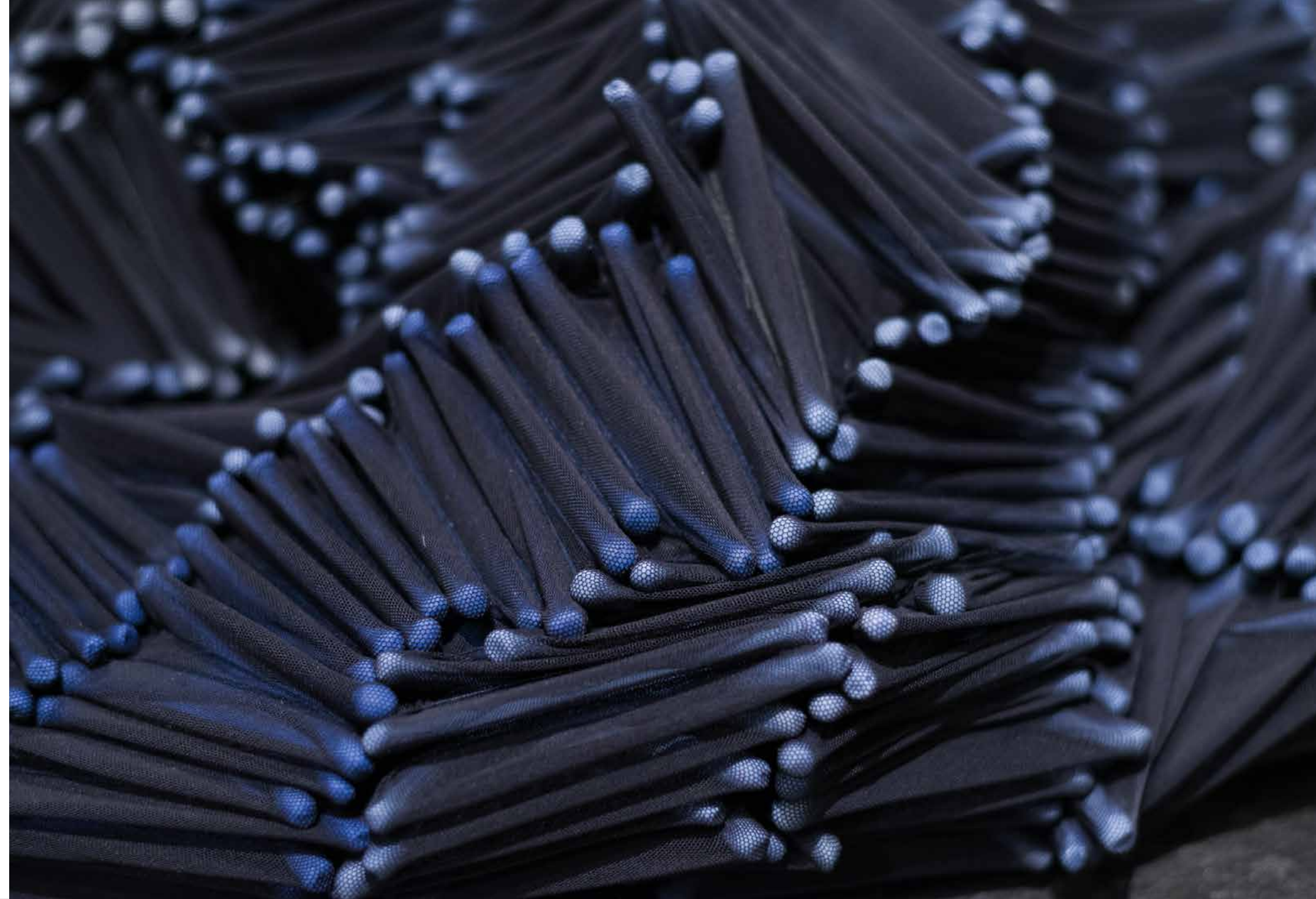


Synlighet 2022



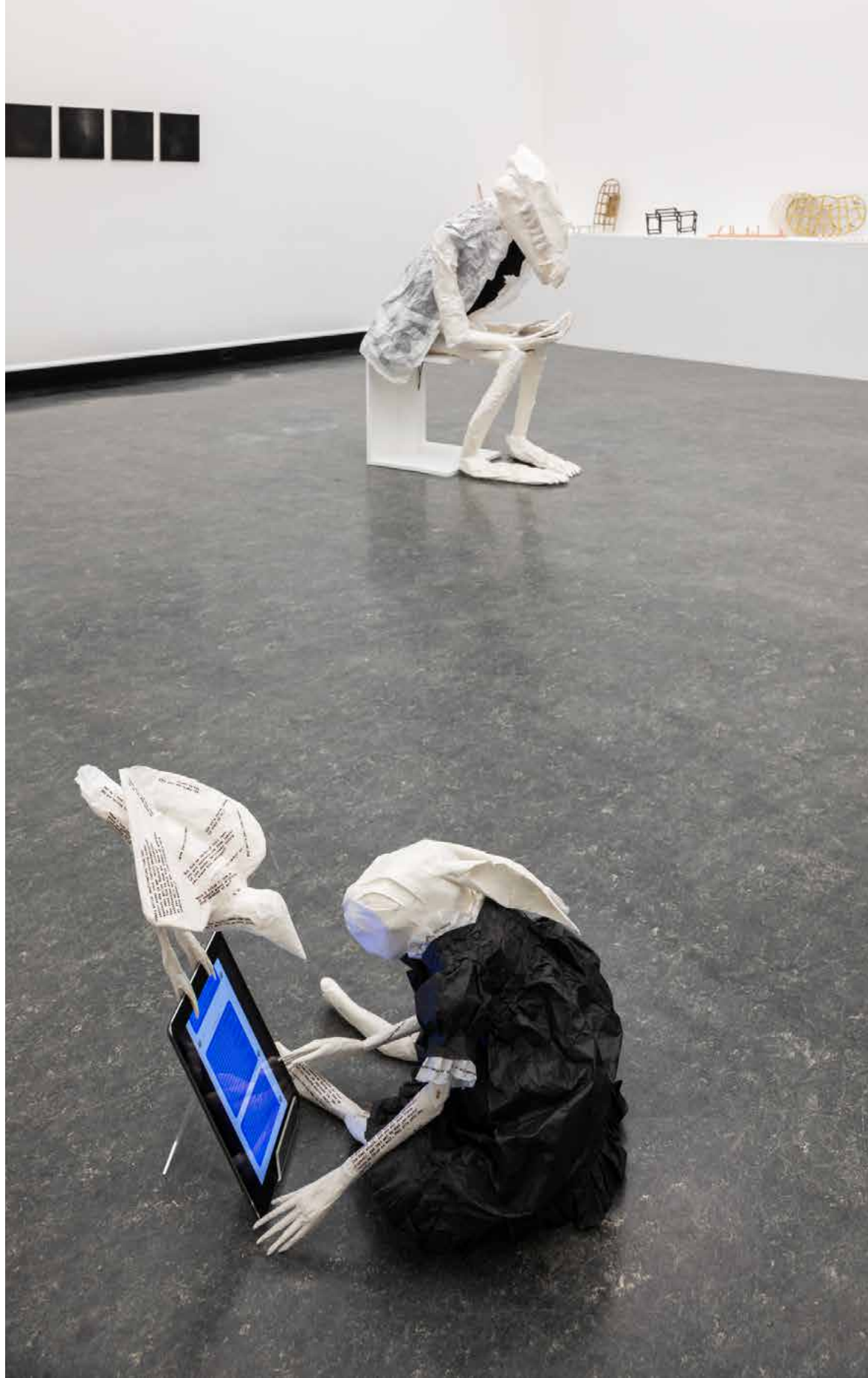
Daniela Bergschneider
Mellom, 2022

Året 2022:
En rapport om KMD sin
synlighet i året som gikk.

KUNSTSKOLEN



University of Bergen
Faculty of Fine Art,
Music and Design



Gruppen for formidling og kommunikasjon

Årsrapporten er utarbeidet av Gruppe for formidling og kommunikasjon (GFK ved KMD) på oppdrag fra Fakultetsstyret, KMD. Målgruppen er hovedsakelig Fakultetsstyret, men rapporten vil også være nyttig for medarbeidere og andre som ønsker informasjon om kommunikasjonsarbeidet som utføres på fakultetet.

GFK har som definerte oppgaver å gi støtte til formidling og kommunikasjon, men skal også i henhold til strategien prioritere hva som skal kommuniseres og formidles. Gruppen utgjør 2,5 årsverk, der 2 årsverk (3 personer) er ansatt ved KMD mens 0,5 årsverk er dedikert fakultetet, men er ansatt ved UiB sin sentrale kommunikasjonsavdeling.

Vi har kompetanse innen: design, foto, kunst, tekst, redaktørarbeid, kommunikasjonsplaner, sosiale medier, innholdsproduksjon, medie- og strategirådgivning, administrasjon, nettsider, engelsk, samt lang erfaring fra instituttene ved KMD og Kommunikasjonsavdelingen sentralt. Gruppen, ved fakultetskontakten, deltar på ukentlige møter i Kommunikasjonsavdelingen, UiB.



Gard Andreas Franzsen

Rådgiver, kommunikasjon og formidling 50%
Instituttkontakt kunst



Anette Andersen

Rådgiver, kommunikasjon og formidling 50%
Instituttkontakt musikk



Karina B. Johansen

Rådgiver, kommunikasjon og formidling 100%
(I permisjon)



Stina Haveland

Konsulent, kommunikasjon og formidling 100%
Instituttkontakt design



Hilde K. Kvalvaag

Rådgiver / fakultetskontakt, Kommunikasjonsavdelingen UiB sentralt, 50%
Kontakt forskning



Fakultet for kunst, musikk og design, UiB



kmdbergen



kmdbergen



kommunikasjon@kmd.uib.no



Innholdsfortegnelse

Fakultetets strategi.....	<u>s. 4</u>	KMDs digitale synlighet i tall.....	<u>s. 12</u>
Strategisk kommunikasjon som beveger.....	<u>s. 5</u>	Sosiale medier i tall.....	<u>s. 14</u>
