

# **Anvisningar för innehåll på KI:s centrala webbplats**

Dnr 1-665/2021

Gäller fr.o.m. 2021-10-04



**Karolinska  
Institutet**



## INNEHÅLL

1.	Inledning.....	2
2.	Syfte och målgrupp för dessa anvisningar .....	2
2.1.	Avgränsningar.....	2
3.	Ansvar och administration.....	3
3.1.	Delat ansvar för innehåll.....	3
3.2.	Kontinuerligt innehållsarbete .....	3
4.	Vilket innehåll ryms inom KI:s centrala webb? .....	4
4.1.	Webbplatsen är navet för kommunikation .....	4
5.	Webbplatsens målgrupper .....	5
5.1.	Innehåll bara på ett ställe .....	6
6.	Språk.....	7
6.1.	Du-tilltal .....	7
6.2.	Tvåspråkig webbplats .....	8
7.	Planera ditt innehåll .....	8
8.	Navigation.....	9
8.1.	Samlingssidor .....	9
8.2.	Startsidans uppgift .....	10
8.3.	Meny och genvägar för navigation .....	11
8.4.	Sätt sidan i sitt sammanhang .....	11
9.	Subsajter .....	11
9.1.	Subsajtens meny.....	12
9.2.	Medarbetarportalen.....	12
9.3.	Subsajten utbildning.....	13
9.4.	Institutionernas subsajter .....	14
10.	Sidtyper .....	14
10.1.	Innehållssidor.....	14
10.2.	Nyheter och kalender .....	14
10.3.	Formulär .....	16
10.4.	Landningssidor.....	16
10.5.	Puffar .....	17
11.	Responsivitet .....	17
12.	Komponenter/formatmallar .....	17
12.1.	Rubrik .....	17
12.2.	Ingress .....	18
12.3.	Brödtext .....	18
12.4.	Navigering inom sidan.....	19
12.5.	Länkar .....	19
12.6.	Bild, film och övrigt innehåll som inte är text.....	21
12.7.	Dokument.....	23
13.	Personer på KI.....	24
13.1.	Profilsidor .....	24
13.2.	Forskargrupsidor .....	25
13.3.	Organisationslistor .....	25
13.4.	Kontaktkort.....	25
14.	Uppdaterat innehåll.....	25
14.1.	Utvärdera och fortsatt utveckla innehållet.....	25
15.	Sökoptimerat innehåll .....	26
16.	Ordlista.....	27

<b>Diarienummer:</b> 1-665/2021	<b>Dnr för föregående version:</b>	<b>Beslutsdatum:</b> 2021-10-04	<b>Giltighetstid:</b> Fr.o.m. 2021-10-04 och tills vidare
<b>Beslut:</b> Kommunikationsdirektör		<b>Dokumenttyp:</b> Anvisningar	
<b>Handläggs av avdelning/enhet:</b> Kommunikationsavdelningen, enheten för digitala kommunikationskanaler		<b>Beredning med:</b> Samtliga avdelningschefer vid universitetsförvaltningens avdelningar, AC och huvudredaktörer och AC vid LIME, KI-DS, CNS, Kommunikationsavdelningen och styrgrupp för objektet övergripande plattform för webbkommunikation.	
<b>Revidering med avseende på:</b>			

## 1. Inledning

Karolinska Institutets (KI) centrala webbplats, ki.se ska representera hela KI och kunna svara mot flera målgruppers behov. KI som organisation uppfattas som avsändare av allt innehåll inom webbplatsen. Organisationen ska därför kunna stå för innehållet, vad gäller både fakta och språk, bilder, form och struktur. Allt innehåll ska vara korrekt, heltäckande, uppdaterat och strukturerat på ett överskådligt sätt.

Ett besök på en webbplats ger ofta ett av de första intrycken av en organisation. Ett sådant besök kan ta sin början på vilken sida som helst inom webbplatsen. Som besökare ska man känna igen sig, få svar på sina frågor och kunna få hjälp att lösa de problem man kommer till webbplatsen med.

## 2. Syfte och målgrupp för dessa anvisningar

Syftet med detta dokument är att beskriva hur KI:s centrala webbplats, ki.se, ska användas och hur olika typer av innehåll ska vara strukturerat. Dessa anvisningar är ett komplement till Föreskrifter för innehåll på KI:s centrala webb (Dnr 1-664/2021). De ska fungera som ett stöd för dig som är innehållsansvarig och/eller webbredaktör i ditt dagliga arbete och hjälpa dig uppnå målen med din kommunikation till dina målgrupper.

Som webbredaktör och/eller innehållsansvarig på ki.se ska du känna till och tillämpa dessa anvisningar på det innehåll du skapar och redigerar. Detta gäller oavsett om du endast redigerar enstaka sidor eller har ansvar för större områden av innehåll på webbplatsen.

### 2.1. Avgränsningar

Följande områden omfattas inte av detta dokument annat än som komplement till informationen på de länkade sidorna nedan:

- [Skapa webbplatser och webbsidor på KI](#): Information om hur innehåll som inte placeras på ki.se ska hanteras.
- [Så här skriver vi på Karolinska Institutet](#): Språkregler och riktlinjer kring skrivet språk på KI.
- [Grafisk profil](#) och [Bilder](#): Riktlinjer kring hur KI använder bild i kommunikation.
- [Webbpublicering](#): Hur de verktyg (CMS, sökmotor, analysverktyg och liknande) som används på KI fungerar och andra närliggande webbfrågor.
- [Manual för redaktörer ki.se](#): Instruktion för hur du gör när du skapar ditt innehåll i det CMS vi använder.
- Anvisningarna i detta dokument utgår från att allt innehåll på ki.se ska vara tillgängligt, men detaljer för vad som behövs för att följa ”Lagen om tillgänglighet för offentlig service” finns beskrivet här: [Tillgänglighet på webben – vad krävs av dig som redaktör](#).

För dig som inte läser detta dokument digitalt finns samtliga av dessa länkar (direkt eller något steg ner i strukturen) på denna webbsida:

<https://medarbetare.ki.se/kommunikationsstod>.

I slutet av dokumentet finns en ordlista som förklarar ord och begrepp inom anvisningarna.

### 3. Ansvar och administration

Kommunikationsavdelningen har det övergripande ansvaret för KI:s webbplats, men ansvaret för innehållet följer KI:s besluts- och delegationsordning.

Ansvar för innehåll på webbplatsen är fördelat operativt på funktionerna innehållsansvarig och webbredaktör. När större ändringar ska göras och större mängder (fem sidor eller fler) nytt innehåll tillförs ska du rådfråga huvudredaktör/koordinator för aktuell del av sajten, eller [webbförvaltningen](#) om placering och struktur.

#### 3.1. Delat ansvar för innehåll

Alla sidor ska ha en innehållsansvarig. Att vara innehållsansvarig innebär att du har ansvar för innehållet på en enskild sida eller ett större område av webbplatsen.

**Innehållsansvarig** har ansvar för att innehållet

- är korrekt
- är heltäckande, det vill säga innefattar all information som behövs för att sidan ska uppnå sitt syfte
- är uppdaterat
- svarar mot användares behov.

Rollen som innehållsansvarig ska vara tilldelad en person, inte en funktion, avdelning eller enhet. Som innehållsansvarig behöver du veta vilket innehåll du är ansvarig för och vem du ska vända sig till för att uppdatera ditt innehåll, om du inte själv är webbredaktör.

För nyheter är den som har skrivit nyheten innehållsansvarig, inte personen nyheten handlar om.

**Webbredaktör** har ansvar för

- att informationen är anpassad för webben
- informationens struktur och sammanhang
- text, bild och form hjälper användaren att hitta och göra rätt.

#### 3.2. Kontinuerligt innehållsarbete

Som webbredaktör och innehållsansvarig ska du kontinuerligt underhålla och utvärdera ditt innehåll. Om du inte har tid att ta detta ansvar bör du överväga om du kan förenkla ditt innehåll eller om webbplatsen är rätt plats för informationen.

Webbplatsen blir mer effektiv, och användarupplevelsen mer positiv, om webbplatsen består av få väl strukturerade sidor och ett korrekt och uppdaterat innehåll.

## 4. Vilket innehåll ryms inom KI:s centrala webb?

När KI:s verksamhet presenteras digitalt, och KI är avsändare av informationen, ska det göras inom ramen för KI:s centrala webbplats, ki.se.

