring på Internet hela tiden är något att vara medveten om. Begreppet 24-timmarsmyndighet är svårdefinierat, en tolkning av denna typ av myndighet är att den är tillgänglig för medborgarna dygnet runt genom elektroniska tjänster som bygger på informationsutgivande (Proposition 1999/2000:86, s101).

Visionen bakom 24-timmarsmyndigheten var att den skulle vara en "egen" myndighet på Internet där den skulle fungera som ett ansikte utåt för den offentliga förvaltningen. Ansvaret av ärendehanteringar var tänkt att ligga kvar hos olika självständiga myndigheter och mellan stat och kommun (Statskontoret, 2001:2). Samtidigt som IT-utvecklingen ökar tillgången till media och individualisering så minskar politiskt deltagande, färre väljer att vara politiskt aktiva och valdeltagandet sjunker. Individualiseringen har inneburit att fler individer fått en ökad känsla av personlig självständighet på bekostnad av minskad socialisering med omvärlden (Svensson, 2008:86). För svensk del har det över tid utvecklats regler som både skyddar och styr vad som uttrycks och publiceras i media, vilket också syns genom reglerna för boktryckarkonsten till publicerade inlägg på olika bloggar och andra sociala nätverk (Petersson, m.fl. 2007:37f). Vem som bär ansvar för vad som skrivs och publiceras på dessa forum delas in mellan organisationens egna inlägg och enskilda besökares inlägg (Datainspektionen, s2). Ett antal kommuner har valt att ta fram egna riktlinjer istället för att använda sig av E-delegationens gemensamma riktlinjer. E-delegationen, Statens offentliga

utredning har huvudansvaret när det gäller att ta fram riktlinjer för offentliga myndigheters användning av sociala medier (Proposition 2009/10:175, s68).

Under 2010 fick E-delegationen i uppdrag att ta fram riktlinjer för hur statliga myndigheter bör använda dessa sociala medier (Sjöstrand, 2010:2). Ett antal myndigheter saknade dessutom en klar och tydlig bild för vad de ville uppnå med användandet av sociala medier. E-delegationens riktlinjer är framtagna med hjälp av delegationens medlemmar som består av ett antal myndigheter och organisationer, ett antal ståndpunkter är också hämtade från enhetens allmänna erfarenhetsforum (Sjöstrand, 2010:2).

Det är viktigt att förstå och vara uppmärksam på den historia vi har när det gäller teknikutvecklingen i Sverige. Olika demokratiska definitioner har utvecklats och nya har kommit till, media har inte längre samma betydelse eller egenskaper som de tidigare har haft. Internet har öppnat upp möjligheterna för hur vi håller kontakten, kommunicerar och debatterar med människor över hela jorden. Politiska demonstrationer och upplopp har skapats till följd av den tekniska utvecklingen i världen, samtidigt byggs sociala nätverk och företag väljer andra vägar för att marknadsföra sin produkt eller företags idéer. Politiker och tjänstemän försöker allt mer att hålla medborgarna uppdaterade och vara mer delaktiga i den politiska processen. Samtidigt som denna tekniska utveckling gett oss människor stora möjligheter till att själva kunna förändra stora delar av samhället så har nya problem vuxit fram. Problem som kan uppstå när vi använder oss av ny teknik, är att den hela tiden är under ständig förändring, det betyder att e-tjänster, e-förvaltning och e-demokrati måste anpassas till den nya utvecklingen och medborgarnas behov och efterfrågan. Andra frågor som uppstår är vem eller vilka som ska vara ansvariga för en kommuns trådar på nätet, vem som skriver vad eller vad som får skrivas och vilken information som får utlämnas. Därför krävs det klara och tydliga regler för detta ändamål.

1.3 Metod, material och källkritik

Avsikten med den här uppsatsstudien är att genom enkäter och kvalitativ textanalys av enkätsvar samt policydokument ta reda på hur fem kommuner har resonerat angående valet av riktlinjer för sociala medier och analysera huruvida detta tyder på en rörelse mot e-förvaltning och e-demokrati. Materialet som använts för denna studie består dels av litteratur om *social media*, *decentralisering*, *e-demokrati*, *e-förvaltning*, *politiskt deltagande och kommunikation*, samt artiklar, propositioner och Internetkällor. Dessa källor används för att förklara varför social media har blivit och är ett viktigt element för statsvetenskapen och hur dess spelregler i

Sverige kan komma att se ut i framtiden. Inledningsvis diskuteras begreppen demokrati och e-demokrati samt förvaltning och e-förvaltning, för att ge läsaren en bättre förståelse av skillnaderna mellan det nya e-samhället och det äldre samhället. Utopin för det nya e-samhället är att vi med hjälp av ny teknik ska nå ett bättre stadium än vart vi är idag. Frågan är om målen med e-demokrati och e-förvaltning återspeglas i kommunernas resonemang kring social media.

Det finns två väsentliga modeller för hur en forskare kan genomföra en innehållsanalys. Den ena är kvantitativ innehållsanalys som är ett mycket användbart verktyg när det handlar om att ta reda på hur ofta eller hur frekvent olika kategorier förekommer. Ett exempel på en sådan undersökning kan vara att tala om hur ofta ett visst nyhetsinslag sänts i radio (Esaiasson, 2012:197). Inom den politiska kommunikationsforskningen används tekniken från den kvantitativa innehållsanalysen vanligtvis för att analysera politiska rapporter i framförallt press, radio och TV (Esaiasson, 2012:198). Kvantitativ innehållsanalys kan i vissa fall vara en flexibel metod på så sätt att den under processens gång kan ge besked om hur skillnaderna mellan befintliga kategorier ligger till (Esaiasson, 2012:206). Den andra forskningsstudien är den kvalitativa textanalysen som generellt sett ger en bättre återspeglning av det faktiska innehållet i uttryckssättet eller textmassan, dvs. vi kan helt enkelt säga att den försöker genom noggrann läsning av textens delar, helhet och totala sammanhang lyfta fram det väsentliga innehållet i texten (Esaiasson 2010 s.237). Forskaren är ute efter att fånga in de centrala delarna i texten och måste därmed ställa frågor till texten och se efter om texten, eller forskaren själv kan besvara frågorna.

Några frågor som kan förklara textanalys är: Stöds poängen av det som sägs? Vilka är egentligen argumenten och på vilka premisser vilar slutsatserna? Vilken är textens poäng? (Esaiasson, 2012:210). I den här studien är det bäst lämpat att använda en kvalitativ metod därför att undersökningsmaterialet baserar sig på riktlinjer, texter, dialoger, policys och propositioner. Textanalysen är ämnad att ta reda på huvudsyftet, vilken är att undersöka om textens poäng visar en rörelse mot e-demokrati och e-förvaltning. Frågorna fungerar som ett analysverktyg där erfarenheter mäts för att komma fram med lösningar på forskningsproblemet som därmed hjälper forskaren att hitta den centrala betydelsen i texterna som uppkommer med hjälp av den enkätundersökning som skickas till de valda kommunerna (Esaiasson, 2012:216). Utifrån deras svar görs en noggrann läsning för att lyfta fram de väsentliga delarna, de ståndpunkter och argument som gett svar på de frågor som textanalysen bygger på. Därmed är kvantitativ innehållsanalys inte relevant för den här studien.

De frågor som kommer att ligga till grund för den kvalitativa textanalysen har skapats för att studera skillnader mellan riktlinjer och anledningar till varför kommuner vill synas i media. Följande frågor är de som utgör frågeställningen:

- Varför väljer en kommun att ta fram egna riktlinjer?
- Vad är bakomliggande skäl till en kommuns utformning av riktlinjer?
- Kan olika val av riktlinjer få negativa konsekvenser?
- Varför väljer en kommun att synas i sociala medier?
- Vad skiljer sig mellan de olika riktlinjerna?

Först gjordes en enkät, därefter fördes samtal via telefon angående syftet med studien. Efter avslutat samtal skickades de fyra första frågorna via e-post till kommunerna. Enkätsvaren som samlats in analyserades sedan med hjälp av den kvalitativa textanalysen. Frågorna besvarades av den person som var ansvarig för avdelningen social media hos varje kommun, personerna har lämnats anonyma i den här studien. Det har varit intressant att intervjua dessa personer som har visat ett engagemang att förmedla kommunens idéer. Uppsatsen utreder också frågan: Vad skiljer sig mellan de olika riktlinjerna? För att utreda hur de olika riktlinjerna skiljer sig åt har även kommunernas publicerade dokument om riktlinjerna för social media analyserats. Dokumenten bör vara tillförlitliga eftersom de antagits av bland annat kommunikationsstaben, kommunstyrelsen och kommunledningskontoret. De dokument som används i studien är publicerade mellan åren 2010 och 2011.

På grund av att de valda kommunerna är belägna på olika geografiska platser i Sverige var en e-postenkät det lämpligaste alternativet. Samtidigt tillhörde också frågorna till det som vanligen kallas för öppna frågor, vilket betyder att respondenten har mycket större frihet att tolka och uppfatta frågorna, författaren analyserar eller dokumenterar sedan det insamlade materialet. Motiveringen till att göra en e-postenkätundersökning var att minska riskerna att kunna påverka svarspersonen. Frågorna som ställdes var öppna och svarspersonen behövde inte heller svara efter något speciellt utvalt mönster, turordning eller tidsram. Denna metodform syftar till att få respondenten till att besvara frågorna utifrån sina egna ord och det är också viktigt att författaren lyckas skapa en trygg känsla hos respondenten så att denne känner att de svar som ges är av betydelse (May, T 2010:157). Med en telefonintervju ökar risken att påverka den intervjuade, för att minska risken att det sker är valet av en e-postenkät mer lämpad eftersom svaren fås skriftligt utifrån samma skrivna mall (Esaiasson, 2012:232ff).

1.4 Avgränsning

Det finns ett stort antal myndigheter, kommuner, landsting och länsstyrelser i Sverige. För att göra den här uppsatsen möjlig avgränsas uppsatsen mot Piteå kommun, Halmstad kommun, Eskilstuna kommun, Norrköping kommun och Stockholm stad. Fem kommuner där alla har valt att utforma egna riktlinjer. Syftet med avgränsningen mot kommuner som valt att ta fram egna riktlinjer är att dessa valt att inte etablera E-delegationens riktlinjer, vilket ligger i fokus för frågeställningen, att valet sedan låg på kommuner och dessa fem har att göra med att SKL publicerat en lista med kommuner som har valt och inte valt att ta fram egna riktlinjer. Utifrån den listan gjordes sedan ett slumpmässigt val av fem kommuner som valt att ta fram egna riktlinjer (SKL, 2012-06-05).

Uppsatsen kommer varken berätta om hur många kommuner som tagit fram egna riktlinjer, hur många som använder sig av E-delegationen eller statistik angående hur ofta en kommun använder sig av social media, hur många som är brukare av social media, inte brukare av social media eller brukare av E-delegationens riktlinjer. Den kommer däremot vila på några antaganden som utgör grunden för vad offentlig verksamhet utvecklats till och vad den kan tänkas bli i framtiden.

1.5 Disposition

Efter detta inledande kapitel kommer den andra delen av uppsatsen som består av en teoridel. Här förklaras grunderna till e-förvaltningen mer ingående och vad det innebär. Teoriavsnittet diskuterar begreppen demokrati och e-demokrati, samt förvaltning och e-förvaltning mer ingående och där lyfts också skillnaderna mellan dessa fram. Det empiriska avsnittet handlar om kommunernas olika val av riktlinjer, där en mer genomgående jämförande studie utförs med hjälp av svaren från enkätundersökningen samt en jämförelse av dokumenterat material för varje kommuns riktlinjer. Det avslutande kapitlet för den här uppsatsen förklarar kommunernas svar på frågeställningen angående riktlinjerna för social media. Därefter avslutas uppsatsen med en slutsats som lyfter fram olika förslag och tankar om vidare forskningsprojekt inom området.

2 Demokrati- och förvaltningsprocessen

2.1 E-förvaltning som teorimodell

Den 2 juni 2010 godkände Riksdagen propositionen om en e-förvaltning. Regeringens framtagna åtgärdsprogram och riktlinjer för arbete med e-förvaltningen inom statsförvaltningen fastställdes i propositionen *Offentlig förvaltning för demokrati, delaktighet och tillväxt*. Syftet med e-förvaltningen är att med hjälp av Internet och annan It-teknik förbättra kommunikationen mellan myndigheter, kommuner och landsting för att tillhandahålla bättre tjänster till allmänheten. Dessa tjänster ska ge medborgare, företag och andra medarbetare ökade innovationsmöjligheter. För den offentliga sektorn bör e-förvaltningen uppnå kostnadseffektivisering både för medborgarna och enskilda företag som är användare av dessa tjänster (Regeringskansliet, 2012-04-25). Regeringens övergripande mål för e-förvaltningen är att de ska upprätthålla en så enkel nivå så att störst andel kan ta del av förvaltningens service, fullgöra sina skyldigheter och utöva sina rättigheter. E-delegationen bröt ner målbilden till tre mindre uppsatta mål i syfte att underlätta prioriteringar och beslut angående inriktning och arbete, samt att få fram en gemensam målbild för förvaltningen. De tre uppsatta målen är gemensamma för SKL, e-förvaltningen och E-delegationen. Målbilden är att e-förvaltningen ska göra det enklare i vardagen för företag och privatpersoner med hjälp av smartare och öppnare förvaltningars som stödjer innovation och delaktighet. Förhoppningsvis ska åtgärderna leda till högre kvalitet och bättre effektivisering i den offentliga verksamheten (E-delegationen.se, 2012-04-24).

