

## KOMMUNIKASJONSSTRATEGI FOR PSYKOLOGISK INSTITUTT

Psykologisk institutt har en aktiv formidlings- og kommunikasjonsaktivitet i mange kanaler til ulike målgrupper. Dette styringsdokumentet er retningsgivende for kommunikasjonsaktivitetene og gir oversikt over noen overordnede strategiske mål (hovedmål) og operative mål (delmål) som er målbare. I tillegg inneholder strategien hvem som har ansvar for kommunikasjonen, kanalvalg og hvilke målgrupper instituttet ønsker å være i dialog med.

### *Formidling*

Et av instituttets viktigste oppdrag er å formidle kunnskap og ny innsikt til samfunnet i god forskningsetisk tradisjon. Dette gjør vi blant annet ved å formidle aktuelle forskningssaker, delta aktivt i samfunnsdebatten og svare journalistene når de spør. PSI ønsker å ha tett kontakt med samfunnet fordi vi forsker på og erverver mye kunnskap og kompetanse, som er samfunnsnyttig og viktig når samfunnsspørsmål, særlig psykisk helse, skal drøftes og løses. Vi vil være en sentral partner når samfunnsspørsmål diskuteres og en aktiv bidragsyter til å holde befolkningen og myndighetspersoner oppdaterte på viktig forskning innenfor fagområdet psykologi. Gjennom kommunikasjonsstrategien ønsker vi å synliggjøre bedre for samfunnet hvilke ressurser instituttet har, og hva vi kan bidra med for å skape en god samfunnsutvikling.

### *Omdømme*

Kommunikasjonsstrategien koordinerer kommunikasjonsarbeidet ved instituttet, for å sikre at budskapene trekker i samme retning og for å understøtte satsingsområder i PSIs årsplan. Målet er å gjøre kommunikasjonen tydeligere og mer målrettet, slik at instituttets forskning og studietilbud blir bedre kjent i samfunnet og omdømmet bygges. Instituttets omdømme bygges for eksempel når forskere, studenter, prosjekter, grupper, sentre eller instituttet formidler solide forskningsresultater eller rapporter som er viktige, nyttige og anvendelige for samfunnet. Da bygges både omdømmet til forskerne og instituttet samtidig. Instituttets omdømme beror altså på kunnskapen, kompetansen og formidlingsevnen til instituttets ansatte. Kunnskapen i Harald Schjelderups hus er instituttets gull (sosial og human kapital).

### *Internkommunikasjon på tvers*

Internkommunikasjon og dialog på tvers av fagavdelinger, mellom kolleger, studenter og ansatte, er også et overordnet mål med denne kommunikasjonsplanen.

Internkommunikasjon er en sentral del av kommunikasjonsarbeidet ved instituttet og grunnlaget for forskningsformidling og samfunnskontakt. Satsing på internkommunikasjon kan bygge internkultur, arbeidsmiljø og løfte kommunikasjonskompetansen blant ansatte ved at de får trent seg i å presentere sin forskning internt først. Således bidrar internkommunikasjonen til å bygge instituttets omdømme.

Det må være et mål at så mange ansatte som mulig har kjennskap til hva andre kolleger driver med, hvilke forskningsprosjekter som pågår, hvilke forskningsgrupper som etablerer seg, hvem som gjør hva på huset.



På denne måten kan internkommunikasjon bidra til idemyldring og inspirasjon til nye forskningssamarbeid og prosjekter på tvers.

En sunn organisasjon har stor takhøyde, god dialog mellom kolleger på tvers og bygger således en sterkere identitet og åpenhetskultur internt. Åpen internkommunikasjon bidrar positivt til arbeidsmiljøet.

### **1. Hvem har ansvar for kommunikasjonen**

Kommunikasjonsansvaret følger saksansvar, prosjektansvar og linjeprinsippet. Det betyr at den som har ansvar for et forskningsprosjekt, fag- eller saksområde også er ansvarlig for å informere/kommunisere om sitt ansvarsområde eller delegerer ansvaret i egen linje. For eksempel bør førsteforfatter av en vitenskapelig publisert studie også være ansvarlig for formidlingen av den.

### **2. Mål**

Kommunikasjonsplanen for Psykologisk institutt inneholder både overordnede hovedmål og operative delmål. Strategiske hovedmål er retningsgivende/styrende, mens operative delmål kan måles kvantitativt i antall lesere eller kvalitativt i effekt og påvirkning.