### Utgå från besökarens behov

För att webbplatsen ska upplevas som enhetlig ska allt innehåll inom ki.se hänga ihop vad gäller struktur, tilltal, språk och form. Som redaktör ska du vara medveten om att ditt innehåll är en del av en större kontext och att besökaren inte kan förväntas veta hur KI är organiserat.

Ett bra innehåll på webben svarar på en fråga eller hjälper besökaren att lösa ett problem. Som avsändare ska du veta vad ditt mål med innehållet är, vem det skapar nytta för och vad den nyttan är.

Du ska utgå från besökarens behov och den situation hen befinner sig i när du strukturerar och placerar ditt innehåll. Den innehållsansvariges behov av att samla ”sin” information inom ki.se är sekundärt. Innehåll ska vara placerat under de rubriker besökaren förväntar sig.

Exempel 1: Biomedicum och Ana Futura är två forsknings- och utbildningsbyggnader på KI. På webbplatsen så presenteras de integrerat med övrig information beroende på målgrupp. Information till de som arbetar i huset finns på medarbetarportalen, information om den forskning som sker i huset presenteras tillsammans med övrig forskning, information för den som ska besöka huset finns tillsammans med övrig kontaktinformation och så vidare. De presenteras *inte* som egna webbplatser, med språkligt tilltal, färg, form, struktur och egen logo som inte återfinns på andra ställen på webbplatsen.

Exempel 2: En forskningsstudie behöver hitta lämpliga försökspersoner. Detta ska presenteras tillsammans med övriga annonser för försökspersoner. Rubriken ska vara skriven på ett likartat sätt och strukturen ska gå att känna igen mellan olika annonser.

### 4.1. Webbplatsen är navet för kommunikation

Webbplatsen ki.se ska vara huvudkanalen för information till KI:s målgrupper. Information med KI som avsändare i andra medier, till exempel analog eller digital annonsering, nyhetsbrev eller sociala medier, ska därför även finnas tillgänglig på ki.se. På så sätt kan en besökare verifiera att KI är avsändaren.

Exempel: Jag har läst på Facebook om en studie som söker försökspersoner. Är det här en seriös studie som Karolinska Institutet står bakom?

Webbplatsen är också huvudkällan för intern kommunikation – det ska räcka som medarbetare och student att gå till en källa för att få all nödvändig information. Bloggar, nyhetsbrev, mail, digitala tjänster och liknande är komplement och indragare till webbplatsen.

## 5. Webbplatsens målgrupper

Webbplatsen ki.se vänder sig till flera olika målgrupper. Dessa målgrupper har olika behov, olika användarmönster och olika kännedom om KI som organisation.

Viktiga målgrupper för webbplatsen är:

- Befintliga studenter
- En medicinskt intresserad allmänhet
- Medarbetare (anställda och anknutna)
- Presumptiva studenter
- Potentiella medarbetare
- Samarbetspartner och bidragsgivare

### En besökare kan tillhöra flera målgrupper

En enskild person kan besöka webbplatsen i flera olika ärenden. En sida ska ha fokus på ett av dessa ärenden snarare än att täcka in allt en enskild besökare kan tänkas behöva.

Exempel: Jag, som forskarstuderande, behöver ta reda på hur jag formger min avhandling för tryck. Jag behöver *inte* övrig information kring min utbildning eller min disputation just nu.

Webbplatsen är indelad i olika delar som kan vända sig till en eller flera målgrupper, beroende på situation. En besökare ska inte i förväg behöva avgöra vilken målgrupp hen är eller veta var på webbplatsen innehållet finns. För besökaren ska kommunikationen på webbplatsen upplevas som enhetlig och det ska vara tydligt att KI är avsändare.

### Besökarens intention ska styra innehållet på sidan

En enskild sida ska ha en och samma ”du” för hela sidan, se avsnitt 6.1 Du-tilltal. När jag behöver hitta till en lokal på KI är detta behov detsamma oavsett om jag är medarbetare, student eller besökare. Informationen ska finnas på en plats som jag upplever vänder sig till mig oavsett vilken av dessa roller jag har, till exempel ”Om KI”.

Om man ser alla i en viss situation, till exempel de som behöver hitta till en viss lokal, som målgrupp för en sida kan man alltså säga att en person kan tillhöra flera målgrupper beroende på orsaken till besöket i det givna tillfället.

Exempel: Jag ska inleda en rekrytering och behöver veta och förstå vilka regler och riktlinjer jag behöver förhålla mig till inför att vi ska utforma en annons. Detta behov är detsamma för mig oavsett om jag är chef, arbetar med HR-frågor eller av annan anledning ska delta i rekryteringen. Jag förväntar mig att hitta denna information samlad på ett ställe eftersom alla vi som behöver denna information ingår i målgruppen trots att vi i övrigt har olika roller.

Innehåll som i sin helhet och endast vänder sig till medarbetare på KI ska ligga på medarbetarportalen (medarbetare.ki.se). Innehåll som i sin helhet och endast vänder sig till befintliga eller potentiella studenter ska ligga på utbildning.ki.se. Innehåll som vänder sig till båda dessa grupper eller fler ska ligga på någon av de andra delarna av ki.se, exempelvis Om KI.

### 5.1. Innehåll bara på ett ställe

Innehåll ska inte dupliceras inom webbplatsen. Som innehållsansvarig eller webbredaktör äger du ett sakinnehåll, inte en målgrupp. Det är **inte** ditt ansvar att ta hand om målgruppens alla behov.



Du ska inte beskriva sådant som finns på andra ställen på webbplatsen, du ska fokusera på din del och hänvisa till övrigt innehåll inom sajten genom att länka till det. Du ska inte kopiera och skriva om information. Att samma eller nästan samma information finns på flera ställen inom webbplatsen skapar osäkerhet hos besökaren.

Exempel: Du har fått ansvarat att skapa innehåll för nya studenter på webben. För nya studenter finns det saker som de behöver förstå och känna till just då, till exempel hur man skaffar passerkort, aktiverar sitt studentkonto och liknande. Denna information finns redan beskriven på sajten och du ska inte skriva det igen, du ska länka till den. Det finns mer information som man behöver känna till när man är student på KI, men försök hålla information till nya studenter fokuserad på de saker som är viktiga just när man är ny. Du kan sen lägga *en* länk till det område av sajten som samlar information till våra befintliga studenter.

Du som har ansvar för den samlade informationen till våra befintliga studenter kan då i stället undvika att lista allt som man oftast bara gör när man är ny. Du ska ha fokus på det du behöver oavsett hur länge du har varit student på KI. Du kan självklart lägga en länk till den samlade informationen för nya studenter, men du behöver inte återupprepa hela innehållet på din sida.

Börja skriv om det som är gemensamt för hela målgruppen för sidan. Fokusera sen på det som är unikt för ett fåtal. Om du märker att det unika är för lite för att utgöra en egen sida lägg den information längst ner på sidan med en tydlig rubrik så att jag som besökare förstår vad som är riktat till just mig.



Exempel: Låt oss säga att det finns en sida som vänder sig till alla som ska delta i ett medarbetarsamtal. Den som ska leda ett medarbetarsamtal behöver ha viss kunskap med sig in i samtalet. Som medarbetare behöver man inte all den informationen. Sidan om medarbetarsamtal ska då ha det som både ledare och deltagare behöver veta överst. Längst ner kan djupdykningen för chefer och ledare placeras under rubriken "För dig som ska leda ett medarbetarsamtal".

### Förbättra gemensamt innehåll

Det är ditt ansvar att kontakta de ansvariga (webbredaktörer och innehållsansvariga) med förbättringsförslag när du som webbredaktör upplever att den befintliga informationen inte är tillräckligt tydlig för att fungera tillsammans med ditt innehåll. Du kan även ta hjälp av [webbförvaltningen](#) i detta arbete.

## 6. Språk

Språket i offentlig verksamhet ska vara vårdat, enkelt och begripligt. Följ [så här skriver vi på Karolinska Institutet](#). Utöver detta ska du även ha följande i åtanke när du skriver för webben.

- När besökare läser en text på webben har de ofta bråttom och skummar texten. Erbjud besökaren stöd genom att använda mellanrubriker, listor och fetstil (läs mer under avsnitt 12. Komponenter/formatmallar).
- Var konsekvent. Blanda inte begrepp och synonymer för att beskriva en och samma sak.
- Använd de ord som besökaren använder. Om du vet att "det rätta" ordet inte är det som besökaren använder så behöver båda orden finnas med i texten, så att besökaren förstår att hen har hamnat rätt. Till exempel "Fysioterapi, tidigare kallat sjukgymnastik".
- Skriv i aktiv form, och undvik passiv-s:et på verb. Skriv "Ministern besökte KI" i stället för "KI besöktes av ministern" eller "Använd munskydd i labbet" i stället för "Munskydd används i labbet".
- Använd korta ord. Skriv hellre "beskrivning av rutiner för säkerhet" än "säkerhetsrutinbeskrivningar".
- Skriv korta meningar, undvik bisatser och stickspår.