Målen är en del av den mjuka infrastrukturen som går ut på att den decentraliserade förvaltningen tillsammans med självständiga kommuner ska ha tillgång till lika funktioner och informationssystem. Med hjälp av dessa medel behöver kommunerna inte längre utveckla enskilda tjänster eller funktioner. Istället kan kommunerna göra besparingar och erbjuda företag och privatpersoner tjänster som är anpassade efter deras behov (SOU 2012:18, s15). Om vi ser till de demokratiska aspekterna är det aktuellt att medborgarna ska ha tillgång till alternativa kommunikationskanaler när det gäller kommunikation till och från den offentliga sektorn (SOU 2012:18, s18).

2.2 Demokrati och e-demokrati

Politikerstyrd e-demokrati är en av två definierade begrepp av e-demokrati (Zetterberg, 2011:7). Den andra är folkstyrd e-demokrati som går ut på att medborgarna själva ska kunna fatta politiska beslut genom användandet av moderna medel (Hedman, Lundberg, Sörhammar, 2010:41). E-demokrati är en del av begreppet demokrati där demokrati kan förklaras som en relation mellan medborgare och staten med möjlighet till förändring (Grönlund, Ranerup, 2001:44). Demokrati kommer ursprungligen från antikens Grekland, i Aten omkring 500 f.Kr. Där bedrevs en typ av ”direkt demokrati” som endast omfattade en minoritet, det vill säga. De fria männen där den högsta friheten uppnåddes vid deltagande i den offentliga produktionen. En stor del av den demokratiska världen syftar idag till att öka det politiska och det allmänna deltagandet, idag sker det i vad som nämns som decentralisering eller ”avbyråkratisering”, vilket båda går ut på att minska statens befogenheter till lägre instanser som kommuner och landsting. Syftet är vanligtvis att avlasta staten en del av sitt ansvar eller arbetsbörda. I annat fall kan det vara att förbättra demokratin och öka den kommunala självständigheten (Premfors, 2003:271).

Deltagardemokrati gör det möjligt för samhället att komma mer överens tack vare att befolkningen är med och påverkar direkt och i större omfattning. I annat fall kan det förklaras att deltagandet ökar det politiska engagemanget, medvetenheten och självförtroendet. Det kan även motiveras att politiskt deltagande formar dialog, samtal och kommunikation som i slutändan leder till politiska lösningar (Österud, 1997:172ff). En stor del av deltagardemokratin är baserad på socialt kapital som handlar om att människor vi känner och inte känner ska kunna etablera tillit till varandra. Tillit och förtroende, de två viktigaste delarna ur det sociala kapitalet som underlättar för en fungerande social relation och som även anses vara till nytta för den demokratiska atmosfären och för en upprätthållen sammanhållning (Åström, 2011:250). Socialt kapital kan definieras på olika sätt. Albert Hirschman förklarar socialt kapital som en moralisk resurs av förtroende. Förtroende handlar om att utveckla och förbättra en relation, exempelvis mellan två människor. Ett ökat förtroende mellan dessa parter kommer leda till större ömsesidigt förtroende (Putnam, 2011:190).

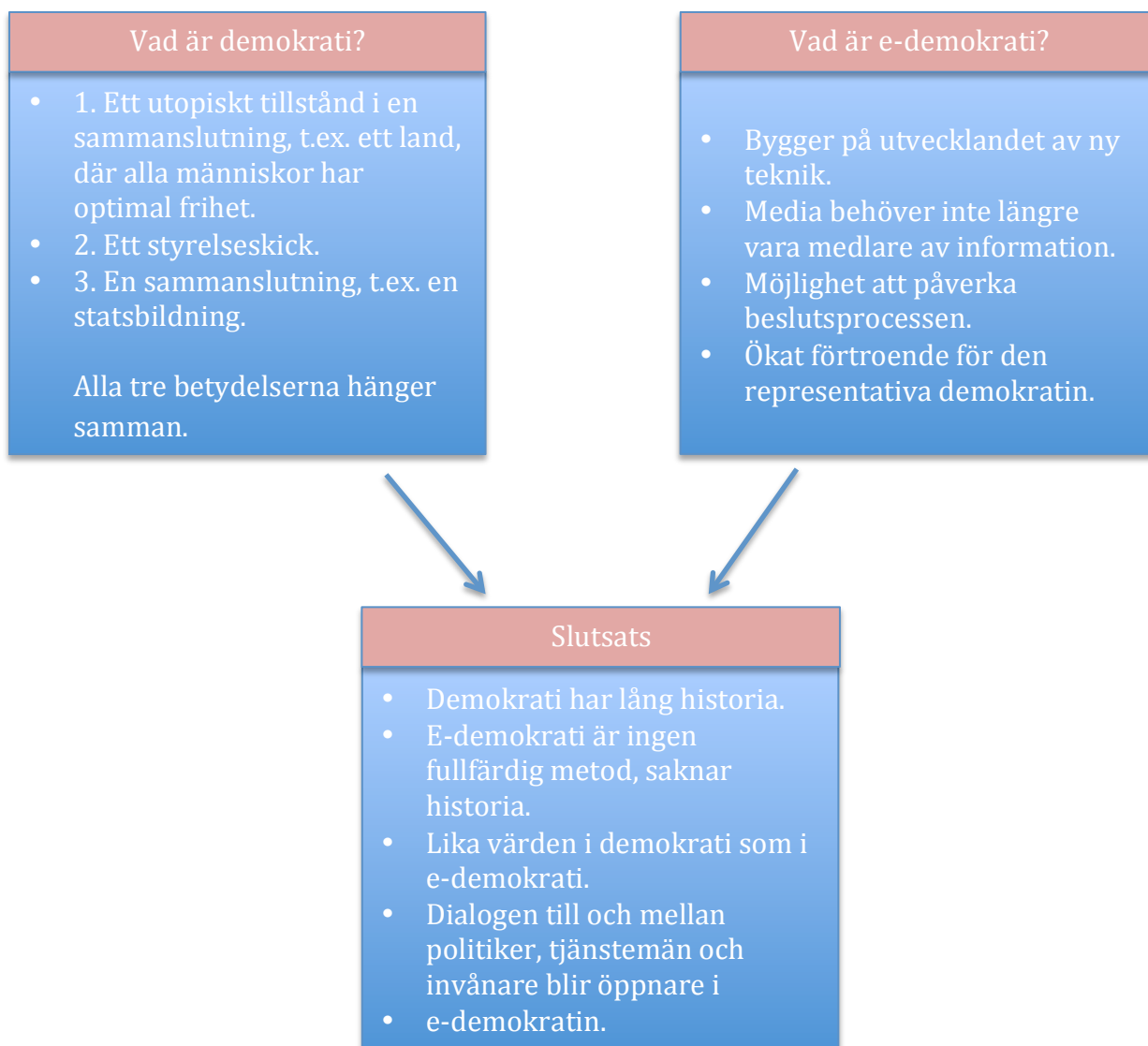
Elektronisk demokrati, ofta kallad e-demokrati är en demokratimodell som utvecklats tack vare IT-utvecklingen (SKL, 2012-04-25). Den bygger på förhoppningen om att den tekniska utvecklingen ska leda till högre deltagande bland medborgarna i den politiska vardagen (Rosén, 2001:3). Många länder har dessutom stora förhoppningar om att IT ska öka den

representativa demokratin tack vare att engagemanget blir högre och det politiska intresset mer aktivt över Internet (Rosén, 2001:3). För att möjliggöra denna typ av demokrati krävs det att tekniken finns på plats, hos varje individ som är brukare av tjänsterna som finns tillgängliga på Internet. Utan den brister idén och grunden för vad som är eller ska bli e-demokrati. I rapporten *svenskarna och Internet 2011* släppt av internetstatistik.se kan vi läsa att 88 procent av befolkningen över 12 år har tillgång till Internet och att 69 procent av dessa använder Internet dagligen (Findahl, Olle 2011:8)

Ny tid – nya verktyg. Internet förändrar inte politikens innehåll. Men det ger politiker och medborgare nya möjligheter att mötas. Denna skrift placerar in erfarenheter från några svenska projekt i ett politiskt sammanhang – från debatt och beredning till beslut och uppföljning. (Rosén, 2001:16)

För politiker betyder Internet att media inte längre behöver vara medlare av information, istället kan politikerna själva förfoga över sin egen informationskanal till medborgarna. Informationen når till medborgarna på regionen, kommunen och landstingets personliga webbplats (Rosén, 2001:4). Fritt inflytande är en viktig faktor när det gäller uppbyggnad av demokratin från gräsrotsnivå. Det är därför av stor grad att både väljare, valda och samråd kan leva upp till förväntningarna om en långsiktigt hållbar dialog (Rosén, 2001:6). Genom dialog får medborgarna en större och närmre möjlighet till att påverka beslutsprocessen, vilket i sin tur ger ökat förtroende för den representativa demokratin (Rosén, 2001:6).

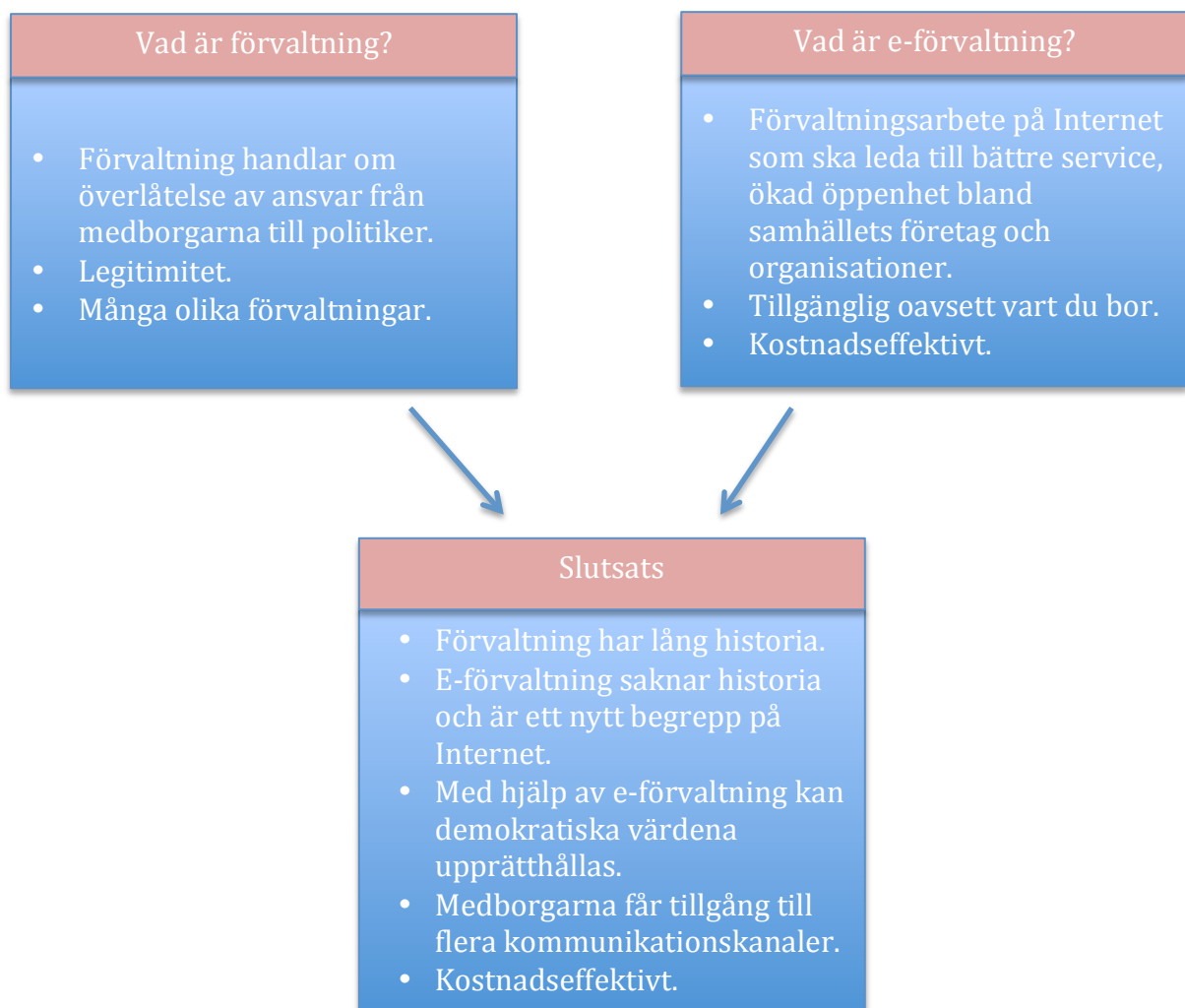
Demokrati och e-demokrati är två begrepp som svarar på hur folkets åsikter representeras, utövas och diskuteras. Det demokratiska värdet i e-demokrati är detsamma som i demokrati, förutom att e-demokrati är ett nytt fenomen som bygger på utvecklandet av teknik, se *Figur 1*. Denna teknik öppnar upp möjligheter och fönster för medborgarna att kunna ta del av debatter och dialoger på helt andra sätt jämfört med tidigare, historiskt sett har direktdemokrati länge varit med oss. På gator och torg har människor länge utövat sin ilska eller sitt stöd för eller mot ett beslut. Nu tas det till en ny nivå när vi genom Internet kan göra egna inlägg och vara med i den politiska atmosfären. Dialogen till och mellan politiker, tjänstemän och invånare har aldrig tidigare varit så öppen som den är idag. Olika sociala medier fungerar som mötesplatser och verktyg som vi är användare av. E-demokrati har dock en del brister som vi ska vara medvetna om, se skillnaderna mot demokrati i *Figur 1*. En av dessa är hur samhället kan upprätthålla säkerheten för användarna på Internet. Det är ytterst viktigt att den information som skrivs på dessa forum upprätthåller någon typ av standard. Rasism, hot eller andra olägenheter måste hela tiden förebyggas. Det är också viktigt att nya tjänster inte utnyttjas i fel ändamål (Rosén, 2001:5).