Engasjerte studenter som medspillere	<u>s. 7</u>	Synlighet på andre flater.....	<u>s. 15</u>
Rekruttering.....	<u>s. 8</u>	Asluttende refleksjoner.....	<u>s. 16</u>
Forskningsprosjekter og ph.d.-løpet.....	<u>s. 9</u>	Eksempler på mediedekning i 2022.....	<u>s. 17</u>
Fakultet- og instituttidentitet.....	<u>s. 10</u>	Noen av våre samarbeidspartnere i 2022.....	<u>s. 18</u>
Innsalg og gjennomslag i media.....	<u>s. 11</u>		

Fakultetets strategi

Hovedfokus i rapporten er synlighet og oppfølging av fakultets strategi. Det kommer som kjent en ny strategi fra 2023, både for KMD og UiB, men gruppen har forholdt seg til den nåværende strategien og rapporten tar utgangspunkt i følgende punkter:

- Formidle den faglige virksomheten i hele sin bredde gjennom konserter, utstillinger, visninger, prosjekter og publikasjoner
- Formidle innsikt i faglige prosesser og resultater
- Være en aktiv medspiller i den internasjonalt orienterte kulturbyen Bergen
- Stimulere studenter og ansatte til å delta aktivt i offentlig debatt
- Utvikle langsiktig samarbeid med relevante aktører i kultur-, næringsliv og offentlig sektor
- Utvikle digitale formidlingsplattformer tilpasset virksomheten
- Engasjere motiverte alumni som formidlere og ambassadører for KMD (Fra KMDs strategiplan 2018-2022)





Strategisk kommunikasjon som beveger

Kampen for nytt Griegakademi har vært sentral i siste halvdel av 2022. Griegakademi-bygget kan sees på som et prisme som viser verdien av godt kommunikasjonsarbeid, og hvordan dette kan påvirke politiske prosesser. I samspill mellom institutt, fakultet og UiB sentralt, ved Kommunikasjonsavdeling og rektorat, samt en rekke eksterne fagmiljøer og alumner har det blitt tydelig hvor uvurderlige våre fagområder er. Når alle drar sammen mot et felles mål har også kommet til syne hvor slagkraftig kommunikasjon kan være.

Kampen for et nytt Griegakademi har etter gruppens vurdering styrket posisjonen og omdømmet til musikkutdanningene og indirekte løftet kunst og design, og dermed fakultetet som helhet. Flere har gjennom media også pekt på fakultetets fremtid som nyskapende og tverrfaglig.

