



Kommunikation för Medicinska fakultetens framtid

KOMMUNIKATIONSPLAN 2007



INNEHÅLLSFÖRTECKNING

1. Strategisk kommunikation	3
1.1 Kommunikation: allas ansvar	3
1.2 Definitioner och avgränsningar	4
2. Strategiskt ledningsstöd	5
3. Intern kommunikation	6
3.1 Målsättningar.....	6
3.2 Hur vi styr mot målsättningarna	7
4. Extern kommunikation	9
4.1 Målsättningar.....	9
4.2 Hur vi styr mot målsättningarna	10
5. Fakultetens webbplats	11
5.1 Målsättningar.....	11
5.2 Hur vi styr mot målsättningarna	11
6. Referenslitteratur	13

1. Strategisk kommunikation

Vi är en medicinsk fakultet som ständigt bryter ny mark för ett bättre liv. Vårt uppdrag är att bidra till ökad kunskap för bättre liv genom utbildning, forskning och kunskapsförmedling av hög kvalitet och med hög relevans för människors hälsa. Vi är en trovärdig partner i vår samverkan med omvärlden. Vi betonar medmänskliga värderingar i vår arbets- och lärandemiljö som nyckel till ständig utveckling och en framgångsrik verksamhet.

Fakultetens strategiska kommunikationsarbete syftar till att stödja organisationens övergripande mål och strategier, möta informationsbehov och bidra till att stärka Medicinska fakultetens och Lunds universitets varumärke. För en strukturerad informations- och kommunikationsverksamhet med optimalt utnyttjande av befintliga kompetenser och resurser, som stipuleras i fakultetens strategiska plan, behövs en kommunikationsplan. Föreliggande kommunikationsplan grundar sig på Medicinska fakultetens strategiska plan *Medicinska fakultetens framtid – strategisk plan 2007-2011*. Sedan 2005 finns en universitetsgemensam kommunikationsplattform som också ligger till grund för denna kommunikationsplan. Kommunikationsplanen slår fast riktlinjerna för fakultetens informations- och kommunikationsverksamhet.

Medicinska fakulteten arbetar strategiskt med kommunikation sedan 2003 och har en kommunikationsplan sedan 2004. Kommunikationsplanen revideras och uppdateras årligen. Institutionernas kommunikationsplaner kopplas till den fakultetsövergripande kommunikationsplanen. Kommunikationsplanen ligger också till grund för kommunikationsstrategier för enskilda frågor.

1.1 Kommunikation: allas ansvar

De som "håller på med" information och kommunikation i fakulteten är betydligt fler än de som arbetar som informatörer. I chefskapet ingår kommunikationsansvar – chefer och kollegor ses som de viktigaste källorna till information vid fakulteten enligt en utvärdering av den interna kommunikationen som genomfördes hösten 2006. Alla medarbetare har en kommunikatörsroll internt och externt och fungerar som ambassadörer för verksamheten.

En grundläggande princip för fakultetens kommunikationsarbete, som slås fast i fakultetens strategiska plan, är att informationsägaren sprider kunskap om sitt ansvarsområde med hjälp av de verktyg som tillhandahålls av informatören. Det är informatörens roll att stödja kommunikationsprocesserna genom att hjälpa till med att definiera problem, analysera målgrupper, kanalval och utforma budskap.

Medicinska fakultetens avdelning för strategisk kommunikation har till uppgift att utgöra ett strategiskt ledningsstöd genom att vara signalförstärkare till och från fakultetsledningen, etablera och underhålla strukturer och kanaler för intern och extern kommunikation, ansvara för spridningen av fakultetens budskap och stödja kommunikationsprocesserna. Omvärldsbevakning och aktiva kontakter internt och externt i samhället, koppling av informations- och kommunikationssatsningar till

ledningsarbete, rådgivning i kontakter med massmedia och ett strategiskt varumärkesarbete är ytterligare led i det strategiska kommunikationsarbetet.

1.2 Definitioner och avgränsningar

Begreppen *information* och *kommunikation* kan tolkas på många olika sätt och är ofta föremål för diskussion. I denna handlingsplan utgår vi från den definition som Sveriges informationsförening tillämpar:

- *Information* är de strategiska budskapen som ska leda till ökad kunskap
- *Kommunikation* är processen av budskap som bygger på interaktivitet bland dem som deltar i processen och som ska leda till någon form av attityd eller förhållningssätt.