### 6.1. Du-tilltal

Var personlig och tydlig med vem du som avsändare är. KI uppfattas som avsändare för all information på ki.se, men du kan ändå tydliggöra att det finns en ansvarig person bakom texten.

Eftersom du vet vem du vänder dig till så kan du också skriva direkt till den personen. Använd därför ett du-tilltal i all information som ska leda till en handling. Om du märker att sidan börjar spreta i du-tilltalet, det vill säga när delar av innehållet vänder sig till någon annan, ska du skapa ännu en sida.

På engelska kan du-tilltalet låta lite försvenskat, men i de fall texten uppmanar till handling ska det ändå vara tydligt vem det är som ska utföra den.

## 6.2. Tvåspråkig webbplats

Webbplatsen är tvåspråkig, det betyder att allt innehåll ska finnas på svenska **och** engelska. Du får inte blanda språk inom en och samma sida. Det får inte förekomma svenskt innehåll på en engelsk sida eller tvärtom.

Även när du vet att flertalet av besökarna primärt använder ett språk ska du ändå skapa en motsvarande sida på det andra språket och, som minst, översätta rubrik och ingress. Då finns sidan i navigationen och de viktigaste orden och begreppen finns översatta för den som söker och surfar på webbplatsen på det andra språket.

Undantaget är innehåll som vänder sig endast till en målgrupp som avsändaren vet **endast förstår** svenska eller engelska, till exempel information till gästforskare från andra länder om vad man behöver veta inför en flytt till Sverige.

## 7. Planera ditt innehåll

När du skriver för webben gäller andra regler än när du skriver för tryck där du kan kontrollera helheten, sammanhanget och i vilken ordning besökaren får informationen.

När du planerar ditt innehåll ska du fokusera på den information eller uppgift som är slutmålet för en besökare. Är detta en eller flera sidor? När du vet det kan du fundera på hur besökare ska hitta dit. På vilken subsajt bör innehållet placeras? Är det flera sidor som ska knytas ihop, till exempel med en puff på en befintlig landningssida eller på en egen landningssida.

Det är oftast först på en sida som besökaren når sitt mål och kan lösa sin uppgift. Därför ska du fokusera på det, kärninnehållet, mer än på samlingsidor som bara slussar besökaren vidare till slutmålet.

### Det viktigaste först

När du strukturerar din webbsida ska du utgå från besökarens vanligaste mål på sidan. Det viktigaste, mest eftersökta, ska vara överst. Bakgrund och detaljer ska komma längre ner på sidan. I tidningsvärlden brukar man säga att en artikel ska kunna strykas nerifrån. Detta gäller även för en webbsida.

Exempel 1 Om du ska informera om ett beslut så ska vad som är beslutat och vad det innebär för den som läser texten komma före informationen om vem som har fattat beslutet och vad det fanns för skäl till att beslutet fattades.

Exempel 2: Om sidan handlar om hur man bokar en tjänsteresa behöver länken till bokningssystemet finnas i toppen.

### Länka till relaterat innehåll

Du ska alltid länka till relaterat innehåll inom webbplatsen. Ta hänsyn till hela webbplatsen, inte bara det innehåll som du själv ansvarar för. Om du bara länkar till ditt eget innehåll finns det risk för att besökaren upplever sig hamna i en loop. Besökaren upplever webbplatsen som en och samma, ta hänsyn till det när du bygger länkar.

### Långa sidor

Grundprincipen för ki.se är långa sidor. En sida är med fördel lång, så länge den handlar om samma ämne och vänder sig till samma målgrupp. En lång sida med mycket information kring en fråga är mer användarvänligt än flera korta sidor:

- Besökaren kan känna sig säker på att ha fått all information (komplett, korrekt och uppdaterad) som finns i en viss fråga.
- Du kan kontrollera ordningen på information.

## 8. Navigation

Som besökare vill man ha svar på en fråga eller lösa ett problem. Därför söker man tydlig information, både i innehåll och navigering.

Detta är något du som webbredaktör, behöver arbeta medvetet och aktivt med. Du ska ta hänsyn till relaterad information inom webbplatsen och hjälpa besökaren förstå var hen är och hur hen kommer vidare.

Det ska framgå på varje sida vilket sammanhang man är i, vem sidan vänder sig till och hur man kan ta sig vidare inom webbplatsen.

### Din sida är en möjlig startpunkt

Varje enskild sida kan vara den första sidan en besökare hamnar på vid ett besök på webbplatsen och därmed det första intrycket besökaren får av KI. Det är också den potentiella startpunkten från vilken man ska kunna orientera sig. En sida ska inte vara beroende av att besökaren har kommit från en annan specifik sida.

### 8.1. Samlingsidor

För att skapa struktur använder ki.se sig av så kallade ”samlingsidor” som samlar länkar till övriga sidor så att en besökare kan navigera på webbplatsen. Uppgiften för en samlingsida är att slussa en besökare vidare till innehållssidor, nyheter eller liknande. Av det skälet ska den inte innehålla unik information.

En samlingssida kan ha fokus på en specifik målgrupp eller samla information kring en viss fråga. Den ska inte ha mer information än besökaren kan förväntas få grepp om när hen är på jakt efter svar. Den ska inte heller ha mer innehåll än en webbredaktör kan ta hand om.

Exempel: En sida som samlar information till nya studenter ska inte länka till alla sidor som studenten behöver känna till under sin studietid. Det räcker att ta upp det som är viktigt att förstå när man är ny. Vill man ge mer lägger man *en* länk till en annan sida för befintliga studenter.

Innehåll på samlingssidor kan vara relativt statiskt. Det är viktigare att information känns relevant och leder besökaren vidare till målet för besöket. Då kan det finnas en fördel att man känner igen sig.

Det kan finnas ett nyhetsflöde, men det är sällan det viktigaste på sidan och ska därmed inte ligga i topp.

### Återkommande besökare

Ofta återkommande besökare accepterar många länkar, eftersom de vet var de ska och vill gå kortaste vägen till mål. De kan ta in mer innehåll, eftersom de tillbringar mer tid på sidan. Länkar ska ta mer plats än bilder och sidhuvudet får ta mindre plats så att man fortare kommer till innehållet. En sådan sida kan med fördel använda komponenter som plattar till strukturen, till exempel puffar som samlar flera länkar under olika rubriker.

### Nya besökare

Fokus på en sida med många nya besökare ska vara att skapa en tilltalande och tydlig överblick. Nya besökare kan bli överväldigade av för matiga startsidor som överöser dem med information. Ha alltid en toppbild och försök undvik fler än nio länkar i en meny. Puffarna, som används för fördjupande och/eller växlande innehåll, ska vara så kallade ”rikare länkar”, med bild, rubrik och en sammanfattning som tillsammans lockar till mer läsning.

## 8.2. Startsidans uppgift

Webbplatsens startside ska förklara vad KI är, vad vår kärnverksamhet består av och hur besökaren kan interagera med KI. Den ska också hjälpa besökaren att hitta rätt och navigera på webbplatsen. Långt ifrån alla besök tar sin början på startsidan, men när de gör det tror besökaren sig veta att KI har det innehåll hen letar efter. Man går också till startsidan för att börja om inom ett besök.

Startsidan ska

- ge ett positivt intryck av KI.
- innehålla tydliga ingångar för presumtiva studenter och potentiella medarbetare.
- kännas aktuell. En översyn någon gång i månaden täcker oftast det behovet.
- lyfta permanent innehåll oftare än nyheter och kalenderhändelser.

När det sker något inom eller utanför KI som kan förväntas locka en stor mängd nya besökare till webbplatsen ska detta få en central plats på startsidan, till exempel ansökningsperiod för universitetsutbildningar eller offentliggörandet av Nobelpriset i fysiologi eller medicin.

### **Bild/film**

Om man har en rörlig bild/film på startsidan vars syfte är att bidra till ett positivt intryck ska denna inte ta så mycket uppmärksamhet att det blir svårt att få en överblick över övriga komponenter. Kameran ska ha en fast position, så att motivet, inte kameran står för rörelsen i bilden. Om det visar utomhusmiljöer ska det vara från den årstid som vi befinner oss i.

