



Kommunikasjon

Forskningrådets strategi
2011–2013

Kommunikasjon

Forskningsrådets strategi
2011 – 2013

© Norges forskningsråd 2011

Norges forskningsråd
Postboks 2700 St. Hanshaugen
0131 OSLO
Telefon: 22 03 70 00
Telefaks: 22 03 70 01
bibliotek@forskningsradet.no
www.forskningsradet.no/

Publikasjonen kan bestilles via internett:
www.forskningsradet.no/publikasjoner

eller grønt nummer telefaks: 800 83 001

Grafisk design omslag: Agendum

Oslo, juni 2011

ISBN 978-82-12-02947-7 (trykksak)
ISBN 978-82-12-02948-4 (pdf)

Forord

Et godt planlagt kommunikasjonsarbeid står sentralt i implementeringen av vår strategi *I front for forskningen* og skal bidra til at Forskningsrådet når sine mål. Strategien tar utgangspunkt i Forskningsrådets arbeidsoppgaver, målgrupper og organisasjon. Den belyser kommunikasjonsfunksjonen i våre roller som forskningspolitisk rådgiver, finansiør og tilrettelegger av møteplasser.

Prinsipper og mål for god kommunikasjon i Forskningsrådet

Forskningsrådets kommunikasjon skal:

- styrke kjernevirksomheten og være tett integrert i Forskningsrådets strategiske prosesser
- være tilpasset Forskningsrådets målgrupper og gi alle målgrupper relevant og pålitelig informasjon til rett tid
- være samordnet, tydelig og enhetlig
- være profesjonell i møte med målgruppene på alle arenaer
- svare raskt på utfordringer, opprette dialog med Forskningsrådets interessenter og utnytte nyhetsbildet til å fremme egne budskap
- bruke etablerte og nye kommunikasjonsplattformer for best mulig å fange opp målgruppens behov og synspunkter

Med blikk for helheten

Forskningsrådets kommunikasjon skal vise at forskning utvikler Norge og bidrar til å løse viktige samfunnsproblemer. Kommunikasjonsvirksomheten skal også synliggjøre at Forskningsrådet er en sentral forskningspolitisk rådgiver og en habil, åpen og effektiv forvalter av offentlige forskningsmidler.

Det er enestående i internasjonal sammenheng at Forskningsrådet har en finansieringsrolle for hele spekteret av forskning og innovasjon og samtidig har en rolle som forskningspolitisk rådgiver. Dette gir Forskningsrådet en unik mulighet til å kommunisere forskningens betydning for samfunnet på en helhetlig måte.

Kommunikasjonsstrategien bygger videre på dette fundamentet og Forskningsrådets kommunikasjon skal vise hvordan forskningsvirksomhet, forskningsresultater og kunnskap fra ulike felt henger sammen og bidrar til løsninger som samfunnet trenger.

Denne strategien legger stor vekt på forskningens samfunnsoppdrag. Nye kommunikasjons-tiltak skal synliggjøre resultater og samfunnsrelevans, men også sikre forståelsen for forskningens egenverdi og kulturelle begrunnelse. Kommunikasjonsstrategien har samtidig et internasjonalt perspektiv.

Kommunikasjonsstrategiens hovedmål oppsummerer ambisjonene som ligger bak strategien:

Forskningsrådets kommunikasjon skal øke forståelsen for forskningens betydning for samfunnet, bidra til å løse Rådets sentrale oppgaver og styrke omdømmet.

Hovedutfordringer

Kommunikasjonsarbeidet knytter seg til Forskningsrådets hovedoppgaver og mål om at forskningen skal komme til anvendelse i samfunn og næringsliv. Kommunikasjonsstrategiens overordnede svar på disse utfordringene er:

- Vi må utnytte Forskningsrådets særegne posisjon i norsk forskning til å kommunisere forskningsbehov og resultater på tvers av programmer og virkemidler for å vise bredden og helheten i offentlig finansiert forskning.
- Vi må kommunisere våre forskningspolitiske råd tydeligere overfor ulike målgrupper.
- Vi må styrke kommunikasjonen om støtteordninger og søknadsprosess.
- Vi må utvikle gode arenaer for dialog og kritisk debatt mellom forskning og samfunn.
- Vi må styrke det nasjonale ansvaret for allmennrettet forskningskommunikasjon i nært samarbeid med forskningsinstitusjonene.

