

**FORTE:**

# FRÅN FOKUS PÅ INNEHÅLL TILL FOKUS PÅ NYTTA

Ett regeringsuppdrag om att utveckla formerna för kommunikationen med relevanta målgrupper om behov och nyttiggörande av forskningsresultat (S2014/4995/SAM)

## Från fokus på innehåll till fokus på nytta

– ett regeringsuppdrag om att utveckla formerna för kommunikationen med relevanta målgrupper om behov och nyttiggörande av forskningsresultat (S2014/4995/SAM)

**Swedish Research Council for Health, Working Life and Welfare**

**Address** Box 894, SE-101 37 Stockholm · **Visiting address** Östra Järnvägsgatan 27

**Phone** +46 8 775 40 70 **Fax** +46 8 775 40 75

**Org.nr** 202100-5240 **E-mail** forte@forte.se **www.forte.se**

## Förord

Det övergripande nationella målet för folkhälsoarbetet är enligt Regeringens proposition 2002/03:35 att ”skapa samhälleliga förutsättningar för en god hälsa på lika villkor för hela befolkningen”.

Forte är en viktig aktör inom folkhälsoområdet. Under 2008–2014 beviljade Forte över en miljard kronor till forskningsprojekt som ur olika aspekter studerar folkhälsa.

Det är av stor vikt att de forskningsresultat som folkhälsoforskningen genererar kommer till nytta för samhället i stort. Därför arbetar Forte aktivt för att:

1. öka samverkan med berörda samhällsaktörer,
2. vidareutveckla finansieringsprocesserna för att i allt större utsträckning involvera brukare och andra samhällsaktörer *samt*
3. kommunicera forskning och forskningsresultat till berörda målgrupper.

Regeringen beslutade den 19 juni 2014 att ge Forte i uppdrag att utveckla former för kommunikationen med relevanta målgrupper om behov och nyttiggörandet av forskningsresultat. I denna rapport redovisas uppdraget till Socialdepartementet.

Genom forskning av hög vetenskaplig kvalitet bidrar Forte till en kunskapsbildning som ger förutsättningar för en hållbar samhällsutveckling och en god och jämlik hälsa i befolkningen. I myndighetens strategiska agenda för 2015–2018 är viktiga uppgifter att både identifiera forskningsbehov och att utveckla former för mer effektivt nyttiggörande av forskningsresultat genom aktiv kommunikation och samverkan. Forte utvecklar kontinuerligt kommunikations- och samverkansformerna bland annat genom nya arenor för interaktiv kommunikation och dialog med samhällsaktörer. Under 2014 genomfördes till exempel en tvärssektoriell mötesplats – Forte Talks – där kunskapsbehov och forskningsresultat debatterades.

Regeringens uppdrag att inom området folkhälsa vidareutveckla och testa nya former för kommunikation och samverkan med relevanta intressenter om kunskapsluckor och kunskapsbehov anknyter på ett intressant och utmanande sätt till Fortes roll som forskningsfinansierare.

I denna rapport redovisar vi hur Forte i större utsträckning kan vara en brygga mellan forskning och praktik. Vi lägger också tio förslag till prioriterade åtgärder för att mer effektivt och målgruppsanpassat utveckla och förmedla kunskap inom folkhälsoområdet. Syftet är att på ett bättre sätt kunna möta de komplexa behov av insatser som kommer att krävas i morgondagens samhälle.

Rapportens förslag avser främst Fortes verksamhet men kan även vara applicerbara och intressanta för andra myndigheter, forskningsfinansiärer och andra aktörer som verkar inom området.

Ewa Ståldal  
Generaldirektör

Anna-Karin Engvall  
Avdelningschef Forskning och kommunikation

## Innehåll

<b>Förord</b> .....	<b>2</b>
<b>Innehåll</b> .....	<b>4</b>
<b>1. Sammanfattning och slutsatser</b> .....	<b>6</b>
<b>2. Uppdraget</b> .....	<b>8</b>
2.1. Avgränsningar och reflektioner .....	8
<b>3. Tillvägagångssätt</b> .....	<b>9</b>
3.1. Kartläggning av Fortes folkhälsoforskning.....	9
3.2. Omvärldsanalyser .....	9
3.3. Kunskapsöversikt av brukarmedverkan i forskningen.....	9
3.4. Dialog med andra myndigheter och organisationer .....	10
3.5. Djupintervjuer med brukar- och intresseorganisationer.....	10
3.6. Idéworkshop om forskningskommunikation.....	10
3.7. Pilotprojekt .....	10
3.8. Personer som deltagit i uppdraget.....	10
<b>4. Omvärlden och trender inom folkhälsoområdet</b> .....	<b>11</b>
4.1. Bättre men mindre jämlik hälsa .....	11
4.2. Kunskapsluckor .....	11
4.3. Samverkan och kommunikation i forskningsprocessen.....	12
4.4. Internationell utblick .....	12
<b>5. Folkhälsa som forskningsområde på Forte</b> .....	<b>13</b>
5.1. Definition av folkhälsoforskning.....	13
5.2. Fortes stöd till folkhälsoforskning .....	13
5.3. Fortes nationella samordningsansvar inom folkhälsa.....	13
5.4. Forte centres of excellence inom folkhälsoområdet.....	14
5.5. Krav och incitament i utlysningar av forskningsstöd .....	14
<b>6. Att öka samverkan inom folkhälsoforskningen</b> .....	<b>16</b>
6.1. Brukarmedverkan i forskning .....	16
6.2. Nyttan med brukarmedverkan.....	17
6.3. Hur kan Forte arbeta med brukarmedverkan?.....	17
6.4. Utmaningar med brukarmedverkan.....	18
6.5. Myndighetssamverkan.....	18

<b>7. Att kommunicera folkhälsoforskning .....</b>	<b>20</b>
7.1. Från fokus på innehåll till fokus på nytta.....	20
7.2. Framgångsfaktorer för att kommunicera forskning .....	20
<b>8. Forte som kunskapsspridare – det här gör vi idag .....</b>	<b>24</b>
8.1. Forte Talks 2014 – en ny tvärvetenskaplig mötesplats .....	24
8.2. Konceptet Forskning i korthet .....	25
8.3. Forte Magasin.....	25
8.4. Almedalen.....	26
8.5. Tematisering.....	26
8.6. Kom igen! – ett samarbete med Ungdomar.se.....	26
8.7. Stöd till kommunikation och samverkan .....	26
<b>9. Pilotprojekt: We_change .....</b>	<b>28</b>
9.1. Upplägg och samarbetspartners .....	28
9.2. Varför ett pilotprojekt? .....	29
<b>10. Analys och diskussion.....</b>	<b>30</b>
10.1. Kommunikationsutmaningar.....	30
10.2. Vikten av att byta fokus för forskningskommunikationen.....	31
<b>11. Våra förslag.....</b>	<b>32</b>
11.1. Förslag kopplade till finansiering av forskning .....	32
11.2. Förslag kopplade till Fortes uppdrag att identifiera kunskapsluckor och forskningsbehov .....	33
11.3. Förslag kopplade till Fortes roll som kunskapsförmedlare .....	34
<b>Bilagor.....</b>	<b>36</b>
Bilaga 1. Att identifiera forskningsbehov och kommunicera resultat. En studie av forskningsråd inom folkhälsa i England, Nederländerna, Kanada och Kina	
Bilaga 2. Samverkan och delaktighet	
Bilaga 3. Forskning i korthet: Brukarmedverkan. Forskning med och om brukarmedverkan	
Bilaga 4. Samrådsaktörer	
Bilaga 5. Djupintervjuer om kommunikation och samverkan	

## 1. Sammanfattning och slutsatser

För att få till stånd en effektiv och målgruppsanpassad kommunikation och samverkan inom folkhälsoområdet anser vi att det behövs ett förändrat förhållningssätt till synen på forskningskommunikation. Att gå från det traditionella sättet att sprida färdiga forskningsresultat till att djupare undersöka hur forskningen kan nyttiggöras och utvecklas med hjälp av starkare samarbeten mellan forskare och de som är berörda av forskningen och dess resultat. Kommunikation och samverkan bör kunna genomsyra hela forskningsprocessen i de fall där det är lämpligt och tillföra nya perspektiv för såväl forskarna som brukarna. Därför är det viktigt att planera kommunikation och samverkan utifrån övergripande syfte och mål både för Forte som myndighet och för aktuella forskningsprojekt.

Den omvärldsanalys vi har genomfört kring hur andra länder arbetar med att identifiera forskningsbehov och kommunicera forskningsresultat visar på ökade krav på bred och interaktiv kommunikation och samverkan. Det finns enligt vår omvärldsanalys ingen patenterbar modell på hur samverkan och kommunikation bäst utförs. Framgångsfaktorer som framhålls för att vara effektiv i sin roll som forskningsfinansiär är bland annat samordning och samverkan med andra forskningsfinansiärer och myndigheter, att skapa plattformar för dialog med olika grupper i samhället samt att stärka mottagarkapaciteten av forskning hos politiker och andra samhällsaktörer.

