



STIFTELSEN för
STRATEGISK FORSKNING

KOMMUNIKATIONSPOLICY

SSF:s kommunikation är i första hand inriktad på att stötta SSF:s kärnverksamhet som är att bidra till goda forskningsresultat. Kommunikationen ska vidare stödja SSF:s överordnade roll att stärka svensk konkurrenskraft. För att stödja SSF:s kärnverksamhet måste SSF:s utlysningar och bidragsverksamheten vara väl kända samt värderas som trovärdiga och relevanta. Forskarsamhället ska se SSF som en kompetent och framsynt forskningsfinansiär inom naturvetenskap, teknik och medicin. För att stärka svensk konkurrenskraft ska SSF sprida information om nyttiggörande av de forskningsresultat som vi finansierat. Från näringsliv och samhälle ses SSF som en forskningsfinansiär med hög kunskap om tillämpningsmöjligheter. Kommunikationen uppmuntrar också rörlighet mellan akademi och näringsliv, industri, hälso- och sjukvård, även i ett internationellt perspektiv. SSF bidrar till att utveckla individuell kommunikativ kompetens hos forskarna. SSF deltar i diskussionen och debatten kring forskningens roll för samhällsutvecklingen. SSF bidrar här till diskussionen om tänkbara konsekvenser av teknisk/medicinsk utveckling och vetenskapliga framsteg, med en strävan mot en hållbar samhällsutveckling och positiva insatser för klimatet. SSF har ett bra och utvecklat samarbete med andra forskningsfinansiärer, akademier, journalister och vetenskapliga råd. För krishantering har SSF en genomarbetad metodik och väl etablerade kontakter.

Målgrupper

Den primära målgruppen för stiftelsens kommunikationsaktiviteter utgörs av:

- forskarsamhället, framförallt de verksamma inom medicin, teknik och naturvetenskap. Utländska forskare verksamma vid svenska universitet ingår också.
- industri, näringsliv, hälso- och sjukvård, forskningsinstitut och andra som kan dra nytta av och kapitalisera på forskningsresultaten
- beslutsfattare och myndigheter
- media (för att finnas som kanal)
- andra finansiärer, vetenskapsråd, akademier

Sekundära målgrupper är:

- allmänheten
- studenter
- ungdomar och barn

Hur vi jobbar

SSF:s kommunikation ska vara konsekvent, uthålligt av god kvalitet och präglas av transparens och öppenhet. Kommunikation sker både via den egna webben, via traditionella och sociala medier. Rörlig bild och podd får en ökad tyngd. Kommunikationsinsatserna mot industri och näringsliv stärks.

SSF sprider forskningsresultat som:

- kan förädlas inom närliggande forskningsområden och/eller tvärvetenskapligt
- kan vidareutvecklas till produkter och/eller tjänster
- visar på nyttan för "slutkund"
- uppmuntrar till samarbeten akademi-industri/klinik/samhälle
- är intresseväckande för en bredare krets

Informationsverksamheten ska synliggöra forskningsresultat dels i egna kanaler, som webb, youtube, podd och sociala media, och dels genom media, både lokalt och på riksplenet, fackpress, branschtidningar, organisationer och samarbeten med olika aktörer.

SSF är närvarande, deltar i möten och anordnar seminarier. Våra programkonferenser har hög vetenskaplig nivå, och SSF deltar i debatten. Vi bidrar i diskussionen kring tänkbara konsekvenser av teknisk utveckling och vetenskapliga framsteg. Vid programkonferenser och diplomering av forskare bjuds även journalister och företrädare för näringsliv, industri, hälso- och sjukvård in, speciellt inom aktuellt fackområde. För forskare med bidrag från SSF erbjuds olika kommunikativa kursinslag liksom flera ledarskapsutbildningar.

Till kommunikationspolicyn finns en aktivitetsplan som uppdateras löpande.

SSF:s målgruppsprioriteringar							
	Forskare	Näringsliv, industri, sjuk och hälsovård	Beslutsfattare och myndigheter	Media	Studenter	Ungdomar och barn	Allmänhet
Utlysningar	Grön	Grön	Ljusgrön	Ljusgrön	Orange	Orange	Orange
Bidragsbeslut	Grön	Grön	Ljusgrön	Ljusgrön	Orange	Orange	Orange
Pågående projekt	Grön	Grön	Ljusgrön	Ljusgrön	Ljusgrön	Orange	Orange
Resultat	Grön	Grön	Grön	Grön	Ljusgrön	Ljusgrön	Ljusgrön
Aktuell forskning	Ljusgrön	Ljusgrön	Grön	Grön	Grön	Ljusgrön	Ljusgrön
Forskningspolitik	Ljusgrön	Ljusgrön	Grön	Grön	Grön	Ljusgrön	Ljusgrön
Betydelse och konsekvenser av forskning	Ljusgrön	Ljusgrön	Grön	Grön	Ljusgrön	Ljusgrön	Ljusgrön
SSF:s varumärke	Ljusgrön	Ljusgrön	Grön	Grön	Ljusgrön	Ljusgrön	Ljusgrön
Färgmarkeringar Ju mörkare grönt desto viktigare målgrupp, ju mer orangeröd desto mindre . Tänk trafiksignaler.							