

Från misstro till möten

Hinder och möjligheter i kommunikationen mellan
Lunds universitet och rikstäckande dagspress

From mistrust to meetings

Obstacles and possibilities in the communication between
Lund University and Swedish national newspapers



LUNDS
UNIVERSITET
Campus Helsingborg

Magisterexamensarbete 2006
Institute of Communication

Lili Guggenheimer
Frank van der Meer

Handledare: Lars Palm

© Copyright Lili Guggenheimer,
Frank van der Meer

Institute of Communication
Lunds universitet
Campus Helsingborg
Box 882
251 08 Helsingborg

Tryckt av Media-Tryck
Biblioteksdirektionen
Lunds Universitet
Lund 2006

Sammanfattning

Från misstro till möten. Hinder och möjligheter i kommunikationen mellan Lunds universitet och rikstäckande dagspress.

Lunds universitet är Sveriges största universitet med ca 6 000 anställda och 40 000 studenter och bedriver utbildning på flera olika orter. Man kommunicerar med en rad olika målgrupper, varav en av de viktigaste externa målgrupperna är journalister inom radio, tv och dagspress. Sammanfattningsvis ställer detta mycket stora krav på kommunikationsarbetet och det gäller därför att optimera sin publicitet.

Under hösten planerar Lunds universitet att utveckla sin presskommunikation och vårt uppdrag är ett led i detta utvecklingsarbete. Rapporten syftar därför till att fungera som ett beslutsunderlag för Informationsenheten vid Lunds universitet.

I februari 2006 fick vi i uppdrag att jämföra det nationella genomslaget i tre rikstäckande dagstidningar för fem olika universitetet i Sverige. Denna kvantitativa innehållsanalys av pressklipp skulle sedan kompletteras med en kvalitativ undersökning av materialet. Vi har också gjort personliga intervjuer med ett antal journalister och presskommunikatörer, för att kartlägga arbetsrutiner och undersöka kontakterna mellan journalister och universitet när det gäller att förmedla nyheter och forskningsinformation. I vår rapport har vi fokuserat på de olika hinder som finns idag, men också på de möjligheter som skulle kunna utvecklas i framtiden. Vi avslutar därför vår rapport med en sammanfattande analys av våra resultat och en rad konkreta förslag på hur man på Lunds universitet kan förbättra sitt genomslag och utveckla presskommunikationen.

Nyckelord: kommunikation, Lunds universitet, universitet, presskontakter, presskommunikation, PR, public relations, strategisk kommunikation

Abstract

From mistrust to meetings. Overcoming obstacles and creating possibilities in the communication between Lund University and Swedish national newspapers.

Lund University is the largest unit for research and higher education in Sweden and has about 6 000 employees and 40 000 students. Lund University communicates with a wide range of target groups, and one of the most important is journalists and the media.

The Press Office at Lund University is planning to improve its press communication in the autumn 2006, and our assignment is a part of this development. The paper aims to provide a set of guidelines for aiding in the decision-making process. In February we started our assignment with a quantitative analysis, where we compared the press coverage of five Swedish universities in three different national newspapers in Sweden during a number of weeks in 2005. In addition, we made a qualitative analysis of all the material. This content analysis was supplemented with qualitative interviews with journalists and press officers, in order to survey the daily routines and contacts between journalists and press officers concerning the supply of news and research information. In this paper we have focused on the present obstacles, but also on the possibilities that could be developed in the future. We complete this paper with an analysis, a summary of our results and a number of concrete measures that could be taken in order to improve the press coverage and press communication at Lund University.

Keywords: communication, Lund University, press contacts, press communications, PR, public relations, strategic communication

Förord

Att genomföra vårt examensarbete har varit som att ge sig ut på en lång resa. Vi visste redan från början när vi måste ge oss iväg och när vi måste vara tillbaka. Vad som skulle hända däremellan har varit svårare att förutse. Vi hade gjort oss vissa föreställningar om hur vår resa skulle gå till, men under resans gång blev det nödvändigt att ge sig in på vissa sidospår som vi inte planerat för i vår ursprungliga resplan. Som man brukar göra under en resa har vi har träffat på många intressanta människor, som vi önskar att vi hade haft mer tid för att lära känna, och spännande miljöer, som vi hoppas få en möjlighet att återvända till i framtiden. Sammanfattningsvis så har det har varit en väldigt utvecklande och lärorik resa!

Vi vill tacka vår handledare, professor Lars Palm, som hjälpt oss att ta ut färdriktningen och att hålla kursen under denna resa. Vi vill också tacka våra lärare på Institute of Communication, Alf Bång, Christina Erneling, Tamara Landia och Peter Sylwan, som med kort varsel har hjälpt oss med akuta problem. Tack också till våra intervjupersoner, som alla har visat oss stort förtroende och öppet delat med sig av synpunkter och erfarenheter. Ni har verkligen bidragit till att levandegöra och berika vårt arbete. Slutligen vill vi tacka våra uppdragsgivare, Lars Uhlin och Anna Johansson, samt Ingela Björck på Informationsenheten vid Lunds universitet, för ett stimulerande och utmanande uppdrag.