## **8.3. Meny och genvägar för navigation**

För att underlätta för en besökare att förstå webbplatsens uppbyggnad finns en huvudnavigation (huvudmeny/genvägar) som är åtkomlig från alla sidor. Länkarna är statiska, innehåll byts sällan ut eller fylls på. Besökaren ska känna igen sig och inte behöva stanna och läsa.

## **8.4. Sätt sidan i sitt sammanhang**

Ingen sida ska existera utan ett sammanhang. När du skapar en sida ska du fundera på vilket sätt sidan kompletterar övrig information på webbplatsen och säkerställa att det finns vägar vidare till relaterat innehåll.

Varje sida ska placeras så att navigationen blir logisk för besökaren. Det ska finnas en inbördes hierarki mellan sidor. Det ska alltid framgå hur en sida är kopplad till en annan sida i denna hierarki.



Du kan också komplettera innehållssidan med länk till en sida högre upp i eller lite vid sidan om den tänkta strukturen om det hjälper besökaren att förstå sammanhanget.

Exempel: En core-facilitet som presenteras på sin institutions subsajt ska ha väg tillbaka till den sida på subsajten forskning som samlar alla core-faciliteter.

## **9. Subsajter**

Eftersom ki.se vänder sig till flera olika målgrupper och hanterar en stor mängd innehåll är webbplatsen indelad i flera mindre delar, så kallade subsajter. Varje subsajt har en egen startpunkt och en egen meny. Det kan upplevas som att man kommer till en ny webbplats inom ki.se. Besökaren väljer därmed automatiskt bort andra delar av webbplatsen som skapar onödigt brus på väg mot målet för besöket.

### **Gemensam design och struktur på hela webbplatsen**

Webbplatsens subsajter använder samma komponenter och samma principer för navigation och utseende. Det är **en** webbplats och besökaren ska inte behöva ha förkunskaper kring webbplatsens struktur för att kunna hitta den information som hen behöver.

## 9.1. Subsajtens meny

Subsajten har en egen startsida och en egen toppmeny (tre till åtta rubriker) med samlingssidor. Menyn får bara peka på sidor inom subsajten. Texten i meny-länken kan vara en förkortad version av sidans rubrik (se avsnitt 12.1. Rubrik), eftersom sammanhanget här är mer självklart än när jag landar på sidan.

Exempel: Sidan Infrastruktur och resurser för forskning länkas till från toppmenyn på subsajten [ki.se/forskning](http://ki.se/forskning). I länken i menyn står det bara "Infrastruktur".



Det som styr vilken subsajt innehållet ska ligga på ska vara baserat på målgruppen och under vilken rubrik och i vilken kontext de förväntar sig hitta innehållet.

Exempel: En sida om en fristående kurs ska inte ligga på en institutions subsajt även om institutionen håller i kursen. Den ska ligga tillsammans med information om alla fristående kurser på den subsajt som håller övrig information om utbildningar på KI.

### Webbplatsens olika subsajter

KI:s webbplats följer samma innehållsstruktur som de flesta andra svenska universitets webbplatser, med sektioner för utbildning, forskning, samverkan och om universitetet. Utöver dessa har KI:s webbplats några andra sektioner.

## 9.2. Medarbetarportalen

Medarbetarportalen, som är en subsajt inom [ki.se](http://ki.se), vänder sig till medarbetare, det vill säga anställda och anknutna, på KI. Medarbetarportalen är inget intranät i traditionell betydelse (endast tillgänglig inom organisationens eget nätverk) då majoriteten av innehållet är publikt och därmed åtkomligt för alla med tillgång till internet. Det finns vissa delar som kräver inlogg med KI-ID.

Innehållet på Medarbetarportalen är till största delen publikt. Många av KI:s medarbetare har sin anställning inom andra organisationer och har inte alltid tillgång till KI:s nät. En öppen medarbetarportal underlättar arbetet för dem.

Innehåll på Medarbetarportalen ska uppfylla två kriterier:

- 1) Uteslutande vända sig till medarbetare på KI.
- 2) Ha praktiskt nytta i arbetet på KI, antingen genom verktyg, stöd och instruktioner för hur jag ska hantera arbetsuppgifter eller genom rutiner och riktlinjer kring min anställning och mitt uppdrag.

### Rikta innehåll till grupper av medarbetare

På medarbetarportalen finns möjligheten att rikta innehåll till grupper (en eller flera) av medarbetare. Detta görs genom att lägga till innehåll, så kallade lokala tillägg, på befintliga sidor. Den medarbetare som är inloggad och som har rätt behörighet kommer därmed att se det lokala tillägget som en del av en övergripande sida. Syftet med detta är att hålla samman informationen, så att du inte behöver skapa parallella sidor med information som bara gäller ett urval av målgruppen för sidan.



Oavsett om besökaren navigerar genom att klicka sig fram i en länkstruktur eller genom att söka finns det bara en sida och besökaren kan känna sig trygg med att ha fått all information hen behöver.

Exempel: När du är sjuk och behöver veta vilka rutiner som gäller och hur du gör för att sjukanmäla dig finns den informationen samlad på en och samma sida. Den sidan består av en del som är samma för alla medarbetare och en eller flera delar som gäller just dig, till exempel vem på din institution eller avdelning du ska meddela att du är sjuk.

Du kan också rikta och/eller låsa nyheter och kalenderposter till grupper av medarbetare. Riktade nyheter och kalenderposter kan läsas av alla på KI, men en oinloggad medarbetare måste aktivt söka upp dem. Låsta nyheter och kalenderposter kan bara ses av dem med rätt behörighet.

### Kombination av centralt innehåll och specifikt innehåll

Många korta sidor kring ett ämne ställer väldigt höga krav på länkstruktur och kontext. Därför är grundprincipen för innehåll på ki.se långa sidor (se avsnitt 7. Planera ditt innehåll). Men eftersom en sida på medarbetarportalen kan bestå både av en öppen del och en del som bara en vald grupp kan se måste man här göra avkall på den principen. För att den låsta delen ska passa ihop med det riktade tillägget behöver innehållet ibland delas upp i mindre delar.

Exempel: Området laboratorieavfall skulle kunna vara en lång sida som behandlar hur och var man ska hantera olika typer av avfall. I de olika byggnaderna kan det skilja sig åt beroende på vilken typ av avfall det rör sig om. Kemiskt avfall kanske slängs på plan fyra i en byggnad eller i soprummet på markplan i en annan. Området laboratorieavfall kan därför delas in i mindre sidor, till exempel en för kemiskt avfall och en annan för radioaktivt avfall, så att man snabbt kan se vad som gäller i stort på KI, men också specifikt i den byggnad man arbetar i.

### 9.3. Subsjten utbildning

Inom subsajten utbildning (utbildning.ki.se) presenteras KI:s utbildningsutbud. Med samma princip som för medarbetarportalen ska endast information som vänder sig uteslutande till presumtiva och befintliga studenter finnas här. När informationen har en bredare målgrupp ska den ligga på en annan subsajt inom webbplatsen.



Vissa utbildningar ges endast på svenska eller engelska; för dessa räcker det att informationen finns på det språk som utbildningen ges. Detta är ett undantag från principen om att allt innehåll ska finnas på två språk.

#### 9.4. Institutionernas subsajter

Varje institution har en egen subsajt på KI:s centrala webbplats. Innehållet på institutionens subsajt ska vara riktat till externa målgrupper och syfta till att öka kännedomen om institutionens arbete och organisation.



Institutionernas subsajter ska **inte** användas i stället för eller som komplement till medarbetarportalen. Information som institutionens medarbetare behöver i sitt arbete ska finnas på medarbetarportalen. Du kan länka från institutionens subsajt till medarbetarportalen.

### 10. Sidtyper

Det finns några olika sidtyper att utgå från när du bygger upp ditt innehåll.

#### 10.1. Innehållssidor

Den vanligaste innehållssidtypen på ki.se är ”sida” (page). Men det finns några ytterligare sidtyper som faller under kategorin innehållssidor (till exempel Course page, Programme page, Programme web page, Course web page och Form page).

Innehållet på en sida ska alltid vara uppdaterat, och besökaren kommer att uppleva informationen som gällande. Undvik därför ord och termer som gör att information känns tidsbunden på en sida. Det ger dig som redaktör mer jobb att underhålla sidan och det gör att besökaren måste tänka efter för att vara säker på att sidan är aktuell.

