



Sakområde: Kommunikation och media

Dokumenttyp: Policy

Beslutsfattare: Sara Arons

Avdelning/kansli: Kommunikationsavdelningen

Handläggare: Jenny Svennås-Gillner

Beslutsdatum: 2019-06-17

Träder i kraft: 2019-06-18

Giltighetstid: Tills vidare

Bör uppdateras före: -

Ev. dokument som upphävs: -

Bilaga till: Beslut om bild- och videopolicy för SLU

Bild- och videopolicy för SLU

Ett enhetligt visuellt uttryck tydliggör och stärker SLU som avsändare och är därmed en viktig del av SLU:s varumärke.

Policyn i sin helhet

Bilder används för att illustrera vår verksamhet, men också för att visa att SLU är universitetet som förbättrar världen. Vi ska kommunicera en känsla av liv, engagemang och aktivitet. Bildvalet ska spegla vår mångfald och vi strävar efter att använda autentiska bilder. Lyft gärna bilder som utmanar/vidgar den traditionella bilden av vår verksamhet. Våra bilder ska vara aktuella och av hög estetisk och teknisk kvalitet.

Bild- och videopolicyn är uppdelad i sex värdeord som ska fungera som en guide för egenanalys av bildmaterial, så att vi säkerställer att det samlade helhetsintrycket uppfyller kravbilden:

- Autenticitet/trovärdighet
- Livfullhet
- Mångfald/variation
- Hoppfullhet
- Engagemang
- Modernt

Vad innebär värdeorden?

Autenticitet/trovärdighet

Vi ska givetvis använda bild- och videomaterial som visar **våra** verksamhetsorter, **vår** verksamhet och undervisning, **våra** forskare och studenter. Vi kan styrka autenticiteten och trovärdigheten ytterligare genom att presentera relaterat material,

länkar till sidor där forskning presenteras mer ingående, intervjuer med forskare/studenter, bloggar och liknande.

Vi använder i första hand eget högkvalitativt och relevant bildmaterial, fotograferat av egen personal eller professionella fotografer/filmare. Att vi visar upp "bildbevis" från vår egen verksamhet ger oss trovärdighet och gör också att vi kan erbjuda media vårt material.

Visst kan vi använda material från bildbyråer, men det måste då uppfylla kraven från bild- och videopolicyn. Att köpa in bild eller video av exempelvis naturtyper eller enskilda arter, så länge dessa är verifierade som korrekta och trovärdiga, är därför ok i de fall vi inte själva har kvalitativt bildmaterial som kan användas.

Livfullhet

Om vi ska kunna förmedla en känsla av liv, kreativitet och aktivitet behöver våra forsknings- och undervisningsmiljöer vara befolkade. Vår verksamhet sker ju inte av sig själv, det krävs engagerade människor.

Om vi exempelvis använder folktomma naturbilder för att kommunicera våra ämnesområden behöver dessa balanseras upp av bilder som visar faktisk verksamhet, provtagning och hur dessa prover sedan analyseras. Vi behöver visa på våra insatser, vad vi gör och varför.

Mångfald/variation

När vi avbildar studenter och forskare vill vi visa att alla är välkomna. Alla får plats hos oss, oavsett ålder, kön, etnicitet, religion, politisk åskådning, funktionsvariation, sexuell läggning eller könsöverskridande identitet. Vi visar på vår mångfald helt enkelt.

Vi behöver också visa på mångfalden och variationen i vår verksamhet: landet/staden, labbet/åkern, gamla anrika miljöer kontra nya toppmoderna byggnader med tillhörande forskningsfaciliteter. Vi behöver kunna kommunicera både ämnet och vilka aktiviteter vår verksamhet rent konkret består av.

Hoppfullhet

Vi vill visa hur vi på SLU bidrar till att förändra världen till det bättre. Om vi använder oss av material som visar exempelvis extrem torka eller översvämning försöker vi balansera detta med att också visa på våra åtgärder och hur de kan göra skillnad.

Engagemang

Vi delar alla ett engagemang för SLU:s ämnesområden. Vi vill visa drivna, engagerade forskare, studenter och medarbetare som tillsammans strävar efter att göra världen lite bättre. Vi bör därför medvetet undvika att visa material på personal och studenter där de råkar se omotiverade ut och istället välja material som visar på energi, kreativitet och fokus. Det behöver inte innebära att personerna

ler och tittar in i kameran. Det kan lika gärna visa en extremt fokuserad forskare mitt i verksamheten.

Modernt

Våra ämnesområden kan i många fall anses vara traditionella, likaså många av våra byggnader. Vi vill därför visa att det vi gör inom våra varierande ämnesområden, på olika orter, är modernt. Vi har en miljö som är väl anpassad för det arbete vi utför, med otroligt avancerade forskningsfaciliteter och moderna campusområden.

Vi forskar på exempelvis djurvälstånd, markvetenskap och resistenta grödor. Om vi enbart visar glada betande kor, lera och vajande vetefält visar vi bara den traditionella bilden och bekräftar i många fall den oinvidde betraktarens fördomar om verksamheten vid SLU. Vi måste visa på våra vetenskapliga insatser, mätningar och analyser. Vi måste visa på att det vi gör är modernt.

Vi kan fortfarande visa våra anrika byggnader som bidrar till en välkomnande miljö för personal och studenter om vi bara balanserar upp dem genom att också visa modern utrustning, nya hus och engagerad personal och studenter.



Sveriges lantbruksuniversitet
Swedish University of Agricultural Sciences

Kommunikationsavdelningen

BESLUT

SLU ID: SLU.ua.2019.1.1.1-2618

2019-06-17

Sändlista

Beslut om bild- och videopolicy för SLU

Bakgrund

Som komplement till SLU:s varumärkesmanual (rektorsbeslut SLU.ua.2019.1.1.1-1874) behövs en utvecklad bild- och videopolicy för att ge ett konkret stöd i kommunikationsarbetet vid SLU.

Beslut

Kommunikationschefen beslutar
att anta *Bild- och videopolicy för SLU* enligt bilaga

Sara Arons

Jenny Svernås-Gillner

Sändlista

Kommunikationsavdelningen
Kommunikatörsnätverket