Lund den 1 juni 2006

Lili Guggenheimer och Frank van der Meer

Innehållsförteckning

Sammanfattning

Förord

1. INLEDNING 9

1.1 Dagens situation 9

1.2 Om universitetets tre uppgifter och dess varumärke 10

1.2.1 Universitetets tre uppgifter 10

1.2.2 Universitetets varumärke 11

2. VÅRT UPPDRAG 13

2.1 Uppdraget 13

2.2 Rapportens syfte 13

2.3 Problemet 13

3. METODER 15

3.1 Metoderna - en sammanfattning 15

3.2 Vårt grundsynsätt på kommunikation 15

4. KVANTITATIV OCH KVALITATIV INNEHÅLLSANALYS 17

4.1 Syfte 17

4.2 Fördelar och begränsningar med metoden 17

4.3 Annan, tidigare forskning som liknar vår innehållsanalys 18

4.4 Metod 18

4.5 Avgränsningar och definitioner under kodningen 19

4.6 Urval 19

4.7 Kodningskategorier 19

4.8 Resultat 23

4.9 Sammanfattande om innehållsanalysen 27

5. PERSONLIGA INTERVJUER 29

5.1 Syfte 29

5.2 Målet med intervjuundersökningen 29

5.3 Metoden - problem och frågeställningar 29

5.4 Förberedelse för intervjuerna 30

5.5 Urval 31

5.6 Dokumentation 31

5.7 Övriga fördelar och begränsningar med denna metod 31

5.8 Några viktiga utvecklingstendenser som har förändrat kommunikationen mellan journalister och presskommunikatörer 32

5.8.1 Utvecklingen av informations- och kommunikationstekniken 32

5.8.2 Den ökande professionaliseringen 33

5.8.3 Den kraftiga ökningen av pr-industrin 34

5.9 Resultatet av intervjuerna 35

5.9.1 Olika hinder i kommunikationen 35

5.9.2 Olika sätt att övervinna hindren enligt journalisterna 37

5.9.3 Olika sätt att övervinna hindren enligt presskommunikatörerna 39

6. SAMMANFATTANDE ANALYS OCH KONKRETA FÖRSLAG PÅ
ÅTGÄRDER 43

6.1 Sammanfattande analys av våra resultat 43

6.2 Konkreta förslag på åtgärder 47

6.2.1 Utifrån innehållsanalysen 47

6.2.2 Utifrån de personliga intervjuerna 48

7. SLUTSATSER 51

7.1 Förslag till fortsatt forskning 51

Referenser 53

Bilagor 55

1. INLEDNING

1.1 Dagens situation

Universitetens huvuduppgift, förutom att bedriva grundutbildning och forskning, är att samverka med det omgivande samhället, vilket till stor del sker via massmedier, som dagstidningar, radio och tv. Detta kallas för den tredje uppgiften.

Under våren 2006 har det i Sydsvenska Dagbladet pågått en intensiv debatt om den tredje uppgiften. Debattserien kallas talande nog "Forskare ska berätta om sin forskning" och initierades av den förre professorn Per-Åke Albertsson vid Lunds universitet. Inlägget var en reaktion på en nyhetsartikel några dagar tidigare, om en professor på den medicinska fakulteten i Lund som under nästan två år fått heltidslön från både Lunds universitet och universitetet i Oxford (den s.k. Rorsmanaffären). Frågan gällde vem som hade känt till detta. I sitt debattinlägg hävdar Albertsson att frågor av detta slag inte är av intresse för allmänheten. En betydligt viktigare uppgift för en forskare är den tredje uppgiften, dvs. att på ett begripligt sätt berätta för utomstående om sin forskning. "Med några få lysande undantag försummas denna uppgift tyvärr av professorerna vid våra universitet", hävdar Albertsson. Hans inlägg väckte en rad olika reaktioner.¹

Den tredje uppgiften är idag viktigare än någonsin tidigare. Dagens forskning är inte som för några decennier sedan främst en angelägenhet för en liten krets kvalificerade forskare utan präglas av en stark intressestyrning. Den ökade globaliseringen och utvecklingen av internet har medfört en betydligt större samverkan mellan universiteten och näringslivet. Utvecklingen av internet innebär också att olika lärosäten lättare kan jämföra sig – och inte minst konkurrera – med varandra när det gäller attraktiva forskningsprojekt. Därför krävs det idag en betydligt större öppenhet och insyn i offentliga verksamheter. Det faktum att dagens forskningsprojekt, särskilt inom teknik och naturvetenskap, slukar ofantliga belopp, forskningsmedel som det dessutom råder extremt hård konkurrens om, ökar också kravet på insyn i forskningsvärlden.

