



Rektor

Riktlinjer för Lunds universitets kommunikationsarbete

1. Inledning och syfte

Riktlinjerna utgår främst från Strategisk plan 2012-2016 (Dnr LS 2011/162) som bland annat tar upp vikten av synlighet, tydlighet kring hur Lunds universitet kommuniceras, intern kommunikation och kommunikativt ledarskap. De ingår i Lunds universitets samlade styrdokument och stöd (se bilaga *Lunds universitets kommunikationsplattform*) för kommunikation. Kommunikationsplattformen ska bidra till att göra Lunds universitet synligare och tydligare, både internationellt, nationellt, regionalt och lokalt, vilket i sin tur bidrar till att stärka universitetets konkurrenskraft. Genom att de sammantagna resurserna för kommunikation utnyttjas på bästa sätt kan budskapen samordnas och ge universitetet en tydligare profil.

Riktlinjerna begränsar inte medarbetarnas rätt att använda sin grundlagsskyddade yttrandefrihet eller rätten att lämna uppgifter för publicering i media (meddelarfrihet). Dessa fri- och rättigheter regleras i tryckfrihetsförordningen (TF) och yttrandefrihetsgrundlagen (YGL).

1.2 Vilken kommunikation avses?

Riktlinjer för Lunds universitets kommunikationsarbete handlar framförallt om målinriktad, formell kommunikation, intern och extern.

2. Kommunikation och förtroende

Den information som kommer från Lunds universitet ska vara pålitlig. Det är en grundläggande skyldighet för universitetet som myndighet, och uppgiften som forsknings- och utbildningsinstitution gör detta än viktigare. I högskolelagen (1992:1434) står det att det *"I högskolornas uppgift ska ingå att samverka med det omgivande samhället och informera om sin verksamhet samt verka för att forskningsresultat tillkomna vid högskolan kommer till nytta."*

Lunds universitets externa och interna kommunikation ska vara:

- sann och korrekt
- tillgänglig och öppen
- trovärdig och begriplig

Detta innebär bland annat att kommunikationsaktiviteter i möjligaste mån ska vara målgruppsanpassade, dvs utformade med mottagarens behov och förutsättningar i fokus. Det innebär också att universitetet är öppet och transparent gentemot allmänhet, press och media, även med svagheter och brister, och tillgängliga i sociala medier.

2.1 Mål och prioriterad kanal för extern kommunikation

Det huvudsakliga målet för universitetets externa kommunikation är att den ska ge omvärlden en god bild av vad Lunds universitet är och gör. Genom effektiv och samordnad kommunikation ska förutsättningar för att snabbt och positivt känna igen Lunds universitet förbättras. Detta bidrar till att stärka universitetets konkurrenskraft. Ytterligare ett mål är att skapa och bibehålla goda relationer med våra samverkanspartner och andra intressenter.

Den viktigaste externa kommunikationskanalen för bred kommunikation är Lunds universitets webbplats. Framförallt gäller det universitetens gemensamma www.lu.se liksom fakulteternas och institutionernas webbplatser.

2.2 Mål och prioriterad kanal för intern kommunikation

Det huvudsakliga målet för Lunds universitets interna kommunikation är att medarbetare och studenter ska vara välinformerade om det som sker inom universitetet. Det bidrar till transparenta och tydliga beslutsprocesser genom att underlätta förberedelse, förankring och implementering av beslut. Det bidrar också till ett öppet diskussionsklimat och därigenom till att medarbetare och studenter kan känna delaktighet i helheten och ansvar för den egna rollen och dess betydelse för Lunds universitet. En ökad delaktighet och gemenskap bidrar till att underlätta arbetet för alla.

En stor del av medarbetarna har ett annat modersmål än svenska och därför bör behovet av översättning till engelska alltid beaktas.

Den viktigaste interna kommunikationskanalen är möten och dialog medarbetare emellan och mellan medarbetare och chefer. Därutöver finns det en mängd interna kanaler på olika nivåer inom organisationen, t.ex. internt riktade webbsidor, nyhetsbrev och personaltidningar.

3. Ansvar för kommunikationen

3.1 Chefers ansvar

Ansvar för kommunikation följer den övriga ansvarsfördelningen vid Lunds universitet. Rektor har det övergripande ansvaret och respektive chef ansvarar inom sina verksamhetsområden för att den externa och interna kommunikationen fungerar väl och följer de riktlinjer som finns (se bilaga).

3.2 Medarbetares ansvar

Alla Lunds universitets medarbetare har ett ansvar för att dels bidra till en god dialog på arbetsplatsen, dels skapa god kommunikation mellan universitetet och relevanta externa målgrupper. Medarbetarna har också en skyldighet att tillägna sig den information som behövs för att förstå verksamheten och utföra sitt arbete.

3.3 Kommunikatörernas roll

Kommunikatörer på alla nivåer i organisationen utgör ett strategiskt och operativt stöd till chefer, projektledare och övriga medarbetare i frågor som rör kommunikation. Kommunikatörens roll är att bidra till att kommunikationen inom universitetet och med externa intressenter är resurseffektiv, ändamålsenlig och koordinerad.

Begreppet kommunikator innefattar specialister som till exempel informatörer, webbredaktörer, forskningskommunikatörer, utbildningskommunikatörer, pressansvariga, journalister och grafiska formgivare.

4. Planering, utveckling och utvärdering

Kommunikationen ska vara en integrerad del i den dagliga verksamheten och i allt arbete med utveckling och förändring. Kommunikationsaktiviteterna bör således så långt det är möjligt planeras, budgeteras, följas upp och utvärderas i nära anslutning till den övriga verksamheten.

I så stor utsträckning som är praktiskt möjligt ska kommunikationsverksamheterna inom forskargrupper, institutioner, fakulteter och den gemensamma förvaltningen samordna sina aktiviteter för att resurserna ska kunna användas effektivt och därmed ge Lunds universitet ökad synlighet och tydlighet.

Bilaga: Lunds universitets kommunikationsplattform

Modellen visar hur styrdokument och stöd för kommunikationsarbetet hålls samman i en gemensam plattform. Innehåll och kontaktuppgifter finns på www.lu.se/kommunikation.

