

Plan för forskningskommunikation 2020

Högskolan i Borås, Avdelningen Kommunikation, 2020-01-30

dnr 360-20

Högskolan i Borås forskningskommunikation innefattar kommunikation med olika målgrupper om högskolans forskning. Forskningskommunikation definieras här som all populärvetenskaplig kommunikation som handlar om att förmedla kunskap om, och väcka intresse för den forskning som bedrivs inom högskolan, och på så vis bidra till ökad kunskap i samhället. Kommunikationsplanen omfattar inte forskningens akademiska publicering, Bibliotekets verksamhet eller Grants and Innovation Office.

Planen omfattar högskolövergripande insatser. Avdelningen Kommunikation erbjuder också stöd vid mindre ärenden som inte är högskoleövergripande.

Syfte

Syftet med högskolans forskningskommunikation är att på ett populärvetenskapligt sätt i olika kanaler utifrån utvalda målgrupper tillgängliggöra och skapa intresse för den forskning som bedrivs.

Syftet med planen är att tydliggöra hur Kommunikation ska bedriva forskningskommunikationen och vem som gör vad. Planen är tänkt att tydliggöra vilket stöd forskarna kan få från Kommunikation, vad de förväntas göra själva och vad de behöver bidra med för att kommunikationsinsatserna ska kunna genomföras.

Bakgrund

Högskolans forskning ska nå ut till det omgivande samhället och högskolans forskningskommunikation ska visa den forskning som bedrivs här. Högskolan är nationellt och internationellt stark inom ett antal områden och dessa ska prioriteras. Områdena är: Textil och mode, Biblioteks- och informationsvetenskap, Resursåtervinning, Människan i vården, Handel och IT samt Pedagogiskt arbete.

Högskolan strävar efter att öka andelen forskning. Termen 60:40 används för att uttrycka målet att högskolans forskningsverksamhet ska expandera, för att skapa forskningsförankring i utbildningsverksamheten som också ska växa. Med 60:40 beskrivs den framtida fördelningen mellan utbildning och forskning. Andra viktiga utgångspunkter för forskningskommunikationen är att bidra till att bygga kompletta akademiska miljöer inom Handel och IT samt Pedagogiskt arbete liksom högskolans mission Vetenskap för profession, det vill säga det koncept som präglar högskolans sätt att bedriva högre utbildning och forskning i samverkan med näringsliv, offentlig sektor och kulturliv. Att beskriva samverkan och "impact" efterfrågas alltmer av såväl forskningsfinansiärer som beslutsfattare och blir därför en viktigare komponent i forskningskommunikation framöver.

Som ett led i den granskning som Universitetskanslerämbetet (UKÄ) genomför under 2020, genomgår högskolans kvalitetssystem för forskning ett stort utvecklingsarbete. Det kommer att påverka kommunikationsarbetet även om det i skrivande stund är svårt att säga exakt hur. Synpunkter från verksamheten som har samlats in i arbetet med högskolans självvärdering av kvalitetssystemet för forskning, visar att verksamhetens kännedom om övergripande kommunikationsplaner- och strategier är låg och att relationerna mellan Kommunikation och

verksamheten/forskarna behöver stärkas.

Utgivningen av forskningsmagasinet 1866 pausades 2019 och kommer ej upptas under 2020. Produktionen av 1866 gav fördjupande artiklar och bildmaterial av hög kvalitet, vilka fyllde flera användningsområden.

Under våren 2020 uppgraderas högskolans webb, vilket kommer leda till mindre förändringar på forskningswebben, sidorna under hb.se/forskning. Det handlar om mindre visuella förändringar, möjlighet att påverka och förbättra sökfunktionen, att göra layouten mer enhetlig över hela webben, med mera.

Budskap

För högskolans forskningskommunikation används det övergripande budskapet "Forskning som gör skillnad".

Läs mer i högskolans Kommunikationsstrategi.

För språkliga riktlinjer, se Så här skriver vi på Högskolan i Borås – Skrivhandbok för begripliga texter.

Prioritering av aktiviteterna i nedan aktivitetsplan sker utifrån högskolans och akademierna verksamhetsplaner, med flexibilitet till verksamhetens behov.

Mål

Nedan följer övergripande mål för forskningskommunikation, vilka skapar förutsättningar för högskolan att nå övergripande mål. Aktiviteter återkommer mer detaljerat i aktivitetsplanen.

