



Forskning för alla!

Förslag till en svensk plattform
för att kommunicera vetenskap

Forskning för alla!

Förslag till en svensk plattform
för att kommunicera vetenskap

ISBN 978-91-88943-64-4

Framtagen av: Cissi Billgren Askwall, Gustav Bohlin,
Helen Garrison, Lena Söderström och Oskar Tornborg

Swedish Research Council
Vetenskapsrådet
Box 1035
SE-101 38 Stockholm, Sweden

Innehållsförteckning

Förord	5
Sammanfattning	6
Summary	8
1 Utgångspunkter och trender	10
1.1 Forskningskommunikation	10
1.2 Allmänhetens syn på forskning	13
1.3 Produktion och konsumtion av nyheter	14
1.4 Forskares syn på kommunikation	17
1.5 Stöd och utbildning i forskningskommunikation	18
1.6 Tendenser och trender	19
2 Så kommuniceras forskning i Sverige	22
2.1 Vilka kommunicerar forskning?.....	22
2.2 Kommunicera till vem och varför?.....	23
2.3 Utvärdering av kommunikationen om forskning.....	28
2.4 Omvärldsbevakning av forskningskommunikation.....	29
2.5 Några initiativ som kommunicerar forskning.....	29
2.6 Kunskapsbanker och resurser	36
3 Medias syn på forskning	37
3.1 Om delstudien.....	37
3.2 Mediebranschen i Sverige	38
3.3 Användning av Expertsvar och forskning.se	41
3.4 Nyhetsbevakning	42
3.5 Utmaningar och behov.....	42
4 Behov av forskningsbaserad kunskap	45
4.1 Allmänheten.....	45
4.2 Media	48
4.3 Skolan	49
4.4 Utbildnings- och forskningssektorn.....	50
5 Utblickar utomlands	52
5.1 Nationella initiativ i andra länder	52
5.2 Internationella initiativ	61
5.3 Initiativ utanför Europa	65
6 Synen på samarbete	67
6.1 Syfte och mål	67
6.2 Målgrupper för ett svenskt gemensamt initiativ	67
6.3 Innehåll	69
6.4 Tjänster	72
6.5 Organisation.....	74
6.6 Finansiering	75
6.7 Intressenters inställning till samarbete	77

7	Analys och slutsatser	79
7.1	Syfte och mål	79
7.2	Målgrupper	79
7.3	Innehåll	81
7.4	Tjänster	82
7.5	Organisation.....	83
7.6	Finansiering	84
8	Referenser	85
8.1	Kunskapsinhämtning	85
8.2	Förteckning över intervjuade.....	85
8.3	Andra samtalspartners	90
8.4	Skriftliga källor.....	92
8.5	Författare och direkt involverade	93

Förord

En global pandemi och ett krig i Europa har medfört enorma utmaningar de senaste åren. Det har också inneburit ett stort fokus på vikten och värdet av vetenskap och att forskningsbaserad kunskap är lätt att ta del av.

Vetenskapsrådet har ett nationellt uppdrag att ansvara för samordning av kommunikation om forskning och forskningsresultat. I den senaste forskningspropositionen anger regeringen att forskningskommunikationen kan stärkas, bland annat genom gemensamma nationella plattformar för redaktionella samarbeten mellan forskare och kunskapsförmedlare. Detta var också slutsatsen i rapporten *Forskning, framsyn* som bygger på en kartläggning som Vetenskap & Allmänhet och Forskning & Framsteg genomförde år 2019 för Vetenskapsrådet.

I och med pandemin var det inte möjligt att gå vidare med förslagen i den rapporten. Vetenskapsrådet har under våren 2022 med hjälp av Vetenskap & Allmänhet aktualiserat kartläggningen och gjort en förstudie om hur ett nationellt samarbete för kommunikation om forskning kan bli verklighet.

Förstudien visar att det både finns omfattande behov av och stort intresse för att etablera ett sådant samarbete i Sverige. Vetenskapsrådets ambition och förhoppning är att kunna samla många svenska aktörer som producerar, finansierar och kommunicerar om forskning.

Jag vill tacka Cissi Askwall och hennes kollegor vid Vetenskap & Allmänhet för deras arbete med denna gedigna förstudie. De har givit oss ett gott underlag för nästa steg i arbetet med att tillsammans göra vetenskap mer tillgänglig för en bred allmänhet.

Stockholm, 22 september 2022

Mikael Jonsson

Chef för kommunikationsavdelningen, Vetenskapsrådet

Sammanfattning

Denna rapport är resultatet av en förstudie för att undersöka hur vetenskap kan bli mer tillgänglig för en bred allmänhet. Vetenskapsrådet har med hjälp av Vetenskap & Allmänhet gjort förstudien under första halvåret 2022. Den har i sin tur utgått från en tidigare kartläggning som gjordes av Forskning & Framsteg och Vetenskap & Allmänhet för Vetenskapsrådet, och som resulterade i rapporten *Forskning.framsyn* våren 2020.

För att kartlägga uppfattningar och utforska möjliga målgrupper, innehåll och tjänster för en nationell samverkan kring forskningskommunikation har flera metoder använts. Ett 90-tal svenska aktörer har intervjuats, fem workshoppar har anordnats, plattformar i andra länder har undersökts, studieresor har gjorts och en användarundersökning har genomförts.

En rad skäl till att göra kunskap om forskning mer tillgänglig för allmänheten framkommer i förstudien: Det är en del i den globala utvecklingen mot öppen vetenskap, det bidrar till att främja faktatillit och motverka kunskapsresistens, det stärker människors vetenskapliga kapital och det stödjer medier som rapporterar om forskning.

För svenska aktörer kan ett nationellt samarbete kring forskningskommunikation innebära synergier, effektivare användning av resurser, större genomslag, liksom bättre möjligheter att samverka, bistå beslutsfattare och bidra till det offentliga samtalet. De flesta är också positiva till ett ökat samarbete. Den minoritet som är tveksam menar att det redan finns mycket information om forskning och att den är enkel att finna.

De målgrupper som aktörerna menar är viktigast att nå med ett kommande nationellt samarbete är allmänheten och journalister. Många lyfter också fram elever/lärare i skolan.

För att finna kunskap söker människor ofta på webben, antingen efter ämnen eller direkt efter svar på en specifik fråga. Materialet de finner behöver vara lättfattligt och gärna i flera format, som text, ljud och film. Nischade nyhetsbrev, tematiska översikter, material om källkritik och om hur forskning går till är efterfrågat, liksom att få ställa frågor till experter.

Journalister vill enkelt och snabbt kunna finna dels forskare att intervjua, dels översikter över aktuell forskning. De önskar också kompetensutveckling för att bättre kunna rapportera om vetenskap.

Lärare och elever behöver tillgänglig, tillförlitlig och lättförståelig kunskap, gärna kopplad till aktuella samhällsfrågor, och nya rön inom skolämnena. Även skolan efterfrågar kunskapsöversikter, material om hur forskning går till och om källkritik, liksom en tjänst där forskare svarar på ens frågor. Ytterligare önskemål är att delta i medborgarforskning och att få översikt över forskning som rör skolan.

En svensk framtida plattform bör fokusera på att göra forskningsnyheter från olika aktörer tillgängliga på webben på ett strukturerat och sökbart sätt, kompletterat av redaktionella nyheter om aktualiteter. Plattformen bör finnas på svenska och engelska, och utgå från webbplatsen forskning.se som utvidgas med material från fler aktörer. Forskare kan också skriva populärvetenskapligt för publicering dels på plattformen, dels på den engelskspråkiga sajten The Conversation.

För att underlätta för media och andra aktörer som kommunicerar om forskning bör tjänsten Expertsvar för journalister, vidareutvecklas. Kurser för journalister, forskare och forskningskommunikatörer för att utveckla deras kompetens att kommunicera om vetenskap kan också erbjudas av en plattform, liksom nischade nyhetsbrev.

Vilka som är avsändare och vilka redaktionella principer som styr arbetet och urvalet av nyheter på en kommande plattform behöver tydligt framgå. Den redaktionella integriteten och möjligheten till inflytande från olika medverkande organisationer kan säkerställas genom en redaktionell avsiktsförklaring. Materialet på plattformen bör vara fritt att ta del av och att återpublicera.

Vetenskapsrådet har ett nationellt uppdrag att ansvara för samordning av kommunikation om forskning och forskningsresultat i Sverige, och är därför en naturlig huvudman för en kommande plattform. Många förordar dock en självständig organisation, till exempel en förening. Verksamheten bör ske i samverkan med en bred krets svenska organisationer.

En styrgrupp med företrädare för organisationer som ingår i samarbetet bör inrättas, liksom rådgivande organ för dels användarna, dels aktörer som vill bidra med innehåll.

En kommande plattform bör samordnas av en redaktion. Som en samlingsplats för nyheter och annat material om forskning blir plattformen en del i strävan mot ett öppet vetenskapssystem i Sverige. Medel för plattformen bör därför komma från offentliga aktörer, bland annat från Vetenskapsrådet, som föreslås finansiera den inledande fasen och leda utvecklingsarbetet. Många andra aktörer har uttryckt vilja att bidra med medel och innehåll.

Summary

This report is the result of a pilot study to investigate how science can become more accessible for the general public. The Swedish Research Council, with the help of VA (Public & Science), conducted the pilot study during the first six months of 2022. This was, in turn, based on an earlier mapping that was done by the Forskning & Framsteg Foundation and VA (Public & Science) for the Swedish Research Council, and resulted in the report *Forskning.framsyn* in spring 2020.

In order to gather opinions and explore possible target groups, contents and services for a national collaboration in science communication, several methods were used. Around 90 Swedish actors were interviewed, five workshops were arranged, platforms in other countries were investigated, study trips were made and a user survey was carried out.

A number of reasons to make knowledge about research more accessible to the general public emerged in the pilot study: It is part of the global development towards open science, it contributes to promoting trust in facts and counteracting resistance to knowledge, it strengthens people's scientific capital and supports media that report on science.

For Swedish actors, a national collaboration on science communication can entail synergies, more effective use of resources, greater impact, and also better opportunities to collaborate, assist decision-makers and contribute to the public discourse. Most of them are also positive towards increased collaboration. The minority that is doubtful consider that there is already a lot of information about research, and that it is easy to find.

The target audiences that the actors think are the most important to reach via a future national collaboration are the general public and journalists. Many also highlight the need to reach pupils and teachers in schools.

To find knowledge, people often search on the internet, either by subject or direct, for an answer to a specific question. The material they find must be easy to understand and preferably in several formats, such as text, sound and video. Niche newsletters, thematic reviews, material about source criticism and how research is done are much requested, as is questioning experts.

Journalists want simple and quick access to both researchers for interviews and also reviews of current research. They also wish to develop their competences to become better at reporting on science.

Teachers and pupils need accessible, reliable and easily understandable knowledge, preferably linked to current societal issues, and new findings in school subjects. Schools also request knowledge reviews, material on how research is done and on source criticism, and also a service where researchers answer questions. A further wish is to take part in citizen science and to gain an overview of research relating to education.

A future Swedish platform should focus on making research news from different actors accessible on the internet in a structured and searchable way, supplemented with editorial news about current matters. The platform should be available in Swedish and English, and be based on the website forskning.se, expanded with material from additional actors. Researchers can also write popular science articles for publication, both on the platform and also on the English-language website [The Conversation](http://TheConversation.se).

To make it easier for the media and other actors that communicate about science, the service [Expert answers](http://ExpertAnswers.se) for journalists should be further developed. Courses for journalists, researchers and science communicators to develop their skills in communicating science can also be offered by a platform, as well as niche-focused newsletters.

Who the senders are, and what editorial principles govern the work and the selection of news items on a future platform need to be clearly shown. Editorial integrity and opportunities for influencing from different participating organisations can be safeguarded through an editorial declaration of intention. The material on the platform should be free to partake of and to re-publish.

The Swedish Research Council has a national mandate to be responsible for coordinating communication about research and research results and is therefore a natural principal for a future platform. Many actors nevertheless recommend an independent organisation, such as an association. The operation should be run in collaboration with a broad circle of Swedish organisations.

A steering group with representatives from the organisations included in the collaboration should be set up, as should an advisory body for the users, and also one for input from actors who wish to contribute content.

A future platform should be coordinated by an editorial team. As a gathering place for news and other material about research, the platform will form part of the striving towards an open science system in Sweden. Funding for the platform should therefore come from public actors, for example the Swedish Research Council, which we propose should fund the initial phase and lead the development of a national platform. Many other actors have also expressed wishes to contribute funding and content.

1 Utgångspunkter och trender

För att ge en bakgrund och beskriva trender inom forskningskommunikation och vetenskapsjournalistik har författarna gått igenom en rad studier och projektresultat. Dessa refereras kortfattat. Den utveckling som pågår i omvärlden och som kan ha betydelse för en kommande plattform beskrivs också i detta kapitel.

1.1 Forskningskommunikation

Forskare kommunicerar alltid om sin forskning inomvetenskapligt. De flesta kommunicerar också med andra delar av samhället. ”I högskolornas uppgift ska det ingå att samverka med det omgivande samhället för ömsesidigt utbyte och verka för att den kunskap och kompetens som finns vid högskolan kommer samhället till nytta”, står det i Högskolelagen¹. Genom att undervisa, skriva vetenskapliga och populärvetenskapliga artiklar, publicera studier, medverka i medier, föreläsa och samverka, ägnar sig forskare ständigt åt kommunikation och interaktion kring forskning.

Definition

Rapporten fokuserar på den kommunikation av forskning som syftar till att sprida kunskap och interagera med olika delar av samhället. Den inomvetenskapliga kommunikationen, ofta kallad vetenskaplig kommunikation, omfattas däremot inte.

Forskningskommunikation kan ske med olika grad av interaktion:

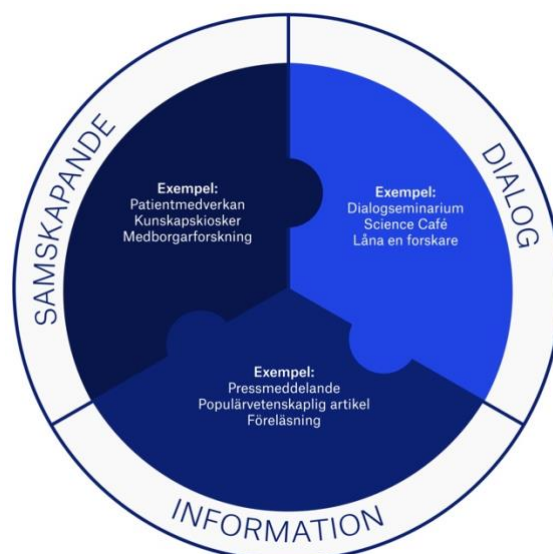
Information kännetecknas av envägskommunikation riktad till en mottagare, som till exempel pressmeddelanden eller populärvetenskapliga artiklar och föreläsningar, med ingen eller liten möjlighet till interaktion.

Dialog kännetecknas av att alla parter fungerar som både avsändare och mottagare. Det finns utrymme för alla att komma till tals och visa ett aktivt intresse för varandras synpunkter.

Samskapande kännetecknas av kommunikation i dialog men innebär inte bara att alla parter kommer till tals, utan att de också påverkar eller ges inflytande under forskningsprocessen. Det kan handla om allt från att identifiera etiska hinder eller nya forskningsområden, till att bidra med datainsamling eller att vara med och göra forskningsresultat mer användbara.

¹ 1 kap. § 2.2. [Högskolelag \(1992:1434\) Svensk författningssamling 1992:1992:1434 t.o.m. SFS 2021:1282 - Riksdagen](#)

Figur 1. Illustration av tre typer av forskningskommunikation



Figur 1 visar hur information, dialog och samskapande är tre former av forskningskommunikation som används parallellt och karaktäriseras av målgruppernas olika grader av aktivt deltagande.

Utvecklingen av området

Det finns en lång tradition i Sverige av populärvetenskapliga föreläsningar, forskare som medverkar i folkbildningssammanhang och rapportering om vetenskap i media. Forskningskommunikation har främst varit enkelriktad där forskare förmedlat kunskap till mottagande lekmän. Utgångspunkten har alltför ofta varit det som inom forskningen om forskningskommunikation kallas för *the deficit model*.

Denna kunskapsbrist-modell bygger på ett felaktigt antagande om att önskade attityder till forskning eller ointresse enbart beror på bristande kunskaper. Enligt modellen skulle alla tänka och agera på samma faktabaserade vis, om de bara hade rätt kunskap. I verkligheten påverkas engagemang och attityder dock av mycket mer än inhämtning av fakta. Människor i ens nära omgivning och egna värderingar har ofta starkare inflytande än förmedlad kunskap.

Dagens forskningskommunikation är fortfarande i stor utsträckning enkelriktad, men i ökande grad arrangeras dialoger och samtal om forskning där alla parter kommer till tals. Det har också blivit allt vanligare att forskning och innovation sker i samverkan med alla som på något sätt berörs, något som brukar kallas för "ansvarsfull forskning och innovation" och som förstärkts med utvecklingen mot öppen vetenskap, se "Koppling till policy" nedan.

Forskningskommunikationen har också ökat starkt på senare år. Organisationer som producerar eller finansierar forskning satsar allt större resurser på att kommunicera. Forskning kommuniceras i en mängd fysiska och digitala kanaler. Numera kan alla delta, både som avsändare och mottagare. Att allt fler deltar i dialogen om forskning innebär en demokratisering av samtalet, men med de många kanalerna, aktörerna och nya teknikerna har det blivit svårare att bedöma tillförlitligheten i informationen.

Forskning om forskningskommunikation

Forskning om forskningskommunikation är ett ungt och växande område med en internationell infrastruktur i form av vetenskapliga tidskrifter, nätverk och regelbundna konferenser. I Sverige finns än så länge ingen etablerad struktur utan den forskning som bedrivs utgörs av intresserade individer med hemvist i andra områden. Enligt en genomgång av de tio senaste årgångarna av de tre ledande vetenskapliga tidskrifterna *JCOM – Journal of Science Communication*, *Public Understanding of Science* och *Science Communication* förekom 23 artiklar skrivna av totalt 28 unika författare verksamma i Sverige.

Undersökningen gjordes 2020 och resulterade i rapporten *Forskning och forskningskommunikation i Sverige*. Slutsatsen i den är att forskning i forskningskommunikation sker i utrymmet mellan flera forskningsområden.

Koppling till policy

Forskningens viktiga roll i samhället har blixtbelysts i och med coronapandemin och kriget i Ukraina. Öppen vetenskap, kommunikation och samverkan kring forskning är viktiga delar för att hantera såväl pandemins som invasionens många följder. I slutänden handlar det om att värna demokratin.

I Sverige satsas stora resurser på produktion av forskningsbaserad kunskap. Men för att kunskapen ska kunna bli användbar, tillgänglig och nå fram till dem som behöver den, är satsningar på att kommunicera också nödvändiga.

Öppen vetenskap

Både Sverige och EU arbetar för att genomföra ett öppet vetenskapssystem. Öppen vetenskap är ett paraplybegrepp som syftar till öppnare, mer transparenta och inkluderande processer i forskning och innovation.

Unesco antog 2021 en rekommendation för öppen vetenskap.² I rekommendationen definieras öppen vetenskap som en inkluderande konstruktion som kombinerar en mängd rörelser och praktiker i syfte att göra flerspråkig vetenskaplig kunskap öppet nåbar och tillgänglig att använda för alla. Det skapar förutsättningar för ökad forskningssamverkan och informationsdelning, till nytta för både vetenskap och samhälle, liksom för möjligheten att medverka i utvecklingen, utvärderingen och kommunikationen av forskningsbaserad kunskap till olika samhällsaktörer. Öppen vetenskap handlar om alla vetenskapliga discipliner och aspekter av vetenskapliga praktiker. Den bygger på fem grundpelare: öppen forskningsbaserad kunskap, öppen forskningsinfrastruktur, forskningskommunikation, öppen involvering av samhällsaktörer och öppen dialog med andra kunskapssystem.

Kungliga biblioteket (KB) fick i juni 2022 ett regeringsuppdrag om att utarbeta nationella riktlinjer för öppen vetenskap³. KB ska identifiera gemensamma mål och prioriteringar, kartlägga rollfördelning och ansvarsområden samt definiera

² [Unescos rekommendation för öppen vetenskap](#) (16 december, 2021)

³ Uppdraget har formen av ett [tillägg till regleringsbrevet för 2022 som meddelats via regeringsbeslut 220607](#). Kungliga biblioteket ska enligt tillägget ta fram nationella riktlinjer för öppen vetenskap. I uppdraget ingår att, ur ett helhetsperspektiv för öppen vetenskap, identifiera gemensamma mål och prioriteringar, kartlägga rollfördelning och ansvarsområden samt definiera behov av stöd och vägledning. Uppdraget ska redovisas till Regeringskansliet (Utbildningsdepartementet) senast den 15 september 2023.

behov av stöd och vägledning. Uppdraget ska ske i samarbete med Vetenskapsrådet, lärosäten och andra berörda myndigheter och organisationer.

Forsningskommunikation

I den senaste forskningspropositionen *Forskning, frihet, framtid – kunskap och innovation för Sverige* betonas både öppen vetenskap och vikten av samverkan. Att stärka forskningskommunikation nämns särskilt, bland annat genom gemensamma nationella plattformar för redaktionella samarbeten mellan forskare och kunskapsförmedlare.

”Forsningskommunikation där forskare på olika sätt deltar i det offentliga samtalet, är en viktig del i att göra forskningsbaserad kunskap mer tillgänglig i det omgivande samhället och att därmed bidra till att öka takten i omställningen till ett mer hållbart samhälle. Därmed finns potential att öka förtroendet för forskning och stärka möjligheten för allmänhet och beslutsfattare att fatta informerade och kunskapsbaserade beslut.”⁴

Medlemsorganisationen Science Europe, som samlar ledande offentliga forskande och forskningsfinansierande organisationer i Europa, lanserade i juni 2022 en vision för forskningskommunikation:

“Science Europe envisions a research system that has science communication embedded into it, one that informs and engages citizens in research, and provides timely evidence relevant to societal challenges.”⁵

Syftet är att öka och stärka den kollektiva kapaciteten att kommunicera forskning med andra delar av samhället.

Vetenskapsrådet, som är medlem i Science Europe, har ett nationellt uppdrag att ansvara för samordning av kommunikation om forskning och forskningsresultat i Sverige.

1.2 Allmänhetens syn på forskning

VA-barometern

Förtroendet för forskare har länge legat högt och stabilt i Sverige. *VA-barometern 2021/22*⁶ visar ett rekordstort förtroende: 86 procent av den svenska allmänheten har mycket eller ganska stort förtroende för forskare vid universitet och högskolor.

Varannan svensk (52 procent) uppger att de är ganska eller mycket intresserade av forskning. Störst är intresset för forskning inom medicin, som 62 procent är ganska eller mycket intresserade av. Motsvarande andel för naturvetenskap är 58 procent, följt av teknik (49 procent), samhällsvetenskap (38 procent), humaniora och utbildningsvetenskap (båda 31 procent).

⁴ Propositionen *Forskning, frihet, framtid – kunskap och innovation för Sverige*, s. 138

⁵ *Science Communication for Greater Research Impact*. Science Europe.

⁶ *VA-barometern 2021/22* (VA-rapport 2021:5)

Betydligt fler män (64 procent) än kvinnor (33 procent) är ganska eller mycket intresserade av forskning inom teknik, medan fler kvinnor än män är intresserade av forskning inom alla andra områden. Se även avsnitt 1.3.

Européers syn på forskning

Det genomförs regelbundet undersökningar initierade av EU-kommissionen om hur Europas befolkning ser på olika frågor. År 2021 genomfördes en *Special Eurobarometer*⁷ om attityder till vetenskap och teknik. Den visar att EU-medborgarna har mycket stort intresse för just vetenskap och teknik, särskilt för medicinska upptäckter och miljöproblem.

En majoritet menar också att vetenskapens och teknikens påverkan på våra liv är positiv, särskilt teknik som sol- och vindkraft liksom vaccintutveckling. Stödet för öppen tillgång till resultaten från offentligt finansierad forskning är mycket stort. Det är också stödet för att involvera icke-forskare i forskning och innovation så att det som utvecklas möter samhällets behov, värderingar och förväntningar.

Mer än två tredjedelar anser att forskare ska delta i politiska diskussioner för att se till att beslut influeras av forskningsbaserad kunskap. Resultaten visar också på stora skillnader där kunskapen om forskning är fortsatt låg inom vissa grupper och länder i Europa.

1.3 Produktion och konsumtion av nyheter

Allmänhetens konsumtion av medier

Mediebarometern från Nordicom undersöker hur den svenska befolkningen i åldern 9 till 85 år använder medier en genomsnittsdag. Tiden som används för att ta del av medier var sammantaget nästan sju timmar per dag år 2021, men det inkluderar att flera medier kan användas samtidigt.

Enligt *Mediebarometern 2021* är det allra vanligast att ta del av rörlig bild – det gjorde 93 procent. 83 procent använde sociala medier, 76 procent lyssnade på radio och 68 procent läste dagstidning en genomsnittsdag. Samtliga siffror inkluderar även digital användning.

58 procent tittade på strömmad tv medan räckvidden för tablålagd tv var 57 procent. 42 procent tittade på Youtube och 23 procent på annan rörlig bild online.

68 procent av befolkningen läste en dagstidning en genomsnittlig dag 2021, främst digitalt. 55 procent läste en morgontidning, 40 procent en kvällstidning och 36 procent någon tidskrift.

Den dagliga räckvidden för Facebook var 64 procent i befolkningen som helhet. Det gör Facebook till den mest spridda sociala nätverkstjänsten, följd av Instagram (57 procent) och Snapchat (28 procent).

⁷ [*Special Eurobarometer 516: European citizens' knowledge and attitudes towards science and technology*](#) (2021)

Bland de yngsta (9–14 år) dominerar Snapchat (77 procent), Tiktok (64 procent) och Instagram (61 procent). Bland dem mellan 15 och 26 år är Snapchat (84 procent), Instagram (83 procent) och Facebook (65 procent) vanligast. Äldre, 65–85 år, använder nästan enbart Facebook (50 procent) och Instagram (30 procent).

I befolkningen i stort tog 53 procent del av nyheter från SVT, 43 procent från Sveriges Radio och 38 procent från TV4. 26 procent tog del av nyheter via Facebook. Bland de mellan 9 och 14 år var Instagram och Tiktok dock de vanligaste sociala mediekanalerna för nyheter. För 15–24-åringar var Instagram den vanligaste nyhetskällan.

Hela 96 procent av befolkningen har tillgång till en smartphone. 69 procent har även tillgång till en surfplatta och 66 procent till en mediaspelare (till exempel Apple tv eller Chromecast).

Svenskarna och internet

Svenskarna och internet är en årlig undersökning som görs av Internetstiftelsen. Den visar att nio av tio använde internet varje dag år 2021.

En majoritet av de vuxna har någon strömmande medietjänst, och mer än hälften har spelat digitala nöjesspel det senaste året, enligt undersökningen.

