

Sakområde: Kommunikation och media

Dokumenttyp: Policy

Beslutsfattare: Rektor

Avdelning/kansli: Kommunikationsavdelningen

Handläggare: Tina Zethraeus

Beslutsdatum: 2014-06-16

Träder i kraft: 2014-06-16

Giltighetstid: Tills vidare

Bör uppdateras före: 2017-06-30

Dokument som upphävs: Rektors beslut den 8 februari 2010, § 21/10, dnr SLU ua.19-324/10.

Bilaga till: Rektor beslut den 16 juni 2014, § 131/14.

KOMMUNIKATIONSPOLICY FÖR SLU

SLU:s vision är att vara ett världsledande universitet inom livs- och miljövetenskaper. Visionen ska uppnås genom att utveckla kunskapen om naturresurserna och människans hållbara nyttjande och förvaltning av dessa.

1. Inledning

Kommunikation är ett viktigt verktyg för att universitetet ska uppnå sina mål och sin vision. Kommunikation och samverkan med omgivande samhälle och med intressenter är kännetecknande för SLU:s verksamhet. Det är en förutsättning för universitetets framgång i att attrahera forskningsmedel och rekrytera forskare och övrig personal, doktorander och studenter. Kommunikationen ska också synliggöra universitetet för omvärlden som en framgångsrik forskningsaktör och kreativ samverkanspartner.

SLU ska i sammanhanget uppfattas som ett nyskapande, professionellt och forskningsintensivt universitet med högkvalitativ utbildning och miljöanalys. Universitetets geografiska närvaro på flera orter utgör en konkurrensfördel, och den speciella kompetensprofilen och regionala närvaron bör utnyttjas i universitetets externa kommunikation.

Externa kommunikationsinsatser ska i så stor utsträckning som möjligt föregås av intern kommunikation. Kommunikationsverksamheten ska även beakta behovet av internationell marknadsföring och dialog.

1.1 Kommunikationsverksamheten ska kännetecknas av följande värdeord:

- Saklig. Informationen från SLU ska stå på vetenskaplig grund och vara korrekt och nyanserad.

- Trovärdig. Informationen ska tåla granskning och präglas av hög kvalitet.
- Tillgänglig. Informationsinsatserna ska kännetecknas av en lyhördhet mot omvärlden och dess behov.
- Aktuell. SLU ska genom aktiv omvärldsbevakning snabbt identifiera och reagera på informationsbehov.
- Kvalitativ. Kommunikationsinsatserna ska vara effektiva, utnyttja de i sammanhanget mest lämpliga kanalerna, och anpassas efter målgruppernas behov.
- Ansvarsfull. Som expertmyndighet har SLU ett särskilt ansvar att förmedla kunskap från sina fackområden. SLU ska som offentlig myndighet präglas av transparens och ge möjlighet till insyn.

2. Målgrupper

Ett långsiktigt och samordnat kommunikationsarbete kräver tydligt definierade och prioriterade målgrupper. För SLU är följande målgrupper särskilt viktiga:

2.1 Anställda och studenter

Motiverade, engagerade och kunniga medarbetare och studenter är förutsättningen för en högkvalitativ verksamhet. En öppen intern dialog främjar delaktighet, samarbete och nytänkande.

2.2 Blivande studenter

Att nå motiverade ungdomar som efter studierna vid SLU för ut ny kunskap till omgivande samhälle och näring, eller stannar och vitaliserar forskning, undervisning och miljöanalys, är en av universitetets viktigaste uppgifter.

2.3 Alumner

Kontakten med tidigare studenter är värdefull för t.ex. utbildningen, men även för att få omvärldsimpulser till viktiga frågeställningar och forskningsområden.

2.4 Finansiärer

I allt högre grad finansieras forskningen av medel som söks i nationell och internationell konkurrens. Att synliggöra forskningsbehov och SLU:s medverkan i framgångsrik forskning har därför hög prioritet i kontakter med potentiella forskningsfinansiärer.

