

# Kunsthøgskolen i Oslos kommunikasjonsstrategi

## 1. Innledning

Det stilles stadig høyere krav til ressursutnyttelse, omstilling og modernisering innen offentlig sektor. Offentlig sektor har flere strategiske virkemidler som kan brukes til å møte disse kravene; informasjon er ett av dem.

En organisasjon må hele tiden forholde seg til: gitte rammer, ad-hoc interesser, faglig kunnskap og interne og eksterne aktører.

Informasjon kan brukes strategisk til å nå de mål organisasjonen har. Dette for å gi folk kjennskap til virksomheten og kjennskap til rettigheter og plikter. Dette vil styrke demokratiet og sikre at politiske vedtak blir satt i verk.

Det søkes først og fremst å skape oppmerksomhet og gi kunnskap. Men også å påvirke og endre holdninger og adferd hos de aktuelle målgruppene.

Kommunikasjon forstås både som enveis- og toveiskommunikasjon; ikke bare å tilby eller å gi informasjon, men også å motta respons. Dialog er viktig for å oppnå legitimitet.

Kommunikasjonsenheten vil være underlagt høyskoleledertorens stab og er KHiOs kommunikasjonsfaglige rådgiver, og vil ha ansvar for profilering av høyskolens mål og oppgaver i samfunnet. Det vil si å formidle resultater av KHiOs utadrettede virksomhet og fagområder og medvirker til å øke bevissthet om kommunikasjon i organisasjonen.

## 2. Overordnet strategisk plan for Kunsthøgskolen i Oslo

Kommunikasjonsstrategien følger strategisk plan med følgende visjoner:

### **KHiO skal være landets fremste arena for kunst og design**

#### **KHiO skal:**

- benytte den faglige spennvidden med kunsten som samlende faktor til å utvikle de respektive fagområdene
- utdanne kritisk reflekterende og eksperimenterende kunstnere og designere på høyt internasjonalt nivå
- frembringe ny kunnskap gjennom utviklingsarbeid og forskning i et globalt samspill
- formidle vår faglige virksomhet slik at den påvirker utviklingen av samfunnet og bidrar til enkeltmenneskets refleksjon

- virke aktivt innenfor globale nettverk og være anerkjent for vår faglige profil med kunsten som fellesnevner
- tilby etter- og videreutdanning som aktivt bidrar til profesjonenes kompetanseheving
- sikre og videreutvikle den faglige kvaliteten
- være en inkluderende og stimulerende arbeidsplass for studenter og ansatte

### 3. KHiOs kommunikasjonsstrategi

#### 3.1 Innledning

Hensikten med en kommunikasjonsstrategi er å bevisstgjøre organisasjonen om at god kommunikasjon i intern og ekstern samhandling kan medvirke til å nå KHiOs mål og til å styrke omdømmet hos studenter, ansatte og i samfunnet. Strategien handler om ansvarsforhold og kjøreregler for fem hovedkategorier for kommunikasjon på KHiO: Intern informasjon, ekstern informasjon og samfunnskontakt, mediekontakt og profilering.

#### 3.2 Utfordringer

KHiO står overfor store utfordringer. Blant de viktigste er flyttingen fra St. Olavsgate og Ullevålsveien inn i nye lokaler ved Seilduken i 2009. Samlokalisering og god kommunikasjon internt og eksternt vil ha stor betydning for KHiOs evne til å møte utfordringer og til å beholde tillit innad og utad.

Det kreves sterk kommunikasjonsbevissthet for å unngå misforståelser og unødvendig uro i en periode med så store endringer. Informasjon til alle berørte parter er avgjørende for at de målene som er satt for KHiOs virksomhet skal nås.

Informasjon er en del av ansvaret på alle nivåer. For å nå målene er det viktig at ansvaret blir forstått og akseptert. Like viktig er det at profileringen av KHiOs rolle i utdanningsstrukturen i Norge blir ivaretatt. Ansvaret for dette ligger hos ledere på alle nivåene i organisasjonen, studenter, ansatte og i kommunikasjonsenheten.

