

Til: Fakultetsstyret
Fra: Fakultetsdirektøren

Sakstype: Vedtakssak
Tilgang: Åpen
Notatdato: 29.11.2021
Møtedato: 09.12.2021

Ref.: 2021/17873
Saksbehandler: Linn K. Stølan

Strategi for ekstern kommunikasjon ved Det utdanningsvitenskapelige fakultet 2021-2024

Bakgrunn og avgrensninger:

Kommunikasjonsstrategien er et ledd i fakultetets strategi 2020-2030 og knyttet til området kunnskap i bruk. En ambisjon er å nå ut til samfunnet med utdanningsvitenskapelig kunnskap. Kommunikasjonsstrategien skal gjelde for alle ansatte, og vår eksterne kommunikasjon skal vise fakultetets bredde. Strategien beskriver delvis kommunikasjonsaktiviteter, -tiltak og prosesser som allerede er i gang.

Internkommunikasjon er også en stor del av vår kommunikasjonsaktivitet, men den vil kartlegges nærmere som del av en varslet gjennomgang for hele UiO.

Prosess:

En arbeidsgruppe bestående av ansatte fra Seksjon for forskning og kommunikasjon og Studieseksjonen har sammen med dekanen utarbeidet et utkast til strategi. Dekanatet, dekanens ledergruppe, Rådet for forskningssaker, Studieutvalget, kommunikasjonsredaksjonen, enhetene og fakultetsstyret har alle gitt innspill på utkastet i løpet av høsten (fakultetsstyret i møtet 16.09.21).

Oppfølging:

Tiltaksplan detaljeres av kommunikasjonsredaksjonen og dekanens ledergruppe, med beskrivelse av ansvar og tidsplan. Hvem som skal ha ansvar for hvert enkelt tiltak og dermed utgjøre subjektet «vi» skal beskrives nærmere. Dette arbeidet må ses i sammenheng med fakultetets og UiOs årsplaner. Kommunikasjonsstrategien vil bli evaluert og revidert hvert annet år. Strategien følges opp av tiltaksplan og digital kanalstrategi, som begge revideres årlig. Om fakultetsstyret ønsker å



prioritere utvalgte temaer eller målgrupper for kommunikasjonen på sikt, så vil det altså bli muligheter for det når strategien revideres.

Forslag til vedtak:

Strategien vedtas.

Bård Kjos
fakultetsdirektør

Linn K. Stølan
seksjonssjef

Dette dokumentet er godkjent elektronisk ved UiO og er derfor ikke signert.

Vedlegg:

1. Strategi for ekstern kommunikasjon ved Det utdanningsvitenskapelige fakultet 2021-2024

Strategi for eksternt kommunikasjon ved Det utdanningsvitenskapelige fakultet (UV) 2021-2024

Introduksjon

Kommunikasjonsstrategien er et ledd i fakultetets strategi 2020-2030 og knyttet til området kunnskap i bruk. Det er fakultetets ambisjon at utdanningsvitenskapelig kunnskap når ut i samfunnet og tas i bruk der. Slik inngår kommunikasjon i arbeidet med å gjøre fakultetets forskning, utdanning og innovasjon kjent for aktuelle brukergrupper, inkludert allmennheten, og dermed i fakultetets store samfunnsoppdrag. Kommunikasjonsstrategien vil bli evaluert og revidert hvert annet år. Strategien følges opp av kanalstrategi og tiltaksplan, som begge revideres årlig.

Kommunikasjonsmål for fakultetet

Fakultetets kommunikasjon skal bidra til:

- å gjøre fakultetets forskning, innovasjon og utdanning mer etterspurt
- å rekruttere velkvalifiserte studenter til fakultetets studieprogram
- å rekruttere høyt kvalifiserte medarbeidere til fakultetet
- å styrke fakultetets rolle som samfunnsaktør
- å styrke dialogen med fakultetets samarbeidspartnere
- å synliggjøre fakultetet og bygge et godt omdømme

Hvem vil vi nå?

Aktuelle målgrupper vi ønsker å nå:

- Nåværende og potensielt framtidige studenter og ansatte
- Forskerfellesskapet
- Praksisfeltet for utdanningene våre, skoleeiere, arbeidstakerorganisasjoner, politikere, arbeidsliv, og beslutningstakere i offentlig forvaltning
- Allmennheten

Hvordan nå målene og målgruppene?

Fakultetets formidling og kommunikasjon er orientert mot tre ulike områder, som vil følges opp med tilpassede typer tiltak.

Formidling av forskning, utdanning og innovasjon

UV skal frambringe og spre ny kunnskap basert på vitenskapelige metoder i tråd med internasjonale standarder. Gjennom formidling av forskning, utdanning og innovasjon skal vi i dialog med våre

samarbeidspartnere bidra til et høyt kompetansenivå i samfunnet. Vi skal også bidra til at kunnskapen vi formidler, tas i bruk. UV har som mål å formidle både uavhengig, banebrytende og langsiktig forskning, og bredden i fakultetets forskning og innovasjon. Forskningsformidling oppfyller deler av vårt samfunnsmandat, som handler om å gjøre forskningen kjent i samfunnet og slik bidra til en demokratisk, miljømessig, sosial og økonomisk bærekraftig utvikling¹.

Studentkommunikasjon og studentrekruttering

Et viktig mål for UiO er å utdanne studenter med kunnskap, evne og vilje til å skape en bedre verden, studenter som evner å sette fagene i et større samfunnsperspektiv og lede an i det grønne skiftet.²

UVs mål med rekrutteringsarbeid og markedsføring av studier, er å nå de aktuelle søkerne og bidra til at våre søkere tar studievalg basert på en genuin interesse for og forståelse av hva det enkelte studiet innebærer, gjennom informasjon om så vel innholdet i studiene og organiseringen av dem som det sosiale livet på campus. Det er et mål at studentene opplever en tilknytning til studieprogrammene ved fakultetet og trives i læringsmiljøet.