Exempel: Meningen ”KI har en ny återförsäljare av studentlitteratur” är tidsbunden och hjälper inte mig som student när jag behöver köpa litteratur. Jag vill veta var jag ska vända mig och hur jag ska gå tillväga. Skriv i stället ”KI:s återförsäljare av studentlitteratur är...” eller ”Du kan köpa din studentlitteratur på...”

#### 10.2. Nyheter och kalender

Nyheter, driftinfo och kalenderhändelser skapas i en egen subsajt, nyheter.ki.se. Alla nyheter och aktuella kalenderhändelser för alla målgrupper publiceras där. Dessa visas upp i listor runt om på webbplatsen.



Med hjälp av metadata som målgrupp, plats, organisation och ämnestaggar kan du välja var en viss nyhet eller en viss händelse ska visas upp. Använt på rätt sätt är detta en möjlighet att få ett varierat och intressant innehåll på din sida och samtidigt få spridning av din egen nyhet eller händelse.



Du kan inte utesluta att nyheten/händelsen även syns i andra listor som visar upp innehåll baserat på ett annat urval av metadata som nyheten/händelsen också matchar. Du som webbredaktör måste vara medveten om att den artikel (nyhet eller händelse) du skapar är en del av webbplatsen och måste därför följa den form och det tilltal som gäller för allt innehåll.

Alla nyheter och kalenderhändelser finns också samlade i Nyhetsarkivet och i KI-kalendern, där man kan söka och sortera fram en lista utifrån vad man som besökare vill se.

### **Kalenderhändelse**

Underlätta för den tilltänkta målgruppen att hitta din händelse genom att alltid göra en kalenderhändelse av ditt evenemang eller händelse, oavsett om det finns andra webbsidor som också beskriver händelsen.

Exempel: En stor konferens presenteras på en landningssida med flera undersidor. Samma konferens måste också presenteras i en kalenderhändelse som kompletterar och/eller länkar till övrigt innehåll på landningssidan.

### **Nyhet**

En nyhet är ett meddelande om något som är okänt sedan tidigare och som jag inte behöver hitta tillbaka till igen när jag väl har läst och tagit till mig innehållet. En nyhet är tidsbunden och det därför ska framgå tydligt när den är publicerad. Sidtypen ”nyhet” passar därför bra för innehåll som blir daterat, till exempel ett nytt forskningsresultat.

Du ska inte behöva uppdatera nyheten. Men webbplatsen blir bättre när du som webbredaktör arbetar kontinuerligt med alla innehållstyper och säkerställer att allt innehåll ger ett mervärde för besökaren. Du ska arbeta aktivt med att hålla kontexten levande, till exempel genom att ange relevanta ämnestaggar, sätta datum för avpublicering eller länka till nytt relaterat innehåll.

Om det som berättas i nyheten övergår till permanent information ska det ligga på en innehållssida. En nyhet kan beskriva vad som är nytt och länka till innehållssidan som även den har kompletterats med den nya informationen.

Exempel: Studenthälsan har nya, utökade mottagningstider. Detta är en nyhet. När jag går till studenthälsans sida så står de aktuella öppettiderna också där, men utan kommentar om att det var andra tider förut.

### **Driftinfo**

Driftinfo används för att meddela studenter och medarbetare om tillfälliga störningar i de miljöer (fysiska eller digitala) de använder. Precis som nyheten är driftinfo tidsbunden, men måste hållas uppdaterad. Ansvaret för att uppdatera driftinfo åligger den som först publicerade den.

### Metadata styr var nyheter, kalenderhändelser och driftinfo visas

Som webbredaktör kan du inte bestämma att andra webbredaktörer inte får använda ett visst metadata för att du vill kontrollera ett visst flöde. Du ska inte heller använda metadata för att trycka ut en nyhet eller händelse där den inte passar in. Du ska till exempel inte ange en institution i din kalenderhändelse om inte den institutionen är värd eller någon från institutionen bidrar till eventet.

### 10.3. Formulär

Kontaktformulär ska användas om du vill ha återkommande information från en besökare som ställer en fråga för att kunna svara och återkoppla på ett bra sätt.

### 10.4. Landningssidor

Det finns flera typer av samlingssidor på ki.se. Den vanligaste är landing page, men det kan också vara till exempel programme web landing page eller front page. Principen det viktigaste först gäller även för landningssidor.

Exempel: I ansökningstider ska en länk till ansökan.se vara en av de första saker man ser på en sida som vänder sig till potentiella studenter. Den ska vara formulerad som en uppmaning till handling; Ansök till läkarprogrammet senast 15 mars!



En landningssida ska ha en meny som länkar vidare till de sidor den ska hålla ihop. Rubrikerna i den menyn ska vara relativt statiska, tydligt åtskilda från varandra, innefatta ungefär lika stora mängder innehåll av samma dignitet.

Exempel 1: Rubrikerna Utbildningar, Grundkurser och Grundutbildningar är inte tillräckligt åtskilda från varandra. Det är svårt att förstå skillnaden på innehållet bara av att läsa rubrikerna.

Exempel 2: En landningssida som handlar om en forskargrupp kan ha menylänkarna Publikationer, Projekt, Om oss. De är förhållandevis fasta, lagom stora och likvärdiga kategorier.

Längre ner på sidan finns utbytbara innehåll i form av tillfälliga puffar som till exempel tar upp senaste publikationerna eller en ny spännande forskningsnyhet från gruppen.

Sidan kan också hålla puffar av olika slag som länkar vidare till annat innehåll eller bäddar in nyheter, kalender, filmer eller liknande.

På en sida utan meny blir puffarna navigationen, då ska puffarna användas på ett sätt som gör det tydligt vad som är permanent innehåll på sidan och vad som är mer växlande eller fördjupande innehåll. Du kan till exempel vilja undvika att menyn bara länkar vidare till nya landningssidor. Då kan du använda puffar som samlar flera länkar under en rubrik.

## 10.5. Puffar

Puffar (även kallade promos eller rikare länkar) ska skapa engagemang och locka till mer läsning. Puffar ska användas och grupperas på ett konsekvent och genomtänkt sätt på sidan.

Puffar ska **inte** användas om du bara vill ha en länk med ett eller några få ord, detta ska du i stället göra med en meny på en landningssida eller ett länk-fält på en innehållssida.

Puffar kan användas på landningssidor, men också som ett sätt att skapa mer överskådliga vägar vidare från en innehållssida.

Hur olika puffar kan användas finns beskrivet i [manualen](#) för det cms som används för ki.se.

## 11. Responsivitet


Ki.se är en responsiv sajt. Det innebär att menyer och sidor anpassar sig beroende på vilken skärm (mobil, läsplatta eller datorskärm, olika webbläsare, olika egna inställningar som till exempel textförstorare i en webbläsare) besökaren använder.

Som webbredaktör kan du därmed inte utgå från att det du ser på din skärm är det besökaren ser. Rubriken kanske inte bryts där du vill eller så hamnar långa ord på raden under och skapar ett hål på raden ovan. Om du försöker att rätta till det riskerar slutresultatet att bli ett annat för besökaren än det du ser hos dig.

Genom att använda komponenter och formatmallar (rubriker, listor med mera) på rätt sätt kan du vara säker på att innehållet blir tillgängligt och att webbplatsen fungerar på bästa sätt för så många besökare som möjligt. Du bör regelbundet kontrollera att din sida fungerar som du vill även för de skärmar och upplösningar som du själv inte använder.

## 12. Komponenter/formatmallar

Komponenter (beståndsdelarna med vilka du bygger upp ditt innehåll) ska användas på ett likartat sätt på samtliga sidtyper. Som besökare känner jag igen mig om komponenterna används konsekvent inom sajten. Det hjälper mig att fokusera på innehållet.

 Sidan ska vara överskådlig och uppbyggd för att kunna skummas, ögnas igenom. En besökare läser sällan varje ord på en sida, hen letar efter svaret på en fråga/lösningen på ett problem. Hur texten är formaterad och strukturerad har stor betydelse, jämte språk och ordval, för möjligheten att ta till sig och förstå informationen.

### 12.1. Rubrik

Rubriken på din sida ska vara unik för webbplatsen och förklara sidans ämne eller innehåll. Den ska vara heltäckande men ändå sammanfattande. Den ska hålla vad den lovar. En bra rubrik innehåller några få ord, inte hela meningar.

