

STRATEGI FOR FORSKNINGSFORMIDLING 2017-2021

Det Samfundsvidenskabelige Fakultet

I strategien for Det Samfundsvidenskabelige Fakultet 2016-2021 er ét af de overordnede mål at *øge fokus på og profilering af fakultetets forskning og forskningens samfundsmæssige effekter*. Nærværende strategi for forskningsformidling skal understøtte dette mål.

Strategien er udarbejdet på baggrund af en kortlægning af den aktuelle forskningsformidling fra fakultetet. Situationsanalysen er udarbejdet i januar 2017 og viser, at nogle forskere er velrepræsenteret i medierne, men samtidig er der flere forskningsområder, der ikke er så synlige. Forskerne optræder oftest som eksperter og faglige kommentatorer til nyheder og aktuelle sager på mediedagsordenen, mens de sjældnere er ude med egne forskningsresultater. Analysen viser også, at fakultetet ikke i særlig høj grad har anvendt sin hjemmeside eller sociale medier til forskningsformidling.

Overordnede mål

Med udgangspunkt i fakultetets strategi 2016-21 er de overordnede *mål* med formidlingsstrategien:

- At understøtte fakultetsstrategiens målsætning om øget fokus på forskningens samfundsmæssige effekter
- At skabe basis for en mere aktiv kommunikationsindsats knyttet direkte til de forskningsstrategiske prioriteringer på fakultet og institutter
- At sikre en målrettet og strategisk brug af kommunikationskanaler til forskningsformidling.

Det overordnede *budskab*, som den strategiske forskningsformidling skal bidrage til at understøtte, er, at AAU SAMF er stærk på samfundsvidenskabelig forskning og gør en forskel i samfundet med sin forskning.

Formidlingsstrategien vil fokusere på kommunikativt at understøtte følgende hovedaktiviteter i implementeringsplanen for forskningsområdet i fakultetets strategi:

Forskningskvalitet og gennemslagskraft

- Fortsat støtte til forskningstalenter
- Systematisk formidling af fakultetets forskning
- Øget fokus på forskningens samfundsmæssige impact.

Nybrudsområder

- Etablering af et antal tværdisciplinære forskningsinitiativer med potentiale til hjemtag af større eksterne bevillinger.

Strategisk hjemtag af eksterne midler

- Identifikation af og støtte til stærke forskningsområder med potentiale for større hjemtag af eksterne midler.

Forskningsformidling

Ved forskningsformidling forstås i denne sammenhæng:

Kommunikation om forskning til forskellige grupper i offentligheden – herunder centrale interessenter.

Dvs.:

- Kommunikation af videnskabelige resultater, arbejdsmåder og holdninger indenfor et specialiseret forskningsfelt til personer udenfor feltet
- Forskernes deltagelse i samfundsdebatten med forskningsbaseret viden.

Altså ikke:

- Kommunikation med andre forskere i fx videnskabelige publikationer
- Kommunikation gennem undervisning af studerende
- Kommunikation med erhvervslivet, forskere m.fl. vedr. konkrete forskningsprojekter.

For at sikre, at der arbejdes strategisk med forskningsformidling, er det afgørende, at der i hver enkel sag tages stilling til, hvem man ønsker at henvende sig til (målgrupper), formålet med at fortælle forskningshistorien (formål), hvilke kanaler der vil være de mest egnede (medievalg) og hvem der skal være afsender (formidler).

Målgruppen for forskningsformidlingen er offentligheden generelt, beslutningstagere, bevillingsgivere, forskere (egne og eksterne) samt potentielle influencers (fx opinionsdannere).

Formål med at formidle en forskningshistorie er afgørende for valg af målgruppe og udformning af budskab.

Medievalget til forskningsformidlingen vil afhænge af målgruppe og formål for den enkelte historie, men kanalerne omfatter både redaktionelle medier (aviser, magasiner, radio, tv og internetmedier), egne medier (hjemmesider), sociale medier og streamingtjenester (blogs, Facebook, Twitter, LinkedIn, podcasts, YouTube m.fl.) samt arrangementer/events (fx Forskningens Døgn og Kulturmødet).

