

KOMMUNIKASJONS- PLATTFORM



UNIVERSITETET I BERGEN

UNIVERSITETET I BERGEN



INTRODUKSJON

Kommunikasjonsplattformen er en av tre strategiske kommunikasjonsverktøy ved Universitetet i Bergen (UiB).

«Hav, liv, samfunn» er overbygningen, våre strategiske satsinger og mål frem mot 2022. Plattformen er det kommunikasjonsfaglige rammeverket og UiBs retningslinjer for kommunikasjon. Handlingsplan for kommunikasjon er de konkrete prioriteringene de neste årene – tiltakene våre. Til sammen utgjør disse UiBs kommunikasjonsstrategi.



Å arbeide strategisk med kommunikasjon er å bruke kommunikasjon som virkemiddel for å nå UiBs overordnede mål. Kommunikasjon er derfor, både internt og eksternt, et strategisk redskap for å bygge og utvikle UiB som organisasjon.

Kommunikasjonsplattformen skal

- hjelpe oss å fortelle historien om UiB.
- hjelpe oss å planlegge kommunikasjon, prioritere budskapet, være tydelig og konsekvent.
- sikre helhet og sammenheng i UiBs kommunikasjonsarbeid.
- være et hjelpemiddel i arbeidet med å bygge en tydelig UiB-identitet, -profil og et godt omdømme.
- gi oversikt over UiBs retningslinjer for kommunikasjon.

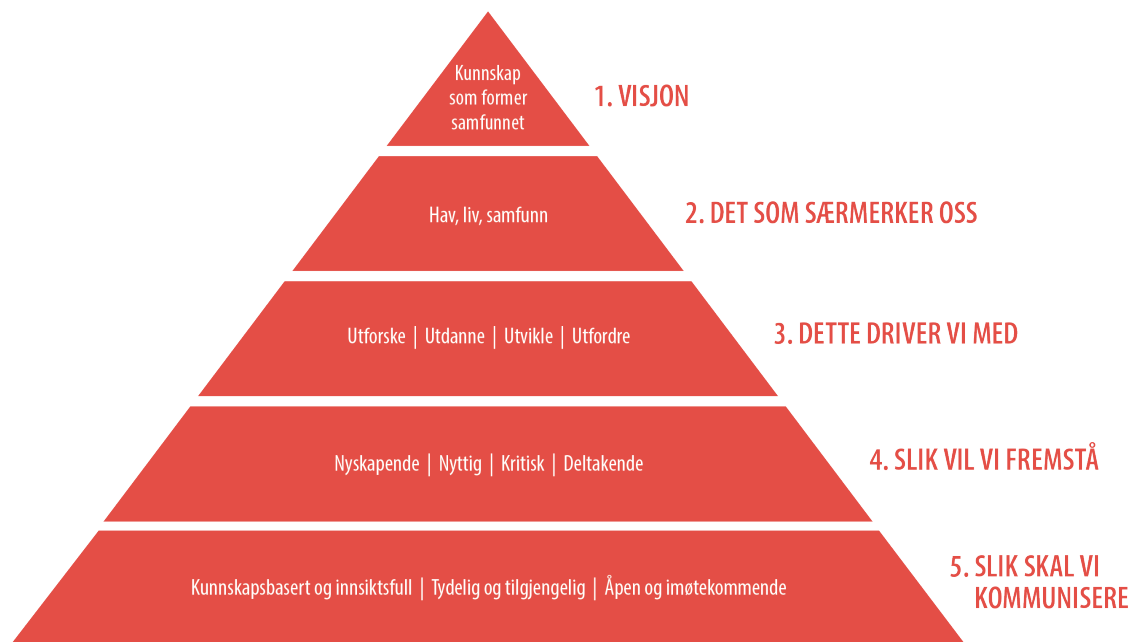
En tydelig UiB-profil bidrar til å

- skape gode oppfatninger om UiB og oppdraget vårt.
- bygge tillit internt og eksternt.
- videreutvikle UiB til en enda mer attraktiv arbeidsplass og studiested.
- skape riktige allianser og samarbeidspartnere.
- skape en sterk og tydelig posisjon i akademien og samfunnet.
- skape større synlighet for virksomheten vår i inn- og utland.

DEL 1: VERDIGRUNNLAG

VERDIPYRAMIDEN

Pyramiden er en oversikt over UiBs verdigrunnlag med utgangspunkt i hovedstrategien «Hav, liv, samfunn». Denne kan brukes som hjelpemiddel i det strategiske kommunikasjonsarbeidet.