Synlighet og omdømme

Fakultetets omdømme hviler på kvaliteten i aktivitetene våre. Byggingen av et godt omdømme foregår blant annet i den daglige og åpne kommunikasjonen av forskning, studier og innovasjon. UV skal være godt synlig og framstå som relevant for våre målgrupper.

Fakultetet skal profilere seg som Norges ledende utdanningsvitenskapelige miljø, blant annet for å rekruttere studenter og ansatte og for å kunne hevde seg i konkurransen om ekstern finansiering.

Et annet mål er å bygge en god kultur for kommunikasjon på fakultet. Kommunikasjonsmedarbeiderne ved fakultetet og enhetene skal støtte og veilede de vitenskapelige ansatte i kontakt med media og gi råd i valg av kanaler for å nå konkrete målgrupper.

Prinsipper for kommunikasjon

Til grunn for denne strategien ligger Statens kommunikasjonspolitikk. Den gjelder for alle statlige virksomheter og har følgende hovedprinsipper for god kommunikasjon:

- Åpenhet – staten skal være åpen, tydelig og tilgjengelig.
- Medvirkning – staten skal ta berørte innbyggere med på råd og involvere dem i politikktutforming.
- Nå alle – staten skal sørge for at relevant informasjon når fram til alle berørte.
- Aktiv – staten skal aktivt og i tide gi informasjon om rettigheter, plikter og muligheter.
- Helhet – statlig kommunikasjon skal oppleves som enhetlig og samordnet.

Kommunikasjon er alle ansattes ansvar og følger statens linjeprinsipp. I dette ligger:

- at dekanen har det overordnede ansvaret for fakultetets kommunikasjon
- at ledere på alle nivåer har løpende ansvar for den daglige kommunikasjonen internt og eksternt

¹ Deler av dette avsnittet er hentet fra formålsparagrafen til ny lov om universiteter og høyskoler; [NOU 2020: 3 \(regjeringen.no\)](#)

² Formuleringer hentet fra UiOs Strategi 2030 ([Strategi 2030 - Universitetet i Oslo \(uio.no\)](#))

- at formidling inngår i de vitenskapelig ansattes oppgaver
- at alle medarbeidere har ansvar for å dele kunnskap og informasjon med kolleger, studenter og faglige nettverk og for å holde seg informert
- at fakultetets seksjonsleder for kommunikasjon har det overordnede faglige ansvaret for utvikling og iverksetting av fakultetets strategier knyttet til kommunikasjon

Vedlegg til strategien

- [Kanalstrategi for det Utdanningsvitenskapelige fakultet \(uio.no\)](#)
- Tiltaksliste

Vedlegg

Tiltak

For å bedre kommunikasjonen generelt og for å nå de målene fakultetet har satt seg, skal følgende tiltak settes i verk:

Studentkommunikasjon og studentrekruttering

- Vi skal evaluere og videreutvikle arrangementer.
- Vi skal benytte betalt markedsføring på noen av de eksterne plattformene: Facebook og Instagram, i tråd med UiOs retningslinjer.
- Vi skal kontakte studentgruppene ved UVs egne sosiale-mediekanaler med forespørslers om å dele relevant informasjon.

Forskningsformidling

- Vi skal fortsette å skrive relevante forskningssaker av høy kvalitet, egnet for deling i sosiale medier og innsalg.
- Vi skal videreutvikle bruken av temaserier.
- Vi skal styrke samarbeidet med forskning.no og Store norske leksikon (snl.no).
- Vi skal videreutvikle podkasten «Læring».
- Vi skal bidra til UiOs podkast «Universitetsplassen».

Medieinnsalg og formidlingskompetanse

- Vi skal øke vårt fokus på medieinnsalg i strategiperioden. Medieinnsalg har omdømmedrivende effekt, samtidig som det bidrar til økt kunnskap hos målgruppene om UVs forskning og studier.
- Vi skal arrangere kurs i forskningskommunikasjon og medietrening for å styrke ferdighetene hos vitenskapelig ansatte

Formidlingsarrangementer

- Vi skal bistå forskerne med å tilrettelegge for deltakelse på arenaer med stort potensial for forskningsformidling, som Forskningsdagene og Oslo Peace Days.

Digitale kanaler

- Vi skal styrke og profesjonalisere arbeidet med sosiale medier.
- Vi skal heve vårt kompetansenivå på sosiale medier og effektivisere målingen av vår tilstedeværelse der.
- Vi skal revidere UVs kanalstrategi jevnlig.

Språklig kompetanse

- Vi skal bruke klart språk i all vår kommunikasjon.
- Vi skal bestrebe oss på å nå kravet om 25 % nynorsk i utadrettet kommunikasjon.
- UV skal over tid øke engelskspråklig kommunikasjon.

Oppfølging

- Vi skal fortsette å optimalisere medieovervåkingen.
- Vi skal utarbeide og gjennomføre en omverden-undersøkelse.
- Vi skal måle kommunikasjon årlig og dele nøkkeltakk med organisasjonen.
- Vi skal ta i bruk AMECs måleverktøy for kommunikasjon, basert på de sju Barcelona-prinsippene.

Tiltaksplanen vil bli nærmere detaljert og spesifisert med ansvar og tidsplan, og skal ses i sammenheng med årsplanen.