

EVALUERING AV TILTAK

**KOMMUNIKASJONSSTRATEGI
FOR SV-FAKULTETET 2017-2020**

NOVEMBER 16

**UTARBEIDET AV KOMMUNIKASJONSTEAMET
Ved SV-fakultetet, UiO.**



Kommunikasjonsstrategi 2017-2020

Evaluering av tiltak og måloppnåelse

I 2017 ble det utarbeidet en strategi for det kommunikasjonsfaglige arbeidet ved SV-fakultetet. Det ble her presentert to hovedmål for perioden 2017-2020:

1. Bedre rekruttering
2. En mer kunnskapsbasert samfunnsdebatt

Vi vil her presentere en oversikt over de tiltak, initiativ og samarbeid som har blitt gjennomført i denne perioden. Rapporten vil også presentere noen anbefalinger om videre retning og ressursbruk.

Arbeidsgruppen består av:

Seksjonsleder, Johannes Elgvin

Seniorrådgiver i kommunikasjon, Gro Lien Garbo

Arbeidslivskoordinator, Barbro Kolbjørnsrud

Leder for SV-info, Marie Johanne Talleraas

Nettredaktør, Therese Næss Marthinsen

Studiewebredaktør, Yngvil Osdal Runde

Status punkt 1: Bedre rekruttering

I perioden 2017 – 2020 har vi hatt fokus på følgende mål:

- 1) Oppfattes som landets mest attraktive sted å studere samfunnsvitenskap
- 2) Økt kunnskap om jobbmuligheter etter endte studier
- 3) Økt stolthet og tilhørighet blant studentene
- 4) Økt mangfold blant studentene i de enkelte studieprogrammene
- 5) Oppfattes som en attraktiv studieplass for internasjonale søkere.

Nettsider

I perioden er det gjennomført en kvalitetsheving og systematisk oppdatering av programsidene og nettinformasjon som retter seg mot interessenter og søkere; ingresstekst, hvorfor velge dette programmet, hva lærer du, jobb og veien videre, bruk av foto, video innhold og informasjon om utveksling. Dette utvalget ble gjort på bakgrunn av besøksstatistikk på programsidene, der de nettopp var de mest besøkte sidene. UiO lanserer ny programside mal i 2021 med et tydeligere fokus på bruk av videoinnhold.


Målrettet bruk av alumni i karrierintervju per program har vært prioritert for å synliggjøre arbeidslivsrelevans og karrieremuligheter og motivere til fullføring. Det har i perioden vært lagt vekt på et tett samarbeid mellom enhetene og fakultetet for å sikre riktig ressurstilgang, felles målbilde og et godt resultat. Årlig oppdatering av karriereintervjuer har vært viktig for å synliggjøre relevans for interessenter og studenter, økt stolthet over fullføring av studie blant alumni og tilgang på relevante rollemodeller fra offentlig og privat arbeidsliv.

PhD-nettsider, både på engelsk og norsk, har fått ny forside og ny struktur i løpet av perioden. Det er et ønske om videreføring av tiltak for kvalitetsheving av PhD-nettsidene i samarbeid med studiewebredaktøren.

Innføringen av programrom i Canvas høsten 2002 har blitt testet ut for å sikre en god felles kanal til studentene, både på kull og programnivå. Beskjedkanalen på programsidene fases nå ut til fordel for Canvas.

Eksempel på oppdaterte programsider:

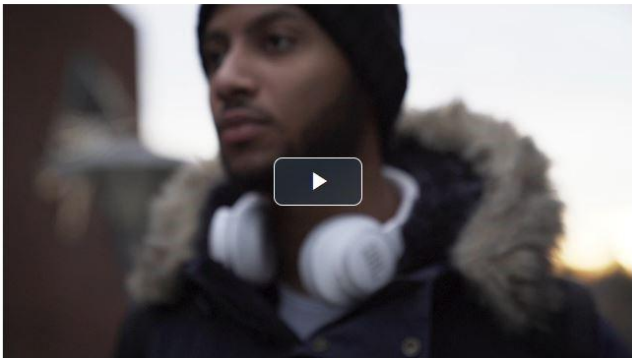
Social Anthropology (master's two years)




Are you interested in the causes of burning issues such as climate change, financial crises, migration, social activism and how they influence people's lives? Do you want to plan your own project and conduct fieldwork in an unfamiliar setting, at home or abroad? If so, the master's programme in Social Anthropology is the right choice for you.

- Why choose this programme?
- Learning outcomes
- Admission
- Programme structure
- Semester abroad
- Career opportunities

Study Social Anthropology at UiO



Doctoral degree: PhD in Social Science Norwegian



The faculty is research-intensive and highly-ranked internationally. Society needs graduates with strong analytical skills. Therefore, our PhD programme will deliver a research education that focusses on academic excellence. Our graduates will perform research at the forefront of their fields, will acquire a set of skills that will also serve them well outside academia, and will be aware of their responsibilities as researchers.