För att ge forskningen bättre förutsättningar att implementeras, komma till nytta och nå ut till beslutsfattare, myndigheter, brukare, patienter, professioner med flera krävs:

- att kommunikationen blir en integrerad del i forskningsprocessen redan från start
- att man redan från början identifierat målgruppen, det vill säga vilka som är i behov av kunskapen/äger problemet för att kunna implementera den och ta den vidare
- att kommunikationen utvecklas utifrån forskningsprojektens övergripande syfte och mål *samt*
- att det finns resurser (ekonomiska och personella).

Forte listar i denna rapport tio förslag på konkreta åtgärder, utifrån Fortes roll som forskningsfinansiär, för att forskningen i större utsträckning ska bidra till en kunskapsbildning som ger förutsättningar för en jämlik hälsa och hållbar samhällsutveckling.

Förslagen visar på olika sätt hur man kan öka kommunikation och samverkan i såväl forskningsfinansieringsprocessen, i identifieringen av kunskapsluckor och

forskningsbehov samt i kunskapsförmedlingen. Detta hoppas vi på sikt ska leda till ett ökat värde av kommunikation och samverkan i meriteringssystemet.



## 2. Uppdraget

Regeringen gav den 19 juni 2014 Forte i uppdrag att utveckla former för kommunikationen med relevanta målgrupper om behov och nyttiggörande av forskningsresultat (S2014/4995/SAM).

Uppdraget innefattar att inom ramen för Fortes ansvarsområde folkhälsa vidareutveckla målgruppsanpassade och effektiva former för att samverka och kommunicera med relevanta intressenter om kunskapsluckor och kunskapsbehov samt om hur forskningsresultat ska kommuniceras. Vidare ska Forte analysera hur detta arbete kan nyttiggöras för att utveckla samverkan och kommunikation inom övriga ansvarsområden. Inom ramen för uppdraget har Forte möjlighet att genomföra en försöksverksamhet.

I berörda delar av uppdraget ska Forte samråda med relevanta målgrupper och intressenter. Däribland företrädare för patienter, brukare och närstående samt med beslutsfattare, professioner och övrig personal i hälso- och sjukvård. Samråd ska också ske med kunskapsstyrande och andra berörda myndigheter, däribland Folkhälsomyndigheten, Inspektionen för vård och omsorg (IVO), Läkemedelsverket, Socialstyrelsen, Statens beredning för utvärdering (SBU), Tandvårds- och läkemedelsförmånsverket (TLV), Tillväxtanalys, Vårdanalys, samt med Sveriges Kommuner och Landsting (SKL).

### 2.1. Avgränsningar och reflektioner

Uppdraget är brett och vi har avgränsat det till att vidareutveckla former för kommunikation och samverkan utifrån Fortes roll som forskningsfinansier.

Ambitionen har inte varit att göra en fullständig kartläggning av kommunikation och samverkan utan att lyfta fram vissa aspekter som är relevanta för att utveckla Fortes uppdrag inom folkhälsoområdet.

Vi använder i texten samlingsbegreppet ”brukare” och avser då alla som på något sätt berörs av forskningen, till exempel patienter, närstående, beslutsfattare och professioner men även andra målgrupper som intresseorganisationer och andra samhällsaktörer inom folkhälsoområdet. Ibland används även begrepp som ”berörda målgrupper”, ”samhällsaktörer” eller ”organisationer”.

### 3. Tillvägagångssätt

#### 3.1. Kartläggning av Fortes folkhälsoforskning

En intern kartläggning av Fortes forskning inom folkhälsoområdet har gjorts. Kartläggningen inkluderar definition av området, vilken typ av forskning Forte finansierar, anslagsfördelning samt styrkor och svagheter med Fortes folkhälsoforskning. Vi har även inhämtat kunskap om hur de forskningscentrum Forte finansierar inom folkhälsoområdet arbetar med kommunikation och samverkan.

#### 3.2. Omvärldsanalyser

Forskningen är global och forskningsfinansiärer runt om i världen står inför liknande utmaningar. Därför har vi även inhämtat erfarenheter från andra länder som ligger i framkant vad avser kommunikation och samverkan.

*Tillväxtanalys* har fått i uppdrag att göra en analys av hur Kina, Holland, Kanada och Storbritannien, ur ett forskningsfinansieringsperspektiv, arbetar med kommunikation och samverkan. Rapporten ger goda insikter om hur finansiering av forskning inom hälsoområdet och andra prioriterade områden genomförs, samt hur strategier för identifiering av kunskapsluckor, brukarinvolvering och kommunikation av forskningsresultat ser ut i dessa länder. Se bilaga 1.

*Vetsam*, Institutet för vetenskap och samhälle har på uppdrag av Forte kartlagt på en övergripande nivå hur Danmark, Finland och Norge arbetar med samverkan och kommunikation inom främst forskningsområdet vårdvetenskap. De har även tittat på hur brukarmedverkan kan bidra till att identifiera kunskapsluckor och hur denna kunskap kan kommuniceras till andra aktörer. Rapporten lyfter fram ett antal goda exempel och rekommendationer och är en utgångspunkt för fortsatt diskussion för den svenska kontexten. Se bilaga 2.

#### 3.3. Kunskapsöversikt av brukarmedverkan i forskningen

CASE – Centre for Ageing and Supportive Environments arbetar i sin forskning aktivt med brukarmedverkan och har utvecklat framgångsrika modeller för detta. De har på uppdrag av Forte gjort en översikt av brukarmedverkan i forskningen ur såväl ett internationellt som nationellt perspektiv. De lyfter fram olika modeller och nyttan av brukarmedverkan samt vilka kunskapsluckor som finns inom området. Rapporten ska fungera som ett diskussionsunderlag för fortsatt utveckling av området brukarmedverkan. Se bilaga 3.

### **3.4. Dialog med andra myndigheter och organisationer**

Forte har fört dialog med de kunskapsstyrande myndigheter som framgår av regeringsuppdraget samt även med andra aktörer. För lista med aktörer se bilaga 4.

### **3.5. Djupintervjuer med brukar- och intresseorganisationer**

Vi har genomfört 13 djupintervjuer med brukar-, patient- och intresseorganisationer och röster från forskarvärlden. Intervjuerna har fokuserat på hur olika grupper tar till sig och använder forskningsresultat i sin egen kunskapsförmedling samt hur de identifierar kunskapsluckor. Intervjuerna har resulterat i ett antal goda exempel och rekommendationer som återkommer i rapporten. Se bilaga 5.

### **3.6. Idéworkshop om forskningskommunikation**

15 personer som arbetar aktivt med kommunikation och samverkan inom folkhälsoområdet bjöds in till en workshop för att ta fram goda exempel, framgångsfaktorer och utmaningar för hur vi kan vidareutveckla former för effektiv och målgruppsanpassad kommunikation och samverkan. Goda exempel och rekommendationer återfinns i rapporten. Se bilaga 4 för deltagarlista.

### **3.7. Pilotprojekt**

I regeringsuppdraget anges att en försöksverksamhet kan genomföras som en del i arbetet. Forte har valt att vidareutveckla ett redan påbörjat samarbete med Ungdomar.se. Projektet innebär att Forte deltar på en hållbarhetsturné som görs vid gymnasieskolor runt om i landet. Läs mer om projektet på sidan 28.

### **3.8. Personer som deltagit i uppdraget**

Från Forte har följande personer arbetat med regeringsuppdraget: Kruna Madunic, Stina Moritz, Thomas Jacobsson, Kerstin Carsjö, Staffan Arvidsson, Peter Allebeck och Anna-Karin Engvall.

## 4. Omvärlden och trender inom folkhälsoområdet

ForTE ansvarar för forskning inom hälsa, arbetsliv och välfärd. De är alla viktiga politikområden som har grundläggande betydelse för människors levnadsförhållanden och folkhälsa. De är starkt beroende av det som händer i ekonomin, den tekniska utvecklingen och på arbetsmarknaden, men även av socialförsäkringar och andra socialpolitiska insatser.

Ett föränderligt samhälle genererar ständigt nya – ofta globala och alltmer komplexa – utmaningar. Tillväxt och strukturförändring skapar helt nya villkor för såväl hög- som lågutbildade. Arbetsinnehåll och arbetsorganisationen förändras med konsekvenser för individernas hälsa och delaktighet.

### 4.1. Bättre men mindre jämlik hälsa

Skillnader i befolkningens hälsa ökar trots att hälsan överlag förbättras. Befolkningen lever längre och är friskare trots att allt fler lever med kroniska sjukdomar. Bestämningfaktorer, som skapar hälsa, är inte i första hand medicinska frågor, utan har sina rötter i människors levnadsförhållanden, deras livsstilar och samhällets värderingar.