En stor andel av verksamheten vid universitet och högskolor finansieras med hjälp av skattemedel, även om denna andel drastiskt minskar och universiteten i allt högre utsträckning har blivit beroende av finansiering utifrån. Vissa människor uttrycker farhågor för att vi i Sverige riskerar att "halka efter" andra länder och efterlyser en starkare toppstyrning, t.ex. genom mer arbetsmarknadsanpassade utbildningar. Ett exempel är Thomas Nordström, f.d. chef för Institutet för Verkstadsteknisk Forskning, som i en artikel i tidningen Ny teknik formulerade det så här: "Staten smetar ut miljarder, utan att kräva leverans." (www.nyteknik.se)

Detta nyttotänkande står i synnerligen skarp kontrast till den rådande forskningspolitiken i Sverige. Ett fundament inom forskningspolitiken är nämligen den akademiska friheten och rätten för varje student, forskare och universitet att självständigt bedriva forskning, utan styrning från omvärlden. Med tanke

¹ Se bilaga 1, där Albertssons debattinlägg och några svar på hans inlägg sammanställts.

på globaliseringen och dagens ekonomiska villkor kan det bli mycket svårt för universiteten att stå emot näringslivets och politikernas krav på ekonomisk nytta.

Att samverka med samhället handlar inte bara om att kommunicera med politiker och näringslivet, utan kanske i synnerhet med allmänheten, dvs. tidningsläsare och tv-tittare, yrkesarbetande män och kvinnor, studenter, ungdomar, pensionärer och sjukskrivna. Det är universiteten – med sitt uppdrag, sin förstahandskunskap och sin kompetens – som måste ta ansvaret och initiativet för att nå ut i samhället och, inte minst, anpassa sig för att nå fram till medborgarna. Det går inte att förklara den bristande kommunikationen mellan universiteten och allmänheten med att allmänheten inte förstår forskningens villkor (public not understanding science). Nej, frågan gäller snarare det omvända – att forskarna inte förstår allmänheten (science not understanding public), menar vetenskapsjournalisten Peter Sylwan, professor och lärare på Icomm.

Problemet tycks med andra ord bestå i att universiteten behöver lära sig att kommunicera bättre med omvärlden.

1.2 Om universitetets tre uppgifter och dess varumärke

1.2.1 Universitetets tre uppgifter

Universiteten har tre huvuduppgifter: grundutbildning, forskning samt den tredje uppgiften: att samverka med samhället. De är denna tredje uppgift som vi till stora delar fokuserar på i denna rapport. På Lunds universitets hemsida formuleras denna uppgift på följande sätt:

Universitetet är en organisation med stor öppenhet mot samhället i övrigt. Universitetet samverkar med det omgivande samhället för att bidra till den kulturella och ekonomiska utvecklingen regionalt, nationellt och internationellt. Detta är den så kallade "tredje uppgiften" för universitetet, kontakter med och information till det omgivande samhället (www.lu.se).

Den övergripande frågan är: hur hanterar Lunds universitet den tredje uppgiften? Vad finns det för hinder för kommunikationen och vad kan förbättras? Det är inom ramen för denna fråga som vi har fått uppdraget att komma med förslag på hur Lunds universitet kan utveckla sitt pressarbete på Informationsenheten.

Lunds universitet är Sveriges största universitet och har för närvarande ca 6 000 anställda och drygt 40 000 studenter. Huvudverksamheten bedrivs i Lund, men det finns också utbildningar i Malmö, Helsingborg och Ljungbyhed. Eftersom Lunds universitet är så omfattande och dessutom starkt decentraliserat kan det vara svårt att skapa en samhörighetskänsla hos alla anställda. Förutom de interna målgrupperna, som olika medarbetare och aktiva studenter, riktar man sig också till en rad externa målgrupper, som t.ex. blivande studenter, forskningsfinansiärer, allmänheten och politikerna. En viktig aktör bland de externa

målgrupperna är massmedierna. Sammantaget ställer detta mycket stora krav på universitetets kommunikationsarbete, och man arbetar därför sedan flera år tillbaka med olika typer av förändringsarbete inom LU.

1.2.2 Universitetets varumärke

Universiteten verkar idag på en konkurrensutsatt marknad som alltmer liknar den kommersiella värld som affärsdrivande företag och koncerner verkar inom. Detta medför att universiteten också måste lägga resurser på att bygga upp och vidmakthålla sitt varumärke. Med tanke på den skarpa konkurrens som råder inom forskarvärlden när det gäller studenter, forskare och forskningsmedel är det avgörande att få stor publicitet, ett gott rykte och stora forskningsanslag. Man måste med andra ord optimera publiciteten.

Även för offentliga organisationer är det viktigt att synas och bygga sitt varumärke. Ingen verksamhet existerar för sin egen skull utan måste hela tiden kunna visa resultat av sitt arbete, även om det inte är i form av resultaträkningar till ägare och styrelse... Att ha ett högt förtroende är viktigt, vilket också kontinuerligt brukar mätas (Karaszi 2004:52).