Gjennom 2022 har formidling av den faglige virksomheten ved alle tre fagområder bygget videre på KMDs identitet, og har synliggjort verdier. Videre har kommunikasjonen hatt som premisse å videreutvikle fakultetets omdømme. GFK har som mål å formidle bredden av konserter, utstillinger, visninger, prosjekter og publikasjoner. Institutt for design har i 2022 f.eks. hatt sin første utstilling siden 2019, mens masterutstillingen i kunst ble gjennomført som normalt. Masterutstillingen i kunst fikk bred omtale, mens

Avsnitt fortsetter →



Masterutstillingen 2022 åpnet like før helgen og viser arbeider av studenter fra til sammen elleve land. FOTO: ØRJAN DEISZ

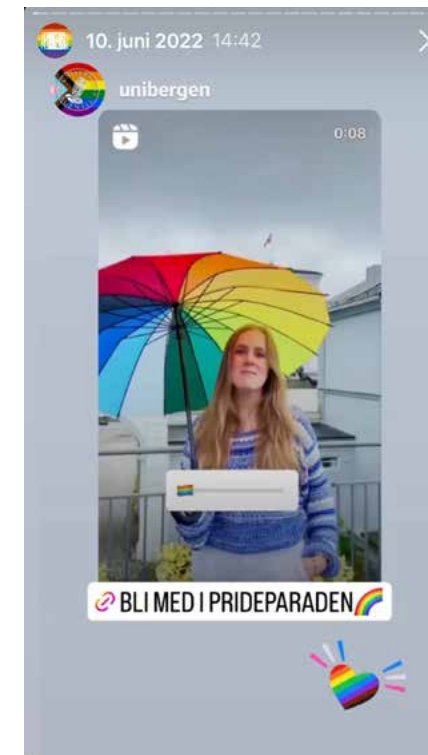


Avsnitt fortsetter →

masterutstillingen i design ikke fikk samme dekning, noe som delvis skyldes mindre medieinteresse, men også at utstillingen kom nokså seint i juni. Neste år vil vi tilstrebe mer effektiv kommunikasjon for masterutstillingen i design. I henhold til masterkonsertene på GA er det en ambisjon om å trappe opp kommunikasjonsarbeidet og blant annet lage en felles brosjyre, slik det ble gjort i 2019, før korona, med program og presentasjon av de avsluttende masterstudentene i utøvende musikk/komposisjon

I formidlingen av KMDs aktivitet ligger det en klar målsetning bak om å synliggjøre KMD som en toneangivende, internasjonal og profesjonell aktør, og som en viktig arena for deling av kunnskap, erfaringer og opplevelser. GFK sikrer at omtale og presentasjon av KMD skjer på profesjonelt vis, med faglig innsikt, i relevante kanaler.

For KMD som fakultet er det en integrert del av utdanning og faglig aktivitet å ta et aktivt ansvar i arbeidet mot diskriminering og ekskludering. GFK jobber ut fra et bevisst forhold til hvilke saker, bilder og sammenhenger som fremmes. Av eksempler på strategisk synliggjøring av mangfold vil vi nevne saker knyttet til arbeidet med "vasking" av språket på jazz, Instagram-post med kvinner som er komponister på 8.mars, portrettintervju med Signe Bakke, første kvinne ved Universitetet i Bergen som professor i piano, og som også ble tildelt Spelemannsprisen for 2021. Vi produserte videointervju med æresdoktor Britta Marakatt-Labba, samt løftet frem tverrfaglige prosjekter som Jill Halsteads Music4Change, knyttet til FNs bærekraftsmål.



"Da tid-Nu tid":
Foredrag med
billedkunstneren
Britta Marakatt-
Labba



Kim André Fladen er 24 år og tar en mastergrad i design og visuell kommunikasjon ved fakultet for kunst, musikk og design på Universitetet i Bergen.



Engasjerte studenter som medspillere

I 2022 har GFK hatt som et av sine primære mål å vise frem ekte studentliv og det som skjer «behind the scenes». GFK har fokusert mer på å vise fram aktiviteter på verksted- og øvingsrom, samt studentmiljøet gjennom våre egne poster, særlig på Instagram.

Det største løftet som har blitt gjort er å ansette sju studentambassadører fra henholdsvis kunst, musikk og design. Studentambassadørene spiller mangfoldet i studentmassen med hensyn til kjønn, alder og ulike nasjonaliteter. De har laget innhold til sosiale medier, først og fremst Instagram og Tiktok og erfaringen er at dette er innhold som er etterspurt. «Vi lager innhold som vi skulle ønske fantes når vi undersøkte KMD som mulig studiested», sier studentene. I tillegg har det vært jobbet målrettet med å aktivere studentmassen gjennom å aktivt bruke hashtags og stories, og oppfordre studenter til å tagge KMD i sine innlegg.

Gjennom tett kontakt med Kommunikasjonsavdelingen (KA) sentralt har også UiBs sosiale medier-kontoer postet mer innhold fra KMD. Dette er innhold som KA etterspør og anser som aktuelt og spennende.

Rekruttering

Overordnet er det Gruppen for støtte til utdanning som har ansvar for rekruttering ved KMD. Men kommunikasjonsgruppen gjennomfører hvert år faste oppgaver knyttet til opptak og søknadsfrister, som består av:

- Annonsering i tidsskrift (papir eller digitalt), etter avtale med instituttene.
- Annonsering og sponsede innlegg på Facebook og Instagram.
- Publisering av nyhetssak om aktuelle søknadsfrister på nettsidene våre.
- Generell økt aktivitet på nett og sosiale medier knyttet til de studieprogrammene som har søknadsfrist.

Vi målretter sponsingen på de ulike innleggene og velger målgruppe ut fra ulike kriterier som alder, interesser, geografi mm. Dette medfører blant annet at mange ansatte ved KMD som oftest ikke vil få dette innholdet opp i sin feed på sosiale medier, da de ikke er del av våre målgrupper.

Etter at søknadsfristene er tilbakelagt opprettholder vi aktiviteter rettet mot potensielle studenter. Vi tenker at rekrutteringsprosessen ikke er ferdig før søker har takket ja til tilbud om studieplass og møtt opp til første studiedag ved semesterstarten i august.

