

Del 1: innholdsstrategi (oppdatert 20.02.23)

Formål

Bygge omdømme for teknologiutdanning

Ha en kanal hvor vi kan dele nyheter og glimt fra livet ved NTNU med studenter, ansatte, alumner, potensielle ansatte og samarbeidspartnere som måtte være interesserte.

Innhold

- Kanalen skal ikke brukes til personlige, ikke-faglige meningsytringer
- Forskningsformidling
 - Forskningshistorier og –resultater (bilde/video/kort tekst)
 - Glimt fra lab-aktivitet (bilde/video)
 - Dele nyheter fra andre medier - inkludert blogg
 - Kunnskapsformidling som **bidrag til samfunnsdebatt** og opplysning (avklaringer må på plass for IE sin del)
- Kulturbygging
 - Gi glimt av hva som rører seg på NTNU og dermed gi et lite, uformelt bilde av hvordan det er å jobbe/studere ved NTNU (Bilder/video fra arrangementer, lab- aktiviteter m.m.)
 - Gjelder for både eksisterende og potensielle studenter og ansatte
 - Glimt fra studie-/studentaktiviteter
 - Fagområdets egenart (embrace the geekyness)
 - Suksesshistorie (priser, kåringer etc.)
 - "Feire" merkedager som 8. mars, jul, påske, Valentines. Prøv å knytte disse til NTNUs aktiviteter
- Annet
 - Knytte forskning/utdanning til aktuelle saker i nyhetsbildet f.eks jordskjelv, flom, gasskrise etc.
 - Knytte forskning/utdanning til saker i nyhetsbildet f.kes
 - Underholdning/humor ("fredagssaker")
 - Arrangement (opprette event, evt også med NTNU som medarrangør)
 - Vurderingen av å legge ut "kontroversielle" saker må avgjøres av det fakultet saken tilhører

Målgrupper

- Nåværende og tidligere studenter og ansatte
- De som er interesserte i fagområdene
- Politikere og beslutningstakere. Departement/direktorat
- Andre forskere, relevant industri
- Andre, eks journalister, samarbeidspartnere, fremtidige studenter og ansatte

Språk/tone

Norsk (og på begge språk hvis mulig) Lettfattelig. Mottakerorientert. Aktivt språk. Vise stemninger, følelser, innsjekk er ok. NB! Nynorsk, mål om å oppnå 25%

Ansvar

Redaksjonsgruppa har admintilgang. Den som publiserer en sak har ansvar for å vurdere saken opp mot strategien og planleggingsverktøyet Trello. Den som legger ut et innlegg følger opp kommentarfeltet (har ansvar for det). Midlertidig admintilgang ved store arrangementer.

Betalte innlegg: Det enkelte fakultet tar ansvar for dette)

Publiseringsfrekvens

20-40 per måned

Del 2: Retningslinjer for innlegg på NTNU Teknologi og naturvitenskap

- Aktivt språk, ikke passivt: Ikke start innlegget slik «Marit Uthus, førsteamanuensis ved Institutt for lærerutdanning, er intervjuet». Start slik «Politikerne innser ikke at måten de styrer skolen på kan skade elevene, mener forsker».
- Innlegg skal alltid ha bilde eller video. Vi deler ikke innlegg med bare tekst.
- Gjør det appellerende: Det er ok å bytte ut med et bedre bilde
- Ikke for mange innlegg av samme type på rad. Bør variere mellom bilde, video, delesak og andre typer innlegg.
- Pass på NTNUs omdømme

- Å dele et arrangement gir svært få treff. Lag heller en tekst/bilde-sak og tag arrangementet
- Tag personene
- Typiske humorsaker på fredag/helg
- Tips Karina eller andre aktuelle (NTNU neste stopp?) om det kan være aktuelt for dem å bruke/dele innlegget. Send bildene så de kan lage egen sak på det. Åpne gjerne for krysspublisering!

Hvilke innlegg passer ikke

- **Innhold som normalt passer kun for interne:** Vi legger ikke ut innlegg om opprykk, disputaser, bursdager, interne kurs og «hun har blitt pensjonist og vi spiser kake».
- Ikke praktiske beskjeder som passer kun for interne
- Ikke: Bachelorpresentasjoner har skjedd, men: studentene Kari og Marte har funnet ut at fisker kan bli blå om man blåser i en fløyte