1. Tillgängliggöra högskolans forskning i de kanaler som är bäst lämpade för ändamålet/målgruppen. Där det är möjligt ska vi söka samverka med andra aktörer, exempelvis andra lärosäten, Vetenskap och allmänhet.
Syfte: Större effekt av kommunikationen samt effektivisera arbetet.
Utvärderas: December 2020
2. Arbeta integrerat med verksamheten/forskarna
Syfte: Skapa och bibehålla goda relationer samt proaktiv och effektiv kommunikation.
Utvärderas: December 2020
3. Skapa gemensam aktivitetsplanering för forskningskommunikation
Syfte: Verktyg och arbetssätt för bättre överblick och stöd vid prioriteringar, samt för utvärdering.
Utvärderas: Kvartalsvis 2020
4. Ta fram mer fördjupande material med extra omtanke om våra prioriterade områden Handel och IT och Pedagogiskt arbete.
Syfte: Nå större spridning.
Utvärderas: Juni, december 2020.
5. Skapa engelsk sammanfattning av forsknings-webbsidor
Syfte: Nå fler målgrupper, större spridning.
Utvärderas: Juni 2020

Målgrupper

Högskolan i Borås har flera olika målgrupper för forskningskommunikation.

Andra forskare och samarbetspartners

Kommunikation med forskande kollegor på Högskolan i Borås och på andra lärosäten behövs för att bygga nätverk, skapa samarbeten och för att nå ut med vår egen forskning. Forskarna har ett behov av att enkelt visa och hitta kontaktuppgifter, forskningsinriktning, forskningsresultat och en förteckning över publikationer.

Forskningsfinansiärer

Högskolan i Borås kommunikation med externa finansiärer är nödvändig för samarbeten och ökad finansiering.

Media och opinionsbildare

Media (press, radio och TV) är en viktig kanal för att nå ut med vår forskning till omvärlden. Vi vill också vara en röst i pågående debatter och visa på samhällsnyttan i Högskolan i Borås forskning.

Politiker, myndigheter och näringsliv

Vi vill visa vad vi på Högskolan i Borås forskar inom för att politiker och näringsliv ska satsa på vår verksamhet och se värdet i det vi gör. Vår forskning ska också kunna vara till hjälp i deras verksamhet, genom att vi tillgängliggör den senaste forskningen.

Allmänhet

Allmänheten är en stor och diffus målgrupp, men viktig. En intresserad allmänhet vill veta vad Högskolan i Borås forskar inom och hur vår forskning bidrar till samhället.

Potentiella studenter

Vi vill nå potentiella studenter för att visa vilket attraktivt lärosäte vi är och i längden få fler att vilja läsa här. Genom att kommunicera högskolans forskning kan vi bidra till att attrahera framtida studenter.

Medarbetare, befintliga och potentiella

Vi vill att högskolans medarbetare ska ha kännedom om högskolans forskning och känna sig delaktiga i vad som händer på högskolan. Vår forskning är en källa till stolthet. Forskningskommunikation kan bidra till att attrahera nya medarbetare.

Ansvar och rollfördelning

Respektive forskare ansvarar för den relationsbyggande kommunikationen det vill säga daglig kommunikation med forskarkollegor och samarbetspartners. Kommunikation ansvarar för det som innebär bred spridning av information exempelvis via media, genomförande av övergripande events samt genom att bidra med kunskap och utbildning i kommunikation samt att ge stöd till forskarna i den relationsbyggande kommunikationen. Beskrivning av rollfördelning finns på nästa sida.

Kommunikations roll innebär att:	Forskarens roll innebär att:
Ge utbildning, stöd och råd till forskarna i kommunikationsfrågor framför allt inom press, media, webb, event, medieproduktion.	Kommunicera med sina intressenter och målgrupper; forskande kollegor och samarbetspartners via möten, e-post etc.
Utveckla forskningswebben och förvalta delar av den.	Förvalta de sidor hen är ansvarig för dvs. meddela om/när information behöver uppdateras och ge text- och eventuella bildunderlag till kommunikatör.
Utbilda i vårt webbverktyg epi-server	Forskaren förväntas förvalta innehållet
Tillhandahålla mall för forskarprofil	Forskaren måste själv fylla i mallen med innehåll
Hjälpa till med att skapa nya webbsidor och göra uppdateringar av innehåll	Meddela om nya webbsidor behövs samt om information behöver uppdateras
Föra dialog med forskarna om webben	Delta aktivt i möten
Utvärdera och analysera webbsidor på forskningswebben utifrån besök (Google analytics)	Meddela om man stöter på inaktuella webbsidor.
Minska antal stavfel och trasiga länkar på sidorna (Siteimprove).	Åtgärda stavfel och trasiga länkar utifrån rapport på de sidor som forskaren är ansvarig för.
Ge stöd i mediefrågor, medieträning	Ge input till medie-information samt uttala sig i media inom sitt forskningsområde
Skriva pressmeddelanden och nyheter	Bistå med innehåll, korrläsa
Planera och genomföra högskoleövergripande events, coacha och ge råd till forskarna inför deras deltagande	Delta i populärvetenskapliga föreläsningar på events
Erbjuda språkstöd och översättningar i prioriteringsordning.	Feedback på innehåll
Erbjuda grafisk service för produktion av trycksaker, rollups etc	Leverera textutkast/innehåll till trycksaker
Forskningspodden	Forskare behöver komma med input till innehåll
Nyhet och pressmeddelande efter disputation samt teknisk redaktör vid avhandlingstryck	Forskaren behöver meddela kommunikation i god tid
Kalendariepost och dylikt, exempelvis vid konferens	Forskaren behöver meddela kommunikation i god tid
Kontinuerlig kontakt med forskarrådet	

