



## Instruktioner för sociala medier

### Omfattning

I Helsingborgs stad använder vi sociala medier inom många olika områden och på många olika sätt. Alltid beroende på vilka mål vi har med kommunikationen och vilka målgrupper vi arbetar för att nå. Gemensamt för allt vårt kommunikationsarbete i sociala nätverk är att det genomförs med syfte att erbjuda möjligheter till medskapande och dialog. Dessa instruktioner anger vilka rutiner som ska följas och vilka krav som ställs på oss när vi kommunicerar som Helsingborgs stad via sociala medier. Rutinerna omfattar alla stadens förvaltningar.

### Ansvar och beslut

Stadsledningsförvaltningens kommunikationsavdelning ansvarar för stadsövergripande arbete i sociala medier och för alla stadsgemensamma konton. Här ingår kommunikationsansvarig för sociala medier som leder och samordnar det gemensamma arbetet. Varje förvaltning hanterar och ansvarar för sin egen närvaro i sociala medier, såväl strategiskt som operativt. De medarbetare som är utsedda till redaktörer inom sin verksamhet ansvarar också för att dessa rutiner efterföljs. Alla förvaltningar ska också kartlägga sin närvaro i sociala medier och meddela kommunikations-ansvarig för sociala medier när någon förändring av utbudet sker.

På [helsingborg.se/socialamedier](http://helsingborg.se/socialamedier) finns en lista över de konton och kanaler där Helsingborgs stad är avsändare samt information om våra rutiner. Denna uppdateras löpande och varje förvaltning ansvarar för att säkerställa att deras respektive konton finns med. På sidan finns också information om att det som publiceras i våra sociala medier utgör allmänna handlingar.

### Gemensamma rutiner för sociala medier

1. Det ska tydligt framgå att Helsingborgs stad är avsändare för ett konto och det ska vara enkelt för läsaren att kontakta ansvarig verksamhet.
2. Alla konton i sociala medier ska följa Helsingborgs stads varumärkesplattform. Endast stadsgemensamma konton ska ha ett ensamt rätt stadsvapnet som profilbild.
3. Alla stadens konton ska ha minst två utsedda redaktörer. Eventuella inloggningsuppgifter för kontot ska delges kommunikationsansvarig för respektive förvaltning så att hen har möjlighet att logga in vid behov.

4. Allt innehåll som publiceras på Helsingborgs stads konton, eller publiceras som Helsingborgs stad på andras konton, ska ha en tydlig koppling till stadens verksamhet.
5. Inlägg, kommentarer eller frågor som adresseras till staden ska besvaras snabbt och korrekt samt ha ett personligt tilltal.
6. De svar som publiceras ska undertecknas av en redaktör för kontot så att det tydligt framgår att det är en utsedd representant för Helsingborgs stad som uttalar sig.
7. Alla stadens konton ska bevakas flera gånger under arbetstid. För olämpligt material gäller eftermoderering vilket ska ske omedelbart när det upptäckts.
8. Innan olämpligt material raderas ska det sparas ner och skickas till respektive förvaltnings registrator. Redaktören bör också behålla en egen kopia för eventuell polisanmälan eller annan hantering.
9. Inlägg, kommentarer, bilder eller filmer ska skyndsamt tas bort om de innehåller något av följande:
  - Sekretessbelagda uppgifter.
  - Stötande eller rasistiska ord och uttryck.
  - Personangrepp eller kränkningar.
  - Personuppgifter där personen i fråga inte gett sitt samtycke.
  - Brottsligt material.
  - Olovligt nyttjande av upphovsrättsligt skyddat material.
  - Reklaminlägg som inte ligger i linje med kanalens syfte eller inlägg från privatpersoner som inte handlar om Helsingborg eller Helsingborgs stad.
10. Material som publiceras ska hanteras enligt respektive förvaltnings dokumenthanteringsplan och gallringsbeslut.
11. Alla stadens konton ska dokumenteras via en skärmdump en gång per halvår och innan ett konto stängs ner ska allt innehåll sparas ner och skickas till respektive förvaltnings registrator.

### **Mer information**

För mer information, kontakta kommunikationsansvarig för sociala medier Martina Röhmer via e-post [martina.rohmer@helsingborg.se](mailto:martina.rohmer@helsingborg.se) eller telefon 073-231 17 42.