VISJON: «KUNNSKAP SOM FORMER SAMFUNNET»

Visjonen skaper forventninger til hvem vi er og hva vi skal bidra med. For å synliggjøre visjonen og samfunnsoppdraget vårt må vi vise hvordan vi bidrar «med kompetanse til samfunnet gjennom fremragende forskning, utdanning, formidling og innovasjon».

Ved å formidle eksempler på at UiB faktisk bygger kompetanse til samfunnet gjennom kunstnerisk utviklingsarbeid, fremragende forskning, utdanning, formidling og innovasjon, viser vi frem vår samfunnsverdi og visjon. Visjonen vår og eksemplene den underbygges med, skal skape og møte forventninger hos målgruppene og gi dem en viktig grunn til å velge UiB. Dette gjelder når studenter skal ta sine valg, når pressen skal ha faglige uttalelser, når forskere, næringsliv eller andre instanser søker samarbeidspartnere.

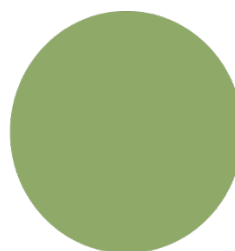
DET SOM SÆRMERKER OSS: HAV, LIV, SAMFUNN

UiB er et internasjonalt forskningsuniversitet. Hav, liv, samfunn understreker bredden i UiBs bidrag til samfunnet.

Hav, liv, samfunn er forankringspunktet for kommunikasjonen vår og angir hva universitetet skal satse på frem mot 2022. Hovedsatsingsområdene understreker dette: marin forskning, globale samfunnsutfordringer og klima- og energiomstilling.



Den blå dråpen, det røde hjertet og den grønne sirkelen er, sammen med logoen, UiBs signatur. Det er vårt merke og det som særmerker oss. De tre symbolene er markører for hva vi skal satse på, styrende for hvilket innhold vi skal publisere og hvordan vi skal se ut. Det er et kvalitetsstempel og også en visuell påminner om hva UiB er og hva vi skal.



DETTE DRIVER VI MED

VI UTFORSKER

Forskere fra Universitetet i Bergen utforsker grunnleggende spørsmål – helt fra jordens opprinnelse, via menneskehetens historie til jordens fremtid. Universitetet skal være et naturlig møtepunkt for kunstnerisk utviklingsarbeid, forskning, utdanning og formidling av høy internasjonal kvalitet.

VI UTDANNER

Gjennom et bredt spekter av studieprogrammer utdanner vi kandidater som er rustet for å bidra til et samfunn basert på kunnskap, kompetanse og demokratiske verdier. Vi skal tilby muligheter for studier og forskerutdanninger som går på tvers av fag og fakultet. Vi skal utdanne fremtidens problemløsere og kritiske røster.

VI UTVIKLER

Gjennom et sterkt og tett samspill med omverden – globalt, nasjonalt og lokalt – skal vi medvirke til et samfunn bygget på kunnskap, ferdigheter og holdninger. Våre ansatte og studenter skal være attraktive deltakere i internasjonalt forsknings- og utdanningsarbeid. UiB skal samarbeide med andre forskningsinstitusjoner om å bygge kunnskapsklynger for nyskapende forskning, utdanning og innovasjon.

VI UTFORDRER

Kunstnerisk utviklingsarbeid, forskning, utdanning og innovasjon gir kunnskap og kompetanse som er avgjørende når det skal tas viktige beslutninger. Våre forskere og studenter skal bidra med innsikt og formidling av kunnskap i den offentlige debatten. Vi skal ha et sterkt, levende og åpent universitetsdemokrati som er raust, mangfoldig og preget av dialog.

SLIK VIL VI FREMSTÅ

NYSKAPENDE

Vi skal være en pådriver for nytenkning og kunnskapsdeling. UiB skal samarbeide med andre forsknings- og utdanningsinstitusjoner om å bygge kunnskapsklynger for forskning, utdanning og innovasjon. Vi skal være ledende på nye og innovative digitale lærings- og kommunikasjonsformer. Vi er en nasjonal kulturinstitusjon som har en nøkkelrolle i å definere og utvikle den norske identiteten.

NYTTIG

Vi er et fremtidsrettet universitet med relevante utdanninger som skal ruste våre studenter til arbeidslivet og gjøre dem attraktive i arbeidsmarkedet. Vi deler og formidler kunnskap som former samfunnet. Forskingen vår gir oss innsikt for å håndtere de utfordringene samfunnet vårt står overfor. Vi formidler på en måte som folk forstår: med klart språk og tydelige historier. Vi er en engasjert forskningsformidler og en raus fakta- og vitenspreder. Vi skal gå i bresjen for å bygge sterke kunnskaps- og kompetansemiljøer på Vestlandet.