Vissa sociala medier används i stort sett enbart av yngre, till exempel Tiktok. Sju av tio skolbarn följer någon influencer eller Youtuber på nätet. Unga konsumerar nyheter främst via sociala medier

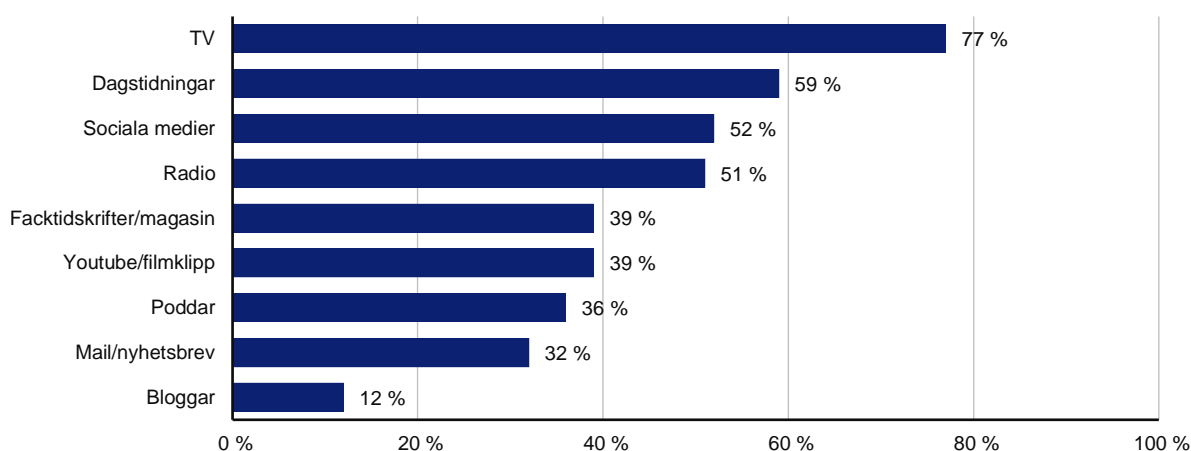
De som är födda på 90-talet är de som använder internet mest, till exempel för att lyssna på poddar, se på strömmade videotjänster och använda sociala medier. Var femte pensionär använder inte internet alls.

Allmänhetens konsumtion av forskningsnyheter

Sex av tio svenskar (63 procent) tar del av forskningsnyheter varje vecka, enligt *VA-barometern 2021/22*. Det är en tydlig uppgång från 2019, då motsvarande andel var 53 procent. Förändringen syns främst bland personer utan högskoleutbildning.

De vanligaste kanalerna att ta del av nyheter om forskning via är TV och dagstidningar, som används av 77 respektive 59 procent. Även sociala medier (52 procent) och radio (51 procent) är viktiga kanaler. Kanalerna för forskningsnyheter har inte ändrats nämnvärt sedan 2019. Undantaget är poddar som ökat från 28 till 36 procent.

Figur 2. Kanaler där allmänheten tar del av forskningsnyheter



Figur 2 visar att TV, följt av dagstidningar, sociala medier och radio, är den kanal där flest svenskar tar del av nyheter om forskning. Källa: VA-barometern 2021/22.

Medias bevakning av forskning

Bilden av forskning och vetenskap som svenska medier förmedlar är i huvudsak neutral eller positiv. I en studie av medierapporteringen om forskning i svensk dagspress, genomförd av Vetenskap & Allmänhet och Södertörns högskola, var den typiska artikeln om forskning en traditionell nyhetsartikel och handlade om samhällsvetenskap eller medicin. Resultaten baseras på en systematisk kvantitativ innehållsanalys av 1 763 artiklar i sex storstads- och nio landsortstidningar under perioden 1995–2015.

Enligt *Forskning i svensk press 1995–2015*⁸ publiceras nyheter om forskning och vetenskap sällan på särskilda vetenskapssidor. De flesta finns i stället bland lokala och inrikes nyheter. På de vetenskapssidor som ändå finns dominerar artiklar om medicin och naturvetenskap. Nyheter om humaniora är vanliga på kultursidorna medan samhällsvetenskaplig forskning är den forskning som oftast citeras på ledar- och debattsidor.

Storstädernas morgontidningar har både fler och längre forskningsnyheter jämfört med kvälls- och landsortspress. Kvällstidningar har fler artiklar om medicinsk forskning medan storstadsmorgontidningar har en större andel samhällsvetenskapliga nyheter.

I en annan studie, *Bakom rubrikerna*⁹, där tolv journalister intervjuades om sitt arbete med att bevaka forskning beskrev journalisterna hur deras rapportering påverkades dels av egna intressen, dels av vilka ämnen som intresserade publiken, och/eller var lättare att sälja in till redaktörer. Hälsa är ett sådant ämne, och just hälsa var det vanligaste temat i de analyserade artiklarna i studien *Forskning i svensk press 1995–2015*. Samhällsvetenskap och humaniora sågs av de intervjuade journalisterna som svårare områden att rapportera om, och de betraktades av vissa som mindre intressanta.

⁸ *Forskning i svensk press 1995–2015: en innehållsanalys. VA-rapport 2019:7*

⁹ *Bakom rubrikerna – Intervjuer med 12 journalister om att bevaka forskning. VA-rapport 2019:3*

Vetenskapsjournalistik har traditionellt varit främst informerande och upplysande medan granskning fått mindre utrymme¹⁰. Det bekräftas av innehållsanalysen och återspeglas även i intervjustudien. Flera journalister uttrycker en önskan om att det skulle finnas mer resurser till granskande vetenskapsjournalistik och för kompetensutveckling.

1.4 Forskares syn på kommunikation

”Jag vill men hinner inte”

Vikten av samverkan och kommunikation med det omgivande samhället lyfts både fram i Högskolelagen och i den senaste forskningspropositionen.¹¹ Men nästan två tredjedelar (64 procent) av forskarna vid svenska universitet och högskolor menar att deras kommunikation med omvärlden hindras av att de har alltför många andra arbetsuppgifter med högre prioritet. Ett annat vanligt hinder är att det saknas avsatta resurser för kommunikation (enligt 37 procent). Det visar en enkätundersökning som Vetenskap & Allmänhet genomförde 2019, *Jag vill men hinner inte*¹², i samverkan med de fyra forskningsråden och Riksbankens Jubileumsfond. Enkäten besvarades av 3 699 forskare vid 31 svenska lärosäten.

Incitamenten för forskare att samverka är otillräckliga, enligt studien. Kommunikationsinsatser och samverkan är generellt sett inte särskilt meriterande vid tjänstetillsättningar eller bedömningar av ansökningar om forskningsmedel. Nio av tio forskare som besvarade enkäten vill dock kommunicera och samverka. Över hälften (51 procent) vill lägga mer tid på att kommunicera sin forskning med omvärlden än de gör.

Det viktigaste angivna skälet till att kommunicera sin forskning är att resultaten ska komma till användning i samhället. Det näst viktigaste är att låta forskningen bidra till offentlig debatt, följt av att öka medvetenheten om forskning. Enligt forskarna är beslutsfattare och politiker den viktigaste gruppen att kommunicera med, följt av allmänheten i stort och yrkesgrupper som är direkt berörda av den forskning som bedrivs. Den vanligaste gruppen som forskarna faktiskt kommunicerar med är dock specifika yrkesgrupper som berörs av forskningen.

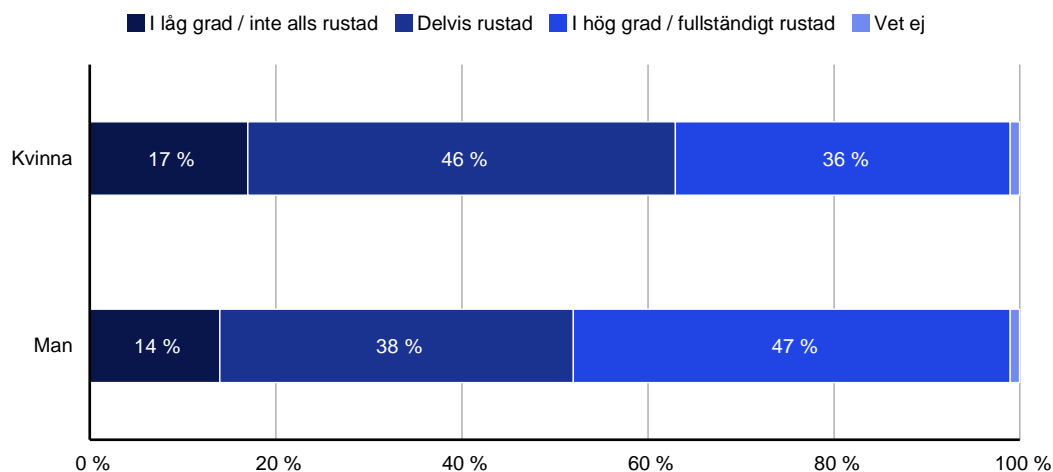
Den vanligaste aktiviteten som forskare ägnar sig åt för att kommunicera forskning är att medverka i öppna föreläsningar eller paneler riktade till allmänheten, något en knapp tredjedel gjort det senaste året. Näst vanligast är att skriva populärvetenskapligt material för allmänheten. De flesta (69 procent) använder sociala medier på ett eller annat sätt inom ramen för sin yrkesroll. Det vanligaste sociala mediet är ResearchGate, följt av LinkedIn, Facebook och Twitter.

¹⁰ Se till exempel Bauer, Martin & Bucchi, Massimiano (2007) *Journalism, science and society: science communication between news and public relations*.

¹¹ [Högskolelag \(1992:1434\) Svensk författningssamling 1992:1434 t.o.m. SFS 2021:1282 - Riksdagen](#), respektive propositionen [Forskning, frihet, framtid – kunskap och innovation för Sverige 2020/21:80](#)

¹² [Jag vill men hinner inte – forskares syn på kommunikation och öppen vetenskap, VA-rapport 2019:8](#)

Figur 3. Forskare svarar på frågan hur väl rustade de är för att kommunicera sin forskning



Figur 3 visar hur kvinnliga och manliga forskare svarat på frågan i en enkät. Källa: Jag vill men hinner inte – forskares syn på kommunikation och öppen vetenskap, VA-rapport 2019:8

Fyra av tio forskare känner sig fullständigt eller i hög grad rustade för att kommunicera sin forskning med det omgivande samhället. Drygt en fjärdedel (27 procent) har gått en kurs eller utbildning i att kommunicera sin forskning med omvärlden, men mer än hälften (54 procent) har varken gått eller erbjudits möjlighet att gå en sådan kurs. Studien visar också att många saknar kunskaper och stöd i hur de praktiskt ska gå till väga. 28 procent efterfrågar även fler inbjudningar och tillfällen att kommunicera och samverka.

1.5 Stöd och utbildning i forskningskommunikation

I vår förstudie har bland andra företrädare för lärosäten, myndigheter och forskningsinstitut intervjuats. De flesta anger att de erbjuder forskare något slags kommunikationsstöd. De vanligaste stödformerna är:

- individuell coaching inför presentationer och mediemedverkan
- språkgranskning och korrekturläsning
- produktion av pressmeddelanden och filmer
- föreläsningar, kurser och korta utbildningar
- moduler och checklistor för olika kommunikationssituationer
- hjälp efter behov, till exempel med presentationsbilder, kommunikationsplaner och sammanfattningar för ansökningar
- kommunikationskurser för doktorander.

Den vanligaste kommunikationsutbildningen som forskare erbjuds är medieträning, det vill säga information om hur journalister arbetar och praktiska övningar för att bli bättre på att medverka i media. Några myndigheter och lärosäten erbjuder också kurser för forskare i att skriva bättre, både vetenskapligt och populärvetenskapligt, på svenska och engelska. Några lärosäten lyfter fram tävlingen Forskar Grand Prix som ett effektivt sätt att utveckla forskares presentationsteknik.

Doktorandutbildningar

Inget svenskt lärosäte har obligatoriska kurser för doktorander i att kommunicera med andra delar av samhället. Däremot erbjuder bland andra Högskolan i Gävle, Karlstads universitet, Karolinska institutet, Malmö universitet, Mittuniversitetet, SLU, Uppsala universitet och Örebro universitet valbara doktorandkurser som tar upp olika kommunikationsaspekter, men det finns inget samordnat kursutbud på nationell nivå.

Vetenskapsrådet har tillsammans med Örebro universitet och en expertgrupp utarbetat ett ramverk för kurser i forskningskommunikation på doktorandnivå. Ramverket var grunden för en pilotutbildning för doktorander i att kommunicera forskning om 7,5 högskolepoäng som getts vid Örebro universitet. Kursen genomfördes och utvärderades under läsåret 2021/22 och en ny planeras för 2023.

Några preliminära resultat är att kursen minskat klyftor mellan olika delar av lärosätet och lett till ökat samarbete mellan forskare och kommunikatörer. En rapport som sammanfattar resultaten och ger rekommendationer publiceras hösten 2022.

Fojo

Medieinstitutet Fojo finns vid Linnéuniversitetet i Kalmar och erbjuder fortbildning för journalister. Syftet är att stärka journalistik och medier så att medierna kan bidra till en mer demokratisk och hållbar värld.

De flesta av Fojos kurser är korta och kostnadsfria att delta i. Arbetsgivare ska enligt avtal med Journalistförbundet ge anställda ledighet och betala lön för dem när de studerar vid Fojo. Några av kurserna handlar om att bevaka vetenskap, källkritik och informationspåverkan.

Fojo erbjuder även en del verktyg för journalister, till exempel Faktajouren, ett projekt som redovisar forskning och utveckling av metoder, verktyg och modeller för att faktagranska och hantera felaktigheter på internet.

Andra kursarrangörer

Ytterligare kurser som rör forskningskommunikation ges av andra utbildningsanordnare. Vetenskap & Allmänhet testar under 2022 tre olika kurskoncept för seniora forskare som är kostnadsfria att ta del av. PR-byrån Westander erbjuder grupper av forskare skräddarsydda endagsutbildningar i att kommunicera forskning. Sveriges kommunikatörer erbjuder en särskild kurs kallad Kommunikationsuppdraget i högskolan, som vänder sig till kommunikatörer.

1.6 Tendenser och trender

Öppna upp forskningen

Det finns många skäl och incitament att göra forskning mer tillgänglig. Både Sverige och EU arbetar för att genomföra ett öppet vetenskapssystem, så att forskningsresultat och forskningsdata ska vara fritt tillgängliga. Se även avsnitt 1.1.

Öppen vetenskap är en fråga som angår hela samhället, och innebär att både forskare själva och alla andra som har behov eller intresse av forskning ska kunna ha tillgång till den.

Offentliga forskningsfinansiärer ställer krav på att forskningsresultat som framkommit med stöd av dem ska publiceras med öppen tillgång. Det innebär dock inte att resultaten i praktiken blir tillgängliga för alla. För att resultaten verkligen ska vara möjliga att ta del av och ta till sig, behöver de både vara enkla att finna och lätta att förstå. Därför vore det rimligt att ställa krav om att också publicera en kort populärvetenskaplig text eller nyhetsartikel om nya forskningsresultat. Sådana texter skulle kunna publiceras på en nationell plattform.

I de globala hållbarhetsmålen anges i punkt 16.10 att man bör säkerställa allmän tillgång till information och skydda de grundläggande friheterna. Många av de 17 globala målen kräver också löpande vetenskapliga insatser.

Därför behövs en infrastruktur som underlättar för olika användare och för allmänheten att ta del av forskningskommunikation, populärvetenskap och vetenskapsjournalistik.

Faktatillit och källkritik

De senaste åren har det blivit allt vanligare med missvisande information och ren desinformation, det vill säga att oavsiktligt respektive avsiktligt sprida felaktigheter. Ryktesspridning och påverkanskampanjer i syfte att destabilisera demokratiska funktioner är numera en del av vardagen. Det enorma informationsflödet, ibland kallat infodemin, som uppstod under pandemin har fått ytterligare kraft av kriget i Ukraina. Svenskars exponering för desinformation riskerar att öka än mer inför 2022 års allmänna val. Att det finns en misstro mot forskare och vetenskap hörs också alltmer i det offentliga samtalet, även om förtroendet för forskare och forskning är stort i Sverige, se avsnitt 1.2.

Den digitala utvecklingen ökar möjligheterna att sprida falska nyheter och andra felaktigheter, men ger samtidigt forskare och andra bättre möjligheter att dela med sig och ta del av forskningsbaserad kunskap. Genom att göra vetenskapen mer tillgänglig och få fler forskare att medverka i det offentliga samtalet kan medborgare och beslutsfattare ta informerade beslut, något som i förlängningen stärker demokratin.

Inför valet 2018 samordnade Vetenskap & Allmänhet kampanjen *#hurvetdudet?*¹³ för att stärka svenskars kunskap om vad vetenskap är och varför forskningsbaserad kunskap behövs för en positiv samhällsutveckling. En rad andra initiativ för att stärka människors förmåga att skilja på tillförlitlig och tveksam information har tagits de senaste åren. Skolan har en särskilt viktig roll i att utbilda i medie- och informationskunnighet och källkritik.

¹³ [Hur vet du det? \(webbplats\)](#)

Vetenskapligt kapital

Vetenskaplig förmåga, vetenskapligt förhållningssätt, forskningslitteracitet och vetenskapligt kapital – det finns många snarlika begrepp för att beskriva att människor har behov av kunskap om vad vetenskap är och hur forskning går till.

Många forskningsaktörer vill stimulera människors intresse för forskning, öka kunskaperna om vetenskap och hur forskning går till och stärka förmågan att använda sig av systematik och ett vetenskapligt angreppssätt. Genom åren har en rad projekt med sådana syften genomförts, främst riktade till barn och ungdomar, men de har ofta varit punktinsatser under begränsad tid, snarare än långsiktiga satsningar.

I flera europeiska länder finns nationella webbplatser som samlar material om vetenskap för unga. Att utveckla ungas ”science literacy” eller ”science capital” är vanliga målsättningar och begrepp som används. Det handlar om förmågan att förstå, värdera och använda vetenskaplig kunskap respektive att främja förståelsen av vetenskap och utveckla sätt att se på världen med vetenskapliga glasögon.

Det finns några svenska initiativ där flera parter samarbetar för att förmedla forskning. Dessa beskrivs närmare i avsnitt 2.5.

Medielandskap i förändring

Digital teknik och internet har inneburit nya möjligheter och utmaningar för att kommunicera, påverka och förmedla nyheter. De traditionella medierna utmanas av att snart sagt alla kan ta del av och själva bidra till kommunikation och diskussion om alla tänkbara ämnesområden, inklusive forskning.

En rad nya medieformat har utvecklats: Sociala mediekkanaler, poddar, bloggar, infomercials, explainers, filmklipp, Youtubekanaler, Clubhouse med mera. Utvecklingen av artificiell intelligens innebär att viss medierapportering, till exempel om sportresultat, kan ske automatiserat.

I Sverige har många dagstidningar haft ekonomiska problem och en rad uppköp har skett med konsolidering i större mediekoncerner som följd. Public service har stärkt sin position i digitala format men också kritiserats för orättvis konkurrens. Samtidigt visar besöksstatistik och intervjuer med företrädare för medier, se kapitel 3, att reportage och kvalitetsjournalistik efterfrågas och att mediekonsumenterna är villiga att betala för det.

För att stödja nyhetsförmedling i Sverige finns presstödet och mediestödet. Presstödet är till för tryckta och digitala nyhetstidningar med betalande prenumeranter och innebär möjlighet till stöd för både drift och distribution. Mediestödet är möjligt att söka för alla allmänna nyhetsmedier vars huvudsyfte är att förmedla nyheter. Här går det att söka stöd för att främja lokal journalistik, för innovation och digital utveckling och för att stärka redaktionen.

Mediestödsutredningen har haft i uppdrag att anpassa stödsystemet till dagens medielandskap. Utredningens förslag presenterades i juni 2022 och innebär att det nya mediestödet, som ska börja gälla från 2024, ska värna lokal och regional journalistik, vara teknikneutralt, ha fokus på nyhetsbevakning och baseras på redaktionsstorlek i stället för upplaga.

2 Så kommuniceras forskning i Sverige

En viktig del av denna förstudie är att ta reda på hur svenska aktörer arbetar med att kommunicera om forskning. Genom främst intervjuer men också besök på organisationers webbplatser och på material insamlat under den tidigare kartläggningen *Forskning.framsyn (2020)* har vi fått en förståelse för vad, hur och på vilka sätt svenska aktörer kommunicerar om forskning. I detta kapitel redogörs för hur aktörer som producerar, finansierar och använder sig av forskning, kommunicerar om vetenskap. En förteckning över de intervjuade finns i kapitel 8.

2.1 Vilka kommunicerar forskning?

Vi har kartlagt och kontaktat ett hundratal större nationella aktörer som alla har intresse av att forskning kommuniceras. De kan delas in i sju kategorier: lärosäten, forskningsfinansiärer, myndigheter och forskningsinstitut, akademier och lärda sällskap, branschorganisationer och fackförbund, ideella organisationer samt medieföretag.

Lärosäten

Det finns ett femtiotal statligt och privat drivna universitet och högskolor i Sverige. Dessa lärosäten erbjuder högre utbildning, bedriver forskning och samverkar med andra delar av samhället. Sammantaget har företrädare för 27 lärosäten intervjuats, oftast kommunikationschefen.

Forskningsfinansiärer

Svensk forskning finansieras främst av näringslivet. Enligt Vetenskapsrådets rapport *Forskningsbarometern 2021* står företagssektorn för 72 procent av FoU-utgifterna, medan högskolesektorn står för 24 procent.

Det finns fyra statliga forskningsråd: Vetenskapsrådet, Vinnova, Formas och Forte. Dessutom finns en rad andra forskningsfinansiärer, ofta privata icke vinstdrivande stiftelser och fonder. Störst är Wallenbergstiftelserna, Riksbankens Jubileumsfond och de stiftelser som förvaltar kapital från de tidigare löntagarfonderna. I gruppen finansiärer har företrädare för 14 organisationer intervjuats. Forskningsintensiva företag intervjuades inte eftersom de inte är tilltänkta att bidra med innehåll eller medel till en kommande plattform.

Myndigheter och forskningsinstitut

Det finns en rad myndigheter som själva utvecklar forskningsbaserad kunskap och/eller finansierar forskning inom ett visst område. Några exempel är Energimyndigheten, Naturvårdsverket, Rymdstyrelsen och SMHI. Dessutom finns ett antal forskningsinstitut som antingen är myndigheter eller som helt eller delvis ägs och drivs av staten. Sammantaget har företrädare för 11 organisationer intervjuats.

Akademier

I Sverige finns tio kungliga akademier och ett större antal lärda sällskap och samfund. Organisationernas syfte är att främja olika vetenskaper och vetenskapernas bidrag till samhället genom projekt, priser, böcker, skrifter seminarier och möten, ofta öppna för både ledamöter och andra intresserade. Företrädare för fyra av akademierna har intervjuats.

Branschorganisationer och fackförbund

Det finns en rad branschorganisationer, som ofta också fungerar som arbetsgivarorganisationer, i Sverige. Några har identifierats som särskilt intressanta eftersom de samlar företag i forskningsintensiva branscher. Vi har också talat med ett par av fackförbunden som samlar akademiker och forskare. Sammantaget har företrädare för sju organisationer intervjuats.

Ideella organisationer

Sveriges tio studieförbund anordnar aktiviteter och studiecirklar över hela landet för att vuxna ska kunna få utbildning och bildning på ett fritt och frivilligt sätt, utan antagningskrav eller examination. Förutom studieförbund finns en rad intresseorganisationer och andra ideella organisationer med mycket programverksamhet som rör eller kopplar till forskning. En del av organisationerna samlar in medel som finansierar forskning, några bedriver själva forskning och många fler använder sig av forskningsbaserad kunskap i sitt arbete. Sammantaget har åtta företrädare för civilsamhället intervjuats.

Medieföretag

De största massmedierna i Sverige är storstadstidningar (morgon- och kvällspress), landsortstidningar, lokala gratistidningar, tv-kanaler (public service och privata) och radiokanaler (public service och privata, som sänder nationellt och regionalt). 20 journalister som antingen bevakar vetenskap som anställda eller frilansare, eller som har en redaktionsledande roll, har intervjuats.

2.2 Kommunicera till vem och varför?

I det följande sammanfattas hur olika aktörgrupper kommunicerar. Massmedier redovisas separat i kapitel 3.

Målgrupper för kommunikation

Förutom för medieföretagen gäller för alla att de dels kommunicerar direkt genom aktiviteter och kanaler för att nå olika målgrupper, dels indirekt genom att söka mediernas uppmärksamhet. De målgrupper som flest riktar sig till är allmänheten, journalister och beslutsfattare.

Lärosäten

De vanligaste målgrupperna som en majoritet av lärosätena uppger är:

- allmänheten
- journalister
- finansärer.

Minst en fjärdedel har också följande målgrupper:

- befintliga och presumtiva studenter
- beslutsfattare
- skolan/barn/unga
- andra lärosäten och verksamma i sektorn
- samverkanspartners/intressenter i näringsliv och offentlig sektor.

Finansiärer

Den allra vanligaste målgruppen för forskningsfinansiärernas kommunikation är de som söker eller bedöms borde söka medel hos finansiären. Andra vanliga målgrupper är:

- beslutsfattare
- allmänheten
- unga/skolan.

Akademier

De vanligaste målgrupperna är:

- beslutsfattare
- unga/skolan/lärare
- forskare
- allmänheten
- journalister.

Branschorganisationer och fackförbund

De vanligaste målgrupperna är:

- beslutsfattare
- medlemmar
- allmänheten.

Ideella organisationer

De vanligaste målgrupperna är:

- beslutsfattare
- personal och medlemmar i organisationen
- journalister
- allmänheten.

Myndigheter och forskningsinstitut

De vanligaste målgrupperna är:

- allmänheten
- beslutsfattare
- näringsliv och branscher
- skolan/lärare
- journalister.

Skäl för kommunikation

Skälen för att kommunicera om forskning varierar ganska mycket, beroende på typ av aktör.

Lärosäten

Samtliga lärosäten ser kommunikation om forskning som en viktig del av sitt uppdrag. Det finns en rad olika anledningar till det. De vanligaste angivna skälen för lärosäten att kommunicera är att man vill:

- möjliggöra att forskningen gör nytta i samhället
- stärka varumärket och öka kännedomen om lärosätet
- möjliggöra samverkan med andra delar av samhället
- sprida kunskap och göra människor klokare.

Några lärosäten uppger fler anledningar att kommunicera och vill även:

- stå för vetenskap och visa på den vetenskapliga grunden i olika frågor
- stimulera intresse för forskning och utbildning
- stimulera tvärvetenskap
- öka andelen extern finansiering
- stärka innovation
- attrahera forskare till lärosätet
- förklara vad vetenskaplig metod är och hur forskning går till
- stärka lärosätets forskning.

Finansiärer

För de flesta finansiärer är det viktigt att kommunicera om forskning, men ett par menar att det är mindre viktigt för dem själva och snarare en uppgift för de forskare som beviljas finansiering. Dock är det få finansiärer som ställer uttalade krav på dem som mottar forskningsanslag, om att kommunicera.