2.5 Internationella samarbetspartners och universitet

Internationellt utbyte är en viktig förutsättning för att utveckla verksamheten. SLU vill förstärka samarbetet med högklassiga utländska universitet och med universitet

och forskarnätverk i utvecklingsländerna, för att säkerställa forskningens och utbildningens globala relevans.

2.6 Näring och myndigheter

SLU:s verksamhet berör de stora samhällsfrågorna. Det är viktigt att ny kunskap sprids och utnyttjas i näringen och i samhälleligt beslutfattande. Näringsliv och samhällsorgan ska känna till och efterfråga SLU:s expertkunskap och studenter som utbildats vid SLU.

2.7 Media

Journalister är en viktig målgrupp och media en prioriterad kanal för att nå ut till allmänhet och olika målgrupper. Media ställer höga krav på tillgänglighet och service, för att t.ex. komma i kontakt med expertis och få tillgång till nya forskningsrön.

3. Ansvarsförhållanden

SLU har ett delegerat kommunikationsansvar, där varje individ och enhet har en del i det kommunikativa arbetet.

- Varje person i **chefsställning** har ett ansvar för att den externa och interna kommunikationen fungerar i den egna verksamheten, förtydligat i policyn för chefsuppdrag.
- Varje **medarbetare och student** har ett ansvar att söka information (som krävs för arbetet) och att kommunicera med kollegor och chefer om förhållanden som har betydelse för verksamheten.
- Varje **forskare** har ett ansvar för att kommunicera sin forskning.
- Varje **medborgare** har rätt att fritt uttrycka sin mening i olika frågor. Den som är bemyndigad att uttala sig i SLU:s namn har dock ett särskilt ansvar att företräda universitet.
- **Kommunikationschefen** har ett övergripande ansvar för att samordna kommunikationsverksamheten inom SLU i enlighet med policyn och inom givna ramar. Ansvaret omfattar:
 - Profilerings och varumärkesvård
 - Samordning av universitetsgemensamma kommunikationsinsatser inom t ex Studentrekrytering och mediekontakter
 - Rådgivning och stöd gentemot olika enheter
 - Utveckling och utvärdering av informationskanaler och –insatser
 - Utveckling av universitetets webbplattform

Fakultetsinformatörer har ett ansvar att säkerställa att regionala och fakultetsvisa behov beaktas och samordnas med övrig kommunikationsverksamhet.

4. Kanaler

SLU ska kommunicera genom de i sammanhanget mest effektiva kanalerna i förhållande till målgruppens behov och insatsens mål. För SLU är följande kanaler särskilt viktiga:

- Webben är den viktigaste kanalen att nå ut brett till målgrupper inom och utom landet.
- Medier som ger möjlighet till interaktivitet och dialog ska i första hand utnyttjas.
- Samtal och möten är viktiga former för intern kommunikation.

5. Kompletteringar och lagrum

Denna kommunikationspolicy kompletteras av kommunikationsstrategi och -planer, som t.ex. universitetsadministrationens årliga verksamhetsplan. Särskilda riktlinjer och anvisningar kan krävas för publicering på webb och i sociala media. Därutöver omfattas kommunikationsverksamheten av SLU-specifika policyer och beslut, varav de viktigaste är delegationsordningar (fastställer t.ex. chefernas ansvar), värdegrunden, medarbetar- och ledarskapsidéer, miljöpolicy, regler för sponsring m.m.

Några av de lagar och förordningar som gäller för offentliga myndigheters kommunikationsverksamhet är följande:

- Regeringsformen och tryckfrihetsförordningen, reglerar allas rätt till åsiktsfrihet, yttrandefrihet och informationsfrihet.
- Förvaltningslagen, reglerar serviceskyldigheten gentemot medborgarna.
- Högskolelagen anger högskolornas och universitetens skyldighet att samverka med det omgivande samhället och informera om sin verksamhet.
- Högskoleförordningen, reglerar rätten till utbildningsinformation.
- Språklagen reglerar det svenska språkets, de nationella minoritetsspråkens och teckenspråkets status.