

# Kommunikasjonsplattform for UiT Norges arktiske universitet, 2024 – 2030

Kommunikasjonsplattformen definerer mål, gir føringer og tydeliggjør ansvar og roller i kommunikasjonsarbeidet ved UiT Norges arktiske universitet. Plattformen er førende for alle medarbeidere ved universitetet og i særdeleshet for de områder der kommunikasjon er hovedvirkemiddel.

Vår kommunikasjon og formidling skal være forståelig, åpen, tilgjengelig og dialogbasert, og bidra et godt arbeids- og studiemiljø. Formidling er en lovpålagt oppgave ved universitetet, og det legges til grunn at våre forskere, som en del av sitt arbeid, skal formidle sin forskning. Plattformen griper ikke inn i den enkeltes formidlingsansvar, men skal bidra med målrettede tiltak og støttefunksjoner for økt kompetanse, innsats og motivasjon til god og effektiv formidling som et prioritert område i UiTs strategi.

Vår samlede innsats innenfor kommunikasjon og formidling skal bidra til å realisere vår strategi [Eallju – Drivkraft i nord](#). UiT skal:

- være internasjonalt ledende på kunnskap og kompetanse om og for Arktis og nordområdene
- bidra til nyskapende og bærekraftige løsninger på de store samfunnsutfordringene
- være et arnested for utvikling av studenter og ansattes kompetanse og talenter, med mangfold som drivkraft og ressurs.

## Prinsipper for prioritering og ressursbruk

Følgende prinsipper skal være førende for våre prioriteringer og bruk av ressurser innenfor fagområdet.

Vår kommunikasjon og formidling skal:

1. styrke UiT sin posisjon i det nasjonale og internasjonale mediebildet, spesielt innen spørsmål knyttet til Arktis og nordområdene
2. bidra til at våre fagfolk og deres kompetanse skal være og oppfattes som aktuell og relevant, og blir brukt til å løse de store samfunnsutfordringene og klima- og miljøkrisen
3. fremme konstruktiv dialog, godt ytringsklima, en opplyst samfunnsdebatt og styrke et mangfold av ulike røster og kritiske perspektiver
4. synliggjøre vår kunnskap om samiske og kvenske perspektiver for å bidra til en bærekraftig samfunnsutvikling
5. anvendes som strategisk verktøy for satsing på ekstern finansiering, være tilpasset de ulike målgruppene og gjøres tilgjengelig gjennom effektive kanaler

## Prioriterte områder

Følgende fire områder, med tilhørende tiltak, gir tydelig rammer og retning med klare prioriteringer som skal bidra til å styrke effekten av vårt samlede kommunikasjons- og formidlingsarbeid.

### 1. Formidling av kunnskap og forskningsresultater

Vi gjør forskningen og fagkompetansen ved UiT tilgjengelig, relevant og aktuell ved bruk av et bredt spekter av formidlingsformer og kommunikasjonskanaler. Opplæring av ansatte står sentralt og må sees i forhold til behovet for kompetanse innen formidling i ulike karrierefaser. Våre ansatte skal settes i stand til å nå ut på sentrale samfunnsarenaer. Opplæring i ytringskultur og ytringsfrihet skal prioriteres.

#### *Tiltak:*

1. Videreutvikle og koordinere kursporteføljen innen formidling for ansatte ved å:
  - a. videreutvikle felles obligatorisk kurs i formidling for alle Ph.d. kandidater
  - b. utvikle kommunikasjonskurs, malverk og opplæringsvideoer som distribueres bredt, samt arrangere jevnlig formidlingstrening på hovedcampusene for ansatte
  - c. sørge for at kommunikasjon og formidling, både internt og eksternt, er tema på UiTs lederprogram

- 2. Samordne de administrative formidlings- og kommunikasjonsressursene på UiT på tvers i organisasjonen**
  - a. opprette operative team mellom kommunikasjonsmedarbeidere på enhetene og Seksjon for kommunikasjon for å dra bedre nytte av kommunikasjon og formidling som strategiske verktøy og for å avklare roller og prioritering av arbeidsoppgaver.
  - b. videreutvikle UiTs administrative tjenester for kommunikasjons- og formidlingsarbeid og kunne foreslå forbedringer i organisering av støttetjenester i Fellesadministrasjonen og enhetene, for å optimalisere ressursbruken.
- 3. Benytte dekanmøtet som arena som for å prioritere, videreutvikle og forankre det strategiske kommunikasjons- og formidlingsarbeidet.**
- 4. Videreutvikle incentivordninger for formidling gjennom å:**
  - a. synliggjøre formidlingsaktivitet i medarbeider- og utviklingsplaner
  - b. utrede en meritteringsordning for formidling som henter inspirasjon fra meritteringsordningen innen utdanning
  - c. videreutvikle UiTs verktøykasse for formidling gjennom blant annet NORCAM for meritterende formidlingsarbeid
  - d. styrke formidlingskomponenten i forskningsprosjekter rettet mot ekstern finansiering gjennom å ta i bruk og videreutvikle tiltak i [UiT Talent programmet for formidling](#)
  - e. sørge for at eksternt finansierte prosjekter inneholder en plan for, og finansiering av, formidlingsaktivitet
- 5. Etablere et forum for formidling ved å:**
  - a. samle ressurspersoner innen fremdragende formidling som kan fungere som en mentorgruppe.
  - b. koble forskere som ønsker å teste ut innovative måter å formidle på til en mentorordning
  - c. samle fremdragende og innovative formidlingstiltak som er testet ut i UiTs verktøykasse for formidling og distribuere dem åpent