Målgrupper

Forskningsrådets viktigste målgrupper er forskningsinstitusjoner, forskere, næringsliv, organisasjoner, politiske myndigheter og offentlig forvaltning. Allmennhet og medier er også sentrale målgrupper. Det samme er egne ansatte og tillitsvalgte i styreverv.

Rådets målgrupper har ulike behov til ulike tidspunkt og kan opptre i forskjellige roller. Mange av dem er også medspillere i arbeidet for å få gjennomslag for forskning og innovasjon. Forskningsrådets kommunikasjon skal til enhver tid være tilpasset de aktuelle målgruppene, men kommunikasjonsstrategiens tiltak retter seg ikke mot spesifikke målgrupper. Målgruppene fanges istedenfor opp i de ulike fagdivisjonenes handlingsplaner.

Kanaler

Forskningsrådets viktigste kanal for kommunikasjon med omverdenen er nettstedet www.forskningsradet.no. Rådet gir også ut en rekke trykksaker, rapporter, brosjyrer og nyhetsbrev.

Den nye digitale mediehverdagen gjør at målgruppene stiller nye krav til innsyn i og tilgang til resultater fra forskningen. Etter hvert som kommunikasjonen blir mer dialogbasert, må Forskningsrådet fornye og videreutvikle sine kanaler.

Forskningsrådet ønsker å ta i bruk nye kanaler og plattformer for å sikre enda bedre og bredere dialog med målgruppene. Strategisk bruk av nye, dialogbaserte kanaler vil for eksempel kunne styrke vår rolle som forskningspolitisk rådgiver.

Forskningsrådets kontaktvirksomhet sikrer dialog med sentrale målgrupper og er en viktig utviklingsarena for Rådets rolle som rådgiver. Tiltak som Forskningsdagene, Nysgjerrigper og Proscientia retter seg mot allmennheten. Ved å styrke båndene mellom forskning og samfunn bidrar Forskningsrådet til å demokratisere utviklingen av Norge som kunnskapsnasjon.

Måloversikt

Hovedmål:

Forskningsrådets kommunikasjon skal øke forståelsen for forskningens betydning for samfunnet, bidra til å løse Rådets sentrale oppgaver og styrke omdømmet.

Delmål

1 Forskningens samfunnsoppdrag

Forskningsrådets kommunikasjon skal styrke koblingen mellom forskning og samfunn og legge vekt på forskningens relevans for alle målgrupper.

2 Rådgivning

Forskningsrådets forskningspolitiske kommunikasjon skal være tydelig, synlig og engasjerende.

3 Finansiering

Kommunikasjon om Forskningsrådets tjenester skal være brukervennlige, effektive og transparente.

4 Møteplasser

Forskningsrådets kommunikasjon skal bidra til at møteplassene treffer målgruppens behov og skaper samhandling mellom forskning og samfunn.

5 Allmennrettet forskningskommunikasjon

Forskningsrådet skal være en nasjonal tilrettelegger for allmennrettet forskningskommunikasjon og skape oppslutning om forskning gjennom egne tiltak og tiltak i regi av forskningsmiljøene.

6 Integriert og samordnet kommunikasjonsarbeid

Forskningsrådets kommunikasjon skal være samordnet og tydelig, ha én avsender og være forankret i overordnet strategi.

7 Kommunikasjonskompetanse og kunnskapsdeling

Forskningsrådet skal ha relevant kommunikasjonskompetanse og stimulere til kompetanseutvikling og kunnskapsdeling.