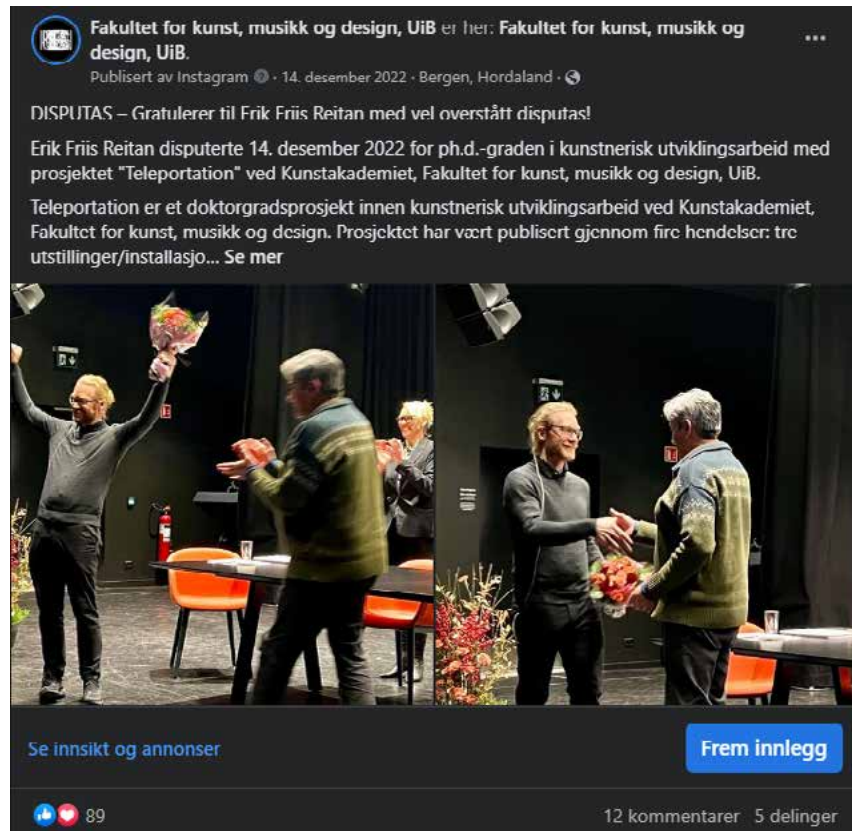


09/08 - 2022

Velkommen til studiestart 2022

Studieåret ved KMD startet mandag 15. august 2022 med en rekke møter og arrangementer hele uken.

Forskningsprosjekter og ph.d.-løpet



13/10 - 2022

Får tolv millioner fra NFR
for å forske på
musikkterapi med
prematurre

De siste to årene har det blitt gjort flere grep for å komme tidligere inn med rådgiving knyttet til kommunikasjonsdelen av forskningsprosjekter ved KMD. GFK har fått tettere kontakt med Gruppe for forskningsadministrasjon, og har blant annet gitt tilbakemelding på søknadstekster og gitt råd med hensyn til å lage kommunikasjonsplaner som oppfyller intensjoner og mål. Gruppen har utnevnt en kontaktperson inn mot forskningsgruppen, som i samarbeid med Kommunikasjonsavdelingen sentralt vil bidra til kompetanseheving på feltet.

For 2023 er det en ambisjon å være tidligere involvert i søknader, fordi det kan være vanskelig å komme med konstruktive bidrag tett på søknadsfrist. Når gruppen kobles på tidlig, kan vi være parate til å formidle prosjektene så snart eventuelt tilslag kommer. Når det gjelder doktorgradsdisputaser har det vært jobbet med rutinene i forhold til kommunikasjon underveis i ph.d.-løpet. Det har vært fem disputaser i 2022, og samarbeidet med ph.d.-rådgiver og produsent har blitt markant forbedret, men her er det fremdeles rom for tettere og bedre kommunikasjon.

Fakultet- og instituttidentitet



Nora Martine Hjellev Strand
Elfrid og jeg, 2022

Siden KMD ble etablert som et eget fakultet under UiB i 2017 har GFK jobbet for å fremme KMD-identiteten. Det har tatt tid å innarbeide akronymet KMD, gjøre det kjent og knytte det til en sterk faglig identitet. Gruppen har fokusert på det som er felles mellom fagområdene, med sterk vekt på det skapende og utøvende aspektet ved forskning og utdanning.

Gruppens vurdering er at tiden er moden for å styrke instituttens egen identitet. I 2022 har hvert institutt blitt tildelt en kontaktperson fra GFK, slik at instituttens behov og ønsker knyttet til kommunikasjon i større grad kan imøtekommes og drøftes. Dette grepet gjør det enklere for instituttene å vite hvem de skal kontakte, og sørger for en tydeligere stemme inn i kommunikasjonsarbeidet ved KMD. Vi har initiert faste møter med instituttledelsen nettopp for å sikre en kontinuerlig og gjensidig utveksling og drøfting av prioriteringer.

Opprettelsen av instituttkontakter har gitt oss et bedre innblikk i hvilke utfordringer de ulike fagområdene har, noe som har resultert i en mer skreddersydd tilnærming til vår del av rekrutteringsarbeidet. Et konkret eksempel er at vi planlegger å gjennomføre fokusintervjuer for å kartlegge hvordan rekruttering til master i design kan styrkes.

Det har også vært gjort andre grep for å komme tettere på forskningsmiljøene til de tre instituttene, blant annet har GFK invitert til «Åpen dør», på Griegakademiet og i Møllendalsveien 61. Særlig på Griegakademiet var det mange faglig ansatte som kom innom for å diskutere kommunikasjonsbehov og utfordringer. Dette resulterte blant annet i nettsaker og innslag i NRK Vestland.

Tettere kontakt med fagmiljøene og jevnlig «Åpen dør»-møter er noe vi vil fortsette med i 2023.

Bergens fremste musikkutdanning spiller inn plater fra et bøttekott

Mens studenter og ansatte venter på eget bygg til Griegakademiet, spiller de fortsatt inn plater på et kott.



Tekniker Davide Bertolini og produsent Thomas T. Dahl gjør seg klare for innspilling fra et bøttekott.

Subjekt

Helt sentral

Du kjenner kanskje ikke kunsten til Nina Malterud, men det gjør kongen. Nå slås hun til Ridder



Hun har kjempet for å bevare musikken til sin avdøde kjæreste. Nå blir hun hedret.

– Han betydde veldig mye for meg, sier pianist Signe Bakke.



I helgen mottok Signe Bakke Spellemannprisen for platen «Soccorsi», der hun spiller utgitt musikk av Morten Eide Pedersen.