Än så länge har enbart forskningsrådet Formas har återkommande utlysningar för projekt inom forskningskommunikation, men en rad privata finansiärer kan också finansiera den typen av projekt. Såväl Vetenskapsrådet, som forskningsrådet Forte och Riksbankens Jubileumsfond öppnar under 2022 upp möjligheter för forskare som redan mottagit anslag från finansiären att söka ytterligare medel för kommunikationsinsatser.

De vanligaste skälen att kommunicera om forskning för finansiärerna är för att det:

- visar på nyttan och värdet av forskning
- ger andra möjlighet att ta del av den forskning som finansiären stöder
- möjliggör att forskningen kan komma till nytta.

Andra anledningar att kommunicera som nämns av några finansiärer är för att:

- bidra till inspiration och kreativitet
- verka för en bättre morgondag
- det är en del av uppdraget
- informera om utlysningar och beslut
- väcka intresse för forskning
- driva innovation

- mobilisera för omställning
- öka kännedom om finansären
- öka viljan att stödja forskning.

Akademier

Akademier har som ändamål att stärka olika vetenskapliga områden och dess användning i samhället.

Skäl som anges för att kommunicera är att akademierna vill:

- öka intresset för forskning
- synliggöra och tillgängliggöra forskning
- öka förståelsen för vad forskning är
- stärka tilliten till vetenskaplig metod.

Branschorganisationer och fackförbund

Vissa branschorganisationer och fackförbund anger att det är en del av deras arbete att kommunicera om forskning, medan andra främst gör det i relation till sina kärnfrågor.

Skäl som anges för att kommunicera är att organisationerna vill:

- påverka för att förändra
- uppnå akademisk stolthet
- visa forskningsframsteg inom branschen
- öka förståelsen för vad vetenskap är
- få studenter att få upp ögonen för branschen/yrkena
- skapa förståelse för hur innovationer kommer till.

Ideella organisationer

Organisationer i civilsamhället har många olika ändamål och därmed också en rad olika anledningar att kommunicera om forskning.

Skäl som anges för att kommunicera är att organisationerna vill:

- kommunicera med givare för att kunna samla in pengar
- sprida kunskap om de frågor man verkar inom
- ta hjälp av forskning för att tillvara medlemmars intressen
- erbjuda platser för att möta forskare och andra experter
- vara en länk mellan lärosäten och allmänheten
- uppnå förändring och utveckling.

Myndigheter och forskningsinstitut

Myndigheter och forskningsinstitut anger likartade anledningar till att de kommunicerar om forskning. De vanligaste skälen som anges är för att:

- stötta målgrupper i deras arbete
- öka kunskapsnivån internt och externt
- bidra till ett bättre samhälle
- visa på nyttan med forskningen
- ställa forskare till förfogande
- ge underlag för beslutsfattare

- motverka faktaresistens
- det står i instruktionen.

Kanaler

Forskning kommuniceras via en rad olika kanaler i Sverige. För att ta reda på vilket material som potentiellt skulle kunna inkluderas i en nationell plattform har vi frågat olika aktörer vilka kanaler de använder sig av när de kommunicerar om forskning.

För samtliga aktörer är deras webbplats den centrala noden för forskningskommunikation. De allra flesta arrangerar också olika typer av seminarier och event, använder sig av sociala medier och söker uppmärksamhet i och av medier. På en direkt fråga om deras material skulle kunna återpubliceras på en nationell plattform, svarar nästan alla ja.

Lärosäten

Lärosäten har omfattande webbplatser. Den vanligaste webb-besökaren är en befintlig eller presumtiv student som söker information om utbildningar. Välbesökta delar av webbplatserna är också information om lediga jobb, pressmeddelanden, nyheter och profilssidor för forskningsområden och enskilda forskare.

De viktigaste sociala medierna är Instagram, Facebook och LinkedIn, enligt en enkätundersökning till kommunikatörer genomförd av Högskolan i Gävle 2022.

De vanligaste kommunikationskanalerna förutom webbplats, sociala medier och evenemang är (i fallande skala):

- pressmeddelanden
- filmer
- mediekontakter
- nyhetsbrev
- poddar
- vetenskapsfestivalen ForskarFredag.

Forskningsfinansiärer

För forskningsfinansiärer är webbplatsen central. Det material som främst besöks på deras webbar är dock information om utlysningar.

De vanligaste kommunikationskanalerna om forskning, förutom webbplats, sociala medier och evenemang är (i fallande skala):

- poddar
- Youtubekanal
- pressmeddelanden
- nyhetsbrev.

Några få forskningsfinansiärer har egna tidskrifter.

Akademier

De vanligaste kanalerna för forskningskommunikation, förutom webbplats, sociala medier och evenemang är:

- mediekontakter
- pressmeddelanden.

Branschorganisationer och fackförbund

De vanligaste kanalerna för forskningskommunikation, förutom webbplats, sociala medier och evenemang är:

- mediekontakter
- nyhetsbrev
- pressmeddelanden
- webbnyheter.

Ideella organisationer

De vanligaste kanalerna för forskningskommunikation, förutom webbplats, sociala medier och evenemang är:

- pressmeddelanden.

Myndigheter och forskningsinstitut

De vanligaste kanalerna för forskningskommunikation, förutom webbplats, sociala medier och evenemang är:

- mediekontakter
- webbnyheter
- nyhetsbrev.

2.3 Utvärdering av kommunikationen om forskning

Organisationer utvärderar vanligen sin kommunikation om forskning genom att samla in och analysera statistik över mediegenomslag, interaktioner i sociala medier och webbbesök. Större enskilda aktiviteter utvärderas också ofta, till exempel via enkäter till besökarna.

Med tanke på de ambitiösa mål och de många skäl för att kommunicera forskning som angetts av olika aktörer, se avsnitt 2.2, kan det tyckas konstigt att inte mer kraft läggs på utvärdering av i vilken utsträckning målen uppnås. Många uppger att de har svårt att finna bra metoder och tillräckliga resurser för att utvärdera sin kommunikation, men att de skulle vilja utvärdera mer än de gör i dag.

Både lärosäten och andra myndigheter gör anseende- och kännedomsundersökningar. Flera organisationer har KPI:er, *Key Performance Indicators*, som regelbundet utvärderas. Några sådana indikatorer är mediegenomslag och interaktion med digitala besökare. Flera undersöker också hur väl webben fungerar genom enkäter till besökarna, och utvärderar sina nyhetsbrev och tidningar genom läsarundersökningar för prenumeranter.

I medlemsorganisationer är det vanligt att göra medlemsundersökningar och fråga om nöjdhet med till exempel kommunikationen. För insamlingsorganisationer kan storleken på gåvor jämföras med engagemang i sociala medier och klick på artiklar. Enbart en organisation säger sig ha effektmål. De utvärderar bland annat huruvida deras kommunikation kan förmodas ha påverkat vissa politiska beslut.

2.4 Omvärldsbevakning av forskningskommunikation

De flesta organisationer har metoder för att följa utveckling och trender inom forskningskommunikation. Det vanligaste är att omvärldsbevaka och benchmarka mot liknande organisationer. Många läser också nyhetsbrev, använder mediebevakningstjänster, nätverkar och deltar i konferenser och kurser.

Organisationer, event och publikationer som flest nämner att de tar del av är:

- Forum för forskningskommunikation (konferens och Facebook-grupp)
- Vetenskap & Allmänhet (ideell förening)
- nättidningen Curie
- forskning.se
- EUPRIO, European Association of Communication Professionals in Higher Education
- Expertsvarsdagarna anordnade av Expertsvar.

2.5 Några initiativ som kommunicerar forskning

Det finns några större kanaler som kommunicerar om forskning och där flera svenska aktörer arbetar tillsammans. Dessa beskrivs närmare här, tillsammans med några mindre, digitala initiativ.

forskning.se

Forskning.se är en webbplats där allmänheten kan ta del av forskningsresultat från svenska lärosäten, hitta vetenskapligt baserad kunskap inom olika ämnesområden och läsa reportage om ny forskning.

Historia

Webbplatsen startades 2002 av de statliga forskningsfinansiärerna Vetenskapsrådet, FAS (numera Forte), Formas och Vinnova, i syfte att öka kunskapen, intresset och förtroendet för svensk forskning ”till nytta för individ och samhälle”.

Wilka som stått bakom forskning.se har varierat genom åren. Tidigare fanns till exempel ett samarbete mellan forskning.se och Skolverket kring nyheter om forskning inom utbildningsvetenskap, pedagogik och didaktik.

Organisation och finansiering

I dag finansieras forskning.se av Vetenskapsrådet, Forte, Vinnova och Naturvårdsverket. En årsstämma ansvarar för webbplatsens strategiska inriktning. Redaktionen består av fem redaktörer och har sin placering i Vetenskapsrådets lokaler. Det redaktionella arbetet sker utan inflytande från lärosäten och finansierare.

Syfte

Forskning.se har uppdraget att:

- bidra till att resultat från forskning kommer allmänheten till del
- göra det enkelt att hitta vetenskapligt baserad kunskap
- förklara vad forskning är.

Innehåll

Innehållet på forskning.se består dels av aktuella forskningsresultat baserade på pressmeddelanden från lärosäten och forskningsinstitut, dels av redaktionens egna artiklar.

Pressmeddelandena publiceras under vinjetten ”Forskningsnyheter” och kategoriseras utifrån ämnesområde (natur & teknik, samhälle & kultur etc). Texterna redigeras och bildsätts av redaktionen före publicering och märks med det lärosäte/forskningsinstitut som skickat ut pressmeddelandet.

De egenproducerade artiklarna tar antingen avstamp i ny forskning, i aktuella samhällshändelser eller i frågor där det finns ett stort sug efter kunskap hos allmänheten. Artiklarna skrivs av redaktionen eller av frilansande vetenskapsjournalister.

Allra mest lästa är redaktionens egna artiklar. Flera äldre artiklar kommer högt i statistiken månad efter månad, eftersom de behandlar ämnen med stort allmänintresse som många googlar efter.

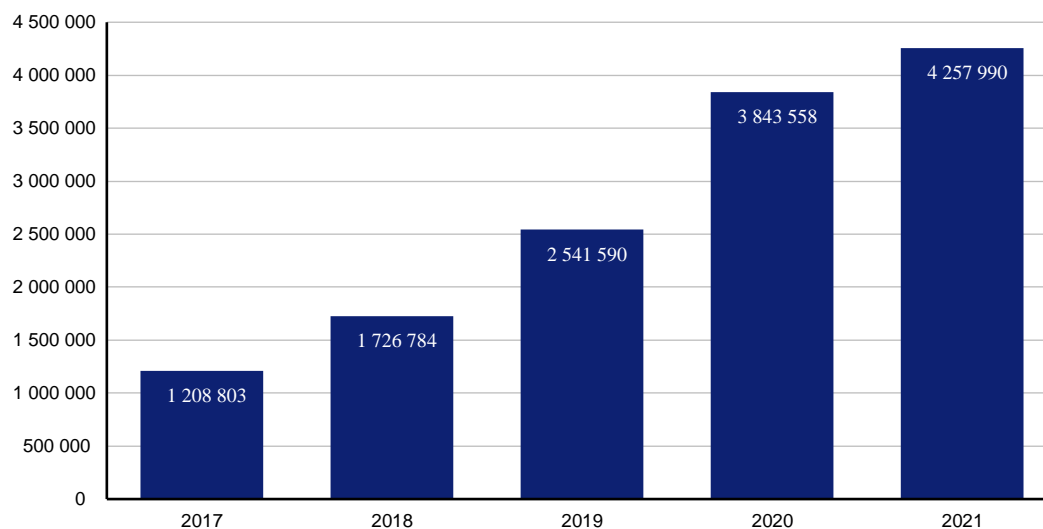
Kanaler

Innehåll från forskning.se kommer ofta högt upp i sökresultatet på Google. Under 2021 hade webbplatsen drygt 4,2 miljoner sidvisningar. Nästan 70 procent av besöken kom via Google. Det innebär att den forskning som blir publicerad på webbplatsen har stor möjlighet att nå ut – även till användare som inte aktivt söker efter vetenskapligt baserad kunskap.

Forskning.se skickar tre nyhetsbrev i veckan. Innehållet består av ett urval av de senast publicerade artiklarna. Antalet prenumeranter är drygt 15 000 och öppningsfrekvensen ligger mellan 35 och 45 procent. Klickfrekvensen varierar mellan 30 och 40 procent.

Facebook används i första hand för att nå ut med forskningsresultaten, inte för att driva trafik till webbplatsen. Antalet följare (maj, 2022) var drygt 8 000. I september 2021 startades ett konto på Instagram. Liksom på Facebook är syftet att nå ut med forskningsresultat i ytterligare en kanal. Antalet följare i maj 2022 var drygt 700.

Figur 4. Antalet sidvisningar för sajten forskning.se åren 2017–2021



Figur 4. Statistik över antalet sidvisningar på sajten forskning.se under de senaste fem åren visar att det skett en ökning för varje år. År 2021 var antalet sidvisningar över 4,2 miljoner. Källa: Google Analytics

Användare

Den primära målgruppen för forskning.se är allmänheten, men även journalister och skolelever är flitiga användare.

Den senaste undersökningen av besökarna på sajten är från 2018. Frågor ställdes via en webbenkät som man nådde via webbplatsen eller nyhetsbrevet, och som var aktiv under två veckor. 1 065 personer, främst prenumeranter på nyhetsbrevet, besvarade enkäten. Svaren visar att runt två tredjedelar besöker sajten för att de vill ha senaste nytt om forskning. En tredjedel söker främst efter specifika fakta. Läsarna är högutbildade (80 procent har minst högskoleutbildning), 60 procent är kvinnor och hälften är under 50 år.

Av besökarna som besvarade enkäten instämmer 91 procent helt eller delvis i att innehållet är intressant. 93 procent instämmer helt eller delvis i att innehållet är lätt att förstå. På en frisvarsfråga om vad de svarande ansåg är extra läsvärt, var ämnena medicin och skola särskilt vanliga svar.

Google Analytics ger en kompletterande bild: majoriteten av besökarna (68 procent) kommer till forskning.se via Google. 17 procent är direkttrafik, huvudsakligen från länkar i nyhetsbrevet, och övriga är besökare från sociala kanaler, framför allt Facebook.

Det finns alltså två huvudgrupper av läsare:

- trogna följare (nyhetsbrev), en knapp tredjedel, som är intresserade av senaste nytt inom forskning
- ”behovsbesökare” (via Google-sökning), nästan två tredjedelar, som är intresserade av enskilt ämne.

En knapp majoritet, 58 procent, besöker sajten i sin mobil, 38 procent via desktop och 4 procent via surfplatta.

Pågående projekt

Redaktionen undersöker möjligheten att erbjuda nischade nyhetsbrev för den som bara vill ta del av forskning inom ett visst ämnesområde, exempelvis klimat, hälsa och medicin, utbildning och skola, etc.

En sektion kallad ”Fatta forskning” är under utveckling. Den ska innehålla lättillgängliga guider för att öka användarnas kunskap om och förståelse för forskning, och ge verktyg för att tolka forskningsresultat.

Redaktionen har efterlyst Instagram-följarnas frågor under vinjetten ”Fråga forskaren”. Svaren har publicerats på Instagram och länkat till artiklar på sajten. Redaktionen skulle gärna erbjuda samma funktion, det vill säga en frågelåda, på forskning.se. Frågelådan blir en service till användarna, och svaren kan spridas i sajtens kanaler och därmed nå många.

Forskning & Framsteg

Tidskriften *Forskning & Framsteg* rapporterar om forskning och forskningsresultat liksom om forskningens roll i samhället sedan 1966. Från och med 1979 ges den ut av en stiftelse vars ändamål är just detta. Tidskriften drivs utan vinstsyfte.

Organisation och finansiering

Redaktionen består av fackredaktörer med kunskaper inom de områden de bevakar, samt en chefredaktör och en webbredaktör. Artiklarna skrivs av redaktörerna, forskare och frilansande vetenskapsjournalister. Sedan 2021 pågår ett projekt med två forskarredaktörer som arbetar särskilt med att få forskare själva att skriva i tidningen.

Stiftelsens styrelse består av ledamöter kunniga inom forskning, tidskriftsverksamhet och kapitalförvaltning. Styrelsen tillsätts av ett råd med representanter för organisationer som stödjer tidskriften ekonomiskt.

Ungefär tre fjärdedelar av intäkterna kommer från prenumerationsavgifter samt i lägre grad från avgifter för event, annonser och lösnummerförsäljning. Cirka en fjärdedel av intäkterna är bidrag från 26 organisationer (2021), varav tio sitter i stiftelsens råd och kallas intressenter.

Syfte

Stiftelsens ändamål att ge ut tidskriften *Forskning & Framsteg* för att sprida information om forskning och forskningsresultat samt forskningens roll i samhället.

Innehåll

Det som tidskriften tar upp syftar i första hand till att intressera samhället i stort och enskilda människor. En del av innehållet utgår från samhällsfrågor och besvarar dem genom att låta forskare från flera discipliner komma till tals. Det redaktionella materialet ska vara förstäeligt även för icke-expert och främja

läsarnas intresse för forskning och kunskap. Tidskriften utkommer med 10 nummer per år och sajten uppdateras dagligen på vardagar.

Kanaler

Utöver den tryckta tidskriften och sajten fof.se kan man lyssna på utvalda artiklar och intervjuer med forskare i tidningens poddar. Tidskriften kan även läsas via en egen app och Readly. Forskning & Framsteg har kanaler på Youtube och Tiktok. Tidskriften är aktiv på Facebook, Instagram och Twitter. Tidskriften producerar även föredragsevent och kunskapsresor.

Läsare

Målgruppen är den intresserade allmänheten. År 2021 var tidskriftsupplagan inklusive digital pdf-läsning 24 000 per nummer. Varje månad läste cirka 130 000 personer tidskriften. Webbplatsen fof.se hade i genomsnitt cirka 200 000 besökare per månad 2021. 57 procent av läsarna var kvinnor och 43 procent män. En viktig yrkesgrupp bland läsarna är lärare i grund- och gymnasieskolor, gymnasister och studenter.

Expertsvar

Expertsvar är en tvådelad tjänst för journalister: en del där de kan ställa frågor och få hjälp att hitta rätt forskare, och en del för prenumeration på pressmeddelanden. Tjänsten har funnits sedan år 2000 och initierades av presskommunikatörer vid lärosätena i Sverige. Vetenskapsrådet driver tjänsten sedan 2001.

Organisation och finansiering

Journalister registrerar sig och får en inloggning för att kunna ställa frågor. De inkomna frågorna skickas ut i samlingsmejl två gånger per dag till ett nätverk av forskningskommunikatörer och pressekreterare. En redaktör vid Vetenskapsrådet samordnar tjänsten på deltid.

Nätverket består av runt 360 kommunikatörer vid samtliga universitet, de flesta högskolor, en rad forskningsinstitut och andra forskningsfinansiärer. De mottar mejlen, undersöker om det finns experter hos dem som kan svara på frågorna och förmedlar sedan kontaktuppgifter.

Nätverket träffas två gånger per år och har också en gemensam Facebook-grupp. De organisationer som ingår i Expertsvar bidrar vardera med 11 000 eller 16 000 kr per år, beroende på storlek.

Innehåll

Svarsfunktionen är det centrala i Expertsvar. Dessutom publiceras pressmeddelanden (1 445 under 2021) på Expertsvar.se från de organisationer som ingår i nätverket. Journalister kan prenumerera på nyheter/pressmeddelanden inom olika ämnesområden. Pressmeddelandena förmedlas också vidare till forskning.se och en del av dem synliggörs på Expertsvars Twitter-konto. Expertsvar länkar även till lärosätenas listor med experter inom olika ämnesområden, till exempel experter på covid-19.

Användare

Cirka 5 000 journalister är registrerade användare av Expertsvar. Tjänstemän vid Riksdagens utredningstjänst, RUT, kan också använda tjänsten. Under 2021 ställdes 637 frågor, som genererade 1 410 svar. Runt vart femte svar avspeglas tydligt i redaktionellt material¹⁴, enligt undersökningar som Göteborgs universitet har gjort.

Expertsvar samverkar med två liknande internationella tjänster: *IDW, Informationsdienst Wissenschaft*, där 233 pressmeddelanden från Expertsvar publicerades 2021, och *AlphaGalileo* som lärosätena själva kan lägga in sina pressmeddelanden vid.

Utvecklingsmöjligheter

Redaktören ser möjligheter att utveckla Expertsvar till en gemensam presstjänst utifrån de anslutna organisationernas behov. Den skulle till exempel kunna erbjuda en databas med forskare att intervju, ett pressrum, briefingar i aktuella ämnen, möten mellan forskare och journalister, och bättre statistik över publiceringar.

Curie

Curie är Vetenskapsrådets nättidning som bevakar forskningsfrågor. Den tar upp ämnen som forskningspolitik, forskningens villkor och forskares vardag. *Curie* startade 2012 och ersatte då en rad andra tidningar och sajter drivna av Vetenskapsrådet.

Curie vänder sig till forskare, doktorander, disputerade utanför akademien och till andra som arbetar med forskningsfrågor. Tidningen består till hälften av redaktionella artiklar och till hälften av krönikor och debattinlägg.

Närmare 14 000 prenumererar i dag på *Curie*'s nyhetsbrev. De flesta som besöker *Curie* kommer via Google (drygt hälften) eller tidningens nyhetsbrev (närmare en fjärdedel). Ungefär en tiondel hittar dit via sociala medier och lika många söker sig direkt till sajten.

Redaktionen består av en chefredaktör (heltid) och två redaktörer (heltid respektive deltid). Dessutom medverkar frilansjournalister i arbetet med tidningen. Till *Curie* är knutet ett redaktionsråd med representanter för lärosäten, forskningsfinansiärer och andra aktörer i forskarvärlden.

Vad vi vet

Webbtidningen *Vad vi vet* sammanställer och förmedlar fakta och kunskapsläget i aktuella frågor. Syftet är att genom förklarande journalistisk ge ökad förståelse av världen och motverka polarisering i samhället. Mycket av materialet är fritt tillgängligt, men en prenumeration krävs för att få ta del av vissa delar. Webbtidningen drivs av Vad Vi Vet Media AB med Per Grankvist som största ägare.

¹⁴ Även andra typer av kontakter kan leda till journalistiska artiklar, men utan att det tydligt syns att en viss forskare bidraget till innehållet.

Anekdot

Anekdot kallar sig ett digitalt bildningsmagasin. Magasinet startade 2019 och är en redaktionell utveckling av *Bildningspodden*, som funnits sedan 2015.

Anekdot vill sprida humanistisk, akademisk kunskap till en bred allmänhet och är ett samarbete mellan Humanistiska fakulteten vid Stockholms universitet och Kungl. Vitterhetsakademien.

Magasinet består av *Bildningspodden*, samtalsmagasinet *Studio Anekdot*, essäer, klassikerpodden *Verket* och filmade mikroföreläsningar kallade ”*Anekdot förklarar*”. Allt material är fritt tillgängligt.

Nio personer är knutna till redaktionen. *Anekdot* har ett redaktionsråd bestående av 16 forskare vid Stockholms universitet och ett publicistiskt råd med fyra sakkunniga från kultursektorn och fyra från akademien.

Extrakt

Forskningsrådet Formas ger ut webbtidningen *Extrakt*. Tidningen vänder sig till alla som behöver eller vill vara uppdaterade kring forskning som rör hållbarhet. Målet är att med populärvetenskaplig journalistik visa hur forskning inom hållbarhetsområdet kan lösa olika samhällsutmaningar. Redaktionen, med fyra medarbetare, är oberoende och självständig i sin bevakning.

Vetenskap & Hälsa

Vetenskap & Hälsa är en webbplats som vill informera om forskning inom medicin, hälso- och vårdvetenskap i Skåne på ett enkelt och sakligt sätt. Två gånger om året ges en tidning ut med samma namn, som kan beställas i tryckt form eller laddas ner som pdf. Texter och tidning är gratis att läsa och det finns även en podd.

Tidningen utkom första gången år 2004. Syftet är att stärka hälso- och sjukvårdens utveckling och den kliniskt inriktade medicinska och hälsovetenskapliga forskningen i regionen. Webben ska fungera som en källa till information och forskarkontakter för alla intresserade. Materialet görs av journalister som arbetar på uppdrag av *Vetenskap & Hälsa*. Upplagan är på cirka 10 000 exemplar.

Vetenskap & Hälsa är ett samfinansierat samarbete mellan Medicinska fakulteten vid Lunds universitet, Malmö universitet och sjukvårdsförvaltningarna inom Region Skåne.

Wikipedia

Wikipedia är ett uppslagsverk på Internet som utvecklas med hjälp av sina användare och av alla som vill bidra världen över. Uppslagsverket finns på mer än 300 språk. Svenskspråkiga *Wikipedia* innehåller fler än 2,5 miljoner artiklar och varje månad sker cirka 160 miljoner sidvisningar.

Eftersom tjänsten är så stor och välanvänd kommer Wikipedia-artiklar ofta högt upp i träfflistan vid sökningar på nätet. För att nå ut brett med nya forskningsresultat och beskrivningar av forskning kan det vara klokt att lägga ut information om dem på *Wikipedia*.

2.6 Kunskapsbanker och resurser

I avsnittet beskrivs några svenska databaser och andra sammanställningar av information som kan vara användbara för ett kommande samarbete kring att kommunicera forskning.

Kommuniceraforskning.se

Vetenskap & Allmänhet har samlat beskrivningar av en rad metoder, koncept och format för att kommunicera om forskning med allmänheten på webbplatsen kommuniceraforskning.se. De olika delarna har utvecklats av aktörer runt om i Sverige inom ramen för vetenskapsfestivalen ForskarFredag. En del av materialet återfinns också i *European Science Engagement Platform*, som utvecklats av EUSEA (European Science Engagement Association).

MIK Kunskapsbank

Statens medieråd koordinerar MIK Sverige på uppdrag av regeringen. Syftet med detta nationella nätverk är att stärka medie- och informationskunnigheten hos alla i Sverige.

I MIK-nätverkets kunskapsbank (statensmedierad.se/mik-sveriges-kunskapsbank) finns bland annat material om massmedia, sociala medier och källkritik. Materialet kommer från fyra aktörer i nätverket: Digiteket/Kungliga biblioteket, Internetstiftelsen, Statens medieråd och Sveriges Utbildningsradio (UR).

Forskningsdatabaser

Det finns flera svenska tjänster i form av öppna databaser som samlar information om forskningen vid Sveriges offentliga forskningsinstitutioner.

SwePub

Swepub är en tjänst som gör det möjligt att söka bland artiklar, konferensbidrag, avhandlingar med mera, som publicerats vid svenska lärosäten och myndigheter. Den innehåller referenser till forskningspublikationer i ett fyrtiotal svenska lärosätens och andra myndigheters publiceringsdatabaser. Tjänsten (swepub.kb.se) drivs av Kungliga biblioteket och är kostnadsfri.

Swecris

Swecris är en nationell databas för forskningsprojekt. Informationen hämtas från 12 statliga och privata forskningsfinansiärer. Swecris (vr.se/swecris) förvaltas av Vetenskapsrådet på uppdrag av regeringen.