KRITISK

Akademisk frihet er grunnsteinen i vårt virke – vi skal utfordre det bestående. Vi er frittalende, grundige og opptatt av kvalitet i alt vi gjør. Vår kritiske tenkning og nysgjerrighetsdrevne forskning bidrar til å utvikle demokratiet – i Norge og verden. Når våre studenter går ut i arbeidslivet er de trente i analytisk og selvstendig tenkning. Vi vil utfordre kunnskapsfronten og konvensjonelle ideer gjennom kritisk analyse og ved å gjøre kunnskap tilgjengelig for alle.

DELTAKENDE

Vi deltar i samfunnet rundt oss og inkluderer andre – både i og utenfor organisasjonen. Vi deltar aktivt i det offentlige ordskiftet. Vi lytter kontinuerlig til samfunnets ønsker og behov. Vi er opptatt av åpenhet, både i forskningen vår og i kunstnerisk utviklingsarbeid, men også i kommunikasjon med våre kolleger og studenter. Vi skal dele kunnskap og være en medspiller som inviterer andre inn. Vi skal være en god samarbeidspartner. Vi skal ha et sterkt og levende universitetsdemokrati preget av raushet, åpenhet, mangfold og dialog.



SLIK KOMMUNISERER VI

Universitetets kommunikasjon skal være:

- åpen og imøtekommende
- tydelig og tilgjengelig
- kunnskapsbasert og innsiktsfull

Prinsippene bygger på statens til enhver tid gjeldende kommunikasjonspolitikk.

Åpenhet: Kommunikasjonen skal være åpen, tydelig og tilgjengelig. Universitetet skal bidra til og delta i en åpen og opplyst samfunnsdebatt gjennom relevant forskningskommunikasjon. Vi skal bruke et klart og godt språk, være imøtekommende og yte god service.

Medvirkning: Vi skal ta studenter, ansatte, alumner og andre målgrupper med på råd i utformingen av tjenester og ordninger, blant annet gjennom nye og etablerte møteplasser og i sosiale medier.

Relevant: Vi skal sørge for at relevant informasjon når frem til og er tilpasset målgruppene våre. Vi skal legge reglene for universell utforming til grunn i kommunikasjonsarbeidet.

Aktiv: Vi skal aktivt og i tide gi god informasjon om rettigheter, plikter og muligheter. Vi skal gjøre viktig informasjon tilgjengelig. Vi legger vekt på meroffentlighet og god dialog med mediene.

Helhet: UiBs kommunikasjon skal oppleves enhetlig og konsekvent.

Meroffentlighet: Offentlighetsloven slår fast innbyggernes rett til innsyn. Ved UiB er åpenhet og meroffentlighet et hovedprinsipp. Ved meroffentlighet menes det at skjerming av informasjon kun skal skje der det er strengt nødvendig, som for eksempel i personalsaker og ved spørsmål om å beskytte forretningshemmeligheter.

Akademisk frihet:

«Universiteter og høyskoler skal fremme og verne akademisk frihet». I § 1-5. *Faglig frihet og ansvar* i Universitets- og høyskoleloven. UiBs forskere har både rett og plikt til å gjøre forskningsresultatene kjent, også dersom de strider mot vedtatt politikk.

DEL 2: RETNINGSLINJER

RETNINGSLINJER

Dette er en oversikt over UiBs viktigste retningslinjer for kommunikasjon. Retningslinjene skal sikre at vi kommuniserer på en klar og konsekvent måte og i tråd med statlige retningslinjer.

Mer informasjon finner du på ansattssidene under fanen «Kommunikasjon». Her finner du gode råd til hvordan du lager en god kommunikasjonsplan, hva du bør tenke på når du kontakter media, hvordan bruke sosiale media på en hensiktsmessig måte, språkråd med mer:

<http://www.uib.no/foransatte/17404/arbeidsstotte-kommunikasjon>

Forskningsskommunikasjon

UiB skal:

- popularisere forskning og gjøre den tilgjengelig for relevante målgrupper.
- sørge for at strategisk kommunikasjon, forskningsskommunikasjon og samfunnsdialog er en naturlig del av alle ansattes arbeid.
- skal synliggjøre og underbygge UiBs prioriterte satsningsområder. Vi skal øke forståelsen for UiBs rolle og oppdrag i samfunnet, samt universitetets faglige uavhengighet og autonomi.
- skal styrke det offentlige ordskiftet og den kunnskapsbaserte samfunnsutviklingen gjennom engasjerende forskningsskommunikasjon og dialog i samfunnet.
- skal vise bredden av forskningen og den forskningsbaserte utdanningen ved UiB.

