

Oversikt:

Mål for Universitetet i Bergens kommunikasjon og samfunnskontakt

Prinsipper og verdier for kommunikasjon og samfunnskontakt ved Universitetet i Bergen (UiB)

Kommunikasjonsansvar- og roller ved UiB

Målgrupper og kanaler for UiBs kommunikasjon og samfunnskontakt

Mål og kanaler for UiBs internkommunikasjon

UiBs kommunikasjon i kriser

Kommunikasjonsplattform for Universitetet i Bergen (UiB)

Kommunikasjonsplattformen skal sikre helhet og sammenheng, og skal synliggjøre hvilke prinsipper som ligger til grunn for arbeidet med kommunikasjon og samfunnskontakt.

Plattformen skal bidra til at universitetet når sine hovedmål nedfelt i strategien for perioden 2011 – 2015:

- For forskningen: Å ha og fremme grunnleggende forskning av høy kvalitet i bredden av universitetets fagdisipliner.
- For forskerutdanningen: Å ha og fremme forskerutdanning av høy kvalitet med tett kobling til forskningen i grunnmiljøene.
- For utdanningen: Å tilby internasjonalt anerkjent forskningsbasert utdanning, med høy faglig kvalitet og vekt på danning, kritisk refleksjon og etisk bevissthet.
- For samfunnsdialogen: Å formidle innsikt i vitenskapelig tenkning, metoder og resultater for å styrke et fritt, kritisk og åpent offentlig ordskifte og en kunnskapsbasert samfunnsutvikling.
- Universitetet i Bergen vil ha høy kompetanse, godt samspill mellom faglige, administrative og tekniske ansatte og effektive arbeidsprosesser for å nå universitetets felles mål.

Mål for UiBs arbeid med kommunikasjon og samfunnskontakt:

1. Skal styrke det offentlige ordskiftet og den kunnskapsbaserte samfunnsutviklingen gjennom god formidling og dialog i samfunnet.
2. Skal øke forståelse for UiBs rolle og oppdrag i samfunnet, samt universitetets faglige uavhengighet og autonomi.
3. Skal bidra til et godt omdømme for UiB.
4. Skal synliggjøre UiBs prioriterte satsningsområder.
5. Skal vise bredden av forskningen og den forskningsbaserte utdanningen ved UiB.
6. Skal ha en effektiv formidling av forskningsresultater, nyskaping og kunstneriske virksomhet ved UiB.
7. Skal ha god informasjon til potensielle studenter.
8. Skal formidle våre kandidaters kompetanse ved endte studier.
9. Skal ha god dialog mellom UiB og vertskommunen, regionale og sentrale myndigheter, mediene, samt nåværende og potensielle samarbeidspartnere.
10. Skal ha god og effektiv intern kommunikasjon og bygge opp gode interne kanaler.
11. Skal sørge for at kommunikasjon, formidling og samfunnskontakt er en naturlig del av alle ansattes arbeid.
12. Skal ha en rask og faktabasert kommunikasjon under kriser.

Prinsipper og verdier for kommunikasjon og samfunnskontakt

Universitetets arbeid med kommunikasjon og samfunnskontakt skal være

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

Prinsippene bygger på Statens kommunikasjonspolitikk:

Åpenhet: Kommunikasjonen skal være åpen, tydelig og tilgjengelig. Universitetet skal bidra til og delta i en åpen og opplyst samfunnsdebatt gjennom god formidling av forskning og kunnskap. 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 etablerte møteplasser og sosiale medier.

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

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

Helhet: Kommunikasjonen skal oppleves som enhetlig og samordnet.

Linje: Arbeidet skal utføres etter linjeprinsippet. Det vil si at kommunikasjonsansvaret følger saksansvaret. All kommunikasjon og informasjon skal være profesjonell, økonomisk og etisk forsvarlig.

I tillegg:

Meroffentlighet: Offentlighetsloven slår fast innbyggernes rett til innsyn. Ved UiB er åpenhet og meroffentlighet et hovedprinsipp. Skjerming av informasjon skal kun skje der det er strengt nødvendig.

Kommunikasjonsansvar- og roller ved UiB

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

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

Ansvaret for kommunikasjon følger saksansvaret både for ledere og medarbeidere.

Intern og ekstern informasjon skal integreres i planlegging og gjennomføring av alle aktiviteter.