DiVA

Digitala Vetenskapliga Arkivet, förkortat DiVA, är en plattform, en söktjänst och ett öppet arkiv för forskningspublikationer och studentuppsatser. Innehållet (diva-portal.org) är producerat och publicerat vid 50 svenska lärosäten och forskningsinstitutioner. Driften sköts av Uppsala universitet.

3 Medias syn på forskning

En del i arbetet med denna rapport har varit att identifiera journalisters utmaningar och behov i samband med nyhetsrapportering om forskning och intervjuer med forskare. I detta kapitel redogörs för det som framkommit vid intervjuer med enskilda journalister och chefer för nyhetsredaktioner.

3.1 Om delstudien

De senaste decennierna har mediebranschen utmanats och förändrats av digitalisering, sociala medier och nya medievanor. Det har inneburit en hård press på mediekoncerner som behövt effektivisera och ta in ny kompetens. De senaste åren har annonsmarknaden tagits över av tech-jättar och tidningar har blivit mer beroende än tidigare av prenumerationer.

Men pandemiåren 2020 och 2021 har inneburit en uppgång i användandet av medier, se avsnitt 1.3. Många nyhetsmedier anställer nu fler journalister och utökar antalet reportrar som bevakar vetenskap. De flesta som rapporterar om forskning är dock fortsatt allmänreportrar med olika bakgrund. Deras arbetsdagar innebär rapportering om vitt skilda ämnen utifrån en klassisk nyhetsvärdering. Det är dessa journalister vi främst har haft fokus på.

Hur studien gick till

Under våren 2022 genomfördes 19 kvalitativa intervjuer med vetenskapsjournalister, redaktörer, redaktionschefer, chefredaktörer, allmänreportrar och frilansjournalister. Ytterligare en journalist svarade via e-post. De intervjuade arbetar inom kvällspress, morgontidningar, regionala dagstidningar, lokala gratistidningar, veckomagasinet, tv, radio och nyhetsbyråer. Dessutom intervjuades två frilansande journalister samt företrädare för Tidningsutgivarna och Institutet för Mediestudier.

Intervjuerna genomfördes via Zoom eller telefon och varade 30–45 min. Det korta formatet bedömdes vara en förutsättning för att intervjupersonerna skulle ha möjlighet att medverka.

Begränsningar

Huvudfokus lades på redaktioner och journalister med bred nyhetsrapportering som även inkluderar vetenskap. Specialtidskrifter, som till exempel *Dagens Medicin* och *Allt om Psykologi*, är inte en del av studien. Företrädare för privata radio- och tv-kanaler intervjuades inte, med undantag för TV4 som är en betydande nyhetsförmedlare för breda grupper. Vidare har inte bloggar, inflytelserika sociala medie-konton, poddar eller influencers varit en del av studien, även om dessa är viktiga kanaler för information och underhållning för många, i synnerhet unga människor.

Delstudien har alltså inte haft ambitionen att teckna en fullständig översikt över vetenskapsjournalistiken i Sverige.

3.2 Mediebranschen i Sverige

Ökad satsning på journalistik

Efter ett decennium av effektiviseringar och nedskärningar har mediekoncernerna börjat nysatsa och rekryterar fler journalister. Enligt branschorganisationen Tidningsutgivarna anses det svårt att rekrytera kompetent personal, både erfarna journalister och teknikkunniga personer.

Även vetenskapsredaktionerna har utökats med fler vetenskapsjournalister. Redan före pandemin märktes ett större intresse för vetenskap, och under pandemin har intresset ökat ytterligare. Detta syns också i Vetenskap & Allmänhets undersökningar. År 2021 tog 63 procent av svenskarna del av forskningsnyheter varje vecka, mot 53 procent år 2019 enligt den senaste VA-barometern, se även avsnitt 1.2.

Studien *Kommunikation om corona*, som genomfördes 2020–2021, visade även den att den svenska allmänhetens främsta källa till information (om coronaviruset) var traditionella nyhetsmedier som TV, tidningar och radio.

Så bevakas vetenskap

De flesta journalister är allmänjournalister utan specialistkompetens, men några av de större mediehusen har särskilda vetenskapsredaktioner.

Vetenskapsredaktioner

Inom public service finns två stora vetenskapsredaktioner: Sveriges Radios redaktion i Uppsala med ett tjugotal anställda och Sveriges Televisions redaktion i Stockholm med tio anställda.

På TT:s redaktion arbetar tre vetenskapsjournalister, två med fokus på medicin och en med fokus på klimatfrågor.

Vetenskapsjournalister är också anställda vid *Dagens Nyheter*, *Svenska Dagbladet*, *Sydsvenskan*, *Expressen* och TV4. Våren 2021 förstärkte Dagens Nyheter sin vetenskapsredaktion och bildade en helt ny redaktion med specialistkompetens, bland annat inom medicin och klimat. Samma år utökade även Svenska Dagbladet sin vetenskapsredaktion med en vetenskapsreporter och en vetenskapsredaktör. TV4 startade en vetenskapsredaktion år 2019 som består av tre personer med olika specialkompetenser.

Medier utan vetenskapsredaktion

För redaktioner utan egen bevakning av forskning är TT en viktig källa. Många nyhetsförmedlare tar del av deras pressmeddelanden och återpublicerar deras artiklar.

De regionala dagstidningarna har sällan möjlighet att ha en vetenskapsredaktion. Av de som intervjuats har Sydsvenskan en klimat- och miljöreporter och en forsknings- och vetenskapsreporter som har bevakning av forskning som en del av sin tjänst. Nya Wermlands-Tidningen har en journalist med utrymme i sin tjänst för att skriva om klimatfrågor.

Aftonbladet rapporterar om forskning i nyhetsartiklar, i synnerhet om medicin och om Nobelpriset. Tidningen plockar upp nyheter som TT eller andra medier

förmedlar. När de skriver själva kommer initiativet ofta från forskarvärlden. Många av reportrarna har ett specialintresse och egna kontakter med forskare. Redaktionen arbetar också med att skapa direktkontakt mellan experter och läsare genom chattar ungefär en gång i veckan. Många forskare uppskattar att få svara direkt på läsarnas frågor.

Det pågår flera samarbeten mellan medieredaktioner och forskare. Några exempel: Smålandsposten, Ystads Allehanda och Borås tidning samarbetar kring essäer där forskare får relativt stort utrymme. Sydsvenskan samarbetar med Malmö universitet och bjuder läsarna på ett quiz varje vecka. *Bonnier News Local* med lokal- och regionaltidningar i hela landet, publicerar varje vecka en krönika skriven av en forskare i 24 av deras tidningar.

Lokalreportrar gör sin nyhetsvärdering utifrån vad som är intressant för invånarna i lokalsamhället de bevakar. Vad som avgör om en nyhet är aktuell för publicering är om den har lokal anknytning och är relevant för läsaren. Här finns ingen bevakning av forskning. Att skriva om forskning blir främst aktuellt om det rör sig om en forskare som kommer från trakten. De lokalreportrar som intervjuats är ändå positiva till att rapportera om forskning som kan bidra med perspektiv och fördjupning i aktuella ämnen. Det kan till exempel handla om skogsbruk, jordbruk, miljö, trafikfrågor, skolfrågor eller annat som går att koppla till de lokala frågor som bevakas.

Livsstilsmagasin har tydliga innehållskategorier som hälsa, träning, psykologi och relationer. De letar främst efter intervjupersoner som kan personifiera ämnen som tas upp, men har ofta också med experter som fördjupar en viss fråga och guidar läsarna vidare.

Minskad annonsering

De senaste åren har annonsmarknaden tagits över av de internationella tech-jättarna och sociala medieföretagen. Enligt branschorganisationen Tidningsutgivarna har dagstidningarnas intäkter från annonsering minskat med 51 procent från 2010 till 2021. Under samma period ökade de sammantagna reklaminvesteringarna med mer än 40 procent i Sverige. Den viktigaste inkomstkällan för dagstidningarna är därför prenumerationer. Utvecklingen bidrar till ett fokus på vad läsarna är intresserade av, vilket anses gynna kvalitetsjournalistik. Men det innebär också att den som vill ta del av nyheter på nätet möts av fler betalväggar än tidigare. Public service-tv och -radio är gratis, men erbjuder inte lokaljournalistik på samma sätt som lokala och regionala dagstidningar.

Fragmentiserad nyhetskonsumention

En stor del av allmänheten värdesätter professionell journalistik där nyheterna passerat redaktörers nyhetsvärdering, bedömning av trovärdighet och källkritik. Samtidigt väljer många bort traditionella nyhetsmedier. En undersökning som Tidningsutgivarna låtit Novus göra visar att tillgång till nyheter via kostnadsfria digitala källor är det vanligaste skälet till att inte prenumerera på en tidning.

Samtidigt som det går att se ett ökat intresse för kvalitetsjournalistik, har ett antal alternativa ”nyhetsmedier” med en tydlig politisk, populistisk eller polariserande agenda etablerats.

Utmaning att locka yngre

En stor fråga för regionala dagstidningar är hur de kan nå målgruppen yngre läsare (under 35 år). Denna grupp prenumererar inte på en tidning i samma utsträckning som äldre generationer och de är inte lika trogna prenumeranter. För att lära känna den här gruppen genomfördes 2018 Beta Borås, ett samarbete mellan *Borås Tidning*, Medier & Demokrati-programmet vid Lindholmens Science Park, RISE Interactive och Södertörns högskola. Slutsatsen av arbetet var att målgruppen uppskattar ett fokus på folkbildning med fakta, nya berättarformer och fler perspektiv.

Intresse för kvalitetsjournalistik

Det ökade beroendet av prenumeranter, fokuset på yngre läsare och den konkurrens med andra informationskällor som digitaliseringen medfört, har lett till ett större intresse för kvalitet, fördjupning och övergripande frågor.

Innehåll som för några decennier sedan fanns främst i den lokala tidningen – bioannonser, tv-tablå, familjesidor – har nu flyttat till andra kanaler, som webbsidor och sociala medier. Samtidigt finns nöjen och förströelse i överflöd i mobilen. Det tidningarna har kvar att konkurrera med är god journalistik, men det är också det innehåll som är dyrast att producera.

En chefredaktör berättar att nyhetsrapporteringen svängt från en ensidig journalistik, där man till exempel rapporterade om brott som begåtts, till en ambition att skildra och förklara övergripande tendenser och samhällsförändringar, som hur kriminalitet förändrats över tid. Det innebär ett ökat behov av att få forskare och andra experter att medverka i rapporteringen. Den handlar ofta om komplexa samhällsfrågor, som till exempel invandring och integration, motsättningar mellan stad och landsbygd, eller klimatförändringar.

”Det är svåra ämnen, polariserande ämnen som jag tycker att vi inom medierna har svårt att ta oss an eftersom de är svåra att beskriva, och där jag känner att forskningen har mycket att bidra med.”

Att belysa aktuella, komplexa samhällsfrågor, utgå ifrån forskning och empiri och ifrågasätta – det är aktiviteter som anses stärka tidningens trovärdighet. Det säkerhetspolitiska läget innebär många kontakter med forskare inom försvarsfrågor och coronapandemin beskrivs som "en renässans för vetenskapsjournalistik". Samtidigt har få redaktioner möjlighet att anställa vetenskapsjournalister eller andra specialreportrar.

En annan chefredaktör instämmer i bilden av ett ökat fokus på kvalitet och fördjupning i journalistiken:

”Det är tveklöst så. Det man märkt är att det fungerar kommersiellt; då får man också med ägare och finansiärer.”

Intresset för mer kvalitet märks inte bara i nyhetsjournalistiken. En chefredaktör för ett magasin riktat till kvinnor bekräftar bilden. Nu är magasinet inne i en digitaliseringsprocess där allt material publiceras först online. Det har inneburit dels en bredare målgrupp, dels en större konkurrens:

”Vi kommer vilja ha mer forskning och tyngd i vårt material. Det behövs om man ska vara med och slåss digitalt.”

TV4 Nyhetsmorgon arbetar aktivt med att bjuda in forskare till studion. Ämnena kan vara vitt skilda och baseras på vad som är aktuellt. Under pandemin handlade det till exempel om nya rön och sjukvård. De har också en fysiker som medverkar i programmet en gång i månaden. De flesta ämnen går att beskriva på ett sätt som intresserar tittarna, men avgörande är att hitta personer som kan förenkla på ett sådant sätt att tittarna förstår – på mycket kort tid. Man letar ständigt efter personer att ha med i programmet.

3.3 Användning av Expertsvar och forskning.se

Under intervjuerna ställdes frågor om intryck och användning av webbplatsen forskning.se och tjänsten Expertsvar. Dessa beskrivs närmare i avsnitt 2.5.

forskning.se

De flesta intervjuade kände till forskning.se. Några använder webbplatsen aktivt och uppskattar att få en överblick över vad som sker på olika lärosäten, få idéer till vad man kan rapportera om och ämnen att göra fördjupningar inom. En vetenskapsreporter använde även forskning.se för att se vilka forskare som uttalar sig och vilka perspektiv dessa kan tillföra.

Andra går inte in aktivt, men landar på sidan då och då via webbsökningar. En person som intervjuades menar att webbplatsen innehåller gamla nyheter och vill därför hellre få förhandsinformation när ny forskning ska publiceras.

Lokaljournalisterna kände inte till forskning.se, vilket kan förklaras av det lokala fokuset på nyhetsbevakningen.

Expertsvar

De flesta intervjuade känner till Expertsvar och många uppskattar möjligheten att ställa en fråga och få svar från lärosäten och andra forskningsaktörer över hela landet – när de har tid. Det tar några dagar att få svar och journalister har ofta snäva tidsramar. En person svarade att det är tacksamt att kunna vända sig till Expertsvar med en tanke om ungefär vad man vill göra och kunna få hjälp, en annan menade att det är ett sätt att få fler experter att komma till tals så att man inte ringer samma person varje gång. Hur väl tjänsten fungerar bedömdes avgöras av hur engagerade kommunikatörerna som svarar är.

En intervjuad tyckte inte att tjänsten fungerar bra:

”Jag får inte tag i de experter jag vill prata med, när jag vill prata med dem. Men det kanske är så att vi ställer frågorna fel”.

En intervjuad hade använt Expertsvar i 20 års tid och haft mycket användning av tjänsten, men upplevde att Expertsvar på senare år kräver alltmer specialiserade frågor och att svaren inte är lika omfattande som de tidigare var. I början kunde frågorna formuleras ganska brett, till exempel när en artikelserie skulle skrivas, och svaren kunde innehålla tips från flera forskningsområden.

Trots att de flesta uppskattar tjänsten, efterfrågas en möjlighet att själv enkelt kunna hitta kontaktuppgifter till forskare för snabbare kontakt.

3.4 Nyhetsbevakning

Journalister hittar nyheter på många olika sätt. De följer vad andra medier rapporterar om och vad som diskuteras i samhällsdebatten och i sociala medier. Pressmeddelanden och personliga tips är uppskattade, men mängden tipsmejl innebär att pressutskick måste vara vassa och välformulerade för att de ska fångas upp.

Journalister arbetar ofta under tidspress, vill vara först med en nyhet och ensam om att publicera den. Förhandsinformation om nya forskningsresultat, direktkontakt med forskare och exklusivitet uppskattas. För att hitta experter som kan kommentera och fördjupa deras förståelse för ett ämne används ofta upparbetade kontaktnät.

Journalister som vill finna information om ett ämne gör breda sökningar på webbtjänsterna Google, Youtube och Wikipedia. De listar med tips på forskare och ämnen som lärosäten skickar ut i samband med högtider, inför sommaren och vid speciella nyhetshändelser, nämndes ofta spontant i intervjuerna och är mycket uppskattade.

Vetenskapsjournalister prenumererar även på information från de stora vetenskapliga tidskrifterna som *Science*, *Nature*, *Lancet* med flera, bland annat via tjänsten *EurekAlert*, där de under embargo får förhandsinformation om kommande vetenskapliga publiceringar.

3.5 Utmaningar och behov

De flesta journalister är allmänreportrar med olika utbildningsbakgrund som rapporterar om vitt skilda ämnen, även om de kan ha utrymme att också bevaka speciella frågor som de är extra intresserade av. De arbetar ofta under tidspress och med korta deadlines.

Urvalet av nyheter görs genom en nyhetsvärdering som utgår från aktuella händelser, samhällsdebatten och vad målgruppen är intresserad av. De intervjuade journalisterna var i allmänhet intresserade av att få in forskning i rapporteringen, men menade att det kan vara svårt att identifiera vilken forskning som är intressant och relevant, att hitta rätt personer att intervju och att formulera sig på ett enkelt sätt.

Finna forskning

Journalister är alltid intresserade av tips och idéer om vad de kan rapportera om. En plattform för att hitta pågående forskning och nya forskningsresultat välkomnas av flera. Ett återkommande önskemål är att kunna filtrera eller söka på mycket specifika kategorier eller ämnesområden. Det skulle även vara till hjälp för att finna forskning kopplad till just den fråga man för tillfället arbetar med.

Att kunna ta del av kunskapsöversikter och få en samlad bild av forskningsläget inom olika områden efterfrågas, liksom att få en övergripande bild av tidigare

och pågående projekt inklusive långa, tvärvetenskapliga projekt och samarbeten mellan lärosäten.

Finna forskare

När en fråga dyker upp vill journalister snabbt kunna finna en sakkunnig som kan bidra med information, fördjupning och kommentarer. Ofta upplevs det som svårt att hitta rätt personer, veta vad de kan uttala sig om och hur de kan nås.

”Om jag vet att det är en molekylärbiolog jag söker är det inte så svårt att hitta en person att intervjua. Men om jag läst ett påstående om att RNA-vaccin kan bidra till DNA-förändringar och vill göra någonting på det, hur hittar jag då rätt person?”

Svårast verkar vara att hitta experter som kan ge en bakgrund och översikt över breda frågor:

”Jag går ofta med känslan av att jag inte har hittat rätt person. Jag har hittat en person som är tillräckligt bra, men är det rätt person?”

I och med tidspressen önskar många tillgång till kontaktuppgifter för att kunna ta direktkontakt med forskare. I brist på en sådan databas använder journalister sig av sina kontaktnät och ringer ofta till personer de intervjuat tidigare och som de vet kan uttrycka sig på ett sätt som fungerar för publiken. Därför riskerar rapporteringen att bli ensidig, både eftersom samma experter medverkar om och om igen, och eftersom forskare ibland uttalar sig utanför sitt expertområde.

Samtidigt som flera pekar på problemet med forskare som uttalar sig utanför sin kärnexpertis, anses det också vara ett problem att forskare inte vill uttala sig om frågor som de faktiskt är kunniga i. Ibland tackar potentiella intervjupersoner nej till att medverka, med hänvisning till att det finns andra som kan ännu mer om frågan.

Fler forskare som syns i media skulle innebära fler perspektiv och en bredare representation av vilka som är synliga i rollen som forskare.

Kommunicera forskning och förstå varandras roller

Förutom att identifiera forskning som är intressant att rapportera om och att finna rätt forskare att intervjua, är det en utmaning att hitta personer som kan kommunicera om forskning på ett enkelt sätt.

”Det är jätteviktigt att få in forskning, men forskare är omöjliga att intervjua! De kan inte förklara så att man förstår.”

Detta är särskilt viktigt för medier som arbetar med rörlig bild. TV4 Nyhetsmorgon lägger mycket tid på att hitta experter som kan vara med i studion. Det mesta går att ta upp i programmet om man har rätt tilltal och inleder med en ansats som intresserar tittarna. De medverkande erbjuds tips och coaching, men det händer ändå att ett intressant ämne inte tas upp eftersom det saknas en person som kan förklara på ett bra sätt. Det är inte heller alla experter som vill medverka i direktsändning.

Journalister har läsare, lyssnare eller tittare i fokus för sin rapportering, vilket påverkar vinkel och språk. I kontakt med forskare, som är vana vid en annan abstraktionsnivå, ett annat arbetssätt och en fackterminologi, kan det uppstå krockar. Journalister är också måna om att självständigt välja vinkel och urval i sin rapportering. I intervjuerna framkommer viss frustration över olika synsätt:

”Man kan hamna i en detaljdiskussion där vi vill förenkla för läsarens skull, men där forskaren inte tycker att vi ger hela bilden.”

4 Behov av forskningsbaserad kunskap

Hur ser behovet av forskningsnyheter ut hos olika grupper i samhället? Det har vi undersökt som en del i förstudien. Allmänheten, beslutsfattare, journalister, unga, lärare och utbildnings- och forskningssektorn är de målgrupper som anges vara mest angelägna att förse med forskningsnyheter och forskningsbaserad kunskap.

4.1 Allmänheten

Allmänhetens behov av forskningsbaserad kunskap har undersökts genom dels en användarstudie, dels en workshop med bibliotekarier. Några resultat från Vetenskap & Allmänhets årliga undersökningar av allmänhetens syn på vetenskap och forskare kan också vara relevanta, se avsnitt 1.2.

Användarstudie

För att undersöka allmänhetens behov av en plattform som samlar artiklar och annat material för forskning har Vetenskapsrådet låtit företaget Knowit genomföra en användarstudie.

Studiens resultat bygger på åtta intervjuer och en workshop med personer i åldrarna 18 till 66 år, boende i södra och mellersta Sverige. Deltagarna har valts ut med hjälp av personal på Vetenskapsrådet och Vetenskap & Allmänhet.

Intervjuer

I intervjuerna ställdes öppna frågor kring användarmönster, hur man söker och tar till sig information och hur man ser på källkritik och trovärdighet.

Alla deltagare använder internet dagligen, oftast flera gånger per dag. Alla använder sin telefon för att surfa varje dag. Alla utom en hade även en dator. Ungefär hälften använder datorn på jobbet och använder den därför frekvent. De som inte använder dator inom jobbet använde den mer sparsamt och vid specifika tillfällen.

Det är stor variation i vilken typ av information som är mest intressant för de olika deltagarna. De har också olika preferenser för hur de helst tar till sig information. Läsa är mest populärt, men några föredrar att lyssna eller att se på film.

Ingen har generellt problem med att ta till sig information via text. Men några påpekar att det är svårare att förstå om texten är svårläst med många akademiska termer.

Många av deltagarna tycker att video är ett format som fungerar bra i utbildningssyfte. Men filmerna ska gärna vara korta och koncisa, och de flesta uppskattar undertexter.

Ingen nämner att trovärdigheten skulle påverkas beroende på typ av medium (text, film, ljud). Ingen har heller behov av att spara information – de menar att

det är enkelt att hitta tillbaka till informationen vid behov. För att söka efter information används webbläsare, snarare än appar.

Alla uppger att de finner information på internet via en sökmotor och hälften nämner även att information hittas via olika sociala medier. Majoriteten tar hjälp av rubriker för att orientera sig i informationen de hittar. Vissa läser också korta stycken och någon använder webbläsarens egen sökfunktion för att hitta den information man är intresserad av.

Ingen söker specifikt efter information om forskning. Den forskning man tar del av är den som dyker upp i ens sociala medier eller via nyhetsflöden. Många nämner också tips från vänner och bekanta som en ingång till forskning. Majoriteten anger att när de hittar forskning som är intressant kan de googla vidare på ämnet.

Ingen av deltagarna tycker det saknas något för att de ska kunna ta del av aktuell forskning. Men de flesta är överens om att det största problemet är att hitta forskningen. Det finns ingen naturlig kanal att leta i. Vissa är också inne på att forskning är krångligt att ta till sig, till följd av ett avancerat språk.

Deltagarna brukar inte besöka forskning.se eller andra plattformar som förmedlar information om forskning. Om de skulle börja göra det behöver det vara lätt att hitta informationen. Följande önskemål framfördes:

- Det skulle vara bra om informationen fanns som app.
- Det måste finnas information som tilltalar och berör mig och mitt liv.
- Det skulle vara intressant om det fanns korta filmer.
- Kan vara bra om plattformen finns både som webbplats och som app – då känns det både mer seriöst och blir lättare att ta del av informationen.
- Stor närvaro i sociala medier behövs för att upptäcka plattformen.
- Överväg en medlemsida så att man kan signa upp sig för att få notiser och nyhetsbrev.

Majoriteten kontrollerar källan som informationen kommer från och många beskriver att de gör en första bedömning utifrån hur texten är skriven – den ska vara objektiv och bygga på fakta, snarare än åsikter. En deltagare bedömer seriositeten utifrån webbplatsens utformning och design. Vem som är författare/publicist har också stor betydelse för de flesta.

Källor som bedöms som trovärdiga är:

- public service SVT och P1
- svenska nyhetsmedier typ SVT och Aftonbladet
- myndigheter
- tips från lärare
- objektiva webbplatser
- när det finns källhänvisningar i texten.

Alla deltagare har generellt stort förtroende för artiklar om forskning. Några nämner att de inte kollar upp en forskningsartikel på samma sätt som en vanlig nyhetsartikel. Majoriteten betonar ändå att det är viktigt att det finns referenser till originalstudien och möjlighet att se underlag och dra egna slutsatser utifrån dem.

Workshop

Som komplement till intervjuerna genomfördes en workshop med fyra deltagare. Syftet var att undersöka behov av att regelbundet besöka en plattform som förmedlar information om forskning.

Dessa önskemål och synpunkter på innehåll framfördes av deltagarna (svar som liknar varandra har slagits samman i en punkt):

- länkar till forskning som är relevant både för allmänheten och personer med mer kunskap
- lättnavigerad webbplats
- kategoriserad och uppdelad efter ämne
- kostnadsfri
- Man ska känna sig välkommen så att jag som ”vanlig” person förstår vad som står utan för krångliga termer.
- engagerande
- aktuellt och sådant som berör mig
- intressanta och aktuella artiklar
- ”Detta händer i forskningsvärlden” – så att man kan hålla sig uppdaterad.
- varierande längd på informationen
- lättläst, och gärna med listor och bilder som är relevanta
- Information som går att relatera till, till exempel vanliga hälsobesvär eller forskning om relationer.

På frågan om möjliga aktiviteter och tjänster framfördes följande önskemål och synpunkter (svar som liknar varandra har slagits samman i en punkt):

- rekommendationer om snarligt material: Andra som läst x gillar y
- sökmotor efter ord med möjlighet att specificera +, AND, NOT
- möjlighet att spara artiklar för senare läsning
- möjlighet att följa en specifik skribent eller forskare och ta del av ett flöde av den personens artiklar
- förslag på nya forskningsområden för mig aktuella ämnen
- korta sammanfattningar
- hur många som tagit del av en viss artikel
- sortera och filtrera materialet, till exempel på kategori, popularitet och typ (video, text, ljud)
- utskriftsfunktion / pdf av artikeln.

För att göra plattformen känd och använd föreslås följande (svar som liknar varandra har slagits samman i en punkt):

- synlighet på institutioner, skolor och universitet
- sociala medier
- sökmotoroptimering för att hamna högt i Googles sökresultat
- samarbeten med kända profiler
- information på arbetsplatser
- öppna föreläsningar, utbildningar och kurser.