Exempel 1: Om rubriken på din sida är "Disputationer" så ska sidan ta upp allt om disputationer och lista alla disputationer på KI.

Exempel 2: Om rubriken på en sida är "Läkarprogrammet" måste sidan berätta om läkarprogrammet på KI för en potentiell student och med tydliga vägar vidare för en befintlig student. Om sidan bara tar upp en viss del av läkarprogrammet eller en institutions bidrag till läkarprogrammet så är rubriken "Läkarprogrammet" inte tillräckligt heltäckande.

## 12.2. Ingress

En sida behöver en ingress som hjälper en besökare att förstå om hen har kommit rätt. Ingressen görs med formatmallen för ingress. Det underlättar både för en besökare och för en maskin (sökmotor, skärmläsningstjänst eller liknande) att förstå att det är en ingress.

Ingressen ska vara **ett** textstycke det vill säga inga radbrytningar. Den ska sammanfatta texten och inte innehålla information som inte finns någon annanstans på sidan.

I undantagsfall kan det vara så att det inte passar med en ingress på din sida. Rubriken kan till exempel vara så självklar att nästa rubriknivå eller en meny är nästa naturliga del av din sida. I dessa fall måste du lägga till en sammanfattning på sidan, i ett fält som syns för sökmotorer, men inte för besökare.

Sammanfattningen ska vara skriven i hela meningar, inte i form av sökord. Detta hjälper en sökmotor att förstå vad sidan handlar om och är det som hämtas som sammanfattning (search snippet) i en sökträfflista. Precis som för ingressen ska sammanfattningen inte innehålla något som inte går att återfinna på sidan.

## 12.3. Brödtext

Den löpande texten på en webbsida kallas brödtext. Brödtexten delas in i olika textstycken.

Ett textstycke ska bara ta upp en fråga. När man skummar en sida läser man de första raderna. När det man letar efter inte tas upp så hoppar man till nästa textstycke. Hellre flera korta textstycken än få långa.

### Listor

Listor gör sidan mer överskådlig vilket underlättar skumläsande. Därför ska du göra listor av allt som går att rada upp.

Listor ska göras med formatmallen för lista, inte med egna gjorda punkter eller numreringar. Det hjälper en besökare att en lista ser likadan ut över hela webbplatsen. Det hjälper också en maskin att förstå att det är en uppställning.

Du kan göra:

- en punktlista och/eller
- 1. en numrerad lista

## Faktaruta

En faktaruta används för att lyfta ut faktainnehåll som hänger ihop med övrigt innehåll på sidan. Faktarutan kan ha en färglagd ram. Välj färg utifrån hur mycket du vill att innehållet ska sticka ut på sidan.

Exempel: I en artikel om ett forskningsresultat kan information om forskaren lyftas i en faktaruta.

## Tabell

Tabeller med flera kolumner ska användas sparsamt då de gör sig bäst på större skärmar. Eftersom ki.se är en responsiv sajt ska innehåll presenteras på ett sätt som fungerar lika bra på en liten skärm, till exempel en lista. Om du ändå väljer att ha en tabell ska du hålla ner antalet kolumner och undvika formatering i cellerna.

## Mellanrubriker

Precis som för rubriker gäller det att mellanrubriker är tydliga och informativa. Men till skillnad från rubriker så har mellanrubriken ett sammanhang i den omgivande texten. Håll den hellre kort och koncis.

Det finns formatmallar för mellanrubriker i tre nivåer, H2, H3 och H4 (H står för Heading). När du gör en mellanrubrik ska du alltid använda dessa. Du ska aldrig markera ett ensamt ord på en rad med fetstil, det är inte en mellanrubrik.

Mellanrubrikerna ska komma i ordning, det vill säga en H4 kan inte komma utan att det funnits en eller flera H3 i avsnittet innan och en H3 kan inte komma utan att det funnits en eller flera H2 innan. En orsak till att detta är viktigt är att maskiner (till exempel en skärmuppläsare) inte förstår att sidan fortsätter när det saknas rubriknivåer.

### 12.4. Navigering inom sidan

En mellanrubrik på översta nivån (H2) kan, men måste inte, göras som en länkad rubrik (Linked heading). Länkade rubriker bildar en överskådlig meny för innehållet på sidan och hjälper besökaren att navigera inom långa sidor.

De rubriker du använder här bör vara övergripande, korta och tydligt åtskilda från varandra, som etiketter. Det finns en begränsning i hur många länkade rubriker som är lagom innan det blir svårt att se och använda menyn. Om du behöver fler än tolv rubriker på nivå två på din sida bör du alltså välja ut vilka som ska vara länkade och vilka som inte behöver vara det.

### 12.5. Länkar

Struktur och navigation på en webbplats bygger på länkar. Väl formulerade och tydliga länkar har en stor betydelse för om man upplever ett besök på en webbplats som positivt.

Om en sida som inte svarar på din fråga eller löser ditt problem och det inte finns något logiskt sätt att ta dig vidare så skapar det frustration. Om du däremot kommer framåt upplever du besöket som positivt även om det tar några klick innan du kommer i mål.

För att besökaren ska få svar på en fråga eller kunna lösa ett problem ska du säkerställa att det finns vägar vidare på alla sidor, så att besökaren kommer framåt.

### Länka endast till trovärdiga källor

Du kan länka till innehåll utanför webbplatsen men var noga med att källan till informationen är trovärdig. För att avgöra en källas trovärdighet finns ett antal kriterier och frågeställningar:

- äkthet, är källan vad den utger sig för att vara?
- tid, är informationen aktuell?
- beroende, har källan beroende till andra och
- tendens, vem företräder källan.

### Berätta var länken leder

Skriv länkar som om det är det enda besökaren ser på en sida. Länkar ska formuleras så att man förstår vart de leder utan att läsa den omgivande texten. Länktextern kan med fördel vara hela eller delar av rubriken på sidan du länkar till.

Ord och uttryck som "läs mer" eller liknande kan stå i den omgivande texten om kontexten kräver det, men de orden ska aldrig vara en del av länken. Du ska aldrig skriva ut i ord att det är en länk, det framgår ändå av kod och formgivning. Att skriva "länk till" innan en länk är överflödigt.

Länktextern ska:

- vara ett eller flera ord, aldrig en url-adress. Url-adresser i löptext är svåra att läsa och det är tydligare att i ord berätta vart länken leder.
- vara unik för varje unik länk, men
- vara samma om länken förekommer på mer än ett ställe på sidan.

Länkar får aldrig förekomma i en rubrik eller mellanrubrik. Om du vill lyfta en länk i ett eget avsnitt så kan du göra en rubrik och göra en länk i textstycket under.

### Tre tips på hur du kan skriva en bra länktextern

- Länka ord som redan ingår i texten.

Exempel: Vårens seminarieriserie "[Student - bli inspirerad av en professor](#)" bjuder på lunchföreläsningar med olika spännande teman.

- Förklara vad man kan förvänta sig när man följer länken.

Exempel: Vårens seminarieriserie "Student - bli inspirerad av en professor" bjuder på lunchföreläsningar med olika spännande teman. Här är listan med [alla teman och tillfällen](#).

- Skriv i första person och länka verbet.

Exempel: Vårens seminarieriserie "Student - bli inspirerad av en professor" bjuder på lunchföreläsningar med olika spännande teman. [Anmäl dig](#) redan idag.

## 12.6. Bild, film och övrigt innehåll som inte är text

### Riktlinjer för bilder (stilla eller rörliga)

Förutom KI:s riktlinjer för [bilder](#) och det du behöver veta och förstå rent tekniskt ([Bildhantering i drupal](#)) behöver du som webbredaktör ha följande i åtanke:

- Bilden ska hänga ihop med och förstärka texten. Använd inte bilder enbart som dekoration.
- Foton ska vara tagna på/i KI:s miljöer och på KI:s medarbetare och studenter eller på annat sätt ha en uppenbar koppling till KI, till exempel en alumn i sin nuvarande arbetsmiljö. Undantag kan vara när texten förklaras bättre med foto som inte är tagna på KI, till exempel en artikel som beskriver ett forskningsresultat.
- När foton används för att skapa en stämning och överblick ska KI:s miljöer representeras lika, det vill säga inte bara fokus på ett campus eller en byggnad. Det samma gäller för människor, det ska finnas en bredd i representation vad gäller till exempel kön, ålder och etnicitet.

### Text i bild

En bild med text i är inte tillgänglig eller responsiv, till exempel går det inte att förstora den utan att läsbarheten försämras. Använd därför bilder med text ytterst sparsamt, helst inte alls. Om du har text i en bild måste samma sak stå i text på sidan.