Relevant forskning och ökad innovationskraft inom välfärdssektorn behövs för att bidra till jämlik hälsa och välfärd och till att utveckla hälso- och sjukvård, socialtjänst och arbetsliv. Det hälsobefrämjande perspektivet behöver också anpassas till såväl den demografiska utvecklingen som det mångkulturella samhället. Att involvera fler aktörer, såsom brukare och patientorganisationer, är viktigt i det strategiska arbetet och särskilt i sökandet efter behovsmotiverade forskningsområden. Att skapa plattformar för dialog med olika grupper i samhället spelar stor roll enligt de intervjuer som genomförts inom ramen för detta uppdrag.

### 4.2. Kunskapsluckor

Inom folkhälsoområdet finns det stora kunskapsluckor men också viktig kunskap som inte används i praktiken. Mer kunskap krävs bland annat om:

- Påverkansfaktorer rörande hälsa och klimat
- Konsekvenser rörande digitaliseringens och ny tekniks påverkan på efterfrågan på arbetskraft samt på arbetsorganisation i framtiden
- Ojämlighet i hälsa, social omsorg, genus och människors fulla delaktighet i samhället
- Den ökande psykiska ohälsan, särskilt avseende barn, ungdomar och unga kvinnor
- Demografiutvecklingen med krav på utökat arbetsliv i högre åldrar och dess påverkan på hälsa och välfärd
- Arbetslöshet och utanförskap – migrations- och integrationsfrågor
- Missbruks- och beroendeproblematik

### 4.3. Samverkan och kommunikation i forskningsprocessen

ForTE har under de senaste åren prövat nya modeller för samverkan och kommunikation av forskning och dess resultat. På uppdrag av regeringen har ett antal utlysningar, som anknyter till folkhälsoområdet genomförts, där nya krav har ställts på samverkan och nyttiggörande. Utlysningarna har innefattat samverkan med aktörer såsom forskare, brukare, patienter, verksamhetsutförare och professioner och berör flera nivåer, som:

- Utlysning av forskningsanslag (kravspecifikationer avseende plan för samverkan, kommunikation och implementering)
- Beredning/peer review av inkomna ansökningar (relevans- och samverkanskriterier) där brukare och andra aktörer medverkar
- Uppföljning och systematisk samverkan med myndigheter och organisationer i syfte att underlätta implementering av evidensbaserad kunskap.

### 4.4. Internationell utblick

ForTE har gett Tillväxtanalys i uppdrag att kartlägga hur forskningsråd i Nederländerna, Storbritannien, Kanada och Kina arbetar med att identifiera forskningsbehov och kommunicerar sina forskningsresultat. Studien visar på ökade krav på bred och interaktiv samverkan när det gäller att identifiera kunskapsluckor och hur forskningsresultaten ska kommuniceras.

Framgångsfaktorer som framhålls är:

- Samverkan och samordning mellan forskningsråd och med andra myndigheter
- Att involvera fler aktörer, såsom brukare och patientorganisatorer i hela finansierings- och forskningsprocessen
- Att skapa plattformar för dialoger med olika grupper i samhället
- Att stärka den evidensbaserade forskningens påverkan på policy och praktik där forskare och beslutsfattare möts
- Att stärka ett evidensbaserat arbetssätt i vård och omsorg genom åtgärder som länkar samman forskning och praktik mer effektivt
- Att stärka mottagarkapaciteten av forskning genom att tydliggöra kommunikationen av forskningsresultat bland annat för politiska beslutsfattare exempelvis genom Knowledge Exchange Officer som prövas i England
- Att stärka implementering av forskningsresultat exempelvis genom att inrätta en särskild enhet som arbetar med dessa frågor

## 5. Folkhälsa som forskningsområde på Forte

### 5.1. Definition av folkhälsoforskning

Följande definition av folkhälsoforskning gavs av den internationella panel som utvärderade svensk folkhälsoforskning 2004: ”Folkhälsoforskningen skapar och systematiserar kunskap om befolkningens hälsa samt om faktorer som påverkar folkhälsan och dess fördelning. Den studerar och utvärderar åtgärder som syftar till att bevara och förbättra befolkningens hälsa. Undersökningar av den betydelse som samhällsstrukturer, arbetslivet, miljön, hälsobeteenden och hälsovården har för folkhälsan står i fokus.” (Internationell utvärdering av svensk folkhälsoforskning, FAS 2004).

### 5.2. Fortes stöd till folkhälsoforskning

Folkhälsa ingår i alla de tre områden som ligger i Fortes uppdrag: hälsa, arbetsliv och välfärd. Det är därför svårt att skilja ut folkhälsoforskning från annan forskning Forte bidrar till. Forskningen omfattar bland annat:

- levnadsvanornas, miljöns, samhällsförhållandenas och vårdssystemets betydelse för befolkningens hälsa
- hälso- och sjukvårdens effektivitet
- psykosociala faktorerens betydelse för hälsoproblem
- samspelet mellan riskbenägenhet, livsstilar och ohälsa
- studier av orsaker, förekomst och förebyggande av ohälsa i befolkningen
- fördelning av ohälsa utifrån klass, kön, etnicitet, ålder och utbildning
- hälsoproblem under barndomen
- åldrandeprocessen och åldrandets sjukdomar
- handikapp och funktionshinder
- bruk och missbruk av alkohol och andra droger
- studier av skador och prevention i olika sammanhang

### 5.3. Fortes nationella samordningsansvar inom folkhälsa

Forte har ett nationellt samordningsansvar för fem forskningsområden, alla med inslag av folkhälsa. Det gäller socialvetenskaplig alkohol- och narkotikaforskning, funktionshinder och handikapp, internationell migration och etniska relationer, barn och ungdomar samt forskning kring äldre.

Forte har påbörjat en utveckling och förstärkning av vår roll som samordnare. Till exempel kommer vi att utöka arbetet med kunskapsöversikter, tematisering av pågående forskning och resultat samt att identifiera kunskapsluckor inom områdena. Detta kommer i stor utsträckning att ske i samarbete med andra myndigheter, organisationer och samhällsaktörer.

#### 5.4. Forte centres of excellence inom folkhälsoområdet

Forte satsar på starka forskningsmiljöer, så kallade Forte-centra som möjliggör långsiktiga och strategiska satsningar på utvalda forskningsområden. Inom folkhälsoområdet finansierar vi sju Forte-centra:

- EpiLife - Göteborg epidemiologiska centrum för forskning om samspel mellan mental och fysisk hälsa i ett livsloppsperspektiv
- UCGHR - Umeå Centre for Global Health Research
- SoRAD - centrum för socialvetenskaplig alkohol- och drogforskning
- CHESS - Centre for Health Equity Studies (Centrum för samhälle och hälsa)
- CASE - Centre for Ageing and Supportive Environments
- ARC - Aging Research Centre (Nationellt centrum för åldrandeforskning)
- AgeCap - Center för studier av äldres förmågor – från gener till samhälle

Kommunikation och spridning av forskningsresultat samt samverkan med brukarorganisationer och verksamhetsföreträdare är i varierande grad en integrerad del av Fortecentras forskningsverksamhet.

#### 5.5. Krav och incitament i utlysningar av forskningsstöd

Forte har idag generellt inte krav på kommunikation och samverkan i utlysningar av forskningsstöd. För att skapa incitament för forskare att arbeta med samverkan och nyttiggörande inom kunskapsproduktionen introducerades ett sådant kriterium i tre av Fortes utlysningar under 2014.

De sökande skulle redovisa på vilket sätt medverkan av företrädare för berörda verksamheter, myndigheter, brukare eller andra aktörer ska ske. Planen skulle beröra andra typer av kunskapsspridning än de traditionella presentationerna vid nationella och internationella konferenser samt publicering i vetenskapliga tidskrifter.

Av de beviljade ansökningarna i en av utlysningarna hade 85 procent i olika grad hörsammat kravet på medverkan med brukare eller verksamhetsföreträdare. Den kommunikation och samverkan ansökningarna har beskrivit avser både brukarinvolvering i hela forskningsprocessen till att enbart sprida resultat efter avslutat projekt.

I bedömningsarbetet deltog representanter från brukarorganisationer. Ett samarbete inleddes med SBU för att ge rekommendationer och inspel till hur Forte kan utveckla arbetet med brukarinvolvering i hela forskningsprocessen.

Längre fram i rapporten återkommer tankar kring hur Forte kan vidareutveckla krav och incitament för ökad kommunikation och samverkan i hela forskningsprocessen.



## 6. Att öka samverkan inom folkhälsoforskningen

För att nå ut med forskning och identifiera kunskapsluckor och forskningsbehov inom folkhälsområdet är brukar-, patient- och intresseorganisationer viktiga aktörer. I den intervjuundersökning vi har genomfört med dessa organisationer framkommer bland annat att:

- Det saknas en länk mellan folkhälsoforskarna och brukarorganisationerna. Önskemål finns om en matchningsportal.
- Man upplever att forskarna är mer öppna för samverkan i dag än tidigare.
- Organisationerna har fler kontakter med forskarna idag. Man uttalar att det finns en samsyn om att man har nytta av varandra.
- Samtliga organisationer anser att forskare och universitet är dåliga på att själva söka upp organisationer. De större organisationerna blir i högre grad kontaktade än de mindre.
- De samarbeten som görs blir oftast korta och tar slut när forskningsprojektet avslutas.
- Organisationerna har fler kontakter med forskare i dag än tidigare.
- Brukarna upplever att forskarna blivit mer öppna för brukar- och patientperspektivet i forskningen.

