



**KOMMUNIKASJONSPLAN FOR
STUDENTTINGET PÅ VESTLANDET**

1 Innledning

2 Studenttinget på Vestlandet (STVL) er det øverste studentdemokratiske organet ved
3 Høgskulen på Vestlandet. Organisasjonen ble stiftet i 2017 – den er altså relativt ny.
4 Kommunikasjonen som går ut fra Studenttinget til studentmassen er essensiell for å kunne
5 engasjere og rekruttere flere. På oppdrag fra Studenttinget på Vestlandet har
6 Arbeidsutvalget utformet en helhetlig kommunikasjonsplan. Denne skal sørge for at sittende
7 arbeidsutvalg og Studentting skal ha en veileder for hvordan kommunikasjonen skal og bør
8 foregå.

9

10 Denne kommunikasjonsplanen er delt opp i fem deler. Delene tar for seg ulike aspekter ved
11 kommunikasjonen som må tas hensyn til. Selv om det er valgt å gjøre denne inndelingen,
12 må det forstås at delene bør ses i sammenheng med hverandre.

13

14 De fem delene av kommunikasjonsplanen:

15

- 16 ▪ Mål
- 17 ▪ Tiltak
- 18 ▪ Kanaler
- 19 ▪ Målgrupper
- 20 ▪ utfordringer

21 Mål

22 Essensen med å ha en kommunikasjonsplan, er å nå visse mål. Målene skal være ambisiøse,
23 men det er også viktig at de er gjennomførbare. Veien mot målene bør inneholde delmål,
24 som gjerne kan utvikles av sittende Studentting og arbeidsutvalg. Det er likevel viktig å over
25 en periode kunne strekke seg mot felles, overordnede mål.

Overordnede mål:

- Profilere og synliggjøre STVL
- Engasjere studenter i STVL sitt arbeid
- Profilere gjennomslag og vedtak
- Rekruttere flere kandidater til studenttingsvalg og verv
- Informere om verv som velges til gjennom STVL
- Etablere tett samarbeid med Studentrådene

Tiltak

27 For å nå målene i kommunikasjonsplanen, er det nødvendig å sette inn bestemte tiltak.
28 Noen tiltak vil kunne fungere godt til å nå flere mål, og andre tiltak vil kanskje bare kunne
29 bidra til å nå ett. Tiltakene er likevel samlet under ett, så de alle framstår som likestilte i
30 veien til å nå de overordnede målene.

Tiltak:

- Arrangere stander på campus
- Bruke Canvas til informasjonsspredning
- Komme på trykk i medier
- Bruke plakater og infoskjermer til informasjonsspredning
- Være representert på Giratur (organisasjonskurs 1)
- Være representert og orientere på studentrådsmøter
- Bruke profileringsmaterialer på en hensiktsmessig måte
- Publisere informasjon gjennom sosiale medier
- Gi ut goder til de som stemmer under valg
 - Kaffe
 - Søtsaker
 - Promoteringsmaterialer
- Spre informasjon om kandidater som stiller til valg
- Lage promoteringsvideoer
- Informere om viktigheten av å ha studentrepresentasjon i ulike verv
- Informere om hvilke verv som er honorerte
- Medvirke til at nettsider for HVL-studenter fungerer
- Oppfordre personer med honorerte verv til å bidra i promoteringsarbeidet
- Sende ut nyhetsbrev
- Delta på andre arrangement og vise den sosiale sida ved studentengasjement
- Arrangere konkurranser
- Studenttinget skal stille seg disponibel for studenter i vrimearealet minimum 3 timer i måneden
- Inkludere nåværende medlemmer i Studenttinget

31 Kanaler

32 Kommunikasjon handler om overføring av informasjon. Det er derfor viktig å være klar over
33 hvilke kanaler som kan brukes til denne informasjonsoverføringen. Ikke minst er en nødt til
34 å vurdere og bestemme seg for hvilke kanaler en ønsker å ta i bruk for å nå målene en har
35 satt seg. Under følger kanaler som alle er blitt vurdert som hensiktsmessige å bruke i
36 kommunikasjonsarbeidet til STVL.