Innsalg og gjennomslag i media

KMD har i 2022 hatt en betydelig tilstedeværelse i norske medier, ikke minst har kampen for et nytt Griegakademi satt oss på medienes agenda, og kjente profiler som Leif Ove Andsnes og Lise Davidsen har stilt opp i mediene og talt Griegakademiets sak. Vi vil også nevne innsalg til Bergens Tidende av innspilling av nytt jazz-album i «et bøttekott» på Griegakademiet. Dette mener vi er en måte å nå ut til «folk flest» med fortellingen om at Griegakademiet ikke er en institusjon for en elite, men består av særs sterke fagfolk med lidenskap for musikk. Et av målene med å fortelle slike historier er å vise Bergens befolkning hvor elendige kår musikkutdanningen i Bergen har, og bidra til økt engasjement. Dette målet føler vi er oppfylt, og at det generelt er stor og økt interesse for faglig aktivitet på Griegakademiet etter høstens mediestorm rundt nybygg.

Vi har også fått fine oppslag i Bergens Tidende om Signe Bakke, Nina Malterud og f.eks. svært god omtale av masterutstillingen i kunst. Det har vært saker på noen av prosjektene fra design, som båtrace på Store Lungegårdsvann, samt NRK-innslag om Hilde Kramers forskningsprosjekt. Videre har det vært saker i På Høyden og i Khrono, samt Studvest. GFK har jobbet aktivt med medieinnsalg og det oppleves som om at mediene er interesserte i saker og vinklinger fra KMD. GFK mener at det er hensiktsmessig å evaluere sakene som har bidratt til god omdømmebygging. Det er også viktig å se på sakene som er utfordrende, for å stå best mulig rustet i møte med eksterne og kritiske medier.

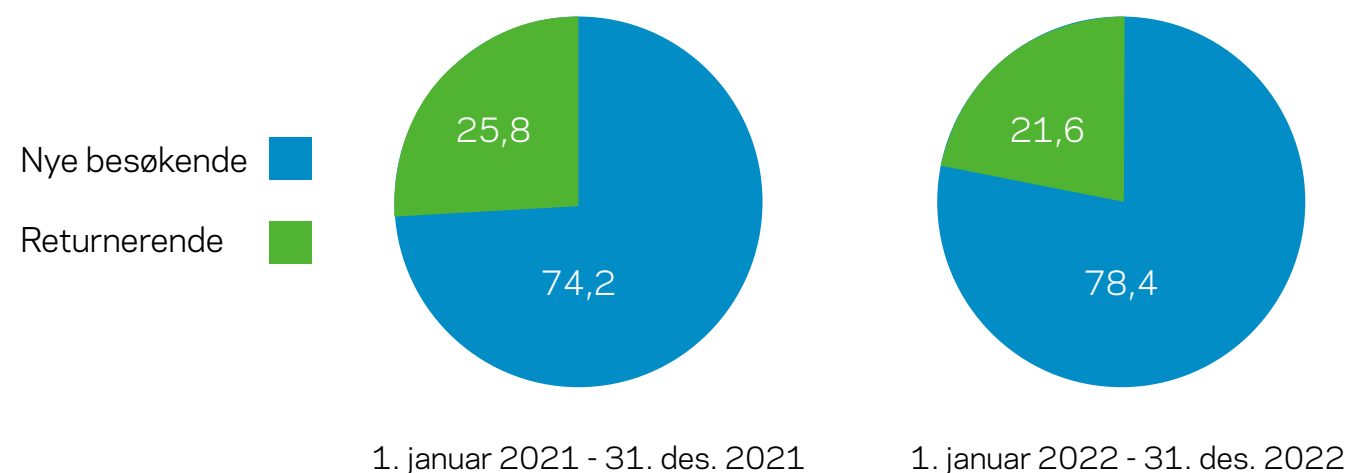
Noen utvalgte medieoppslag listes opp i slutten av dokumentet.

Fig. 1)

Utvikling av unike brukere (se detaljer i diagram nederst 2021 vs 2022):

2018: 75.241 2019: 73.090 2020: 58.200 2021: 106.787 2022: 139.026

KMDs digitale synlighet i tall





Fakultetets egne nettsider er idag stedet hvor hvor de fleste som oppsøker informasjon om fakultetet eller dets institutter kommer til. Det har siden fakultetets opprettelse vært økende interesse for KMDs digitale tilstedeværelse, på tross av en midlertidig nedgang under pandemien.

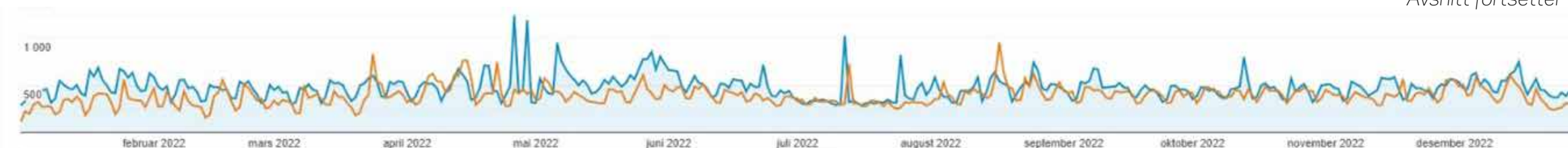
Ca 7,5 % av alle økter på sidene kommer via sosiale medier (95 % av disse er fra Facebook og 4 % fra Instagram). Sammenlignet med 2021 gikk det totale antall sidebesøk opp med 30 % i 2022 (se Fig.1). Satt opp mot årene før pandemien, nærmer det seg en fordobling av sidebesøk (2018 og 2019). Generelt kan man si at det har vært en økning av digital bruk i samfunnet de siste årene. Sannsynligvis henger det også sammen med en sterk tilstedeværelse i media og sosiale medier generelt, og det siste året da særlig knyttet til Griegakademiet. Ser man nærmere etter har antallet visninger av GAs side steget med nesten 9%.