Om samverkan i forskningsprocessen ska fungera som en grund för kommunikation och snabbare implementering behöver den ske tillsammans med brukare, praktiker, berörda myndigheter och andra intressenter. Former för detta bör framgå redan vid ansökan av forskningsmedel. Forskaren bör tydligt kunna beskriva hur arbetet med kommunikation och samverkan under hela forskningsprocessen ska genomföras. Att endast inkludera detta i slutrapporteringen leder ofta till en enkelriktad information som kanske inte når de viktigaste målgrupperna. Öppnar man upp för samverkan och kommunikation i ett tidigt skede av forskningsprocessen möjliggör det kontinuerlig kunskapsöverföring till praktiker och brukare under hela processen. På så sätt kan justeringar eller kompletteringar göras under tiden forskningen pågår. Dessutom kan kommunikationskanaler med relevanta målgrupper etableras som förenklar spridning av forskningen.

### 6.1. Brukarmedverkan i forskning

Att aktivt involvera brukare i forskningen har under senare år alltmer kommit att uppmärksammas också som en viktig del i forskningen.

Forskningsprocessen karakteriseras då av att den genomförs ”tillsammans med” istället för ”på” människor. Kontinuerlig återkoppling för ömsesidig reflektion och handling mellan parterna blir en viktig princip (se bilaga 3, Brukarmedverkan i forskningen).

Brukarmedverkan är ett viktigt verktyg för att kvalitetssäkra metodiker för identifiering av kunskapsluckor och forskningsbehov och den kan leda till effektivare sätt att sprida kunskap om forskningsresultat till de som berörs.

CASE, som är ett Forte-centrum, arbetar aktivt i sin forskningsverksamhet med brukarmedverkan. Arbetet systematiseras och studeras i alla led, med målet att utveckla ”forskningsbaserad brukarmedverkan” till ett forskningsområde där resultaten ska presenteras och publiceras internationellt. På uppdrag av Forte har CASE till vårt regeringsuppdrag sammanställt en kunskapsöversikt kring brukarmedverkan, Forskning med och om brukarmedverkan. Se bilaga 3.

## **6.2. Nyttan med brukarmedverkan**

Enligt Vetsams rapport (se bilaga 2) kan brukarmedverkan bland annat bidra till:

- utveckling av evidensbaserad praktik,
- kortare implementeringsprocess,
- identifiering av nya forskningsfrågeställningar som är viktiga utifrån ett brukarperspektiv,
- kommunikation av processer och forskningsresultat direkt med berörda,
- delaktighet i resultat som berör enskild,
- identifiering av kunskapsluckor och framtagande av långsiktiga strategier,
- effektivitet, genom att låta mottagaren av forskningen och utvecklingen sätta agendan,
- legitimitet, kunskapen om process och utfall skapar större förståelse och acceptans hos brukaren.

## **6.3. Hur kan Forte arbeta med brukarmedverkan?**

I flera faser av finansierings- och forskningsprocessen kan brukar- och intresseorganisationer involveras och bidra med sina perspektiv. Det kan handla om att:

- identifiera kunskapsluckor och forskningsbehov,
- medverka i framtagandet av strategier,
- medverka i utlysning- och bedömningsprocesser,
- delta i spridningen av forskningsresultat

I den brukarintervjuundersökning som vi genomfört framkommer önskemål från brukarna att de ska involveras så tidigt som möjligt i forskningsprocessen. De anser att de i dag kommer med i projekt alldeles för sent.

#### 6.4. Utmaningar med brukarmedverkan

För många myndigheter är brukarna nya målgrupper och det är viktigt att öka kunskapen om de utmaningar som finns när dessa involveras i forskningen och forskningsfinansieringsprocessen samt hur man hanterar dessa. Det behövs kunskap om brukarnas förutsättningar och behov. Brukarna efterlyser i våra brukarintervjuer mer föreberedelse och träning för sina uppgifter.

Flera myndigheter och organisationer ska och vill inkludera brukarna i delar av sin verksamhet vilket gör att samma brukarorganisationer används från flera olika håll. Då kan det vara svårt för de mindre organisationerna att mäta med när resurserna är begränsade.

Brukarorganisationerna har väldigt olika förutsättningar vad gäller bland annat kommunikation och samverkan. En del har till exempel professionella företrädare, till skillnad från andra organisationer där personer arbetar på sin fritid och som lekmän och kan ha svårt att delta i myndigheternas aktiviteter. En del brukare, som till exempel patientorganisationerna, företräder väldigt stora målgrupper medan andra företräder avgränsade grupper.

Det kan vara svårt att integrera brukarmedverkan i forskningsprocessen, inte minst eftersom detta kräver extra tid och ökar kostnaderna för projektet. Forskningsfinansiärerna kan därför behöva avsätta medel för brukarmedverkan i forskningen. Om det ställs krav på brukarinvolvering i forskningen finns det behov av att utveckla tillförlitliga och giltiga metoder för utvärdering av brukarmedverkan i forskning.

#### 6.5. Myndighetssamverkan

Vid de samråd vi genomfört med utpekade myndigheter har flera av dem uttryckt att det är viktigt med utökad och bättre samverkan mellan myndigheter.

Det har startats flera initiativ för samverkan mellan myndigheter som ska underlätta att identifiera kunskapsluckor och forskningsbehov samt förbättra kunskapsspridning och kunskapsöverföring. I andra länder, till exempel Storbritannien, har man till och med skapat plattformar för samverkan kring dessa frågor mellan olika forskningsfinansiärer. Där nämns även aspekterna att undvika överlappning och att samordna strategier som två viktiga skäl för samverkan.

Ett av de viktigaste initiativen är det nystartade Rådet för statlig styrning med kunskap avseende hälso- och sjukvård och socialtjänst. Detta råd har till uppgift att se till att den statliga kunskapsstyrningen är samordnad, effektiv och anpassad till de behov patienter och brukare, personal inom hälso- och

sjukvård och socialtjänst samt huvudmän har. Kunskapsstyrningen ska kommuniceras på ett samordnat sätt genom effektiva kanaler. Myndigheterna företräds av respektive myndighetschef och deltagandet i rådet är obligatoriskt. Dessa krav och former för myndigheternas samverkan föreslås bli reglerade i en förordning. Fortes deltagande i rådet skapar en brygga mellan forskarsamhället och myndigheterna.

Andra initiativ är Nationella samverkansgruppen för kunskapsstyrning, NSK mellan regional och nationell nivå samt Nationella samordningsgruppen för kunskapsstyrning inom socialtjänsten, NSK-S.

Forskningsfinansiärerna, Forte, Forskningsrådet Formas, Vetenskapsrådet och Vinnova har en myndighetsgemensam generaldirektörs- och ordförandegrupp. Denna säkerställer en samordning av stödet till olika forskningsområden för att undvika överlapp och skapa synergier genom sina kompletterande roller. Det finns även en samverkansgrupp med kommunikationscheferna som bland annat samordnar hur finansiärerna kan ge forskarna stöd i kommunikationsfrågor.

Försäkringskassan har tagit initiativ till bildandet av Välfärdsakademin som enligt planen ska starta sin verksamhet i januari 2016. Akademin ska vara en plattform för tvärvetenskapligt och tvärsektoriellt utvecklingsarbete och en långsiktig kunskapsgenerator som ger förutsättningar för möten mellan forskare och praktiker för att lösa problem i välfärden. Plattformen ska ge stöd till myndigheter att införa nya metoder och samverkansformer tillsammans med arbetsmarknadens parter.

## 7. Att kommunicera folkhälsoforskning

Folkhälsa är ett brett område med många aktörer på såväl myndighetsnivå som på professions-, brukar- och individnivå. Flera av myndigheterna som verkar inom folkhälsoområdet har i sina regleringsbrev fått i uppdrag att samverka och kommunicera med brukare, patienter, anhöriga och professionen. Det är för flera av myndigheterna nya målgrupper som kan vara resurskrävande, och svåra, att nå.

De omvärldsrappporter vi har låtit göra inom ramen för detta uppdrag visar att sättet att arbeta med kommunikation av forskning inte skiljer sig nämnvärt mellan länderna. Formerna för att kommunicera forskning är relativt traditionella med konferenser och andra mötesformer, rapporter, via media, webb och nyhetsbrev. Framgången ligger i förmågan att arbeta med integrerad kommunikation, det vill säga att använda flera olika former och kanaler i samspel för att nå den definierade målgruppen utifrån projektets syfte och mål.