Kanaler:

- Fadderordningen
- Canvas
- Egne nettsider
- Sosiale medier
 - Sponsede annonser
- Infoskjermer på Campus
- Plakater
 - Toalettavis
 - Flyers
- Stander
- Aviser
- Maskot
- Fellesforelesninger
- Studentrådsmøter

37 Målgrupper

38 Kommunikasjon krever flere parter. Der Studentttinget på Vestlandet står som den ene
39 parten, er det nødvendig å kartlegge hvilke andre parter som tar del i denne
40 kommunikasjonen. Ulike målgrupper krever ulike tilnærminger å ta hensyn til. Naturligvis er
41 studentene ved HVL en stor og viktig målgruppe i vår kommunikasjon. Det er samtidig en
42 god del andre målgrupper å ta hensyn til.

Målgrupper:

Studentmassen ved HVL

- Heltidsstudenter
- Deltidsstudenter
- Linjeforeninger
- Studentråd

Ansatte ved HVL

- Rektoratet
- Dekanater
- Instituttledelser
- Forelesere
- Internasjonalt kontor
- Praksiskontoret

Eksterne

- Kommende studenter
 - Elever ved videregående skoler
- Politikere
- Bedrifter
- Praksislærere

43 **Utfordringer**

44 I arbeidet med kommunikasjon er det høy sannsynlighet for å møte på store og små
45 utfordringer. Utfordringene kan hemme kommunikasjonen, noe som gjør det viktig å
46 konkretisere hva de faktiske utfordringene er. Bare når en er klar over utfordringene, kan en
47 ta hensyn til dem og prøve å jobbe aktivt for å jobbe seg gjennom dem.

48

49 De største og mest gjennomgående utfordringene vi står overfor vil bli presentert under.
50 Sammen med hver av utfordringene vil det stå et par ord om hvordan en kan gå inn for å
51 håndtere dem.

52

53 **STVL forsvinner i mengden av informasjon**

54 Vi er ikke alene i å prøve å spre informasjon til ulike målgrupper. Mengden med informasjon
55 som det enkelte individ mottar i dag gjør at mye av informasjonen aktivt blir ignorert. Her er
56 en nødt til å gå inn for å sørge for at informasjonen oppleves relevant, at den engasjerer og
57 at den stikker seg ut. Mye av kommunikasjonen vår er også avhengig av at den
58 videreformidles, for eksempel av tillitsvalgte i klasser. Det kan være hensiktsmessig å gjøre
59 denne videreformidlingen av informasjon så enkel som mulig for personen som er
60 bindeleddet. Dette kan for eksempel løses med å utforme nyhetsbrev som enkelt kan
61 distribueres over flere ledd.

62

63 **Lav oppslutning ved valg**

64 Lav oppslutning er ikke bare demotiverende, men også en svekkelse av STVL sin legitimitet.
65 Det er vanskelig å få den generelle student til å forstå viktigheten av å stemme, som igjen
66 fører til at de ikke stemmer. Her gjelder det å komme med konkrete eksempler på
67 konsekvenser av lav valgoppslutning.

68

69 **Mangel på engasjement**

70 Prosentandelen av studenter som engasjerer seg er nokså lav. Det er få som forstår
71 relevansen og viktigheten med studentdemokrati og –engasjement. Engasjementet har også
72 en tendens til å gå kraftig nedover hvis studenten ikke har lang tid igjen av studiene. Det å få
73 tak i studenter tidlig i utdanningsløpet er derfor helt essensielt. Det kan være en idé å fange
74 opp engasjerte studenter i andre settinger enn når vi trenger dem til noe. Ofte trenger vi
75 folk til å stille til valg eller stemme under valg. Dette bringer assosiasjoner til at vi alltid
76 krever noe av studentene. En idé kan være å gjøre noe som ikke krever noe av studentene i
77 det hele tatt. Dette kan blant annet være å dele ut kaffe på stand eller gi pepperkaker til
78 studentene når de leser til eksamen. Gjerne kombiner dette med å gi en liten flyer som sier
79 noe om hva STVL gjør for studentene.