Bibliotekarier

För att få ytterligare perspektiv på allmänhetens behov och önskemål anordnades en workshop i maj 2022 med sex företrädare för skol-, folk- och universitetsbibliotek. Dessutom har intervjuer skett med företrädare för Kungliga biblioteket och Svensk biblioteksörening. De förslag som framkommit redovisas nedan.

Förslag till innehåll

- Anpassa material och utforma det enklare för unga/elever.
- Förmedla vad vetenskap är och hur forskning går till.
- Använd olika format, inte minst filmklipp.
- Gör tematiska sammanställningar.
- Tänk på att det är ämnen som intresserar, snarare än forskning!
- För biblioteken är forskning om barns språkutveckling, vikten av högläsning och skolbibliotek extra relevant att ta del av och förmedla.
- Gör materialet tillgängligt på större minoritetsspråk.

Förslag till tjänster

- Erbjud nischade nyhetsbrev.
- Länka till medborgarforskningsprojekt som det går att delta i.
- Erbjud filmade författarsamtal och seminarier med forskare.
- Erbjud besökare att välja svårhetsgrad på materialet.
- Ge möjlighet att ställa frågor och få svar av forskare.
- Tänk inkludering – samarbeta med minoritetsgrupper.
- Kuratera och dra ihop det som redan finns.

4.2 Media

Svenska medier har stort behov och intresse av att ta del av och förmedla forskningsbaserad kunskap. Det framgår både av intervjuerna med företrädare för medier, som redovisas i kapitel 3, och av intervjuerna med svenska aktörer som kommunicerar om forskning.

Medieföreträdares önskemål

Nedan redogörs för de behov och önskemål som lyfts fram av många företrädare för media.

Databas med forskare

Att hitta forskare som kan kommentera ett visst ämne eller en viss händelse, och att själv kunna leta fram kontaktuppgifter är ett vanligt önskemål. De intervjuade journalisterna skulle vilja se en databas där de kan söka på vanliga ord och hitta forskare som kan berätta om just det ämnet. Forskarna ska helst också ha

förmåga att kunna förklara forskning på ett enkelt sätt. Det får gärna också framgå huruvida forskaren kan tänka sig att vara med i radio/tv, eftersom en sådan notering skulle spara journalister mycket tid.

Kategorier och redaktörskap

Forskning.se har ämneskategorier, men dessa kan utvecklas och specificeras ytterligare. Specifika kategorier skulle också kunna utformas för olika typer av journalister och andra målgrupper, så att de enkelt kan hitta till ämnen som är intressanta.

Med ett aktivt redaktörskap och samarbete med lärosäten skulle forskning.se kunna lyfta fram ämnen som är dagsaktuella i samhällsdebatten, nyhetsrapporteringen eller för människors vardag, med länkar till forskning och forskare som kan kommentera.

Kompetensutveckling

Journalister välkomnar informationsmaterial, guider, digitala kurser och möjlighet att bjuda in utbildare för kompetensutveckling. Särskilt framförs önskemål om en ordlista för forskningsterminologi, konkreta guider och checklistor, till exempel om att rapportera om statistik och att tolka forskningsrapporter.

Kortare och längre utbildningar i att rapportera om vetenskap liksom tillfälle att få fördjupa sig inom ett visst område, som klimat eller medicin, skulle vara användbart. Sådana utbildningar ges redan av Medieinstitutet Fojo, som är en oberoende institution vid Linnéuniversitetet i Kalmar, se avsnitt 1.5.

Även möten med forskare för att få en översikt över ett visst forskningsområde, få större förståelse för vetenskaplig metod och möjlighet till samtal kan vara intressanta att erbjuda journalister.

Svenska aktörers kontakter med massmedia

Av intervjuerna med aktörer framgår att journalister är en prioriterad målgrupp att kommunicera om forskning med. Det gäller för lärosäten, såväl som för akademier, ideella organisationer, myndigheter och forskningsinstitut. I en mindre undersökning om kommunikatorers syn på forskares kommunikation som Vetenskap & Allmänhet genomförde 2019¹⁵ svarade 95 procent av 154 kommunikatorer att journalister vid dagspress/radio/tv är en viktig grupp att kommunicera med.

4.3 Skolan

Enligt Skollagen (2010:800) ska utbildningen vila på vetenskaplig grund och beprövad erfarenhet. Det innebär att både personal och elever behöver forskningsbaserad kunskap som är trovärdig och lättfattlig. För att ringa in skolans behov har samtal förts med enskilda lärare och intervjuer skett med Skolforskningsinstitutet, Skolverket, Kommittén för utbildningsvetenskap vid Vetenskapsrådet och nätverket Vetenskap i Skolan i Sverige. De förslag som framkommit redovisas nedan.

¹⁵ [Jag vill men hinner inte, VA-rapport 2019:8](#)

Innehåll

De intervjuade lyfter fram följande behov:

- tillförlitlig och lättförståelig forskningsbaserad kunskap och nya rön inom undervisningsämnena
- förenklade versioner av nyhetsartiklar om forskning för yngre elever
- kunskapsöversikter, temamaterial och redogörelser för forskningsfronten inom aktuella områden som till exempel AI
- beskrivningar och förklaringar om vad vetenskap är och hur forskning går till
- populärvetenskapliga sammanfattningar av relevant utbildningsvetenskaplig forskning.

Tjänster

De intervjuade lyfter fram följande behov:

- guider till källkritik och olika aspekter av medie- och informationskunnighet
- möjlighet att ställa frågor till och få svar från forskare
- erbjudanden om att delta som medborgarforskare i projekt
- samlingsplats för all skolrelaterad forskning och dito konferenser.

Idag finns Skolforskningsinstitutets webbplats Skolforskningsportalen.se som innehåller verktyg, hjälpmedel och inspirationskällor kopplade till myndighetens systematiska översikter och andra forskningssammanställningar, avsedda för verksamma i skola och förskola.

Skolverkets webbplats skolverket.se erbjuder dels myndighetens egna utvärderingar, analyser och studier, dels annan sammanställd forskning inom utbildningsområdet. Där finns även artiklar och länkar till material om forskningsresultat relevanta för skolan.

4.4 Utbildnings- och forskningssektorn

Intervjuerna med svenska aktörer visar att både forskare och kommunikatörer har behov av kompetensutveckling och fortbildning inom kommunikation. Några aktörer önskar också en samlingsplats för sektorsnyheter.

Forskare

Forskare har inte intervjuats inom ramen för studien. Däremot visar en undersökning från 2019¹⁶ att merparten av de intervjuade forskarna verksamma i Sverige inte känner sig tillräckligt väl rustade för att kommunicera med andra delar av samhället, se även avsnitt 1.4.

Intervjuerna med aktörer visar att många vill och försöker stötta och coacha forskare när de ska kommunicera utanför akademien. Olika aktörer, främst lärosäten, tar fram kortare kurser, utbildningar och guider, men nationell samordning och *best practice* saknas.

Kommunikatörer

Kommunikatörer är en yrkesgrupp som växt kraftigt på senare år, både i samhället i stort och vid lärosätena i Sverige. De som arbetar med

¹⁶ [Jag vill men hinner inte, VA-rapport 2019:8](#)

forskningskommunikation har dock sällan utbildning i just detta. I Sverige finns många akademiska utbildningar inom medie- och kommunikationsvetenskap men inga som specifikt utbildar i forskningskommunikation.

I intervjuerna med aktörer uttrycker många önskemål om kortare kurser och webinarier för att kompetensutveckla kommunikatörer. Flera lyfter fram den årliga konferensen *Forum för forskningskommunikation* som en möjlighet till fortbildning och nätverkande med andra som kommunicerar forskning.

5 Utblickar utomlands

För att hämta inspiration och vägledning har vi undersökt vad som görs i andra länder, främst i Europa. Vi har sökt efter dels initiativ för att samordna kommunikation och rapportering om forskning nationellt, dels olika sätt att stödja och genomföra forskningskommunikation. De i vårt tycke intressantaste initiativen redovisas i detta kapitel.

5.1 Nationella initiativ i andra länder

Nationella samverkansinitiativ med stort genomslag, där aktörer arbetar tillsammans för att tillgängliggöra forskning och forskningsresultat, beskrivs i detta avsnitt. Företrädare för initiativen har intervjuats och deras webbplatser har gått igenom. Initiativen är sorterade efter i vilket land de finns och de presenteras kortfattat avseende ändamål, innehåll, målgrupp, innehåll/arbetsätt, organisation och finansiering. Längre beskrivningar (på engelska) av dem återfinns i bilagan. Två särskilt intressanta initiativ har också besökts och beskrivs utförligare: danska *Videnskab.dk* och norska *Forskning.no*.

Alla plattformar har haft ett ökat antal besökare de senaste åren, förmodligen beroende på covid-19-pandemin och allmänhetens behov av pålitlig, forskningsförankrad och evidensbaserad kunskap. Dock finns en del tecken på att antalet besökare minskar igen.

Belgien: Daily Science

Daily Science (dailyscience.be) är en oberoende nättidning som vill göra belgiska forskningsnyheter tillgängliga för allmänheten. Innehållet är på franska och består av nyhetsartiklar, forskarporträtt, filmer, foton och en planerad podd. Varje dag publiceras en nyhet om forskning och innovation som sker i Belgien. Nättidningen startades 2014 av en vetenskapsjournalist och frilansjournalister anlitas för att producera innehållet. Den finansieras genom bidrag från offentliga aktörer och intäkter från journalistiska tjänster.

Danmark: Videnskab.dk

Videnskab.dk erbjuder oberoende nyheter om vetenskap på danska. Redaktionen är Danmarks största vetenskapsredaktion och Videnskab.dk den mest lästa publikationen om vetenskap i Danmark. Visionen är att göra danskarna klokare och att skapa ett växande intresse för vetenskap och kunskap – i samhället i stort och framför allt bland unga.

Historia

Videnskab.dk har sitt ursprung i en tankesmedja om förståelse för forskning, med syfte att ge befolkningen bättre inblick i och större förståelse för forskningens betydelse i det moderna kunskapssamhället. Tankesmedjan kom 2004 med rapporten *Forsk og fortæl* som innehöll en rad rekommendationer om åtgärder för att åstadkomma detta. Videnskab.dk startade 2008 och var då placerat på Danmarks Tekniske Universitet. 2013 blev plattformen institutionellt

flyttat till Danmarks Medie- och Journalisthögskola, som sköter administration och ekonomi.

Sedan starten har Videnskab.dk samarbetat med norska forskning.no, se nedan, som också varit en inspiration för den danska plattformen. Sajterna utbyter innehåll och etablerade 2009 den gemensamma plattformen *ScienceNordic.com* som publicerar texter på engelska till en internationell publik. Denna sajt drivs dock endast av forskning.no sedan 2020.

Organisation och finansiering

Videnskab.dk är en självständig och obunden nätpublikation, med en redaktion och en chefredaktör. Juridiskt är organisationen knuten till Danmarks Medie- och Journalisthögskola. På grund av danska lagar, EU-regler om statligt stöd och plattformens behov av att ta betalt för vissa tjänster har det inte varit möjligt för Videnskab.dk att bli en självständig juridisk enhet, något som innebär både fördelar och nackdelar. Fördelar är bland annat tillgång till ekonomi- och HR-avdelning, hjälp med administration, möjlighet att bedriva kommersiell verksamhet och att dra av moms. Nackdelar är bland annat en större byråkrati, avsaknad av egen styrelse och risk att inte uppfattas som självständig.

Utbildnings- och forskningsministeriet stödjer Videnskab.dk. Det statliga stödet var 6 miljoner danska kronor år 2021 och utgjorde då runt hälften av intäkterna. För att finansiera den journalistiska verksamheten har Videnskab.dk ett utbud av tjänster som de antingen tar betalt för eller driver med projektbidrag. Projektbidrag från fonder uppgick till cirka 4 miljoner och intäkter från försäljning av tjänster till cirka 2 miljoner danska kronor 2021. Mindre intäkter kommer också från annonsering.

Sedan 2018 finns många av kringaktiviteterna i en egen organisation, *Center for Faglig Formidling* (som under 2022 byter namn till *Videnskabsbureauet*), framför allt för att de ska kunna bedrivas fristående. Journalisterna på Videnskab.dk arbetar inte med de externa uppdragen.

Inom Center for Faglig Formidling arrangeras kurser för forskare och journalister, till exempel inom berättande och kommunikation. Centret håller även utbildningar och workshops hos forskande organisationer. Videnskab.dk administrerar och marknadsför också projektet Bestill en forsker för Uddannelses- og Forskningsstyrelsen och driver *Forskerzonen*, se nedan.

Innehåll

Redaktionen publicerar varje dag fritt tillgängliga forskningsnyheter och fördjupningar som bygger på dansk forskning. Materialet är såväl texter, som poddar och filmer. Redaktionen består av ett tiotal journalister, fasta frilansare, journaliststudenter och praktikanter.

Videnskab.dk bevakar och skriver om alla ämnesområden liksom om aktuella frågor där forskare får stå för svaren. Det finns en ämnesindelning på startsidan och genom taggning med ämnesord och länkar till relaterat innehåll får användarna tips om annat material som kan vara relevant för dem. Det finns också en sektion kallad "Fråga vetenskapen", där forskare svarar på besökarnas frågor, och avdelningen Forskerzonen där forskares egna populärvetenskapliga texter, filmer, bokutdrag och debattinlägg publiceras.

Forskarna coachas och får redaktörshjälp inför publicering i Forskerzonen. En liten del av texterna översätts också till engelska och publiceras i ScienceNordic.com. Denna del av sajten stöds ekonomiskt av Lundbeckfonden.

De senaste åren har Videnskab.dk publicerat färre artiklar jämfört med tidigare. Målsättningen är att skriva mer genomarbetade nyhetsartiklar där flera källor citeras. År 2021 publicerades 845 journalistiska artiklar. Utöver det skrevs 635 notiser om vad andra medier rapporterar om, under rubriken ”Andra skriver”, liksom 408 artiklar i Forskerzonen och 69 notiser med nytt om namn. Det innebär sammantaget runt 2 000 artiklar på ett år.

Användare

Videnskab.dk är en av Danmarks 30 mest besökta publicistiska sajter enligt Kantar Gallup. Målgrupp är den breda befolkningen, inte minst de som normalt inte tar del av vetenskap. Målsättningen är att en 15-årig gymnasieelev ska förstå innehållet.

Det totala antalet sidvisningar uppskattades under 2021 till 29,4 miljoner, jämfört med 33 miljoner 2020, ett år som hade ovanligt många besök i och med covid-19-pandemin. Antalet är dock bara en uppskattning, eftersom GDPR och den danska cookie-lagstiftningen gör att det inte längre går att mäta de användare som tackar nej till cookies. Besökarna är ganska jämnt fördelade åldersmässigt och geografiskt i Danmark. Ungefär 30 procent är under 30 år.

Cirka två tredjedelar av besökarna kommer via sökmotorer. Redaktionen jobbar målmedvetet med att rubriksätta och indexera materialet på sajten för att komma högt upp i sökmotorernas visningar. En femtedel av besökarna kommer dit via sociala medier och återstoden genom att skriva in webbadressen, via mediapartners eller via redaktionens dagliga nyhetsbrev.

Nyhetsbrevet genereras automatiskt. Det dagliga nyhetsbrevet sänds till runt 26 000 prenumeranter varje morgon kl. 7. Det finns också flera specialbrev, bland annat ett för Forskerzonen som kommer varje vecka. Sammantaget har Videnskab.dk omkring 50 000 nyhetsbrevsprenumeranter.

Kanaler

Redaktionen använder sociala medier för att nå ut. Målet är både att driva trafik till den egna sajten, sprida kunskap där människor är och att ha en dialog med användarna. Den viktigaste plattformen är Facebook där sajten har 88 000 följare (att jämföra med forskning.no 129 000 och forskning.se 8 000 år 2022). Även Instagram och LinkedIn är prioriterade kanaler, medan Twitter är automatiserat via ett RSS-flöde.

Videnskab.dk blir ofta citerat av andra medier som använder material på sajten som underlag till egna artiklar. Sedan 2016 finns ett samarbete med Danmarks största nyhetsbyrå Ritzau, som får nyhetsartiklar från Videnskab.dk för publicering i främst lokalpress. Dessutom levereras kostnadsfritt utvalt material till olika digitala publikationer att fritt publicera, till exempel till *Ekstra Bladet* och *Aller media*. Det är ett sätt att nå grupper som annars inte intresserar sig för forskning.

Tjänster och utvecklingsprojekt

2017 skapades en ingångssida för skolor där de bland annat kan läsa om hur redaktionen arbetar och ta del av artiklar inom utvalda områden. Teman tas fram tillsammans med en grupp lärare. Många söker efter material för sin undervisning på Videnskab.dk. Det studieadministrativa systemet Lectio, som nästan alla danska skolor använder, driver mycket trafik till sajten. Också Astra, som är en nätverksorganisation för lärare, använder sig av Videnskab.dk.

För danska ungdomar har Videnskab.dk startat en kanal på Youtube, *Tjek*, där de publicerar innehåll som tar sig an frågor som många unga funderar över och som förmedlar svaren med hjälp av forskare och snabba klipp. Kanalen har tidigare finansierats av flera fonder men har 2022 ingen extern finansiering och uppdateras därför sällan.

Videnskab.dk driver också en podd: *Brainstorm*, som handlar om hjärnforskning och ges ut med ekonomiskt stöd från Lundbeckfonden. Formatet riktar sig till en yngre målgrupp.

Med stöd från *Google Digital News Initiative* har Videnskab.dk i samarbete med IT-universitetet utvecklat en så kallad evidensbarometer. Det är en funktion på sajten som ger användaren en enkel och visuell indikation på kvaliteten på den bakomliggande forskningen och som används framför allt för artiklar om hälsa.

Videnskab.dk har också utvecklat en guide till god vetenskapsjournalistik för journalister, journaliststuderande och kommunikatörer, som baseras på Videnskabs-redaktionens egna erfarenheter. Även guiden har fått externt ekonomiskt stöd, bland annat av det danska Journalistförbundet, som också skickat ut den till sina medlemmar.

Redaktionen har även gjort ett manifest med fem frågor att ställa sig när man tar del av ny forskning och genomfört ett projekt kallat Nyhetstjekket för att utveckla ungas digitala källkritik.

Andra danska initiativ

De senaste åren har Videnskab.dk fått konkurrens. Nätpublikationen *Vid & Sans* startade hösten 2021 och har ambitionen att leverera forskningsbaserade svar i viktiga aktuella frågor. De har fått innovationsstöd från Kulturministeriet och arbetar med en kommersiell modell där användarna ska betala för att ta del av deras nyhetsbrev.

Redaktionen, som består av åtta medarbetare, belyser samhällsfrågor i långa texter som produceras i nära samarbete mellan en journalist och en forskare. Forskaren får betalt för att vara med och godkänner den slutliga texten.

Redaktionen finns vid Århus Universitetsförlag, som ger ut publikationen i samarbete med Folkuniversitetet i Århus. Grundtanken är att skapa en arena där allmänhet och forskare kan mötas utan mellanhänder.

Ett annat initiativ är *Science Stories*, en plattform för journalistiska texter och poddar, som vill inspirera och öka intresset för vetenskap. Ett långsiktigt mål är att skapa dialog och debatt där forskare och allmänhet möts och talar om samhällsrelevanta frågor. Sajten startades av en grupp journalister 2019 och stöds av Novo Nordisk Fonden.

Videnskabernes selskab startade 2021 verksamheten Formidlingsakademiet som erbjuder forskare gratis utbildning i forskningskommunikation, både fysiska intensivkurser och digitala kurser. Parallellt produceras en podd som tar upp de viktigaste delarna av utbildningen.

Utbildningarna är ett treårigt projekt med stöd från Carlsbergfondet och Novo Nordisk Fonden. Tanken är att de kursupplägg som utvecklas ska kunna användas av andra. De kommer också att beskrivas i bokform.

I Danmark finns även Astra som är ett nationellt center för naturvetenskap och som verkar för att stärka skolans undervisning i naturvetenskapliga ämnen till gagn för hela samhället.

Estland

Miks

Miks (som betyder 'varför', miks.ee) är en plattform som vill uppmuntra unga att vara nyfikna, ställa frågor och upptäcka vetenskap. Plattformen drivs av Estonian Research Agency sedan 2015 med finansiering från EU:s regionala utvecklingsfond. Innehållet och aktiviteterna tas fram av två anställda och en frilansjournalist med bidrag från partnerorganisationer. Allt innehåll är på estniska och utformat för att passa skolelever och lärare. Bland annat finns nyhetsartiklar om forskning, reportage om estniska forskare och deras arbete, filmer och ett kalendarium för evenemang, tävlingar och utställningar.

Novaator

Novaator (betyder 'innovatör', novaator.ee) är en estnisk portal för forskningsnyheter som drivs av ERR, Estonian Public Broadcasting, sedan 2015. Syftet är att göra både inhemska och utländska forskningsnyheter tillgängliga för allmänheten. Sajten stöds av Estonian Research Council, som finansierar två redaktörer. De arbetar tillsammans med två redaktörer finansierade av ERR. Innehållet är på estniska. Varje vecka tillkommer cirka 25–30 nyheter: artiklar, forskningsinnehåll från ERR:s tv- och radioprogram, korta filmer och vetenskapliga förklaringar på frågor som ställs av besökarna.

Research in Estonia

Research in Estonia (researchinestonia.ee) är en plattform för att visa upp estnisk forskning internationellt, främst för internationella forskare och journalister. Plattformen lanserades 2012 av the Estonian Research Council och finansieras av EU:s regionala utvecklingsfond. Två anställda och två frilansjournalister arbetar med innehållet som är enbart på engelska: artiklar om estniska forskningsnyheter, information om Estlands forskningslandskap och finansiering för forskning och utveckling, evenemangskalender och en verktygslåda med informationsmaterial om det estniska forskarsamhället.

Finland: Research.fi

Research.fi fungerar som en nationell nod, som samlar och sprider information om forskning som sker i Finland. Syftet är att öka synligheten och samhällsnyttan för finsk forskning. Målgrupper är forskare, forskningsfinansiärer, departement och myndigheter, företag, medier och allmänhet. Plattformen lanserades 2020, finansieras av Finnish Ministry of Education and Culture, och

drivs av CSC (IT Center for Science). Tio anställda arbetar med att utveckla plattformen som bygger på automatisk integrering och hopkoppling av data som redan lagras i system hos universitet, forskningsinstitut, universitetssjukhus, forskningsfinansiärer, internationella databaser, bibliotek och vetenskapliga förlag. Innehållet är på finska, svenska och engelska. Det inkluderar forskningsnyheter, publikationer, projekt, utlysningar, information om organisationer och uppgifter om forsknings- och innovationspolitik i Finland.

Research.fi håller under 2022 på att utveckla en databas med forskarprofiler. Tjänsten ska samla information om enskilda forskare från olika källor för att kunna förmedla bland annat kontaktuppgifter, arbetsgivare och andra affilieringar, cv, forskningsområden, expertuppdrag och publikationer. Att ha en forskarprofil i databasen är förstås frivilligt.

Luxemburg: Science.lu

Science.lu är en webbplattform om forskning som inrättades 2011 och som finansieras och drivs av Luxembourg National Research Fund. Huvudsyftena är att lyfta fram forskning och innovation i Luxemburg, ge stöd till lärare i naturvetenskap och bidra med vetenskapliga perspektiv till den offentliga debatten.

Huvudmålgrupper är allmänhet, journalister, lärare och unga. Tre personer, som tillsammans motsvarar drygt en heltidstjänst, arbetar ihop med frilansare, en forskningskommunikationsbyrå och ett antal lärare. Innehåll görs på något av Luxemburgs officiella språk och översätts oftast till ytterligare ett av dem (normalt franska och tyska). Materialet består av information om forsknings- och innovationssektorn i Luxemburg, filmer med vetenskapliga experiment att göra hemma, innehåll från tv- och radioprogram för unga, läresurser för lärare och föräldrar, och vetenskapliga svar på frågor som intresserar många. Fokus har nyligen skiftat mot att skapa "Science Checks" i form av fördjupande rapporter i samhällsaktuella ämnen, tänkta särskilt för journalister och politiker.

Norge: Forskning.no

Forskning.no är Norges största publikation om forskning. Det är en webbplats för oberoende vetenskapsjournalistik som de flesta aktörer inom norsk högre utbildning och forskning driver gemensamt.

Historia

Forskning.no startade 2002 på initiativ av Norges forskningsråd. Från början var tolv forskningsinstitutioner med som finansiärer. Idén var att etablera en plattform för forskningskommunikation och att sedan lämna över kontrollen till en självständig redaktion som arbetar enligt journalistiska principer. Redaktionen startade med tre personer; år 2022 är de 20 anställda.

Organisation och finansiering

Forskning.no ägs och drivs av Foreningen for drift av forskning.no med 78 organisationsmedlemmar (2022) som producerar och/eller finansierar forskning. Foreningen ska öka intresset för och kunskapen om forskning. Den ska också verka för att fler människor väljer att studera och forska, så unga är en viktig målgrupp.

Redaktionen leds av en chefredaktör och ansvarig utgivare och består av journalister, redaktör, redaktionschef, medlemsdesk och marknadsavdelning.

Publikationen drivs enligt journalistiska principer och det som i Norge kallas Redaktörplakaten (ett nationellt avtal om redaktörens självständighet, plikter och ansvar). Medlemmarna har inget inflytande över journalistiken utan redaktionen är fri att både beskriva och granska forskning, forskare och de institutioner som bedriver forskning.

Varje medlem/ägare betalar en avgift som baseras på organisationens storlek. Dessa avgifter står för runt 40 procent av de totala intäkterna om cirka 25 miljoner norska kronor (2021). Avgiftsnivåerna går från 55 000 till 506 0000 kronor (2022). Utöver det bidrar Forskningsrådet med omkring 3,5 miljoner kronor. Intäkter kommer också från projektbidrag, platsannonser, annonser som annonsbolag placerar ut på sajten, och deltagaravgifter på kurser och konferenser.

Innehåll

På sajten finns nyheter, bakgrundsartiklar, fördjupningar, debatt och bloggar som rör alla ämnesområden inom främst norsk, men även inom internationell forskning. Sajten är öppen och gratis för alla att ta del av.

De anställda på redaktionen turas om att skriva kortare nyhetsartiklar och fördjupande reportage; totalt 958 texter år 2021. Genom samarbete med danska Videnskab.dk översätts och publiceras artiklar från danska. Många av artiklarna och reportagen har lång livslängd och kommer högt upp i sökningar på norska Google.

I avdelningen Forskerzonen, ett samarbete med danska Videnskab.dk, kan forskare och ämneskunniga personer publicera populärvetenskapliga artiklar, krönikor och debattinlägg; totalt blev det 371 texter 2021. Forskare som är knutna till medlemsorganisationerna kan också få hjälp av en redaktör att bearbeta sina texter så att de kan nå en större publik. Forskerzonen hade 1,3 miljoner sidvisningar under 2021.

