



Vedlegg 1: Norsk Polarinstitut sin kommunikasjonsstrategi 2020-2025

Kommunikasjonsstrategi 2020–2025

Å arbeide med strategisk kommunikasjon, både internt og eksternt, er et middel for å nå instituttets overordnede målsettinger, og bidra til å styrke Norsk Polarinstituttets posisjon og omdømme. Strategien hjelper oss å fortelle historien om vår identitet (hvem vi er) og hva som skiller oss fra alle andre. Det skal gjøre oss bedre rustet til å planlegge budskap, være tydelig og gjenkjennelig, og sikre en helhetlig kommunikasjonsplattform for instituttet.

Visjon (hvem vi er og hva vi skal bidra til) Norsk Polarinstitut skal ha den ledende ekspertisen i polare spørsmål, være den fremste leverandøren av kunnskap om polarområdene og en pålitelig, premissgivende rådgiver for forvaltningen i polare spørsmål.

Ved å vise eksempler på aktuell forskning, rådgiving og infrastruktur (logistikkjenester), bygger vi opp under vår samfunnsverdi og visjon. Det er viktig at de eksemplene vi velger å presentere møter forventningene til målgruppene, slik at de vil velge å henvende seg til Norsk Polarinstitut, enten det er myndigheter og politikere som skal foreta viktige valg, pressen på jakt etter uttalelser eller våre forskerkolleger, næringsliv, og andre samfunnsaktører som søker samarbeidspartnere.

Hva skiller oss fra alle andre: Vi er til stede til havs og til lands, i Arktis og Antarktis, gjennom hele året, og har en særpreget kompetanse på is. Norsk Polarinstitut har en unik tverrfaglig og historisk forståelse av polarområdene.

Vi har en bredde og tyngde i vårt arbeid som vi må synliggjøre for å underbygge hvorfor allmennheten skal henvende seg til oss. Hovedsatsningsområdene våre er nedfelt i de tverrfaglige programmene Polhavet, Antarktis, Ny-Ålesund og Svalbard og gir oss en unik innsikt i klimaendringer, miljøgifter og endringer i biologisk mangfold både i nord og sør som følge av lokal og global påvirkning.

De raske endringene har gjort de polare områdene geopolitisk attraktive med økt maritim aktivitet, turisme, ressursutnyttelse og forskningsinteresser fra mange land. Vår helårige tilstedeværelse i nord og sør, samt lange tidsserier gjør oss til en troverdig og tydelig formidler av kunnskap om polarområdene og konsekvensene av klimaendringene.

Logoen vår med de to polene og kronen på toppen, oppsummerer vår viktige nasjonale rolle og er vår signatur og særtegn. Det viser vår historiske rolle og sier mye om hva vi er og hva vi skal vektlegge i vår historiefortelling om oss selv.

Dette driver vi med: Forskning, rådgiving, kartlegging, overvåking, logistikk og infrastruktur, forskningsekspedisjoner, myndighetsutøver i Antarktis og Bouvetøya, vertskap på Ny-Ålesund, forvaltning av polarhistorie og formidling. Denne bredden skal kommuniseres ut.

Slik vil vi fremstå: Troverdig: kunnskapen skal være fremskaffet og kommunisert på en troverdig og etterrettelig måte. Norsk Polarinstitut baserer arbeidet sitt på relevant nasjonal og internasjonal kunnskap. Vi står for sikkerhet og trygghet i felt og på tokt. Vi er tilgjengelige og svarer når vi får oppdrag. Vi gjør oss selv og andre gode gjennom inkluderende samarbeid og delende kultur. Vi er korrekt og ryddig i vår myndighetsutøvelse og gjør miljøvennlige valg. Vi etterstreber feltaktivitet uten spor og er den fremste ekspertisen på polare spørsmål.

Målrettet: Norsk Polarinstitut skal levere kunnskap rettet mot de viktigste nasjonale og globale miljøutfordringene og forklare konsekvensene av menneskelig aktivitet. Vår aktivitet skal gi støtte og råd til relevante aktører i polarområdene, støtte opp under nasjonal politikk og internasjonale avtaler. Vår kunnskap skal være lett tilgjengelig og brukerorientert, vitenskapelig korrekt og relevant. Den skal leveres i riktig tid og i rett format.



NORSK POLARINSTITUTT • NORWEGIAN POLAR INSTITUTE

Kvalitetsbevisst: Norsk Polarinstittutt skal ha kompetanse og kvalitet i alle ledd. Vi skal være profesjonelle og oppdaterte på våre fagfelt. Produktene vi leverer skal ha høy faglig kvalitet.

Framtidsrettet: Norsk Polarinstittutt skal agere og sette dagsorden, ikke bare reagere. Vi skal være nytenkende, innovative og ta ledende roller i nasjonale og internasjonale fora. Vi skal samarbeide med andre organisasjoner og være tidlig ute med å adressere nye problemstillinger og utfordringer i polar miljøforvaltning. Vi skal være fleksible og tilpasse oss nye krav fra miljøforvaltningen og statsforvaltningen.