8 Internkommunikasjon

Effektiv internkommunikasjon skal styrke Forskningsrådets virksomhet og interne kultur.

1 Forskningens samfunnsoppdrag

Utfordringer

Forskning blir stadig viktigere for å løse samfunnsutfordringer og det er økende forventninger til at forskningens resultater blir brukt. Bedre systemer, kanaler og arenaer må til for å synliggjøre og dokumentere forskningens relevans for samfunnet i et bredt perspektiv. Forskningsrådet må bidra til å skape engasjement og økt interesse for forskning.

Forskning og utvikling spiller en sentral rolle for samfunns- og næringsutvikling og økt satsing på forskning begrunnes nettopp med forskningens bidrag til å løse samfunnsutfordringer. Kommunikasjonsaktivitetene skal være tilpasset de ulike målgruppene og legges opp slik at tiltakene bidrar til å vekke begeistring, skape interesse, påvirke holdninger og bidra til at resultater tas i bruk.

Forskningsinstitusjonene har selv et ansvar for å dokumentere og formidle egne forskningsresultater. Forskningsrådets oppgave er å oppmuntre til og tilrettelegge for synliggjøring av resultatene av forskningen. Rådet skal også gjøre informasjon om den forskningen vi finansierer lett tilgjengelig og vise hvilke samfunnsutfordringer forskningen bidrar til å løse, nasjonalt og globalt. Dette innebærer også å invitere til kritisk og åpen debatt om forskningens funksjon i samfunnet.

Forskningsrådets kommunikasjon skal knyttes til viktige samfunnsområder og vise resultater og merverdi av den samlede innsatsen. Resultatene innenfor tematiske områder skal presenteres som en del av kunnskapsgrunnlaget og synliggjøre forskningens relevans.

Forskningsrådet ønsker å stimulere forskerne til å kommunisere kunnskap og resultater fra sin forskning til målgrupper utenfor academia, parallelt med vitenskapelig publisering.

Delmål: Forskningsrådets kommunikasjon skal styrke koblingen mellom forskning og samfunn og legge vekt på forskningens relevans for alle målgrupper.

Prioriterte tiltak 2011-2012

- Planlegge mediearbeidet med vekt på å synliggjøre forskningens resultater innenfor viktige samfunnsområder
- Tematisere og analysere resultater, kunnskap og dokumentasjon
- Videreutvikle Forskningsrådets prosjektarkiv
- Arbeide for at populærvitenskapelig rapportering skal bli et kriterium for alle forskningsrådsfinansierte prosjekter
- Utvikle nye kommunikasjonstiltak som inviterer til dialog om forskningens samfunnsnytte og styrker gjennomslaget hos viktige målgrupper

2 Rådgivning

Utfordringer

Flertallet av Forskningsrådets målgrupper er positive til Forskningsrådet som rådgiver, men det er nødvendig å gjøre Rådets rådgivning bedre kjent og å synliggjøre denne rollen. Viktige målgrupper har ulike interesser, noe som krever at kommunikasjonen i større grad må tilpasses målgruppene.

Forskningsrådets strategier, budsjettforslag og annen forskningspolitisk rådgivning er med på å forme norsk forskningspolitikk. Det er et viktig mål å bli enda mer synlig som rådgiver og gjennom dette sikre økt gjennomslag.

Dette krever god kommunikasjon med tydelige budskap og effektiv bruk av både egne og andres kommunikasjonskanaler. Forskningspolitiske budskap må prioriteres høyere i Forskningsrådets egne kanaler og i mediearbeidet.

Grunnlaget for å lykkes i rollen som rådgiver, er at Forskningsrådet klarer å engasjere målgruppene i det forskningspolitiske arbeidet. Derfor vil vi øke kvaliteten på dialogen med sentrale målgrupper og legge til rette for et godt kunnskapsgrunnlag og at dette tas i bruk.

