

## Råd och anvisningar för dig som använder sociala medier i tjänsten

### Inledning och bakgrund

Ska SLU använda sociala medier? Självklart! Det är ett sätt att nå och engagera våra målgrupper, nya som gamla. Här finns arenor som möjliggör dialog och tvåvägskommunikation, och på köpet snabbar upp kommunikationsinsatserna.

Att använda sociala medier är både förenligt med myndighetsansvaret och önskvärt. E-delegationen har i sina [riktlinjer](#) tagit fasta på förvaltningslagens skrivning om medborgarservice och [skriver så här](#):

*”Dialog, delaktighet och samverkan ska vara ledord för den statliga förvaltningen”.*

För universitet kan sociala medier vara verktyg som gör oss mer tillgängliga, som hjälper oss att fullgöra vårt samverkansuppdrag och att engagera alla intresserade i en dialog om forskningsrön och nya kunskaper. Sociala medier är också en utmärkt arena för marknadsföring och för att attrahera till exempel blivande studenter och anställda.

Men det är också kanaler som bör användas med urskiljning. En gyllene regel är att oavsett i vilka kanaler vi kommunicerar, så är SLU en myndighet med ansvar både för vår egen information och, om informationen publiceras i ett forum vi driver, för vad vår motpart i dialogen publicerar.

Vi är myndighetsrepresentanter – oavsett vilka kanaler vi använder – och vi ska alltid agera i enlighet med de lagar och riktlinjer som gäller. Sociala medier är inget undantag. Det innebär till exempel att sådant som kan betraktas som myndighetsärenden måste handläggas enligt gällande regler.

SLU:s vision är att vara ett universitet i världsklass inom livs- och miljövetenskaper. Användningen av sociala medier ska, precis som all annan verksamhet vid universitetet, bidra till denna [vision](#) och till att uppfylla [verksamhetsmålen](#).

Det här dokumentet grundar sig både på tillämpliga lagar och på SLU:s egna [kommunikationspolicy](#) och [värdegrund](#).

## Checklista innan du sätter igång

- Har du din närmsta chefs **tillstånd** att använda sociala medier i tjänsten?
- Vilken är din **målgrupp**? Vilka vill du möta – andra forskare, studenter eller intresserad allmänhet? En definierad målgrupp gör det lättare att anpassa innehållet.
- Har du **tid och resurser** för att underhålla närvaron i sociala medier och svara på kommentarer?
- **Inventera** vad som redan görs i SLU:s namn. Kanske kan du samarbeta med någon som redan har en närvaro i sociala medier?

## Personligt men inte privat

I sociala medier förväntar sig många ett **personligare** tilltal än i vanlig myndighets- eller akademisk kommunikation. Undersökningar visar också att det är en framgångsfaktor att hålla en personlig stil. Däremot passar det sällan att vara **privat** när man använder sociala medier i tjänsten.

## Hur bör man uppträda i sociala medier?

Som anställd vid SLU ska du naturligtvis alltid följa de aktuella lagar, policyer och riktlinjer som gäller för anställningen, även när du är aktiv på nätet.

Vid samtal i sociala medier i arbetet finns dessutom några grundregler som du bör följa, oavsett vilken tjänst du för tillfället använder:

1. Var transparent och tydlig
2. Bidra med din kompetens
3. Var ärlig och ansvarstagande
4. Var tillmötesgående och visa gott omdöme
5. Respektera andras sätt att uttrycka sig
6. Skydda konfidentiella interna uppgifter
7. Respektera upphovsrätten
8. Var varsam med SLU:s resurser
9. Samarbeta med experter inom IT och säkerhet

## **1. Var transparent och tydlig**

Uttalar du dig i egenskap av SLU-anställd ska du alltid vara noga med att berätta vem du är, var du jobbar och dessutom fundera över om det ingår i din roll att uttala dig i ämnet. Redovisa alltid egna särintressen med anknytning till ämnet. Även om du kommenterar frågor som rör SLU men ger dina personliga reflektioner, så är det viktigt att du ändå är öppen med var du arbetar. Komplettera i sådana fall ditt inlägg med en text som säger: ”De åsikter som redovisas här är mina egna och delas inte nödvändigtvis av Sveriges lantbruksuniversitet”.