Coronavirus: Information to PhD candidates →

- Why choose this PhD programme?
- Application and admission
- Programme structure
- Study and research abroad
- Courses and seminars
- Supervision
- Thesis, adjudication and public defence

Disciplines

Psychology	Sociology
Human Geography	Political Science
Economics	Technology, Innovation and Culture
Social Anthropology	

Anbefalinger og ressursbehov

Gjennom målrettet og bedre optimalisering av nettsidene våre vil vi få bedre forutsetninger for at de rangeres høyt i søkemotorer som Bing og Google. Dette er et viktig arbeid som bør utvikles videre for å sikre god rekruttering.

Målrettet produksjon av innhold; bilde, tekst og video, med riktig kvalitet for å sikre bedre rekruttering til våre programmer anbefaler vi at fortsatt står sentralt i arbeidet. I For å henge med i utviklingen og levere i henhold til UiOs satsing ser vi et økt behov for videokompetanse- og produksjon. I dag har vi begrensede ressurser på dette. For å sikre god og relevant innholdsproduksjon og teksting vil ansettelse av en studentmedarbeider som kan skrive saker knyttet til karriereintervjuer, arbeidslivsrelevans og studentaktiviteter antakeligvis være en god investering. Vi foreslår at enhetene fortsatt beholder ansvaret for alumni-engasjementet.

Nettverk for rekruttering og web

I perioden har det blitt opprettet et rekrutterings- og studiewebnettverk med representanter fra alle grunnenheter. Nettverket ble opprettet for å styrke og samkjøre rekrutteringsarbeidet på fakultetet, i tillegg til å sikre informasjonsflyt fra studieweb sentralt. Nettverket ledes av arbeidslivskoordinator og studiewebredaktør. Nettverkslederne er representanter for fakultetet i UiOs sentrale rekrutterings- og webnettverk.

Nettverket har ansvaret for oppfølging av rekrutteringsplan, årshjul for status og oppdatering av nettsider og karriereintervjuer. Representanter for enhetene er ansvarlig for intern koordinering og samarbeid med programledere. Nettverket er godt forankret hos enhetene, har nylig gjennomgått mandat og årshjul, og er et viktig verktøy for godt samarbeid internt på fakultetet.

Det er utviklet maler for opptaksstatistikk i Tableau for målstyring og rapportering. Opptaksstatistikk rapporteres årlig til fakultetsstyret og i fakultetets årsrapport.

SV har hatt en markant økning i søkere i 2020 og har for første gang passert over 20 000 søkere. Det er et økende eller stabilt antall førstegangssøkere per studieplass til 12 av lavere grads studier. Ni av masterprogrammene har økte poenggrenser i 2020. (Kilde: SV-fakultetets årsrapport 2019).



Rekruttering på videregående skoler

Våre konkrete tiltak og aktiviteter rettet mot elever i videregående skole skal stimulere til å studere samfunnsfag, og til å søke seg til UiO. Vi har utviklet konseptet for Åpen Dag, og bidrar under Faglig-Pedagogisk dag gjennom relevante forelesninger, skolebesøk og engasjement av dyktige studenter og ansatte.

Statistikk viser at vi lå an til en økning i skolebesøksordningen fra 2019 – 2020, før Covid-19 pandemien førte til avlysninger av fysiske skolebesøk. Fra høsten 2020 tilbys digitale skolebesøk som standard.

Basert på informasjon fra opptaket har vi målrettet kommunikasjon om skolebesøksordningen til skoler vi rekrutterer godt fra i det sentrale østlandsområdet. Utviklingen av digitale skolebesøk gjør at vi kan tilby besøk på skoler vi rekrutterer godt fra også andre steder i Norge.

Gjennom arbeidet med programsidefoto, skolebesøksordningen og fadderordningen har vi vektlagt å synliggjøre mangfold; kjønn og minoriteter. Mangfold er et prioritert området i det ukentlige redaksjonsrådet for Facebook.

Eksempel på programsidefoto:



Anbefalinger

Vi ønsker en gjennomgang av hvordan Faglig-Pedagogisk dag følges opp på fakultetet. Evalueringen av skolebesøksordningen er utsatt grunnet skifte av arbeidslivskoordinator i 2019-2020. Evaluering er planlagt gjennomført våren 2021.

Innholdsproduksjon og kanaler

Innhold produseres for Facebook, nettsider, YouTube og infoskjermer. Det er ansatt en studentmedarbeider i 20% stilling for å jobbe med bilder og videoproduksjon for digitale kanaler. Profilerings av dyktige formidlere for å skape engasjement. Vi har utviklet og lansert konseptene «SV-forskere forklarer», «Folk på fakultetet» og «Karriereintervju med alumni på jobb» for publisering på Facebook. Infoskjermene på fakultetet brukes til informasjon rettet mot studentenes studiehverdag. SV-info har en ansvarlig person som koordinerer og publiserer innhold. Vedkommende sitter også i Facebook redaksjonen slik at vi best mulig kan koordinere informasjonen.

Vi har jobbet sammen med studentene for å synliggjøre hvordan det er å være student på fakultetet. Vi har produsert videoer med dekan og faddersjef til studiestart, og dekan og alumni til Karriereuka. Det er blitt jobbet med rekruttering av fadderkoordinatorer, arbeidet med å få nye bokskap og arrangert studentaktiviteter som målgruppen kan engasjere seg i. Vi har løftet frem Vitenskapsbutikken og studentenes masteroppgavesamarbeid blant annet med bydel Østensjø. Funn fra oppgaver har kommet på trykk bl.a. i Aftenposten og NRK og vi har avholdt kronikk-kurs for masterstudenter.

