

Riktlinjer för sociala medier

Universitetsförvaltningen
Kommunikationsavdelningen

Dnr 1-92/2018

(Ersätter Dnr 1880/2012-010)

Version 2.0
Gäller från och med 2018-12-14



**Karolinska
Institutet**



Riktlinjer för sociala medier

Innehåll

1.	Inledning.....	3
2.	Användning av sociala medier	3
2.1	Att starta ett konto	3
2.2	Syfte och mål.....	3
2.3	Ansvar	3
2.4	Resurser och bevakning	4
2.5	Tydlig avsändare	4
2.6	Gränsen mellan privat och offentlig	4
3.	Att förhålla sig till	5
3.1	Otillåtet innehåll	5
3.2	Hantera frågor och kommentarer	5
3.3	Allmän handling	5
3.3.1	Diarieföring och arkivering	5
3.4	Publicering av bilder och filmer	6
3.5	Tillgänglighet	6
3.6	Informera	6
3.7	Gallra.....	6
3.8	Avveckla	6
	Frågor	7

Diarienummer: 1-92/2018	Dnr för föregående version: 1880/2012-010	Beslutsdatum: 2018-12-14	Giltighetstid: Gäller tills vidare från och med 2018-12-14
Beslut: Universitetsdirektör		Dokumenttyp: Riktlinjer	
Handläggs av avdelning/enhet: Kommunikationsavdelningen		Beredning med: Universitetsförvaltningen	
Revidering med avseende på: Uppdatering av föregående riktlinjer Dnr 1880/2012-010			

Riktlinjer sociala medier

1. Inledning

Sociala medier gör det möjligt att nå ut till relevanta målgrupper, främjar dialog, bidrar till transparens och erbjuder omvärldsbevakning. Som myndighet har Karolinska Institutet (KI) ett antal skyldigheter att följa som baserar sig på gällande lagstiftning. Myndighetsansvaret gäller även kommunikationen i sociala medier.

Dessa riktlinjer ska tillämpas av samtliga medarbetare som använder sociala medier i sin tjänst vid Karolinska Institutet.

2. Användning av sociala medier

2.1 Att starta ett konto

För att använda sociala medier i tjänsten krävs godkännande från närmaste chef med verksamhetsansvar, till exempel prefekt på en institution eller avdelningschef på universitetsförvaltningen. Detta klargör att en medarbetare använder sociala medier som representant för myndigheten Karolinska Institutet och inte som privatperson. Förfarandet gäller för alla nivåer inom organisationen: universitetsförvaltningen, institutioner, centrumbildningar och forskargrupper.

Kommunikationsavdelningen vid universitetsförvaltningen ska alltid kontaktas innan ett nytt konto upprättas. Detta för att säkerställa att det inte redan finns konton eller andra etablerade kommunikationskanaler för motsvarande behov. För att göra kommunikationen så effektiv som möjligt och skapa samarbeten finns det också ett värde i att kommunikationsavdelningen känner till alla konton som upprättas. Kommunikationsavdelningen kan också stötta i valet av kanal och ge råd kring hur sociala medier kan användas i kommunikationsarbetet.

2.2 Syfte och mål

Alla konton som upprättas med Karolinska Institutet som avsändare ska ha ett tydligt syfte och mål med koppling till Karolinska Institutets uppdrag och övergripande strategi. En verksamhets- och målgruppsnytta ska formuleras. För att säkerställa att närvaron i sociala medier når uppsatta mål ska arbetet mätas och följas upp.

Användandet av sociala medier får inte ske i strid med Karolinska Institutets värdegrund. Kommunikationen ska röra Karolinska Institutets verksamhet eller organisationer som Karolinska Institutet har ett officiellt samarbete med.

2.3 Ansvar

Det övergripande ansvaret för Karolinska Institutets konton i sociala medier följer KI:s besluts- och delegationsordning. Det innebär att varje chef med verksamhetsansvar har det övergripande ansvaret för ett konto.