### 7.1. Från fokus på innehåll till fokus på nytta

Inom EU är trenden att gå från Public understanding of science till Science understanding of public. I Sverige har forskningskommunikation traditionellt förknippats med att ge forskarna stöd att skriva pressmeddelanden, nå ut med forskning till media, skriva populärvetenskapligt samt genom olika aktiviteter som syftar till att skapa intresse för forskning och att forska.

Det här regeringsuppdraget understryker vikten av att flytta fokus från att sprida forskningsresultat till allmänheten till att istället sträva efter att nyttiggöra och implementera forskningen till relevanta målgrupper.

### 7.2. Framgångsfaktorer för att kommunicera forskning

I arbetet med detta uppdrag har vi identifierat ett antal framgångsfaktorer och utmaningar för att lyckas med ett effektivt och målgruppsanpassat kommunikationsarbete.

**TÄNK KOMMUNIKATION I HELA FORSKNINGSPROCESSEN!**

Hela forskningsprojektet behöver en tydlig kommunikations- och samverkansaspekt redan från start. Att enbart sprida forskningsresultat när forskningsprojektet är avslutat är ofta inte tillräckligt. Kommunicera innan projektet startat om att det nu är på gång. Under projektets gång bör kommunikation ske kring tillvägagångssätt, erfarenheter som görs, delresultat med mera.

Såväl personella som ekonomiska resurser för kommunikation och samverkan behöver avsättas och integreras under hela projektet. Kommunicera varför

frågan, resultatet eller kunskapsbehovet är viktigt. Identifiera och kommunicera var det saknas forskning.

#### LÄR KÄNNA DINA MÅLGRUPPER!

För att forskning ska komma till nytta krävs att forskningen möter ett relevant problem och att det finns en ägare av problemet. Ställ frågan ”Vilka kan ta initiativ till förändringar?”. Det är lätt att som kommunikatör fokusera för mycket på att formulera sina budskap och istället missa vilka behov målgrupperna har. Därför är det av stor vikt att identifiera vem eller vilka som påverkas av, kan bidra till eller har behov av kunskapen.

Gör en målgruppsanalys för att hitta målgrupperna och få kännedom om hur de önskar ta del av forskningen. Var öppen för att nya målgrupper tillkommer längre fram i projektet. Utvärdera och följ upp målgruppsarbetet.

Flera vi samrått med i detta uppdrag poängterar att forskningsprojekt som är tydliga, operativa och med en väl definierad målgrupp är mest framgångsrika. Man måste våga vara smal och välja bort, kanske ända ner på individnivå om det ger bäst resultat (till exempel viktiga nyckelpersoner som kan sprida forskningen vidare).

#### SKAPA TÄTARE SAMARBETEN MED MÅLGRUPPERNA!

Genom att olika aktörer inom folkhälsoområdet samarbetar kan vi i större utsträckning upptäcka kunskapsluckor, lära av varandras erfarenheter och hjälpas åt att nå ut med viktig kunskap. Några exempel som knyter aktörerna samman i högre grad skulle kunna vara att få in fler forskarrepresentanter i intresseorganisationernas styrelser, att koppla in brukarråd eller liknande i forskningsfinansieringsprocessen eller att medverka i varandras nätverk. Sådana samarbeten är också effektiva för att nå ut med forskningen till rätt målgrupp. I de djupintervjuer som vi gjort med brukarorganisationer framkommer att det råder brist på samarbeten som syftar till att bevaka ny forskning och kunskapsluckor.

#### GÖR FORSKNINGEN TILLGÄNGLIG OCH SPRIDNINGSBAR!

Att paketera det som ska kommuniceras på ett lättillgängligt och kortfattat sätt har blivit allt viktigare, framför allt i de digitala kanalerna där användarna inte läser en text från a till ö utan snarare hoppar runt, skummar igenom och går vidare. För att lyckas skapa intresse för dina frågor gäller det att sammanfatta budskapen så kortfattat och slagkraftigt som möjligt samt att sätta budskapen i ett sammanhang som gör att de blir relevanta och intressanta för målgruppen. För att locka till vidare läsning om din forskning krävs att mottagarna känner att informationen har koppling till dem och att tajmingen är rätt.

Ett gott exempel: Stressforskningsinstitutet vid Stockholms universitet visar hur forskningen har koppling till människors vardag och vet att kommunicera i rätt tid när de publicerar forskningsresultat om hur människor påverkas av sommar- respektive vintertidsövergångar samma dag som vi går över till sommartid. Att de dessutom utformar forskningsresultaten som en lista med tips på hur man kan göra för att mildra övergången gör informationen såväl lättillgänglig som rolig att sprida vidare till sina kontakter i sociala medier. Ett sätt att tillgängliggöra och konkretisera abstrakt statistik kan vara att använda sig av så kallad infografik. Bra infografik ger en snabb och tydlig bild som också lämpar sig väl i sociala medier.

#### ANVÄND TROVÄRDIGA VIDAREFÖRMEDLARE!

Samarbeta med aktörer som är trovärdiga för målgruppen. Du har mycket lättare att nå ut med kunskapen om avsändaren är trovärdig och intressant för målgruppen. Jobba strategiskt med brukarorganisationer, ambassadörer och informella vidareförmedlare.

De brukarorganisationer som vi har pratat med som har bra ambassadörer, företrädesvis kända personer, märker ett större genomslag i sin kommunikation. Målgrupper som man tidigare hade svårt att nå med ny kunskap blir intresserade och mottagliga när det kommer från en källa som är välkänd och trovärdig för dem.

Forte och andra forskningsfinansiärer har haft ett lyckat samarbete med ungdomar.se, en webbsajt där ungdomar diskuterar med varandra i ett webbforum. Med hjälp av ungdomar.se:s erfarenhet av att kommunicera med ungdomar gjordes satsningen Kom igen! där forskare svarar på ungdomarnas frågor och funderingar kring psykisk och fysiska hälsa.

#### SKAPA MÖTESPLATSER

För att folkhälsoforskningen ska komma till kännedom och nytta behöver personer med olika perspektiv mötas, diskutera och utbyta erfarenheter. I utvärderingar av Fortes olika mötesarenor framkommer att besökarna har behov av fler tvärvetenskapliga mötesplatser med många tillfällen till individuella samtal. De vill också att forskarnärvaron ska vara hög vid sådana tillfällen så att mötena blir kunskapstunga.

Att skapa fler mötesplatser behöver inte innebära att man nödvändigtvis måste arrangera fler egna evenemang. Ofta är det tvärtom mer effektivt att delta på andras där målgrupperna redan finns.

Goda exempel: *Mötesplats social hållbarhet* är en arena som SKL och Folkhälsomyndigheten skapat tillsammans. Genom kunskaps- och erfarenhetsutbyten mellan förtroendevalda, tjänstemän och forskare inom



kommun, landsting, stat, näringsliv och idéburen sektor är förhoppningen att bidra till minskade hälsoskillnader.

*Välfärdsakademin* är ett initiativ av Försäkringskassan. Verksamheten är planerad att starta 2016 och syftar till att vara en plattform för tvärvetenskapligt och tvärasektoriellt utvecklingsarbete där forskare och praktiker kan mötas och tillsammans lösa problem i välfärden.

Fortes tvärvetenskapliga mötesplats *Forté Talks* som gick av stapeln för första gången 2014 bör också nämnas här. Läs mer om evenemanget på sidan 24.

#### TÄNK NYTT – GÖR NYTT!

Identifiera målgrupperna utifrån syfte och mål med det specifika uppdraget. Utgå från målgruppen och låt den påverka val av kanal och media. Nyttja befintliga kanaler där målgruppen redan är. Våga använda andras kanaler – flertalet brukar- och intresseorganisationer har egna starka kanaler med intresserade följare (till exempel en Facebookgrupp eller ett för målgruppen väletablerat event). Organisationerna känner sina medlemmar väl och är duktiga på att målgruppsanpassa sin kommunikation.

Eftersom målgruppen hela tiden förflyttar sig gäller det att ständigt prova nya kanaler. I dag är till exempel pensionärer en av de största grupperna på Facebook, medan ungdomar gått vidare till andra sociala medier.

Goda exempel: Folkhälsokommitténs sekretariat i Västra Götalandsregionen ville nå ut till barnavårdscentralerna med kunskap om barns övervikt. För att avdramatisera budskapet och avsändaren tog de tillsammans med Egmont förlag fram ett specialnummer av tidningen Bamse. På så sätt nådde de ut till föräldrarna om fem hälsobudskap (se <http://www.vgregion.se/sv/Vastra-Gotalandsregionen/startside/Vard-och-halsa/Folkhalsa/Utmaningar-for-folkhalsoarbetet/Goda-levnadsvanor/Arbeten-i-utmaning-Goda-levnadsvanor/B/>).

#### GE INTE UPP!

Forskningen är långsiktig och även kommunikationen behöver vara långsiktig och uthållig. Det är viktigt med uthållighet i såväl budskap som engagemang.

