# Riktlinjer

# för sociala medier

## Facebook, YouTube, X, bloggar och liknande




Fastställd av Kommunstyrelsen
2026-08-11 § 127

Sollefteå kommun

## Innehållsförteckning

1 Riktlinjer för sociala medier ... 2
1.1 Bakgrund och mål ... 2
1.2 Sociala medier ... 2
1.2.1 Video och foton (YouTube, Instagram och liknande) ... 2
1.2.2 Communities (Facebook och liknande) ... 2
1.2.3 Microbloggar (Twitter/X och liknande) ... 2
1.2.4 Bloggar ... 3
1.2.5 Instant Messaging (Messenger, WhatsApp, Signal och liknande) ... 3
1.2.6 Wikis (Wikipedia och liknande) ... 3
1.2.7 Val av social media ... 3
1.2.8 API:er och webbplatser ... 3
2 Lagar och nationella riktlinjer ... 3
2.1 Sekretess ... 3
2.2 Tystnadsplikt ... 3
2.3 Dataskyddsförordningen (GDPR) ... 4
2.4 Krav på tillgänglighet ... 4
2.5 Krav på serviceskyldighet ... 4
2.6 Vem äger informationen ... 5
3 Organisation och beslut ... 5
3.1 Organisationsstruktur för sociala medier ... 5
3.1.1 Kommundirektören ... 5
3.1.2 Webbredaktören ... 5
3.1.3 Sociala medieredaktörer ... 5
3.1.4 Informationsenheten ... 6
3.2 Planering ... 6
3.2.1 Förteckning av sociala medier ... 6
3.2.2 Hantering av inloggningsuppgifter ... 6
3.2.3 Avsändare och grafiska riktlinjer ... 6
3.2.4 Privat eller i tjänsten ... 6
3.2.5 Personligt ansvar och uppdrag ... 7
3.3 Hantering av synpunkter och kommentarer ... 7
Versionshistorik ... 8
Bilaga 1: Beslutsnivåer för användning av sociala media ... 9
Bilaga 2: Flödesschema för hantering av inkomna svar, kommentarer och synpunkter ... 9

# 1 Riktlinjer för sociala medier

## 1.1 Bakgrund och mål

För att kommunen och dess anställda ska kunna förhålla sig till sociala medier på ett korrekt sätt som både följer etiska och juridiska regler krävs gemensamma riktlinjer som medarbetare och förtroendevalda kan förhålla sig till.

Målet är att ge förvaltning, verksamhet och medarbetare riktlinjer för hur man ska förhålla sig till sociala medier och informationshantering på webbsidor och i appar.

Närvaron i sociala medier ska bidra till att förenkla för medborgare att ta del av information från kommunen. Närvaron ska också vara ett sätt för kommunen att ta del av medborgarnas synpunkter och delta i diskussionen.

Målet är inte att begränsa eller styra de anställda på ett sätt som inskränker deras rättigheter som privatpersoner.

## 1.2 Sociala medier

Det finns många olika typer av sociala medier. Även om flera medier påminner om varandra så skiljer de sig samtidigt åt.

Här presenteras några av de vanligaste typerna av sociala medier och hur man bör tänka när de används i kommunens namn.

### 1.2.1 Video och foton (YouTube, Instagram och liknande)

Vid hantering av bildmedia som film och foton i sociala medier gäller samma regler som vid annan användning av bildmedia.

Om personer kan identifieras ska skriftligt medgivande finnas.

Alla bilder och filmer som publiceras ska ha godkännande från upphovsmannen.

I vissa fall står det i användaravtalet på webbplatsen att bilder och material som publiceras där får användas fritt av webbplatsens administratörer. Om så är fallet ska material där upphovsmannen finns utanför kommunens organisation inte publiceras.
(Läs mer under ”Vem äger informationen?”).

Bilder och filmer från ”privata” tillställningar som till exempel personalträffar bör inte publiceras på webbplatser som kommunen tillhandahåller.