Medlemmar i föreningen har rätt att få material publicerat under rubriken ”Saker fra våre eiere”. Under 2021 publicerades där sammanlagt 1 068 artiklar, filmer och podd-avsnitt. Dessutom levererar medlemsorganisationerna notisunderlag som publiceras på ingångssidan och länkar vidare till organisationernas webbplatser. Materialet från medlemmarna är tydligt märkt och skiljer sig från det journalistiskt granskade innehåll som produceras av redaktionen.

Användare

Besökarna har ökat år för år med rekordhöga siffror under coronavåren 2020. År 2021 var besökarna 2,2 miljoner per månad och sidvisningarna 3 miljoner per månad. En fjärdedel av besökarna är under 29 år. Lika många män som kvinnor besöker sajten. Besökarna är spridda över hela landet. Undersökningar visar att 60 procent av norrmännen känner till forskning.no och bland unga är kännedomen 82 procent, vilket sannolikt beror på att sajten används mycket i skolan.

Kanaler

Av besökarna kommer 40 procent till sajten via sökmotorer. 30 procent kommer dit från Facebook och 30 procent genom direktlänkar från andra, från kanalens nyhetsbrev samt genom att aktivt skriva in forskning.no i adressfältet.

Forskning.no har ungefär 129 000 följare på Facebook. Det är resultatet av en målmedveten satsning med publiceringar flera gånger per dag.

Under 2021 citerades forskning.no 3 331 gånger i andra medier. Tidigare hade redaktionen avtal med många norska medier om att de fick återpublicera sajtens material mot att de länkade tillbaka till forskning.no. Numera finns färre avtal. En tidning betalar 15 000 per månad för att få publicera en artikel per dag och en annan har lov att publicera artiklar från ägarna.

Sedan starten har forskning.no samarbetat med danska systemsajten Videnskab.dk. Sajterna utbyter innehåll och etablerade 2009 den gemensamma plattformen *ScienceNordic* som publicerar texter på engelska för en internationell publik.

Tjänster och utvecklingsprojekt

2019 startades en sektion på sajten för barn och unga kallad ung.forskning.no. Den vill ge insikt i vad forskning är och hur forskare jobbar, på ett lättfattligt sätt och med enkelt språk. Sektionen hade 1,9 miljoner sidvisningar år 2021 och publicerade en artikel om dagen. För att målgruppsanpassa materialet finns ungdomspaneler och en ungdomsreporter.

Andra tjänster är ”Fråga en forskare” och flera poddar. Det finns också en sektion för platsannonser: *Stilling.forskning.no*. Nyheter på engelska finns under sektionen *Sciencenorway.no*. Blogginlägg från forskare finns under rubriken *Blogg.forskning.no*. Totalt 46 forskare bidrog med sammantaget 217 blogginlägg 2021.

Forskning.no anordnar kurser i att arbeta populärvetenskapligt för forskare och erbjuder utbildning för kommunikatörer. Varje höst arrangeras också Kommunikationsdagene i två dagar för forskare och kommunikatörer.

Andra norska initiativ

Precis som Videnskab.dk, har forskning.no konkurrens. Sedan 2013 finns en oberoende nationell nättidning med nyheter och debatt om högre utbildning och forskning kallad *Khrono*. Den är ett samarbete och finansieras av 11 av universiteten i Norge.

Dessutom finns sedan 1999 sajten Viten.no som förmedlar digitala resurser inom naturvetenskap till grund- och gymnasieskolan. Sajten är ett projekt vid Nasjonalt senter for naturfag i opplæringa som vill bidra till utforskande arbetsmetoder och kritiskt tänkande. Resurserna utvecklas i samarbete mellan högskolor och skolor.

Polen: Science in Poland

Science in Poland (scienceinpoland.pap.pl) är en offentlig informationsservice om polsk vetenskap. Målet är att lyfta fram polska forskares framgångar, både hemma och utomlands. Målgrupper är allmänheten, men särskilt unga vuxna,

studenter och forskarsamhället. Plattformen inrättades 2004 som ett resultat av ett samarbete mellan Ministry of Science (som finansierar plattformen) och Polish Press Agency (PAP). Den drivs av Foundation of the Polish Press Agency via tre redaktörer som också anlitar journalister vid PAP och korrespondenter runt om i landet. Plattformen innehåller information och journalistik om forskning och framsteg, Polens universitet, innovation, anslag, priser och belöningar, forskningskommunikation, forskarporträtt och en del internationella nyheter. Den är tillgänglig både på polska och engelska. Sajten växer med runt 50 nyhetsartiklar på polska och 15 på engelska varje vecka.

Schweiz: Higgs

Higgs (higgs.ch) är en schweizisk plattform med oberoende vetenskapsjournalistik. Syftet är att göra högkvalitativa oberoende vetenskapsnyheter och bakgrunder om forskning tillgängliga för en bred allmänhet. Plattformen drivs av en vetenskapsjournalist och innehållet produceras av frilansande vetenskapsjournalister. Allt innehåll är på tyska och omfattar både inhemska och utländska forskningsnyheter, men ur ett schweiziskt perspektiv. Materialet fokuserar särskilt på vetenskap, teknik och innovation ur ett samhälleligt och politiskt perspektiv. Det inkluderar nyhetsartiklar, längre reportage, filmer, poddar och bilder. Plattformen startade 2018 och var gratis att ta del av fram till oktober 2021. Då placerades en del innehåll bakom en betalvägg men det mesta är fortsatt fritt tillgängligt.

Spanien: SINC

SINC, Scientific Information and News Service (agenciasinc.es), är FECYT:s nyhetsbyrå. FECYT (Spanish Foundation for Science and Technology) är finansierad av Ministry of Science and Innovation. *SINC* producerar vetenskapsnyheter på spanska för spanska medier och det spanska forskarsamhället. Sex anställda, varav fem journalister som är specialister inom olika forskningsområden, arbetar på redaktionen tillsammans med två praktikanter som är journaliststudenter. Innehållet består av artiklar, rapporter, intervjuer, analyser, foton, illustrationer, infografik och filmer som är relevanta för samhället i stort och som lyfter fram spanska forskares arbete. Allt material publiceras under Creative Commons-licens så det kan användas av andra, så länge *SINC* och skribenten anges som källa.

Tyskland: Wissenschaftskommunikation.de

Wissenschaftskommunikation.de är en nationell tysk portal för forskningskommunikation. Den syftar till att förbättra kommunikationen om forskning i Tyskland genom att erbjuda ett diskussionsforum för kommunikatörer, forskare, vetenskapsjournalister och andra som är intresserade av och involverade i forskningskommunikation. Portalen drivs av Wissenschaft im Dialog i samverkan med Karlsruhe Institute of Technology och National Institute of Science Communication, NaWik.

Redaktionen består av tre personer som är anställda av de tre olika organisationerna. Den stöds av en rådgivande grupp, frilansjournalister och gästmedverkande. Portalen etablerades 2016 och finansieras genom anslag från Federal Ministry of Education and Research och Klaus Tschira Foundation. Innehållet är huvudsakligen på tyska med enstaka artiklar på engelska. Ytterligare engelskt material planeras framöver.

Portalen har fem delar: ”Journal” med nyheter om forskningskommunikation, ”Forskning” med vetenskapliga artiklar, ”Format” med beskrivningar av kommunikationsformat, ”Praktik” med kommunikationsråd och ”Arbetsvärld” om utbildningar och arbetstillfällen.

Österrike: APA-Science

APA-Science (science.apa.at) är en österrikisk plattform för forskningsnyheter. Huvudsyftet är att förmedla kunskap om forskning och utbildning till en bred publik och att öka synligheten för forskning som bedrivs i Österrike och av österrikiska forskare runtom i världen. Huvudmålgrupper är allmänheten, journalister och medlemsorganisationerna.

Plattformen skapades 1992 och drivs av Austria Press Agency (APA), som är en oberoende nyhetsbyrå. Den finansieras av medlemsavgifter på olika nivåer (2022 fanns sex huvudmedlemmar och 46 nätverkspartners).

Innehållet är på tyska och gratis att ta del av, men några delar är tillgängliga enbart för medlemmar. Materialet inkluderar nyhetsartiklar om forskning, innovation, teknik och utbildning; forskarporträtt; längre reportage och poddar. Dessutom finns material från medlemmarna, som är tydligt märkt som just det. Redaktionen består av fem journalister.

5.2 Internationella initiativ

Två internationella initiativ som etablerat sig i en rad länder runt om i världen förtjänar särskild uppmärksamhet. Deras verksamhet har tagits upp av flera svenska aktörer som menar att något liknande vore intressant att prova i Sverige. Det är *The Conversation* och *Science Media Centre*, som vi därför besökt i London och vars verksamhet vi beskriver nedan.

The Conversation

The Conversation är en fristående, engelskspråkig nyhetssajt som publicerar nyheter, kommentarer och fördjupningar för en intresserad allmänhet. Det som främst skiljer sajten från andra nyhetsmedier är att alla artiklar och reportage är skrivna av forskare verksamma vid universitet och forskningsinstitut, med stöd av journalister.

Bakgrund

The Conversation startade 2011 efter att den brittisk-australiska journalisten Andrew Jaspan fått i uppdrag att utreda hur the University of Melbourne kunde kommunicera med allmänheten på nya och engagerande sätt. Grundtanken var och är att forskares kunskap och resultat ska presenteras populärvetenskapligt, direkt till allmänheten, utan att gå omvägen via traditionella medier.

Sajten vill bidra till bättre förståelse och kunskap kring aktuella händelser och komplexa skeenden i samhället och på så sätt främja en mer faktabaserad samhällsdebatt och mer initierade samtal mellan människor. Sedan starten i Australien har The Conversation också lanserats i Storbritannien, USA, Sydafrika, Frankrike (på franska), Nya Zeeland, Indonesien (på indonesiska), Spanien (på spanska) och Kanada.

Organisation

The Conversation fungerar som en vanlig nyhetsredaktion där de anställda redaktörerna, som alla är vetenskapsjournalister, värderar nyheter och vinklar. Redaktörerna hjälper forskarna att skriva på ett sätt som engagerar och lockar till läsning. Under det senaste året har cirka 3 000 artiklar publicerats. Många texter är reaktioner på eller fördjupningar av aktuella ämnen i samhällsdebatten.

Texterna är korta och målsättningen är att språk, tilltal och svårighetsgrad ska fungera för en 16-åring att läsa och förstå. Författarna får bara skriva om ämnen som de har erkänd kompetens inom. Kompetensen ska tydligt redovisas, liksom forskarnas finansiering och eventuella intressekonflikter.

Sajten finns nu i tolv länder och varje land har sin egen organisation men ägs av Conversation Trust i England. Conversation Media Group, som driver sajterna, är en ideell organisation. Den brittiska versionen av sajten har 35 anställda.

Organisationens styrelse består av personer från universitet, medier och näringsliv. Det redaktionella rådet består av representanter från universitet och högskolor.

Målgrupper och spridning

Läsarna kommer från alla delar av samhället och är förhållandevis unga. Conversation UK uppger att de (i april 2022) har 7–8 miljoner unika besökare på sajten per månad och 15–20 miljoner sidvisningar, inklusive att texter återpubliceras på andra plattformar (se nedan). Globalt har sajterna tillsammans 15–18 miljoner unika besökare och 70–80 miljoner sidvisningar per månad. Det finns åtta editioner av The Conversation. Hälften av trafiken till sajterna kommer från sökmotorer. Ungefär fem procent av artiklarna på den brittiska editionen översätts till franska. Tio procent av de franska artiklarna översätts till engelska.

Förutom sajterna har Conversation ett flertal Facebook- och Twitterkonton liksom dagliga nyhetsbrev som når cirka 90 000 läsare. Dessutom finns veckobrev och tematiska nyhetsbrev. Sajten anordnar också webinarier med forskare och gör poddar.

Merparten av läsningen sker någon annanstans än på The Conversations webbplats. Allt material är nämligen fritt att använda och återpublicera under creative commons-licens. Sajten har också samarbeten med tidningar som regelbundet publicerar helsidor eller uppslag med material från The Conversation. Dessutom kan journalister finna uppslag och experter som är vana vid att samarbeta med medier.

Alla författande forskare står till förfogande efter publicering. Kontaktuppgifter finns tillgängliga invid artikeln, där forskaren också kort presenteras. The Conversation har en databas där journalister och andra kan söka efter experter inom alla tänkbara områden. Databasen innehåller runt 50 000 akademiker.

Finansiering

The Conversation har en uttalad idé om att ge fri tillgång till information till så många som möjligt. Sajten finansieras genom stöd från universitet och forskningskluster, statligt stöd och bidrag från privatpersoner, näringsliv och fonder. Enligt en intervju med vd Chris Waiting i april 2022 betalar varje

universitet en årlig avgift på 16 000 brittiska pund medan de franska universiteten betalar mellan 16 000 och 18 000 euros per år.

Utöver universitetens medlemsavgifter, som står för knappt 80 procent av intäkterna, får organisationen bidrag från bland annat Research England. Donationer från läsarna har ökat kraftigt de senaste åren och var sammantaget 160 000 pund år 2021. Därtill kommer finansiering för olika projekt, till exempel produktion av poddar, från UK Research and Innovation, UKRI.

Lärosätenas roll

The Conversation hade 85 universitet som medlemmar år 2022, de flesta i Storbritannien. Tre medlemmar är svenska (Lunds universitet, Karolinska Institutet och Stockholms universitet) och ett dussin sammantaget finns i Australien, Sydafrika, Kanada, Nya Zeeland, Irland, Frankrike och Spanien. Målet är att ge medlemmarna hjälp att stärka sin profil genom att deras forskare får komma till tals inför en global publik. Sajten är på så sätt en marknadsföringskanal för universiteten.

Forskarna vid de aktuella universiteten får tillgång till ett publiceringsverktyg som hjälper skribenten att kontrollera sin texts läsbarhet men också visar statistik om var och hur texten når ut och läses. Forskare som tillhör medlemsuniversiteten kan själva föreslå ämnen för artiklar och blir oftare tillfrågade att skriva än andra forskare. Dessutom ges viss utbildning för forskare vid medlemsuniversitet, där Conversations redaktörer lär ut hur man skriver för att nå fram.

Förutom med de individuella forskarna har The Conversation också regelbundna kontakter med medlemsuniversitetens ledningar och löpande kontakt med deras pressansvariga och kommunikatörer. Varje dag sänds ett mejl ut till kommunikatörerna med förfrågningar om lämpliga forskare.

Forskarna får ingen ersättning för att medverka, men deras forskning får ofta stor spridning. I snitt läses en artikel av 30 000 personer. Vissa ämnen är populärare än andra, inte minst medicin och hälsa, där läsarna ofta kan räknas i hundratusental.

Möjligheter till samarbete med Sverige

The Conversation vill gärna diskutera med en kommande plattform om olika möjligheter att få fler av de svenska universiteten och högskolorna som medlemmar. Eftersom kostnaden för medlemskap är relativt hög (år 2022 motsvarande cirka 200 000 kr per år) föreslår de att svenska aktörer gemensamt skulle kunna finansiera en svensk redaktör för The Conversation, gärna baserad i Sverige. Denna skulle kunna ha kontakt med samtliga svenska lärosäten och ansvara för ett särskilt nyhetsbrev för svenska/skandinaviska mottagare. Texter som skrivs för The Conversation vid svenska lärosäten skulle även kunna översättas till svenska och publiceras på en svensk plattform för forskningsnyheter.

Science Media Centre (SMC)

Detta center i London, Storbritannien, erbjuder brittiska nyhetsmedier stöd när de rapporterar om forskning, kontroversiella ämnen och stora nyhetshändelser.

Syftet är att förbättra mediers rapportering om forskning. Arbetet styrs till stor del av mediernas behov.

Forskare erbjuds stöd inför mediekontakter och kan ingå i SMC:s databas med experter. Även kommunikatörer får hjälp att presentera forskning på ett korrekt och ansvarsfullt sätt. Centret anordnar dessutom olika kurser, press-briefingar och andra möten.

Bakgrund

Det är – fortfarande – via traditionella medier som de flesta människor tar del av forskningsnyheter. För att stödja journalister att rapportera på ett korrekt sätt och öka inslaget av forskningsbaserad kunskap i det offentliga samtalet bildades SMC år 2002 i Storbritannien.

Sedan dess har konceptet spridits till Afrika, Australien, Nya Zeeland, Kanada, USA, Spanien, Tyskland och Taiwan. Alla är självständiga och har lite olika inriktning, men alla följer en gemensam policy. I Australien publicerar SMC pressmeddelanden från universitet och de låter journalister söka i deras expertdatabas på egen hand.

Samtliga SMC i världen brukar ha ett gemensamt möte vartannat år.

Organisation

På centret i London arbetar år 2022 elva personer, främst presskommunikatörer och tekniker. De följer nyhetsutvecklingen och läser pressmeddelanden om forskning, så att de vid behov kan bidra med olika typer av aktiviteter och möten. Centralt för deras arbete är en egenutvecklad databas med nästan 5 500 forskare, kommunikatörer och journalister.

Målgrupper och tjänster

För journalister producerar centret *Rapid reactions* – där experter erbjuder bakgrund och kommentarer till större nyhetshändelser. Centret tar då kontakt med ett stort antal experter och pressansvariga. Det skickar sedan ut oredigerade kommentarer från forskare som finns i databasen.

Round ups sänds också till journalister och innehåller expertkommentarer till pressmeddelanden om nya forskningsresultat. Det gäller inte minst sådant som är komplicerat eller kontroversiellt. Detta görs ofta under embargo – vilket innebär att kommentarerna kan användas först när pressmeddelandet som kommenteras är släppt. Kommentarererna kan då fritt publiceras av medier.

Press briefings anordnas digitalt eller på plats på SMC när det är riktigt stora nyheter som behöver kommenteras. *Background briefings* anordnas utifrån ett visst ämnesområde, snarare än en enskild studie.

SMC svarar också på förfrågningar från enskilda journalister om lämpliga experter att intervjua.

Några gånger per år anordnar centret kursen *Introduction to the news media* för forskare. Tidigare arrangerades även kurser för journalister i att rapportera om forskning. Med stöd från UKRI ges även medieträning för kvinnliga forskare.

Finansiering

För att verkligen kunna vara oberoende får ingen enskild aktör bidra med mer än fem procent av SMC:s totala intäkt. De som bidrar med medel får inget i utbyte mer än att de stödjer en god sak. De som bidrar är universitet, medieorganisationer och företag. Dessutom ges större bidrag från Wellcome Trust och UKRI.

Möjligheter till samarbete med Sverige

Det finns ett antal *Science Media Centres* runt om i världen som arbetar självständigt men som är inspirerade av det ursprungliga SMC i London i olika stor utsträckning. Man ser gärna att ytterligare center etableras. Centret i London kan ge råd och stöd om det finns intresse för att starta ett i Sverige.

5.3 Initiativ utanför Europa

I arbetet ingår inte att göra någon kartläggning av tjänster i andra världsdelar. Under arbetets gång har vi dock stött på några tjänster som kan inspirera och som därför kortfattat beskrivs nedan.

Scimex

Scimex (*Science Media Exchange*, scimex.org) är en nyhetsportal på nätet för Australien och Nya Zeeland, startad av Australian Science Media Centre, i samarbete med Science Media Centre of New Zealand. Huvudsyftet är att hjälpa journalister att bevaka vetenskap.

Portalen har ett nyhetsflöde med innehåll från universitet, forskningsinstitut, vetenskapliga tidskrifter och konferenser. Journalister kan anmäla sig för att få ta del av innehåll under embargo (vilket innebär att journalisterna får material i förväg men får vänta med att publicera det tills resultaten blivit offentliga). Det finns också en databas med kontaktuppgifter till forskare, bilder, filmer och grafik som är fria att använda för medier. Där finns även en evenemangskalender.

Scimex är gratis att använda för journalister och experter medan forskningsorganisationer betalar för att få ha med sitt material. Portalen har utvecklats med finansiering från regeringens Inspiring Australia-program, och får också ekonomiskt stöd från stiftelser.

Futurity

Futurity (futurity.org) är en plattform som sedan 2009 samlar nyhetsartiklar om forskning som sker vid framstående universitet i USA, Kanada, Europa, Asien och Australien. Den koordineras av University of Rochester i USA och bildades eftersom universiteten tyckte att det var svårt att få traditionella medier att rapportera om deras forskning.

Ett 80-tal universitet betalar en medlemsavgift för att få sitt material publicerat på sajten. Materialet redigeras i vissa fall innan det publiceras. Förutom artiklar och pressmeddelanden finns även filmer, intervjuer, presentationer och ljudfiler på portalen.

SciLine

SciLine (sciline.org) är en oberoende och icke vinstdrivande service för journalister och forskare i USA. Syftet är att få mer forskning och fler forskare att inkluderas i nyhetsrapporteringen.

SciLine kopplar samman amerikanska journalister med forskare och forskningsresultat genom en matchningstjänst, webbaserade briefings i olika ämnen, snabbfakta om områden kopplade till forskning i nyheterna, kommentarer från experter vid stora nyhetshändelser, och intervjuer med forskare för vidareändning. Även medieträning för forskare och fortbildning för journalister erbjuds. Alla tjänster är kostnadsfria.

SciLines anställda är erfarna forskare, kommunikatörer och journalister. Forskare i både USA och Kanada används som experter i de olika tjänsterna för journalister.

Initiativet finns vid och stöds av American Association for the Advancement of Science. Huvudfinansieringen kommer från Quadrivium Foundation, med ytterligare bidrag från andra filantropiska organisationer och stiftelser.

6 Synen på samarbete

I detta kapitel sammanfattar vi de åsikter, synpunkter, idéer, förslag och andra medskick om hur forskning kan göras mer tillgänglig som föreslagits av företrädare för grupper och för organisationer som producerar, finansierar, kommunicerar om och/eller använder sig av forskningsbaserad kunskap.

En viktig fråga är vilka språk en framtida plattform ska vara tillgänglig på. Om så många som möjligt ska kunna ta del av den bör den finnas såväl på svenska som engelska, och även på de vanligaste minoritetsspråken.

Vilka som har medverkat och lämnat synpunkter framgår av kapitel 8.

6.1 Syfte och mål

I intervjuerna med olika aktörer framträder en rad syften och mål med deras kommunikation om forskning. Vanligast är att de vill:

- öka förståelsen för vad vetenskap är
- möjliggöra att forskningen kommer till användning
- sprida kunskap och göra människor klokare
- visa på nyttan och värdet av forskning
- öka intresset för forskning
- erbjuda mötesplatser för allmänhet och forskare.

6.2 Målgrupper för ett svenskt gemensamt initiativ

De utländska plattformar vi kartlagt har väldigt olika målgrupper. Det hänger samman med att de har olika övergripande mål. Målet kan vara att förse allmänheten med forskningsnyheter, att utveckla material för att väcka ungas nyfikenhet på forskning, att stödja lärare i deras undervisning, att producera innehåll för medier eller att stödja dem som arbetar med forskning eller forskningskommunikation.

I arbetet med förstudien har det framkommit både önskemål och behov av ökad tillgång till kommunikation om forskning hos en rad svenska målgrupper. Vi presenterar dessa grupper nedan.

Journalister

Den målgrupp som flest aktörer lyfter fram som angelägen att vända sig till är journalister. Eftersom de vanligaste källorna för att ta del av nyheter om forskning är tv och dagstidningar, se avsnitt 1.3, kan en funktion som bistår journalister med uppslag och med hjälp att nå rätt forskare, bidra till att öka medierapporteringen om forskning. På så sätt kan fler människor få tillgång till nyheter som rör vetenskap. Några aktörer föreslår att medier också skulle kunna få återpublicera materialet på en plattform om forskning fritt, eller mot en mindre avgift.

Företrädare för medier som vi intervjuat uttrycker stort intresse för att rapportera om forskning och för att få tips om och tillgång till forskare att intervjuas, se kapitel 3.

Skolan

Få aktörer har skolan som en prioriterad målgrupp. Ändå menar många att det är angeläget att erbjuda skolan bra undervisningsmaterial om forskning. Eleverna skulle ha nytta av aktuell, kvalitetssäkrad och lättillgänglig forskningsbaserad kunskap, både inom olika skolämnen och om aktuella frågor. Lärare har samma behov men behöver också mer djuplodande kunskap och ta del av nya rön inom sina undervisningsämnen liksom inom utbildningsvetenskaplig forskning.

En statlig utredning¹⁷ föreslog 2018 att Skolforskningsinstitutet dels skulle göra fler systematiska kunskapsöversikter, dels utveckla en nationell webbplats för att underlätta för verksamma inom skolväsendet att medverka i och ta del av praktisknära forskning. Förslagen har inte genomförts.

Allmänheten

Allmänheten är ingen målgrupp brukar det sägas – den är alltför bred, eftersom den består av oss alla. Många aktörer menar dock att allmänheten är en rimlig målgrupp eftersom forskning bör vara tillgänglig för alla, i en sådan form att den är möjlig att förstå och använda. Det innebär att alla ska ha tillgång till information utifrån sina egna förutsättningar, oavsett läsförmåga eller funktionsnedsättning.

De intresserade

Mycket av den kommunikation om forskning som sker i Sverige riktar sig till de som redan är intresserade av forskning. Det handlar dels om människor som är generellt intresserade av att ta del av forskningsrön, vetenskapsjournalistik och populärvetenskap, dels om de som har behov av ny kunskap som är relevant för deras arbete, studier eller fritidsintressen, liksom för kompetensutveckling, fortbildning och bildning.

De svårnådda

Vetenskap är intressant för stora delar av den svenska befolkningen, se avsnitt 2.2, men det betyder inte att de aktivt söker reda på nyheter och rön som rör forskning. Som användarsökningen visar, se avsnitt 4.1, är det ofta av en slump som människor utan särskilt intresse för vetenskap råkar på information om forskning.

Ännu mer svåra att nå är de grupper i samhället som inte är så intresserade av nyheter generellt eller naturligt kommer i kontakt med forskning. Många aktörer vill ändå försöka få kontakt med de svårnådda och väcka nyfikenhet på vetenskap. Till exempel har Sveriges lärosäten ett uppdrag om att bredda rekryteringen till sina utbildningar. Flera nämner bibliotekarier som en viktig intermediär för att nå både svårnådda och redan intresserade.

¹⁷ [Forska tillsammans – samverkan för lärande och förbättring. SOU 2018:19](#)

De folkvalda

I och med pandemin blyxtbelystes behoven av kommunikation om forskning, för att kunna fatta välunderbyggda beslut. Att såväl individer som organisationer ska kunna ta beslut som vilar på forskningsbaserad kunskap och evidens råder det konsensus om. Här kan en plattform spela en viktig roll. Många aktörer lyfter också fram beslutsfattare som en viktig målgrupp för initiativet.

Forskare

Den svenska forskningssektorn är stor och de forskande organisationerna är även konkurrenter om de forskningsmedel som finns att söka. Trots det samverkar de redan på flera sätt. Ett sätt att främja samverkan inom sektorn och med andra samhällsaktörer kan vara att samla nyheter för och om sektorn på ett och samma ställe. Det kan handla om vilka forskningsmedel och tjänster som finns att söka, vilka projekt som pågår och vilka som arbetar i olika fält – information som efterfrågas av flera aktörer.