#### 3.3 Overordnede mål for KHiOs kommunikasjonsstrategi

KHiO er landets største utdanningsinstitusjon for kunstnere og designere, og består av fakultetene visuell kunst, design og scenekunst. KHiO tilbyr en rekke utdanninger på bachelor- og mastergradsnivå innen disse hovedområdene, og driver også med forskning, utviklingsarbeid, formidling og etter- og videreutdanning.

De overordnede målene for kommunikasjonsstrategien er:

- Bygge KHiOs profil med fokus på høyskolens kjernevirksomhet
- Profilere fagområdene
- Bygge god kommunikasjon ved sosial nettverksbygging internt på KHiO

KHiOs evne til kommunikasjon og samhandling skal utvikles for å:

- Få best mulig resultater og bedre samarbeid
- Skape tillit og realistiske forventninger
- Styrke troverdighet og omdømme i samfunnet

- Oppnå god organisasjonskultur

### 3.4. Kommunikasjonspolicy

KHiO er en statlig institusjon. Styret, studenter, ansatte og samfunnet har krav på at KHiO opptrer med høy grad av kommunikasjonsbevissthet. KHiOs troverdighet og omdømme er tjent med at det informeres åpent og at KHiO er i dialog med organisasjonen og samfunnet.

Tillit og troverdighet er grunnleggende elementer ved kommunikasjon. KHiOs kommunikasjonsstrategi må bidra til å styrke denne plattformen både internt ved høyskolen, og i grensesnittet mellom Kunsthøgskolen og samfunnet.

Høyskolens kommunikasjon skal preges av åpenhet, gjennomsiktighet og troverdighet, slik at høyskolen oppfattes som faglig kompetent, tilgjengelig og viser respekt for dem den til enhver tid kommuniserer med.

### 3.5 Målgrupper

Interne målgrupper:

- Studenter
- Ansatte
- Høgskolestyret

Eksterne målgrupper:

- Potensielle søkere
- Tidligere studenter (alumni)
- Samarbeidspartnere lokalt, regionalt, nasjonalt og internasjonalt
- Fagmiljøene innen kultursektoren
- Forsknings- og utdanningsmiljøene
- Kunnskapsdepartementet
- Media
- Samfunnet generelt

### 3.6 Informasjonskanaler

KHiO benytter en rekke kanaler for å kommunisere med de ulike målgruppene.

Kommunikasjonsheten benytter hovedsakelig kanaler for massekommunikasjon som intra- og internett, nyhetsbrev to ganger i måneden og rektors ukebrev, pressemeldinger, årbok, formidling av utstillinger, konserter, forestillinger, samt mediekontakt, besøk, omvisninger, foredrag, konferanser, seminarer, events, utdanningsmesser, annonsering og lignende.

Intranett, faks, nyhetsbrev, e-post og oppslagstavle kan bidra til å spre informasjon ut blant studenter og ansatte, men er stort sett enveis kanaler. Det er nødvendig å skape toveis kommunikasjon. Ansatte kan gi viktig tilbakemelding til ledelsen om hvordan undervisning, formidling og høyskolen blir mottatt, og hvilket omdømme Kunsthøgskolen har.

KHiO sender ut offentlig journal på forespørsel. Dokumenter knyttet til saksbehandlingen ved skolen og som ikke er unntatt offentlighet, kan gis ut av arkivar. Andre dokumenter anses som interne og skal ikke videredistribueres uten avklaring med opphav.

Kommunikasjonsenheten har ansvaret for KHiOs trykksaker, årbok og for intra-og internett. Scenekunst, visuell kunst og design er ansvarlige for utstillinger, konserter og forestillinger og øvrige trykksaker i forbindelse med disse, der kommunikasjonsenheten er rådgivere om det er ønskelig. Dessuten foreligger en rekke andre kanaler for kommunikasjon som benyttes i den daglige driften av Kunsthøgskolen. Faste møter og andre informasjonsrutiner i skolens ledelse og fakultetene, rutiner for muntlige og skriftlig dialog med studenter, ansatte og omverdenen.