Information är budskap och spridningen av dessa. Kommunikation är dialogen, samtalet, kring dessa budskap. Information ger kännedom och vetskap (att jämföra med kunskap som kommer av lärdom). Kommunikation leder till insikt i budskapet och ska leda till motivation och engagemang i det budskapet handlar om. När tydliga och begripliga budskap når medarbetare och intressenter i omvärlden blir det bra kommunikation.

2. Strategiskt ledningsstöd

Chefer och ledare på olika nivåer i organisationen är de personer som tolkar och formulerar budskap och som bidrar till att prägla arbetskulturen och värdegrunden. Den preliminära rapporten av en pågående utvärdering av fakultetens interna kommunikation pekar på chefer och kollegor som en av de främsta och viktigaste källorna till information vad gäller innehåll och trovärdighet. I en omvälvande tid då fakulteten kraftsamlar för att ta sig ur en ekonomisk kris och föra fakulteten framåt ställs det extra stora krav på öppet, tydligt och kommunikativt ledarskap. Kommunikation är särskilt viktigt vid krishantering. En av fakultetens viktigaste prioriteringar för kommunikation under 2007 är att utveckla kommunikationskompetensen bland fakultetens chefer och ledare.

Vid varje institution bör åtminstone en vidareinformatör finnas som kan vara kontaktperson i frågor rörande information och kommunikation och som kan ge institutionens ledning och medarbetare praktiskt stöd i dessa frågor. Denna person ska vara prefekten behjälplig i utveckling och implementering av institutionens och fakultetens kommunikationsplan.

En god relation och fruktbar samverkan med kommuner och Region Skåne är av särskilt stor betydelse för fakultetens utveckling. De är både samarbetspartners, avnämare för våra utbildningar och arbetsgivare för många av dem som är i utbildning eller utför arbete för och med oss.

Medicinska fakultetens avdelning för strategisk kommunikation har i sin strategiska roll särskilt till uppgift att:

- stödja fakultetsledning, prefekter och andra ledningsansvariga i kommunikationsprocesser
- vara stöd till ledningen för ökad transparens beträffande beslut som berör fakultetens medarbetare (rådgivning om riktlinjer, formulering av strategiska budskap och val av kanaler)
- aktivt kommunicera och bidra till arbetet med implementeringen av fakultetens nya strategiska plan ”*Medicinska fakultetens framtid*”
- stödja ledningen i kriskommunikation
- kontinuerligt analysera, bedöma, planera och följa upp informations- och kommunikationssatsningar
- genomföra omvärldsbevakning och analyser
- vara rådgivare i kontakter med media
- understödja samhällskontakter och opinionsarbete; med samhällskontakt avses organisationens kontakter med myndigheter, politiker, massmedier och andra företrädare för den allmänna opinionen.
- samverka med informationsavdelningar vid Lunds universitets förvaltning, fakulteter och områden, Region Skåne, universitetssjukhusen i Lund och Malmö, landets övriga medicinska fakulteter; Vetenskapsrådet, Medicon Valley och Medicon Valley Academy, Malmö högskola, näringsliv (Ideon, Medeon, läkemedelsbolag) för kunskapsinhämtning och erfarenhetsutbyte samt för att göra gemensamma informations- och kommunikationssatsningar
- bidra till att stärka universitetets satsning på strategiskt kommunikationsarbete

3. Intern kommunikation

Medicinska fakulteten har, enligt fakultetens strategiska plan, som mål att vara en kreativ, medmänsklig och utvecklande arbetsplats och lärandemiljö. God intern kommunikation med öppna och tydliga beslutsprocesser är av vital betydelse för hur olika frågor och beslut bereds, förankras, uppfattas och verkställs. God intern kommunikation bidrar till motivation och engagemang hos medarbetarna, vilket ger bättre förutsättningar för förbättrat resultat för organisationen. För medarbetare är kommunikation ett medel att uppnå delaktighet. Kommunikation är också en förutsättning för en demokratisk beslutsprocess. Att informationsflödet och kommunikationen fungerar väl på en arbetsplats är av stor betydelse för att bidra till god arbetsmiljö, minska ryktesspridning, öka värdegemenskapen, att ge förutsättningar för medarbetare att kunna göra ett bra arbete och utföra de arbetsuppgifter som förväntas samt undvika dubbelarbete. Detta förutsätter en intern informations- och kommunikationsstruktur med tydliga, ändamålsenliga kanaler som ger delaktighet och insyn, men som också minskar risken att verksamheten dränks i ett ostrukturerat informationsflöde.