Enskilda folkhälsosatsningar är aktiva så länge någon har uppdraget, då uppdraget avslutas tenderar aktiviteterna att ebba ut, något som även brukarorganisationerna i våra djupintervjuer vittnar om. Intressant att nämna i sammanhanget är att en forskningsfinansiär i USA, NIDRR, har krav på att man i ansökan ska redovisa vad som händer med projektet när finansieringen tar slut.



## **8. Forte som kunskapsspridare – det här gör vi idag**

Fortes strategiska kommunikationsarbete har de senaste åren fokuserat på att skapa kännedom om och intresse för Forte-finansierad forskning samt främja en aktiv dialog kring rådets ansvarsområden. Målet är att såväl forskarsamhället som övriga samhällsaktörer ska uppleva att Forte-finansierad forskning är relevant och av hög kvalitet samt att de kan dra nytta av den i sin verksamhet. Prioriterade målgrupper har varit forskarsamhället, beslutsfattare inom regering och riksdag, andra myndigheter, organisationer och praktiker inom Fortes ansvarsområden.

Forte arbetar idag utifrån sin kommunikationsstrategi med olika kommunikationskanaler som webb, nyhetsbrev, kunskapsöversikter, sociala medier, konferenser, seminarier och olika mötesformer.

Under de senaste åren har Forte utvecklat nya former som vi särskilt vill lyfta fram som former för målgruppsanpassad och effektiv kommunikation och samverkan. I och med att Forte ska nå ut till nya målgrupper ser vi möjligheter att ytterligare utveckla dessa former.

### **8.1. Forte Talks 2014 – en ny tvärvetenskaplig mötesplats**

I arbetet med Fortes kommunikationsstrategi identifierade vi att det saknades en mötesplats där forskning, praktik och politik kunde mötas och diskutera kunskapsläget inom Fortes ansvarsområden. Den 25-26 mars 2014 arrangerade Forte konferensen Forte Talks med temat Håller Sverige ihop? Internationella och svenska forskare och beslutsfattare inom hälsa, arbetsliv och välfärd presenterade och diskuterade klyftorna i Sverige och hur forskningen kan bidra till lösningar. Konferensen lockade drygt 500 deltagare från akademi, praktik, myndigheter, brukar-, patient- och intresseorganisationer samt politiska organisationer och innehöll drygt 100 programpunkter (plenarföredrag, paneldiskussioner, vetenskapliga samtal, utställning med mera).

Forte Talks är den största kommunikationssatsningen som Forte har genomfört. Utvärderingen visar att konferensen var mycket uppskattad av deltagarna och att den fyller ett behov för den här typen av kunskapsutbyte och som mötesplats. Konferensen fick stort genomslag och tv-sändes av UR Samtiden.

Forte Talks har även fått stort genomslag på webben och i sociala kanaler och därmed nått fler än de deltagare som var på plats. 2016 arrangerar vi Forte Talks igen. Vi har redan fått förfrågningar från andra myndigheter som vill vara med och arrangera egna seminarier och workshops under konferensen.

En direkt följd av Forte Talks är att Forte har blivit mer känt i vår närmaste omvärld vilket har lett till nya samarbeten och kontakter med såväl praktiker

som forskare. Forte Talks ligger helt i linje med vad de tillfrågade i den brukarundersökning vi har genomfört önskar mer av – tvärvetenskapliga mötesplatser.

### **8.2. Konceptet Forskning i korthet**

Forte har utvecklat en, som vi bedömer, effektiv och målgruppsanpassad form för kommunikation och samverkan genom sin rapportserie Forskning i korthet. En grupp forskare från olika discipliner får i uppdrag att kortfattat och populärvetenskapligt sammanställa kunskapsläget inom ett avgränsat område. Även kunskapsluckor inom området lyfts fram.

Rapporterna presenteras på ett frukostseminarium. En panel diskuterar resultaten och vilka återgårdar som behöver vidtas för att komma närmare en lösning på utmaningen. Vi filmar seminarierna och sprider via sociala medier för att nå ut i hela landet. Rapporterna får stor spridning såväl genom beställningar som i sociala medier. Vi arbetar även aktivt med att identifiera och nå ut till de målgrupper som är berörda för just den aktuella rapporten. Med Forskning i korthet och frukostseminarierna når vi regering och riksdag, myndigheter, olika intresseorganisationer, professionen samt privatpersoner. För att nå ut till alla berörda målgrupper är rapporterna gratis.

Den här formen anser vi är såväl målgruppsanpassad som effektiv och vi vidareutvecklar den löpande med koppling till Fortes nationella samordningsansvar.

### **8.3. Forte Magasin**

Att som forskningsråd nå ut med information om pågående forskning brett till de som är berörda av forskningen samt till en intresserad allmänhet är resurskrävande. Vi skapade därför 2012 det populärvetenskapliga forskningsmagasinet Forte Magasin. Syftet är att magasinet på ett lättillgängligt sätt ska paketera komplexa frågeställningar. Vi lägger stor vikt vid att innehållet ska vara samhällsaktuellt och lyfta frågeställningar från såväl brukarnas som forskarnas perspektiv. Vi har även sett formspråk och rubriksättning som framgångsfaktorer för att locka till läsning.

Med Magasinet når vi ut till samtliga Fortes målgrupper samt även till nya målgrupper. Den beställs bland annat av skolor, vårdpersonal, journalister, socialförvaltningar samt brukar- och intresseorganisationer. Vi har fått återkoppling att den bland annat används i undervisning och i väntrum på vårdcentraler. Vi får många förfrågningar från journalister som vill skriva för magasinet och andra företag och organisationer som vill göra liknade magasin. För att nå ut till alla berörda är magasinet gratis.

#### **8.4. Almedalen**

Under Almedalsveckan har vi möjlighet att nå politiker, myndigheter, intresseorganisationer samt en intresserad allmänhet med aktuell forskning.

Sedan två år har vi utökat Fortes närvaro i Almedalen. Vi arrangerar ett flertal seminarier. På dessa seminarier når vi de som är berörda av forskningsresultaten och arbetar med frågeställningarna, som t ex företagshälsovård, arbetsgivar- och arbetstagarrepresentanter mfl samt även politiker, opinionsbildare och journalister. Ett bra resultat från dessa seminarier är att de forskare som medverkat har knutit kontakter och inlett samarbeten med andra deltagare. Positivt är även att forskargrupper som medverkat under Fortes seminarier har sett nytta för sin forskning att medverka med egna seminarier kommande år.

#### **8.5. Tematisering**

En strategi för Fortes kommunikationsarbete är att tematisera och belysa ett bredare forskningsområde kopplat till de samhällsutmaningar vi står inför snarare än att lyfta de enskilda forskningsprojekten. Vi arbetar bland annat med webbteman där vi lyfter fram forskningsresultat och pågående projekt inom våra ansvarsområden. Då det framkommit önskemål i vår omvärldsanalys om att hitta samlad information på ett ställe kommer vi att utveckla våra webbteman ytterligare i den riktningen.

#### **8.6. Kom igen! – ett samarbete med Ungdomar.se**

Forte har inom ramen för forskning.se initierat "Kom igen!" en sajt som drivs av organisationen Ungdomar.se. Övriga samarbetspartners är bland annat Riksbankens Jubileumsfond, Forskningsrådet Formas, Vinnova, Vetenskapsrådet och SKL. På Kom igen!-sajten finns intressanta fakta och hjälpsamma tips om ungdomsrelaterade ämnen. Alla ämnesområden bygger på de frågor som har ställts till Stöd & Svar-panelen på Ungdomar.se genom åren. Vårt bidrag som forskningsfinansiärer har varit att koppla in forskare som svarat på ungdomarnas frågor. Genom samarbetet når vi ut med forskning till unga och forskarna har möjlighet att ta del av deras frågeställningar.

Projektet har varit lyckosamt i och med att Ungdomar.se är en för målgruppen trovärdig avsändare och har anpassat budskapet till målgruppen.

#### **8.7. Stöd till kommunikation och samverkan**

Tillsammans med andra forskningsfinansiärer ger Forte stöd till hur vi kan utveckla området Forskningskommunikation. För att nämna några: Forskar fredag och Forskar Grand Prix, Forum för forskningskommunikation på Vetenskapsfestivalen, ett seminarium som riktar sig till kommunikatörer vid universitet och högskolor. En seminarieserie "Lär känna media" där forskare

och journalister möts och diskuterar hur vi kan kommunicera forskning i media. Seminarierna äger rum på olika orter i landet och arrangeras tillsammans med universitet och högskolor. Forte har gett stöd till konferenser och tidskrifter och är delägare i webbportalen forskning.se.

Området forskningskommunikation ser Forte som viktigt att utveckla. Fokus har varit att stärka forskarnas möjligheter att nå ut via media samt att presentera sin forskning lättbegripligt. Nu behöver fokus förflyttas till ett bredare angreppssätt kring hur kommunikation och samverkan kan bidra till att forskningen kommer till nytta i verksamheterna.

## 9. Pilotprojekt: We\_change

Forté har inom ramen för uppdraget genomfört en försöksverksamhet där vi medverkar som samarbetspartner i organisationen Ungdomar.se:s hållbarhetsinitiativ We\_change.