Figur 1. Egen förtydligande modell över samspelet demokrati och e-demokrati.

2.3 Förvaltning och e-förvaltning

Förvaltning handlar om överlåtelse av ansvar från medborgarna till politiker, en överlåtelse av legitimitet som tillåter politiker att fatta beslut som direkt rör medborgarna, se skillnaderna mot e-förvaltning i *Figur 2* (Premfors, R. 2003:7). Förvaltningen i sig består av flera olika befattningsområden, bland annat enskilda myndigheter, olika departement eller kommunala organ (Premfors, R. 2003:244). Med stöd av IT ska förvaltningsarbetet på Internet leda till bättre service, ökad öppenhet bland samhällets företag och organisationer. Målet med e-förvaltning är att samhället ska ha så hög förvaltningsservice att så många som möjligt ska kunna ta del av den. Tillgängligheten av denna service ska leda till största möjliga nytta för samhället, det vill säga oavsett vart en person är bosatt ska denne ha tillgång till likvärdig offentlig service, se skillnad mot förvaltning i *Figur 2* (Regeringskansliet, 2012-04-25). Om staten inte lyckas ge denna service till befolkningen kan det leda till minskat förtroende för den offentliga förvaltningen, vilket också kan leda till högre kostnader för samhället (SOU 2012:18, s18).



Figur 2. Egen förtydligande modell över samspelet förvaltning och e-förvaltning.

3 E-delegationen och fem kommuners val av riktlinjer

Kapitlet är uppbyggt genom att först förklara E-delegationens riktlinjer för social media, därefter fortsätter en förklaring av Piteå, Halmstad, Eskilstuna, Norrköping och Stockholm stads val av riktlinjer.

3.1 E-delegationens riktlinjer för social media

Riktlinjerna för sociala medier beskriver vilka rutiner myndigheterna bör införa och vilka rättsliga krav de måste följa, samt vilka resurser som bör avsättas (E-delegationen.se, 2012-04-13). Riktlinjerna har i princip samma rättsliga regler när myndigheterna använder exempelvis e-post som när de använder andra sociala kommunikationsmedel (Sjöstrand, 2010:13).

Här följer en kort beskrivning av dessa riktlinjer och de fullständiga finns i bilaga 3.

Tänk igenom mål och syfte - Hur kan sociala medier bidra till att nå myndighetens mål

Granska avtalet - vilka risker finns om myndigheten måste ingå ett avtal i social media

Sätt upp interna regler när det är myndigheten som uttalar sig och när anställda gör det privat

Myndighetens ansvar för alla inlägg som myndigheten gör

Hantera allmänna handlingar - Myndigheten ska veta vilka handlingar som är allmänna i sociala medier, dess tillgänglighet, *riktighet* och *konfidentialitet*

Inlägg ska arkiveras och gallras

Hantera ärenden - Enskilda ärenden med uppgifter om personliga eller ekonomiska förhållanden, bör inte användas i sociala medier

Håll uppsikt över kränkande personuppgifter och kommentarer

Informera att myndigheten ansvarar för det sociala mediet, syftet med vad myndigheten avser med användningen av mediet, att inlägg blir allmänna handlingar

[Lista 3. E-delegationens riktlinjer för social media, i kort beskrivande text \(E-delegationen.se, 2012-04-13\).](#)

Dessa riktlinjer är vägledande för myndigheter, kommuner och landsting. Kommuner och landsting behöver inte tillämpa alla dessa regler, ett fåtal av dem bortses och har istället ersatts av andra regler vilket beskrivs i varje enskild riktlinje (Sjöstrand, 2010:2). Det finns olika syften och mål med att använda sig av social media, ett mål kan vara att möta användarnas behov och förväntningar, skapa förtroende, relation och få upp ögonen för omvärlden och nå nya grupper. Det finns olika krav och uppdrag från en myndighet till en annan, det är viktigt att de mål som den enskilda myndigheten har valt efterföljs. Bättre krav bör ställas på teknik och säkerhet samt tillgång till fler funktioner för att kunna nå personer

oavsett personlig funktionsstatus. För att uppnå hög trovärdighet krävs det att myndigheterna är medvetna om vilka risker som finns när de använder sig av social media. Det är också viktigt att myndigheter tar fram regler som förtydligar när det är en myndighetsperson som yttrar sig och inte en privatperson. För att det inte ska uppstå någon osäkerhet i dessa fall bör därför inte en anställd yttra sig genom privata konton åt myndigheten. Det är den enskilda myndigheten som har det absoluta ansvaret för alla inlägg som skrivs, även om det i sig inte är ett eget inlägg det rör sig om utan endast en dialog eller kommentar med myndigheten så bär den ett ansvar. Vad som kan anses vara olämpligt innehåll är sådant material som inte är av laglig karaktär. Visst material är offentliga för allmänheten, det vill säga, så kallade allmänna handlingar. Dessa ska hanteras på sådant vis att myndigheten är medvetna om när ett visst material är en allmän handling och vilket som inte är det. Allmänna handlingar som inte innehåller känsligt material, såsom personuppgifter, ska vara tillgängliga för allmänheten, antingen direkt via utskrift eller via Internet.

Allt publicerat material på social media bör diarieföras och lagras via ett e-arkiv. Materialet ska sparas för framtida behov och det kan röra sig om enskilda skärmdumpar eller olika inlägg som sätts på papperet. För att inte lagra ett överflödigt material kan myndigheter i normala fall sälla bort sådant som endast varit i behov under en kortare period. Social media är ett bra verktyg för att snabbt kunna få in synpunkter, ge service och information. Det bör dock inte användas om det rör sig om personliga eller ekonomiska uppgifter. För att detta ska skötas är det viktigt att resurser avsätts och att den ansvariga myndigheten utför kontroller och ser över materialet. Kränkande uppgifter ska ej förekomma, om det sker ska det tas bort så fort det upptäckts. Den som utfört en kränkning mot någon annan person kan bli skadeståndsskyldig. Det är också viktigt att myndigheterna tar sitt ansvar och visar klart och tydligt för sina besökare om vilka regler som gäller, vad syftet och användningen av social media betyder, om cookies används ska det också framgå hur de kan stoppas och vad syftet med användandet är. Publicerat material som kommentarer och inlägg blir alltid allmänna handlingar. Om regler som myndigheterna tagit fram, bryts ska åtgärder göras. Det kan handla om avstängning eller att den skrivna texten helt enkelt tas bort (E-delegationen.se, 2012-04-13).

3.2 Piteå kommuns riktlinjer för social media

Piteå kommun har tagit fram egna riktlinjer, eller en så kallad policy för användningen av sociala medier. Kommunen beskriver kommunikationen genom sociala medier som arenor, där ny teknik är en viktig del för kommunen ifråga när det gäller att nå ut med information och kommunicera med olika målgrupper enkelt och direkt. Den anställda inom kommunen som använder sig av sociala medier måste alltid vara tydlig med vem den är och vilken uppgift den har (Kommunstyrelsen, 2011:2). Nedanstående riktlinjer ska ge vägledning till kommunens anställda för hur det ska agera och hantera olika situationer och ärenden när de är myndighetsperson på Internet.

Här följer en kort beskrivning av dessa riktlinjer och de fullständiga finns i bilaga 4.

Syfte – Tydligt budskap om vilka kommentarer som inte får förekomma och varför Piteå kommun är brukare av sociala medier

Ansvar för vem och vilka som ska vara aktiva och vilka uppgifter som inte får publiceras

Förhållningssätt – Register över använda webbplatser. Information ska finnas tillgänglig om nya webbplatser och anställda ska tydligt visa vem den är på sajterna

Intern-, extern- och interaktiv kommunikations medel om vilka webbplatser där Piteå kommun bör finnas kontinuerligt för att upprätthålla dialoger

Medias användning ska beslutas av den ansvarige chefen

Kanaler – Informations flöde, service mind och kommunikation tillhör delar för vad piteå.se vill åstadkomma

Kriskommunikation – saknas information

Upplösning – saknas information

[Lista 4. Piteå kommuns riktlinjer för social media, i kort beskrivande text \(Kommunstyrelsen, 2011:1\).](#)

Användningen av sociala medier i tjänst måste delas ut av chefen och det ska alltid vara tydligt vem det är som står bakom publicerat material, inlägg eller kommentarer. För varje enskild kanal ska en administratör finnas tillgänglig och inom förvaltningen ska det finnas en förteckning för vilka kommunikationskanaler som är i bruk av förvaltningen. Det ska även framgå vilken funktion den kommunanställda erhåller och före en aktivitet har påbörjats i det sociala nätverket ska förvaltningsinformatören ha blivit kontaktad av administratören. Det är kommunen som bär det absoluta ansvaret för att sådant material som är av sekretess inte hamnar på sociala medier. Om material av sådan karaktär av någon anledning blir publicerat är det administratörens uppgift att med omedelbar verkan ta bort materialet från sidan. Kommentarer som innehåller ord som svordomar, förolämpningar eller inslag av hets mot

folkgrupp osv är några av dem som inte får finnas på sidan. Sådan information som direkt är anknuten till Piteå kommun behöver inte diarieföras, detta i enlighet med tryckfrihetsförordningen. Däremot är sådana meddelanden som skickas direkt eller indirekt via sociala nätverk eller inte till kommunens anställda en handling som mottagaren på ett professionellt sätt ska ta hand om. Det är upp till kommunen att bestämma vilka inlägg som ska gallras bort. Beroende på om det är ett inlägg via exempelvis Facebook, Twitter eller ett eget skrivet inlägg så ska de tas bort med jämna mellanrum. Som för alla svenska myndigheter ska den person som använder sociala medier inom arbetet eller utanför vara verksam efter meddelarfrihet och yttrandefrihetsgrundlagen (Kommunstyrelsen, 2011:1ff).

3.3 Halmstad kommuns riktlinjer för social media

Syftet med användningen av sociala medier för Halmstad kommun är att det ska vara enkelt och snabbt för kommunen att kunna kommunicera med invånarna. Ett utbyte av kommunikation oavsett verktyg eller plats ska vara möjligt. För den kommunala organisationen är det viktigt att sociala medier bjuder in till ett långsiktigt, lagligt och hållbart sätt (Johannesson, Ehde & Svensson, 2010:3).