Delmål: Forskningsrådets forskningspolitiske kommunikasjon skal være tydelig, synlig og engasjerende.

Prioriterte tiltak 2011-2012

- Planlegge mediearbeidet med vekt på å synliggjøre Forskningsrådets råd og rådgiverrolle
- Utnytte Forskningsrådets egne kanaler til profilering av våre råd og rådgiverrolle
- Videreutvikle målgruppetilpasset informasjon om Forskningsrådets strategier, budsjettforslag, statistikk, analyse og evalueringer

Tiltak 2012-

- Skape nye arenaer for dialog og involvering av Forskningsrådets målgrupper knyttet til rollen som forskningspolitisk rådgiver

3 Finansiering

Utfordringer

Profesjonell og effektiv forvaltning av offentlige forskningsmidler er svært viktig for Forskningsrådet. Forskningsrådets virkemidler er fortsatt for lite kjent i enkelte målgrupper, i første rekke næringslivet. Det er behov for bedre kommunikasjon om programmer, øvrige aktiviteter og om søknadsprosessen.

Forskningsrådet forvalter om lag en tredel av offentlige midler til forskning. Det er avgjørende at potensielle søkere har lett tilgang til informasjon om finansieringsmulighetene på nasjonalt, europeisk og internasjonalt nivå. Systematisk kommunikasjon om vår oppgave som forvalter av forskningsmidler og tilrettelegger av en kvalitetsfremmende konkurransearena, er viktig for Forskningsrådets omdømme.

Forskningsrådets virkemidler skal være brukervennlige, effektive og godt kjent gjennom god tilrettelegging og kommunikasjon.

Vi skal drive tydelig og målgruppetilpasset informasjon med høy kommunikasjonsfaglig kvalitet. Kommunikasjonen skal prioritere tydelig informasjon om utlysninger, søknadsveiledning, tildelinger og finansieringsordninger, inklusive de internasjonale ordningene vi forvalter. Forskningsrådets kommunikasjonsrådgivere bør kobles tettere på prosessene rundt utlysning og søknadsbehandling.

Delmål: Kommunikasjon om Forskningsrådets tjenester skal være brukervennlig, effektiv og transparente.

Prioriterte tiltak 2011-2012

- Profilere Forskningsrådet som en kvalitetsfremmende konkurransearena
- Tilrettelegge for mest mulig åpenhet om søknadsbehandlingen
- Videreutvikle nettsidene slik at de gir god oversikt over Forskningsrådets prosedyrer og regionale, nasjonale og internasjonale virkemidler
- Utvikle målrettede kommunikasjons- og markedstiltak for å nå ut til næringslivet

Tiltak 2012-

- Styrke det interne samarbeidet mellom kommunikasjonsområdet, FoU-administrasjon og IT

4 Møteplasser

Utfordringer

Forskningsrådets dialog med forskningssystemets aktører gjennom ulike møteplasser er sentral for kvaliteten på Rådets forskningspolitiske rådgivning. Forskningsrådet er også en vesentlig møteplass for å fremme internasjonalt forsknings samarbeid. Forskningsrådets møteplasser må samordnes bedre og i større grad tilpasses målgruppene.

Forskningsrådet skal sikre et godt samspill mellom aktørene i forskningssystemet og skal i tillegg ha en rolle i dialogen mellom forskning og samfunn. Forskningsrådets møteplasser skal involvere målgruppene i prosesser knyttet til den forskningspolitiske rådgivningen.

Forskningsrådet arrangerer et betydelig antall seminar og konferanser, særlig med utgangspunkt i forskningsprogrammene. Disse bør videreutvikles for i større grad å fange opp viktige samfunnsspørsmål på tvers av programmene.

Forskningsrådet deltar på mange arrangementer, egne og andres, med stands og delarrangementer. Dette arbeidet skal profesjonaliseres gjennom felles kompetansebygging og styrket samordning. På denne måten utnytter vi bedre eksterne arrangement som arenaer for profilering.