Økter	Brukere	Sidevisninger	Sider pr. økt	Gj.snittlig øktvarighet	% nye økter
23,57 %	30,19 %	14,09 %	-7,67 %	-17,81 %	5,68 %
175 883 vs. 142 339	139 026 vs. 106 787	314 936 vs. 276 048	1,79 vs. 1,94	00:01:09 vs. 00:01:24	78,34 % vs. 74,13 %

Det har ellers vært en markant økning av visninger av KMDs studieprogrammer som tilbyr engelsk undervisning (2021 vs 2022), altså masterprogrammene, antagelig knyttet med gjenåpningen av grensene. Økt aktivitet i form av utstillinger, seminar, konserter m.m. etter gjenåpningen fra Covid-19 restriksjoner ga generelt økt nettaktivitet (se Fig.1, særlig første halvår 2021 vs. 22). Det er altså en forholdsvis positiv utvikling knyttet til nettsidenes statistikk, men bruken her er forbundet med hva som skjer ellers i samfunnet.

Avsnitt fortsetter →

1. jan. 2022 - 31. des. 2022 
 1. jan. 2021 - 31. des. 2021 



Avsnitt fortsetter →

Hver enkelt bruker er i 2022 mindre engasjert ved at de i snitt besøker færre sider, gjennomsnittlig sidebruk er faktisk nede på 1,79. Mange brukere går videre for å søke opptak www.uib.no, og det er vel og bra – det betyr at de finner frem.

53% av sidebesøkene er ikke direkte, dvs at de kommer til siden via henvisninger (*lenker*), organiske søk (*google*) eller Sosiale medier. Dette i kombinasjon med lavt gjennomsnittlig sidebruk, gjør at vi vet at mange av brukerne enten er svært målrettede eller relativt uinteresserte. Uansett betyr det at få bruker nettsiden til å navigere, brukerne går inn rett til den spesifikke siden de vil og forlater nettsiden så raskt de har fått informasjonen de er ute etter. Denne brukeradferden gjør det vanskelig å treffe brukeren med informasjon/innhold utover det de selv spesifikt søker.

Skal man nå brukeren må man heller gå der hen befinner seg. En nettsak om Nina Malterud i 2022 kan brukes til eksempel (se Fig. 2.): saken ble lagt ut på forsiden til kmd.uib.no og Facebook. Mer enn 90% av besøkene på nettsiden kom fra Facebook. I mindre profilerte saker hvor man kan anta at færre er interesserte er man bedre tjent med å poste rett på SoMe, særlig der eksterne, eksisterende nettsaker kan lenkes til. Denne utviklingen er i tråd med eksterne vurderinger som gjøres bl.a. hos Kommunikasjonsavdelingen sentralt, og analyser som dette underbygger prioriteringer GFK gjør med henblikk på en mest mulig effektiv kommunikasjonsformidling.



24/08 - 2022

Nina Malterud utnevnes til Ridder 1. klasse av Den Kongelige Norske St. Olavs Orden

Nina Malterud (f.1951), kunstner og tidligere rektor ved Kunst- og designhøgskolen i Bergen (nå Fakultet for kunst, musikk og design ved UIB), har av H.M. Kongen blitt utnevnt til Ridder av 1. klasse av Den Kongelige Norske St. Olavs Orden.

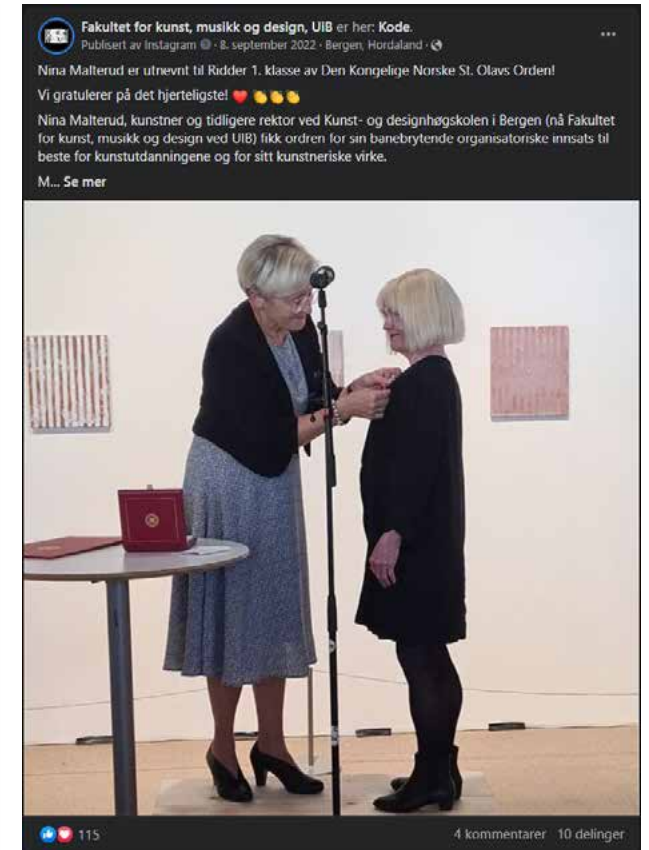


Fig. 2)

Økter via sosial anbefaling (lenke) vs. totalt antall økter på nettsiden. Over 90% av øktene kom via Facebook.



Fig. 3)



Side- og profilbesøk Facebook
8 573 ↑55,1 %



Side- og profilbesøk Instagram
15 876 ↑38,5 %



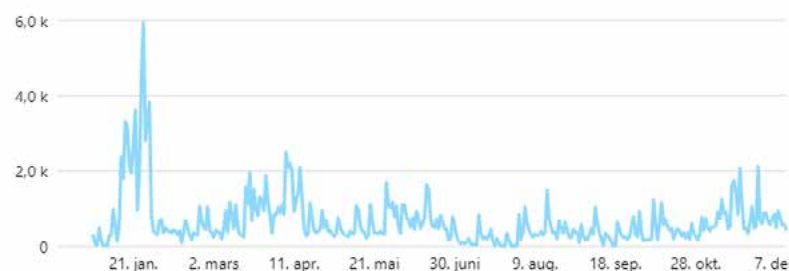
Fig. 4)



Rekkevidde Facebook
193 427 ↓2,3 %



Rekkevidde Instagram
54 534 ↓20,8 %



Sosiale medier

I 2022 har vi sett en stor økning i side - og profilbesøk både på KMDs Facebook-side og Instagram, sammenlignet med 2021 (se Fig. 3.), samtidig som vi har hatt en nedgang på rekkevidden (se Fig. 4.). Disse tallene kan virke motstridene og det kan være uklart hva som egentlig menes. Sidevisninger henviser til antall ganger KMDs profil er sett av andre, enten de var pålogget eller ikke, mens rekkevidden viser til personer som har blitt vist innlegg fra siden vår. Dette siste tallet er alltid er anslag fra Facebooks side.