### 1.2.2 Communities (Facebook och liknande)

I en community är det viktigt att hela tiden bevaka kommentarer samt följa och delta i diskussionen. Detta gäller även andra sociala medier med kommentarsmöjligheter, men framför allt i communities eftersom det är dialogen med andra användare i kommentarsfälten som är i fokus.

### 1.2.3 Microbloggar (Twitter/X och liknande)

Microbloggar handlar om att med hjälp av korta meddelanden vara en del av diskussionen och föra en dialog med allmänheten.

### 1.2.4 Bloggar

Bloggar har ofta mer innehåll än andra sociala medier, texterna är längre och kräver mer av skribenten.

Den som sköter en blogg i kommunens namn bör därför ha erfarenhet av att skriva kortare artiklar. En blogg ska också uppdateras 2–3 gånger per vecka om den skrivs i kommunens namn.

### 1.2.5 Instant Messaging (Messenger, WhatsApp, Signal och liknande)

Denna typ av verktyg används när man vill föra en privat dialog med en annan person internt eller externt.

Instant Messaging (IM) skiljer sig från andra sociala medier på så sätt att dialogen inte omedelbart publiceras för en tredje part.

### 1.2.6 Wikis (Wikipedia och liknande)

Om det är aktuellt att lägga till eller redigera information på en wikisida ska alltid informationsenheten kontaktas.

### 1.2.7 Val av social media

Valet av socialt media är styrt av behov och situation. I första hand handlar det dock oftast om att använda Facebook, X (Twitter), Youtube och att blogga.

Rådfråga informationsenheten för att komma fram till vad som passar situationen vid val av kanal inom sociala medier.

### 1.2.8 API:er och webbplatser

Användning av applikationsprogrammeringsgränssnitt (API) och insticksmoduler till webbplatser som används till sociala medier kan innebära risker för både dataintrång och dataläckage.

Kommentarer, information och media från andra källor än kommunen bör inte hämtas in direkt till webbplatsen. Se OWASP Top 10 API Security Risks

# 2 Lagar och nationella riktlinjer

## 2.1 Sekretess

Sekretessbelagda uppgifter samt arbetsmaterial får inte under några omständigheter publiceras eller göras tillgängliga på sociala medier. Detta gäller även om det är möjligt att ställa in det sociala mediet på ett sådant sätt att bara vissa personer kan komma åt informationen.

## 2.2 Tystnadsplikt

De som har en arbetsroll som kräver tystnadsplikt får inte heller i sociala medier yppa sig om sådana uppgifter där tystnadsplikten råder. Detta gäller både i rollen som anställd och i privata sammanhang.

## 2.3 Dataskyddsförordningen (GDPR)

Enligt GDPR är den personuppgiftsansvariga organisationen, dvs kommunen, ytterst ansvarig för behandlingen av personuppgifter.

Den organisation som beslutar om hur personuppgifterna ska användas och behandlas är alltså också ansvarig för behandlingen av personuppgifter.

SKR fastställer i sina rekommendationer för användning av sociala medier att de kommunala verksamheterna är personuppgiftsansvarig för behandlingen av personuppgifter. Detta gäller även när personuppgiftsbehandlingen sker på en extern webbplats.

I Sollefteå kommun är respektive verksamhet ansvarig för behandlingen av personuppgifter i sociala medier.

## 2.4 Krav på tillgänglighet

EU:s webbtillgänglighetsdirektiv (2016/2102) handlar om att säkerställa att offentliga webbplatser och mobila applikationer kan användas av så många som möjligt, inklusive personer med funktionsnedsättning.

Direktivet fastställer minimikrav på tillgänglighet, som att innehåll ska kunna uppfattas, hanteras och förstås av användare med olika behov. Det innebär bland annat

- krav på textalternativ till bilder
- tillgänglig navigering med tangentbord
- tillräckliga kontraster
- begriplig hantering av användargränssnitt
- kompatibilitet med hjälpmedel som skärmläsare.

Webbtillgänglighetsdirektivet kräver att den som tillhandahåller en webbplats eller mobil applikation inom offentlig sektor ska beskriva hur den uppfyller kraven med en tillgänglighetsredogörelse.