Det är viktigt att kontinuerligt utvärdera och följa upp kommunikationsinsatserna för att förbättra kommunikationen inom fakulteten. En övergripande utvärdering av hur fakultetens interna kommunikation fungerar påbörjades under hösten 2006 med en kvantitativ enkätundersökning och kommer att slutföras under 2007 med en kvalitativ intervjubaserad undersökning. Resultatet av utvärderingen kommer att ligga till grund för 2008 års kommunikationsplan.

3.1 Målsättningar

- Att all intern kommunikation ska ske genom effektiva kanaler så att rätt målgrupper får tillgång till relevant information för att fullgöra sina arbetsuppgifter
- Att etablera och underhålla strukturer för effektiv intern kommunikation och informationsspridning för att öka tryggheten och förhindra ryktesspridning
- Att synliggöra dekanus och övrig fakultetsledning, deras intentioner och öka deras tillgänglighet
- Att etablera kommunikationkanaler för medarbetarinflytande
- Att stärka identiteten med Medicinska fakulteten och öka värdegemenskapen
- Att lyfta fram och informera om aktuella och viktiga frågor av relevans för fakultetens ledning, medarbetare och studenter
- Att etablera kommunikationskanaler för att nå studenter
- Att etablera kommunikationskanaler för att nå icke-universitetsanställda medarbetare vid USiL och UMAS
- Att bidra till transparenta beslutsprocesser genom att underlätta förberedelse, förankring och implementering av beslut
- Att förbättra intern koordinering för att undvika dubbelarbete

3.2 Hur vi styr mot målsättningarna

En fungerande informationsverksamhet ska vara väl planerad och kommunikationen präglas av budskap som är tydliga, både internt och externt. Medicinska fakulteten utgör av flera skäl en internkommunikativ utmaning. Fakulteten är en stor organisation med många olika kategorier av medarbetare (totalt ca 1 300, inklusive doktorander), den är geografiskt utspridd, och en stor andel av medarbetarna är dessutom kliniskt verksamma och arbetar alltså för ytterligare en arbetsgivare. Flera av medarbetarna har inte svenska som modersmål. Vid fakulteten finns ca 2 500 grundutbildningsstudenter i olika utbildningsprogram och kurser. För att kunna skapa en fungerande och heltäckande informations- och kommunikationsstruktur vid en organisation med så speciella förutsättningar spelar chefskapet en viktig roll (se avsnitt 2. Strategiskt ledningsstöd), och det behövs ett väl utvecklat nätverk av publicister och vidareinformatörer. För att undvika informationsdiskriminering och av kostnadseffektiva skäl har fakulteten valt en kommunikationsstruktur som i första hand är elektronisk.

Fakultetens avdelning för strategisk kommunikation ansvarar för följande fakultetsgemensamma interna informations- och kommunikationskanaler med olika syften:

- **utgivning av det elektroniska ledningsbrevet Brev från Dekanus**
Brev från Dekanus är ett ledningsbrev från dekanus till fakultetens samtliga medarbetare som innehåller väsentlig ledningsinformation. Brev från Dekanus publiceras en gång i månaden – vid behov oftare - under terminerna på fakultetens webbplats och samtliga medarbetare meddelas via e-post när ett nytt brev publiceras. Brevet är fakultetsledningens främsta skriftliga kommunikationskanal till fakultetens medarbetare. Ledningsbrevet översätts till engelska.
- **fakultetens webbplats för medarbetare och kollegor**
På webbplatsen http://www.med.lu.se/medarbetare_och_kolleger publiceras nyheter, information och verktyg för att underlätta det dagliga arbetet för medarbetare. Webbplatsen är åtkomlig för icke-anställda dels för att underlätta för Region Skåne-anställda att komma åt information som också berör dem och dels för att vi står för öppenhet. Innehållet är blandat på engelska och svenska.
- **utgivning av det elektroniska veckobrevet e-bulletinen**
E-bulletinen skickas med e-post varje onsdag kl. 11.00 till fakultetens samtliga medarbetare och består av en länksamling till aktuell information på olika webbplatser som berör fakultetens medarbetare. Syftet med e-bulletinen är att underlätta informationshämtning och sortering för medarbetare och minska utskick på olika e-postlistor som tidigare lett till frustration bland medarbetare. Man kan inte avsäga sig e-bulletinen eftersom den innehåller information av relevans för arbetet. Innehållet är blandat på engelska och svenska.
- **utgivning av fakultetens personaltidning Närv.**
Närv. är fakultetens enda icke-elektroniska forum för och av medarbetare. Närv. syftar till att öka den interna kännedomen om fakultetens olika delar och synliggöra medarbetare samt erbjuda fördjupning inom ett visst område av relevans för fakultetens medarbetare. Närv. kommer ut med två nummer per termin och är på svenska.