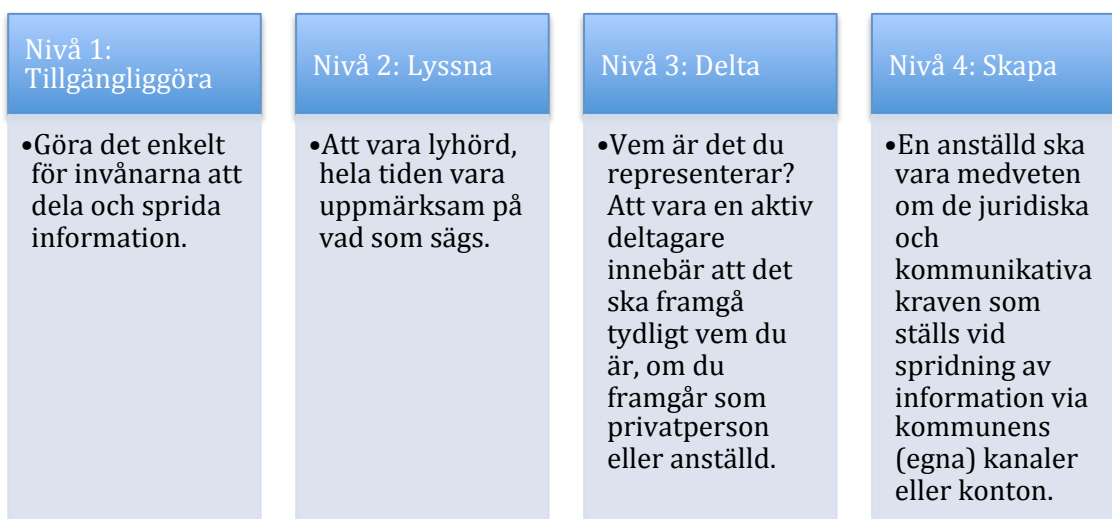
Syfte, mål och innehåll	Ansvar	Juridiska krav	Kommunicera
<ul style="list-style-type: none"> •Vad är syftet med sociala medier? •Vilka mål har vi för sociala medier? •Vad kan sociala medier tillföra? 	<ul style="list-style-type: none"> •En uttalad ansvarig och moderator. •Lär dig det aktuella verktyget. •Registrera ditt konto. •Vilka kommentarer ska tas bort? •Bevaka även andras kanaler. 	<ul style="list-style-type: none"> •Personuppgiftslagen (PuL). •Lagen om Offentlighet och sekretess. •Upphovsrätten. 	<ul style="list-style-type: none"> •Glöm inte dialogen. •Tänk på vilken roll du har.

Figur 5. Halmstad kommuns riktlinjer för social media, i kort beskrivande text (Johannesson, Ehde & Svensson, 2010:4ff).

Kommunen ska använda sig av redan högt använda mötesplatser som exempelvis Facebook. Syftet med användandet av dessa forum är att vara en del i olika diskussioner och visa framfötterna. Vilka rum som är lämpliga och hur myndighetsutövaren ska gå tillväga bör ske med hjälp av den informationsansvarige för organisationen. Det är viktigt att ha en genomtänkt avsikt och helst också ett eget budskap som visar varför det är viktigt för kommunen att vara en del i social media, allt för att uppnå en trovärdig och trygg känsla hos besökarna. Den som utger sig för att vara myndighetsperson bör ha ett brett tänk för hur

Halmstad kommun ska uppträda i de olika sociala medierna. För att förverkliga dessa budskap bör ett långsiktigt engagemang följas där relationer med olika läsare håller en bra och trevlig standard, ett rum där diskussioner kan upprätthållas. Det är därför också viktigt att rätt personer väljs för detta ändamål och att resurser finns tillgängliga. Den som bär ansvaret har den övergripande kontrollen, den som skapar rutiner och som ser till att de följs. En typ av moderatorfunktion där myndighetsutövaren kontrollerar vad som publiceras inom de sociala medierna. Den ansvarige utövaren kan stänga av eller eventuellt ta bort olämpliga inlägg eller annan information (Johannesson, Ehde & Svensson, 2010:6ff).

Den som kan tänkas använda forum för social media, bör åtminstone vara bekant med tjänsten innan den börjar använda sig av dem. Halmstad kommun ska inte verka emot grupper som rör kommunens verksamheter, istället ska sådan verksamhet inte ses som konkurrens, istället ska liknande initiativ stödjas. Det är därför viktigt att Halmstad kommun inte är låst till just Facebook utan även är öppen till andra sociala nätverk. Den som utgör sig för att vara myndighetsperson ska vara medveten om sina begränsningar i tjänsten för sin sociala närvaro på nätet. All kommunikation ska följa de lagliga kraven och då bland annat lagen om Offentlighet och sekretess, personuppgiftslagen och upphovsrättslagen. Bortsett från lagen ska riktlinjerna för social media inom Halmstad kommun följas. Det innebär att ärlighet, tydlighet och tillgänglighet ska vara uppnådda, där ibland syftet med Kommunens egen logotyp som ska förtydliga vem som är avsändaren (Johannesson, Ehde & Svensson, 2010:7ff).



Figur 6. Halmstad kommuns riktlinjer för social media. Användandet av sociala medier ska ske utifrån fyra nivåer (Johannesson, Ehde & Svensson, 2010:4ff).

Nivå 1: Handlar om att förenkla vardagen för kommunens invånare genom att dela information och sprida sitt budskap. Uppföljning av vad som delas och kommuniceras med

olika samarbetspartners, eventuella företag eller artister om att kommunen är positiva till deras insats (Johannesson, Ehlde & Svensson, 2010:4).

Nivå 2: Tillgänglig och uppmärksam är viktigt för att hänga med om vad som sker. Detta skapar en positiv cirkel som leder till bättre respons tillbaks till kommunen som i sin tur kan förbättra och utveckla sådant som är mindre bra och som kommunens medlemmar inte är nöjda med. Att hålla ögonen öppna innebär för kommunen att mindre resurser behöver läggas på utvärderingar, undersökningar eller fokusgrupper. Istället kan kommunen själva direkt ta reda på den informationen (Johannesson, Ehlde & Svensson, 2010:4ff).

Nivå 3: Vara tydlig med att förklara vem och vilken roll en kommunanställd har för Halmstad. Aktivt skapa dialoger och bemöta sådant som är av intresse för sin verksamhet (Johannesson, Ehlde & Svensson, 2010:5).

Nivå 4: Marknadsföra olika evenemang i syfte att få fler besökare och öka kunskapen om vad verksamheten kan erbjuda. Sociala medier har stora möjligheter för denna typ av informations och kommunikationsutbyte (Johannesson, Ehlde & Svensson, 2010:6).

3.4 Eskilstuna kommuns riktlinjer för social media

Det är viktigt att det som står i fokus inom sociala medier, blir uppmärksammat, diskuterat och sprids vidare. För Eskilstuna kommun är riktlinjerna för sociala medier ett hjälpmedel till att hitta rätt kompetens och beredskap för att kunna föra en lagenlig kommunikation via sociala medier. Eskilstunas vision är – den stolta Fristaden, ett varumärke som kan påverkas genom sociala medier. Forumet Eskilstuna kommun på Internet ska vara tillgängligt genom olika sociala medier för att kunna upprätthålla ett engagemang hos invånarna där de kan få tillgång till bättre service och där större diskussioner kan uppstå, vilket i sin tur kan röra sig fritt utanför kommunens gränser. För varje offentlig person som för en dialog med privata åhörare ska den vara ansvarig enligt praxis och även följa Datainspektionens rekommendationer och SKL:s checklista för sociala medier (Sjöberg, 2011:1).

Här följer en kort beskrivning av dessa riktlinjer och de fullständiga finns i bilaga 5.

Avsändare ska framgå tydligt att det är Eskilstuna kommun

Språk och ton ska vara vårdat, lämpligt, anpassat och ha inslag av personlig talan men samtidigt inte vara privat

Inlägg och kommentarer är allmänna handlingar som skyddas under svensk lag

Kommunens inlägg ska hållas inom verksamhetens ramar och eventuella fel ska åtgärdas så snabbt som möjligt

Bevakning av alla kommentarer och meddelanden ska ske minst en gång per vecka samtidigt ska svar ges snabbt på kommunens sociala webbplatser

Uppföranderegler angående personuppgifter, kränkningar, sekretessbelagt material, reklam och brottsligt material

Svar på kommentarer och inlägg – Om den som sköter kontot inte kan besvara en fråga ska den personen ifråga skicka vidare frågan till den verksamhetsansvarige och gäller frågan sådant som är utanför kommunens kompetens ska den skickas vidare till rätt instans

Frågor och ärenden ska tas om hand antingen genom att öppna ett nytt ärende eller som en uppgift i ett pågående ärende

Gallring – Uppgifter som strider mot gällande lagstiftning, direktiv eller policydokument ska raderas

Brottsligt material ska tas bort och får absolut inte innehålla personliga angrepp, förolämpningar, hets mot folkgrupp, förtal, sexistiska yttranden eller andra trakasserier

Sekretess – Om ett inlägg som publiceras innehåller sekretesskyddat material ska det registreras i myndighetens ärendehanteringssystem och tas bort

Personuppgifter ansvaras av kommunen på ett sådant sätt att de inte kränker enskilda personers integritet

Foto, bild och video – Publiceringar av sådant material kräver tillstånd från upphovsmannen

Reklam är inte tillåtet om det är av kommersiellt bruk

Privat eller i tjänsten? – Kommunen reglerar inte anställdas privata användning av sociala medier

Yttrandefrihet och lojalitet förbjuder arbetsgivare från att utforska vem personen är bakom ett visst inlägg och kommentar

Meddelarfrihet gäller inte sociala medier utan bara grundlagsskyddade medier

[Lista 7. Eskilstuna kommuns riktlinjer, i kort beskrivande text \(Sjöberg, 2011:2ff\).](#)

Kommunfullmäktiges policy för information och kommunikation ska vara det vägledande dokumentet för ansvar och användning av sociala medier i tjänsten. Det är upp till varje nämnd att underhålla, upprätta och ansvara för användandet av sociala medier. Kommunstyrelseförvaltningen är det ansvariga organet för närvaron i social media, det är dock upp till varje enskild verksamhet att rapportera in när den tänkt använda sig av social media. Den information som publiceras på de olika sociala medierna måste tydligt visa att de offentliggjorts av Eskilstuna kommun. Det är också viktigt att publicerad information innehåller ett lämpligt, anpassat och vårdat språk. All information som publiceras av Eskilstuna kommun är allmänna handlingar och ska följa tryckfrihetsförordningen, personuppgiftslagen, offentlighets- och sekretesslagen. De ska även följa kommunens interna registrerings- och regelverksärendehandbok. En allmän handling ska vara kapabel att

tillgängliggöra om den är skriven av en kommunmedarbetare eller en privatperson. Alla skrivna ord från kommunen ska också vara sökbara efter kronologisk ordning. Det är också viktigt att kommentarer och andra meddelanden från insändare kontrolleras, även kommunens egna inlägg ska övervakas med jämna mellanrum. Det är kommunens ansvar att tala om för användare vilka regler som ska följas, så att personuppgifter, lagstridigt material, reklam eller annan information inte publiceras (Sjöberg, 2011:1ff).

3.5 Norrköping kommuns riktlinjer för social media

Syftet för Norrköping kommuns medverkan på sociala medier är att stärka varumärket Norrköping kommun, att vara en del av kommuninvånarnas vardag och öka satsningarna på moderna verktyg för kommunikation. Mötesplatser som skapas utifrån sociala medier ökar möjligheten till att låta besökare dela intressant information, knyta kontakter, föra dialog och helt enkelt vara en del i processen när det gäller att marknadsföra sin kommun. Riktlinjerna för kommunen är framtagna för att tydliggöra vilken information och kommunikation som en person i tjänst får dela med sig av. Riktlinjerna ska dessutom ses som ett komplement till kommunens redan övergripande informationspolicy (Wendt, 2010:1).



Figur 8. Norrköping kommuns riktlinjer, i kort beskrivande text (Wendt, 2011:1).

För sociala medier är det Informationskontoret som har det samordnande ansvaret, det ska fungera som ett huvudkontor dit varje förvaltning eller bolag ska gå för att meddela att de nu finns på sociala medier. Den eller de personer som är ansvariga för representationen inom social media ska personligen registrera sina kontaktuppgifter hos Informationskontoret, som sedan ansvarar för informationen till syfte att få bättre grepp om vilka som rör sig i social media. För Norrköpings kommun anses syftet med social media vara en möjlighet till

marknadsföring, på ett sådant sätt så att det stärker varumärket Norrköpings kommun. Det är allmänt känt att stor mängd information rör sig på dessa platser, därför är det viktigt för kommunen att den information som publiceras blir allmän handling, det är också av intresse att förtydliga hur det ska genomföras. Kommunen har därför kommit fram med en generell regel som innebär att all inkommen information till kommunen är allmän handling. Den information som inte diarieförs, det vill säga. Sekretessuppgifter ska istället vara lättillgängliga att hitta tillbaks till. Felaktig information som rör sekretess ska inte publiceras och gammal information får gallras bort så länge de inte längre är av aktuellt bruk. Annan information som tillåts ta bort är de som innehåller synpunkter, kommentarer och svar som kan antas strida mot gällande lagstiftning, riktlinjer eller andra direktiv. Informationen och dess användare ska sparas före borttagningen. En moderator ska vara tillgänglig för att se över meddelanden och kommentarer. Meddelanden får heller inte lämnas obesvarade. Den som anses vara lämpad till att besvara frågorna ska handlägga ärendet, vilket moderatorm ska förmedla (Wendt, 2011:2ff).

