



UPPSALA
UNIVERSITET

Dnr UFV 2021/2011

Kommunikationspolicy

Ramar, ansvar och roller

Fastställd 2023-06-07

Innehållsförteckning

Introduktion	3
Syftet med kommunikationspolicyn	3
Övergripande kommunikationsmål	3
Intern kommunikation	3
Extern kommunikation	4
Övergripande kommunikationsstrategier	4
Använd styrkan i Uppsala universitets varumärke	4
Kommunicera excellens, resultat och relevans	4
Underlätta, uppmuntra och inspirera	4
Lyft fram människor och miljöer	5
Stärk helheten och ge kraft åt delarna	5
Se universitetets historia som en tillgång	5
Målgrupper	5
Kanaler för kommunikation	5
Roller och stöd i kommunikationsarbetet	6
Medarbetare och studenter	6
Prefekter och motsvarande	6
Verksamhetsnära kommunikatörer	6
Kommunikationsavdelningen	6
Meddelarfrihet	6
Talespersoner	7

Introduktion

Uppsala universitets uppgift är att bedriva utbildning och forskning av högsta kvalitet.

Universitetet är en statlig myndighet, som verkar utifrån svenska myndigheters grundläggande värden om demokrati, rättssäkerhet och effektivitet.

Bland de lagar som är särskilt viktiga att beakta vid tillämpningen av denna policy kan nämnas Tryckfrihetsförordningen och Yttrandefrihetsgrundlagen, men även Högskolelagen (inklusive Högskoleförordningen), Förvaltningslagen, Språklagen och Lagen om tillgänglighet till digital offentlig service.

Kommunikationspolicyn kompletterar gällande universitetsgemensamma styrdokument, däribland universitetets Mål och strategier, Grafiska riktlinjer för varumärket Uppsala universitet samt universitetets Medarbetarpolicy och Språkpolicy.

Syftet med kommunikationspolicyn

Kommunikationspolicyn är vägledande för Uppsala universitets interna och externa kommunikation och anger övergripande ramar, ansvar och roller.

Syftet med policyn är att underlätta för medarbetare att kunna använda kommunikation som ett av flera medel för att uppfylla universitetets mål inom utbildning, forskning och samverkan.

Öppenhet, kunskap och dialog bidrar till att skapa förståelse och legitimitet för universitetets mångfacetterade verksamhet. Det är bland annat därför information och kommunikation inte bara är en fråga för kommunikatörer utan ska integreras i alla verksamhetsprocesser vid universitetet.

Övergripande kommunikationsmål

De övergripande målen för all kommunikation är att bidra till att

- universitetets verksamhetsmål uppfylls;
- stärka förtroendet för universitetets verksamhet.

All kommunikation med såväl interna som externa målgrupper ska vara öppen, saklig, begriplig, ansvarsfull och inkluderande. Universitetet ska kunna kommunicera även svåra och kontroversiella ämnen.

Intern kommunikation

Kommunikation med interna målgrupper ska

- bidra till att ge anställda bästa möjliga förutsättningar att utföra sitt arbete;
- skapa förståelse för de övergripande verksamhetsmålen;
- stärka gemenskapen och engagemanget hos medarbetarna;

- ge antagna studenter goda förutsättningar att bedriva studier och möjlighet att påverka den egna studiesituationen samt medverka i universitetets utvecklingsarbete parallellt med studierna.

Extern kommunikation

Kommunikation med externa målgrupper ska

- bidra till att stärka universitetets position som ett sammanhållet nationellt och internationellt ledande forskningsuniversitet;
- attrahera de mest kvalificerade forskarna, lärarna och studenterna;
- stimulera samverkan med det omgivande samhället;
- förmedla viljan att utvecklas i öppen dialog;
- motverka faktaresistens;
- synliggöra universitetets roll och ambition att vara till nytta för samhälle, näringsliv och kultur.

Övergripande kommunikationsstrategier

De övergripande kommunikationsstrategierna syftar till att nå kommunikationsmålen för intern och extern kommunikation. Med kommunikationsstrategi avses det framåtblickande och långsiktiga tillvägagångssättet att nå målen.

Använd styrkan i Uppsala universitets varumärke

Uppsala universitets visuella identitet förmedlar kvalitet och trovärdighet. För att universitetet lätt ska kunna särskiljas från till exempel konkurrenter är det viktigt att ett sammanhållet universitet kommuniceras. Uppsala universitets logotyp ska därför alltid användas som tydlig avsändaridentitet vid all kommunikation och marknadsföring.

Kommunicera excellens, resultat och relevans

Vid universitetet bedrivs excellent forskning och utbildning inom många områden. Genom att berätta om framgångar, lyfta frågeställningar i samhällsdebatten och påvisa nytta och relevans i universitetets verksamhet, skapas förtroende och förståelse i samhället för den vetenskapliga processen och vikten av forskning, utbildning och samverkan.

Underlätta, uppmuntra och inspirera

Universitetet ska erbjuda ett kvalificerat och lättillgängligt kommunikationsstöd samt en infrastruktur för kommunikation som underlättar för medarbetare att informera om sin verksamhet. På så sätt kan medarbetare och studenter lättare bidra till att förstärka bilden av Uppsala universitet som ett excellent lärosäte. Verksamhetsstödet till akademisk personal ska innefatta rådgivning, uppmuntran och inspiration för att delta i samhällsdebatten och i andra kommunikationsaktiviteter.

Lyft fram människor och miljöer

Genom att berätta om framgångsrika forskare, lärare och andra medarbetare som arbetar i starka forsknings- och utbildningsmiljöer i Uppsala och Visby kan universitetet stärka bilden av ett unikt lärosäte, vilket långsiktigt kan bidra till att såväl välmeriterade forskare som blivande studenter söker sig till Uppsala universitet.