Därutöver ansvarar avdelningen för följande kommunikativa insatser för att befrämja den interna kommunikationen i enlighet med målsättningarna:

- stöd till interna kommunikationsprocesser vid förändringsarbete
- leder samarbete med vidareinformatörer inom fakulteten
- kommunikationsrådgivning till arrangörer av interna evenemang/projektledare
- utveckling av informationskanaler till studenter
- rådgivningsstöd till medarbetare

4. Extern kommunikation

Den tredje uppgiften ger oss inom universitetet ett uppdrag att, på olika sätt, samverka med omvärlden, berätta om vår verksamhet och dela med oss av vårt kunnande. I vår strategiska plan slås det fast att Medicinska fakulteten spelar en viktig roll i samhället som förmedlare av kunskap och demokratiska värden och har ett uppdrag att informera om sin verksamhet på ett öppet och ansvarsfullt sätt. Som en del av tredje uppgiften ska fakultetens medarbetare i sin yrkesroll verka för att förmedla kunskap till omvärlden och delta i samhällsdebatten på ett sakligt och trovärdigt sätt samt bedriva opinionsarbete i frågor som är väsentliga för utvecklingen av utbildning och forskning inom hälsoområdet. Fakulteten ska föra ut sina forskningsresultat även i populärvetenskaplig form och därmed tydliggöra forskningens centrala roll för bättre liv och hälsa. En bra extern kommunikation och effektiv marknadsföring, planerade externa informations-satsningar, opinionsarbete, medvetet identitetsskapande varumärkesarbete och professionell profilering av fakulteten utåt bidrar till att hävda fakulteten i konkurrensen och ökar förutsättningar för rekryteringar, finansiering och forskningsutveckling

Inom ramen för denna uppgift verkar fakultetens avdelning för strategisk kommunikation för att höja kunskapen om Medicinska fakulteten och dess verksamhet hos olika intressenter i det omgivande samhället och allmänheten. Avdelningen arbetar också för att marknadsföra fakulteten i strategiskt syfte.

Fakulteten bör också genom aktiv informationsspridning till allmänheten, skolan, politiker och andra beslutsfattare bidra till att öka intresset för medicinsk forskning och utbildning. Fakultetens utbildningar ska profileras tydligt till relevanta målgrupper för att attrahera studerande enligt strategiska planen. Den väsentligt förändrade utbildningsstrukturen till följd av Bologna-processen medför nya krav på utbildningsinformation. För att informationsspridningen ska kunna ske på ett effektivt sätt måste fakulteten kunna ge fakultetens forskare, lärare och administratörer ett professionellt stöd i informationsfrågor.

4.1 Målsättningar

- Att tydliggöra profileringen av Medicinska fakulteten
- Att höja kunskapen om Medicinska fakulteten och dess verksamhet hos intressentgrupper t ex forskarsamhället, media, allmänhet, blivande studenter, beslutsfattare, näringsliv och finansiärer, alumni, studenter och samarbetspartners samt allmänheten (tredje uppgiften)
- Att Medicinska fakulteten ska uppfattas som en trovärdig, kompetent och pålitlig aktör i samhällsdebatten
- Att vara lyhörd för förändringar i omvärlden genom kontinuerlig omvärldsbevakning
- Att värna om och utveckla relationer med samarbetspartners och intressentgrupper
- Att aktivt sprida information om forskningsrön och göra populärvetenskaplig forskningsinformation lättillgänglig
- Att förbättra förutsättningarna för rekrytering av spetskompetent personal
- Att förbättra förutsättningarna för finansiering och forskningsutveckling
- Att förbättra förutsättningarna för rekrytering av studenter