Delmål: Forskningsrådets kommunikasjon skal bidra til at møteplassene treffer målgruppenes behov og skaper samhandling mellom forskning og samfunn.

Prioriterte tiltak 2011-2012

- Evaluere Forskningsrådets møteplassportefølje med tanke på målgrupper, formål og effekt
- Videreutvikle møteplasser for eksterne interessenter på tvers av programmer og divisjoner

Tiltak 2012

- Profesjonalisere arbeidet med organisering av konferanser og deltakelse på andre aktørers arrangementer

5 Allmennrettet forskningskommunikasjon

Utfordringer

Forskningsinstitusjonene har hovedansvaret for å formidle egne forskningsresultater til allmennheten. Samtidig har Forskningsrådet gjennom sine vedtekter et nasjonalt ansvar for forskningsformidling. Forskningsrådets ansvar må defineres og avgrenses i forhold til institusjonene.

Forskningsrådets nasjonale ansvar for allmennrettet forskningskommunikasjon ivaretas først og fremst gjennom tiltak som tilrettelegger for institusjonenes egen kommunikasjon. Forskningsdagene er det viktigste tiltaket. Nettstedet www.forskning.no er en annen kanal for allmennrettet forskningskommunikasjon.

Forskningsrådet står bak flere tiltak med ulike målsettinger men hvor allmennrettet forskningskommunikasjon er et delmål, i første rekke Nysgjerrigper, Proscientia og Proreal. Disse tiltakene er rettet mot barn og unge. Målet er å vekke interesse for forskning, skape begeistring og styrke rekrutteringen til forskning ved å fange opp talentene allerede i barne- og ungdomsskolen.

De eksisterende tilbudene til barn og unge skal videreutvikles. Dette gjelder særlig tiltakene som skal øke interessen for realfag. Samtidig er det et mål å synliggjøre at Forskningsrådet står bak disse tiltakene.

Forskningsrådet vil bidra til å øke journalisters kompetanse innen forskning og samtidig øke forskernes kompetanse om virkemidler innen allmennrettet forskningskommunikasjon.

Allmennrettet kommunikasjon er viktig for å oppnå strategiske mål, for eksempel ved å kommunisere problemstillinger og forskningsresultater som underbygger Forskningsrådets strategiske budskap.

Delmål: Forskningsrådet skal være en nasjonal tilrettelegger for allmennrettet forskningskommunikasjon og skape oppslutning om forskning gjennom egne tiltak og tiltak i regi av forskningsmiljøene.

Prioriterte tiltak 2011-2012

- Tilby kompetanseutvikling for journalister
- Legge til rette for kompetansehevende tiltak for prosjektledere og forskere innen FoU-sektoren

6 Integrert og samordnet kommunikasjonsarbeid

Utfordringer

For at Forskningsrådet skal framstå som slagkraftig i sine roller som strategisk rådgiver, finansiør og møteplass, er det viktig at vår kommunikasjon er godt samordnet, med Forskningsrådet som tydelig avsender. Kommunikasjonsarbeidet må organiseres slik at vi oppnår bedre samordning av aktivitetene og utnytter ressursene mer effektivt.

Forskningsrådets kommunikasjonsinnsats må organiseres og innrettes slik at den fremmer Rådets strategiske arbeid på overordnet nivå. Dette innebærer at kommunikasjonsinnsatsen i sterkere grad må målrettes mot Rådets sentrale aktiviteter og behov. Det må legges mer vekt på tematiske områder enn på enkeltprogrammer.

Forskningsrådets kommunikasjonsaktivitet er i dag desentralisert. Oppgavene er fordelt mellom sentrale kommunikasjonsenheter og kommunikasjonsrådgivere i divisjoner, avdelinger og programmer. For å sikre god samordning skal kommunikasjonsmedarbeiderne i fagdivisjonene organiseres i team. Det skal dessuten etableres gode rutiner for å samordne arbeidet på tvers av programmer, aktiviteter og divisjoner.