### Konsekvent bildanvändning

En specifik bild ska användas konsekvent inom webbplatsen, så att man förstår och känner igen sig om bilden används på andra sidor.

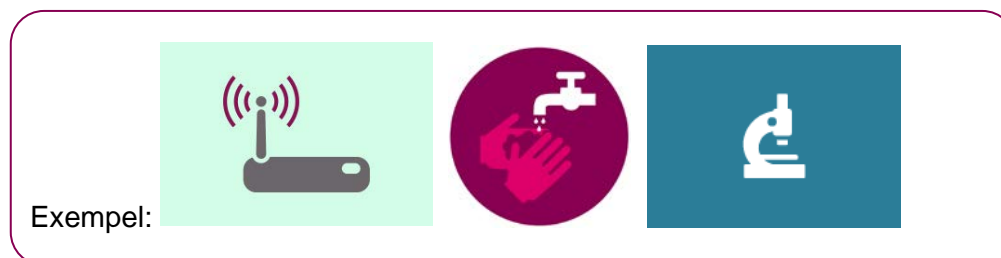
Exempel: En bild som på en sida används för att symbolisera samverkan med sjukvården ska inte användas för att symbolisera fysisk arbetsmiljö på en annan plats på sajten.

På en innehållssida ska en bild ha en bildtext som förklarar bilden. Bildtexten ska hänga ihop med övrig information på sidan. Fotograf/illustratör ska skrivas ut tillsammans med bildtexten. När bilden används på en landningssida kan man inte visa den texten, där måste bilden var mer självförklarande.



## Illustrationer/ikoner

Du kan använda illustrationer i stället för foto, till exempel ikoner. Dessa ska hänga ihop med övriga bilder som används på detta sätt på webbplatsen. Bilden ska ha [färger](#) som följer den grafiska profilen (inte svart/vit), vara tydliga, gärna stiliserade.



En bild som hänger ihop med resten av innehållet gör en sida mer överskådlig. Men en maskin kan inte läsa en bild, därför ska en bild alltid kompletteras med text som beskriver och förklarar bilden för den som inte kan se den (alt-text).

Bilder som används i element som är responsiva (till exempel sidhuvud och puffar) visas inte i sin helhet i alla lägen. Därför behöver bilder i responsiva element kunna beskäras utan att de förändrar sin betydelse.

## Använd originalbilden

En bild får bara laddas upp en gång. Om du vill använda bilden igen ska du använda samma original. Vill du beskära bilden så gör du det när du hämtar den till din sida, du laddar inte upp en beskuren kopia av bilden.

När du laddar upp en bild ska du ge den så mycket information (metadata) att det blir möjligt för övriga webbredaktörer och bildansvariga att hantera bilden.

## Bildrättigheter och godkännande

Du får aldrig använda en bild om du inte känner till rättigheterna för bilden. Om det finns personer som går att identifiera på bilden så ska det framgå av metadata vem det är och du ska ha godkännande från dessa personer. Dessa godkännande ska lagras tillsammans med övriga metadata för bilden.

## Inbäddade filmer, kartor och flöden

Filmer, kartor, flöden från sociala medier, nyhets- och kalenderflöden inom ki.se och liknande innehåll från andra webbplatser/tjänster kan bäddas in och visas upp på webbplatsen.

Innehåll som bäddas in uppfattas som en del av webbplatsen med samma avsändare som övrigt innehåll. Därför ska du endast bädda in innehåll med KI som avsändare eller där KI kan ses som en naturlig avsändare, till exempel en karta över campus Solna som hämtas från en extern karttjänst.

## Film

Filmer ska bäddas in så att jag som besökare slipper lämna webbplatsen för att titta på den. Filmer kan med fördel vara korta, hellre fler korta filmer än en lång, så att besökaren inte behöver spela framåt eller bakåt i filmen för att hitta det innehåll som hen vill se.



Exempel 1: Vid presentation av årets nya professorer ska man ha en ny film för varje professor i stället för en lång film som presenterar dem tillsammans.

Exempel 2: I manualer ska man ha korta filmer med ett eller några sammanhängande moment i stället för en lång som förklarar långa kedjor av moment.

[Film och ljud ska göras tillgänglig](#) för alla. Det innebär att filmer ska innehålla undertexter och syntolkning.

## 12.7. Dokument

Innehåll i dokument ska i första hand och i så lång utsträckning som det går göras om till html, det vill säga innehållssidor. Om detta inte är möjligt så ska du sammanfatta innehållet både i en kort sammanfattning/ beskrivning tillsammans med dokumentet och på en eller flera webbsidor.

Exempel: När man vill presentera ett styrdokument, till exempel Besluts- och delegationsordning, kan besökaren vilja ha tillgång till det dokument som faktiskt är beslutat. Då ska man på webbsidan förklara vad dokumentet säger och vad det innebär för målgruppen. Man kan då komplettera med en länk till dokumentet i sin helhet.

Om all information i ett dokument finns på en eller flera sidor behöver du inte också ladda upp dokumentet.

Dokument som laddas upp för att visas upp på ki.se ska i första hand vara pdf:er. De ska inte vara så stora att de riskerar att ta oskäligt lång tid att öppna och ladda ner för besökare. De ska vara gjorda som [tillgängliga dokument](#).

Dokument som är skapta för tryck ska arbetas om så att innehållet passar på webben, inte laddas upp i det tryckvänliga formatet.

Dokument i övriga format än html och pdf måste vara låsta för redigering. Det kan till exempel vara en blankett där vissa fält är möjliga att fylla i.

### Risk för ouppdaterade versioner av samma information

Den som vill ladda upp ett dokument för att en besökare lättare ska kunna skriva ut det ska vara medveten om att den som använder en utskrift av ett dokument inte kommer att se ändringar och uppdateringar. Det är en onödig risk att ta för till exempel styrdokument.

### Finns dokumentet redan?

Ladda aldrig upp ett dokument som redan finns uppladdat någonstans på webbplatsen. Länka i stället till det redan uppladdade dokumentet. Om du vet att det finns en senare version, byt ut det så att alla befintliga länkar till dokumentet håller och pekar på den senaste versionen av dokumentet.

Om KI inte är avsändare av dokumentet får dokumentet **inte** laddas upp på ki.se, länka i stället till originalkällan.

## 13. Personer på KI

KI:s verksamhet är i stor utsträckning de människor som arbetar och studerar inom universitet. Personinformation är också en av de mest eftersökta informationsdelarna av webbplatsen.

När en medarbetare på KI omnämns på en sida ska namnet vara länkat till personens profilsida första gången det förekommer i löptexten. Omnämns även den institution som personen är verksam vid så ska institutionens namn vara länkat till institutionens subsajt.

### 13.1. Profilsidor

Alla medarbetare på KI har en egen profilsida. Sidan finns i två versioner, en svensk och en engelsk. Det får inte förekomma engelsk text på den svenska sidan eller tvärtom.

Profilsidan består av två delar.

1. Kontaktuppgifter och information om befattning och organisation som hämtas från KI:s identitets- och behörighetssystem IDAC.
2. En personlig del. Denna del ansvarar varje medarbetare själv för. Du fyller på med ytterligare information som kan hjälpa en besökare att förstå den roll du har inom KI.
  - Innehållet skrivs i jag-form
  - Man kan sammanfatta sin roll i en eller två meningar. Denna sammanfattning kan också hämtas till kontaktkort på andra sidor inom webbplatsen.
  - Du som är en del av en forskargrupp ska inkludera en länk till din forskargrupsida.
  - Om det inte finns personliga skäl som säger annat ska du lägga till ett porträttfoto.
  - Innehållet ska spegla din roll på KI, information om till exempel uppdrag i bolag, föreningar eller annat som ligger utanför denna roll platsar inte på profilsidan.



Som medarbetare på KI ska du uppdatera din profilsida, som minst, när den roll du har på KI förändras. Medarbetare kan redigera sin egen [profilsida](#), men man kan också få hjälp av en webbredaktör (endast vissa webbredaktörer har denna rättighet) inom sin institution. Du måste dock själv besluta vilket innehåll som ska visas på sidan.

Innehållet på profilsidan ska gå i linje med [KI:s värdegrund](#).

#### Hjälp dina kollegor att komma ihåg profilsidan

Som webbredaktör på ki.se kan du uppmuntra kollegor och medarbetare att hålla sina sidor uppdaterade så att du kan hämta aktuell information om dem på övriga sidor (kontaktkort och liknande).

