

# **Kommunikationspolicy för Stiftelsen för Strategisk Forskning**

*Antagen av stiftelsens styrelse den 18 april 2007*

Den information som stiftelsen producerar eller förmedlar har som främsta syfte att stödja den verksamhet som stiftelsen enligt sina stadgar skall bedriva. Stiftelsen förväntar sig också att de som arbetar inom den stödda verksamheten själva tar ett ansvar för att föra ut resultaten.

## **Vision**

*Alla personer i Sverige som är involverade i olika aspekter av forskning inom naturvetenskap, teknik och medicin och alla som i sin yrkesverksamhet är beroende av forskningsresultat inom dessa områden skall känna till Stiftelsen för Strategisk Forskning, dess ändamål, arbets sätt och verksamhet.*

## **Övergripande kommunikationsmål**

Stiftelsen skall tydliggöra sin roll som forskningsfinansierare genom en transparent process – från planering och utlysning via beredning och beslut till utvärdering och redovisning.

Stiftelsen eftersträvar en aktiv dialog med såväl universitet och forskningsinstitut som enskilda forskare och avnämare inom näringsliv och samhälle.

Stiftelsen skall också genom aktiva informationsinsatser medverka till en förbättrad dialog i forskningsrelaterade frågor mellan olika samhällssektorer, i synnerhet mellan högskola och näringsliv.

Stiftelsen skall vidare medverka till att den naturvetenskapliga, tekniska och medicinska forskningens betydelse för samhällsutvecklingen i allmänhet och Sveriges konkurrenskraft i synnerhet tydliggörs för beslutsfattare, avnämare och allmänhet.

## **Kommunikationsstrategi**

För att lyckas med föresatserna är det av största vikt

- att stiftelsens verksamhet präglas av största möjliga öppenhet
- att informationsinsatserna utformas med avseende på den aktuella målgruppen och att rätt kanal väljs
- att dubbelriktad kommunikation eftersträvas
- att informationsaspekten hela tiden beaktas i all verksamhet
- att beredskap för oväntad massmedial uppmärksamhet finns
- att samarbete med andra aktörer etableras

För all informationsverksamhet gäller dessutom

- att informationen skall vara saklig och korrekt
- att informationsverksamheten skall följa god etik och bedrivas med respekt för gällande regler och avtal
- att informationsinsatserna skall vara planerade och snabba
- att informationsverksamheten fortlöpande skall följas upp, utvärderas och omprövas

## **Målgrupper**

De viktigaste externa målgrupperna för stiftelsen återfinns inom (utan prioritetsordning):

- Regering och riksdag
- Universitet, högskolor och forskningsinstitut
- Näringsliv och samhälle
- Övriga forskningsfinansiärer
- Akademier
- Media

## **Kanaler för extern information**

- Konferenser, seminarier och möten
- Stiftelsens webbplats
- Elektroniskt nyhetsbrev
- Egna publikationer
- Media

En särskilt viktig kanal är stiftelsens webbplats, där aktuell information snabbt kan göras tillgänglig för var och en som söker.

## **Mediastrategi**

Massmedia är en viktig målgrupp – både som opinionsbildare och som kanal. Goda kontakter med massmedia är därför av stor betydelse för stiftelsen.

Massmediakontakterna skall präglas av öppenhet, tillgänglighet och snabbhet. Kontakterna styrs av offentlighetsprincipen.

Grunden för bra publicitet i massmedia är att alltid tänka på informationsaspekten och att förutse och väcka massmedias intresse. Stiftelsen bör sträva efter framförhållning och att hela tiden behålla initiativet i informationsprocessen.

## **Ansvar**

Det övergripande ansvaret för stiftelsens egen informationsverksamhet vilar på den verkställande ledningen. I viktiga princip- och policyfrågor är det den verkställande ledningen – i första hand verkställande direktören – som skall uttala sig. Det operationella ansvaret är delegerat till stiftelsens informationssekreterare.

## **Krishantering**

Skulle en situation uppkomma – t ex genom att oriktiga eller oönskade uppgifter figurerar i media – skall den verkställande ledningen och styrelsen genast informeras. Såväl ordföranden som vice ordföranden skall omgående förses med fullständigt underlag. Felaktiga uppgifter skall vederläggas, dels – och i första hand – genom information via den kanal där de felaktiga uppgifterna spritts, dels genom klarläggande på stiftelsens webbplats.

## **Stiftelsens egen informationsverksamhet**

Den information som produceras av stiftelsen själv har sin tyngdpunkt i allmänna beskrivningar av stiftelsens verksamhet – med inslag av populärvetenskaplig beskrivning av den stödda forskningen – men omfattar också ekonomisk information och forskningspolitik.

Exempel på detta är verksamhetsberättelse och årsredovisning, programpresentationer och utvärderingar.

Med denna policy som grund utarbetas årsvisa kommunikationsplaner, där planerade informationsinsatser redovisas med avseende på form, målgrupp, kanal, förväntad effekt och kostnad samt hur utvärdering skall ske.

Utöver de planerade aktiviteterna skall utrymme finnas för händelsestyrda informationsinsatser.

### ***Informationsverksamhet som åläggs anslagsmottagarna***

Den information som produceras av anslagsmottagarna är dels av administrativ och ekonomisk karaktär, t ex verksamhetsredovisning, men framför allt av naturvetenskaplig/teknisk/medicinsk karaktär, t ex vetenskapliga artiklar, presentationer vid konferenser, artiklar i fackpress, patent etc. Vilka krav stiftelsen ställer på anslagsmottagarna när det gäller information – i synnerhet till grupper utanför forskarsamhället – framgår av de avtal som tecknas.

### ***Informationsverksamhet som bedrivs med stöd av stiftelsen***

Stiftelsen kan efter särskild prövning i varje enskilt fall stödja informationsverksamhet som bedrivs av andra, förutsatt att den ligger helt i linje med stiftelsens allmänna informationspolicy. Den information som bedrivs med ekonomiskt stöd av stiftelsen har sin tyngdpunkt i populärvetenskaplig förmedling av resultat från den stödda verksamheten, men kan också gälla forskningen satt i ett större sammanhang och förväntningar på utvecklingen.