



## Sammanfattning

KTH:s personaltidning är en journalistisk produkt med strävan att medverka till förståelse för och insikt i KTH:s verksamhet, med fokus på de anställdas perspektiv och åsikter.

## Riktlinje för KTH:s personaltidning

### Programförklaring

Tidningens ledord är aktualitet, närhet och delaktighet.

#### Aktualitet

Personaltidningen ska sträva efter att vara en central nyhetsförmedlare som tar upp ämnen som engagerar personalen

#### Närhet

Personaltidningen ambition är att behandla frågor som har en direkt koppling till personalens arbetssituation och att presentera materialet med utgångspunkt i personalens upplevda situation.

#### Delaktighet

Personaltidningen ska sträva efter att uppmuntra till debatt och ge personalen möjlighet att komma till tals i angelägna frågor.

Personaltidningens strävan är att bidra till att förbättra personalens möjlighet att känna delaktighet i organisationen KTH, t ex genom ökad insyn i enskilda beslutsprocesser.

### Uppdrag

- Bidra till att stärka KTH:s identitet och ge personalen på skolor, avdelningar, enheter och andra delar inom KTH en ökad känsla av att vara del av samma helhet.
- Lyfta fram människan bakom yrkesrollerna på KTH inom forskning, utbildning och teknisk/administrativ verksamhet.
- Förmedla nyheter och kunskap om personal, personalvård, sociala aktiviteter, organisation, administration, utbildning, forskning och utåtriktad verksamhet.
- Förmedla kunskap om KTH:s samlade verksamhet, centrala beslut och viljeinriktningar.
- Spegla aktuella frågor inom KTH rörande personal, personalvård, sociala aktiviteter, organisation, administration, utbildning, forskning och utåtriktad verksamhet.

- Vara ett forum för debatt för KTH:s anställda.
- Bedriva fri och självständig journalistik som allsidigt belyser KTH:s verksamhet

## **Målgrupp**

Tidningen är ett organ för de anställda men kan även distribueras till andra målgrupper, t ex medierepresentanter, som anmäler intresse för tidningen.

## **Innehåll**

Tidningen skall vara en journalistisk produkt. En grundläggande journalistisk princip är att allmänintresse, dvs de anställdas intressen, och nyhetsvärde ska styra innehållet.

Tidningen skall rikta sig till alla personalkategorier och sträva efter att ha en bred ämnestäckning, ett lättförståeligt språk och en enkel men attraktiv presentation.

## **Redaktionens arbetsregler och policy**

Redaktionsledningen

- ansvarar för tidningens idé, innehåll och produktion.
- har rätt att välja bland insänt material samt att korta och redigera insänt material.
- kan vid behov rådgöra med en referensgrupp som är utsedd och sammansatt av redaktören.
- ska ha en regelbunden kontakt med centrala samverkansgruppen

Redaktionsledningens arbete ska präglas av en stark redaktionell integritet

## **Organisation**

Huvudman för tidningen är KTH. Redaktionens organisatoriskt placeras vid avdelningen för kommunikation och internationella relationer.

Tidningens budget ingår i budgeten för avdelningen för kommunikation och internationella relationer.

## **Juridik/etiska regler**

Personaltidningens rättsliga grund är yttrandefrihetsgrundlagens bestämmelser.

Redaktionens arbete ska bedrivas enligt de spelregler som gäller för press, radio och TV, utgivna av pressens samarbetsnämnd.

Personaltidningens ansvariga utgivare ska vara knuten till redaktionen och utses av rektor. Ansvarig utgivare är juridiskt ansvarig för innehållet i tidningen.

Mångfaldigande av material ur personaltidningen för externt bruk får göras först efter godkännande av personaltidningens redaktör

## **Annonsering**

Personaltidningen kan vara öppen för betald annonsering. Enskilda och principiella beslut om detta tas av kommunikationschefen. Annonsvolymen får inte överskrida 25 procent av den totala volymen. Opinionsbildande annonsering, könsdiskriminerande, etniskt diskriminerande eller i övrigt diskriminerande reklam är ej tillåten. Annonser skall till innehåll och form utformas så att de inte kan förväxlas med redaktionellt material.