Ansvar för innehåll omfattar både inlägg som publiceras av anställda vid Karolinska Institutet och inlägg som publiceras av externa besökare på berört konto.

2.4 Resurser och bevakning

Innan en närvaro i sociala medier etableras ska en resursbedömning göras. För varje konto som upprättas med Karolinska Institutet som avsändare ska alltid en kontoansvarig och ersättare utses.

Karolinska Institutets konton ska bevakas dagligen för att säkerställa att besökares kommentarer inte strider mot gällande lagar och regler. Olämpliga inlägg, som till exempel kränkande personuppgifter, ska tas bort och frågor ska besvaras. Kontot måste hållas under daglig uppsikt, även under semestertider. Närmaste chef med verksamhetsansvar ska se till att det finns resurser för detta.

2.5 Tydlig avsändare

När ett konto upprättas ska det tydligt framgå att det är Karolinska Institutet som står bakom kontot. Användarna ska veta att de kommunicerar med en medarbetare vid universitetet.

För att tydliggöra att Karolinska Institutet står som avsändare ska KI:s grafiska profil följas. Karolinska Institutet ska skrivas ut i kontobeskrivningen och hänvisning ska göras till ki.se. Kontonamnet ska tydligt förklara vilken del av universitetet som är avsändare. Rekommenderat är att KI eller Karolinska Institutet står som en del av kontonamnet.

Karolinska Institutets logotyp rekommenderas som profilbild för alla nivåer i organisationen. Omslagsbilder ska spegla verksamheten. Användningen av logotypen ska följa Karolinska Institutets regler för den grafiska profilen och reglerna om KI:s varumärkesplattform.

2.6 Gränsen mellan privat och offentlig

Medarbetare vid Karolinska Institutet har naturligtvis rätt att uttrycka sig fritt i enlighet med den grundlagsskyddade yttrande- och meddelarfriheten. Vid privat användning av sociala medier kan medarbetare uppge anställning samt skriva om sitt arbete och om Karolinska Institutets verksamhet.

Däremot kan enskilda medarbetare inte göra sig till talespersoner för Karolinska Institutet i sina privata sociala mediekanaler. Medarbetare bör undvika att använda sina privata konton i tjänsten i den mån det är möjligt, eftersom det kan försvåra Karolinska Institutets skyldigheter som myndighet att till exempel hantera allmänna handlingar. Karolinska Institutets utrustning ska användas för verksamhetsrelaterade ändamål och inte i privat syfte.

Studentambassadörer som kommunicerar ur ett studentperspektiv i sociala medier på uppdrag av Karolinska Institutet är inte officiella talespersoner för Karolinska Institutet. Konton som startas av studenter räknas inte som officiella kanaler.

3. Att förhålla sig till

Som myndighet har Karolinska Institutet ett antal lagar och regler som ska tillämpas vid användningen av sociala medier.

3.1 Otillåtet innehåll

Karolinska Institutets kanaler får inte innehålla:

- känsliga personuppgifter
- sekretessbelagda uppgifter
- förtal, personangrepp, kränkning av den personliga integriteten eller hets mot folkgrupp
- uppgifter som kan innebära uppvigling, olaga hot, olaga våldsskildring, barnpornografibrott eller uppmaning till annan brottslig verksamhet
- olovligt bruk av upphovsrättsskyddat material
- reklam eller produktplacering.

Inlägg och kommentarer som bryter mot ovanstående ska raderas. En skärmdump på inlägget ska sparas digitalt i ett lokalt arkiv eller skickas till diariet vid den institution eller avdelning där kontot har upprättats.

3.2 Hantera frågor och kommentarer

Som statlig myndighet har Karolinska Institutet en skyldighet att snarast hantera ärenden och förfrågningar. Karolinska Institutet rekommenderar att frågor och kommentarer i sociala medier hanteras inom 24 timmar under arbetsdagar och vid helg närmaste arbetsdag.