**Hovedmål:** Formidle forskning, bygge instituttets omdømme og legge til rette for god internkommunikasjon på tvers.

**Delmål:**

- Vi skal formidle samfunnsnyttig forskning og psykologisk kunnskap
- Vi skal påvirke myndigheters prioriteringer på psykisk helse gjennom kunnskapsbasert informasjon
- Vi skal synliggjøre kompetansen til og øke mangfoldet blant studentene våre
- Vi skal holde ansatte oppdaterte på aktuelt stoff, hva kollegene driver med og bygge internkultur

### **3. Målgrupper**

Publikum, fagfeller, studenter, journalister, brukergrupper, besluttede og bevilgende myndigheter.

### **4. Kanalvalg**

Hvilken kanal man velger å formidle et budskap i har stor betydning for hvilken målgruppe man når og dermed også hvor effektivt budskapet når gjennom.

Kanalene er massemedia, sosiale medier, instituttets nettsider og intranettet for ansatte, epost, interne og eksterne seminarer, konferanser og interaktive arrangementer, podkast, video, infoskjerm, sms, møter og høringer.

## 5. Delmål og tiltak

### Vi skal formidle samfunnsnyttig forskning og psykologisk fagkunnskap ved å:

- Samarbeide med journalister som skriver om forskning og psykisk helse
- Kommunisere aktuelle studier i massemedia og egne kanaler og dele i sosiale medier
- Delta i samfunnsdebatten og være tilgjengelig ekspertkilde når journalister spør
- Utvikle kommunikasjonsplan for forskere, prosjekter, grupper og sentre ved behov
- Arrangere debattmøter, seminarer og konferanser og løfte frem forskere som formidler

### Vi skal påvirke myndigheters prioritering på psykisk helse gjennom kunnskapsbasert informasjon ved å:

- Holde oss orienterte om relevant saksbehandling på Stortinget
- Knytte oss til eksterne nettverk, som HF'er, universiteter, fagforeninger osv.
- Være orientert på forskningspolitikk, prioriteringer og satsninger nasjonalt og internasjonalt
- Delta i relevante komiteer, utvalg, høringsprosesser og presentere synspunkter i komitémøter
- Lobbe opp mot relevante myndighetspersoner, organisasjoner og embetsverk
- Påvirke bevilgende myndigheters programmer og utlysninger
- Delta på fagkonferanser i regi av departementer, direktorater, Forskningsrådet og EU
- Bygge nettverk med sentrale politikere og byråkrater

### Vi skal synliggjøre kompetansen til og øke mangfoldet blant studentene våre ved å:

- Fremme studieprogrammene og fortelle om studentenes jobbmuligheter
- Legge til rette for møteplasser mellom studenter og arbeidsgivere
- Løfte frem flinke studenter, gode oppgaver og samarbeid med vitenskapelige ansatte
- Samarbeide med studentforeningene
- Kommunisere hvorfor det er behov for mer mangfold blant profesjonsstudentene især
- Vise bredden i faget og godt studiemiljø
- Bruke sosiale medier aktivt til å nå både nåværende og kommende studenter

### Vi skal holde ansatte oppdaterte på aktuelt stoff, hva kollegene driver med og bygge internkultur:

- Utvikle, opprette og oppdatere interne nettsider med forklaringer på hvordan man løser SOP'er
- Jevnlig mediekursing og –trening av vitenskapelige ansatte, samt fremme god formidling
- Samarbeide om intern kommunikasjonskursing med forskere som prioriterer formidling
- Stimulere til formidlingslyst: Legge til rette for at forskere kan gjøre hverandre gode på formidling og dermed få eierskap/ engasjement til formidlingen
- Tilby støtte til å utvikle egne kommunikasjonsplaner for forskere, prosjekter, grupper og sentre

- Opprettholde og videreutvikle nyhetsbrevet
- Arrangere uformelle lunsjmøter, der forskere presenterer forskningen sin på tvers i organisasjonen
- Bruke husets infoskjermer til å nå studenter og ansatte, samt differensierte epostlister og sms

## ***5. Evaluering***

- Måle effekten av kommunikasjonstiltakene opp mot definerte mål
- Evaluere gjennomføring av arrangementer

Dato: 15. oktober 2021