Formidler kan være fakultetet, institutterne, forskningsenhederne eller de enkelte forskere.

Hovedaktiviteter

I strategiperioden vil nedenstående blive iværksat. Der vil blive udarbejdet konkret implementeringsplan for de enkelte aktiviteter, som vil blive afstemt og koordineret med andre interessenter på AAU.

Rammer for formidlingsindsatsen

- Hvert år udarbejder fakultetet en handleplan for det kommende års særligt prioriterede aktiviteter ift. den strategiske forskningsformidling og for de ønskede mål med aktiviteterne.
- Fakultetet definerer én gang årligt, om der skal fokus på særlige forskningsområder/-indsatser i det kommende år.
- Institutterne definerer hvert år 1-2 forskningsområder, som de ønsker formidlingsstøtte til fra fakultetet.
- Grænseflader defineres for ansvar for forskningsformidling på hjemmesider og sociale medier for henhv. institutter og fakulteter.
- Fakultetet faciliterer etablering af en netværksgruppe for de kommunikationsansvarlige på institutterne. Gruppen mødes 1-2 gange om året med henblik på erfaringsudveksling og gensidig inspiration.
- Identifikation af muligheder for input til historier fra institutterne og metoder til at understøtte fakultetets kendskab til nye resultater/projekter med henblik på formidling.

Opfølgning og analyse

- Fakultetet holder årlige møder med institutterne for at følge op på det forgangne års arbejde med forskningsformidling og for at drøfte de strategiske kommunikationsaktiviteter for det kommende år.

- Med udgangen af 2019 evalueres det hidtidige arbejde med strategien mhp. evt. justering.
- Der udarbejdes model for fremtidig måling af arbejdet med forskningskommunikation.
- Løbende medieovervågning og –analyse.
- Løbende konkurrentovervågning ift. udvalgte forskningsområder.
- Undersøgelse af muligheder for overvågning af sociale medier.

Kommunikationsstøtte

- Fakultetet understøtter fakultetets og institutternes strategisk udvalgte forskningsområder med kommunikation.
- Når forskningsenheder/forskere modtager en større bevilling, kan de få sparring fra fakultetet til udarbejdelse af en kommunikationsplan.
- Fakultetskontoret undersøger, hvordan man bedst muligt kan understøtte, at der løbende bliver fulgt op ift. kommunikation om de strategisk udvalgte indsatsområder.
- Identifikation og udvikling af redskaber til forskningsformidling (vejledning om valg af målgrupper, budskaber og kanaler, vejledning om den gode historie, vejledning til kommunikationsplan).
- Der udarbejdes koncept for workshop for forskningsformidling som afvikles 1-2 gange om året.
- Der udarbejdes koncept for kursus om forskningsformidling målrettet ph.d.er.
- Medietræning og –rådgivning af forskere – evt. i samarbejde med AAU Kommunikation og andre fakulteter.
- Udarbejdelse af årsplan til støtte for forskningsformidling, hvor der er opmærksomhed på begivenheder og mediedagsordener i det kommende år (fx Folkemødet, valg, Forskningens Døgn mv.), der kan bruges som nyhedskrog til forskningsformidling og synliggørelse af forskere.
- Undersøgelse af, om der i projektbeskrivelser/forskningsansøgninger er afsnit, der kan bruges som afsæt til forskningsformidling.
- Undersøgelse af mulighed for produktion af forskningshistorier, som medarbejdere nemt kan dele på sociale medier.
- Afdækning af, hvordan forskernes arbejde med open science og public science kan understøttes formidlingsmæssigt.

Kanalstrategi

- Fokus på og udarbejdelse af plan for prioriterede egne og eksterne kanaler til forskningsformidling (hjemmesider, pressemeddelelser, blogs, sociale medier og streamingtjenester).
- Fokus på forskningsformidling på fakultetets og institutternes hjemmesider samt på forsiden af aau.dk.