## 13.2. Forskargruppsidor

Alla forskargrupper ska ha en uppdaterad [forskargruppsida](#) på ki.se. Detta gäller även om gruppen presenterar sig på något annat forum utanför ki.se. Om en besökare letar efter forskargruppen för att få bekräftat att gruppen finns och verkar inom KI så ska det finnas aktuell information. Forskargruppen ansvarar för sin egen information, men det finns en mall (se länken i detta textstycke) att utgå ifrån. En webbredaktör på forskargruppens institution kan hjälpa till med att skapa och hålla sidan uppdaterad.

## 13.3. Organisationslistor

När du ska presentera organisatoriska grupper, som till exempel en specifik enhet eller avdelning ska du göra det genom att skapa en automatgenererad lista som hämtar data från IDAC. På detta sätt kommer webbsidan automatiskt att hållas uppdaterad när någon slutar, tillkommer, byter roll eller byter namn.

## 13.4. Kontaktkort

När du ska presentera en enskild person som är verksam inom KI med kontaktuppgifter, på någon annan sida än profilsidan, ska detta göras genom att skapa ett kontaktkort med data som hämtas från IDAC. På detta sätt kommer webbsidan automatiskt att hållas uppdaterad.

Den medarbetare som presenteras med ett kontaktkort ska vara medveten om att besökare kan kontakta hen med frågor om innehållet. På en nyhetsartikel, som lever kvar under lång tid utan att innehållet uppdateras eller förändras, lämpar sig inte kontaktkort lika bra som de gör på andra innehållssidor.

Om du ska presentera en kontaktperson som inte är verksam inom KI, eller om du ska presentera en funktion, ska detta göras med ett manuellt kontaktkort. Då får det samma utseende som ett kontaktkort skapat med information från IDAC.

## 14. Uppdaterat innehåll

Information på webben är aldrig helt statisk, det kan förändras hela tiden. Besökare kommer att betrakta informationen som aktuell och förvänta sig att informationen uppdateras om något förändras.

### 14.1. Utvärdera och fortsatt utveckla innehållet

Som webbredaktör och innehållsansvarig ska du kontinuerligt kontrollera att ditt innehåll fortfarande fungerar för besökaren. Är innehållet komplett, korrekt och uppdaterat? Kan besökaren få svar på de frågor som hen hade när besöket landade på sidan?

Om inte:

- Håller rubriken det den lovar?
- Är innehållet komplett och heltäckande och relevant, eller ska något tillföras eller tas bort?
- Är sidan strukturerad så att det viktigaste för besökaren kommer först?
- Finns det länkar till relaterat innehåll?



### **Avpublicera inaktuellt innehåll**

Ta bort inaktuellt innehåll. Det räcker **inte** med att ta bort en länk till inaktuellt innehåll eftersom det ändå finns kvar och en besökare kan hitta det, till exempel i en sökning. Inaktuellt innehåll ska avpubliceras eller arbetas om.

### **Automatiska påminnelser**

Om en sida eller ett dokument inte har uppdaterats på 365 dagar skickas en påminnelse till webbredaktör och innehållsansvarig. Om sidan inte uppdateras på ytterligare ett halvår **avpubliceras** sidan eller dokumentet automatiskt. Det går utmärkt att uppdatera, byta ut eller avpublicera innehåll oftare än så.

### **Alla publicerade sidor upplevs som aktuella**

Skriv aldrig ”sidan är under konstruktion”, ”sidan kommer att fyllas på” eller någon liknande formulering. Informationen om att det finns mer information som jag inte kan få just nu har en motsatt effekt än det som sändaren förmodligen avser.

Välj hellre att beskriva var jag kan få informationen som ännu inte finns på sidan. Detta kan göras med till exempel en länk till en annan sida inom webbplatsen eller kontaktuppgifter till den som kan tillhandahålla informationen.

## **15. Sökoptimerat innehåll**

Ett starkt argument för varför man ska hålla sin information på ki.se uppdaterad är det förtroende som sökmotorer har för webbplatsen.

Att sökmotorer visar ki.se högt upp i träfflistor beror delvis på faktorer som du som redaktör inte kan påverka. Men du kan påverka att ditt innehåll blir mer sökbart. När du som webbredaktör gör ditt innehåll sökbart bidrar du samtidigt till ett ökat förtroende för hela webbplatsen från sökmotorerna.

Anvisningarna i detta dokument täcker till stor del in det som gör en sida högt värderad av en sökmotor:

- Var tydlig med vem sidan vänder sig till.
- Se till att sidan svarar på en tydlig fråga.
- Sätt en rubrik som är specifik, informativ och heltäckande.
- Sammanfatta sidan i fältet ingress, eller i fältet description.
- Använd de nyckelord och termer som din målgrupp använder.
- Formatera sidan med formatmallarna, till exempel mellanrubriker och listor.
- Tänk igenom språket. Kan du förenkla eller stryka något?
- Var noga med att du har stavat rätt och texten inte innehåller syftningsfel.
- Se till att det finns text som förklarar allt innehåll som inte är text, till exempel bilder och filmer.
- Placera ditt innehåll i strukturen där besökaren förväntar sig hitta det.
- Gör tydliga länkar vidare till relaterat innehåll.
- Kontrollera att alla länkar på sidan fungerar.
- Håll sidan uppdaterad.

## 16. Ordlista

- **Alt-text** – en text som förklarar vad som visas på en bild eller i en film för den som inte kan se den.
- **Besökare** – en person som använder webbplatsen, som vill få hjälp att lösa ett problem eller hitta svaret på en fråga. En besökare kan vara en del av en eller flera målgrupper beroende på orsaken till besöket.
- **Bädda in (Embed)** – Ett sätt att visa upp innehåll som lagras utanför webbplatsen, eller på en annan del av samma webbplats, på en sida så att det för en besökare upplevs som en del av sidan och man kan ta del av innehållet utan att lämna webbplatsen. Kan vara till exempel ett nyhetsflöde, en film eller en karta
- **CMS** – content management system, det system som håller innehåll och struktur på webbplatsen, till exempel Drupal eller WordPress. Det styr dock inte nödvändigtvis layout och form, den kan anpassas
- **Huvudredaktör/koordinator** – Den person som har ansvar för toppmeny, startsida och övergripande struktur på en subsajt.
- **Innehållsansvarig** – Den person som kan svara på frågor om innehållet på en sida. Hen ansvarar för att den information som finns på sidan är korrekt och uppdaterad. Vidare ansvarar hen också för att informationen på sidan är komplett och heltäckande inom det ämne som sidan behandlar och att innehållet motsvarar rubriken. Det vill säga att det som besökaren behöver för att kunna få svar på en fråga eller kunna lösa ett problem finns på sidan och att det inte finns information som inte är relevant för sidans uppgift.
- **Komponenter** – Beståndsdelar som man nyttjar för att bygga upp sitt innehåll och skapa struktur på en sida och mellan sidor.
- **Kärninnehåll** – Det innehåll där besökaren når sitt mål, men som också tjänar innehållsägarens mål med att skapa innehållet.
- **Landningssida** – Den vanligaste typen av samlingssida (se beskrivning nedan)
- **Metadata** – Data om data, det vill säga information som lagras tillsammans med en sida om som gör att sidan kan visas upp på rätt sätt på olika delar av sajten
- **Puff** – En rik länk, det vill säga en länk som innehåller mer än bara ord i brödtext, till exempel bild, rubrik och sammanfattande text
- **Samlingssida** – Sida som samlar ihop och visar upp länkar till annat innehåll på webbplats. Den innehåller inte unik information. Samma länkar kan finnas på flera olika samlingssidor.
- **Sida** – En del av sajten som innehåller unik information, kan vara information som är mer eller mindre statisk, eller mer temporär, till exempel en nyhet.
- **Skumma/skumläsa** – När man inte läser varje ord utan läser snabbt för att bilda sig en uppfattning, Man hoppar över text och letar efter nyckelord som väcker intresse.
- **Subsajt** – Del av sajten med eget sidhuvud, struktur och eget innehåll
- **Sidtyper** – Mallar för olika delar av webbplatsen
- **Webbredaktör** – Den person som kan hantera CMS och har tillgång till att skapa och redigera eller flera sidtyper på en eller flera subsajter. Den personen har ansvar för att sidan är optimal för hur besökare beter sig på webben, och har därför mandat över strukturen på en sida.