HÖGSKOLAN I HALMSTAD

Kommunikationspolicy

Dnr:	L 2020/28
Dokumenttyp:	Policy
Beslutsfattare:	Rektor
Beslutsdatum:	2026-01-19
Ansvarig avdelning:	Kommunikationsavdelningen
Dokumentansvarig:	Selma Sedelius



hh.se

Syfte

Denna kommunikationspolicy beskriver grundläggande policy och principer för kommunikation och marknadsföring. Det är styrande för alla som kommunicerar i Högskolans namn, chefer och medarbetare liksom medarbetare vid kommunikationsfunktionen.

Lagar, förordningar och styrande dokument

Styrdokumenten för kommunikation utgår från gällande svensk lagstiftning. Regeringsformen, tryckfrihetsförordningen och yttrandefrihetsgrundlagen reglerar allas rätt till åsiktsfrihet, yttrandefrihet och meddelarfrihet. Högskolan lyder liksom alla offentliga verksamheter under offentlighetsprincipen. Högskolan har också enligt högskolelagen ett särskilt ansvar att samverka med samhället, informera om sin verksamhet och verka för att forskningsresultat kommer till nytta. Förvaltningslagen reglerar myndigheters förhållningssätt och serviceplikt gentemot medborgare. Högskoleförordningen reglerar rätten till utbildningsinformation. Därutöver finns andra regelverk, som till exempel offentlighets- och sekretesslagen, lagen om medbestämmande i arbetslivet, språklagen, den europeiska dataskyddsförordningen (GDPR), webbtillgänglighetsdirektivet samt upphovsrättslig lagstiftning, som också är styrande för kommunikationen.

Denna kommunikationspolicy begränsar inte medarbetares, studenters eller andra intressenters rätt att använda sin grundlagsskyddade yttrandefrihet att fritt uttrycka sina åsikter i olika frågor, eller rätten att lämna uppgifter för publicering i media (meddelarfrihet). Dessa fri- och rättigheter regleras i tryckfrihetsförordningen (TF) och yttrandefrihetsgrundlagen (YGL) och är överordnade de principer som framgår i detta dokument.

Mål och syfte med Högskolans kommunikation

Kommunikation är ett verktyg för Högskolan att genomföra sitt uppdrag och nå uppsatta mål. Högskolans kommunikation ska öka kännedomen om och förståelsen för Högskolans verksamhet både internt och externt, samt bidra till att skapa goda och långsiktiga relationer, internt samt med studenter, samverkanspartner och samhälle. Kommunikationen ska stärka Högskolans varumärke och anseende, och bidra till att öka Högskolans attraktionskraft inom utbildning, forskning och samverkan. Den interna kommunikationen ska därutöver främja dialog, effektivitet och samarbete, samt bygga stolthet och delaktighet hos medarbetare och studenter.

Högskolan värnar och främjar demokratiska principer, kritiskt tänkande och synen på vetenskap som grunden för fakta och kunskap. Allmänheten är, via representation i riksdag och regering, vår uppdragsgivare och finansiär, och har rätt att få insyn i Högskolans verksamhet och i hur den offentliga finansieringen av lärosätet används.

Hur ska Högskolan kommunicera?

Högskolans kommunikation ska vara korrekt, öppen, tillgänglig, inkluderande, relevant och aktuell. Kommunikationen ska utformas så att Högskolan i Halmstad uppfattas som en sammanhållen organisation med tydlig profil och avsändare. Högskolan i Halmstad ska ha ett proaktivt kommunikationsarbete där kommunikationen är en integrerad del i alla beslutsprocesser. Kommunikationen ska utgå från målgruppernas behov och förutsättningar, samt från verksamhetens strategiska behov och inriktning.

Roller och ansvar i kommunikationen

Medarbetare

Den som är medarbetare vid Högskolan i Halmstad har ett ansvar att själv söka, inhämta och förmedla den information som behövs i arbetet, att hålla sig informerad om vad som händer på den egna arbetsplatsen och på Högskolan i stort, samt bidra med sina egna kunskaper och åsikter för att utveckla verksamheten. En öppen kultur som präglas av dialog och samarbete är allas ansvar, och förutsätter att alla medarbetare kommunicerar med kolleger, chefer, studenter eller allmänhet, beroende på den egna yrkesrollen och uppdraget. Den som uttalar sig i Högskolans namn har ett särskilt ansvar att företräda Högskolan. I det ligger också att uppträda och agera i enlighet med rollen som statlig tjänsteman, till exempel att svara inom rimlig tid, samt att uttrycka sig och agera i enlighet med den statliga värdegrunden. De medarbetare som har ett särskilt sakområdes- eller verksamhetsansvar har också ansvar för att kommunicera internt och externt inom det området.

Chefer

Den som är chef har ett särskilt ansvar att kommunicera i alla led, både internt och externt. I chefsuppdraget ingår att kommunicera och föra dialog med medarbetare, andra chefer och ledning, i syfte att informera om, förklara, förankra och följa upp mål, uppdrag och beslut. Kommunikationen skapar förutsättningar för varje medarbetares delaktighet och motivation. Chefer har en roll i att representera Högskolan i medier eller andra externa sammanhang. Verksamhetsstödets chefer har ett särskilt ansvar för att Högskolans medarbetare och studenter får relevant, uppdaterad, tillgänglig information inom respektive sakområde.

Kommunikationsfunktionen

Kommunikationsfunktionen vid Högskolan har ett särskilt uppdrag, som framgår av högskoledirektörens besluts- och delegationsordning, att driva och förvalta Högskolans övergripande kommunikation, utifrån gällande styrdokument och verksamhetsplaner, och stödja medarbetare och chefer i deras kommunikation.

Studenter

Högskolans studenter har ett ansvar för att söka och inhämta den information de behöver för sina studier och för att få kunskaper och förutsättningar att utöva det medinflytande som de har rätt till och som Högskolan också efterfrågar.

Intressenter (målgrupper) och kanaler

Det finns en rad olika intressenter för Högskolans kommunikation, både interna och externa. Högskolans kommunikation och valet av kanal, budskap, verktyg med mera, ska alltid utgå från den aktuella intressentens eller målgruppens behov och förutsättningar. Högskolans intressenter är (listade tematiskt, inte i prioritetsordning):

- Studenter (befintliga och presumtiva, samt alumner)
- Medarbetare (anställda och presumtiva)
- Forskningsfinansiärer (befintliga och potentiella)

- Samverkanspartner inom näringsliv och offentlig sektor (befintliga och potentiella)
- Forsknings- och utbildningsorganisationer
- Politiker och politiskt styrda organisationer
- Näringsliv och intresseorganisationer
- Medier
- Allmänheten

Högskolan äger och utvecklar en rad olika kanaler för olika målgrupper och kommunikationsbehov. Vilken kanal som väljs för vilken kommunikation beror på vilken målgrupp som ska nås. Högskolans kommunikationskanaler är avsedda för Högskolan i Halmstads behov. De ska inte användas för budskap från andra organisationer, företag, enskilda personer eller föreningar, om det inte sker i samband med samarbete där alla parter har gemensamt intresse av att kommunicera.