Ansvars- og arbeidsdelingen mellom programmer/aktiviteter, divisjonenes sentrale kommunikasjonsteam og de sentrale kommunikasjonsenhetene skal tydeliggjøres. Likeledes er det viktig å styrke kommunikasjonsteamene til divisjonene og deres rådgivende og samordnende rolle. Samtidig må teamene være godt samordnet med Forskningsrådets øvrige kommunikasjonsvirksomhet.

Delmål: Forskningsrådets kommunikasjon skal være samordnet og tydelig, ha én avsender og være forankret i overordnet strategi.

Prioriterte tiltak 2011-2012

- Organisere kommunikasjonsarbeidet i divisjonene i team med ansvar for ressursstyring og innkjøp av tjenester, for å samordne kommunikasjonen i programmer og aktiviteter og styrke tematisk innrettet kommunikasjon
- Evaluere alle kanaler, trykte og elektroniske, med sikte på bedre samordning og effektiv utnyttelse av kommunikasjonsressursene
- Tydeliggjøre ansvaret for Forskningsrådets strategiske kommunikasjon
- Styrke samordningen av arbeidet i alle enheter for å ivareta helhet og tverrgående ansvar

7 Kommunikasjonskompetanse og kunnskapsdeling

Utfordringer

For å utnytte den spesialiserte kommunikasjonskompetansen godt, er det viktig å finne en balanse mellom involvering i strategisk viktige prosesser og arbeidet med sentrale dokumenter, og tilfredstillelse av behovet for kommunikasjonsstøtte, bevisstgjøring og kompetanseheving i hele organisasjonen.

I Forskningsrådets kjernevirksomhet, og på alle nivåer i organisasjonen, er det kommunikasjonsutfordringer. Det innebærer at kommunikasjon ikke bare er en spesialisert funksjon, men at alle ansatte har oppgaver som innebærer samhandling med omverdenen. Forskningsrådets omdømme skapes og opprettholdes av summen av all denne kommunikasjonen.

Forskningsrådets kommunikasjonsrådgivere skal gi bistand og råd til hele organisasjonen. Det innebærer å opprettholde en høy bevissthet omkring kommunikasjonsaspekter ved et bredt spekter av oppgaver. Det innebærer også å drifte og videreutvikle Rådets kanaler, og bidra til å skape og kvalitetssikre det innholdet som formidles gjennom disse. Ved rådgivning og kompetanseoverføring kan kommunikasjonsrådgiverne bidra til en generell heving av kommunikasjonskompetansen i organisasjonen.

Kommunikasjonsrådgiverne kan også utnyttes bedre ved å kvalitetssikre strategisk viktige dokumenter, arrangementer og prosesser. Innenfor Forskningsrådets kjernevirksomhet er det et potensial for å skape merverdi ved å bruke kommunikasjonsvirkemidler på en mer systematisk måte. En av forutsetningene for å utløse dette potensialet er at kommunikasjonsrådgiverne blir tidligere og tyngre involvert i sentrale arbeidsprosesser.

Delmål: Forskningsrådet skal ha relevant kommunikasjonskompetanse og stimulere til kompetanseutvikling og kunnskapsdeling.

Prioriterte tiltak 2011-2012

- Integrere kommunikasjonsressurser sterkere i sentrale arbeidsprosesser, som årsrapport, FoU-gruppens virksomhet og budsjettarbeid
- Etablere system for evaluering av større kommunikasjonstiltak for å forbedre Forskningsrådets kunnskap om målgrupper og effekt

Tiltak 2012-

- Tilrettelegge for å utvikle bedre grunnleggende kommunikasjonskompetanse hos Rådets ansatte

8 Internkommunikasjon

Utfordringer

Med internkommunikasjon menes all kommunikasjon internt i organisasjonen, skriftlig og muntlig, som har som formål å dele informasjon og kompetanse. God internkommunikasjon er en forutsetning for god ekstern kommunikasjon. Det er også en kritisk suksessfaktor for vellykkede organisasjonsendringer og omstillinger

Internkommunikasjon i Forskningsrådet er først og fremst et lederansvar. Utveksling av relevant faglig informasjon mellom kolleger på alle nivåer skal bidra til at enhver kan løse sine arbeidsoppgaver på beste måte. God kommunikasjon mellom medarbeidere på alle nivåer og divisjonene imellom skal skape en felles organisasjonskultur.