Kritik som riktas mot delar av eller hela verksamheten vid Karolinska Institutet ska hanteras av verksamhetsansvariga. Ett professionellt, sakligt och öppet bemötande gäller vid kritiska inlägg såväl som vid andra frågor och kommentarer.

3.3 Allmän handling

Innehåll som Karolinska Institutet publicerar i sociala medier och som besökare gör i dialog med Karolinska Institutet utgör allmän handling, och kan komma att diarieföras och lämnas ut.

3.3.1 Diarieföring och arkivering

De flesta frågor och kommentarer i sociala medier behöver inte diarieföras. Det gäller till exempel generella frågor om studier och aktuella forskningsprojekt. Inlägg av denna karaktär kan per automatik sparas direkt i det sociala mediets egna arkiv, förutsatt att de kan sökas upp och lämnas ut vid en förfrågan.

Frågor eller kommentarer som kräver en åtgärd ska diarieföras. Det kan till exempel röra sig om kritiska inlägg kring Karolinska Institutets verksamhet eller inlägg som bryter mot gällande lagar och regler.

Skärmdump ska tas av inlägget och av KI:s eventuella svar, därefter märkas med datum och skickas till diariet vid den institution eller avdelning där kontot har upprättats.

En gång i halvåret eller inför stora förändringar ska kontoansvariga ta skärmdump av kanalens startsida och spara lokalt på gemensam server eller som utskrift.

3.4 Publicering av bilder och filmer

Karolinska Institutets rekommendation är att medverkande personer på foto eller film bör ge sitt samtycke till att materialet publiceras i sociala medier. Samtycket kan vara muntligt eller skriftligt.

Personer som fotograferas eller filmas i sammanhang där många figurerar på bild bör informeras om detta och ha möjlighet att invända mot publicering.

Upphovsman (fotograf) ska anges i anslutning till bilder eller filmer om inget annat avtal finns. Fotografen ska ha medgivit att bilder får publiceras i sociala medier.

3.5 Tillgänglighet

Den kommunikation som förs i sociala medier ska göras tillgänglig för så många som möjligt. Språket ska vara vardat, enkelt och begripligt och lätt för mottagaren att förstå. Kommunikationen bör också kunna förstås av personer med en funktionsnedsättning, till exempel syn- eller hörselskadade.

Eftersom Karolinska Institutet inte kan kontrollera gränssnittet på plattformar från tredje part kan tillgängligheten inte garanteras. Viktig information ska alltid finnas i Karolinska Institutets egna kanaler, främst på ki.se. Karolinska Institutets sociala medie-kanaler bör därför ses som ett komplement till den kommunikation som sker via webbplatsen ki.se, telefon, via e-mail och i tryckt material.

3.6 Informera

Det är viktigt att tala om vilka myndighetsregler besökare har att förhålla sig till när de besöker ett konto som upprättats av Karolinska Institutet. I den mån plattformen tillåter det bör det finnas information om att inkomna meddelanden från allmänheten utgör allmän handling och att inlägg och kommentarer som bryter mot svensk lag eller som anses olämpliga kan tas bort.

3.7 Gallra

Karolinska Institutet har fattat beslut om att inlägg och kommentarer på sociala medier får gallras (tas bort) när informationen är inaktuell. Med detta menas att inlägg och kommentarer kan tas bort när de bedöms att inte längre behövas för KI:s verksamhet. Gallring får inte ske om mediet bedöms ha ett framtida forskningsvärde eller om allmänhetens rätt till insyn åsidosätts.

3.8 Avveckla

Kanaler som inte längre är aktiva ska avvecklas. Om ingen har möjlighet att regelbundet bevaka inkommande kommentarer bör funktionen att kommentera och ställa frågor stängas av, när plattformen tillåter det.

Frågor

För frågor om riktlinjerna för sociala medier kontakta kommunikationsavdelningen via socialmedia@ki.se.