## 2.5 Krav på serviceskyldighet

Enligt Förvaltningslagen gäller kravet på serviceskyldighet även sociala medier. Sollefteå kommun har skyldighet att svara om en enskild person ställer en fråga där kommunen är aktiv och inbjuder till kommunikation.

Förvaltningslagen (1986:223, FL)

> 4 § säger att ”Varje myndighet skall lämna upplysningar, vägledning, råd och annan sådan hjälp till enskilda i frågor som rör myndighetens verksamhetsområde. Hjälpen skall lämnas i den utsträckning som är lämplig med hänsyn till frågans art, den enskildes behov av hjälp och myndighetens verksamhet. Frågor från enskilda skall besvaras så snart som möjligt. Om någon enskild av misstag vänder sig till fel myndighet, bör myndigheten hjälpa honom till rätta.”
>
> 5 § ”Myndigheterna skall ta emot besök och telefonsamtal från enskilda. Om särskilda tider för detta är bestämda, skall allmänheten underrättas om dem på lämpligt sätt. Myndigheterna skall också se till att det är möjligt för enskilda att kontakta dem med hjälp av telefax och elektronisk post och att svar kan lämnas på samma sätt.”

## 2.6 Vem äger informationen

Innan du fattar beslut om att skapa ett konto inom sociala medier måste du ta reda på vem som äger informationen som ska publiceras och göra en bedömning om vad som får publiceras.

Rådfråga informationsenheten om vad som gäller i det aktuella fallet.

# 3 Organisation och beslut

## 3.1 Organisationsstruktur för sociala medier

Kommunens officiella kanaler hanteras enligt offentlighetsprincipen och bestämmelser om arkivering.

Den som använder sociala medier ska efter varje större förändring eller anpassning dokumentera uppbyggnad och utseende av de använda sociala medierna. Det kan ske med hjälp av skärmdumpar och minst två gånger per år.

När kommunens officiella e-postadress och/eller telefonnummer används anses uttalanden alltid gjorda i tjänsteutövningen.

*Se Bilaga 1: Beslutsnivåer för användning av sociala media.*

### 3.1.1 Kommundirektören

Kommundirektören har det yttersta ansvaret för förvaltningens kommunikation. Därför har denne mandat över förvaltningens användning av sociala medier samt vilka kanaler och verktyg som är lämpliga för detta.

Kommundirektören utser vilka som ska ha ansvar för det löpande arbetet med sociala medier inom verksamheten.

Kommundirektören ska också säkerställa att det finns tydliga och dokumenterade mål för arbetet med sociala medier och ambitionerna för dessa.

Kommundirektören har alltid rätt att begära stöd och råd från informationsenheten i arbetet med sociala medier.

### 3.1.2 Webbredaktören

Webbredaktören ska löpande följa de kanaler inom sociala medier som finns inom verksamheten samt hålla regelbunden kontakt med de sociala medieredaktörerna.

Webbredaktören ska också upprätta en förteckning över vilka sociala medieredaktörer och kanaler som används inom verksamheten.

### 3.1.3 Sociala medieredaktörer

Sociala medieredaktörer är de som dagligen hanterar sociala medier inom verksamheten.

Den sociala medieredaktörens uppgift ska upprätta en plan där målet med verksamhetens närvaro i sociala medier tydligt framgår och klargöra ambitionsnivån för närvaron. Planen ska kommuniceras till kommundirektören och informationsenheten.

Samtliga sociala medieredaktörer ska ha tagit del av kommunens policy för sociala medier (detta dokument).

### 3.1.4 Informationsenheten

Kommunstyrelseförvaltningens informationsenhet har ett samordnande ansvar för kommunens närvaro på sociala medier.

Informationsenheten ska alltid informeras innan verksamheten väljer att starta en kanal inom sociala medier.

Informationsenheten ska alltid ha tillgång till inloggningsuppgifterna till verksamhetens sociala mediekanaler.

## 3.2 Planering

Innan beslut fattas att starta en kanal i sociala medier ska kommundirektören i samråd med informationsenheten och berörda medarbetare diskutera vilken kanal som passar och vad anledningen till närvaron är.

