**SAIHs strategi for**

**Kommunikasjon**

**2024-2025**

**1: Innledning**
Denne strategien staker ut kursen for SAIHs kommunikasjon og arbeid med politisk påvirkning for perioden 2024-2025.

Strategien skal være et verktøy for alle som kommuniserer på vegne av SAIH, og hjelpe oss å samordne våre aktiviteter og kommunisere tydelig og målrettet.

Kommunikasjonsstrategien må sees i sammenheng med SAIHs Politiske prioriteringer, Prinsipprogram, Strategi for utviklingssamarbeid og Strategi for organisasjonsutvikling.

Oversikt:

1. Innledning
2. Kommunikasjon
3. Analyse
4. Strategiske valg
5. Oppfølging og ansvarsfordeling

### **Overordnede mål**

SAIHs visjon er at alle har tilgang til inkluderende og kontekstuelt relevant utdanning, som bygger på akademisk frihet og kritisk pedagogikk, i en verden med demokrati, rettferdig fordeling og respekt for menneskerettigheter.

SAIHs kommunikasjonsarbeid har disse overordnede målene:

* SAIH har en tydelig og troverdig stemme i offentligheten
* Flere studenter og akademikere i Norge kjenner til SAIH og SAIHs arbeid i land der vi har partnere
* Flere studenter og akademikere i Norge engasjerer seg som aktivister og SAIH-støttespillere.
* SAIH har fått gjennomslag for våre politiske prioriteringer

**2: Kommunikasjon**

### **Kommunikasjonsprinsipper**

SAIH skal videreføre en kommunikasjonsform preget av kreativitet, optimisme, humor og løsningsforslag, samt ha en utfordrerrolle overfor etablerte strukturer og institusjoner.

SAIH skal være en uredd og troverdig organisasjon som utfordrer stereotypier og som bidrar til at nyansert kunnskap om hvordan verden henger sammen når målgruppen.

SAIHs kommunikasjonsarbeid og kampanjer har en interseksjonell tilnærming som reflekterer mangfoldet i samfunnet.

SAIHs valgte leder er hovedtalsperson for SAIH. I tillegg ønsker vi å dyrke en kultur der representanter fra SAIH sentralt og ansatte tar ordet i det offentlige ordskiftet knyttet til deres ekspertise og rolle. I saker der andre representanter enn leder uttaler seg til offentligheten skal dette kun gjøres etter godkjenning fra Arbeidsutvalget. Andre frivillige i SAIH kan også uttale seg til det offentlige, men dette må gjøres i tråd med de etiske retningslinjene, og få godkjenning fra Arbeidsutvalget. SAIH har som mål å være en sterk stemme og ha gjennomslag for våre politiske saker. Økt synlighet vil bidra til mer gjennomslagskraft i samfunnsdebatten.

### **Målgrupper for massekommunikasjon**

Studenter og akademikere i Norge er SAIHs hovedmålgrupper. Det er om lag 300 000 studenter og 40 000 ansatte ved statlige og private høyere utdanningsinstitusjoner. Dette er våre primærmålgrupper som vi ønsker å engasjere med vårt kampanje- og kommunikasjonsarbeid. De aller fleste i våre hovedmålgrupper snakker, jobber og tenker på norsk. Norsk er derfor språket vi bruker i massekommunikasjon.

I tillegg til massekommunikasjon vil SAIH drive personlig kommunikasjon som er rettet mot individer og små grupper. Vi vil for eksempel ha dialog med representanter for våre medlemmer, norske politikere og beslutningstakere, representanter i andre sivilsamfunnsorganisasjoner, internasjonale organisasjoner og nettverk, og SAIHs internasjonale partnere. Personlig kommunikasjon trenger ikke å følge føringer fra denne strategien. For eksempel kan det være gode grunner til å kommunisere på engelsk eller spansk til mottakere av personlig kommunikasjon.

### **Kanaler**

Tilgjengelige kommunikasjonskanaler og mulighetene de skaper, er i stadig endring. Derfor må SAIH kontinuerlig ta stilling til hvilke kommunikasjonskanaler som er mest effektive for å nå frem til våre målgrupper.

SAIH søker å nå våre målgrupper blant annet gjennom redaksjonelle medier, sosiale medier, nettverkssamarbeid med andre organisasjoner, nettsiden SAIH.no, arrangementer og samarbeid med andre organisasjoner, samt publikasjoner og nyhetsbrev.

Hvilke kanaler som til enhver tid prioriteres vil være opp til sekretariatet å definere.