## **2. Strategisk kommunikasjon**

Den strategiske kommunikasjonen er det langsiktige og planlagte arbeidet med å posisjonere UiT i media og allmenheten for å oppnå UiTs strategiens mål. Vi tar del i samfunnsdebatten gjennom å være til stede på viktige debattarenaer, i riksmidier, for beslutningstakere i politikk, for arbeidslivet og samfunnet rundt oss. UiTs vitenskapelig ansatte skal være foretrukne samarbeidspartnere i eksternt finansierte prosjekter, som innledere på aktuelle arenaer og som eksperter i nasjonale og internasjonale komiteer, utvalg og medier.

### ***Tiltak:***

- 1. Posisjonere og øke synligheten til UiT i nasjonale og internasjonale medier gjennom å:**
  - a. følge samfunnsdebatten tett og bidra til at UiT er i front i det offentlige ordskiftet, gjennom engasjerende innhold og kronikker, deltakelse på sentrale arenaer og som kilder i nyhetssaker regionalt, nasjonalt og internasjonalt
  - b. strategisk posisjonere og selge inn saker fra kjernevirksomheten som treffer tidsånden, mediebildet og den politiske diskursen
  - c. videreutvikle ekspertlisten som inngang til dialog mellom samfunnet og universitetet på utvalgte saker og fagområder
  - d. gi formidlings- og medietrening til utvalgte eksperter innen prioriterte tema, for å gjøre dem i stand til å posisjonere seg til å få ekstern finansiering
  - e. utarbeide egne retningslinjer for mediekontakt for ledere
  - f. medietrening av den utvidede universitetsledelsen hvert år
- 2. Benytte arrangementer som strategisk posisjonering og synliggjøring:**
  - a. utarbeide årshjul for utvalgte anledninger for posisjonering og profesjonalisering av deltakelse.
  - b. utvikle arrangement på sentrale arenaer som kan bidra til synlighet nasjonalt og internasjonalt om Arktis og nordområdene.
  - c. flagge noen få større event som strategiske fyrtårn hvert år og vurdere både hvilke fagmiljø som skal delta og hvilke samarbeidsavtaler som skal utvikles og knyttes opp mot disse fyrtårnene samt årlig evaluere effekt og revurdere innsatsen.
  - d. bruke museet og universitetsbiblioteket aktivt som en dialogbasert publikumsarena for UiT.
  - e. tilgjengeliggjøre standardiserte hilsninger på samisk og kvensk som kan benyttes ved relevante anledninger

### **3. Rekruttering, posisjoner og markedsføring**

UiT skal være både et attraktivt studiested som konkurrerer på nasjonalt og internasjonalt nivå, men som også dyrker regional egenart som flercampusuniversitet.

#### ***Tiltak:***

#### **Utvikle og implementere nye strategier for markedsføring samt studentrekruttering ved å:**

- a. nedsette en arbeidsgruppe for studentrekruttering og markedsføring med formål om å utvikle og implementere ny politikk for studentrekruttering som tar hensyn til:
  - a. endret demografi, en mer sammensatt studentmasse, arbeidslivets kompetansebehov og UiT sin flercampusstruktur.
  - b. internasjonale studenter utenfor EU etter innføring av studieavgift.
- b. benytte relevant kunnskapsgrunnlag, som nasjonale omdømmeundersøkelser og medierapport for måling og iverksetting av tiltak.

### **4. Internkommunikasjon og samhandling**

Vi bygger fellesskap, identitet, kultur og omdømme og sikrer god informasjonsflyt om virksomheten som et mangfoldig flercampusuniversitet. Alle ansatte og studenter skal få og finne informasjonen de trenger, slik at de får løst arbeidsoppgavene og gjennomført studiene på en god og effektiv måte. Informasjonen skal komme til rett tid, i forutsigbare kanaler, og være lett å forstå og bruke. Internkommunikasjonen skal være preget av åpenhet og legge til rette for en god tilbakemeldingskultur.