## **4. Ansvar for kommunikasjon**

### **4.1. Kommunikasjon er et ansvar for alle i organisasjonen**

Alle ledere på de ulike nivåene i organisasjonen skal sørge for forsvarlig informasjon og kommunikasjon innen sitt ansvarsområde. Kommunikasjonsenheten har et overordnet ansvar for informasjons-, profilerings- og kommunikasjonsstrategi på KHiO. Dette innebærer også ansvaret for profilering av KHiOs visjon, mål og oppgaver i samfunnet, og for å legge til rette for formidling av KHiOs resultater og fagområder.

### **4.2 Intern kommunikasjon**

KHiO er en organisasjon med ca. 400 ansatte inkludert deltids- og timeansatte med kompleks samhandling internt og eksternt, samt at fakultene ennå ikke er samlokaliserte. Visuell kunst og design befinner seg henholdsvis i St. Olavsgate og Ullevålsveien. I tillegg utfører mange studenter og ansatte sitt arbeid i verksteder og på scener uten å ha tilgang på datamaskin. Intern informasjon er nødvendig på mange nivåer: 1) for at alle ansatte kan arbeide effektivt og 2) for å styrke samholdet i organisasjonen.

Ledere på alle nivåer har ansvar for å se til at de ansatte får tilstrekkelig informasjon til å fungere godt i sin stilling. God intern kommunikasjon hever kvalitet og effektivitet i innsatsen, og er indirekte også viktig for studentene, som er premissleverandører for organisasjonens utvikling.

Saksinformasjon som skal nå frem til alle ansatte formidles fra ansvarlig fakultet. God informasjonsflyt internt og mellom fakultetene er spesielt viktig i en periode der ikke alle KHiOs fakulteter er lokalisert under samme tak.

Kommunikasjonsenheten har ansvaret for å videreutvikle interne informasjonskanaler for overordnet eller nyhetspreget formidling av informasjon om vesentlige sider ved skolens virksomhet. Dette gjelder for eksempel nyheter og meldinger som angår alle ansatte.

### **4.3 Informasjon til studenter**

Studieseksjonen har ansvaret for at informasjon, både skriftlig og muntlig, når ut til studentene. Den opplyser for eksempel om studentenes rettigheter.

Fakultetene har ansvar for å informere studenter om spesielle forhold som angår studiesituasjonen og høyskolen.

Kommunikasjonsenheten har ansvar for å utforme generell informasjon om høyskolen til studentene.

#### **4.4 Ekstern informasjon og profilering**

Den aktive profileringen av KHiO håndteres av kommunikasjonsenheten i nært samarbeid med KHiOs ledelse, studenter og ansatte. I en periode der skolen er i endring er det spesielt viktig at KHiOs rolle og oppgaver profileres med mangfold, og med følsomhet for de politiske og faglige spørsmålene som er under diskusjon.

Profileringen skal i hovedsak fokusere på hva KHiO, masterstudiet og bachelorstudiet er, hvilke tilbud KHiO kan gi studentene, etter- og videreutdanning (KHiO+) og få frem særtrekk ved høyskolen innen utdanning, forskning og formidling. Ledelsen må medvirke til å gjøre resultater kjent. Alle studenter og ansatte har medansvar for å profilere KHiOs kvalitet, det vil si være skolens ambassadører. Studentene både nåværende og tidligere fungerer også som ambassadører i samfunnet, og kan sies å være de viktigste i å styrke høyskolens renommé.

Det er imidlertid viktig å være oppmerksom på at fakultetene i sine daglige kontakter med omgivelsene er med på å skape og befeste inntrykket av KHiOs profesjonalitet i alle ledd. KHiO bedømmes til sist mindre på hva organisasjonen sier enn hva organisasjonen gjør. All kommunikasjon og kontakt mellom KHiO og samfunnet er med på å skape det inntrykket andre har av Kunsthøgskolen.

#### **4.5 Mediekontakt**

Mediekontakt har hovedsakelig tre forløp:

- KHiO tar kontakt fordi høyskolen har noe den ønsker å få oppmerksomhet på
- Media oppsøker KHiO som kilde for kunnskap eller kommentar
- Media tar kontakt etter tips fra noen

De to første kategoriene gir muligheter til god og saklig omtale, selv om redaksjonene alltid selv har kontroll med vinklingen av saken. Den siste typen kontakt er uforutsigbar og krevende.