När det gäller att kommunicera forskning till grupper utanför akademien krävs att forskarna har förmåga att göra det på sätt som fungerar även för icke-akademiker. Många aktörer påtalar behovet av att erbjuda forskare kurser och kortare utbildningar i olika aspekter av att kommunicera forskning.

Kommunikatörer

Det finns många som arbetar med att kommunicera om forskning på lärosäten och vid andra forskande och forskningsfinansierade organisationer. Samtidigt finns det inga särskilda utbildningar i just forskningskommunikation. De flesta som arbetar som forskningskommunikatörer och presskommunikatörer har en allmän kommunikations- eller journalistutbildning, på samma sätt som den mesta rapporteringen om forskning i media görs av allmänreportrar, inte vetenskapsjournalister. En del efterlyser därför möjligheter till kompetensutveckling och fortbildning för att kommunikatörer ska kunna bli bättre på att kommunicera om forskning.

6.3 Innehåll

Vetenskapsrådet betraktar forskning.se som grunden för en större samverkan kring att sprida kunskap om forskning. Sajten är redan i dag välbesökt, med över fyra miljoner sidvisningar år 2021. Webbplatsen behöver dock utvecklas för att kunna möta de behov som finns.

Nedan beskrivs de önskemål om innehåll som framförts av företrädare för både målgrupper och aktörer. En övergripande synpunkt är att innehållet bör vara tillgängligt både på svenska och engelska, och gärna även på de vanligaste andra språk som talas i Sverige.

Forskningsnyheter

Nyheter om forskning som är kopplade dels till vad som är aktuellt eller berör människor i vardagen, dels till nya resultat, rön och vetenskapliga publiceringar, är det som efterfrågas mest både av olika målgrupper och av aktörerna som arbetar med forskning i Sverige.

Ett förslag som framkommit är att nyheterna skulle kunna märkas så att det tydligt framgår huruvida den studie som rapporteras har genomgått peer review, om den baseras på djurförsök etcetera. Det skulle göra det enklare att bedöma innehållet i nyheterna. Likaså påtalar flera att det är viktigt att länka till mer information eller direkt till de studier, avhandlingar och vetenskapliga publiceringar som nyheterna bygger på.

Huruvida en svensk framtida plattform ska innehålla egenproducerade forskningsnyheter eller enbart redigera, paketera och tillgängliggöra nyheter från andra organisationer är en vattendelare. Många aktörer menar att det är egenproducerat material som är mest attraktivt och som skulle vara värdefullt att erbjuda. Andra argumenterar för att sådan journalistik inte behövs eftersom den redan görs av andra redaktioner, såväl i public service-radio och tv, som kommersiella dagstidningar och tv-kanaler, liksom i populärvetenskapliga tidskrifter.

Nyheter ska inte förstås enbart som skrivna artiklar och reportage. Det kan även handla om kortare och längre filmer om ny forskning, intervjuer med forskare och explainers – korta pedagogiska klipp – baserade på forskningsbaserad kunskap.

Ett annat populärt format är poddar där forskare medverkar. Poddarna kan antingen handla om vetenskap generellt eller fokusera på vissa teman eller discipliner. Det finns också en rad kommersiella poddar där forskare medverkar.

Generella önskemål som framkommit är att materialet på en framtida plattform ska vara lättfattligt, tydligt strukturerat, väl kategoriserat och enkelt sökbart. För att locka till att botanisera i materialet föreslås en rad funktioner:

- hänvisningar (andra som läst x gillade också y)
- möjlighet att spara artiklar för senare läsning
- möjlighet att följa en skribent eller forskare och ta del av ett flöde av den personens artiklar
- korta sammanfattningar av varje artikel
- popularitet: hur många som tagit del av en viss artikel
- utskriftsfunktion / pdf av artikeln.

Kunskapsöversikter

Både journalister och skolpersonal efterfrågar kunskapsöversikter och sammanställningar av forskningsbaserad kunskap inom olika ämnen. De andra aktörerna är mer tveksamma till möjligheten att ta fram sådana översikter – det innebär ett omfattande arbete och för att hålla översikterna aktuella behöver de löpande ses över, justeras och kompletteras. Det finns dock en del populärvetenskapliga översikter som skulle kunna inkluderas i en plattform, till exempel de korta skrifter kallade Vetenskapen säger, som Kungl. Vetenskapsakademien sammanställer.

Förklara forskning

Både målgrupper och aktörer efterlyser beskrivningar av vad vetenskap är och hur forskning går till. Det kan till exempel handla om redogörelser för vetenskapens historia och hur nya forskningsresultat granskas av andra forskare (peer review), liksom stöd i hur man kan läsa och bedöma vetenskapliga publikationer och tolka statistik.

En del sådant material finns redan framtaget av olika aktörer och skulle kunna länkas till eller samlas på en framtida plattform.

Seminarier, konferenser och evenemang

Runt om i Sverige anordnas varje år tusentals seminarier, konferenser och andra evenemang där forskning inom olika områden, liksom aktuella samhällsfrågor, presenteras och diskuteras. Många av dessa arrangemang filmas och en del går också att följa live.

En del aktörer menar att detta material borde kunna länkas till och göras sökbart på en plattform. Några har också önskemål om ett nationellt kalendarium för evenemang som rör forskning.

Forskares eget material

En del forskare skriver populärvetenskapligt om sin forskning. Andra medverkar i samhällsdebatten genom att skriva debattartiklar. Sådant forskarskrivet material skulle kunna publiceras på en utbyggd plattform. Det kan till exempel handla om material från tidskriften *Forskning & Framsteg* eller den internationella nättidskriften *The Conversation*. Ytterligare exempel är de danska och norska motsvarigheterna till *forskning.se*, som har en särskild del kallad *Forskarzonen* där forskare själva kan skriva, prata och medverka i film om sin forskning eller debattera med utgångspunkt från sin expertis. Forskarna får stöd i skrivandet av redaktörer på *forskning.no* respektive *Videnskab.dk*.

Tiktok, Snapchat och Clubhouse

Flera aktörer uttalar intresse för att utforska nyare sociala medier för att bättre kunna nå främst yngre. De skulle gärna se samverkan med andra aktörer kring gemensamma konton där en plattformsredaktion kunde vara koordinator.

Forskning för unga

Många vill att ett svenskt initiativ särskilt fokuserar på barn och unga. Det finns en rad sådana initiativ i andra länder. Svenska exempel på barnanpassade nyheter om vetenskap och fakta finns i barntidningen *Kamratposten* och deras kp-webben, liksom i den tryckta tidningen *SvD Junior*.

För att nå unga skulle vissa forskningsnyheter på en svensk plattform kunna förkortas och förenklas, med länk till en längre artikel för den som vill veta mer.

Lärosätesnyheter

Några aktörer önskar sig nyheter om den sektor de själva är en del av eller samverkar med: De menar att en sajt liknande *research.fi* skulle behövas i Sverige, där nyheter från organisationer och myndigheter som arbetar med högre utbildning och forskning fanns samlade. Det kan handla om personer som fått nytt jobb, utnämningar, större forskningsprojekt, forskningsetik, var olika typer av infrastruktur finns, nya lagar, liksom platsannonser och utlysningar om medel.

Det som efterlyses är en samlingsplats för det som sker och dem som verkar i högskole- och forskningssektorn.

6.4 Tjänster

Det finns en rad tjänster som olika målgrupper har uttryckt önskemål om och som olika aktörer säger sig vara intresserade av att samverka kring. Utöver tjänsterna, som beskrivs nedan, påtalar många att det saknas finansiering för att utveckla just tjänster och projekt inom forskningskommunikation. I Sverige har det fram till 2022 enbart varit forskningsrådet Formas som haft återkommande utlysningar om medel för kommunikationsprojekt. Nu står flera andra forskningsfinansiärer i startgroparna, till att börja med för att finansiera kommunikationsinsatser av forskare som redan har bidrag från finansiären.

Forsknings TT

En del svenska nyhetsredaktioner har uttryckt intresse för att få publicera nyheter från en svensk plattform för forskning. Detta skulle vara något liknande en nyhetsbyråtjänst men helt fokuserad på forskning, ett ”forsknings TT”.

Ett exempel att inspireras av skulle kunna vara sajten The Conversation, se avsnitt 4.2.

Finn forskare

Både journalister och olika aktörer uttrycker intresse för att skapa en sökbar databas med relevanta experter och få en överblick över vilka forskare som finns inom ett visst forskningsområde. Exempel i andra länder är *Science Media Centre* i London och finska *research.fi*.

Några aktörer nämner också att det vore bra med en förteckning över dem som arbetar med att förmedla forskning i Sverige, till exempel museer, science centers, vetenskapsfestivaler och andra populärvetenskapliga evenemang.

Expertsvar som redan finns, fungerar väl, men det tar en viss tid att få svar eftersom tjänsten bygger på att kommunikatörerna på lärosätena ska ha tid att gå igenom mejlen med alla frågor och svara. En del journalister efterlyser en snabbare tjänst där de kan få tips på forskare som kan medverka redan i nästa nyhetssändning.

Såväl journalister som kommunikatörer vid Sveriges lärosäten har positiva erfarenheter av så kallade expertlistor. Listorna sammanställer kontaktuppgifter och beskrivningar av en rad forskare, inom olika discipliner vid lärosätet, som kan uttala sig om en aktuell fråga ur olika perspektiv. Listorna sänds som pressutskick, publiceras på lärosätets webb och en del av dem publiceras även på Expertsvar.

Fråga forskare

De flesta aktörer får mer eller mindre ofta frågor om allt möjligt som rör vetenskap, till exempel unga som vill ha hjälp med en skoluppgift. En tjänst, i form av en frågelåda, där det går att ställa frågor till forskare inom olika områden skulle vara uppskattad, både av skolan och av den breda allmänheten.

Den belgiska tjänsten ”Jag har en fråga”, *ikhebeenvraag.be*, är ett initiativ som skulle kunna inspirera. Svaren skulle även kunna spridas i sociala medier.

En annan idé är att låta forskare alterera som ”Jourhavande forskare”, som turas om att svara på frågor. Naturhistoriska riksmuseet har en liknande tjänst sedan

många år. Deras jourhavande biolog svarar på frågor från allmänheten och media, med hjälp av museets forskare.

Möten media – forskare

Både journalister och olika aktörer efterlyser möjlighet för medier att vid behov kunna ta del av forskares perspektiv. Särskilt nämns behovet av att få kommentarer av relevanta experter när nya forskningsresultat presenteras, för att få hjälp att bedöma resultatens betydelse och trovärdighet. En modell kan vara den som *Science Media Centre* i Storbritannien erbjuder: ”rapid reactions” på nya studier skrivna av experter.

Det finns också ett uttalat intresse för att kunna möta forskare digitalt vid stora nyhetshändelser och för att snabbt kunna få expertkommentarer, på liknande sätt som de regelbundna pressträffarna under pandemin då journalister kunde ställa sina frågor till företrädare för flera myndigheter.

Faktakollar

En efterfrågad tjänst, både av skola och av allmänheten, är genomgångar av huruvida olika påståenden stämmer.

Några befintliga exempel är *Dagens Nyheters* artikelserie ”Fakta i frågan” och *Svenska Dagbladets* ”Vetenskapskollen”, där forskaren Emma Frans medverkar regelbundet och reder ut aktuella frågor och påståenden. Källkritikbyråns journalister gör också regelbundna granskningar av påståenden som publiceras på deras webbplats. Även Faktajouren som drivs av Fojo arbetar med detta.

Nischade nyhetsbrev

Nyhetsbrev spelar en viktig roll för att förmedla nyheter. Vissa målgrupper har behov av mer nischade nyhetsbrev.

Vägledning i källkritik

Både skolor och allmänhet efterfrågar checklistor och guider för vägledning i hur man kan idka källkritik.

Wikipedia-artiklar

Ingen av de intervjuade, mer än Wikimedia Sverige, föreslår en satsning på att skriva fler artiklar om specifik forskning på *Wikipedia*.

Wikimedia Sverige är en ideell förening som verkar för att göra kunskap fritt tillgänglig för alla människor, särskilt genom att stödja svenskspråkiga Wikipedia och andra projekt. Föreningen samverkar gärna med ett nationellt initiativ för att det ska bli fler wikipedia-poster på svenska som rör forskning och för att tillgängliggöra forskningsdata.

Det finns en särskild del av Wikipedia för barn och unga. På ”Wikimini” kan de både ta del av och själva skriva artiklar. Det finns även en särskild enklare Wikipedia, kallad *Simple English Wikipedia*, men den är alltså inte tillgänglig på svenska.

Forskning för pedagoger

Många menar att det är angeläget att erbjuda skolan bra utbildningsmaterial om forskning inom olika fält. Lärare och annan skolpersonal är också intresserade av att ta del av sådant material samt utbildningsvetenskaplig forskning.

Forskning för skolelever/barn/unga

Skolelever/barn/unga har behov av att hitta information om hur forskning fungerar, vad som är forskning, och om forskningsresultat på ett sätt som de kan ta till sig.

Hitta och delta i medborgarforskning

Ett kommande initiativ kan inkludera en sammanställning av aktuella medborgarforskningsprojekt som allmänheten är välkommen att delta i. Sådana sammanställningar finns redan att länka till, samlade bland annat på medborgarforskning.se¹⁸.

Kompetensutveckling i forskningskommunikation och vetenskapsjournalistik

Många aktörer anger att deras anställda efterlyser och behöver kompetensutveckling och fortbildning i olika aspekter av att kommunicera forskning. Till exempel har forskare behov av utbildning i hur de kan kommunicera sin egen forskning och kommunikatörer har behov av kompetensutveckling för att bli bättre på olika aspekter av forskningskommunikation.

Medieredaktioner uttrycker intresse för och behov av fortbildning i hur man kan rapportera om forskning utan att vara vetenskapsjournalist. Journalister efterfrågar även kortfattade guider och digitala kurser, liksom att kunna bjuda in utbildare till redaktionen för kompetensutveckling. Det kan till exempel handla om utbildningar och checklistor för hur man tolkar vetenskapliga publikationer, rapporter och statistik.

Utvärdering av forskningskommunikation

De flesta aktörer anger att de utvärderar sin kommunikation om forskning, huvudsakligen genom att analysera kvantitativa mått som mediegenomslag, webbstatistik, följare och engagemang i sociala medier. Många vill göra mer djuplodande utvärderingar men uppger att de saknar tid, resurser och/eller metoder för att klara det.

6.5 Organisation

Det finns flera olika uppfattningar om hur en större samverkan kring forskningskommunikation i Sverige skulle kunna organiseras, vilken organisation som är lämplig huvudman och vilken juridisk form som verksamheten bör bedrivas i. Det är förstås också möjligt att olika delar av ett initiativ drivs av olika organisationer.

¹⁸ Medborgarforskning handlar i korthet om att forskare och frivilliga medborgare tillsammans tar fram ny kunskap. Läs mer på www.medborgarforskning.se/.

Myndighet

Myndigheten Vetenskapsrådet har ett nationellt ansvar för att samordna kommunikation om forskning och arbetar för att forskningen ska komma till nytta i samhället. Forskning.se drivs i dag av Vetenskapsrådet (med stöd från Vinnova, Forte och Naturvårdsverket). Många aktörer menar att det därför är naturligt att Vetenskapsrådet är den organisation som samordnar ett initiativ för att öka tillgången till forskning i Sverige. Andra vanliga argument för att Vetenskapsrådet bör vara värd är att det är en myndighet med stor kunskap om vetenskap och med hög trovärdighet i forskarsamhället.

En del aktörer uttalar tvärtom att ett kommande initiativ inte bör vara en del av en myndighet utan hellre vara fristående och självständigt. Det är särskilt lärosäten, finansiärer, myndigheter och forskningsinstitut som har den åsikten. Som del av en myndighet finns en risk att redaktionen inte är oberoende utan påverkas av myndighetens ledning eller av regering och departement som fördelar medel och formulerar myndighetens regleringsbrev och instruktioner.

Stiftelse

Stiftelse är en av de organisationsformer som föreslås som alternativ till myndighet. Att inrätta en stiftelse för att driva en verksamhet gör den bättre skyddad mot yttre påverkan och skapar stabilitet. Stiftelser bildas för ett bestämt ändamål och förvaltas av en styrelse. För att kunna bilda en stiftelse krävs en egendom, till exempel pengar.

Till exempel Forskning & Framsteg ges ut av en stiftelse som har till ändamål ”att utge tidskriften Forskning & Framsteg som ett organ för information om forskning och forskningsresultat samt forskningens roll i samhället”. Tio stiftande organisationer har förbundit sig att bidra ekonomiskt till stiftelsen. Dessutom finns en rad andra organisationer som ger ekonomiskt stöd.

Ideell förening

Ett annat alternativ till organisationsform som nämns är ideell förening. Nättidningen Forskning.no drivs till exempel utan vinstintresse av Foreningen for drift av forskning.no. Medlemmar är 78 norska forskningsinstitutioner. Med en ideell förening som bas skulle svenska aktörer som vill engagera sig i initiativet på motsvarande sätt kunna bli medlemmar i en ideell förening och tillsammans besluta om innehåll, inriktning och årliga avgifter.

Den enda befintliga organisation som utöver Vetenskapsrådet nämns som möjlig hemvist för initiativet är Vetenskap & Allmänhet, VA. VA är just en ideell förening med organisationer och individer som medlemmar. Föreningens ändamål är att främja dialog och öppenhet mellan allmänhet och forskare.

6.6 Finansiering

En större samverkan mellan aktörer för att göra forskning mer tillgänglig kommer att kräva mer medel än vad som läggs på forskning.se i dag.

Plattformar i andra länder finansieras på en rad olika sätt: offentligt stöd; anslag från forskningsfinansiärer, stiftelser och EU:s regionalfond; prenumerationsavgifter eller avgifter för dem som medverkar. Många av plattformarna kämpar för att finna starkare och mer långsiktig finansiering.

Vetenskapsrådet

Vetenskapsrådet är den största offentliga forskningsfinansiären i Sverige och den nationella myndighet som har samordningsansvar för forskningskommunikation. På myndigheten finns också en kommunikationsavdelning med bland annat kommunikatörer och journalister som driver: forskning.se, Expertsvar och nättidningen Curie.

Det vanligaste svaret på hur ett samordningsinitiativ kan finansieras är att det borde vara Vetenskapsrådet som står för medlen. Beroende på ambitionsnivå föreslår många också medfinansiering av andra statliga forskningsråd och gärna även av privata stiftelser och fonder.

Andra forskningsfinansiärer

De fyra statliga forskningsråden Vetenskapsrådet, Vinnova, Formas och Forte samverkar på en rad sätt och har fått en del gemensamma regeringsuppdrag genom åren. De samverkar också kring initiativ inom forskningskommunikation, som till exempel tävlingen *Forskar Grand Prix*. Ibland är även Energimyndigheten och Rymdstyrelsen med i samarbeten. Alla dessa sex finansiärer har dock inte i uppgift att kommunicera med allmänheten.

Det finns en rad privata stiftelser och fonder som finansierar och/eller kommunicerar om forskning i Sverige. Några av de största har intervjuats och flera är positivt inställda till att bidra till ett gemensamt initiativ, både ekonomiskt och innehållsmässigt.

Statliga anslag

Med tanke på att regering och riksdag har beslutat att Sverige ska gå mot ett system för öppen vetenskap kan ett nationellt initiativ för kommunikation om forskning ses som en statlig angelägenhet. Många anser också att regeringen bör uppdra åt en organisation att samordna en sådan kommunikationsplattform.

Kollektiv finansiering

Ett annat sätt att klara finansieringen är att låta alla som bidrar med innehåll få dela på kostnaderna för uppbyggnad och drift av ett samlande nationellt initiativ. I Norge drivs webbplatsen forskning.no av en förening vars ändamål är just att sköta driften av forskning.no. De 78 medlemsorganisationerna (2022) betalar avgift i förhållande till sin storlek.

I Storbritannien finansieras Science Media Centre genom att en rad olika aktörer bidrar: lärosäten, forskningsinstitut, medieorganisationer, enskilda företag med flera. För att kunna vara oberoende tillåts ingen att bidra med mer än fem procent av de totala intäkterna, med undantag för några stora forskningsfinansiärer.

Prenumerationer och annonser

Ett par av plattformarna i andra länder, kapitel 5, finansieras med hjälp av prenumerationsavgifter för den som vill ta del av innehållet. Få aktörer i Sverige bedömer att det skulle gå att finansiera ett nationellt initiativ på det sättet. Inte heller medieredaktioner uttrycker intresse för en betaltjänst även om den skulle erbjuda såväl artiklar som tips på nyhetsuppslag och stöd i att finna forskare att intervjua.

Nyhetsajterna forskning.no och Videnskab.dk delfinansieras av reklam. Reklamintäkterna står dock för en mindre del av de totala intäkterna. Både företrädare för allmänheten och för olika forskande organisationer är negativa till reklam. Att annonser är störande och minskar sajtens trovärdighet är de vanligaste argumenten.

6.7 Intressenters inställning till samarbete

De flesta intervjuade är positiva till att inrätta en större plattform för kommunikation om forskning i Sverige. Av totalt 71 intervjuade organisationer är 56 aktörer tydligt positiva till idén, 14 är osäkra på vad de anser och en är negativ.

De flesta skulle också vilja vara delaktiga i ett sådant samarbete, framför allt genom att bidra innehållsligt. 62 organisationer anger ett intresse för att förmedla innehåll och ytterligare 7 säger att de kanske kan bidra. 27 anger att det kan vara möjligt för dem att bidra ekonomiskt, medan 20 anger att de kanske kan göra det.

Akademier

Tre av fyra intervjuade akademier kan bidra med innehåll till en kommande plattform, den fjärde kan kanske bidra. En av akademierna kan också tänkas bidra ekonomiskt.

Branschorganisationer och fackförbund

Fyra av sju intervjuade branschorganisationer och fackförbund kan bidra med innehåll medan tre anger att de kanske kan bidra. En anger att de också kan komma att bidra ekonomiskt, medan sex svarar kanske.

Civilsamhällesorganisationer

Fem av åtta intervjuade kan bidra med innehåll medan ytterligare en kanske kan göra det. Två organisationer har inget relevant material som skulle kunna ingå i en plattform. Tre organisationer anger att de kanske skulle kunna bidra ekonomiskt, medan fem säger nej.

Forskningsfinansiärer

Alla utom en av 14 intervjuade forskningsfinansiärer har material som de skulle vilja bidra med till en kommande plattform. Tre finansiärer anger att de skulle kunna tänka sig att bidra ekonomiskt, medan ytterligare sex säger att det kanske skulle kunna bidra.

Lärosäten

Universitet och högskolor är generellt positiva till tanken på en gemensam plattform. 25 av 27 anger att de skulle kunna bidra med material och två säger att de kanske kan göra det. Att bidra ekonomiskt tror 16 lärosäten skulle vara möjligt, medan fem anger att de kanske kan bidra med medel och en att de skulle kunna bidra "in-kind", alltså med andra insatser än medel. Fem anser att de inte kan bidra ekonomiskt.

Myndigheter och institut

Av elva forskande myndigheter och institut som intervjuats anger alla utom en att de skulle kunna bidra med material till en plattform. Ekonomiskt kan tre organisationer tänka sig att bidra, medan ytterligare fyra uppger att de kanske kan göra det.

7 Analys och slutsatser

Det kan tyckas underligt att Sverige, med regeringens och riksdagens ambition att göra vetenskap öppen och att vara en ledande kunskapsnation, inte redan har en nationell plattform för kommunikation om forskning. Delvis finns en sådan redan i form av forskning.se men jämfört med flera initiativ i andra länder är forskning.se en relativt liten verksamhet.

Intresset för samarbete kring forskningskommunikation och för att utveckla forskning.se till något mer än i dag, är stort. En klar majoritet av aktörerna vi varit i kontakt med menar att mer samverkan behövs. Dock finns en rad olika uppfattningar om hur samarbetet bör se ut, vad och vilka det ska omfatta, liksom hur det ska styras, finansieras och marknadsföras.

I det här kapitlet drar vi slutsatser utifrån vad förstudien har visat.

7.1 Syfte och mål

Det finns en rad olika skäl till att aktörer arbetar med att kommunicera forskning. Några av de vanligaste är att forskning ska vara transparent¹⁹, tillgänglig för alla och användbar för dem behöver den. Andra anledningar är att väcka och stimulera nyfikenhet på forskning och att inspirera till högre studier, liksom att bidra till samhällsdebatten och att motverka mis- och desinformation. Många lyfter också fram fördelar för den egna organisationen, som till exempel att öka möjligheten till samverkan och finansiering, att stärka varumärket och underlätta rekrytering.

Syfte och uppdrag för forskning.se är idag att:

- bidra till att resultat från forskning kommer allmänheten till del
- göra det enkelt att hitta vetenskapligt baserad kunskap
- förklara vad forskning är.

Rekommendation: Syfte och mål för den kommande verksamheten arbetas fram i dialog mellan Vetenskapsrådet, andra aktörer som vill ingå i samarbetet och de tilltänkta målgrupperna.

7.2 Målgrupper

De grupper som flest aktörer vill rikta sig till är journalister, allmänheten och alla som vistas i skolan.

Journalister

Många aktörer har redan journalister som en prioriterad målgrupp för sin forskningskommunikation. Genom att hjälpa journalister kan de i sin tur

¹⁹ Med transparent forskning menar aktörerna att verksamhetens förutsättningar ska redovisas öppet i alla delar – finansiering, etiska tillstånd, använda metoder, ingående forskare etcetera – samt att dess data och resultat ska vara öppet tillgängliga.

rapportera mer och bättre om forskning i medier som når en bred allmänhet. Journalisterna själva uttrycker också ett stort intresse för att rapportera mer om forskning och intervjuar fler forskare.

Den målgrupp som allra flest aktörer lyft fram som angelägen är journalister/massmedier. Journalisterna själva har också en rad önskemål om att få råd och stöd för att bättre kunna bevaka vetenskap.

Allmänheten

Många aktörer lyfter fram allmänheten, särskilt den intresserade delen av allmänheten, som en prioriterad målgrupp. Flera tar också upp vikten av att nå de inte redan intresserade och engagerade i vetenskap.

Att erbjuda stöd och hjälp till journalister kan vara en genväg till allmänheten. Att vara där människor redan befinner sig är ett annat beprövat sätt. Det talar för att utgå från och vidareutveckla Expertsvar.

Många aktörer lyfter fram vikten av sökmotoroptimering så att Google och andra söktjänster kan hitta till material på den kommande plattformen. Den största delen av sidvisningarna på forskning.se liksom på forskning.no och Videnskab.dk kommer via sökmotorer.

Skolan

Det är inte så många aktörer som i dag har unga, lärare eller skolan som prioriterad målgrupp. Ändå är det många som menar att ett nationellt initiativ särskilt bör rikta sig till dels elever, dels skolpersonal.

En rad olika typer av innehåll och tjänster efterfrågas från skolans håll:

- nyheter inom olika ämnen och kopplade till aktuella samhällsfrågor
- nyheter avpassade för barn och unga
- kunskapsöversikter och teman
- fakta om vad vetenskap är och hur forskning går till
- tips om källkritik och medie- och informationskunskap
- frågelåda där man kan få svar på sina frågor av forskare och experter
- lättfattliga sammanfattningar av utbildningsvetenskaplig forskning.