Utmärkande för universitets verksamhet är öppenhet gentemot omvärlden. Som myndighet omfattas universitetet av offentlighetsprincipen, vilket betyder att allmänheten och massmedierna ska ha full insyn i statens och kommunernas verksamhet. Offentlighetsprincipen innebär till exempel att vem som helst får läsa myndighetens allmänna handlingar, att anställda i stat eller kommun har rätt att berätta vad de vet för utomstående och att de anställda har speciella möjligheter att lämna uppgifter till massmedierna (www.sweden.gov.se).

2. VÅRT UPPDRAG

2.1 Uppdraget

Under våren 2006 fick vi i uppdrag av Informationsenheten vid Lunds universitet att ta fram ett underlag, som LU skulle kunna använda för att utveckla sin presskommunikation.

Utgångspunkten var en kvantitativ undersökning som gjorts vid Göteborgs universitet (Stoltz 2005) och som visade att Göteborgs universitet hade ett mycket större nationellt genomslag i medierna än Lunds universitet. Vi fick i uppdrag att genom en kvantitativ innehållsanalys undersöka och jämföra genomslaget för fem olika universitet i Sverige i tre olika dagstidningar. Innehållsanalysen skulle sedan kompletteras med personliga intervjuer med ett antal journalister vid de tre tidningarna. Slutligen föreslog man att vi skulle intervjua några pressinformatörer vid de universitet som ingick i undersökningen, för att kunna jämföra sig med hur de arbetar med sina mediekontakter. Att jämföra sig med andra är en form av benchmarking, ett begrepp som sprider sig inom näringslivet, som ungefär betyder att lära av goda förebilder.

2.2 Rapportens syfte

Vi har valt som utgångspunkt för denna rapport att genom en kvantitativ innehållsanalys ta reda på om det stämmer att LU har ett betydligt sämre genomslag i de tre dagstidningarna än de andra universiteten i undersökningen. Innehållsanalysen har också syftat till att synliggöra en del av de undersökta universitetens nätverk med dagstidningarna, för att såväl kvantitativt som kvalitativt identifiera LU:s starka och svaga sidor när det gäller presskontakter. Med utgångspunkt från våra resultat av innehållsanalysen har vi försökt att identifiera några av de områden som LU kan fokusera på för att utveckla sitt pressarbete.

För att få en bättre förståelse för hur några enskilda presskommunikatörer och journalister ser på kommunikationen mellan universiteten och medierna har vi kompletterat innehållsanalysen med personliga intervjuer. Syftet med intervjuundersökningen har varit att få ta del av människors personliga uppfattningar, arbetsvillkor och centrala värderingar och därigenom få djupare kunskap om de olika hinder och möjligheter som kan finnas i relationen mellan journalister och pressansvariga. Eftersom intervjuerna har gett oss en inblick i förhållanden som inte kunnat utläsas ur innehållsanalysen har de fungerat som ett viktigt komplement till innehållsanalysen. Sammantaget syftar våra undersökningar, vår analys och våra förslag på konkreta åtgärder till att fungera som ett beslutsunderlag för Lunds universitet när det gäller att utveckla sitt pressarbete.

2.3 Problemet

Hur kan Lunds universitets pressavdelning utveckla sin kommunikation med journalister på några rikstäckande dagstidningar för att på bättre sätt uppfylla den tredje uppgiften? För att kunna besvara denna fråga har vi i våra undersök-

ningar fokuserat på några av de olika hinder och möjligheter som finns idag i kommunikationen mellan de fem universitet som ingår i uppdraget och ett antal journalister på dagstidningarna DN, SvD och DI.

Vi är medvetna om att det råder en viss oklarhet när det gäller innebörden av den tredje uppgiften. Vissa hävdar att det främst handlar om forskarens ansvar att förklara och förmedla sin forskning till samhället, medan andra anser att den tredje uppgiften också omfattar samverkan med samhället också när det gäller utbildning och kunskapsspridning i stort. Det är den senare definitionen som vi avser i denna rapport.

Lunds universitet håller nu på att utarbeta en ny strategisk plan som ska gälla från den 1 januari 2007, och i samband med detta arbete pågår det en diskussion om innebörden av den tredje uppgiften (www.lu.se).

3. METODER

3.1 Metoderna – en sammanfattning

I uppdraget ingick att göra en innehållsanalys av pressklipp från ett slumpmässigt antal veckor under 2005. Till vår hjälp för att göra detta fick vi genom Informationsenheten tillgång till databasen Observer. Denna undersökning gav oss grundläggande kunskap om de olika universitetens genomslag i rikstäckande medier. Men innehållsanalysen kan inte besvara frågan om varför mediabilden ser ut som den gör. Vi har därför gått ett steg längre i vår undersökning och kombinerat innehållsanalysen med personliga intervjuer med journalister och pressansvariga vid några universitet. I centrum för den kvalitativa intervjuundersökningen står själva kommunikationsprocessen mellan universitetet och medierna. Här fokuserar vi på relationerna mellan universitetet och journalisterna och hur de dagliga rutinerna med att förmedla nyhetsmaterial och forskningsinformation går till.