Karriereintervjuvideoene er noe av det mest populære innholdet vi publiserer på Facebook. Vi treffer målgruppen for potensielle masterstudenter, og engasjerer alumni som rollemodeller.

Vi har videre vektlagt produksjon av innhold som styrker tilhørigheten blant studentene gjennom å løfte frem samarbeid med studentene og synliggjøring av samfunnsrelevante og engasjerende tiltak i regi av studentene, enhetene og fakultetet. Gjennom ressursen til produksjon av video har vi kunnet fokusere på god produksjon av videoinnhold og bilder av aktiviteter som styrker sosialt samhold f.eks. koret Kling Kokkos, Quiz i U1, 17. mai, bokskap, utveksling og fadderrekruttering. Serien "Folk på fakultetet" søker å løfte frem autentiske studenter, studentsituasjoner og hverdagslivet på fakultetet, og er meget godt mottatt.

Formidling knyttet til Aktualitetsuka, Karriereuka, Våg å vite-prisen, markeringer, og podkast serien Universitetsplassen synliggjør samfunnsengasjement og samfunnsrelevans, og bidrar til stolthet blant studenter, ansatte og alumni. Kommunikasjonsarbeidet bidrar også til utvikling av tema og innhold til fysiske og digitale arrangementer som aktualiserer forskningen og synliggjør gode formidlere blant våre forskere.

Anbefalinger og ressursbehov

Utviklingen i bruk av ulike plattformer og vårt behov for å måle trafikken på de ulike kanalene gjør at vi trenger en tydelig kanalstrategi for å sikre relevant og tilstrekkelig innholdsproduksjon til at vi når de riktige målgruppene gjennom de kanalene vi til enhver tid bruker. I tillegg antar vi at oppussing av Eilert Sundts hus i 2021-2022 og distribuerte arbeids- og undervisningslokaler vil gi større press på digitale flater. Vi ser et behov for å sette av nok ressurser til å skape relevant, riktig og nødvendig innhold. Distribuert ansvar for innholdsproduksjon fører til lav prioritering, færre saker og dårligere kvalitet.

Eksempel: Karriereintervju med alumni på jobb (video) Stine Nygård, Master i Psykologi. Presentert på Facebook.

Videodetaljer

Samlede videoresultater

Publikum og engasjement

- Innleggsengasjement: 219
- Mest aktive publikum: **Kvinner, 25-34**
- Mest aktive sted: Oslo

Kjenn publikummet ditt

Med publikumsinnsikt kan du se alder, kjønn og interesser for seerne dine.
Gå til Innsikt

Denne videoen brukes i 1 innlegg

Innlegg	Publiseringstid	Anslått rekkevidde	3-sek videovisninger	10-sek videovisninger	Unike 3-sek videovisninger	Innleggsengasjement	Gjennomsnittlig visningstid for video
Det samfunnsvitenskapelige fa... Master i psykologi? Master? I jobb...	17.02.2020 13:30	5,8 k	3,4 k 100 %	2,2 k 100 %	2,9 k	219	0:13 / 0:30

Totalt antall 3-sekunders videovisninger på Facebook: 3,4 k

Innsikt registreres i tidszonen Pacific Time og gjenspeiler kanskje ikke de nyeste dataene.

Opprett videotreff med video Opprett innlegg med video

Eksempel: Mest sette videoer på SVs Facebookside 28.10.2020

Top Videos > HIGHEST PERFORMING VIDEOS BY MINUTES VIEWED FROM 10/1 - 10/28

Video	Published	Minutes...	3s Video Views
Valg i USA: Kan Joe Biden løse klimakrisa? 0:50 kodvin	10/07/20 12:10 AM	383	1.3K
Vitenskapsbutikken 1:09	10/16/20 4:18 AM	257	691
AP-leder Jonas Gahr Støre gir råd til studentene ved SV-fakultetet 0:51	10/14/20 5:30 AM	206	671
Kvinner er mangelvare i amerikansk politikk 0:50	10/23/20 3:17 AM	159	547

Status punkt 2: En mer kunnskapsbasert samfunnsdebatt

I perioden 2017 – 2020 har vi hatt fokus på følgende mål:

- 1) legge kunnskapsbaserte premisser for de større nasjonale og internasjonale debattene
- 2) øke kjennskapen til den samfunnsvitenskapelige forskningens effekt på samfunnet
- 3) øke kunnskapen om forskernes rolle i private og offentlige beslutningsprosesser.