Dersom man ønsker å bygge merkevare og renomme på lengre sikt er det viktig å ha fokus på visninger, men om man ønsker å utvide publikummet sitt bør man ha som mål å øke rekkevidden. De aller fleste av våre innlegg baserer seg på organisk rekkevidde, og muligens bør vi vurderer å sponse flere innlegg fremover for å styrke rekkevidden vår?

Kanaler	Facebook	Instagram
Innlegg	171	117
Kalenderoppslag	114	n/a
Følgere/abonnenter	6 603 følgere	4 427
Økning siste år	375 følgere	677 følgere
Rekkevidde / Publikum inkl. sponsede innlegg	196 754 personer	54 534 kontoer nådd
Engasjement (Reaksjoner, kommentarer og delinger)	9 229	2 900 de siste 90 dager

*tik tok er etablert og fortsatt under utvikling

Synlighet på andre flater

Uib.no

KMD har tilstedeværelse også på UiBs nettsider, og all studie- og ansattrelatert informasjon publiseres her. I tillegg finner man forskergruppers tverrfaglige samarbeid her. I 2022 valgte Polyfon og GAMUT å lage helt nye hovedsider og legge disse på uib.no. Tidligere har de hatt et eksternt område utenfor både UiBs og KMDs nettsider. Slike valg knytter KMDs fagområder sammen med det øvrige UiB.

Nyhets- og kalendersaker

I år har gruppen opprettet og publisert 116 nyhets- og kalender-saker. Dette er tilsvarende omfang som i 2021 (115 saker). Av disse var 91 saker kalenderoppdrag, og de resterende 25 var nyhetssaker. De av sakene som kan knyttes til instituttene fordelte seg på følgende måte:

Kunstakademiet: 28 kalenderoppdrag og 5 nyhetssaker

Griegakademiet: 38 kalenderoppdrag og 9 nyhetssaker

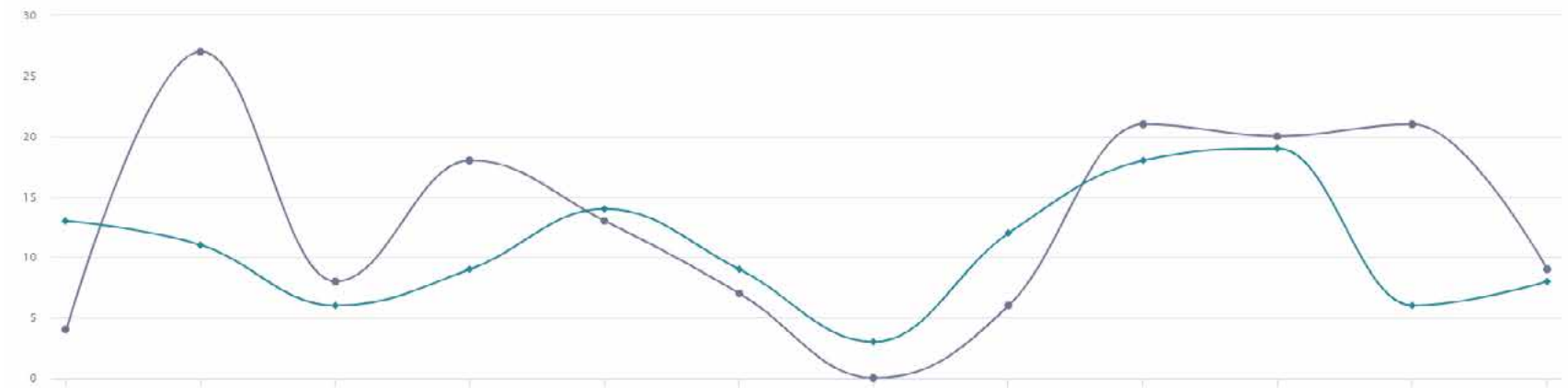
Institutt for design: 7 kalenderoppdrag og 7 nyhetssaker

Opprinnelig ble kalenderen på KMD-nettsiden koblet sammen med UiBs nettkalender, slik at samtlige kalenderoppdrag automatisk også ble publisert på UiB.no. Denne funksjonen har ikke fungert i 2022, og det er dessverre ikke vært en prioritering fra UiB sentralt å finne en løsning på dette. Det er full utviklerstopp på uib.no.

Nyhetsbrevet KMD-Aktuelt

Gruppen utarbeider nyhetsbrev i samarbeid med ledelsen. I 2022 sendte vi ut 8 interne og 2 eksterne nyhetsbrev.

Fig. 5)



Søkefrase: *Fakultet for kunst, musikk og design*

1. jan. 2022 - 31. des. 2022	154 articles	119	35	0
1. jan. 2021 - 31. des. 2021	128 articles	92	36	0

Retriever

KMD abonnerer på medieovervåkning fra Retriever, og mottar daglige e-postvarsler med viktige nyheter med tilgang til artikkelinnhold i fulltekst. Tabellen over (Fig. 5) viser alle treff på søkeordene *Fakultet for kunst, musikk og design* i Norge i 2022. Som man kan lese av figuren har det vært en liten økning i treff fra 2021.

Man kan også søke på institutter og forkortelser som KMD, og få opp flere/andre treff. Slike søk gir varierende treffsikkerhet da søk på ord som *Kunst-akademiet* og *Institutt for design* også gir treff på andre utdanningsinstitusjoner.

Infoskjermer

Infoskjermerne på KMD er hyppig i bruk, men det er ikke mulig å hente ut tallmateriale. Det er tre skjermer i Møllendalsveien og en på Griegakademiet. Det kommer mange henvendelser fra både ansatte og studenter om å få lagt ut informasjon om konserter, utstillinger, forelesninger, studier og frister for søknader og registrering. UiB sentralt legger også ut innhold på skjermene.

Avsluttende refleksjoner

En viktig målsetning i fakultetets strategi er å skape bevegelse i omverdenen, blant annet gjennom formidling av bredden i KMDs faglige virksomhet. Et viktig grep for å styrke vår formidling av konserter, utstillinger, visninger, prosjekter og publikasjoner er å øke kunnskapen om våre eksisterende og potensielle målgrupper. Publikumstiltak er et viktig verktøy for å skape økt deltagelse og stimulerer til et demokratisk og inkluderende kulturliv.