De två metoderna belyser olika aspekter av problemet och kompletterar varandra väl. Tillsammans skapar de en djupare förståelse för de problem som vi undersöker än om vi begränsat oss till endast en av metoderna. Men det är viktigt att komma ihåg att de trots allt inte visar en heltäckande bild av verkligheten.

Innehållsanalysen ger en inblick i en del av resultaten av kontakterna mellan journalister och olika medarbetare på universitetet, men den säger inte så mycket om hur man har gått tillväga i kommunikationen med varandra. Intervjuerna ger en djupare inblick i hur olika personer upplever denna kommunikation och utgör ett viktigt komplement till innehållsanalysen. Intervjuerna visar trots allt bara en del av verkligheten, dels på grund av att vi endast har talat med ett begränsat antal journalister och pressansvariga på universitetet, och dels för att alla utgår från sitt individuella perspektiv och sina egna erfarenheter.

3.2 Vårt grundsynsätt på kommunikation

Alla människor har olika referensramar och erfarenheter och ser därför på världen på olika sätt. Det är lätt att glömma bort att missförstånd mellan människor ofta bottnar i att alla individer har olika grundsynsätt. Vi tycker därför att det är väsentligt att redogöra för vår syn på kommunikation och därigenom underlätta för läsaren att förstå hur vi har tänkt och tolkat våra resultat.

Vår grundsyn ligger närmast ett synsätt som inom området organisationskommunikation kan kallas den tolkande synen (Heide m.fl. 2005). Vi utgår från att en organisation, som t.ex. Lunds universitet, består av en samling individer som genom att kommunicera med varandra och omvärlden ständigt formar och omformar själva organisationen. Detta sker genom de sociala normer, värde-

ringar och roller som individerna dagligen bekräftar och återspeglar genom interaktionen med varandra.

Kommunikation går alltså inte att beskriva med hjälp av ett formellt organisationsschema som slår fast hur alla inom en organisation ska bete sig. Ett sådant schema beskriver visserligen personernas plats i organisationen. Det ger en antydning om vad de anställda gör eller bör göra och om deras ungefärliga roll i förhållande till andra, men mycket mer säger det inte. Verkligheten befinner sig i ständig, långsam förändring och går alltså inte att fånga i formella scheman. Med detta menar vi att det inte finns en enda verklighet som kan fastställas en gång för alla.

Människor upplever verkligheten utifrån sin egen synvinkel, sin förväntningshorisont. Genom att samtala med varandra, utbyta information, kunskaper och erfarenheter och genom att göra saker tillsammans får man en insyn i andra människors sätt att se på verkligheten. På så sätt ökar vi människor vår förståelse och får en möjlighet att omvärdera vårt eget synsätt. Detta kallar vi för kommunikation. Det är alltså en ganska komplicerad process som lika mycket handlar om att lyssna som att tala.

Vår rapport och våra vetenskapliga metoder syftar därför inte till att utveckla generella teorier som kan förklara sociala beteenden, utan är främst till för att fördjupa förståelsen av det som vi undersökt.

4. KVANTITATIV OCH KVALITATIV INNEHÅLLSANALYS

4.1 Syfte

Vårt syfte med innehållsanalysen har för det första varit att se om det stämde att LU fick ett betydligt sämre genomslag i de tre dagstidningarna än de andra universiteten. För det andra har syftet varit att synliggöra en del av de undersökta universitetens nätverk med dagstidningarna för att såväl kvantitativt som kvalitativt identifiera LU:s starka och svaga sidor när det gäller presskontakter. Med hjälp av detta vill vi försöka filtrera ut några av de områden där LU kan hitta nya grepp för sitt pressarbete.

Därför har vi studerat sammanlagt 270 artiklar och jämfört Lunds universitets genomslag med fyra andra stora universitet i Sverige i tre rikstäckande dagstidningar. Av tidsskäl har vi begränsat oss till LU, GU, UU, SU och KI (de största universiteten i Sverige) och tidningarna DN, SvD och DI.²

Ett vanligt missförstånd beträffande statistiska analyser som är att tro att de är objektiva. Det är de inte. Vår analys är för oss ett sätt att visa vad vi har velat lägga märke till i de artiklar som vi undersökt. En annan människa med ett annat syfte och en annorlunda syn på kommunikation skulle troligen lägga märke till andra saker och komma fram till helt annorlunda resultat.

4.2 Fördelar och begränsningar med metoden

Fördelarna med denna typ av analys är att man får en överblick över vilken typ av nyhetsmaterial och annan information i dagspressen som de olika universiteten har fått publicerade under en viss period. Man kan även jämföra hur bra genomslag ett universitet har i förhållande till ett annat.