Sträva alltid efter att ge så komplett information som möjligt i profilbeskrivningar för sociala nätverk. För officiella konton ska det alltid finnas en sl.se-adress för kontakt.

## **2. Bidra med din kompetens**

Skriv inlägg och bidra till dialogen inom dina egna specialområden. Kunskapsnivån inom olika forum kan variera avsevärt och det är viktigt att du är väl bekant med de forum där du uttalar dig. Om du tycker att ett inlägg bör besvaras men känner tveksamhet angående forumet, eller din kompetens inom området, bör du i stället tipsa pressansvariga om inlägget, så att de kan hitta en kompetent person som besvarar det.

## **3. Var ärlig och ansvarstagande**

Undanhåll inte information, men lova inte mer än du kan hålla. Har du gjort ett misstag och lämnat felaktig information, så erkänn detta och rätta det omedelbart och med en tydlig hänvisning. Sociala medier ger dig närmast oändliga möjligheter att uttrycka dina synpunkter. Med dessa möjligheter följer också ett ansvar för vad som sägs. Ärlighet och ansvarstagande skapar förtroende både för dig själv och för SLU.

## **4. Uttryck dig korrekt och visa gott omdöme**

Var alltid hövlig och vänlig. Kortfattad skriftlig information av den typ som det ofta handlar om inom sociala medier kan ibland uppfattas som mycket tuffare av mottagaren än vad sändaren avsåg. Detta gäller i synnerhet i diskussioner där parterna har vitt skilda uppfattningar. Även om du uppfattar ett inlägg som negativt och felaktigt – håll dig lugn, förklara din ståndpunkt sakligt och undvik meningsutbyte i affekt. Använd ett vårdat språk och undvik svordomar och annan jargong som kan väcka anstöt. Använd aldrig en nedlåtande ton mot eller om andra. Tänk också på att ditt svar, även om det är riktat till en viss person, kommer att läsas av många andra. Att tänka efter en extra gång innan du postar ett inlägg och använda sunt förnuft hjälper dig att ge ett sansat och vederhäftigt intryck.

## **5. Respektera andras rätt att uttrycka sig**

Yttrandefriheten är en grundläggande rättighet i ett demokratiskt samhälle. Det innebär i detta fall att var och en är i sin fulla rätt att ge uttryck för både positiva och negativa synpunkter på dina favoritämnen.

Att andra talar om SLU:s ämnen är en realitet och något som i längden gynnar universitetet. Vi kan inte kontrollera denna kommunikation, men vi kan delta, ge vår syn och rätta direkta felaktigheter.

## **6. Skydda konfidentiella interna uppgifter**

Lämna aldrig ut konfidentiell information om enskilda personer, ej publicerad forskning, upphandlingar, anställda eller liknande. När det gäller andras spekulationer kring sådana konfidentiella interna uppgifter är det oftast bäst att inte svara alls. Dementerar du påståenden vid ett tillfälle och inte vill svara vid ett annat, så kommer slutsatsen från läsarna att vara att spekuleringen stämmer i det andra fallet.

Fråga alltid andra personer om tillåtelse innan du skriver något om dem.

## **7. Respektera upphovsrätten**

SLU:s officiella logotyp får endast användas för godkända ändamål. Det är inte tillåtet att använda SLU:s logotyp som privat profilbild eller på en blogg som är din privata. Använd aldrig andras material utan tillåtelse och var noga med att ange källor och följa de upphovsrättsliga regler som gäller för olika publikationer.

Använd gärna externa länkar för att peka på dina källor, men var noga med att kontrollera vem du länkar till och visa tydligt att det är en extern länk. Var medveten om att en länk kan uppfattas som om SLU rekommenderar en viss leverantör. Det finns också risk att den plats du länkar till ändrar sitt innehåll till något som SLU inte vill förknippas med. Var därför källkritisk och länka endast till platser som drivs av seriösa ägare.

## **8. Var varsam med SLU:s resurser**

Möjligheten att vara ständigt uppkopplad gör att gränsen mellan privatliv och arbetsliv blir allt otydligare. Många anställda kontrollerar sin tjänste-e-post hemifrån, och får ibland privat e-post till arbetet. Vissa passar också på att kolla sin Facebook eller Twitter på jobbet.