Det er fort gjort å tenke at når nybygget og samlokaliseringen er på plass, vil vi stå sterkere som en institusjon som formidler kultur. Men det er viktig at vi allerede nå gjennomfører aktive tiltak som bidrar til å åpne KMD opp og invitere inn et bredere publikum. Det er fortsatt stort potensial knyttet til de ulike aktivitetene på våre campuser. Blant annet er utstillingslokalet ROM61 fortsatt under utvikling, og det er formålstjenlig å styrke kommunikasjonsarbeidet og utadrettet aktivitet for å bygge opp en interesse for KMD som en publikumsarena.

KMD har nylig trukket seg ut av *Åpen Dag*, et årlig fellesarrangement for alle utdanningsinstitusjonene i Bergen i regi av Utdanning I Bergen. Denne beslutningen åpner opp for gylden mulighet til skape et nytt og spennende møtested mellom for våre fagmiljø, studenter, potensielle studenter og aktuelle samarbeidspartnere, i utformingen av en egen *Åpen dag* med innhold som er skreddersydd våre søkeres interesser og behov.

Innføring av studieavgift for studenter som tar en grad i Norge og som kommer fra land utenfor EØS og Sveits vil få store konsekvenser for vår rekruttering. Flere av studieprogrammene ved KMD har over tid hatt mange studenter som er fra land utenfor disse områdene.



Håvard Kranstad
Smørbukk, 2022

Eksempler på mediedekning i 2022

Hilde Kramer, NRK radio <https://radio.nrk.no/serie/studio-2-p2/MKAK02000723> 13 minutter inn i programmet

Masterutstilling Kunst <https://www.bt.no/kultur/i/bGv52d/bergen-er-i-ei-saerstilling>

Nina Malterud <https://www.bt.no/kultur/i/dnWk01/femti-aar-med-keramikk>

Ukrainakonserten: <https://tv.nrk.no/se?v=D-KHO98032822&t=402s>

[Arrangerte støttekonsert til inntekt for Ukraina \(pahoyden.no\)](https://www.pahoyden.no)

Musikkterapi: <https://tv.nrk.no/se?v=D-KHO98110722&t=564s>

Flyt Båtrace: <https://www.ba.no/a-nei-na-havner-vi-i-sjoen/s/5-8-1989147>

Griegakademiet: <https://www.bt.no/kultur/i/EQI-wgo/bergens-fremste-musikkutdanning-spiller-inn-plater-fra-et-boettekott>

Griegakademiet: <https://khrono.no/rasar-motkutt-statsraden-ringde-reaktor-og-avlyste-nybygg-i-bergen/728708>

Kunstakademiet: <https://khrono.no/fleire-far-ikkje-godkjent-doktorgrad-ved-kunsthøgskolen-utfordringar-vi-ma-ta-veldig-avgjort/696278>

Masterutstilling: [Ein vellukka piknik i Bergen Kunsthall | STUDVEST](https://www.studvest.no)

Støttekonsert: [Arrangerte støttekonsert til inntekt for Ukraina \(pahoyden.no\)](https://www.pahoyden.no)

Alumni: [Under huden - Kunstkritikk](https://www.kunstkritikk.no)

Design: [Arbeidsliv, Ålgård | Klesindustrien er en klimaversting. Nå vil en 24-åring fra Ålgård utfordre bransjen \(gbnett.no\)](https://www.gbnnett.no)

Hilde Kramer med samarbeidspartnere: [Klima og miljø, Kunst | Workshop i ekstraordinært landskap inspirerte kunstnere \(hardanger-folkeblad.no\)](https://www.hardanger-folkeblad.no)

Britta Marakatt-Labba : [UiB utnevner åtte nye æresdoktorer - Extraavisen](https://www.extraavisen.no)

Design: [Pandemisenteret og KMD samarbeider om nyskapende designutstilling | Pandemisenteret | UiB](https://www.ui-b.no)

Magnhild Øen Nordah Kunstnerisk resultat: [Doktorgradskunst i Oseana - Midsiden](https://www.midsiden.no)

Design: [Lysfestivalen opna: - Magisk \(vestnytt.no\)](https://www.vestnytt.no)

Bergen Assembly og Professoren: [Jakten på Heptaederet \(kunstavisen.no\)](https://www.kunstavisen.no)

Griegakademiet: [Dette er sakene Lysbakken vil kjempe for i budsjettforhandlinger med regjeringen \(bt.no\)](https://www.bt.no)

Alumni: [To designere til Anorak — Kreativt Forum](https://www.kreativforum.no)

Anmeldelse av jazzeksamener GA: <https://www.ballade.no/utdanning-grunnopplaering/nattjazz-2022-kropp-puls-pust-griegakademiets-eksamenskonsserter-var-en-herlig-demonstrasjon-av-bassens-mange-uttrykk>

Hilde Kramer: [https://periskop.no/visuelt-mangfold-i-litteraturen-handler-om-oyet-som-ser/](https://www.periskop.no/visuelt-mangfold-i-litteraturen-handler-om-oyet-som-ser/)

Nina Malterud: <https://www.kodebergen.no/hva-skjer/utstillinger/materielle-pastander>

Pris til student Kunstakademiet: <https://norskekunsthåndverkere.no/aktuelt/nks-studentpris-i-bergen-2022-gar-til-trude-berg>

Anmeldelse MA utstilling: https://artterritory.com/en/visual_arts/reviews/26143-picnic_in_bergen

Klassikerprisen til Ashley på design: <https://www.grafill.no/visuelt/nyheter/klassikerprisen-til-ashley-booth>

Anmeldelse MA utstillingen kunst: <https://kunstkritikk.no/omsorgsokonomien/>

Spellemannsprisen Signe Bakke: [Signe Bakke fekk Spellemann for arbeidet med Morten Eide Pedersen på Grieg-akademiet sin Soccorsi - NRK Vestland](https://www.nrk.no)

Noen av våre samarbeidspartnere i 2022



Cornerteateret
Fjell Light festival
Galleri Salhus
Ice Music Festival
8. mars i Bergen
Visp

Norges Musikkhøgskole
Universitetet i Tromsø
Høgskolen på Vestlandet
Norges Handelshøgskole
Kunsthøgskolen i Oslo
Koro

Makerere Universitetet
Kampala, Uganda
Magdalena Abakanowicz
University of the Arts (UAP)
Poznan, Polen
Sabanci University (Turkey)