##### ***Egne utspill***

Mediekontakt er viktig for ekstern profilering. Egne utspill dreier seg om selv å ta kontakt med media. Dette gjelder saker som ansees interessante på bakgrunn av tips fra fakultetene, og dels på bakgrunn av aktuelle oppslag i media som KHiO skal følge opp.

Kommunikasjonsenheten holder kontakt med media som ledd i arbeidet med å profilere fagområder og resultater. Artikler på KHiOs hjemmeside er med i dette profileringsarbeidet. Artiklene plukkes noen ganger opp av redaksjoner. Artiklene er også tilgjengelige for alle interesserte uavhengig av media.

##### ***Kommentarer***

Media tar også kontakt fordi de ønsker kommentarer til aktuelle begivenheter. Dette er gode anledninger til å profilere KHiOs kunnskap og kompetanse. Nyhetsbegivenheter, politiske saker, utdanningsspørsmål, visuell kunst, kunstoffag, design, forskning og lignende.

Oppfølgingen avhenger av sakens innhold. Hovedregelen er at policyspørsmål håndteres i toppledelsen og faglig spørsmål hos fakultetene.

##### ***Policy i toppen, fag hos fakultetene***

Informasjonsansvar følger resultatansvaret innebærer at organisasjonens øverste ledelse har ansvaret for å uttale seg om KHiOs overordnede policy, mål og resultater. Rektor eller stedfortreder uttaler seg om KHiOs strategi, mens direktør uttaler seg om administrative spørsmål. Faglige spørsmål, som fakultetene har beslutningsansvar for, håndteres av dekanene eller den saken delegeres til.

### *Tips*

Tips i media kan komme fra alle som er i kontakt med KHiO, studenter, ansatte og omverdenen. Tips kan ha både positivt, men ofte også et negativt utgangspunkt. Å henvende seg til media med saker er helst en følge av frustrasjon og misnøye med den manglende kontakt mellom ledelsen og studenter og ansatte.

God kommunikasjon og samarbeid gir riktige forventninger og større tilfredshet. Interne frustrasjoner hos ansatte bør behandles tjenestevei.

## **4.6 Profilerings**

Kommunikasjon vil gi bedre profilering. Endringene i utdanningssektoren innebærer sterkere brukerorientering og flere rettigheter for studentene. Hensikten er å stimulere til økt virksomhet og kvalitet i tilbudet til studentene. KHiO blir mer konkurransedyktig nasjonalt og internasjonalt ved å dokumentere resultater, kvalitet og samarbeid.

### *Grafisk profil*

KHiO har en designmanual som skal gjøre det mulig at de grafiske retningslinjene blir fulgt. Det er felles ansvar at KHiO fremstår visuelt på en god måte.

KHiOs grafiske profil skal bidra til at omverdenen kjenner igjen og oppfatter disse egenskapene og det KHiO står for.

En grafisk profil skal bidra til å synliggjøre skolen og identifisere kompetanse, fagkunnskap og produkter som kommer fra KHiO. Ved å bruke en profil vil KHiO få større effekt av de ressursene som brukes til kommunikasjon og synliggjøring av aktiviteten som finner sted ved høyskolen.

Den aller viktigste regelen er at logoen vår skal være med på alle typer publikasjoner vi utgir, enten det er på papir eller på nett.

## **5. Krisekommunikasjon**

En krise kan oppstå som følge av naturfenomener, menneskelige handlinger eller teknologisk svikt. I slike situasjoner er kjørereglene for kommunikasjon følgende:

Rektor eller den han eller hun delegerer ansvaret til har i samråd med politiet ansvar for informasjon internt og eksternt. Kommunikasjonsenheten er rektors rådgiver i pressarbeidet under og etter krisen.

Politiet uttaler seg derimot om:

- Eventuelle omkomne

- Navn på omkomne eller skadde
- Tilstanden til eventuelle skadde – eller henviser til vedkommende sykehus
- Årsaken til og omstendighetene rundt selve ulykken
- Redningsarbeidet

Rektor kan på høyskolens vegne uttale seg om når politiets arbeid er ferdig:

- I hvilken sammenheng ulykken skjedde
- Hvilke konsekvenser ulykken eventuelt kan tenkes å få for høyskolen

*Oslo, 14. februar 2007*