Innholdsproduksjon

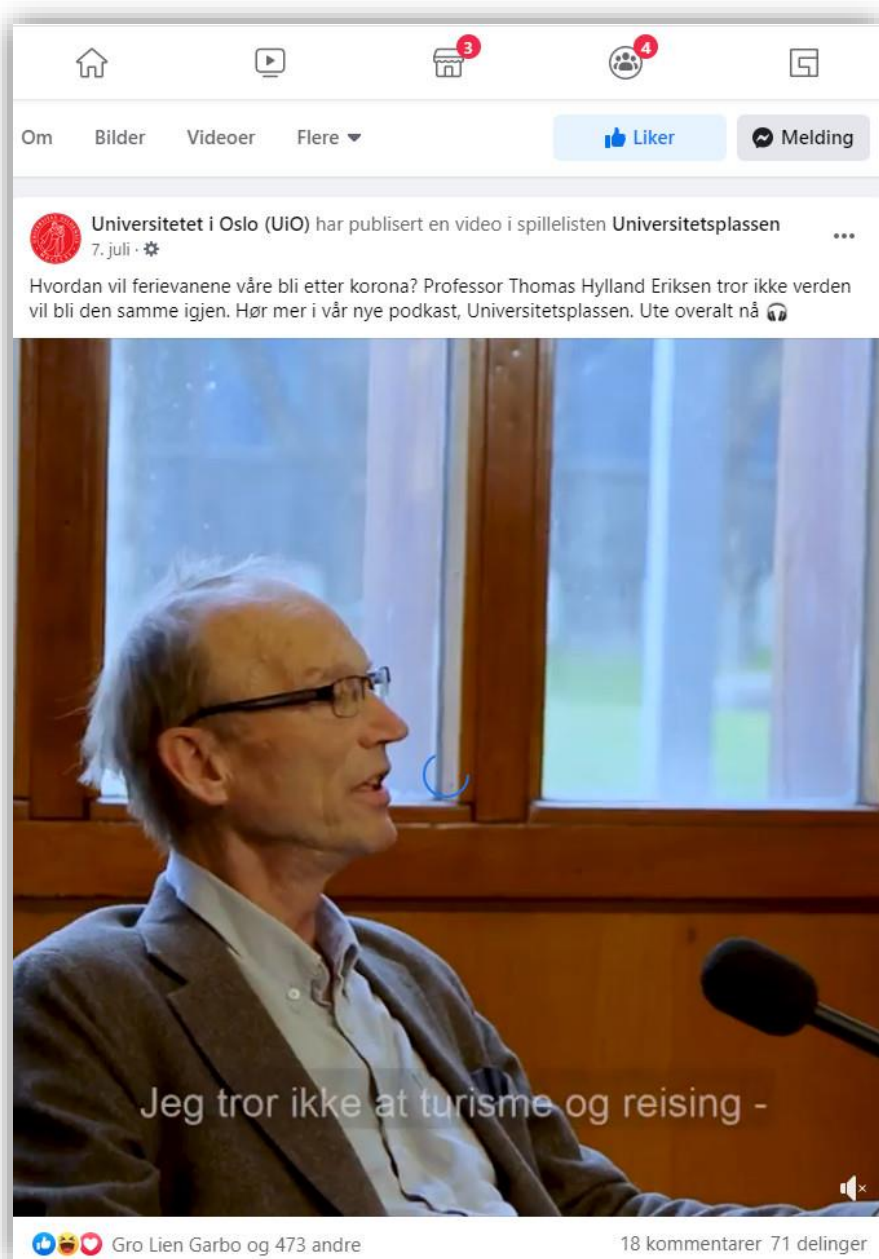
Vi lager hvert år rundt 50 forskningssaker på grunnenhetenes- og fakultetets nettsider. Forskningssakene er basert på aktuelle temaer eller aktuell forskning. Noen saker er initiert på institutt, andre på fakultet. Mange av sakene publiseres også på UiOs hovedside og på Forskning.no.

Vi produserer i økende grad videoer som spres i sosiale medier i sammenheng med forskningssakene vi lager. Mange av sakene fanges også opp av andre medier etter innsalg fra oss.

På SV-fakultetet har vi i løpet av de siste årene tatt initiativ til en rekke formidlingsserier. Seriene har både vært arrangementer på Litteraturhuset, forskningssaker og videoer. Vi forsøker gjennomgående å jobbe på ulike flater, tenke flerbruk og multimedialt i alt vi gjør. Kommunikasjonsseksjonen på fakultetet har initiert disse seriene både på egen hånd, i samarbeid med UiO sentralt og andre fakulteter. Det startet med seriene *På flukt*, *Verden med Trump* og *Etter Paris*, og har fortsatt med seriene *Verden med Virus* og *Valg i USA*. På grunn av koronapandemien har de siste to seriene ikke hatt fysiske arrangementer, men vi har laget forskningssaker, videoer og podkaster i samarbeid med UiO sentralt og HF-fakultet. De fysiske arrangementene trakk fulle hus og forskningssakene har hatt god trafikk både på SVs nettsider, i sosiale medier og på forskning.no.

Et eksempel er videoen laget med Thomas Hylland Eriksen i forbindelse med serien Verden med Virus- som både var forsknings sak og podkast. Den hadde en rekkevidde på over 500 000, fikk 703 reaksjoner og ble delt 71 ganger. Dette viser at når en både kjent og formidlingsdyktig forsker snakker om et tema som opptar mange, så kan vi nå et stort publikum.