Stärk helheten och ge kraft åt delarna

Att kommunicera framgångar inom ett specifikt område bidrar till att stärka attraktiviteten för hela universitetet – och omvänt: att kommunicera universitetet i övergripande termer kan indirekt öka synligheten för institutioner/motsvarande inom ramen för ett sammanhållet universitet.

Se universitetets historia som en tillgång

Uppsala universitet har en lång och framgångsrik historia av forskning, utbildning, samverkan och innovation: dagens vetenskapliga genombrott bygger på föregångarnas insikter. Att ha ett framtidsperspektiv och ett historiskt perspektiv är en av universitetets största strategiska tillgångar i kommunikationen med olika målgrupper. Historien kan lära oss om framtiden och göra världen mer begriplig.

Målgrupper

Universitetets målgrupper är både nationella och internationella, till exempel medarbetare, presumtiva medarbetare, studenter, presumtiva studenter, vetenskapssamhället, alumner, skolan, näringsliv och offentliga organisationer, forskningsfinansiärer, andra universitet och myndigheter, politiker och politiskt styrda organisationer, intresseorganisationer, medier och allmänhet.

Relevant och träffsäker kommunikation bygger på analys och omvärldsbevakning. Kunskap om målgruppernas vanor, förväntningar och behov samt deras bild av Uppsala universitet behövs för att uppnå målet om effektiv kommunikation.

Kanaler för kommunikation

All kommunikation vid Uppsala universitet utgår från målgruppernas behov och situation. Kommunikationen ska vara inkluderande och målgruppsanpassad och ska ske i relevanta kanaler och plattformar där det finns möjlighet till fortsatt dialog.

I dagens samhälle finns en mängd kanaler: skriftliga, muntliga, tryckta, rörliga, digitala och sociala. Ett väl genomtänkt och konsekvent val av kanaler underlättar för mottagaren att ta del av universitetets budskap.

Roller och stöd i kommunikationsarbetet

Medarbetare och studenter

För medarbetare vid Uppsala universitet ingår det i arbetsuppgifterna att söka, inhämta och förmedla den information som behövs i det dagliga arbetet. Var och en ska bidra till öppenhet och delaktighet genom kommunikation med kollegor, chefer, studenter och externa målgrupper, i enlighet med universitetets medarbetarpolicy.

Studenter har ansvar för att söka och inhämta den information de behöver för sina studier.

Prefekter och motsvarande

Samtliga prefekter/motsvarande har ansvar för intern och extern kommunikation i sin verksamhet. I ledarskapet ingår att förklara universitetets visioner, mål och beslut samt att skapa förutsättningar för varje medarbetares delaktighet och motivation i verksamheten vid institutionen/motsvarande.

Verksamhetsnära kommunikatörer

Kommunikatörer vid institutioner/motsvarande ger ett strategiskt och operativt stöd till prefekter/motsvarande, forskare, lärare och övriga medarbetare i kommunikationsfrågor. Den verksamhetsnära kommunikatörens ska bidra till att intern och extern kommunikation är samordnad, målgruppsanpassad, mätbar och effektiv vid det egna arbetsstället. Kommunikatören ska även verka för att universitetets riktlinjer och övergripande prioriteringar inom kommunikationsområdet följs vid institutionen/motsvarande.

Kommunikationsavdelningen

Kommunikationsavdelningen, vars chef är Uppsala universitets kommunikationsdirektör, är en specialistfunktion vid universitetsförvaltningen. Uppdraget är att samordna, utveckla, stödja och utvärdera den universitetsgemensamma interna och externa kommunikationen samt producera innehåll för gemensamma kanaler. Kommunikationsavdelningen stödjer även universitetsledningen i kommunikationsfrågor, ansvarar för varumärket Uppsala universitet samt ansvarar för universitetsgemensamma kommunikationskanaler och den centrala pressfunktionen.

Meddelarfrihet

Anställda vid Uppsala universitet, som är en statlig myndighet, omfattas av de grundlagsskyddade bestämmelserna om yttrandefrihet och rätt att meddela och offentliggöra uppgifter (meddelarfrihet och offentlighetsprincipen). Dessa fri- och rättigheter regleras i regeringsformen, tryckfrihetsförordningen och yttrandefrihetsgrundlagen som är överordnade denna policy. Det innebär till exempel att

det är förbjudet för chefer och kollegor att efterforska vem som har meddelat uppgifter till medierna.

Talespersoner

För att ge medierna och omvärlden god service i sakfrågor kan universitetet utse kontaktpersoner. Detta ska dock inte ses som en inskränkning av den grundlagsskyddade meddelarfriheten. Följande personer har ett särskilt serviceansvar gentemot medierna:

- *rektor och prorektor* är talespersoner för universitetsövergripande frågor;
- *vicerektorer* är talespersoner för respektive vetenskapsområdes angelägenheter och i rektors ställe för universitetet som helhet;
- *dekaner* är talespersoner för fakultetens angelägenheter;
- *prefekter* är talespersoner för institutionens angelägenheter;
- *universitetsdirektören* är talesperson för det universitetsgemensamma verksamhetsstödet;
- *avdelningschefer vid universitetsförvaltningen* är talespersoner för specifika sakområden vid universitetsförvaltningen;
- *kommunikationsdirektören* svarar för kriskommunikation på universitetsövergripande nivå;
- *överbibliotekarien* är talesperson för universitetsbibliotekets angelägenheter;
- *forskare, specialister och föreståndare* är talespersoner för respektive forsknings- och/eller specialistområde, centrubildning eller infrastruktur.