En av de största begränsningarna med denna typ av analys är att man endast ser resultatet av kommunikationen mellan universiteten och dagspressen. Tidningsartiklarna är ju endast en del av resultatet av kommunikationen. Om kontakten mellan journalisten och den universitetsanställda varit god, eller om den är varaktig, kan man alltså knappast utläsa. Samma sak gäller frågan om det har handlat om envägskommunikation eller om tvåvägskommunikation och om det funnits eller inte har funnits en ömsesidig respekt och samstämmighet mellan journalisten och personen från universitetet. Dessa saker är omöjliga att utläsa ur tidningsartiklar.

För att kunna se var svagheter och styrkor finns hade det varit bra att också undersöka vilka artiklar som inte publicerats och få reda på varför men även undersöka hur det kommer sig att de bästa artiklarna blivit så pass bra. För att få svar för dessa frågor krävs det andra metoder och mera tid. Tyvärr har tidsramarna tvingat oss att begränsa omfattningen av vår undersökning.

² För förklaring av förkortningarna, se bilaga 2.

4.3 Annan, tidigare forskning som liknar vår innehållsanalys

Andra, tidigare studier som liknar vår innehållsanalys finns såvitt vi vet inte. Vi har läst delar ur Jesper Falkheimers studie av mediebilden och pr-värdet av America's Cup för region Skåne, bl.a. för att få inspiration till hur man kan koda tidningsartiklar (Falkheimer, 2006). Hans studie skiljer sig dock i grunden från vår. Han har tagit del av cirka 1 800 olika artiklar/inslag i cirka tio olika lokala, regionala, nationella och internationella tidningar och TV- och radioprogram, för att få fram en mediebild av en region och ett evenemang som en region anordnat.

Vi har gjort en studie av ett begränsat antal tidningsartiklar för att få en bild av kontakterna mellan individer. Den grundläggande skillnaden ligger i bilden som man vill få fram genom sin studie. En mediebild är en bild som enbart gäller för en stor grupp människor, och enbart som kollektiv. Man kan nämligen inte räkna med att alla prenumeranter, radiolyssnare och TV-tittare har tagit del av alla 1 800 inslagen i tidningarna och etermedierna, nationellt och internationellt. Varje enskild person har alltså inblick bara i en del av den stora bilden. En mediebild finns därför inte rent konkret hos enskilda personer, utan existerar bara som en aggregerad, abstrakt idé som liksom svävar över ett kollektiv av personer och bestämmer på något sätt över detta kollektiv.

Trots att det hade varit mycket intressant att undersöka tidningsartiklarna för att få fram en sådan mediebild, så har vi bestämt oss för att undersöka det som rent konkret sker mellan verkliga individer. I stället för en abstrakt bild av händelserna har vi försökt att få en inblick i och skapa oss en bild av vad som verkligen utspelar sig mellan verkliga människor. Det har i alla fall varit vår målsättning. Trots att vi bara fått en indirekt inblick genom att analysera tidningsartiklarna, och trots att vi med säkerhet inte fått någon heltäckande bild av förloppet, så hoppas vi att vår undersökning kan synliggöra en del av den kommunikation som sker mellan journalister och olika personer på universiteten.

4.4 Metod

Innehållsanalysen har vi gjort med hjälp av Observers pressklipparkiv, en mediedatabas som innehåller alla pressklipp från de tidningar som vi undersökt och som publicerats över internet. Alla människor läser inte dagstidningarna över internet, men de artiklar som publiceras i tryckt form publiceras också alltid på nätet. Därmed är vårt material detsamma som det som läsarna haft tillgång till. Pressartiklarna innefattar hela den tryckta artikeln, med bild, rubrik och information om vilken typ av artikel det gäller.

Problemet med att jämföra universitet av olika storlek, som dessutom skiljer sig åt, t.ex. när det gäller organisationen och fakulteterna, är som att jämföra äpplen och päron. Detta kan vara vanskligt, men är trots allt möjligt så länge man jämför gemensamma nämnare. Så som man kan jämföra t.ex. smaken, storleken, formen, färgen eller priset på äpplen och päron, så kan man också jämföra de olika universitetens genomslag i dagspressen.

De variabler som vi har tittat på är:

- Vilka universitet som dominerar (tabell 1)
- Vilka teman som dominerar (tabell 2)
- Vilka tidningar som universiteten har fått störst/minst genomslag i (tabell 3)
- Vilken typ av material som universiteten fått publicerat (tabell 4)
- Vilka fakulteter och befattningar som dominerar (tabell 5.1 och 5.2)
- Vilka kanaler/kontaktpersoner universiteten använt för att nå pressen (tabell 6)

4.5 Avgränsningar och definitioner under kodningen

Allt mediematerial har vi kodat och bearbetat statistiskt med programmet Microsoft Excel 2002 med hjälp av pivottabeller. Varje artikel har vi läst och tolkat enligt sju huvudkategorier som vi ansåg vara relevanta: datum, medium, tema, fokus, källa, huvudaktör (fakultet) och huvudaktör (befattning).³

Enligt de formella kriterierna för innehållsanalyser ska kodningskategorierna vara ömsesidigt uteslutande och möjliga att upprepa oavsett vem som gör analysen. För att minska risken för att personliga eller subjektiva tolkningar ska påverka resultaten har vi båda två kodat samtliga artiklar oberoende av varandra. Naturligtvis hade det varit önskvärt att ännu fler personer hade kunnat koda artiklarna.