Eksempel: Video med Thomas Hylland Eriksen på Facebook



Vi har også laget en egen serie med forskningssaker på våre nettsider kalt [Kunnskap i bruk](#), som tok utgangspunkt i SAMEVAL- evalueringen i 2017. Serien skal formidle forskningens effekt og virkning på samfunnet. I 2018 hadde vi en dedikert ressurs ved fakultetet som intervjuet og skrev 12 forskningssaker til “Kunnskap i bruk”, i 2020 ble det produsert ytterligere 2 saker. Nettserien har dessverre vist seg å være svært lite besøkt og vi bør derfor vurdere om vi skal bruke andre eller flere kanaler i tiden fremover for å klare å nå ut med dette budskapet.

Saken [Viste at det ikke er hold i Verdensbankens rangering](#) har for eksempel kun hatt 149 visninger siden den ble publisert for 3 år siden. Til sammenligning har en vanlig forskningssak på SV sine nettsider mellom 1500-2000 visninger.

Eksempel på forskningssak i nettserien *Kunnskap i bruk*:



Forsknings saker og formidling av forskning på ulike flater er etterspurt og kommunikasjonsrådgiverne ved fakultetet har opparbeidet en profesjonalitet knyttet til dette. Fakultetet fungerer som en desk, som kvalitetssikrer saker vi publiserer på fakultetets side, slik at de også går rett inn på UiOs forsiden og forskning.no. som et minimum.

Anbefalinger og ressursbehov

Det å ta initiativ til temabaserte serier har blitt et varemerke for SV. Dette har vi fått mye ros for, både av egne forskere, andre fakulteter, UiO sentralt og eksterne aktører som forskning.no. Vi har blitt gode på denne type aktuelle temabaserte serier og vi lykkes med å engasjere mange forskere fra ulike fagfelt. Dette er noe vi vil anbefale at vi fortsetter å prioritere høyt. Ikke minst fordi det så godt svarer ut samfunnsoppdraget samtidig som det også bidrar til å vise fram både unge nye stemmer og “stjernene” under en felles paraply.

Det viser seg dessverre at de tidløse forskningssakene om «impact» på egne nettsider ikke treffer lesere i særlig grad (Kunnskap i bruk). Det er mulig at disse sakene og forskerne gjør seg bedre på konferanser, arrangementer eller plattformer for eller med de som er opptatt av tematikken: beslutningstakere, næringsliv, andre forskere som er opptatt av tematikken. Partnerforum kan være et slikt eksempel. Det er også mulig å bruke disse forskernes kompetanse mer aktivt i mediene, når tilsvarende saker er i nyhetsbildet.


Vi bør generelt prioritere å være på ballen for å matche våre forskere og våre forskningssaker med viktige debatter som går. I tillegg er det viktig at vi løfter fram fremragende forsknings og forskningsprosjekter som ikke nødvendigvis er dagsaktuelle i det generelle nyhetsbildet.

Vi kan med fordel jobbe mer dedikert opp mot dagsorden i mediene og være mer i forkant, både med tanke på innsalg og produksjon av egne saker. Men med dagens organisering og ressurser får vi ikke utnyttet potensialet så bra som mulig.

Samarbeid med Forskning.no

Kommunikasjonsrådgiverne ved fakultetet har et godt samarbeid med Forskning.no. Vi har jevnlig møte med representanter fra forskning.no for å spille inn ideer og gode navn fra SV, og for å lære hva de er ute etter når vi leverer saker til dem. Vi leverer i snitt 3-4 forskningssaker til dem hver måned. Forskning.no har uttalt at saker levert fra SV-fakultetet er kjent for «å holde god kvalitet».

Forskning.no deler også sakene våre på sin Facebookside og gir tilbakemelding på hvor mange som leser sakene. Saken [Ønsker å slå schizofreni på målstreken](#) i forbindelse med at Lars Tjelta Westlye fikk Jahre prisen, hadde for eksempel 5481 sidehenvisninger med en gjennomsnittlig lesetid på 5,189 minutter. På Facebook fikk saken 161 likes og 39 delinger. *Eksempel: Forskningssak publisert på Forskning.no*



forskning.no Kultur Helse Miljø Samfunn Teknologi Naturvitenskap Podcast +

DENNE ARTIKKELEN ER PRODUSERT OG FINANSIERT AV UNIVERSITETET I OSLO - [LES MER](#).



At noen av oss er særlig sårbare for psykiske lidelser er klart allerede ved fødselen av, viser Jahre-prisvinner Lars Tjelta Westlyes forskning. (Illustrasjon: View Apart / Shutterstock / NTB scanpix)

Ønsker å slå schizofreni på målstreken

Schizofreni og bipolar lidelse er sterkt arvelige sykdommer. Men går det an å forutsi hvem som vil få dem? Det er et av målene til forsker Lars Tjelta Westlye.

Silje Pileberg
FRILANSJOURNALIST

Universitetet i Oslo

Søndag 27. oktober 2019 - 04:30

Til uka mottar han Anders Jahre-prisen for yngre forskere.

– Psykiske lidelser er like arvelige som høyde. Den økte sårbarheten kommer allerede ved fødsel, sier Lars Tjelta Westlye, førsteamanuensis ved Psykologisk institutt og gruppeleder ved Norsk senter for forskning på mentale lidelser (NORMENT).

Det gode samarbeidet med forskning.no gir med andre ord sakene våre langt større spredning og lengre liv, og vi anbefaler å satse videre på dette.