Aktivitetsplan för medarbetare på Kommunikation

Aktivitet	Målgrupp	Tidsplan	Mål	Kommentar
Internt utvecklingsarbete				
Skapa arbetsdokument för aktivitetsplanering	Internt	Januari 2020	Verktyg och arbetssätt för att säkerställa att prioriterar rätt, samt stöd vid utvärdering.	Påbörjat Forskningskommunikatör + webspecialist forskning
Hb.se				
Tillgängliggöra projekt från Smart Textiles	Alla	Kvartal 1 2019	Enkel navigering, lätt att överskåda och hitta för utomstående målgrupper.	Påbörjat. Forskningskommunikatör + kommunikatörer på Smart Textiles
Laga trasiga länkar, stavfel etc. (Siteimprove)	Medarbetare Forskande kollegor	Löpande	Aktuellt och korrekt innehåll	Webspecialist forskning
Engelsk översättning av sidor/nyheter på forskarwebben.	Engelskspråkiga webbsidebesökare	Löpande		Översättare mfl
Uppdatera forskarprofiler	Medarbetare Forskande kollegor, media	Löpande	Fler forskare ska ha ifyllda profiler	Forskningskommunikatör + webspecialist forskning
Nytt CMS		Våren 2020		
ForskarFredag	Allmänhet	Mars – september 2020	Genomföra tre välbesökta programpunkter; Forskar Grand Prix, Låna en forskare, Studiebesök. Livesända Forskar Grand Prix.	Forskningskommunikatör mfl
Forskningsfilmer	Alla målgrupper	Löpande	Löpande använda film för att	Forskningskommunikatör

			kommunicera forskning.	
Filmer om forskningsområden	Alla målgrupper	Klart juni 2020	Översiktligt presentera f-områden till webb, sociala medier, presentationsmaterial med mera.	Pågående Forskningskommunikatör
Filmer med lärare som är forskare	Presumtiva studenter	Januari 2020	Studentrekrytering	Påbörjat Forskningskommunikatör mfl
Impact Case Stories	Alla målgrupper	Klart 2020	Producera en film enligt formatet Impact Case Stories/Studies	Forskningskommunikatör mfl
Forskningspodden	Alla	Löpande	Start februari 2020	3 avsnitt per termin
Utöka bildbank	Internt		Det saknas snygga bilder som representerar våra forskningsområden i bildbanken att använda till nyheter, webb och ex. årsredovisningen	Pågående Webspecialist forskning mfl
Nyheter, Pressmeddelande och inlägg i sociala medier	Media och allmänhet	Löpande årligen	Strategiskt urval utifrån strategin ovan.	
Uppdatera kontakter presslistor	Internt	Löpande samt en avstämning/år	Öka möjligheterna till större genomslag i medier	Forskningskommunikatör
Nyheter på engelska	Internationell media och internationella forskare	Löpande årligen	Fortsatt noga urval vad vi översätter. Större internationell spridning av våra forskningsnyheter.	Forskningskommunikatör mfl
Sociala medier	Media och opinionsbildare, allmänhet	Löpande årligen	Ökad spridning och delning.	Vi sprider nyheter, filmer och annat som behöver marknadsföras även i våra sociala medier Twitter, LinkedIn och Facebook

Trycksak	Beror på trycksak	Vid behov		Tryck vid behov, övrigt digitalt
Event	Beror på event	Löpande årligen		
Bidra till att öka andelen forskningskongresser	Internt	Löpande	Fortsatt samverkan mellan Kommunikation och Borås TME.	Eventkoordinator mfl
Expertsvar	Media	Löpande årligen	Alltid tipsa när vi har experter inom ett ämne	Pressansvarig och forskningskommunikatör
Möte med forskarrådet	Internt	Vid behov	Få en tydlig bild av behov och önskemål. Ge inblick i kommunikations arbete.	Kommunikation deltar vid behov.
Besök hos forskargrupper	Internt	Minst ett besök per forskargrupp/18 mån	Få en tydlig bild av behov och önskemål. Öka kunskap om Kommunikations arbete samt planer.	Forskningskommunikatör planerar in besök och genomför tillsammans med akademikommunikatör och/eller webspécialist.

Uppföljning

- Utvärderingsmöte angående nyheter och press. Titta även på engelska nyheter och pressmeddelanden. Mät antal vi gjort, antal klickade. Utvärdering en gång/månad.
- Internt utvärderingsmöte av ForskarFredag – fick vi fler besökare ur allmänheten, större publik, genomslag i media?
- Stöd per forskningsområde/projekt. Utvärdera i juni och december, vilka forskningsområden och projekt som fått kommunikationsstöd.