4.6 Urval

För att få en representativ mängd artiklar under en längre period har vi studerat samtliga artiklar som nämner de fem lärosätena under fem slumpmässigt utvalda perioder på 14 dagar under 2005, dvs. totalt 10 veckor. Vi har dock inte valt perioder under månaderna juni, juli, augusti, december och januari, eftersom perioder av lågsäsong kan påverka publiceringen av nyhetsmaterial och forskningsartiklar. De undersökta perioderna är den 1-14 februari, 1-14 april, 1-14 maj, 1-14 oktober och 1-14 november.

Om en artikel med samma rubrik nämnts två gånger i två olika tidningar har denna räknats in i urvalet, eftersom detta ökar spridningen av nyheten. Om en artikel med identisk rubrik har publicerats i samma tidning flera gånger räknas den bara en gång. Vi uppnådde därmed minst 40 artiklar per lärosäte och det totala antalet artiklar blev 270 stycken.

4.7 Kodningskategorier

I kodningskategorin Medium har vi koncentrerat oss på de tre rikstäckande dagstidningarna: DN, SvD och DI. Det hade varit önskvärt att även undersöka rikstäckande etermedier som SR och SVT, men detta hade krävt alltför mycket tid. Kvaliteten på den statistiska undersökningen blir därmed inte mindre, utan endast omfattningen. Etermedier är ju ett annat medium än dagspress. Det

³ För kodningsschema, se bilaga 3.

vore trots allt intressant att se hur bra LU når ut i etermedierna jämfört med de andra universiteten, vilket inte är oviktigt att veta för LU. En annan, separat, undersökning krävs.

När det gäller kodningskategorin Universitet har vi använt nedanstående sökord:

Lunds universitet: Lunds universitet, universitet i Lund, Campus Helsingborg, Ekonomihögskolan i Lund, Lunds Trafikflyghögskola, Trafikflyghögskolan i Lund, LTH, Lunds Tekniska Högskola, Malmö konsthögskola, Malmös konsthögskola, Konsthögskolan i Malmö, Malmöteaterhögskola, Malmösteaterhögskola, Teaterhögskolan i Malmö, Malmö musikhögskola, Malmös musikhögskola, Musikhögskolan i Malmö;

Göteborgs universitet: Göteborgs universitet, Universitetet i Göteborg (Chalmers är en självständig enhet med ett eget varumärke);

Uppsala universitet: Uppsala universitet, Universitetet i Uppsala;

Stockholms universitet: Stockholms universitet, Universitetet i Stockholm (KTH och Handelshögskolan är självständiga enheter med ett eget varumärke; Lärarhögskolan är ännu inte del av SU);

Karolinska institutet: Karolinska institutet, KI (Vi har förstås inte valt artiklar om Konjunkturinstitutet, som också förkortas KI).

Vissa universitet har olika samarbetsprojekt över universitetsgränserna, som t.ex. Stockholms akademiska forum. Dessa har vi inte tagit med i undersökningen eftersom dessa utgör självständiga enheter.

Trots att vi ansåg att vi var noggranna med att använda rätt sökord för varje universitet, visade det sig mot slutet av vår statistiska undersökning att det fanns fler sökord för LU än för de andra universiteten. Därmed finns risken att det skett ett undertäckningsfel, dvs. att vi fått färre träffar för de andra universiteten än för LU. Ändå har det visat sig att det endast fanns en enda artikel från alla högskolorna som är knutna till LU, förutom Ekonomihögskolan, under de perioder som vi har undersökt. Med andra ord har slutresultatet inte påverkats nämnvärt av denna bias i våra sökord. Vi beklagar dock att vi inte tagit med t.ex. Sahlgrenska akademien, Handelshögskolan i Göteborg och IT-universitetet i Göteborg i våra sökord. Man kan fråga sig hur stor skillnad det hade varit på slutresultatet om vi inkluderat dessa.

Följande underkategorier behöver närmare förklaring:

Kodningskategorin Arbetsplatsfrågor definieras som alla ämnen som inte berör kärnverksamheten forskning och utbildning specifikt. Det handlar om sådant som rör universiteten som arbetsplats och som myndighet, som t.ex. jämställdhetsfrågor eller anställningsvillkor.