Arrangementer

SV-fakultetet har hatt en sentral rolle i *Arendalsuka* under UiO- paraplyen, for eksempel før forrige lokalvalg var vi involvert i åtte arrangementer med enhetene og som fakultet. Bernt Aardal og valget var sentralt i flere av dem, men vi hadde også arrangementer om klima, psykisk helse, med mer. Forskere fra SV var daglig invitert inn i NRKs studio i Arendal.

Vi tar ved leilighet initiativ til enkeltarrangementer, som for eksempel Valgfrokost på Litteraturhuset i samarbeid med HF, men de fleste arrangementene de siste årene har vært serier. Kommunikasjonsseksjonen ved SV- fakultetet holdt lenge i det populærvitenskapelige *Viten på lørdag* - i samarbeid med Det medisinske fakultet og Mat.Nat, med litt varierende besøkstall. Dette har vi nå sluttet med.

SV-fakultetet har ellers egne faste arrangementer som Eilert Sundt- forelesningen og Sentralbanksjefens tale, der kommunikasjonsseksjonen bidrar med pressearbeid, forskningssaker, videoer mm.

I 2017 – hadde vi en stor satsing på Eilert Sundt 200- årsjubileum, med flere godt besøkte forelesninger. Fakultetet arrangerer også årlig arrangementer på Litteraturhuset og/ eller Kulturhuset i forbindelse med Forskningsdagene.

2020 har vært preget av koronapandemien og vi har derfor måttet avlyse en rekke arrangementer.

Anbefalinger og ressursbehov

SV-fakultetet er det fakultetet på UiO som, uansett tema i samfunnsdebatten, viser seg å ha viktige forskere som kan belyse, nyansere og løfte den offentlige samtalen. Arrangementsseriene vi har tatt initiativ har vist seg å treffe et stort publikum i tillegg til å gi forskerne en annen arena enn å skrive kronikker og svare på

mediehenveler. Det vil nok i framtiden være behov for å profesjonisere og for å legge til rette for digitale møteplasser, webinarer og lignende, i tillegg til de fysiske og hybride møteplasser. Per nå har vi ikke riktig organisering eller nok ressurser til å kunne ha en profesjonell rigg for denne type arrangementer eller til å kunne utvikle denne type kompetanse.

Sosiale medier

I 2018 utviklet og implementerte kommunikasjonsseksjonen ved SV en egen strategi for Facebook. Som et resultat av denne [Facebookstrategien](#) ble det laget en egen Facebookredaksjon bestående av representanter fra både studieseksjonen, forskningsformidling og nettrektør. Facebookredaksjonen møtes ukentlig og evaluerer siste ukens aktiviteter, samt planlegger nye innlegg og videoer for uken som kommer. Vi har ansatt en studentmedarbeider i 20% stilling som har ansvar for å produsere innhold og være et kontaktledd mot studentmassen.

Facebook har vist seg å være en svært viktig kanal for å formidle både forskning og studentrettet info, viktige arrangementer og å synliggjøre forskere i nyhetsbildet.

SVs Facebookside har i dag i overkant av 9000 følgere. Et innlegg på siden har vanligvis en rekkevidde på cirka 2000 og engasjement på 100-150. Grunnenhetene har egne Facebooksider som administreres av de lokale kommunikasjonsrådgiverne.

SV har også en Twitter-konto hvor vi jevnlig publiserer forskningsrelevante tweets og tagger forskere med egne profiler. Flere av grunnenhetene har også egne twitterkontoer. På møtet i nett og kommunikasjonsnettverket kårer vi en vinner hver måned, med utgangspunkt i den kontoen som har hatt størst prosentvis økning i antall følgere.

Anbefalinger og ressursbehov

Vi har ikke laget en egen kanalstrategi for fakultetet og det er noe vi anbefaler å gjøre i neste periode. Medielandskapet er raskt skiftende, og det er viktig at vi benytter de kanalene som våre målgrupper faktisk bruker, når vi skal nå frem med budskapet vårt.

Film har vist seg å være svært nyttig og viktig i formidlingsarbeidet. Det satses også på film sentralt ved UiO. En studentmedarbeider i 20 prosent stilling står nå for mesteparten av produksjonen vår. Behovet for film for å nå ut med budskapet i ulike kanaler er økende.

Eksempel SVs Facebookside:

Det sa... Rediger Send melding Promoter Vis som besøkende

Frem et innlegg Få flere meldinger

Opprett Direkte Arrangement

Det samfunnsvitenskapelige fakultet - Universitetet i Oslo
Publisert av Tilda Runde · 2 d ·

Akkurat no ser du førsteamanuensis hjå Institutt for statsvitenskap, UiO, Jørgen Bølstad, som talekspert i NRK si valsending for det svært spennande amerikanske valet. [tv.nrk.no/direkte/nrktv4](https://www.nrk.no/direkte/nrktv4)

Jørgen Bølstad
Førsteamanuensis, Institutt for statsvitenskap, UiO

1 714 Antall personer nådd 76 Engasjement Frem innlegg

27 Liker Kommenter Del

Kommenter som Det samfunnsvitenskapeli...