Ungdomar.se driver projekt för unga inom sysselsättning, psykisk hälsa och hållbar utveckling. I deras webbforum med ca 100 000 unika besökare per vecka, identifierades att många unga känner hopplöshet inför framtiden och att det i sin tur var en orsak till psykisk ohälsa. Därför startades projektet We\_change.

Forté har tillsammans med övriga forskningsfinansiärer tidigare haft ett samarbete med Ungdomar.se i projektet ”Kom igen!”, en webbsajt med tips och fakta om fysisk och psykisk hälsa som bygger på ungas egna frågor. För att få svar på frågorna intervjuade Ungdomar.se några av Sveriges främsta forskare för att kunna ge ungdomarna vetenskapligt underbyggda svar på deras frågor.

### 9.1. Upplägg och samarbetspartners

Under We\_change-turnén besöks sju städer i landet och över 5 000 elever involveras. Forté medverkar under våren på fyra orter där vi genomför workshops med syfte att skapa inspiration, öka kunskap och påverka elevers psykiska hälsa. Eleverna bjuds även på inspirationsföreläsningar och paneldebatter. I Fortés workshop deltar även en forskargrupp från Kupolstudien samt föreningen Tilia.

Kupol (Kunskap om ungas psykiska hälsa och lärande) är ett stort nationellt forskningsprojekt som drivs av forskare vid Institutionen för Folkhälsovetenskap på Karolinska institutet. Studiens övergripande syfte är att undersöka hur den pedagogiska och sociala miljön i skolan påverkar ungdomars psykiska hälsa. Kupol får finansiering från Fortés, Forskningsrådet Formas, Vetenskapsrådets och Vinnovas gemensamma satsning på forskning kring barns och ungdomars psykiska hälsa. Satsningen är på 300 miljoner kronor och pågår 2012–2017.

Föreningen Tilia, som är en ideell organisation, arbetar med stödverksamhet för att hjälpa ungdomar och unga vuxna mellan 12–30 år som på olika sätt lider av psykisk ohälsa. Annesofie Blixt och Jenny Lindström från Tilia utsågs till Årets Medmänniska 2014 i Aftonbladets evenemang Svenska Hjältar för deras arbete med och för unga med psykisk ohälsa.

Under workshoparna ges förutsättningar för interaktiv samverkan mellan alla tre parter och möjlighet att samla in ungas tankar kring ämnet samt underlag

och idéer till ytterligare kunskapsområden som bör uppmärksammas. De medverkande forskarna från Kupolstudien får input till sin forskning och Tilia som är workshopledare ger tips och råd kring självkänsla och psykisk hälsa samt informerar om det stöd de kan erbjuda.

We\_change inkluderar också kunskapsunderlag för att ge lärare verktyg att integrera hållbar utveckling i sin undervisning. Via sajten [we-change-larare.se](http://we-change-larare.se) kan Forte sprida relevant material till lärare och får sedan möjlighet att träffa lärarna på plats under elevturnén.

## 9.2. Varför ett pilotprojekt?

Syftet med pilotprojektet har varit att:

- ge forskarna möjlighet att stämma av sina forskningsfrågor med målgruppen och få nya perspektiv på sin forskning,
- ge målgruppen kännedom om och möjlighet att påverka den forskning som pågår,
- lyfta frågan om barn och ungas psykiska hälsa som en viktig samhällsutmaning,
- inleda samarbete med en brukarorganisation med hög trovärdighet hos målgruppen *samt*
- pröva de framgångsfaktorer vi identifierat inom detta regeringsuppdrag – framförallt Lär känna dina målgrupper, Skapa tätare samarbeten med målgrupperna, Använd trovärdiga vidareförmedlare och Skapa mötesplatser.

## 10. Analys och diskussion

Det finns många aktörer inom folkhälsoområdet och området är komplext. Vad pratar vi egentligen om när det gäller folkhälsa och vad menar vi med forskningskommunikation i hela forskningsprocessen?

Folkhälsa är ett viktigt forskningsområde även i de länder vi har tittat på i vår internationella utblick. En utmaning som delas av de flesta länder är hur forskningsområden identifieras och selekteras samt hur forskningsresultaten används och kommuniceras. Det finns ingen enskild modell att använda. Varje land behöver bygga upp anpassade system utifrån sitt sammanhang för att identifiera kunskapsluckor och kommunicera forskning på ett effektivt sätt.

Samtliga undersökta länder betonar vikten av att samverka med olika aktörer i hela processen från att identifiera kunskapsluckor till att kommunicera forskningsresultat. I allt större utsträckning arbetar forskningsråden med att involvera mottagarna av forskningen. Råden brottas med att tillgodose önskemål från åtminstone tre håll, policy, akademi och praktik.

### 10.1. Kommunikationsutmaningar

Det finns en del utmaningar när det gäller att kommunicera folkhälsoforskning. Eftersom forskningen är vardagsnära och ofta kopplad till den enskilda individens leverne på olika sätt kan det vara lockande för till exempel media och olika typer av intressegrupper att plocka ut specifika delar av forskningen och omformulera dessa till förenklade tips och råd å ena sidan, eller varningar och skrämselpropaganda å andra sidan. Att på det sättet inte ge hela bilden kan ibland få olyckliga konsekvenser.

En ytterligare utmaning som vi vill lyfta är att nå ut med folkhälsoforskningen till de grupper som kanske bäst behöver kunskapen. Detta är av stor vikt för att skapa en jämlik hälsa i samhället och kräver en djupgående kartläggning över vilka aktörer som har viktiga roller för en sådan satsning.

I den internationella omvärldsanalys vi genomfört framgår det att det även finns en utmaning i mottagarkapacitet hos beslutsfattare, praktiker och allmänhet. För att kommunikationen ska fungera väl behöver mottagarna hjälp att förstå forskningsevidens. Dessutom trycker de på vikten av ett starkt varumärke för att allmänheten ska lita på råd och rön. Ett sätt att förenkla för mottagarna är att i hela forskningsprocessen – från utlysning om forskningsmedel till de slutgiltiga forskningsresultaten – använda ett språkbruk som är inkluderande.

### 10.2. Vikten av att byta fokus för forskningskommunikationen

Begreppet forskningskommunikation kan ibland vara missvisande, vad skiljer egentligen forskningskommunikation från annan kommunikation? Tolkar vi begreppet forskningskommunikation till något svårare än vad det i själva verket är?

Om fokus flyttas från att sprida forskningsresultat till att istället nyttiggöra och implementera forskningen får kommunikationsarbetet större tyngd och kräver tydligare strategiska avvägningar i målformulering och kommunikationsplanering. För detta krävs ett vidgat synsätt på kommunikation.

Det är tveksamt hur effektiv ren information och kunskapsspridning är. Forskning inom till exempel alkoholområdet visar att informationskampanjer för att minska alkoholkonsumtionen inte gör någon större skillnad.

För att forskningen verkligen ska nå ut till beslutsfattare, myndigheter, brukare, patienter, professioner med flera krävs:

- att kommunikationen blir en integrerad del i forskningsprocessen redan från start,
- att man redan från början identifierat målgruppen, det vill säga vilka som är i behov av kunskapen/äger problemet för att kunna implementera den och ta den vidare,
- att det finns resurser (ekonomiska och personella) *samt*
- att kommunikationen utvecklas utifrån projektets övergripande syfte och mål.

### 10.3. Kommunikation och samverkan i forskningsprocessen

ForTE efterlyser ett tydligare uppdrag kring kommunikation och samverkan i regleringsbrev och/eller i särskilda regeringsuppdrag. För att kunna verka mer effektivt med målgruppsanpassad kommunikation och utökad samverkan med nya samhällsaktörer. Även andra myndigheter får i uppdrag att nå ut till brukare, patienter, anhöriga, professionen m.fl. Det är angeläget att myndigheterna samverkar och kompletterar varandra utan överlapp i våra respektive uppdrag och roller gentemot brukarna.

I diskussioner vi haft med koppling till detta regeringsuppdrag har det från såväl forskare som myndigheter och brukare framkommit önskemål om att ForTE bör ställa högre krav på kommunikation och samverkan i utlysningar av forskningsstöd.

De förslag vi presenterar i denna rapport är relativt generella och går att applicera även på Fortes övriga forskningsområden.



## 11. Våra förslag

Här presenterar vi förslag på hur en mer effektiv och målgruppsanpassad kommunikation och samverkan kan utvecklas ytterligare. Förslagen utgår från Fortes roll som forskningsfinansiär. Vi hoppas att förslagen även kan vara intressanta för andra aktörer.

Metoderna och formerna för kommunikation och samverkan är relativt generella. Framgången ligger i att utifrån projektets mål och syfte anpassa, välja och kombinera metoder så att man effektivt når målgrupperna.