Innehållet och de flesta tjänsterna på den kommande plattformen blir användbara och värdefulla för lärare och de flesta elever, även utan särskilda anpassningar.

Våren 2022 pågår en undersökning där de fyra myndigheterna på skolområdet kartlägger och sammanställer på vilka sätt de kommunicerar om forskning. Skolverket och Skolforskningsinstitutet har båda webbplatser med mycket information om relevant forskning för skolan och lärarna.

Skolan är en stor aktör med ett komplext behov av forskningsbaserad kunskap för att kunna bedriva undervisning som vilar på vetenskaplig grund. För att kunna erbjuda skolan bra stöd i det arbetet på ett bra sätt, utan att göra sådant som redan görs av andra organisationer, behöver ytterligare kartläggning och samråd ske med andra aktörer om vilka behov som finns och hur de bäst kan tillgodoses.

Rekommendation: Prioriterade målgrupper för den kommande verksamheten bör vara dels journalister, dels allmänheten, med särskilt fokus på elever och lärare. För att vara användbar för unga (skolan) bör språk och innehåll vara lättfattligt.

7.3 Innehåll

Det finns många olika idéer och önskemål om innehåll på en framtida plattform. En stor majoritet förordar nyheter från olika aktörer, av det slag som finns på forskning.se i dag. Ganska många menar att det främst är fristående vetenskapsjournalistik som behövs, eftersom mycket av medierapporteringen om forskning kostar pengar att ta del av. Andra anser att det vore oklokt om offentliga medel användes för att konkurrera med de medier, inklusive public service-bolagen, som redan bevakar forskning.

Den tidigare utredningen Forskning.framsyn (2020) föreslog att fristående vetenskapsjournalistik från tidskriften Forskning & Framsteg skulle kunna vara en del av en plattform. Tidskriftens chefredaktör/ansvarige utgivare poängterar nu vikten av redaktionellt oberoende och ser konflikter kring detta som måste lösas om ett sådant samarbete ska vara möjligt.

Att tillgängliggöra Forskning & Framstegs material på en kommande plattform tillsammans med nyheterna som i dag finns på forskning.se är dock en idé som förs fram av en rad aktörer. Den danska sajten Videnskab.dk och den norska sajten forskning.no kombinerar just material från forskningsaktörer med fristående vetenskapsjournalistik.

Att samla, sortera och tillgängliggöra filmade seminarier och evenemang uttrycker flera aktörer önskemål om och några nämner särskilt UR:s program och filmade arrangemang. Målgrupperna önskar främst korta och pedagogiska filmer som förklarar forskning.

Ett vanligt önskemål från både aktörer och målgrupper är att ge beskrivningar av vad vetenskap är och förklara hur forskning går till.

Flera lärosäten skulle vilja att deras forskare medverkade i den internationella nättidskriften The Conversation. Tidskriften är intresserad av ett samarbete kring en svensk redaktör på plattformens redaktion. Forskarskrivna texter på engelska skulle också kunna översättas till svenska och publiceras på den svenska plattformen.

Många skulle gärna se kunskapsöversikter och tematiska fördjupningar, liksom särskilda forskningsnyheter för unga. Några önskar också en samlingsplats för nyheter om och för utbildnings- och forskningssverige. Sådana satsningar blir resurskrävande och bör föregås av utförligare kartläggningar av faktiska behov.

Nästan alla pekar på vikten av transparens och tydlighet vad gäller vilka som står bakom en plattform liksom vilka urvalskriterier och redaktionella principer som styr innehållet. Värdet av ett aktivt och tydligt redaktörskap lyfts också fram.

Det råder stor enighet om att plattformen ska vara kostnadsfri att ta del av och att innehållet ska vara lätt att förstå och att ta till sig genom olika och kombinerade format: text, bilder, illustrationer, faktarutor, infografik, ljud- och filmklipp. Den

ska vara visuellt tilltalande med journalistiskt satta rubriker, ha en kraftfull sökfunktion, bra metadata och tydlig struktur. För att materialet ska kunna spridas och komma till användning kan det vara fritt att återpublicera med angivande av källa och Creative Commons-licens.

Plattformen bör vara tillgänglig på svenska i första hand. Delar av materialet bör också vara tillgängligt på engelska.

Rekommendation: Innehållet bör bestå av forskningsnyheter från olika aktörer och vara lättfattligt, välstrukturerat och sökbart. Som ett komplement kan redaktionen utifrån vad som är aktuellt initiera egna nyheter. Materialet på plattformen bör finnas tillgängligt i olika format. Forskare kan ges möjlighet att skriva för publicering på både The Conversation och på plattformen. Vilka som är avsändare och vilka redaktionella principer som styr arbetet och urvalet av nyheter ska tydligt framgå. Materialet bör vara fritt att ta del av och gärna möjligt att fritt återpublicera.

7.4 Tjänster

En rad möjliga tjänster har föreslagits av olika organisationer. De som önskas mest, både av målgrupperna och av aktörerna, är hjälp att finna forskare som kan medverka i media eller vid olika evenemang, och möjlighet att få ställa frågor till forskare. Både en frågetjänst där alla som vill kan ställa frågor om allt möjligt till forskare, och särskilda pressmöten där journalister kan ställa frågor till relevanta forskare kring en viss fråga, efterlyses. Listor med ämnen och forskare som lärosäten skickar ut till medieredaktioner inför exempelvis högtider och sommar, är också mycket uppskattade. Journalister efterfrågar även kompetensutveckling för att bli bättre på att förstå forskning och bevaka vetenskap.

En rad organisationer menar att forskare både har behov och intresse av att få hjälp och stöd i att kommunicera med andra delar av samhället. Det stämmer väl överens med andra studier, se avsnitt 1.3.

Att erbjuda material för fri publicering av redaktioner, ett ”forskningens TT”, och att utveckla mer nischade nyhetsbrev förordas också av relativt många.

En annan tjänst som en rad aktörer efterlyser är en sammanställning över möjligheter att delta i pågående medborgarforskningsprojekt. Det sistnämnda kan ske genom samverkan med medborgarforskning.se som drivs av Göteborgs universitet.

Tjänster för faktakoll och guider i källkritik på svenska finns redan på en rad webbplatser. Sådant material kan även finnas på en kommande plattform, i samarbete med någon/några av dessa.

Andra förslag till tjänster att erbjuda är utbildning och stöd i att utvärdera forskningskommunikation, och hjälp att tillgängliggöra forskning som specifikt rör och kan vara användbar för skolan. De sistnämnda förslagen har bara förordats av några få aktörer. Samtliga förslag till tjänster beskrivs utförligare i 6.4.

Flera aktörer uttalar intresse för att utforska nya sociala medier för att bättre kunna nå främst yngre. Målgrupperna lyfter fram sociala medier som bra kanaler för dem att ta del av forskningsbaserad kunskap. För att nå unga skulle vissa forskningsnyheter på en svensk plattform kunna förkortas och förenklas, med länk till en längre artikel för den som vill veta mer.

Några aktörer nämner vikten av dialog och interaktivitet på plattformen; att en redaktion behöver vara tillgänglig, aktiv i sociala medier, svara på frågor och fånga upp önskemål. Några föreslår att en plattform också skulle vara en arena för möten mellan olika typer av användare och olika aktörer. En sådan mötesplats och "community" skulle vara en tillgång för alla och ge möjlighet att involvera och engagera allmänheten och olika intressentgrupper direkt i forskning och innovation.

Rekommendation: Utveckla i första hand tjänsterna "Finn en forskare", nischade nyhetsbrev, kompetensutveckling för forskare i att kommunicera sin forskning och för kommunikatörer i att rapportera om vetenskap och stödja forskare.

7.5 Organisation

De flesta aktörer förordar Vetenskapsrådet som huvudman för ett nationellt initiativ, utifrån att det verkar fungera bra för forskning.se och Expertsvar. Andra argument är att myndigheten redan har ett nationellt ansvar för samordning av forskningskommunikation och att den har hög trovärdighet. Men många menar i stället att sajten och tjänsterna bör vara fristående från Vetenskapsrådet och att de behöver självständighet så att myndigheten inte bestämmer över verksamheten.

Ingen av de olika juridiska former som undersökts är dock särskilt väl lämpad för ett nationellt initiativ. Därför föreslås att initiativet till att börja med blir en del av Vetenskapsrådets verksamhet, men att den redaktionella integriteten och möjligheten till inflytande från olika medverkande organisationer säkerställs genom en redaktionell avsiktsförklaring, ett styrande och ett eller flera rådgivande organ. Det är också viktigt att tydliggöra utåt vilka som står bakom, liksom hur redaktionen styrs och arbetar.

Delar av verksamheten, till exempel vissa tjänster, kan andra organisationer få i uppdrag att utveckla och utföra. Många aktörer, särskilt dem som inte verkar i storstäderna, påpekar att det vore bra att plattformens medarbetare finns stationerade även i andra delar av Sverige.

Rekommendation: Vetenskapsrådet samordnar inledningsvis samarbetet kring en nationell plattform. Arbetet sker på en redaktion i Stockholm vars integritet säkerställs genom en redaktionell avsiktsförklaring. Andra aktörer som vill medverka ges inflytande via rådgivande organ. En styrgrupp med företrädare för organisationer som ingår i samarbetet fattar beslut om verksamheten.

7.6 Finansiering

Om innehållet och tjänsterna på plattformen ska vara tillgängliga för alla bör de vara möjliga att ta del av utan kostnad. Prenumerationsavgifter eller ”betalvägg” är därför inte aktuellt. Annonsintäkter delfinansierar en del plattformar i andra länder men utgör samtidigt en relativt liten andel av intäkterna. Många avråder från annonser för att de minskar trovärdigheten och gör webbplatsen mindre intressant för vissa att besöka. Däremot skulle avgiftsbelagda kurser i att kommunicera forskning kunna erbjudas forskare, kommunikatörer och journalister.

Med tanke på att plattformen utgör en samlingsplats för nyheter och annat material om forskning kan den ses som en del i strävan mot ett öppet vetenskapssystem i Sverige. Medel för att bygga upp och driva plattformen bör därför komma från offentlig sektor, antingen som ett öronmärkt bidrag från Utbildningsdepartementet eller från Vetenskapsrådet som har ansvar för att samordna arbetet med forskningskommunikation i Sverige. Flera andra forskningsfinansiärer har också uttryckt intresse och vilja att bidra med medel. Dessutom har många lärosäten angett att de skulle kunna bidra, både innehållsligt och ekonomiskt, men att de inte kan betala höga avgifter utan snarare en mindre medlems- eller abonnemangsavgift.

Rekommendation: Vetenskapsrådet finansierar inledningsfasen och andra forskningsfinansiärer ansluter under år 2023. Lärosäten och andra aktörer som medverkar i plattformen kan bidra med en mindre avgift. Utbildningsdepartementet uppvaktas om öronmärkta medel för initiativet.

8 Referenser

I detta kapitel redogörs för hur vi inhämtat kunskap. Vi namnger här de organisationer och personer som lämnat uppgifter och synpunkter, liksom skriftliga källor som använts.

8.1 Kunskapsinhämtning

Ett av huvudsyftena med förstudien var att undersöka hur olika aktörer arbetar med att kommunicera om forskning i dag och att samla deras synpunkter och idéer kring en större samverkan i Sverige. Därför har stor vikt lagts vid att identifiera och intervjua svenska aktörer, liksom företrädare för svenska medier. Därutöver har organisationer och personer i andra europeiska länder intervjuats, för att samla inspiration och erfarenheter från plattformar som kommunicerar om forskning utomlands. De som medverkat finns listade nedan.

Dessutom har fem workshoppar genomförts: två med ett referensnätverk, en med företrädare för folk-, universitets- och skolbibliotek i Sverige, en med personal vid forskning.se och en med kommunikationscheferna vid Sveriges universitet och högskolor.

Kunskap har även inhämtats genom litteratur, rapporter, webbplatser och sökningar på nätet.

8.2 Förteckning över intervjuade

Företrädare för svenska aktörer

ABF, Johanna Mårtensson, forskningsansvarig

Akavia, Marie Lindgren, kommunikationschef

BTH, Margareta Ahlström, pressansvarig

Cancerfonden, Karin Nordin, digital redaktör

Chalmers, Sara Jönsson, kommunikationsdirektör

Energimyndigheten, Ylva Norberg, kommunikationschef

Erling-Perssons stiftelse, Ylva Linderson, forskningssekreterare

Försvårshögskolan, Josefin Svensson, forskningskommunikatör

FOI, Försvarets forskningsinstitut, Maria Hugosson Bygge, pressansvarig

Folkbildningsrådet, Rebecka Svensén, kommunikationschef

Folkuniversitetet, Klara Johansson, tidningsredaktör

Formas, Elisabet Blomberg, kommunikationschef

Forskartorget, Mona Holmfors, ansvarig

Forte, Kruna Madunic, kommunikationschef

Göteborgs universitet, Maria Eriksson, sektionschef

Högskolan Dalarna, Martin Ström, tf kommunikationschef

Högskolan i Borås, Ann-Christin Andreasson, kommunikationschef

Högskolan i Gävle, Tommy Löfgren, kommunikationschef

Högskolan i Halmstad, Christa Amnell, forskningskommunikatör

Högskolan i Halmstad, Selma Sedelius, kommunikationschef

Högskolan i Skövde, Jill Elmshorn, forskningskommunikatör

Högskolan i Skövde, Elisabeth Oesterreich, kommunikationschef

Högskolan Kristianstad, Fabian Rimfors, forskningskommunikatör

Högskolan Väst, Anna Hallberg, forskningskommunikatör

Högskolan Väst, Maria Derner, kommunikationschef

IKEM, Innovations- och kemiindustrierna i Sverige, Ulla Nyman, chef public affairs

Institutet för framtidsstudier, Erika Karlsson, kommunikatör

Jönköping University, Daniel Ekman, forskningskommunikatör

Jönköping University, Camilla Hallgren, produktionsledare

Jönköping University, Åsa Idrén, kommunikatör

Jönköping University, Patrik Sandberg, webbansvarig

Karlstads universitet, Christina Knowles, bitr. kommunikationschef

Karolinska Institutet, Katarina Sternudd, kommunikationsstrateg

KK-stiftelsen, Eva Högström, kommunikationschef

KTH, Åsa Ankarcrona, kommunikationsdirektör

Kungliga biblioteket, Katarina Wiberg, handläggare öppen vetenskap

Kungl. Ingenjörsvetenskapsakademien, Ann Brunnberg, kommunikationschef

Kungl. Musikhögskolan, Marie Halling, samverkanschef

Kungl. Vetenskapsakademien, Fredrik All, kommunikationsansvarig

Kungl. Vitterhetsakademien, Karin Helander, ständig sekreterare

LIF, de forskande läkemedelsföretagen, Annakarin Svenningsson, kommunikationsstrateg

LTU, Luleå Tekniska Universitet, Sofia Stridsman, pressansvarig

Lunds universitet, Caroline Runéus, administrativ chef Max IV

Lunds universitet, Jesper Falkheimer, professor strategisk kommunikation

Malmö universitet, Ingrid Persson, kommunikationschef

Mistra, Malin Lindgren, kommunikationsansvarig

MSB, Myndigheten för samhällsskydd och beredskap, Morgan Olofsson, kommunikationsdirektör

Mittuniversitetet, Kicki Strandh, kommunikationschef (nu på nytt jobb)

Natur & Kultur, Lena Forssén, förläggare

Naturhistoriska riksmuseet, Catharina Hammarskiöld, kommunikationschef

Naturvårdsverket, Berit Oscarsson, kommunikationschef

Nobelstiftelsen, Anna Sjöström Douagi, rådgivare

PRO, Marie Näslund, samhällspolitisk chef

Ragnar Söderbergs stiftelse, Anna Wetterbom, vd

Ragnar Söderbergs stiftelse, Siavash Pournouri, kommunikationsansvarig

Riksbankens Jubileumsfond, Jenny Björkman, samverkansdirektör

Riksidrottsförbundet, Andreas Linderyd, FoU-ansvarig

Riksidrottsförbundet, Lina Wahlgren, avdelningschef

RISE, Niklas Jälevik, pressansvarig

Rymdstyrelsen, Johan Marcopoulos, kommunikationschef

SACO, Emma Nilsson, kommunikationschef

Skogsindustrierna, Torgny Persson, forsknings- och innovationsdirektör

Skolforskningsinstitutet, Eva Grönlund, kommunikationschef

Skolverket, Niklas Arevik, forskningsredaktör

Skolverket, Helena Bergmark, undervisningsråd

SLU, Sveriges lantbruksuniversitet, Sara Arons, kommunikationschef

SMHI, EvaMarie Törnström, forskningskommunikatör

Sophiahemmet högskola, Pia Hultkrantz, kommunikationsansvarig

Stiftelsen för Strategisk Forskning, Sofie Pehrsson, kommunikationschef

Stockholm Environment Institute, Robert Watt, communications director

Stockholms universitet, Johan Brandt, kommunikationschef

Sveriges Unga Akademi, Karolina Kauppi, ledamot och forskare

Sveriges Unga Akademi, Philippe Tassin, ledamot och forskare

Svensk biblioteksforening, Karin Martinsson, senior analytiker

Svenska Science Centers, Christine Sundberg Carendi, vd

Södertörns högskola, Kenneth Wall, kommunikationschef

Umeå universitet, Gunilla Stendahl, kommunikationschef

Uppsala universitet, Pernilla Björk, kommunikationsdirektör

Vinnova, Karin Sevedag Tell, kommunikationsdirektör

Wallenberg Foundations, Carina Dahlberg, kommunikatör

Wikimedia Sverige, John Andersson, verksamhetschef

Wikimedia Sverige, Eric Luth, projektledare

Örebro universitet, Sara Arvidson, kommunikationschef

Företrädare för svenska medier

Aftonbladet, Hanna Olsson Berg, biträdande redaktionschef

Blekinge Läns Tidning, Mimmi Karlsson-Bernfalk, chefredaktör

Borås tidning, Stefan Eklund, chefredaktör

Dagens Nyheter, Maria Gunther, vetenskapsredaktör

Expressen, Amina Manzoor, medicinreporter och kommentator

Frilansjournalist Torill Kornfeldt

Frilansjournalist Anna-Maria Stawreberg

Institutet för mediestudier, Lars Truedson, föreståndare

Lokalt i, Lisa Björklund, redaktör och reporter

Mitt i, Johan Thornton, redaktör

Nya Wermlands-Tidningen, Kasper Norling, redaktionschef

SR P4 Dalarna, Charlotta Rådman Frans, reporter

SVT, Ulrika Engström, nyhetsredaktör vetenskapsredaktionen

Svenska Dagbladet, Maria Carling, redaktör Idagsidan, SVD Livet

Sydsvenskan, Camilla Sylvan, redaktionschef

Sydsvenskan, Daniel Rydén, journalist

Tara, Annika Ortmark Lind, ansvarig redaktör

Tidningsutgivarna, Johan Taubert, vd

TV4 Nyhetsmorgon, Agnetha Bäckström, planeringsredaktör Nyheter

TT Nyhetsbyrån, Petra Hedbom, medicin- och vetenskapsreporter

Företrädare för utländska organisationer

Astra, Danmark, Mikkel Bohm, Director

Austria Press Agency, Österrike, Sylvia Maier-Kubala, Manager

CSC – IT Center for Science, Finland, Joonas Nikkanen, Development Manager

CSC – IT Center for Science, Finland, Tommi Suominen, Information Architect

CSC – IT Center for Science, Finland, Sonja Sipponen, Junior Coordinator

Daily Science, Belgien, Christian Du Brulle, Manager

Estonian Research Council, Estland, Siim Lepik, Manager

Estonian Public Broadcasting, Estland, Jaan-Juhan Oidermaa, Science Reporter

Estonian Research Council, Estland, Mare Vahtre, Science Communication
Coordinator

Fonds National de la Recherche, Luxemburg, Jean-Paul Bertemes,
Editor-in-chief

Formidlingsakademiet, Danmark, Peter Hyldgård, projektledare

Forskning.no, Norge, Nina Kristiansen, ansvarig redaktör

Forskningsrådet, Norge, Thomas Evensen, särskild rådgivare

Higgs, Schweiz, Beat Glogger, Editor-in-Chief

Polish Press Agency, Polen, Anna Ślązak, Editor

Science Media Centre, Storbritannien, Freya Robb, Press Officer

SINC, Spanien, Pampa Garcia Molina, Coordinator and Editor

The Conversation, Storbritannien, Chris Waiting, Chief Executive

Videnskab.dk, Danmark, Vibeke Hjortlund, chefredaktör

Videnskab.dk, Danmark, Jonas Salomonsen, nyhetsredaktör

Vid & Sans, Danmark, Carsten Fenger-Grøndahl, administrativ direktör

Wissenschaft im Dialog, Tyskland, Rebecca Winkels, Director of Communication and Strategy

8.3 Andra samtalspartners

Referensnätverk

Till arbetet med förstudien har knutits 13 referenspersoner. Dessa medverkade i två workshoppar i februari och maj 2022. Alla utom en intervjuades också individuellt.

Medverkande:

Maria Ahlsén, forskare och författare

Björn Appelgren, projektledare Internetstiftelsen

Sara Arvidson, kommunikationschef Örebro universitet

Jenny Björkman, samverkansdirektör Riksbankens Jubileumsfond

Mina Dennert, journalist och generalsekreterare I am here international

Jesper Falkheimer, professor strategisk kommunikation

Klara Johansson, redaktör tidningen Folkuniversitetet

Hannah Kroksson, generalsekreterare LSU, Sveriges ungdomsorganisationer

Åsa Larsson, frilansjournalist Källkritikbyrån

Amina Manzoor, medicinreporter Expressen

Jonas Mattsson, chefredaktör Forskning & Framsteg

Caroline Runéus, tidigare kommunikationschef Lunds universitet, administrativ chef MaxIV

Jonas Söderström, UX-specialist och författare

Övriga samtalspartners

Olle Alexandersson, Forskningsnätet Skåne

Sara Bengtsson, Bibliotek Uppsala

Maria Brännström, Vetenskap i skolan i Sverige

Catharina Ek, Upplands Väsby bibliotek

Lisa Gemmel, Svensk biblioteksörening

Åsa Lundholm, Sigtuna kommun

Gustav Löfgren, Expertsvar, Vetenskapsrådet

Pernilla Nilsson, Utbildningsvetenskapliga kommittén, Vetenskapsrådet

Linnea Saxtrup Hermansson, Linköpings stadsbibliotek

Erik Stattin, Kungliga biblioteket

Sara Tuncel, forskning.se, Vetenskapsrådet

8.4 Skriftliga källor

Här listas tryckta och digitala publikationer och webbsidor som använts i förstudien.

- Arvidson, S.; Boström, M.; Dahlgren, C.; Falkheimer, J.; Fleetwood A.M., Golkar, A.; Jonsson, A.; Lagerström, R.; Nihlfors, E.; Olsson, J.; Runéus, C.; Spehar, A.; Stier, J.; Sysner, J. (2022) *Ramverk för kurser i forskningskommunikation*. Publikation i samverkan (utkommer hösten 2022 på Vetenskapsrådets webbplats)
- Askwall, C. & Ljungström, V. (2020) *Forskning.framsyn*. Forskning & Framsteg, Vetenskap & Allmänhet (rapport på Vetenskap & Allmänhets webbplats)
- Bauer, M. & Bucchi, M. (red., 2007). *Journalism, science and society: science communication between news and public relations*. Routledge.
- Bergman, M., Bohlin, G. & Bronéus, F. (2021) *VA-barometern 2021/22* (VA-rapport 2021:5 på Vetenskap & Allmänhets webbplats)
- Bergman, M.; Bohlin, G.; Bronéus, F.; Rådmark, L. & Jönsson, A.M. *Kommunikation om corona* (VA-rapport 2021:4 på Vetenskap & Allmänhets webbplats)
- Bohlin, G. & Bakker, J. (2020) *Forskning om forskningskommunikation i Sverige* (rapport på Vetenskapsrådets webbplats)
- Bohlin, G. & Bergman, M. (2019) *Jag vill men hinner inte – forskares syn på kommunikation och öppen vetenskap* (VA-rapport 2019:8 på Vetenskap & Allmänhets webbplats)
- Bohlin, G. & Brounéus, F. (2019) *Bakom rubrikerna – Intervjuer med 12 journalister om att bevaka forskning*. (rapport 2019:3 på Vetenskap & Allmänhets webbplats)
- Ds 2022:14. *Ett hållbart mediestöd för hela landet*. Kulturdepartementet (rapport på regeringens webbplats)
- European Science Engagement Platform*, sammanställd av European Science Engagement Association (på Euseas webbplats)
- Jönsson, A.M.; Bohlin, G. & Brounéus, F. (2019) *Forskning i svensk press 1995–2015 – en innehållsanalys* (VA-rapport 2019:7 på Vetenskap & Allmänhets webbplats)
- Lindholmen Science Park (2020-03) *Medier och demokrati. (Beta Borås-projektets slutrapport 2020:1* på Lindholmens webbplats)
- Ohlsson, J. (red., 2022-05) *Mediebarometern 2021* (rapport på Nordicom's webbplats)
- Proposition 2020/21:60. *Forskning, frihet, framtid – kunskap och innovation för Sverige*. Utbildningsdepartementet (rapport på regeringens webbplats)
- Science Communication for Greater Research Impact: Position statement* (2022-06, på Science Europes webbplats)
- Skolforskningsinstitutet (2022) *Skolforskningsportalen.se* (Skolforskningsinstitutets webbplats)
- SOU 2018:19. *Forska tillsammans – samverkan för lärande och förbättring*: betänkande. Utredningen om praktikinrä skolforskning i samverkan. Utbildningsdepartementet (rapport på regeringens webbplats)

Special Eurobarometer 516 European citizens' knowledge and attitudes towards science and technology (2021) EU-kommissionen (rapport på Europeiska unionens webbplats)

Svenskarna och Internet 2022 (rapport på Internetstiftelsens webbplats)

UNESCO Recommendation on Open Science (2021-12-16, på Unescos webbplats)

8.5 Författare och direkt involverade

Huvudansvarig för förstudien är Cissi Billgren Askwall, generalsekreterare Vetenskap & Allmänhet, VA. Följande anställda vid VA har också varit involverade i arbetet: Gustav Bohlin, biträdande generalsekreterare och utredare, Helen Garrison, internationell projektledare, Lena Söderström, projektledare och pressansvarig, samt Oskar Tornborg, kontorskoordinator.

Förstudien har skett på uppdrag av och i dialog med Mikael Jonsson, chef för kommunikationsavdelningen vid Vetenskapsrådet. Löpande dialog har också förts med Sara Tuncel, samordnande redaktör för forskning.se. Även Gustav Löfgren, redaktör Expertsvar, har medverkat i arbetet.



Vetenskapsrådet
Hantverkargatan 11B
Box 1035, 101 38 Stockholm
Tel: 08-546 44 000
E-post: vetenskapsradet@vr.se
www.vetenskapsradet.se