Kommunikasjonsavdelingen har det faglige ansvaret for kommunikasjon og samfunnskontakt ved UiB. Avdelingen skal arbeide målrettet for at UiBs budskap kommer tydelig fram i offentligheten.

- Avdelingen gir råd om kommunikasjon og samfunnskontakt til ledelsen, de vitenskapelige miljøene og sentraladministrasjonen.
- Avdelingen skal være en aktiv pådriver for godt kommunikasjonsarbeid ved universitetet.
- Kommunikasjonsavdelingen skal (sammen med IT-avdelingen) sørge for at UiB har gode kanaler og verktøy for intern og ekstern kommunikasjon med de prioriterte målgruppene.
- Avdelingen skal støtte universitetets enheter i arbeidet med kommunikasjon og samfunnskontakt gjennom kurs og opplæring, veiledning og rådgiving.
- Avdelingen har en sentral rolle i kommunikasjonsarbeidet i en beredskapssituasjon.
- Kommunikasjonsavdelingen produserer også materiell og utfører tjenester innen redaksjonelt innhold, mediekontakt, web, grafisk design og profil, og arrangementer.

De faglige og administrative enhetene ved universitetet skal bistå

Kommunikasjonsavdelingen med det faglige grunnlaget for mediekontakt og andre kommunikasjonstiltak.

Forskere har ansvar for å kommunisere sin forskning samt formidle ny forskning fra fagfeltet.

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.

Målgrupper

Til grunn for arbeidet med kommunikasjon og samfunnskontakt skal det ligge analyser av hvilken informasjon de ulike målgruppene har behov for og hvilke kanaler som egner seg best til å nå de ulike målgruppene. Dette må gjelde alle enheter, fra ledelsen via sentraladministrasjonen til fagenhetene (fakulteter, institutter og sentre). UiB skal tilstrebe en samordning av arbeidet med kommunikasjon og samfunnskontakt mellom alle enheter på universitetet. UiB vil ta i bruk nye kanaler for å nå våre målgrupper mer effektivt.

Sentrale målgrupper:

- De som direkte og daglig berøres av UiBs virksomhet (studenter og ansatte).
- Studenter og medarbeidere UiB ønsker å rekruttere til universitetet.
- Beslutningstakere nasjonalt og internasjonalt.
- Nåværende og potensielle samarbeidspartnere innenfor offentlig og privat sektor.
- Alle som arbeider med rekruttering til arbeidslivet.
- Media.

Kanaler

Språk

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

Elektroniske kanaler

Universitetet i Bergens nettside (www.uib.no) og e-post-kommunikasjon er de primære elektroniske kanalene for kommunikasjon. Alle målgruppene skal enkelt kunne finne den informasjonen de ønsker på våre nettsider og i kontakt med våre ansatte.

UiB bruker i økende grad sosiale medier til å nå ulike målgrupper, spesielt potensielle studenter og tidligere studenter (alumner).

UiB har en egen Alumnusportal for sine alumner. Målgruppen nås gjennom informasjon i portalen og månedlige nyhetsbrev.

Trykt informasjon

UiB bruker ulike typer trykksaker for å nå ulike målgrupper. UiB gir også ut et eget forskningsmagasin, Hubro og The UiB Magazine, som sendes ut til abonnenter og nøkkelpersoner innenfor ulike målgrupper.

Grafisk profil

UiB har en grafisk profil (www.uib.no/profilmanual/) som skal sikre at Universitetet i Bergen fremstår enhetlig og gjenkjennelig. Profilen skal benyttes på alt materiell som inneholder informasjon der Universitetet i Bergen er den formelle avsender.

Mediene

Mediene er viktige både som målgruppe og kommunikasjonskanal fordi de når svært mange mennesker nasjonalt og internasjonalt. UiB skal ha et proaktivt og korrekt forhold til redaksjonene og skal være behjelpelig med å svare på ulike spørsmål media måtte ha. Alle medier skal ha lik rett til innsyn og behandles med respekt og imøtekommenhet.

Møteplasser

Fysiske møteplasser er viktige for kommunikasjon og samfunnskontakt med ulike målgrupper. Det er avgjørende for god samfunnskontakt at UiB er til stede på arrangementer i regi av andre aktører, besøker og har møter med beslutningstakere (vertskommune og sentrale myndigheter), samt nåværende og potensielle samarbeidspartnere.