För att uppnå en effektiv och målgruppsanpassad kommunikation och samverkan ser vi på Forte att det handlar om en förflyttning av förhållningssätt vad gäller kommunikation och samverkan i hela forskningsprocessen snarare än att utveckla nya former. Det vill säga att gå från det traditionella sättet att sprida information av forskningsresultaten till att involvera berörda målgrupper i hela forskningsprocessen.

### 11.1. Förslag kopplade till finansiering av forskning

#### TYDLIGARE FOKUS PÅ KOMMUNIKATION OCH SAMVERKAN I UTLYSNINGAR AV FORSKNINGSTÖD

Forte kommer att se över förutsättningarna för hur vi kan införa tydligare krav på planer och aktiviteter för kommunikation och samverkan i forskningsansökningarna. Det skulle kunna innebära att forskarna, utifrån projektets mål, får beskriva hur kommunikation och samverkan ska gå till med berörda aktörer under hela forskningsprocessen. Krav bör inte ställas på specifika metoder då förutsättningarna ser olika ut och det dessutom finns en risk att det kan motverka utvecklingen av nya metoder.

För att möta kraven kommer Forte även att se över hur vi kan skapa incitament för ökat kommunikations- och samverkansarbete genom att till exempel öronmärka medel. Detta kan leda till att öka värdet av kommunikation och samverkan i meriteringssystemet.

Kommunikations- och samverkansinsatserna ska vara utvärderingsbara. Forte bör initiera forskning och utvecklingsarbete om hur kommunikation och samverkansinsatser kan utvärderas och följas upp.

Forte planerar att bygga upp en erfarenhetsbank med tips och råd kring hur man kan samverka och kommunicera i sina forskningsprojekt.

#### GE ETT TYDLIGARE KOMMUNIKATIONS- OCH SAMVERKANSUPPDRAG TILL NYA OCH FÖRNYADE PROGRAM OCH CENTRA

Forte ser över möjligheterna att ge ett särskilt kommunikations- och samverkansuppdrag till centra och program som finansieras av Forte. Uppföljningen av deras arbete blir en del av Fortes erfarenhetsbank kring kommunikation och samverkan.

#### UTLYSA PILOTPROJEKT FÖR ATT UTVECKLA KOMMUNIKATION OCH SAMVERKAN INOM FOLKHÄLSOOMRÅDET

Forte ser möjlighet att genom att öronmärka medel inom ramanslagen eller utlysa särskilda bidrag stötta forskare som vill utveckla innovativa kommunikations- och samverkansmodeller kring sina forskningsområden. Syftet är att öka användningen av forskningsresultat i berörda verksamheter. Intressanta exempel på detta finns bland annat genom Knowledge Translation Centers <http://www.msktc.org/Knowledge-Translation>

#### STÄRKA MOTTAGARKAPACITETEN HOS BRUKARE OCH INTRESSEENTER

För många myndigheter är brukarna nya målgrupper och det är viktigt att öka kunskapen om de utmaningar som finns när dessa involveras i forskningen och forskningsfinansieringsprocessen samt hur man hanterar dessa. Forskarna och brukarna behöver kunskap och förståelse för varandras förutsättningar och behov. I de brukarintervjuer vi genomfört efterlyser de mer föreberedelse och träning för att vara bättre förberedda när de medverkar i forskningsprocessen.

Forte kommer att undersöka möjligheten att utbilda brukare, forskare och andra experter kring brukarmedverkan i forskningsprocessen

#### STIMULERA PRAKTIKNÄRA FORSKNING

Forte avser att verka för en ökning av bidrag/stöd till forskartjänster som möjliggör både forskning och praktisk verksamhet inom till exempel socialtjänstens områden för att öka värdet av kommunikation och samverkan samt att forskningen implementeras i det långsiktiga kunskapsbyggandet.

### **11.2. Förslag kopplade till Fortes uppdrag att identifiera kunskapsluckor och forskningsbehov**

#### VIDAREUTVECKLA FORTES SAMORDNINGSANSVAR

Forte har idag ett nationellt samordningsansvar för fem forskningsområden, alla med inslag av folkhälsa. Det gäller socialvetenskaplig alkohol- och narkotikaforskning, funktionshinder och handikapp, internationell migration och etniska relationer, barn och ungdomar samt forskning om äldre.

Ett utvecklingsarbete av detta ansvar har påbörjats. Det innebär att vi kommer att utveckla samverkan med aktörer inom respektive område för att identifiera kunskapsluckor och öka kunskapsspridning. Till exempel inom området Barn och unga har Forte engagemang i det Ungdomspolitiska rådet. Forte avser att utforma en strategi kring hur vi kan stärka brukarperspektivet genom egna och andras forum. Kunskapsöverföringen kommer även att ske genom ett större fokus på kunskapsöversikter, tematisering av pågående forskning och resultat.

#### NYA SAMARBETEN FÖR ATT IDENTIFIERA KUNSKAPSLUCKOR OCH FORSKNINGSBEHOV

Forte kommer att inleda nya samarbeten med brukarorganisationer och med andra myndigheter som ett led i arbetet med att utveckla ett systematiskt arbete med att identifiera kunskapsluckor och forskningsbehov samt former för målgruppsanpassad kommunikation och samverkan. Fortes medverkan i Rådet för styrning med kunskap blir här en viktig del. Forte har vidare haft överläggningar med SBU och TLV angående identifiering av kunskapsluckor och forskningsbehov. Myndigheterna är överens om att utveckla sina samarbeten i syfte att öka värdekedjan från identifiering av forskningsbehov → forskning → implementering.

Redan idag ingår patient- och brukarorganisationer samt profession och myndighetsföreträdare i bedömningsprocessen av forskningsansökningar. Vi kommer att se över hur dessa mer systematiskt kan vara med i arbetet med att identifiera forskningsbehov genom medverkan redan i utlysningssprocessen

### **11.3. Förslag kopplade till Fortes roll som kunskapsförmedlare**

#### SKAPA ETT NÄTVERK FÖR ”KUNSKAPSFÖRMEDLARE” INOM FOLKHÄLSOOMRÅDET

I såväl den myndighetsdialog vi har genomfört samt vid kommunikationsworkshop som i djupintervjuer med brukar- och intresseorganisationer har det kommit fram önskemål om ett nätverk för ”kunskapsförmedlare” inom folkhälsoområdet. Ett forum för att utveckla hur man genom kommunikation och samverkan kan bidra till ett kunskapsbaserat folkhälsoarbete. I nätverket ska det ingå representanter från såväl forskarsamhället, myndigheter och brukar- och intresseorganisationer inom folkhälsoområdet. Önskemål finns från både myndigheter och brukarorganisationer att till exempel Forte ska starta detta nätverk, vilket vi är beredda att göra.

#### UTVECKLA BEFINTLIGA OCH NYA MÖTESPLATSER

Möten mellan människor leder till nya samarbeten, erfarenhetsutbyten och kunskapsspridning. Det är i mötet som förändring kan ske. Forte kommer därför att på ett systematiskt och strategiskt sätt öka möjligheten till personliga

möten. Mötesplatserna ska väljas utifrån var målgrupperna finns, var det är viktigt att vi medverkar och bidrar till kunskapsöverföring.

Det innebär att vi kommer att medverka på andras arenor samt genom att arrangera till exempel runda bordssamtal, dialogmöten och Forte Talks-koncept med mera.

I intervjuerna med brukarorganisationerna nämner flera av respondenterna Forte Talks som ett mycket lyckat arrangemang med intressanta seminarium och starkt forskardeltagande. Forte Talks ligger också helt i linje med vad många av de intervjuade önskar mer av – tvärvetenskapliga mötesplatser. De intervjuade som var på plats vid det senaste tillfället upprepar en enskild punkt där det finns förbättringspotential: mer interaktiva aktiviteter för deltagarna. Att exempelvis koppla på workshops i samband med Forte Talks är en väg att gå för att ytterligare vässa formatet. Dessutom kommer vi att ytterligare sträva efter att utvidga målgruppen för konferensen.

#### UTVECKLA ARBETET MED FORTES DIGITALA KOMMUNIKATION

Ett större fokus kommer att läggas på Fortes närvaro i sociala kanaler, hur vi kan nå ut med forskningsresultat till användarna och även hur vi kan knyta prioriterade målgrupper till oss och involvera dem i olika processer.

## **Bilagor**

**Bilaga 1. Att identifiera forskningsbehov och kommunicera resultat. En studie av forskningsråd inom folkhälsa i England, Nederländerna, Kanada och Kina**

**Bilaga 2. Samverkan och delaktighet**

**Bilaga 3. Forskning i korthet: Brukarmedverkan. Forskning med och om brukarmedverkan**

**Bilaga 4. Samrådsaktörer**

**Bilaga 5. Djupintervjuer om kommunikation och samverkan**



Forte – Forskningsrådet för hälsa, arbetsliv och välfärd

• Box 894 • 101 37 Stockholm • Östra Järnvägsgatan 27 •  
• Telefon: 08-775 40 70 • E-post: [forte@forte.se](mailto:forte@forte.se) •  
• [www.forte.se](http://www.forte.se) •