Internkommunikasjon og beredskap

UiB skal:

- ha god og effektiv internkommunikasjon og bygge opp interne kanaler for å styrke kultur og organisasjon.
- ha en rask og faktabasert kommunikasjon ved kriser.

Samfunnsdialog- og myndighetskontakt

UiB skal:

- opprettholde god dialog med kommunen, regionale og sentrale myndigheter, mediene, samt nåværende og potensielle samarbeidspartnere.

Studentkommunikasjon

UiB skal:

- formidle relevant og engasjerende informasjon til potensielle studenter.
- formidle våre kandidaters kompetanse ved fullførte studier.

MÅLGRUPPER

Interessenter er fellesbetegnelsen på alle personer og grupper som en organisasjon har mål eller konsekvenser for – og omvendt; alle som har mål og konsekvenser for organisasjonen.

Interessenter og målgrupper bestemmer hvilken informasjon man prioriterer, hvordan informasjonen formuleres og i hvilken kanal den publiseres. For å kunne bestemme det, er det en fordel å vite hvem målgruppen er, hva de trenger og hvordan vi vil de skal reagere. I tillegg er det en fordel å kjenne til hvilke kanaler de ulike målgruppene bruker til enhver tid. Hvem treffer vi i sosiale medier? Og hvem treffer vi på uib.no?

I noen sammenhenger har UiB behov for å nå målgruppene med konkrete budskap og i andre sammenhenger ønsker vi dialog med eller å bygge relasjoner til dem. Vi vil ofte at de skal handle på en bestemt måte, som å bli student, melde seg på et arrangement eller bli ansatt hos oss. Ofte bygger vi en relasjon over tid som ikke fører til umiddelbar handling, men som kan styrke omdømmet til UiB og evnen vår til å gjennomføre samfunnsoppdraget vårt.

Mange av målgruppene våre er faste, mens andre kan variere. Hvilke målgrupper vi har kommer an på hva som er budskapet og hva vi ønsker å oppnå. Derfor er det hensiktsmessig å identifisere og prioritere interessenter og målgrupper for hver gang man skal kommunisere en sak ut. Det gjelder både saker som skal ut i omverden eller saker som skal kommuniseres internt i organisasjonen.

Det er derfor alltid essensielt å vite målsetningen med kommunikasjonen, hvem målgruppen består av og i hvilke kanaler de befinner seg i.

PUBLISERING PÅ UIB.NO

Uib.no er UiBs viktigste kommunikasjonskanal. Uib.no skal ha en standard som styrker virksomhetens faglige ambisjonsnivå for forskning, utdanning, formidling og innovasjon. Uib.no skal fremstå helhetlig i design og struktur, og med innhold og tjenester som er tilpasset de ulike målgruppene.

- Uib.no skal styrke UiBs omdømme som et internasjonalt forskningsuniversitet og en ettertraktet utdanningsinstitusjon.
- Uib.no skal brukes aktivt i rekruttering av nye studenter og ansatte.
- Uib.no skal brukes aktivt i forskningskommunikasjon og dialog med omverdenen.
- Uib.no skal bidra til økt samarbeid med nasjonale, nordiske, europeiske og internasjonale forskningsmiljøer.
- Uib.no skal bidra til en velfungerende organisering av det interne arbeidet knyttet til forskning, utdanning, formidling og innovasjon.
- Uib.no/foransatte skal brukes til interninformasjon.

GRAFISK PROFIL

UiBs grafiske profil skal sikre at Universitetet i Bergen fremstår enhetlig og gjenkjennelig. Profilen skal benyttes på alt materiell som inneholder informasjon der Universitetet i Bergen er offisiell avsender.

- UiB skal fremstå visuelt som én organisasjon i vår kommunikasjon med omverdenen. Den grafiske profilen skal bidra til dette, og være et viktig virkemiddel for å bygge vår profil og identitet.
- Den grafiske profilen skal brukes av hele organisasjonen og på alle digitale og trykte flater der UiB er den offisielle avsenderen. Riktig bruk sikrer at vår visuelle kommunikasjon blir enhetlig og gjenkjennelig.
- I samarbeidsrelasjoner har vi egne regler for bruk av grafisk profil og logo.
- I profilmmanualen kan du laste ned maler til ulike formål, malene dekker de fleste behov og sikrer at informasjon presenteres på en ryddig og profesjonell måte. Her finner du også UiBs logo og emblem til nedlastning, samt informasjon om ulike tjenester og rammeavtaler, for eksempel bildebase og fototjenester.