Slik skal vi kommunisere: Innsiktsfullt, tydelig og troverdig: All kommunikasjon fra Norsk Polarinstittutt skal være basert på kunnskap og bidra til å gjøre allmenheten *klokere*. Vi skal gjøre budskapet tydelig gjennom en kombinasjon av egne opplevelser fra felt, Norsk Polarinstittutts lange tidsserier og vår historiske tilstedeværelse. Dette skaper troverdighet.

Engasjerende og relevant: Gjennom det vi publiserer skal så mange som mulig få utbytte av vår *ekspertise* om polare spørsmål. Kommunikasjonen skal være engasjerende, gjerne framstilt på en overraskende og nytenkende måte. Vi skal levere relevant og samfunnsengasjerende kunnskap rettet mot et nasjonalt og internasjonalt publikum, og være tidlig ute med å adressere nye problemstillinger spesialtilpasset våre målgrupper. Vi skal delta aktivt i samfunnsdebatten der polar kompetanse er relevant.

Inkluderende og åpent: Norsk Polarinstittutt etterstreber at alle ansatte skal være inkludert og få nødvendig informasjonen om vårt mandat, historie, vår rolle som direktorat, rettigheter og plikter gjennom jevnlig kurs for nyansatte, oppdateringer på intranettet og infoskjermer på huset. Vi oppsøker aktivt media med relevante saker og svarer fortløpende ved innsynsforespørsler. Kommunikasjon som kommer fra Norsk Polarinstittutt skal være enhetlig og gjenkjennelig for alle i organisasjonen. Norsk Polarinstittutt nedfeller sine spesifikke kommunikasjonsmål i årlige handlingsplaner. Alle avdelinger bidrar til kommunikasjonsinnhold i tråd med handlingsplanen, slik at Norsk Polarinstittutt oppnår sine kommunikasjonsmål i alle kanaler.

Prinsipper for kommunikasjon: Alle har ansvar for å kommunisere fra sitt fagområde. Informasjonsansvaret følger saksansvaret, både for ledere og medarbeidere (jamfør statens kommunikasjonspolitikk). Dette gjelder også i sosiale medier.

Forventninger til alle:

- Jeg vurderer alltid medieverdien av saker jeg jobber med og tenker over hvor innholdet kan passe (pressemelding, nettsak, sosiale medier).
- Jeg lager konkrete kommunikasjonspunkter og løfter fram nyhetsverdien i alle saker. Det gjør det enklere for direktører å sette seg inn i saken ved pressehenvendelser og medieoppslag mer sannsynlig.
- Jeg er tilgjengelig for media i de sakene jeg jobber med og forbereder nærmeste leder på at det kan være medieinteresse knyttet til prosjektet.
- Jeg holder meg oppdatert på nyhetsbildet/samfunnsdebatten på eget fagfelt og kontakter kommunikasjonsavdelingen for å diskutere NP-vinkling på dagsaktuelle saker, slik at vi er aktuelle og relevante.
- Jeg praktiserer klart språk hver dag, i alle tekster og i all kommunikasjon.

Forventninger til alle ledere:

- Jeg vurderer medieverdien av sakene avdelingen/seksjonen jobber med.
- Jeg er tilgjengelig for media og gir respons til journalister i samråd med kommunikasjonsavdelingen.
- Jeg sørger for at mine kolleger kjenner til kommunikasjonsstrategien og sitt ansvar.
- Jeg sørger for å informere kommunikasjonsavdelingen om samarbeidsprosjekter der NP har et spesielt eierskap. Slik kan NP stå for lansering og mediestrategi, i samråd med samarbeidspartnere.
- Jeg sørger for at aktuelle og strategiske saker meldes inn til kommunikasjonsavdelingen på et tidlig tidspunkt og sikrer at uttalelsene våre er koordinert mot kommunikasjonsavdelingen.
- Jeg kommer med forslag til tilsvarende kommentarer til dagsaktuelle saker på eget initiativ, slik at NP framstår aktuelle og relevante.



NORSK POLARINSTITUTT • NORWEGIAN POLAR INSTITUTE

Hvem uttaler seg til media:

- Fullmakt til å gi medieuttalelser er som hovedregel delegert til direktører. I særlige viktige, prinsipielle eller kontroversielle saker skal ledelsen alltid informeres.
- Myndighet til å gi faktiske opplysninger i konkrete saker og formidle forskningsresultater delegeres til medarbeidere i avdelingene. Kommunikasjonsavdelingen skal alltid orienteres/konsulteres.
- Kommunikasjonsavdelingen kontaktes tidlig for å lage gode mediestrategier for best mulig resultat.
- Kommunikasjonsavdelingen holder kontakten mot media slik at vi framstår koordinerte

Med vennlig hilsen

Harald Steen
Forskningsdirektør