

## Instruktioner till medverkande forskare/deltagare

Den sista fredagen i september är utlyst som Researchers' Night av EU-kommissionen. Runt om i hela Europa erbjuds hundratals aktiviteter som ska visa hur spännande och kul forskning är. 2015 arrangerades aktiviteter i över 280 städer i Europa och i närliggande länder, med omkring 1,1 miljoner besökare.

Researchers' Night arrangerades första gången 2005. Sedan 2006 har de svenska aktiviteterna knutits samman under det gemensamma namnet ForskarFredag och koordinerats av föreningen Vetenskap & Allmänhet, VA. Från och med 2012 ingår även deltävlingar i Forskar Grand Prix som en del av ForskarFredag på ett antal orter.

2016 stöds ForskarFredag ekonomiskt av AFA Försäkring, EU-kommissionen genom Horizon 2020, IKEM – innovations- och kemiindustrierna i Sverige, Jernkontoret, Kungl. Vitterhetsakademien, LIF – de forskande läkemedelsföretagen, Naturvetarna, Oskar och Maria Ekmans Donationsfond, Sveriges Ingenjörer, SULF – Sveriges universitetslärarförbund, Teknikföretagen, Vetenskapsrådet, VINNOVA, Wenner-Gren Stiftelserna, Åforsk, och lokalt av många fler finansörer och medarrangörer.

### Mål och övergripande budskap:

***”Forskare är vanliga människor med ovanligt spännande jobb.”***

Genom direktkontakt med dig som forskare ska ForskarFredags besökare få en realistisk bild av vad en forskare är och forskning innebär. Eventuella fördomar om ”virriga genier” ska utmanas. Ett mål är också att öka dialogen, tvåvägskommunikationen och interaktiviteten mellan forskare och allmänheten.

### Målgrupp

Målgruppen är den breda allmänheten, i synnerhet barn och unga.

*Tips:* Vem kommer du att möta? Är det barn, ungdomar, vuxna, blivande studenter eller pensionärer? Är du osäker – kontakta din lokala arrangör. Tänk på vilka du kommer att möta i förväg för att förbereda dig.

*”Väldigt kul och inspirerande att tala inför nästa generations eventuella forskare”*

### Målgruppsanpassa

Målgruppsanpassning innebär att du *anpassar informationen* och hur du *kommunicerar* efter målgruppens behov. Informationen ska *tillföra* mottagaren något.

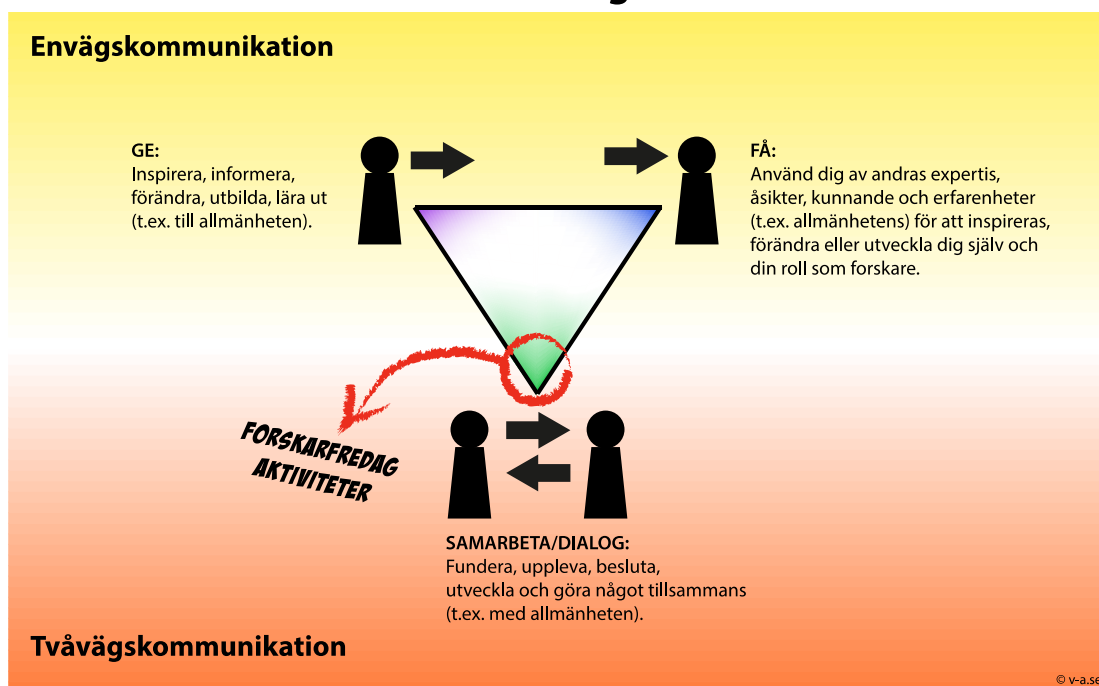
Din aktivitet ska alltid:

- Ha en identifierad målgrupp.
- Tillgodose målgruppens informationsbehov, dvs. det du förmedlar bör anpassas så att det förstås och bidrar till kunskap hos målgruppen.
- Disponeras och presenteras på ett sätt som tilltalar målgruppen och förstärker ditt/avsändarens budskap.

### Språk

Anpassa ditt språk efter målgruppen. Du är inte bland forskarkollegor. **Använd inte facktermer!** Berätta om människan bakom forskningen, hur du blev forskare och varför du valde just ditt ämne.

# Forskningskommunikationsaktivitetstriangeln FKA-triangeln



*”Spännande utmaning att locka ungas intresse för forskning.”*

*Tips:* Tänk på att det är **du** som forskare som ska stå i centrum, snarare än din forskning. Var beredd på frågor som Vem är du? Vad tjänar du? Var du en plugghäst i skolan? Hur vet du det? osv. Tänk på att även din röst, hur du hörs, vad du har på dig för kläder och ditt kroppsspråk har betydelse för hur du når fram till olika målgrupper.

## Tvåvägskommunikation

Målet är att skapa **dialog**, inte att du ska presentera något. *Se bild ovan.*

## Upplägg

Väck intresse! Varför blev du forskare?  
Varför behövs forskning? Varför just din?  
Metoden, hur du jobbar, är sällan intressant för allmänheten.

- Ha med dig en sak som representerar dig som forskare eller eventuellt din forskning. Gärna något som allmänheten eller din målgrupp kan relatera till i sin egen vardag.
- Exemplifiera! Peka på konkreta exempel för att förklara något abstrakt eller generellt. Gå från välkänt till något okänt.
- Använd inte Powerpoints eller vetenskapliga posters om de inte är VÄL anpassade till målgruppen allmänheten. Ta hjälp av din lokala ForskarFredag-arrangör om du är osäker.

*”Jag såg att våra doktorander som var med hade stor nytta av denna erfarenhet av att kommunicera med gymnasieelever och förklara sin komplicerade forskning på ett sätt som de förstår!”*

- Gör publiken/besökarna delaktiga. Involvera och ställ gärna frågor eller be om publikens/besökarnas åsikt om något. Förbered någon hands-on aktivitet eller frågesport, något som aktiverar din publik och skapar dialog.
- Var inte rädd för att testa nya grepp eller sätt att kommunicera din forskning. Bli t.ex. inspirerad på: [www.kommuniceraforskning.se](http://www.kommuniceraforskning.se)

#### **Till sist... varför ska du vara med?**

- För att det ger nya perspektiv och idéer.
- För att bli en bättre pedagog för dina studenter.
- För att lära dig förklara för vänner och släktingar vad du egentligen sysslar med.
- För att öka möjligheterna att finna finansiering.
- För att öka möjligheterna till samarbeten över ämnesgränser.
- För att främja karriären.
- För att vara till nytta för samhälle och näringsliv.
- För att öka intresset för forskning och högre studier.
- Av demokratiskäl – ge insyn och insikt.
- För att det är en lagstadgad uppgift (samverkansuppgiften, även kallad tredje uppgiften).
- För att det är allmänheten som betalar din lön (om du är skattefinansierad).

#### **Läs mer:**

[www.forskarfredag.se](http://www.forskarfredag.se)

[www.forskargrandprix.se](http://www.forskargrandprix.se)

[www.kommuniceraforskning.se](http://www.kommuniceraforskning.se)

***Tack för att du vill medverka på ForskarFredag – och lycka till!***

*”Man, lär sig alltid i mötet med andra människor, viktigt för forskare att möta allmänheten för att kunna beskriva sin forskning populärvetenskapligt. Intresset för forskningen från ungdomarna var inspirerande.”*

*”Kul att höra tankarna som väcks från människor som inte är insatta i mitt forskningsområde.”*

*”Utvecklande att på ett enkelt sätt försöka beskriva det jag gör vilket gav upphov till en del egna insikter. Allmänheten är mer kunnig och engagerad än man tror.”*