3.6 Stockholms stads riktlinjer för social media

Kommunikation och konversation är viktiga begrepp när det gäller stadens service och utveckling. Sociala medier möjliggör för privata åhörare att tycka till, påverka och bidra med innehåll på ett helt annat sätt jämfört med tidigare då företag och organisationer hade kontroll över vad som blev uttalat kring företagets varumärke och dess verksamhet. Syftet med riktlinjerna kring sociala medier är att förenkla för alla medarbetare och chefer om vad som är relevant och viktigt för stadens utveckling och organisation. Sociala medier ger möjligheten för allmänheten att kommunicera med kommunens politiker, tjänstemän och få bättre insyn i deras arbete (Söderlund, 2011:3ff).

Registrering och gallring	Sekretess och moderering
<ul style="list-style-type: none"> •Konversation via sociala medier behöver inte diarieföras löpande men varje förvaltning ska upprätta ett register över de sociala medier som används för att underlätta sökning i allmänna handlingar. •Dokumentation av mediet ska genomföras på en övergripande nivå årligen i form av skärmbilder och lagras ned i PDF-format. Information som inte längre är aktuell eller är felaktig ska om det är möjligt gallras. Detta gäller både information, inlägg och kommentarer. 	<ul style="list-style-type: none"> •Information som innehåller personuppgifter eller är sekretessbelagda får inte kommuniceras i sociala medier. •Den som är ansvarig för en kanal där användare själva kan bidra med information, t.ex. kommentarer har en s.k. uppsiktsplikt då detta räknas som en elektronisk anslagstavla. •Uppsiktsplikt innebär även ansvar för att ta bort brottsligt material, till exempel: uppvigling, hets mot folkgrupp, barnpornografibrott, olaga våldsskildring och upphovsrättsintrång.

Figur 9. Stockholm stads riktlinjer, i kort beskrivande text (Söderlund, 2011:7).

Här följer en kort beskrivning av dessa riktlinjer och de fullständiga finns i bilaga 6.

Personligt – Använd sunt förnuft, var respektfull mot andra och visa ett gott bemötande

Tillgängligt – Lyssna, lära, vara närvarande och kunna ge snabb feedback på frågor, önskemål eller andra synpunkter

Trovärdigt – Du blir trovärdig när du uttalar dig utifrån din egen förmåga och genom att alltid vara sanningsenlig och rak i dina svar

Tydligt – Det ska tydligt framgå att du är ambassadör för Stockholms stad och inom vilken del av organisationen du representerat

Begripligt – Uppgifter på internet är sökbara under lång tid. Försök att bidra med rätt fakta om fel information har utgivits. Använd en låg profil i diskussioner och försök sällan att rätta eller övertyga om felaktigheter

Integritet – Sekretesskyddade uppgifter eller information som kan skada annan får aldrig spridas

Lista 10. Stockholm stads kommunikationspolicy (Söderlund, 2011:7).

Kommunikationspolicyn fungerar som ett gemensamt förhållningssätt för hur alla medarbetare i organisationen ska agera utåt mot Stockholms invånare. De sex ovanstående rubrikerna är olika begrepp som varje medarbetare bör tänka på när den använder sig av sociala medier. Personligt handlar det om att lyfta fram effektiviteten av att vara en kommun som är engagerad, att alltid ge ett bra intryck och ta ansvar och visa tecken på förnuft och respekt till alla. Det talas ofta om kommunikation, ett dialog fönster som är öppet både genom

sociala medier och genom direkt kontakt, för Stockholm stad är det viktigt att verksamheten rör sig inom båda fönstren inte bara för att kunna besvara frågor, ge synpunkter och feedback men också för att marknadsföra sig och sin stad. Myndighetspersoner ska alltid tala om vilken del av organisationen den arbetar för och vad den har för roll, den ska också ge korrekt och sanningsenlig information till den som frågar efter det. Den som inte kan besvara frågor ska vara professionell och hänvisa till andra delar av organisationen. Emellanåt kan det uppstå felaktigheter av fakta och information på de sociala forumen, som myndighetsperson gäller det då att bidra med källhänvisningar för att på så vis korrektera den uppstådda missuppfattningen. För organisationens bästa ska alltid en trovärdig och integritetssäker bild visas, sekretesskyddat material får aldrig spridas så det kan vara risk för skada eller integritetskränkande för individer (Söderlund, 2011:5ff).

4 Resultat

4.1 Kommunernas val av riktlinjer och svar för social media

- Vad skiljer sig mellan de olika riktlinjerna?

Alla kommuner har utgått från E-delegationens riktlinjer när de tagit fram sina egna, skillnaden är att kommunerna valt att anpassa riktlinjerna för den aktuella kommunen och deras profil. Olika faktorer har varit avgörande för vad som har prioriterats när det gäller val av riktlinjer. Varje kommun anser att det är viktigt att lagar och regler följs, skillnaden är att kommunerna lägger fokus på olika områden. En kommun anser att det är viktigast att en myndighetsutövare är medveten om sina begränsningar på Internet, en annan lägger större vikt vid att utövaren ska tala om vem den är när den gör inlägg eller är med i en debatt på någon av kommunens mötesplatser. Andra tycker fokus ska ligga på något helt annat, exempelvis på sådant som anses vara relevant för en kommuns utveckling och organisation. Piteås val av riktlinjer grundar sig i den tid då kommunen blev offentlig på Facebook och därmed valde att ta fram riktlinjer för social media. Det är också skrivet i kommunens kommunikation- och informationspolicy att den ska använda sig av interaktiva medier. Den nya tekniken ska användas för att nå ut med snabb information och för att upprätthålla en bra kontakt med olika målgrupper både enkelt och direkt. För andra kommuner har den nya tekniken varit ett medel för marknadsföring, en mötesplats för att hitta rätt kompetens och beredskap, kunna ge bättre service eller helt enkelt vara ett verktyg för sina egna medarbetare att tala om för dem vad den får och inte får göra i tjänsten. Förenkla syftet med social media till kommunens medarbetare och chefer och tala om för dem vad som är relevant för organisationen och den framtida utvecklingen. Stockholm stad har tagit hjälp av andra kanaler men också grundat sina riktlinjer på ett eget kommunikationsprogram och utvecklat dem efter egen grafisk profil. Kommunen har hela tiden haft en grundläggande tanke att riktlinjerna ska utvecklas för dem och inte för någon annans räkning.

Andra faktorer som skiljer sig mellan kommunernas riktlinjer är mängden information som varje kommun erbjuder, samt fokus av information. En uppfattning utifrån den här studien är att olika kommuner verkar ha haft olika mycket tid när de tagit fram sina riktlinjer. Piteå kommun som exempel saknar helt eller lite information angående punkterna Intern- och extern kommunikation, Kriskommunikation och Upplösning. Vissa verkar dessutom ha varit osäkra på vad det ska ta med i sina riktlinjer och därmed bara valt ut några punkter, istället för att undersöka på djupet vad som är mest väsentligt för ens kommun.

- Varför valde kommunerna att ta fram egna riktlinjer?

Olika kommuner har haft olika anledningar till varför de valt att ta fram egna riktlinjer. Några av dem ansåg att det helt saknades riktlinjer som var lokalt anpassade till sin egen kommun. Halmstad och Eskilstuna kommun var före både SKL och E-delegationen när det handlade om att ta fram riktlinjer för social media. Halmstad hade ett behov av att få fram en guide för social media, riktlinjer togs fram utan politiskt deltagande men med hjälp av både E-delegationen och SKL:s policyer. Liknande fallet var Eskilstuna som kände ett behov av att ha riktlinjer att luta sig mot, detta har också ansetts vara den största anledningen till varför en kommun valt att ta fram egna riktlinjer. De bakomliggande orsakerna till kommunernas olika val av riktlinjer grundar sig i att kommunerna stod olika långt fram i processen för social media. Det har därför varit viktigt att hitta rätt nivå för riktlinjerna, egna behov och önskemål har spelat roll, egna program har också tagits med i beaktande. Även om dessa fem kommuner har valt att ta fram egna riktlinjer så har kontakt emellanåt upprättats, om inte direkt kontakt så har de åtminstone lånat idéer och tankar från de befintliga riktlinjerna till sina egna.

- Vad är bakomliggande skäl till kommunernas utformning av riktlinjer?

Kommunernas gemensamma nämnare i val av riktlinjer är att alla är ute efter att öka kommunikationen och dialogen mellan medborgarna och sin kommun. Alla är överens om att det ska vara snabbt och lätt att nå ut med information och att social media ska fungera som ett verktyg för att marknadsföra sin egen kommun. Det som skiljer sig något mellan varje kommun är synen på hur en myndighetsperson ska agera som offentlig person på Internet. Den gemensamma nämnaren i den här frågan har varit att alla kommunerna har uttryckt ett behov av att kunna anpassa sina riktlinjer till sin egen kommun. För Norrköpings kommun var det extra viktigt att deras val av riktlinjer gav extra hjälp åt sina medarbetare i arbetet med kommunikation via sociala medier. Stockholm stad hade vid valet av riktlinjer redan ett inbyggt kommunikationsprogram som de valde att utgå ifrån tillsammans med kommentarer från andra kanaler, för att på så vis kunna specificera riktlinjerna ytterligare till stadens grafiska profil och hur staden arbetade med sociala medier. Halmstad och Piteå hade likadana tankesätt bakom sitt val av riktlinjer, att de skulle vara ett hjälpmedel för kommunens anställda i syfte att öka kommunikationen med medborgarna. Eskilstuna valde att sätta samman riktlinjer från datainspektionen och E-delegationen så att de passade kommunens egna krav och behov. Kommunerna har helt enkelt utgått från sina förutsättningar och gått vidare därifrån för att ta fram riktlinjer som passar just dem.

- Kan olika val av riktlinjer få negativa konsekvenser?

Decentralisering av denna typ av ansvarstagande skulle kunna ses som ett hot för de demokratiska aspekterna. Dock har regeringens beslut inte uppvisat några nackdelar, istället har fördelar och behovet av att utföra dessa uppgifter varit en stor och viktig del för kommunerna och deras verksamhet. Utan det hade möjligtvis fler nackdelar än fördelar uppstått, riktlinjerna hade eventuellt inte fungerat effektivt hos varje kommun. Den gemensamma nämnaren för frågorna är att kommunerna är eniga om att det är viktigt att ta fram egna riktlinjer och att de uppnår en bra standard, samtidigt som de anser att kommunerna ska följa E-delegationens riktlinjer till viss del.

Eftersom det finns olika behov att kunna förändras, utvecklas och omvärderas så kan kommunerna aldrig riktigt tänka sig att det på något sätt skulle vara negativt att ha möjligheten till att göra självständiga val. Valmöjligheter förnöjer men det är inte omöjligt att tänka sig att negativa konsekvenser skulle kunna uppstå om riktlinjer tolkas på fel sätt, med tanke på att kommunernas riktlinjer består av olika mycket information. Det är också viktigt att se till så att en riktlinje inte helt och hållet tar avstånd från den nationella linjen. Det kan tänkas finnas andra orosmoment som exempelvis att en riktlinje blir för statisk eller att en kommun inte öppnar upp rätt bild av social media. Om en kommun inte tar för långt kliv från datainspektionens, SKL eller E-delegationens riktlinjer så bör inga risker uppstå utan endast ge positivt lyft åt organisationerna.

- Varför valde kommunerna att synas i sociala medier?

Sociala medier öppnar upp dörrarna för närmare dialog med och mellan politiker och medborgare. En plats där kommunerna kan synas, höras och skapa debatt, få snabb respons om framtida idéer och beslut. Utifrån dessa aspekter är det svårt för kommunerna att säga nej till användning av dem. Samtidigt så är det aktuellt att medborgarna ska ha tillgång till alternativa kommunikationskanaler när det gäller kommunikation till och från den offentliga sektorn. Kommunerna har liknande mål med användningen av social media, att vara ett komplement till andra kommunikationskanaler, där bland annat Facebook används för kommunikation, upprätthålla dialoger, vara ett komplement till telefon och e-post, ge service och bli mer effektiv. Det är viktigt att vara aktiva i de kanaler som befolkningen använder sig av. För Stockholm gällde det att uppfylla ett mål, ett mål som är stadgat i kommunikationsprogrammet och som går ut på att kommunen ska närvara i sociala medier, öka kommunikationen och kunna guida, samt ge snabba svar på invånares frågor. Vara en del

i deras vardag där befolkningen ska blir mer delaktiga i de beslut som tas. Medborgarna har samtidigt valt att använda sig av social media och därför är det bättre att kommunerna följer samma spår istället för att stå vid sidan om. Kommunernas förhoppningar av social media, är att den tekniska utvecklingen ska leda till ett högre deltagande bland medborgarna i den politiska vardagen.

5 Slutdiskussion

Kommunerna ska själva få avgöra sitt val av riktlinjer för social media, vilket ger dem möjligheten att anpassa sina mål och regler till sin egen verksamhet. De kan specificera riktlinjerna för det som kommunerna anser vara i fokus, vad som driver dem och deras mest väsentliga huvuduppgift. Om kommunerna inte hade haft denna möjlighet, hade förmodligen kommunerna själva tagit fram andra program eller policys utöver E-delegationens riktlinjer. Befolkningen har anpassat sig till tekniken och politikerna har anpassat sig där efter. Utifrån dessa aspekter kan vi möjligtvis se andra förändringar som ändrar samhället och synen för vad och hur det ska se ut i framtiden. Social media har ett starkt marknadsvärde. Olika revolutionära påföljder har skapats utifrån diskussioner, debatter och folk som gått samman i specifika grupper på exempelvis Facebook (Svenska dagbladet, 2012-09-10). Än så länge har inget sådant fall skett i Sverige, men vi kan tänka oss att andra typer av konsekvenser möjligtvis kan utspela sig här.