Råd og retningslinjer for UiBs grafiske profil:

http://kapd.h.uib.no/profilmanual/00GrafiskProfil/05aa1_reglar.html

SOSIALE MEDIER

Sosiale medier (SoMe) er et verktøy for å oppnå åpenhet og tilgjengelighet. Det gir oss mulighet til å komme tett på enkelte målgrupper, ha en dialog med dem, engasjere dem med nytt og nyttig fra UiB-verdenen og vise hva UiB kan by på og bety. SoMe kan være nyttig for å bygge merkevaren og omdømmet til UiB. SoMe er et godt sted å vise at vi er nyskapende, nyttig, deltakende og kritisk.

Alle de ulike sosiale mediene fungerer på ulikt vis og har forskjellige krav til innhold. Innholdet må tilpasses med tanke på hvilke målgrupper som bruker mediet. Det er derfor anbefalt å lage en gjennomtenkt plan for hva man skal poste, til hvem og hva man ønsker at målgruppene skal gjøre med innholdet: klikke, melde seg på, ta kontakt, like eller dele.

UiBs hovedkanaler er Facebook, Twitter og LinkedIn. Vi bruker også YouTube, Vimeo, Flickr og Instagram. Snapchat blir også brukt i noen fagmiljøer. Det er likevel viktig å være oppmerksom på at SoMe-landskapet endrer seg raskt, nye kanaler kommer til mens andre faller fra. Funksjonaliteten og betingelsene for de ulike kanalene endrer seg også raskt og ofte.

Flere råd og retningslinjer for bruk av sosiale medier:

<http://www.uib.no/foransatte/17406/sosiale-medier>



INTERNKOMMUNIKASJON

UiB skal ha en kultur preget av åpenhet, dialog og informasjonsutveksling på tvers av fag og avdelinger. Dette styrker forutsetningene for at UiB skal nå sine overordnede mål i strategien «Hav, liv, samfunn 2016-2022», og bidrar til en samordnet institusjon.

Mer informasjon finner du på UiBs ansattssider:

<http://www.uib.no/foransatte>

KOMMUNIKASJONSANSVAR OG -ROLLER VED UiB

Universitetets ledelse ved rektor har det overordnede ansvaret for all virksomhet ved UiB, også intern og eksternt kommunikasjon og krisekommunikasjon.

Ledere ved fakulteter, institutter, sentre, sentraladministrasjonen og andre enheter har ansvar for enhetens kommunikasjon, internt og eksternt.

Kommunikasjonsdirektøren er ansvarlig redaktør for uib.no.

Linje: Kommunikasjon er et ledelsesansvar. Arbeidet skal utføres etter linjeprinsippet og kommunikasjonsansvaret følger saksansvaret – både for ledere og medarbeidere. All kommunikasjon og informasjon skal være profesjonell, økonomisk og etisk forsvarlig.

Forskere har ansvar for å kommunisere egen forskning og forskning fra eget fagområde.

Alle medarbeidere har ansvar for å følge med på informasjon som blir gitt i offisielle kanaler ved UiB, og kunnskap og informasjon skal deles med kolleger og studenter.

Kommunikasjonsavdelingen:

- er en aktiv pådriver for godt kommunikasjonsarbeid ved universitetet.
- produserer materiell og utfører tjenester innen formidling, redaksjonelt innhold, video- og tv-produksjon, mediekontakt, web, grafisk design og profil og arrangementer.
- gir kommunikasjonsråd til ledelsen, de vitenskapelige miljøene og sentraladministrasjonen.
- sørger for at UiB har gode kanaler og verktøy for intern og eksternt kommunikasjon.
- støtter universitetets enheter i arbeidet med kommunikasjon gjennom kurs og opplæring, veiledning og rådgiving.
- støtter universitetsledelsen med kommunikasjonsarbeid i en beredskapssituasjon.

BEREDSKAP

Universitetet i Bergen har en egen tiltaksplan for krisekommunikasjon som er forankret i virksomhetens sentrale beredskapsplan.

UiBs beredskapsplan: <http://www.uib.no/hms-portalen/74591/beredskap>

SPRÅK

Ved UiB er hovedspråket norsk; nynorsk og bokmål. Engelsk er det primære fremmedspråket. UiB tilstreber å ha en god balanse i informasjon på de to norske målformene, samt å ha oppdatert og nøyaktig informasjon på engelsk.

Råd og retningslinjer for språk: <http://www.uib.no/foransatte/43122/spr%C3%A5k>