Hva det skal informeres om, hvordan, når og hvor ofte og hvilke kanaler man skal bruke til enhver tid, er et kommunikasjonsfaglig spørsmål. Forskningsrådet skal derfor utvikle retningslinjer for internkommunikasjon, som blant annet presiserer arbeidsdelingen mellom kommunikasjonsrådgiverne, HR-avdelingen, IT-avdelingen og linjeledere.

Relevant informasjon for Forskningsrådets ansatte skal til enhver tid være elektronisk tilgjengelig på Intranettet eller de eksterne nettsidene. Det er ønskelig å videreutvikle intranettet slik at det åpner for dialog og samhandling mellom brukerne.

Ettersom Forskningsrådet er organisert i divisjoner, med mange felles arbeidsoppgaver og delvis overlappende målgrupper, er tverrgående møteplasser med plikt til å kommunisere fra sitt arbeid spesielt viktig. Rutiner for tilbakemelding til kolleger og ledere, samt verktøy og kanaler for å gjøre møtereferater og oppsummeringer fra viktige aktiviteter lett tilgjengelige, er viktig.

Delmål: Effektiv internkommunikasjon skal styrke Forskningsrådets virksomhet og interne kultur.

Prioriterte tiltak 2011-2012

- Fornye intranettet i retning av en samhandlingsarena for informasjonsspredning og kommunikasjon.
- Utvikle en klarere arbeidsdeling for internkommunikasjon mellom HR, Kommunikasjon, IT og linjen

Om strategien

Kommunikasjonsstrategien er todelt:

Det eksterne perspektivet beskriver hvordan kommunikasjon skal støtte opp under Forskningsrådets samfunnsoppdrag, styrke Forskningsrådets omdømme og ivareta rollen som nasjonal tilrettelegger av forskningsformidling.

Det interne perspektivet legger føringer for Rådets organisering av kommunikasjonsarbeidet, utvikling av Forskningsrådets kommunikasjonskompetanse og en forbedret internkommunikasjon. Målet er å styrke egen virksomhet, fremme en god organisasjonskultur og støtte den eksterne kommunikasjonen.

Viktige styringsdokumenter

Forskningsrådets strategi

I front for forskningen (2009-2012)

og stortingsmeldingene

Klima for forskning (2008/2009)

og

Et nyskapende og bærekraftig Norge (2008/2009)

Dette er de viktigste styringsdokumentene for vår virksomhet og legger sterke føringer for vår kommunikasjon.

En større omdømmemåling fra 2009 og en samlet situasjonsanalyse fra 2010 danner grunnlaget for de anbefalte tiltakene i strategien.

Kommunikasjonsstrategien erstatter tidligere kommunikasjonsstrategi og formidlingspolicy.

Kommunikasjonsstrategien skal følges opp med konkrete handlingsplaner for de enkelte fagdivisjonene/kommunikasjonsenhetene i Rådet.



Norges forskningsråd

Stensberggata 26
Postboks 2700 St. Hanshaugen
N0-0131 Oslo

Telefon: +47 22 03 70 00
Telefaks: +47 22 03 70 01
post@forskningsradet.no
www.forskningsradet.no

Utgiver:

© Norges forskningsråd
www.forskningsradet.no

Design: Agendum See Design
Foto/ill: Shutterstock

Juni 2011

ISBN 978-82-12-02947-7 (trykk)
ISBN 978-82-12-02948-4 (pdf)