Det samfunnsvitenskapelige fakultet - Universitetet i Oslo
Publisert av Eirik Bryhn Jacobsen · 4 d ·

Fadderkoordinatorene gjør en kjempeviktig jobb for at studiestartsuka skal bli best mulig! Hør mer om hvorfor du burde søke, og les mer og søk her innen 1. desember: <https://www.sv.uio.no/livet-rundt-studiene/studiestart/>

Om

Moltke Moes vei 31 0851 Oslo

Flere videoer på Watch

- Kan Trump virkelig vinne denne gangen også? I siste sak i... Det samfunnsvitenska... 0:51
- Kvinner er mangelvare i amerikansk politikk Det samfunnsvitenska... 0:50
- Vitenskapsbutikken Det samfunnsvitenska... 1:09

Innsalg og ekspertlister

Vi fanger fortløpende opp interessant forskning, aktuelle bokutgivelser og PhD-avhandlinger, som vi både lager egne saker om og tipser videre til mediene. Et eksempel er da professor i sosialantropologi, Marianne Lien, lanserte boka om Hytta. Boken ble det dekket av en samlet norsk presse – Lindmo inkludert.

UiO har en avtale med NTB om nyhetskalender og pressemeldinger. Nyhetskalenderen bruker vi systematisk til større arrangementer, pressemeldingstjenesten mer sporadisk. Vi tipser oftere eksklusivt til utvalgte medier og journalister.

SV-fakultetet er en viktig leverandør til UiOs ekspertlister på ulike felt. Det kan være ulike nasjonale og internasjonale valg som USA-valget. Andre felt kan være koronakrisen, Europa og Brexit, menneskerettigheter og fredsprisen, ekstremisme, klima og miljø, økonomi og statsbudsjett m.m. Svært mange forskere fra SV er aktuelle. Vi spiller også inn temaer til UiOs lister. Dette er et satsingsområde som er etterspurt av mediene og prioritert på UiO.

På SV har vi flere forskere som sitter i ulike offentlige utvalg. For eksempel Grete Brochmann, Anne Lise Ellingsæter, Karen Helene Ulltveit-Moe og Steinar Holden. Disse forskerne får jevnt over god mediedekning og opptrår ofte i både radio, tv, avisartikler og i nettsaker.

Vi gir også jevnlig innspill til forskningsbaserte temaer til Partnerforums rundt 20 årlige seminarer. (Partnerforum er et samarbeid mellom Handelshøyskolen BI, Universitetet i Oslo og 22 partnere fra statlig forvaltning arrangementer.) Kommunikasjonsrådgiver ved SV-fakultetet har fast plass i arbeidsmøtene med Partnerforum og deltar også i møter med sekretariatet.

I 2018 satt vi en av kommunikasjonsrådgiverne på fakultetet til å gjøre en jobb for å sørge for at forskerne ved SV-fakultetet nevner UiO og fagtilhørighet når de opptrer i media. Hver gang en forsker var i media uten tilknytning kontaktet vi både forskeren ,

journalisten og redaktøren i saken. Dette hadde en oppdragende effekt og både forskere og journalister ser ut til å ha tatt det til etterretning.

Mediene etterspør også stadig yngre forskere og gjerne kvinner som kilder til nyhetssaker. Kommunikasjonsavdelingen jobber systematisk med å fange opp nye stemmer og oppdatere ekspertlistene for å ha flere å velge mellom enn de “gamle traverne”. Vi produserer ukentlig videoer til sosiale medier og velger, så sant vi kan, yngre forskere og kvinner.

Anbefalinger og ressursbehov:

Det er enormt mye interessant forskning på SV- fakultetet som kunne vært fanget opp, laget saker om og tipset inn til mediene. Her er det et stort potensial til å jobbe mer systematisk, til selv å definere nyhetsbildet og til å sette dagsorden. Nye stemmer etterspørres til stadighet av mediene. Med flere ressurser og/eller en annen organisering av kommunikasjonsarbeidet ville vi hatt mulighet til å følge opp langt flere saker enn i dag, og også hatt mulighet til å få bedre oversikt over potensielle forskningssaker.

Det ligger også et stort potensiale i å bruke NTBs pressemeldingstjeneste mer systematisk enn det vi gjør i dag.