Delar av nyhetsflödet på dessa tjänster kan vara av privat karaktär medan annat är av professionellt intresse. För många går det därför inte att dra en skarp gräns mellan privat och yrkesmässig användning av sociala medier. Dock bör privat användning av sociala medier på arbetstid begränsas till ett minimum.

## **9. Samarbeta med experter inom IT och säkerhet**

Sociala medier är ett snabbt och effektivt redskap för att sprida information. Tyvärr är det också ett snabbt och effektivt sätt att sprida oönskad information som trojaner, virus och annan skadlig programvara. För att minska sådana risker använder SLU ett antal olika tekniska lösningar som brandväggar, viruskydd med mera. I vissa fall kan dessa begränsa möjligheten att använda sociala medier. Försök aldrig kringgå sådana begränsningar, utan ta vid behov en diskussion med

IT-stöd så att de kan undersöka möjligheterna att på ett säkert sätt skapa tillgång till de resurser du behöver nå.

## Bilaga

### Särskilda råd för enskilda sociala medier

Många av de sociala medier som är aktuella idag går att koppla ihop med varandra. Till exempel kan alla dina bilder från Instagram synas på Facebook (om du vill det). Tänk dock på att det alltid är specialskrivna och för varje kanal unika uppdateringar som ger bäst effekt. En Facebooksida med bara automatiska postningar av dina pressmeddelanden kommer inte att bli någon succé. Oavsett var du väljer att vara aktiv kommer det att krävas arbete för att göra din närvaro känd.

#### Bloggar

- En blogg är en webbplats där du publicerar inlägg i kronologisk ordning. Andra kan sen kommentera dina inlägg och du svarar på kommentarerna.
- Räkna med att lägga hälften av bloggtiden på att läsa andra bloggar, länka till dem och svara på kommentarer.
- Tänker du inte tillåta kommentarer på bloggen rekommenderas att du istället publicerar dina texter som krönikor på någon annan del av sl.u.se eller som ett nyhetsbrev.
- SLU har en egen bloggportal som finns på <http://blogg.sl.u.se>. Använd gärna den istället för kommersiella alternativ.
- Portalen drivs med bloggverktyget Wordpress.
- Här finns instruktioner om hur du beställer en blogg samt länkar till värdefulla tips om vetenskapsbloggande: <https://internt.sl.u.se/sv/stod-och-service/kommunikation/digitala-produkter-och-tjanster/bloggar/>

#### Facebook

- Facebook är en tjänst för att hålla kontakten med personer som du redan känner.
- För jobbets räkning ska du använda en Facebook-sida och inte skapa en personprofil. Att skapa en personprofil för en verksamhet bryter mot användarreglerna och en sådan profil och din egen kan raderas. Med en sida får du också tillgång till statistik och du behöver inte använda din egen profil för att uppdatera.
- Undersök alltid först om det redan finns en facebookside från SLU som behandlar ditt ämne.
- Tänk på att ge din sida ett lätthittat namn. Men undvik förkortningar.

- Var noga med att skifta användare när du kommenterar och uppdaterar så att det inte blir din privata användare som blir avsändare.
- Publicera unikt material för Facebook. Att bara lägga ut pressmeddelanden brukar inte ge lika mycket mervärde som genuina uppdateringar.

### **Twitter**

- Twitter är en mikrobloggtjänst där du kommunicerar med hjälp av 140 tecken långa uppdateringar. Twitter är helt öppet och du kan följa vem som helst och alla kan följa dig. Runt Twitter finns en mängd andra tjänster från andra leverantörer.
- Använd gärna SLU:s logotyp på din profilsida om du skapar en officiell SLU-profil. Rådfråga dock först grafiska ateljen på kommunikationsavdelningen.

### **Instagram**

- Instagram är en tjänst för att sprida bilder som du tar med din mobiltelefon. Välj Instagram om du har ett budskap eller ämne som lämpar sig särskilt väl för bilder.
- Instagram använder du via en app i din mobiltelefon.