Eftersom den här uppsatsen behandlar social media, har det varit viktigt att lyfta fram sådant som ligger nära social media, dvs. olika demokratiska aspekter, förvaltning, Internet, politik och IT. Demokrati och e-demokrati samt förvaltning och e-förvaltning är två teoretiska begrepp som bygger på olika påståenden och utvecklingsperioder. Förvaltning handlar om att ge befolkningen demokratisk service, e-förvaltning har utvecklats utifrån demokratiska och teknologiska förhållanden. Social media kan räknas till en av de största delarna inom e-förvaltning. Ur en kommuns synvinkel förklaras det demokratiska aspekterna utifrån påståenden om konversation och kommunikation, att webbplatser som Facebook, YouTube och Twitter är viktiga och att lagar och regler ska följas. Oavsett kommun är alla överens om vad social media ska användas till. Målet är att vara ett komplement till andra informationskanaler, öka kommunernas relationer och uppnå ökat medborgerligt deltagande. Regeringen och riksdagen har som tidigare förklarats ett gemensamt mål, att folket ska få mer inflytande i policyprocessen, kommunerna har som mål att försöka införliva riksdag och regeringens mål genom medel som gör det enklare för medborgarna att vara aktiva, Således pekar kommunernas resonemang på en rörelse mot e-demokrati och e-förvaltning. Några

funderingar kring dessa mål är vilket eller vems mål som ska prioriteras och vilket som ska komma först? En annan fundering är om social media hjälper till att införliva dessa uppgifter på ett sådant sätt att målen tillslut blir uppfyllda? Vad händer om så inte blir fallet och hur ska det i så fall mätas? En sista fundering kring kommuners olika val av riktlinjer är om det finns någon högre instans som granskar kommunernas egna riktlinjer? Det är viktigt att kommunerna har tagit fram riktlinjer som går i linje med E-delegationens så de inte är allt för avvikande. En granskning av detta kanske således är välbehövlig.

Det är intressant att se att en del kommuner har valt att vara med i social media. Kommuner som valt att ta fram egna riktlinjer ger inget intryck som förvånar. Det är enkelt och nödvändigt att ha möjligheten till att ta fram egna riktlinjer eftersom de då kan bli starka och slagkraftiga till kommunernas fördel. Det som förvånar är att det fortfarande finns en del kommuner i Sverige som valt att inte tillämpa egna riktlinjer, då utfallet från Piteå, Halmstad, Norrköping, Eskilstuna och Stockholm uttryckt stor vikt på att självständiga beslut varit betydelsefullt för sin egen kommun. Flera av de mål som kommunerna har lyft fram är att medborgarna ska ha tillgång till alternativa kommunikationskanaler där den tekniska utvecklingen ska leda till ett högre deltagande bland medborgarna i den politiska vardagen, bland annat avsåg SKL och E-delegationen att Sveriges myndigheter skulle uppnå en smartare och öppnare förvaltning, enklare vardag för företag och privatpersoner och högre kvalitet i den offentliga verksamheten, vilket har besvarats utifrån riktlinjer och mål som avser ökad kommunikation, bättre insyn och forum för diskussion. Dessa delar har varje kommun visat tecken på att den arbetar mot på ett eller annat sätt, de har visat styrkor som tyder på att målen är viktiga och att de har policys som de arbetar efter för att införliva målen så gott det går. Således innebär utvecklingen mot ett ökat inslag av social media i kommunernas verksamhet en utveckling mot e-demokrati och e-förvaltning.

För vidare studier kan fler kommuner eller andra myndigheter jämföras och analyseras. Det hade även varit av intresse att se närmre på varför en del kommuner har valt att stödja sig helt och hållet på E-delegationens riktlinjer istället för att ta fram egna. Social media är ett begrepp som en stor del av Sveriges befolkning har varit i kontakt med, därmed hade det också varit intressant att göra en mindre intervju av någon slumpmässig person för att ta reda på mer information om vad han eller hon anser om kommunerna i social media, kanske har respondenten någon invändning om riktlinjerna för social media eller en klar positiv syn.

Istället för att göra en e-postenkät skulle ett annat alternativ vara att genomföra intervjuer där frågorna ställs direkt till intervjupersonen, exempelvis via telefon eller på plats om så är möjligt. I mitt fall valdes fem kommuner som var utspridda över landet och därmed var det inte möjligt, telefonintervju är ett alternativ som kan övervägas till eventuell framtida studie. Fem kommuner kan anses vara ett svagt antal för en studie av det här slaget, trots det låga antalet så känns antalet trots allt tillräckligt för att representera den slutsats som kommit fram ur den här studien. Om antalet hade varit exempelvis upp emot 20 deltagande kommuner hade förmodligen slutsatsen blivit lika. Detta eftersom kommuner som valt att tillämpa E-delegationens riktlinjer har haft lika tankesätt och förmodligen hade det fortsatt att vara så med fler deltagare då inget avvikande beteende har syns till.

Det är också av intresse att göra en mer omfattande studie om ett par år när social media är mycket mer anpassat, när det kanske har blivit en självklarhet för alla kommuner och en del i medialiseringen. Andra tänkbara studier är att undersöka om en kommun har uppnått syftet med riktlinjerna och användningen av att hela tiden vara tillgänglig på Internet, eller helt enkelt göra en fördjupande studie och se utifrån ett statsvetarperspektiv om den demokratiska bilden har förändrats. Om förvaltningen har blivit effektivare eller om andra nya problem istället har uppstått som möjligtvis har lett till andra stora eller små problem. I framtiden kanske e-förvaltningen tar stöd och hjälp av andra förvaltningar utanför våra landsgränser, kanske har förvaltningarna anpassats mot Internet och översatts till flera olika språk.

KÄLLFÖRTECKNING

Litteratur

- Bengtsson, Åsa. (2008) *Politiskt deltagande. Upplaga 1:1*. Förlag: Studentlitteratur AB, Lund.
- Dahlgren, Peter. red (2002) *Internet, medier och kommunikation*. Förlag: Studentlitteratur AB
- Eliasson, Annika. (2006) *Kvantitativ metod från början*. Förlag: Studentlitteratur AB, Lund.
- Esaiasson, P. Gilljam, M. Oscarsson, H och Wängnerud, L. (2007) *Metodpraktikan, Konsten att studera samhälle, individ och marknad. Upplaga 3:1*. Förlag: Norstedts Juridik AB, Elanders Gotab, Vällingby.
- Esaiasson, P. Gilljam, M. Oscarsson, H och Wängnerud, L. (2012) *Metodpraktikan, Konsten att studera samhälle, individ och marknad. Upplaga 4.1*. Förlag: Norstedts Juridik AB, Elanders Sverige AB, Vällingby 2012.
- Falkheimer, Jesper. (2001) *Medier och kommunikation, en introduktion*. Förlag: Studentlitteratur AB, Lund.
- Grönlund, Åke, Ranerup. Agneta. (red). (2001) *Visioner, verklighet, vidareutveckling. Elektronisk förvaltning, elektronisk demokrati*. Förlag: Studentlitteratur AB, Lund.
- Hauge, Rod. Harrop, Martin. Breslin, Shaun. Översatt av Dalén, Hans. (2003) *Styrelseskick och politik*. Förlag: Nya Doxa
- Mattsson, Nicklas. Carrwik, Christian. (1998) *Internetrevolutionen. 1000 dagar som förändrade Sverige*. Förlag: Web Cat AB/F.D. Bonnier Icon
- May, Tim (2010) *Samhällsvetenskaplig forskning*. Förlag: Studentlitteratur AB, Lund. Printed by Holmbergs i Malmö AB, Sweden 2010.
- Petersson, Olof. Djerf-Pierre, Monika. Strömbäck, Jesper. Weibull, Lennart. (2005) *Demokratirådets rapport 2005. Mediernas integritet*. Förlag: SNS Förlag
- Petersson, Olof. Djerf-Pierre, Monika. Holmberg, Sören. Strömbäck, Jesper. Weibull, Lennart. (2006) *Demokratirådets rapport 2006, Mediernas valmakt*. Förlag: SNS Förlag
- Petersson, Olof. Brink Lund, Anker. Smith, Eivind. Weibull, Lennart. (2007) *Demokratirådets rapport 2007, Medierna och yttrandefriheten*. Förlag: SNS Förlag
- Premfors, Rune. Ehn, Peter. Haldén, Eva & Sundström, Göran. (2003) *Demokrati & byråkrati*. Förlag: Studentlitteratur AB, Lund.

- Putnam, Robert D. (2011) *Den fungerande demokratin. Medborgarandans rötter i Italien. Andra upplagan.* Förlag: SNS Förlag
- Starrin, Bengt. Rönning, Rolf. (2011) *Socialt kapital. Ett välfärdsperspektiv. Upplaga 1:1.* Förlag: Liber
- Svensson, Jakob. (2008) *Kommunikation, Medborgarskap och deltagardemokrati, En studie av medborgarutskotten i Helsingborg.* Förlag: Lund University
- Åström, Kenneth. (2011) *Termllexikon i Statsvetenskap. Upplaga 1:1.* Förlag: Studentlitteratur AB, Lund.
- Österud, Öyvind. (1997) *Statsvetenskap, Introduktion i politisk analys.* Förlag: Universitetsförlaget Stockholm. Tryck: Kristianstads Boktryckeri AB, Kristianstad 1997.

Artiklar, rapporter och officiella dokument

Datainspektionen (2010) ”Myndigheter, företag och andra organisationers ansvar för personuppgifter i sociala medier”. Hämtad: 2012-04-03.

URL: ”<http://datainspektionen.webhotel.qd.se/Documents/faktablad-sociala-medier.pdf>”

Findahl, Olle. (2011) *Internetstatistik.se* ”Svenskarna och Internet 2011”. *Version 1.0 Första upplagan.* Hämtad: 2012-08-29

URL: ”<http://www.iis.se/docs/SOI2011.pdf>”

Hedman Jan. Lundberg, Helene. Sörhammar, David. (2010) ”Följeforskning av Storprojektet Fyran”. *IM-Gruppen, PwC, Mittuniversitetet i Sundsvall & Uppsala universitet.* Hämtad: 2012-04-17.

URL:”<http://publikationer.tillvaxtverket.se/Download.aspx?ID=1608>”

Johannesson, Christian. Ehld, Jennifer. Svensson, Michael. (2010). Informationssekreterare, Stadskontoret. ”Guide för användande av sociala medier” *Halmstad kommun, Kulturförvaltningen.* Hämtad: 2012-04-23

URL:

”http://www.skl.se/MediaBinaryLoader.axd?MediaArchive_FileID=cd0fda60-643c-40cf-90e2-

[8d97a4f3fb11&FileName=HALMSTAD_KOMMUN_Sociala+medier+A5+Juni+2010.pdf&MediaArchive_ForceDownload=true](http://www.halmstad.se/8d97a4f3fb11&FileName=HALMSTAD_KOMMUN_Sociala+medier+A5+Juni+2010.pdf&MediaArchive_ForceDownload=true)

Kommunstyrelsen (2011). ”Anvisningar för sociala medier”. *Piteå Kommun*. Hämtad: 2012-04-13.

URL: ”[http://www.pitea.se/bokhyllan/Styrande dokument/6. ANVISNING, INSTRUKTION/Anvisningar för sociala medier.pdf](http://www.pitea.se/bokhyllan/Styrande_dokument/6._ANVISNING,_INSTRUKTION/Anvisningar_för_sociala_medier.pdf)”

Persson, Inger. (2003). ”E-demokrati och funktionshinder”. *Handikappförbundens samarbetsorgan*. Hämtad: 2012-04-11.

URL: ”<http://www.hi.se/global/dokument/itip/rapporter/e-demokrati%20och%20funktionshinder.pdf>”

Rosén, Tommy (2001) Projektledare ”Så fungerar E-demokrati, Erfarenheter av politikens nya verktyg”, *Svenska Kommunförbundets och Landstingsförbundets gemensamma enhet för demokrati och självstyrelse*. Hämtad: 2012-05-06.

URL: ”http://brs.skl.se/brsbibl/kata_documents/doc28330_1.pdf”

Sjöberg, Lena (2011) Kommunledningskontoret ”Riktlinjer för sociala medier”, *Kommunstyrelsen, Eskilstuna kommun*. Hämtad: 2012-04-23.