4.2 Hur vi styr mot målsättningarna

Medicinska fakultetens avdelning för strategisk kommunikation ansvarar för följande fakultetsgemensamma externa informations- och kommunikationsinsatser för att arbeta mot målsättningarna:

- press- och mediakontakter, rådgivning och utveckling av mediastrategier:
 - mediebevakning, analys och uppföljning
 - presseminarier
 - expertsvar och expertlista
 - pressmeddelanden
 - presskonferenser
 - medieträning
 - service till journalister
- utgivning av populärvetenskaplig tidskrift "Aktuellt om Vetenskap och hälsa" i samarbete med Region Skåne
- fakultetsövergripande presentationsmaterial
- marknadsföringsstrategier (t ex annonsering och deltagande i mässor)
- utgivning av Lund Virtual Medical Journal (LVMJ) som månadsvis presenterar publicerade vetenskapliga artiklar vid fakulteten
- Forskningens dag i samarbete med Region Skåne
- deltagande i redaktionsråd för fakulteternas och Vetenskapsrådets gemensamma tidskrift *Forskning och Medicin*
- opinionsarbete i forskningspolitiskt väsentliga frågor
- utgöra kommunikationsstöd vid externa evenemang

5. Fakultetens webbplats

Webben har i dagens samhälle kommit att fungera som en av våra främsta kanaler internt och ansikte utåt. Detta ställer krav på en professionell hantering av fakultetens webbplats.

För varje sida som finns vid fakultetens webbplats måste en sidansvarig finnas. Fakultetens avdelning för strategisk kommunikation ansvarar för att webbsidesansvariga får nödvändig kunskap och verktyg i form av mallar, publiceringsverktyg, utbildning och support. Webbsidesansvarig ansvarar för att webbsidan uppdateras och att den grafiska profilen samt gällande lagar och riktlinjer efterlevs.

I takt med att fakultetens webbplats byggs ut kommer nätverket med vidareinformatörer och webbsidesansvariga utökas på alla nivåer i organisationen.

Under 2007 kommer webbutvecklingsarbetet att fokuseras på att utveckla forskningspresentationen, medieinformationen samt att tillämpa den grafiska profilen.

5.1 Målsättningar

- Att skapa en enhetlig webbplats för fakulteten
- Att ha en webbplats som är attraktiv, informativ, lättillgänglig och användarvänlig med syfte att bidra till god intern och extern kommunikation samt stärka varumärket
- Att vidareutveckla och upprätthålla en trovärdig, kvalitativ och uppdaterad webbplats genom professionell hantering

5.2 Hur vi styr mot målsättningarna

Fakultetens avdelning för strategisk kommunikation har det övergripande ansvaret för fakultetens webbplats. Specifikt ansvarar avdelningen för:

- underhåll, utveckling och samordning av fakultetens offentliga webbplats www.med.lu.se i enlighet med gällande lagar och riktlinjer
- tillhandahållande av stöd, rådgivning och utbildning till fakultetens webbsidesansvariga
- leda nätverk av webbsidesansvariga
- bidra till utveckling av webbaserad service till studenter
- underhåll och vidareutveckling av kvalitetssäkringssystem
- genomförande av kontinuerliga statistiska analyser
- genomförande av målgruppsanalyser och användartester

Webbsideansvariga är ansvariga för att:

- genomgå den utbildning för webbsidesansvariga som tillhandahålls av fakultetens avdelning för strategisk kommunikation
- följa grafiska profilen och gällande lagar och riktlinjer

Informationsägaren, dvs den person som besitter kunskapen om informationen (i de flesta fall samma person som är webbsidesansvarig) är ansvarig för att:

- innehållet på webbsidorna är uppdaterat och korrekt

6. Referenslitteratur

1. Eriksson, Peter, *Planerad kommunikation*, Liber 2005
2. Sveriges informationsförening, www.sverigesinformationsforening.se
3. Lunds universitets kommunikationsplattform, www.lu.se/o.o.i.s/3365
4. Medicinska fakultetens strategiska plan 2007-2011, *Medicinska fakultetens framtid*,
<http://www.med.lu.se/content/download/13457/107337/file/Medfak%20strategisk%20plan.pdf>
5. Nordisk Kommunikation, *Lunds universitet, Medicinska fakulteten, Kommunikationsdiagnos*, november 2006