#### ***Tiltak:***

#### **1. Styrke og forbedre kommunikasjon med studenter og ansatte gjennom å:**

- a. utvikle en kanalstrategi for UiT som beskriver hvilke kanaler som skal brukes til hva, samt sikrer at ansatte, studenter og eksterne får den informasjonen de trenger på riktig sted, til rett tid
- b. utvikle en portal/startside for ansatte og en portal/startside for studenter der målet er at den enkelte raskt skal kunne finne de ressursene og den informasjonen de trenger i arbeids-/studiehverdagen
- c. tilby internkommunikasjon som en del av lederprogrammet. Formålet er å øke kompetansen innen internkommunikasjon blant ledere ved UiT, samt øke bevissthet om ansvar for og kvalitet på internkommunikasjonen med egne ansatte og studenter

#### **2. Utvikle og optimalisere bruk av UiTs fagressurser innenfor kommunikasjon, markedsføring, rekruttering og formidling ved å:**

- a. etablere gode samhandlingsarenaer for de nevnte fagressurser på tvers av organisasjonen for å sikre god koordinering, ansvarsdeling, erfaringsutveksling og kompetansebygging.
- b. videreutvikle godt samarbeid mellom ansatte som har ansvar for større arrangementer ved sine campus, for å skape synergier og utnytte ressursene godt.

#### **3. Sikre opplæring og trening i beredskap og krisekommunikasjon for Sentral beredskapsgruppe og ledere av Lokal beredskapsgruppe.**

## Ansvar og roller

God rolleforståelse og klar ansvarsdeling er en forutsetning for godt formidlings- og kommunikasjonsarbeid. [Statens kommunikasjonspolitikk](#) slår fast at kommunikasjonsansvaret følger saksansvaret, både for ledere og medarbeidere – også kalt linjeprinsippet. For UiT betyr dette:

- **Universitetsledelsen** ved rektor har det overordnede ansvaret for all virksomhet ved UiT, herunder også intern- og eksternt kommunikasjon og kommunikasjon under krise. Som hovedregel er det universitets øverste ledelse, representert ved hele rektoratet, som uttaler seg på vegne av institusjonen.
- **Ledere** ved fakulteter, institutter, sentre, fellesadministrasjonen og andre enheter har ansvar for enhetens daglige kommunikasjon internt og eksternt.
- **Forskere og vitenskapelige ansatte** har både plikt til, og ansvar for, å være oppdatert på ulike formidlingsformer, formidle egen forskning og kunnskap fra eget fagområde - noe som inngår i FoU-tiden til den enkelte. Delta på kompetansehevingstiltak innen kommunikasjon og formidling for å heve egen kompetanse til å formidle eget fagområde i dialog med samfunnet rundt
- **Alle medarbeidere** har et selvstendig ansvar for å følge med på informasjon som blir gitt i offisielle kanaler ved UiT, og dele kunnskap og informasjon med kolleger, studenter og faglige nettverk.
- **Seksjon for kommunikasjon** har det overordnede faglige ansvaret for utvikling og iverksetting av retningslinjene for kommunikasjon. Seksjonen er en pådriver for godt kommunikasjonsarbeid ved UiT og har et overordnet utviklingsansvar for universitets kommunikasjonskanaler. Seksjonen har ansvar for den strategiske nyhets- og forskningsformidlingen og gjøre klare prioriteringer og nødvendige omdispenserings av ressursene i henhold til kommunikasjonsplattformen. Seksjonen gir kommunikasjonsstøtte til universitetsledelsen og øvrig ledelse. Opplæring og rådgivning til universitets enheter og bistand i beredskapssituasjoner en del av seksjonens ansvar- og arbeidsområde.
- **Kommunikasjons- og formidlingsmedarbeidere ved fakultet/enheter, institutt og forskningsgrupper** jobber tett på fagmiljøene. De jobber blant annet med forskningskommunikasjon, arrangement som Forskningsdagene, disputaser og skolebesøk, profilering av studietilbud, internkommunikasjon, kommunikasjonsrådgivning og lederstøtte.
- **Koordinering og samkjøring:** Kommunikasjonsarbeidet er en integrert del av daglig drift ved UiT, og kommunikasjonsmedarbeidere på fakultet og institutt skal inngå i operative og fleksible kommunikasjonsteam med ansatte i Seksjon for kommunikasjon, for å sikre samkjøring og synergier på tvers og langs i organisasjonen. Dette koordineres fra Seksjon for kommunikasjon, men utvikles i samarbeid med fakultet og institutt.

## Språk

Valg av språk i all kommunikasjon ved UiT skal gjøres ut fra hva som er formålstjenlig for målgruppa og i tråd med de språkpolitiske retningslinjene ved UiT<sup>1</sup>. Både nynorsk og bokmål skal brukes i samsvar med språkloven, og samisk i samsvar med [Samelovens språkregler § 1-5](#).

**Øvrig rammeverk som ligger til grunn for kommunikasjonsarbeidet ved UiT:**

- [Statens kommunikasjonspolitikk](#)
- [Plattform for ledelse i staten](#)
- [Universitets- og høyskoleloven](#)
- [Offentlighetsloven](#)
- [Forvaltningsloven](#)
- [Målloven](#)
- [Samelovens språkregler § 1-5](#)
- [Regler for universell utforming](#)

---

<sup>1</sup> Under utvikling. Nye språkpolitiske retningslinjer vil være på plass i løpet av høsten 2023