URL:
”http://www.skl.se/MediaBinaryLoader.axd?MediaArchive_FileID=2b5222e5-f61c-477d-b889-1837f42413ee&FileName=Eskilstuna+kommuns+riktlinjer+för+sociala+medier.pdf”

Sjöstrand, Mats. (2010) ”Riktlinjer för myndigheters användning av sociala media”, *Stockholm i december*. Hämtad 2012-04-03.

URL:
”http://www.edelegationen.se/sites/default/files/imce/filer/publikationer/Riktlinjer_sociala_medier_v1_0.pdf”

Statskontoret (2001). ”Utveckling av 24-timmarsmyndigheter”. *Lägesrapport december*. Hämtad: 2012-04-12.

URL: ”<http://www.statskontoret.se/upload/publikationer/2002/200217.pdf>”

Söderlund, Johannes. (2011) Kommunikationsstaben ”Tillämpningsanvisningar, Hur vi använder sociala medier”. *Stadsledningskontoret, Stockholm stad*. Hämtad: 2012-05-12.

URL:

”http://www.skl.se/MediaBinaryLoader.axd?MediaArchive_FileID=6a71effb-9e2d-4a67-8428-86b2650392c8&FileName=Tillämpningsanvisning+sociala+medier+Stockholms+stad.pdf&MediaArchive_ForceDownload=true”

Wendt, Heidi (2010) Kommunikationsdirektör ”Riktlinjer för användning av sociala medier”, *Norrköpings kommun*. Hämtad: 2012-04-23.

URL: ”[http://www.norrkoping.se/organisation/pdf/mal-](http://www.norrkoping.se/organisation/pdf/mal-regler/riktlinjer/administration/Riktlinjer-for-anvandning-av-sociala-medier.pdf)

[regler/riktlinjer/administration/Riktlinjer-for-anvandning-av-sociala-medier.pdf](http://www.norrkoping.se/organisation/pdf/mal-regler/riktlinjer/administration/Riktlinjer-for-anvandning-av-sociala-medier.pdf)”

Zetterberg, Åsa. (2011) ”Strategi för eSamhället”. *Sveriges Kommuner och Landsting. Modintryckoffset. ETC Kommunikation*. Hämtad: 2012-04-03.

URL:

”http://www.skl.se/MediaBinaryLoader.axd?MediaArchive_FileID=c2f6b0f6-f857-48a8-a5f3-7fc0e607a6f3&FileName=E-strategi.pdf”

Internet

Sveriges kommuner och landsting (SKL). Hämtad: 2012-04-25

URL: ”http://www.skl.se/vi_arbetar_med/e-samhallet”

Regeringskansliet, E-förvaltningen. Hämtad: 2012-04-25

URL: ”<http://www.regeringen.se/sb/d/12960>”

E-delegationen.se, IT-standardisering. Hämtad: 2012-04-25

URL: ”<http://www.edelegationen.se/sida/it-standardisering>”

E-delegationen.se, Mål och målbilder. Hämtad: 2012-04-24

URL: ”<http://www.edelegationen.se/sida/mal-och-malbilder>”

E-delegationen.se, Riktlinjer för sociala medier. Hämtad: 2012-04-13

URL: ”<http://www.edelegationen.se/sida/riktlinjer-for-sociala-medier>”

Svenska dagbladet. Hämtad: 2012-09-10

URL:”http://www.svd.se/kultur/sociala-medier-betydelseslosa-i-libyen_6412742.svd”

Sveriges kommuner och landsting (SKL). Hämtad: 2012-04-10

URL: ”http://www.skl.se/vi_arbetar_med/prioriteringar2012/enklare-i-esamhallet”

Regeringskansliet, Informationssamhället. Hämtad: 2012-04-13

URL: ”<http://www.regeringen.se/sb/d/2373>”

Skolverket, Skolutveckling. Hämtad: 2012-05-04

URL: ”http://www.skolverket.se/skolutveckling/itiskolan/kollakallan/sociala_medier/fakta/fakta-1.151882”

Sveriges kommuner och landsting (SKL). Hämtad: 2012-06-05

URL:

”http://www.skl.se/press/socialamedier/kommuner_och_landsting_i_sociala_medier”

Utskick av frågeställningen per e-post till

Piteå kommun, Halmstad kommun, Eskilstuna kommun, Norrköping kommun & Stockholm stad.

Övrigt

Proposition 1999/2000:86

Proposition 2009/10:175

SOU 2012:18

Bilaga 1

E-postenkät med fyra frågor.

1. Varför väljer en kommun att ta fram egna riktlinjer?
2. Vad är bakomliggande skäl till en kommuns val av riktlinjer?
3. Kan olika val av riktlinjer få negativa konsekvenser?
4. Varför väljer en kommun att synas i sociala medier?

Bilaga 2

E-postenkätens svar utifrån varje kommun.

Piteå kommun.

- Varför valde Piteå att ta fram egna riktlinjer?

Utgångspunkten för våra riktlinjer är de riktlinjer som SKL tog fram efter ett gediget arbete. Det finns en viss lokal anpassning men i stort sett är de likartade. Anledningen till att vi tog fram dem var helt enkelt för att vi ville ha en lokal anpassning, efter våra egna behov och önskemål.

- Vad är bakomliggande skäl till Piteå kommuns val av riktlinjer?

Piteå kommun har en Informations- och kommunikationspolicy och i den framgår att kommunen ska vara delaktig i interaktiva medier. I samband med att Piteå kommun startade en sida på Facebook valde man att ta fram riktlinjer för sociala medier. Riktlinjer beslutas av kommunchef medan policy beslutas av kommunfullmäktige så riktlinjer har en lägre beslutsnivå och är mer inriktad på genomförande. Riktlinjer är tänkt att vara ett hjälpmedel och en vägledning hur kommunens medarbetare ska och förväntas agera utifrån.

- Kan olika val av riktlinjer få negativa konsekvenser?

Nej, eftersom förutsättningarna ser olika ut i olika kommuner och E-delegationens riktlinjer är på en generell övergripande nivå finns det behov av lokala anpassningar för att det ska fungera i den ordinarie verksamheten.

- Varför valde Piteå kommun att synas i sociala medier?

Sociala medier är numera en etablerad kommunikationsform och vi finns där vare sig vi vill eller inte. Vi ser hellre att vi är aktiva och att man kan kommunicera direkt med oss än att man talar om oss utan att vi är närvarande. Vi ser dessutom stora möjligheter för en ökad kommunikation och dialog på sociala medier.

Halmstad kommun.

- Varför valde Halmstad att ta fram egna riktlinjer?

I Halmstads kommun har vi tagit fram en guide för sociala medier, det vill säga inga politiskt antagna riktlinjer. Men guiden gäller givetvis men det är ändå en viktig skillnad att det inte har tagits ett politiskt beslut kring hanteringen. Bakgrunden till guiden är att vi innan E-delegationen och SKL hade tagit fram riktlinjer kände ett behov och inte kände att vi kunde vänta längre. När vi tog fram guiden hade vi dock kontakt med såväl SKL som E-delegationen för att stämma av så att vi utgick från samma tankegångar. Guiden kom ut samtidigt som SKL:s i princip men ett halvår innan E-delegationens.

- Vad är bakomliggande skäl till Halmstads kommuns val av riktlinjer?
Behov av att ha dokumenterat hur kommunen hanterar sociala medier.

- Kan olika val av riktlinjer få negativa konsekvenser?
Kommuner ska givetvis hantera sociala medier på samma vis på en övergripande nivå och därmed utgå från samma nationella riktlinje. Däremot finns det behov av att utveckla nationella riktlinjer till en lokal hantering.

- Varför valde Halmstads kommun att synas i sociala medier?
Kommunen ska sträva efter att finnas där våra olika målgrupper finns. Sociala medier är en starkt växande kanal, framförallt Facebook. Vi finns där för att informera och synliggöra vår verksamhet på olika sätt lika mycket som det är en fråga om insyn, transparens och service till vår invånare. På samma sätt som invånare kan ringa eller mejla en kommun ska det gå att ta kontakt med oss via sociala medier.

Eskilstuna kommun.

- Varför valde Eskilstuna att ta fram egna riktlinjer?
Det gjorde vi för att det inte fanns några riktlinjer när vi började. Varken Datainspektionen eller SKL var klara med sina riktlinjer och vi kände att vi var tvungna att ha något att luta oss emot. Nu tror jag att SKL och Datainspektionen blev klara med sina innan vi kom med våra, men vi började processen innan de var helt klara med sina riktlinjer.

- Vad är bakomliggande skäl till Eskilstunas val av riktlinjer?
Vi valde att göra en egen sammanställning av riktlinjer som bygger på SKL:s och Datainspektionens riktlinjer. Sen har vi anpassat dem lite så att de passar Eskilstuna kommun.

- Kan olika val av riktlinjer få negativa konsekvenser?
Eftersom Eskilstuna valt att ta fram egna riktlinjer, vad kan det leda till? Förhoppningsvis öppnas möjligheter upp, kommunen kan skapa riktlinjerna lite mer specifikt för ert lokala område? Samtidigt är det viktigt att kommunen upprätthåller nationell standard. Tanken jag hade när jag skrev frågan var, är det inte bättre att alla har lika riktlinjer så att informationen, reglerna är klar och tydliga för den eller dem som ska ta använda sig av dem. Jag tänkte att olika riktlinjer möjligtvis kan leda till bristande regler eller mål, att ansvaret försämras eller något annat som får lidande konsekvenser.

Eftersom regeringen har valt att låta varje myndighet välja själva så har det blivit mer decentraliserat styre. Regeringen har helt enkelt förtroende för att kommuner, länsstyrelser och andra myndigheter, att dessa klarar av att hantera ansvaret och ta fram bra riktlinjer för sin myndighet.

- Varför valde Eskilstuna kommun att synas i sociala medier?
Vi har valt att synas i sociala medier för att komma närmare våra medborgare, brukare och kunder. För att det ska vara lätt att kontakta kommunen och att föra dialog med oss.

Norrköpings kommun.

- Varför valde Norrköping att ta fram egna riktlinjer?
Vi valde att anpassa och slå ihop ett antal riktlinjer, SKL, Datainspektionen och E-delegationen. Det var också viktigt att hitta rätt nivå för riktlinjen.

- Vad är bakomliggande skäl till Norrköpings val av riktlinjer?
För att hjälpa medarbetare i arbetet med kommunikation via sociala medier

- Kan olika val av riktlinjer få negativa konsekvenser?
Det är förmodligen fel tolkningar av riktlinjer som kan bli negativa. Det finns nog också en risk om en riktlinje blir för statisk. Den måste nog kunna förändras och omvärderas vart efter som omvärlden gör det.

- Varför valde Norrköping att synas i social media?
Framförallt för att medborgare och användare i större utsträckning började använda dess kanaler. Sedan vill vi öka tillgängligheten och bli mer transparenta och öppna. Något som så här i efterhand visat sig vara väldigt effektivt för att förbättra kommunikationen.

Stockholm stad.

- Varför valde Stockholm stad att ta fram egna riktlinjer?
Vi har utgått från E-delegationens riktlinjer och tagit med dem i vår handledning. Vi har valt att ta fram en egen handledning som bygger på stadens kommunikationsprogram och på vårt bemötande även i andra kanaler, för att få med sådant som gäller bara oss, vår tonalitet, hur staden arbetar med sociala medier och vår grafiska profil för att ta några exempel.

- Vad är bakomliggande skäl till Stockholm stads val av riktlinjer?
Se svar på frågan ovan.

- Kan olika val av riktlinjer få negativa konsekvenser?
Jag tror att de flesta har behov att ta fram ett eget dokument (handledning, handbok/riktlinjer) just för att kunna anpassa den till sin egen verksamhet med grafisk profil och annat som gäller just för deras verksamhet och det tror jag inte behöver vara negativt. Men det utgår från att allas egna handböcker eller vad man kallar dem bygger på E-delegationens och inte motsäger dem.

- Varför valde Stockholm stad att synas i sociala medier?
Vi har ett mål i kommunikationsprogrammet att Stockholms stads kommunikation ska vara tillgänglig och tydlig och att närvara i sociala medier är en del i att uppfylla det målet. Vi vill att stockholmarna ska delta i utvecklingen av stadens verksamheter och få in synpunkter från dem där de är. Vi har ännu ingen regelrätt kundtjänst i sociala medier men vi finns närvarande för att svara på frågor och guida till rätt person eller verksamhet som kan svara, vi vill finnas där stockholmarna finns och nå dem ”i fickan” med operativ information som kan underlätta deras vardag.

Bilaga 3

E-delegationens riktlinjer

Tänk igenom mål och syfte

På vilket sätt kan sociala medier bidra till att nå myndighetens mål.

Beroende på vad syftet är bör krav ställas på funktioner, teknik och säkerhet i sociala medier.

Granska avtalet

Gör en bedömning om vilka risker som finns om myndigheten måste ingå ett avtal i social media.

Sätt upp interna regler

Förtydliga för den enskilde när det är myndigheten som uttalar sig och när anställda gör det privat.