UiB skal være åpent og invitere inn ulike målgrupper gjennom å lage møteplasser på og i regi av universitetet. UiB har foreløpig disse møteplassene:

- **Universitetsmuseet:** Museet består av utstillingene i De kulturhistoriske samlinger, De naturhistoriske samlinger, Muséhagen og Botanisk Hage/Arboretet på Milde. Målgruppe: Allmennheten.
- **Forskningsdagene** er en nasjonal, årlig festival der alle typer forsknings- og kunnskapsbaserte institusjoner inviteres til å vise fram sin virksomhet for allmennheten på nye og engasjerende måter. UiB deltar med mange ressurser i Forskningsdagene i Bergen. Målgruppe: Barn, elever i videregående skole, media og allmennheten generelt.

- **Christiekonferansen** er en årlig dagskonferanse der UiB inviterer aktører fra akademia, offentlig og privat sektor til å diskutere temaer og problemstillinger som er relevante på tvers av ulike sektorer. Målgruppe: beslutningstakere og nøkkelpersoner i offentlig og privat virksomhet.
- **Alumnusdagene** er et arrangement for UiBs alumner. De inviteres tilbake til sitt universitet og fagmiljø for faglig påfyll og sosialt samvær. Målgruppe: alumner.
- **Åpne dager og møter/seminarer** i regi av fakultetene og instituttene.

Internkommunikasjon ved UiB: Mål og kanaler

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, og bidrar til en samordnet institusjon.

En god rettesnor er å **informere internt før man informerer eksternt**, fordi god intern informasjon også legger grunnlaget for god eksternt kommunikasjon. I endringsprosesser eller andre større prosjekter skal det alltid utarbeides egne tiltaksplaner for intern kommunikasjon.

Muntlig kontakt og dialog er den mest effektive kanalen for intern kommunikasjon. Personlige møter, kombinert med skriftlig informasjon, skal derfor være en prioritert informasjonskanal.

UiB skal ha **gode digitale kanaler** for informasjonsutveksling i hele organisasjonen. Ansattidene er den primære kanalen for intern informasjon. Sidene skal gi grunnleggende informasjon som gjelder alle ansatte og være en støtte i det daglige arbeidet. De gir kjennskap til institusjonen, bidrar med kunnskap og verktøy til å utføre arbeidet, og er en base for dokumentasjon for den enkeltes arbeidsforhold.

E-post og nyhetsbrev er supplerende informasjonskanaler i de tilfeller ansattidene ikke er egnet eller har funksjonalitet som dekker lokale behov.

UiBs uavhengige avis, På Høyden, er også en viktig informasjonskanal for de ansatte.

Prioriterte kanaler for internkommunikasjonen med studenter ved UiB er Mi side og epost: Mi side er et informasjons- og læringsstøttesystem ved UiB. Her formidles informasjonen i form av meldinger eller kalenderoppslag rettet mot grupper på forskjellig nivå, fra emnenivå til alle studenter på hele universitetet. Det er også en oppslagsfunksjon for mindre viktige saker.

I særskilte tilfeller benyttes også epost i kommunikasjon med studentene.

Egne beredskapsplaner omtaler kommunikasjon og varsling i forbindelse med kriser og uønskede hendelser i inn- og utland.

UiBs kommunikasjon i kriser

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

- De som blir direkte berørt av krisen skal oppleve at UiB tar dem på alvor og tilpasser kommunikasjonen til deres behov. Vi skal tilstrebe direkte kommunikasjon med berørte aktører.
- Informasjon fra UiB skal være tidlig ute, korrekt og tydelig. Vår kommunikasjon skal bidra til at berørte aktører, egne ansatte, media og omverdenen for øvrig får et mest mulig korrekt og oppdatert bilde av hva som skjer og hvordan UiB håndterer situasjonen.
- Kommunikasjon er et viktig verktøy for å redusere skadeomfanget i en krise.
- Kommunikasjonsdirektøren sitter i UiBs beredskapsledelse, og alt kommunikasjonsarbeid skal forankres der.
- Media skal oppleve UiB som en tilgjengelig og relevant informasjonskilde, og at vi legger forholdene så godt til rette som mulig for journalister i en krisesituasjon.

Margareth Barndon, seksjonsleder/seniorrådgiver og Berit Øxnevad-Gundersen, kontorsjef, Kommunikasjonsavdelingen 29.04.14.