Nettverk og interne kurs og kommunikasjon

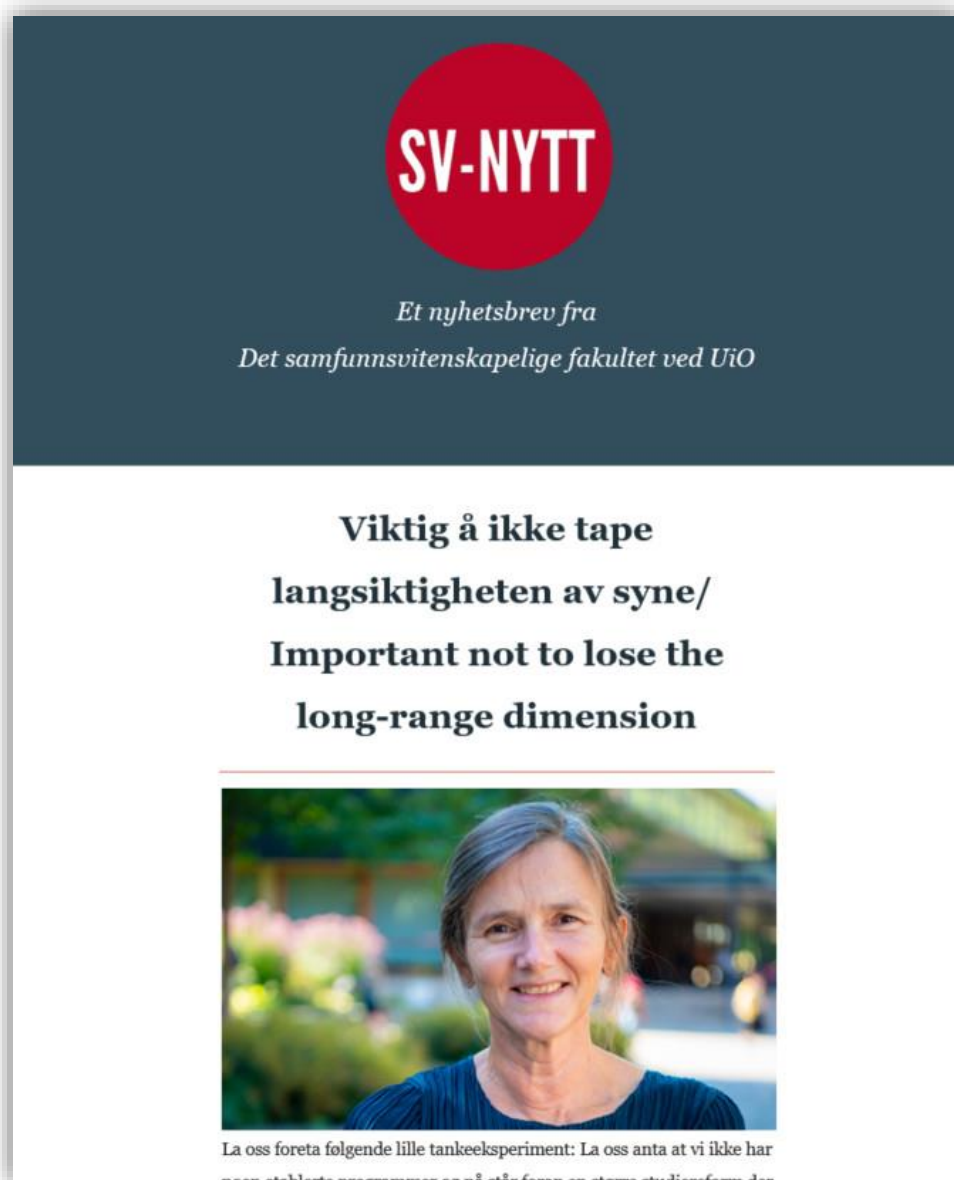
I perioden har det blitt opprettet et nett – og kommunikasjonsnettverk med representanter fra alle enheter for å styrke og samkjøre nettarbeid og det generelle kommunikasjonsarbeidet. Vi har fast møte en gang i måneden. I tillegg avholder vi hver måned redaksjonsmøter med kommunikasjonsrådgiverne på grunnenhetene der vi diskuterer forskningssaker, medieinnsalg og forskningsrelaterte arrangementer.

Det siste året har UiO sentralt initiert ukentlige møter med representanter fra alle fakultetene: ledermøte, redaksjonsmøte og podkast-møter, der kommunikasjonsrådgiver på fakultetet er med.

Kurs i forskingsformidling for PhD stipendiater har de siste tre årene blitt obligatorisk på SV-fakultetet. Kommunikasjon holder tak i dette sammen med faglig ansvarlig. Det er særlig medietrening foran kamera som er i fokus i dette to dagers kurset. Kurset er svært praktisk rettet – og har fått gode evalueringer. Deltakerne opplever å bli tryggere til å kommunisere forskningen sin - også på andre arenaer.

Internkommunikasjon har blitt et viktig prioriteringsområde i 2020, både på grunn av bytte av dekanat – men også på grunn av koronapandemien. Vi lager nå et månedlig nyhetsbrev i Mailchimp som sendes ut til alle ansatte, hvor det er en blanding av aktuelle saker, leder, kort møte med en ansatt og nye fjes. Det har også blitt opprettet en egen nettside med informasjon om ombyggingen av Eilert Sundts Hus, både på engelsk og norsk. Det er viktig at alle ansatte og studenter føler stolthet, tilhørighet og trygghet i en hverdag preget av korona, hjemmekontor, oppussing og flytting. Vi anbefaler at fakultetet i neste periode utvikler en strategi for internkommunikasjon.

Eksempel på nyhetsbrevet SV-nytt



Anbefalinger og ressursbehov:

Internkommunikasjon er ikke en del av dagens kommunikasjonsstrategi. Vi anbefaler at SV-fakultetet utvikler en egen strategi eller plan for internkommunikasjon. SV-nytt og eposter fra ledelsen bør inngå i denne. Men det bør også lages tydelige mål for internkommunikasjonen. Fakultetet har bare en kommunikasjonsrådgiver som jobber med både forskningsformidling og internkommunikasjon. Det blir litt knapt for å kunne ivareta internkommunikasjonen ved fakultetet på en god måte og for å fange opp viktige informasjonsbehov.