Myndighetens ansvar

Myndigheten ansvarar för alla inlägg som myndigheten själv gör, alla inlägg som utomstående gör på myndighetens sociala medier och vissa inlägg som utomstående gör på sociala medier som inte är myndighetens eget men som uppkommer till exempel i en dialog med myndigheten.

Hantera allmänna handlingar

Myndigheten ska veta vilka handlingar som är allmänna i sociala medier som de är aktiva i, ha en beskrivning av handlingarna tillgänglig och ge allmänheten möjlighet att själv söka bland handlingarna.

Arkivera

Inlägg på det sociala mediet bör arkiveras regelbundet för att bevaras för framtiden.

Gallra

Allmänna handlingar som har ringa eller tillfällig betydelse för myndighetens verksamhet kan normalt gallras om myndigheten har ett gallringsbeslut som omfattar sociala medier.

Hantera ärenden

I enskilda ärenden, särskilt om de innehåller uppgifter om personliga eller ekonomiska förhållanden, bör inte sociala medier användas.

Ärenden som ändå kommer in via sociala medier ska hanteras. Avsätt resurser och skapa rutiner för att ta hand om sådana meddelanden som inte bör finnas i det sociala mediet.

Håll uppsikt

Myndigheten får inte publicera kränkande personuppgifter.

Ska hålla uppsikt över besökarens kommentarer för att upptäcka kränkande personuppgifter.

Ska ta bort kränkande personuppgifter och kan bli skadeståndsskyldig för kränkande personuppgifter. Myndigheten är dessutom skyldig att vidta lämpliga säkerhetsåtgärder.

Informera

Att det är myndigheten som ansvarar för det sociala mediet.

Vad är syftet och vad myndigheten avser med användningen av mediet.

I viken utsträckning inlägg blir tillgängliga för andra användare.

Att inlägg blir allmänna handlingar.

Vilka uppgifter som inte får publiceras.

Vad myndigheten gör om användaren inte följer rekommendationerna (blockera, ta bort etc.).

Att webbplatsen innehåller cookies.

Varför cookies används.

Hur användaren kan hindra cookies.

Bilaga 4

Piteå kommuns riktlinjer

Syfte

Tala om kommunens syfte och vilka kommentarer som inte får förekomma. Det ska framgå tydligt att Piteå kommun står bakom kommentarer i social media.

Ansvar

Det är verksamheterna själva som bestämmer vem och vilka som ska vara aktiva. Ansvarig chef ska alltid vara delaktig i beslutet om att verksamheten ska vara aktiv på sociala media. Den som utses har ett ansvar för att hantera mediet på ett bra sätt och följa dessa anvisningar.

Sekretessbelagda uppgifter får inte publiceras på sociala medier.

Kommunen har ett ansvar både för sina inlägg samt de kommentarer som lämnas. Administratören har därför som uppgift att skyndsamt ta bort kränkande personuppgifter och kommentarer.

Kommentar får inte innehålla:

Förtal, personliga angrepp eller förolämpningar.

Hets mot folkgrupp, sexistiska yttranden eller andra trakasserier.

Olovliga våldsskildringar eller pornografi.

Uppmaningar till brott eller utgöra annan brottslig verksamhet.

Olovligt bruk av upphovsrättsligt skyddat material.

Svordomar eller obscena ord.

Kommersiella budskap eller reklam, om inget annat sägs.

Förhållningssätt

Förvaltningen ska ha en förteckning över vilka kommunikationskanaler som förvaltningen driver.

Administratörer och ersättare ska finnas utsedda för respektive kanal.

När en anställd agerar för kommunens räkning på sociala medier ska det framgå vem man är och vilken funktion man har på Piteå kommun.

Administratören ska meddela förvaltningens informatör innan aktiviteten i det sociala mediet startar. Informatören meddelar kanalens länk till webmaster@pitea.se.

Intern-, extern- och interaktiv kommunikation

Interaktiva medel förutsätter kartläggning och prioritering över vilka medier som Piteå kommun ska ha ett aktivt deltagande i.

Den förutsätter närvaro i de så kallade sociala medierna.

Är aktiv och kontinuerlig.

Uppmuntrar till dialog och delaktighet samt interaktiv.

Media

Ansvarig chef ska alltid vara delaktig i beslutet om att verksamheten ska vara aktiv på sociala media.

Kanaler

www.pitea.se är kommunens kanal på Internet för information och service och vi använder sociala medier som arenor för kommunikation. När man väljer kommunikationskanal är det viktigt att man inom verksamheten bestämmer varför man gör det, målet, vilka man vill nå, vad man vill åstadkomma och hur man ska göra. När vi pratar om kommunikationskanaler menar vi sidor/grupper/bloggar etc. på olika sociala medier.

Lagstiftning

Tryckfrihets- och Yttrandefrihetsgrundlagen.

Kriskommunikation

Saknas information om det här området.

Upplösning

Saknas information om det här området.

Bilaga 5

Eskilstuna kommuns riktlinjer

Avsändare

Eskilstuna kommun ska tydligt synas vara avsändare av information i social media och ska följa en grafisk profil i samråd med förvaltningarnas informatörer.

Språk och ton

Språket ska vara vårdat, lämpligt och anpassat till mediet och målgruppen. Tonen på sociala medier bör vara personlig men inte privat. Vedertagen netetikett ska följas på sociala medier.

Tonen på social media ska inte vara privat men ha inslag av personlig talan. Språket bör vara vårdat, lämpligt och anpassat till mediet och målgruppen.

Inlägg och kommentarer

Alla inlägg som görs på sociala medium är allmänna handlingar, vilka ska hanteras i enlighet med tryckfrihetsförordningen, offentlighets- och sekretesslagen, personuppgiftslagen, arkivlagen samt kommunens interna regelverk, ärende- och registreringshandboken, arkivreglementet och arkivhandboken.

Inläggen i det sociala mediet ska hållas ordnad på ett sådant sätt att det uppfyller lagstiftningens krav på registrering, bevarande och gallring av allmänna handlingar. Alla inlägg ska vara sökbara, till exempel i kronologisk ordning så att det enkelt går att skilja på om en uppgift kommit från en utomstående eller upprättats av kommunen.

Kommunens inlägg

Inlägg som görs av kommunen ska hållas inom den ram som verksamheten arbetar med. Publiceringar som är fel ska åtgärdas snabbast möjligt genom att antingen lägga en kommentar där korrekt uppgift anges eller med hjälp av ett uppföljande inlägg.

Bevakning

Alla kommentarer eller meddelanden ska hållas under uppsikt. En bedömning av hur intensiv trafiken är, eller vilket slags forum det handlar om avgör hur ofta kontrollerna utförs. Kontroller ska dock utföras minst en gång per vecka samtidigt som sociala medier förväntar sig snabba svar.

Uppföranderegler

Det är kommunens skyldighet att informera sina användare om uppförande regler, exempelvis sådant som berör kränkande personuppgifter, sekretessbelagda uppgifter, reklam eller brottsligt material får ej förekomma.

Svar på kommentarer och inlägg

I enlighet med förvaltningslagen är den som sköter kontot för det aktuella mediet skyldig att besvara frågor från enskilda så snart som möjligt. Frågor som kontoadministratören själv inte kan besvara

skickas vidare till verksamhetsansvarig för inhämtande av svar. Därefter besvaras frågan i första hand via det aktuella mediet. Svar ska ske med gott bemötande och ett personligt tilltal. Såväl kritiska synpunkter som värdefull respons är viktigt att skicka vidare till berörda verksamheter. Rör frågan inte kommunens verksamhetsområden ska den hänvisas till rätt instans.

Frågor och ärenden

Inlägg och frågor på sociala medier som kräver handläggning ska tas om hand, antingen genom att man öppnar ett nytt ärende eller som en uppgift i ett pågående ärende. Om det handlar om frågor eller faktaupplysningar som är relevanta i ett pågående ärende ska informationen tillföras ärendet.

Gallring

Kommentarer, synpunkter eller svar som kan antas strida mot gällande lagstiftning, direktiv eller policydokument ska skyndsamt avpubliceras eller raderas. Innan radering ska innehållet av meddelandet samt information om avsändaren sparas. Såväl avpublicerat som raderat innehåll behandlas enligt reglerna om allmänna handlingar. Detta gäller innehåll på de sociala medier där kontoinnehavaren har möjlighet att radera eller avpublicera kommentarer och inlägg.

Brottsligt material

Brottsligt material ska tas bort. Kommentarer får inte innehålla: 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 och publicering av upphovsrättsligt skyddat material.

Sekretess

Inlägg som innehåller sekretessbelagda uppgifter får inte förekomma på ett socialt medium. Om någon utomstående gör ett inlägg som omfattas av sekretess ska detta tas bort och registreras i myndighetens diarium eller ärendehanteringssystem för vidare handläggning. Samma regler om sekretess gäller oavsett i vilket sammanhang den anställde befinner sig – i privat umgänge eller som aktiv i olika sociala medier.

Personuppgifter

Kommunen ansvarar för att personuppgifter på det sociala mediet inte behandlas på ett sådant sätt att det kränker enskilda personers integritet. Kränkande personuppgifter som publiceras av utomstående ska tas bort. Kommunens verksamheter kan bli skadeståndsskyldig för kränkande personuppgifter.

Foto, bild och video

Publicering av bilder och video kräver tillstånd från upphovsman. Om personer på fotot är igenkänningsbara krävs samtycke för publicering. Särskild aktsamhet krävs vid publicering av foton på barn och ett samtycke krävs från vårdnadshavare vid varje publiceringstillfälle. Inlägg får inte innehålla upphovsrättskyddat material.

Reklam

Ingen kommersiell reklam tillåts. Sådana inlägg kan raderas direkt.

Privat eller i tjänsten?

En anställd som bevakar och administrerar sociala medier ska ha godkännande av sin chef. Anställda får använda sociala medier under arbetstid om man representerar kommunen i tjänsten. Kommunen reglerar inte anställdas privata användning av sociala medier.

Yttrandefrihet och lojalitet

Skyddet för yttrandefrihet förbjuder arbetsgivaren att efterforska vem som har yttrat sig. Arbetsgivaren får inte heller genom kritik eller repressalier motarbeta den anställdes rätt att yttra sig. Medarbetare har samtidigt en lojalitetsplikt att utföra sitt arbete enligt arbetsgivarens instruktioner.

Meddelarfrihet

När medarbetare meddelar sig till massmedia förstärks skyddet av yttrandefriheten genom rätten att vara anonym och journalistens möjlighet att hemlighålla sina källor. Meddelarfrihet gäller emellertid inte sociala medier utan bara grundlags- skyddade medier.

Bilaga 6

Stockholm stads riktlinjer

Personligt

Gott bemötande och ett personligt tilltal i sociala medier som i verkliga livet.

Var alltid korrekt, respektfull och använd sunt förnuft.

Tillgängligt

Närvara, lyssna, lära och snabbt ge feedback till stockholmarna på deras frågor, synpunkter och önskemål i de kanaler som de själva använder.

Det kan fungera som ett effektivt sätt att kommunicera direkt med din målgrupp eller för att annonsera om din verksamhet.

Om sociala medier används som en del i din kommunikation är det också klokt att avsätta den tid som krävs för ett aktivt engagemang och återkoppling, annars finns risken att det slår tillbaka på trovärdigheten.

Trovärdigt

Du blir trovärdig genom att vara sanningsenlig, rak och genom att svara på sådant du känner till. Spekulera inte, men hänvisa gärna vidare till andra delar av organisationen när du inte kan svara.

Glöm inte att det är du som är expert på din verksamhet – uttala dig alltid utifrån din expertis!

Tydligt

För dem som inte känner dig är det inte alltid tydligt om du kommunicerar i rollen som anställd i Stockholms stad eller som privatperson. För att undvika tveksamheter ska du alltid presentera vilken del av stadens organisation du representerar och i vilken roll du uttalar dig.

Kom ihåg att du alltid är en ambassadör för Stockholms stad och det gemensamma varumärket när du uttalar dig om stadens verksamhet.

Begripligt

I diskussionsforum och på debattsajter förs ofta livliga diskussioner och det är sällan en god idé att försöka övertyga eller rätta felaktigheter.

Bidra istället med fakta om du upptäcker felaktigheter och länka vidare till bakgrundsinformation på www.stockholm.se. Då kan du sätta detaljfrågor i ett större sammanhang och hjälpa till med att skapa en förståelse för helheten och bakgrund till de beslut som fattas.

Tänk på att informationen ofta ligger kvar länge och också blir sökbar genom Google. Det är fler än de som är aktiva i diskussionen vid tillfället som kommer att läsa det du skriver.

Integritet

En mycket viktig del av vårt arbete och vår trovärdighet bygger på integritet. Du får självklart aldrig sprida sekretesskyddade uppgifter eller information som kan vara integritetskränkande och till skada för individer.

Om du är chef bör du tänka till om det du skriver kan missuppfattas av din personal. Tänk också på vilken information du ger ut om dig själv och vilka eventuella konsekvenser det kan få om du arbetar med känsliga frågor.