## **3: Analyse**

### **Nåsituasjon 2020**

SAIHs kommunikasjonsarbeid er langt på vei kampanjedrevet med tre årlige kampanjer. En rekke kampanjer har oppnådd både god rekkevidde og politisk gjennomslag, og hatt stor suksess både nasjonalt og internasjonalt. SAIH har vært en ledende stemme og «vaktbikkje» i spørsmål om bistandskommunikasjon og et mer nyansert verdensbilde.

Baksiden av medaljen er at SAIH har blitt mer kjent for enkeltstående kampanjer, fremfor vårt internasjonale arbeid og vår kjernetematikk. Som et resultat har vi siden 2019 jobbet med å utfase to av våre mest suksessrike kampanjer, og startet arbeidet med å planlegge og bygge opp nye prosjekter.

Lokallagene spiller en sentral rolle som aktører i SAIHs kommunikasjonsarbeid. SAIHs frivillige er organisasjonens ansikt utad på campus og vår viktigste kanal for å nå ut lokalt. Det innebærer også at vi er sårbare for kapasitetssvingninger.

En betydelig andel av norske studenter støtter SAIHs arbeid gjennom SAIH-tierne. Likevel erfarer SAIH at manglende kjennskap til organisasjonen gjør oss sårbar som mottaker av denne støtten. Dette gjelder studentdemokratiene spesielt, og studentmassen generelt.

Samtidig erfarer vi at det er et større eierskap til SAIH blant studenter, enn blant akademikere. Vi har i mindre grad lyktes å engasjere denne målgruppen i vårt arbeid.

Korona-pandemien har gjort rekruttering og aktivitet utfordrende lokalt, og påvirker også vår evne til å nå ut med våre budskap. Det har gitt nye erfaringene knyttet til digital aktivisme og kommunikasjon lokalt.

SAIH har i svært liten grad ressurser til å prioritere kommunikasjon knyttet til tema og prosjekter utover det som har inngått i avtalen om informasjonsstøtte fra Norad. Det har blitt særlig tydelig i arbeidet med avkolonisering av akademia, hvor det har vært uklarheter knyttet til hvilken plass tematikken skal ha i organisasjonen.

### **Ønsket situasjon**

Ved utgangen av strategiperioden skal SAIH assosieres med følgende tema: akademisk frihet, rettferdig høyere utdanning og internasjonal solidaritet med studenter og akademikere. Når disse temaene kommer på dagsorden, er det oss mediene kontakter.

SAIHs partnerorganisasjoner spiller en sentral rolle i vårt kommunikasjonsarbeid, og målgruppene kjenner til situasjonen for studenter og akademikere i landene hvor SAIH jobber.

Flere studenter og akademikere engasjerer seg i SAIH som aktivister og støttespillere. Våre medlemmer kjenner eierskap til SAIH, våre kampanjer og vårt internasjonale programarbeid.

SAIH kan vise til politisk gjennomslag innenfor våre tematiske kjerneområder.

**4: Strategiske valg**

Ettersom vårt kommunikasjonsarbeid i stor grad finansieres av infostøtten, som ikke kan nyttes til egenpromotering, har vi valgt å dele kommunikasjonsarbeidet vårt overordnet i to deler: kampanjekommunikasjon og egenpromotering.

### **Satsingsområder og hovedstrategier**

Kampanjekommunikasjonen skal bidra til økt kunnskap, debatt, engasjement og gjennomslag for våre politiske prioriteringer.

Når det gjelder egenpromotering, er tierne og det å bygge kjennskap blant studenter om hva tierne går til, et satsningsområde. Det er viktig for oss å nå ut bredt i studentmassen. Vi skal vektlegge våre lokallag og andre medlemmers rolle som ambassadører for SAIH. Å sikre at disse har tilgang på og eksponeres for oppdatert og god informasjon om SAIH og vårt arbeid, samt har eierskap til dette, er viktige delmål.

SAIH skal årlig gjennomføre en rekke tiltak som på oppsiktsvekkende og strategisk vis fanger oppmerksomheten til målgruppen. Konkrete tiltaksplaner er det opp til sekretariatet å utforme, i tråd med strategien og gjeldende donoravtaler. Involvering av og forankring hos medlemsorganisasjonen skal være en prioritet.

## **5: Oppfølging og ansvarsfordeling**SAIH utvikler årlige handlingsplaner som konkretiserer hvilke tiltak som skal gjennomføres i perioden.

### **Hvordan kan vi måle om vi har lykkes?**

SAIH har gjennom mange år opparbeidet og videreutviklet gode rutiner for systematisk resultatmåling. Arbeidet baserer seg på tilgjengelige analyseverktøy, interne rapporteringssystemer, samt betalte tjenester.

SAIHs medlemmer og aktivister skal gis muligheten til å evaluere kommunikasjonsarbeidet i prosjekter som de tar de tar del i.