### 3.2.1 Förteckning av sociala medier

När verksamheten väljer att synas på sociala medier ska den informera informationsenheten om kontouppgifter till mediet och vem som har ansvar för det.

Informationsenheten ska upprätta och underhålla en förteckning över de kanaler som används i officiellt syfte inom kommunen.

### 3.2.2 Hantering av inloggningsuppgifter

Ett konto i ett socialt media ska alltid ha minst två anställda som har tillgång till inloggningsuppgifterna för att säkra att det alltid finns någon som har åtkomst till kontot.

Kontoansvarig ska alltid informera informationsenheten om kontots inloggningsuppgifter: webbadress (URL), användarnamn och lösenord.

### 3.2.3 Avsändare och grafiska riktlinjer

När kommunen upprättar en kanal i sociala medier ska det vara tydligt att det är Sollefteå kommun som är avsändare av informationen. Det kan göras på olika sätt: logotyp som profilbild, texten ”Sollefteå kommun” i namnet eller genom grafiska element.

Sollefteå kommuns grafiska riktlinjer bör följas även i sociala medier i den mån det är möjligt.

För mer information om grafiska riktlinjer, se kommunens grafiska manual samt rådfråga informationsenheten.

### 3.2.4 Privat eller i tjänsten

**Privat kommunikation blir inte allmän handling**
En tjänstemans eller förtroendevalds privata kommunikation på ett socialt media, till exempel Facebook eller X, och som uteslutande sker i privat syfte blir inte allmän handling hos kommunen eftersom kommunikationen inte sker i tjänsten.

**Kommunikation i tjänsten blir allmän handling**
Den kommunikation som en tjänsteman eller förtroendevald gör på olika sociala medier i kommunens namn ska vara godkänd av kommunen för att kunna höra till myndighetens informationsmaterial och därmed utgöra en allmän handling.

För att kommunikationen ska anses ske i tjänsten bör det finnas ett beslut eller annan form av godkännande från behörig arbetsledare.

Följande regler gäller för hur enskild tjänsteman eller förtroendevald bör agera i sociala medier.

- Alla konton i Sollefteå kommuns namn ska anmälas till informationsenheten.
- Sollefteå kommun får endast nämnas som avsändare om det finns ett beslut om detta på förvaltningsnivå.
- Det måste alltid finnas minst två personer som har tillgång till inloggningsuppgifterna till ett konto i Sollefteå kommuns namn.
- Den grafiska manualen ska följas i den mån det är möjligt för att förtydliga att Sollefteå kommun är avsändare. Rådgör med informationsenheten om detta.

### 3.2.5 Personligt ansvar och uppdrag

Som nämnts tidigare har verksamheten ansvar för sin kommunikation.

Varje enskild anställd ansvarar för sin användning av sociala medier.

Det är tillåtet att använda sociala medier för att samla information, ta reda på vad som sägs om kommunen och föra dialog om det gynnar den anställdes uppdrag. Sociala medier får dock inte användas på ett sätt som inskränker det dagliga arbetet.

## 3.3 Hantering av synpunkter och kommentarer

På sociala medier behöver inte alla frågor besvaras av kommunen, utan en diskussion kan ske mellan olika parter på ”vår” plattform. Direkta kommentarer som rimligen förutsätter ett svar ska alltid besvaras omgående.

En enskild befattningshavare som har i uppdrag att arbeta med sociala medier ansvarar för hantering av inkommande synpunkter, svar och kommentarer. Det ska finnas en utsedd ersättare till befattningshavaren.

Flödet vid hantering av inkomna svar, kommentarer eller synpunkter beskrivs i *Bilaga 2: Flödesschema för hantering av inkomna svar, kommentarer och synpunkter*.

Ansvaret innebär att

- besvara inkommande synpunkter som riktas till kommunen,
  eller
- vidarebefordra synpunkter till en befattningshavare som är bättre lämpad att besvara dem, eller
- avpublicera synpunkterna.

Tänk på att svara snabbt på sociala medier och gärna med ett personligt tilltal.

Läsare ska kunna få kontakt med den ansvarige på ett tydligt angivet sätt för att framföra direkta synpunkter.

**Diarieföring**

Meddelanden som skickas till en person som använder sociala media i tjänsten utgör som regel inkomna handlingar. Mottagaren ansvarar för att informationen hanteras på korrekt sätt, till exempel att direktmeddelanden registreras i kommunens diariesystem.

**Följande behöver inte diarieföras**

Information, kommentarer och synpunkter som lämnas i ett publikt forum som är en officiell kanal för Sollefteå kommun och som är tillgänglig för allmänheten.

**Avpublicering**

Kommentarer, synpunkter eller svar som kan antas strida mot gällande lagstiftning, direktiv eller policydokument ska skyndsamt avpubliceras eller raderas. Innan avpublicering ska innehållet i meddelandet och information om avsändaren sparas.

Avpublicerat och raderat innehåll ska behandlas enligt reglerna för allmänna handlingar.

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 utgöra annan brottslig verksamhet
- olovligt bruk av upphovsrättsligt skyddat material
- svordomar eller obscena ord
- kommersiella budskap eller reklam

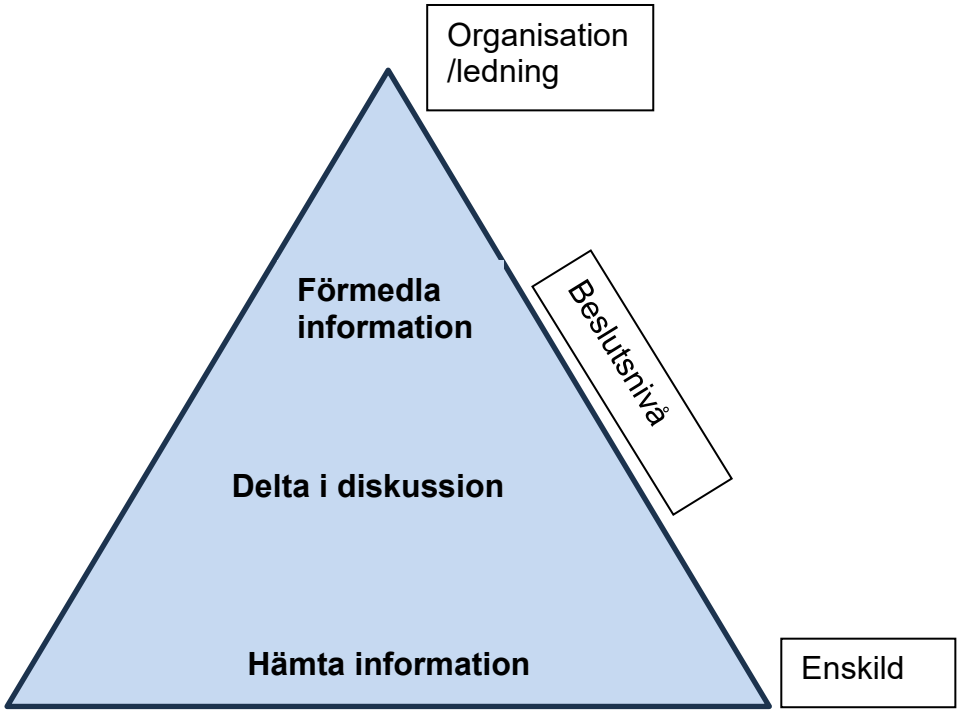
Om tillägg sker i dessa punkter på exempelvis en blogg, ska detta diskuteras med informationsenheten innan det genomförs.

Deltagare på sociala medier ska uppmanas att inte publicera personuppgifter. De ska också informeras om att inlägg i strid med förbudet att publicera personuppgifter som kränker enskildas personliga integritet kommer att raderas.

## Versionshistorik

| | |
|---|---|
| 2012 | Den första versionen av dessa riktlinjer. |
| 2026 | Uppdaterad riktlinje som är anpassad till en gemensam kommunförvaltning med verksamheter och med aktuella titlar på befattningshavare. |

# Bilaga 1: Beslutsnivåer för användning av sociala media



# Bilaga 2: Flödesschema för hantering av inkomna svar, kommentarer och synpunkter