Kodningskategorin Skandaler är den enda kategorin som tydligt överlappar två andra, nämligen kategorierna arbetsplatsfrågor och utbildning. Från början ingick kodningskategorin Vinkling i undersökningen med underkategorierna "positiv", "negativ" och "neutral" för att kunna ange den värdeladdning som re-

spektive artikel har. Det var dock ofta svårt att bedöma om en artikel var neutral eller positiv. Detta beror i hög grad på hur olika läsare uppfattar samma artikel. En neutral artikel om ett forskningsresultat på LU kan läsas som en neutral upplysning, samtidigt som det kan uppfattas som positivt för universitetet att man har fått publicitet. Efter flera diskussioner kom vi överens om att endast urskilja de negativa artiklarna från resten i kategorin "skandal", eftersom det var viktigast att se hur ofta pressen publicerade negativa nyheter om de olika universiteten. Artiklar hamnar här när de skrivits utifrån ett skandalperspektiv, dvs. faktamässigt tveksamt. Ett exempel är när tidningen skriver i rubriken att "Uppsala universitet diskriminerar", men det framgår av innehållet att tingsrätten ännu inte har uttalat sig i frågan (idnr. 446). Även artiklar vars ämne kan få läsaren att associera till skandaler tillhör denna kategori, t.ex. fusk bland studenter eller professorer (bl.a. idnr. 439, 443, 525 t.o.m. 530).⁴

Många artiklar handlar inte direkt om nya forskningsrapporter på universitetet utan gäller snarare Sakkunskap. När en person från universitetet uttalar sig som sakkunnig i frågan, så har denna artikel placerats i kodningskategorin sakkunskap. Tydliga exempel är seismologen Reynir Bödvarsson vid Uppsala universitet, som ofta får uttala sig i frågor som rör jordbävningar, såväl tsunamikatastrofen samt mindre jordbävningar i Sverige (bl.a. idnr. 437), eller professor Sören Holmberg vid Göteborgs universitet som får uttala sig om olika valfrågor (idnr. 208).

För att särskilja kategorierna "skandal" och "sakkunskap" gällde det att se vilken roll själva universitetet hade i frågan. Om en artikel handlade om en rektor på en gymnasieskola som har sagts upp pga. jäv, så kan den uppfattas som en skandalartikel. Om universitetet dock inte hade ansvar för skandalen, och en professor uttalade sig som sakkunnig i dessa frågor, så hamnade artikeln i kategorin "sakkunskap".

Kodningskategorin Fokus anger hur framträdande universitetet eller dess representant är i artikeln.

1. Avsevärt utrymme – variabler som spelar en viktig roll här är: när universitetet eller dess talesman nämns redan i ingressen eller tidigt i artikeln, när man återkommer flera gånger i en enda artikel, när man upptar avsevärd plats eller när det finns ett foto på talespersonen.
2. Mellanstort utrymme – universitetspersonen måste själv direkt komma till tals genom någon typ av intervjufrågor. Om detta sker senare i artikeln, men mer än en gång betraktas det som mellanstort utrymme.
3. Mindre utrymme – gäller i fall där man endast omnämner universitetet, t.ex. att en undersökning utförts vid ett visst universitet eller en familjenotis om en person som fått sin utbildning vid ett visst universitet.

⁴Varje undersökt tidningsartikel har fått ett id-nummer. Den som är intresserad av att studera vilken artikel som motsvarar ett visst id-nummer kan få tillgång till materialet genom att kontakta författarna.

Kodningskategorin Källa säger något om vilka kanaler eller kontaktpersoner universiteten använt för att nå pressen. Vi har tittat på vem som skrivit artiklarna. Det handlar om vilken typ av kontakt universiteten har med tidningarna och vilken väg informationsströmmen tar. Om en artikel är skriven av en person vid universitetet så finns det en direkt kontaktväg mellan universitetspersonen och tidningen. Universitetet kommunicerar i dessa artiklar dessutom direkt från "peer to public". Ett exempel är när en litteraturprofessor skriver en kulturartikel om filmskaparen Pasolini och undertecknar med sitt eget namn (idnr. 139).

Om en artikel är skriven av en journalist, så har denna bevisligen haft kontakt med universitetet, även om det bara handlar om att läsa en rapport. Man kan därmed se det som om universitetet lyckats nå ut med sin information. De flesta nyhetsartiklarna hamnar i denna kategori. Om artikeln har skrivits av en nyhetsbyrå, så vet vi att det funnits en kontaktväg mellan universitetet och nyhetsbyrån.

Om en artikel skrivits av en utomstående och respektive universitet nämns, så är det inte säkert att denne person kontaktat universitetet för artikelns skull, men han eller hon fungerar trots allt som en ambassadör för universitetet. Detta visar att universitetet har ett gott rykte. Man skulle dessutom kunna hävda att kommunikationen i dessa artiklar på något sätt går från "public to peer", eftersom en utomstående ("public") talar och säger något om universitetet ("peer"). Ett exempel är en artikel skriven av en privatperson som lider av epilepsi och som skriver en insändare i vilken han protesterar mot djurrättsaktivisters inbrott i KI:s djurstall (idnr. 546).

I den första delen av kodningskategorin Huvudaktör har vi begränsat oss till fakultetsnivå och valt att inte urskilja institutionerna eftersom det då hade varit omöjligt att jämföra de olika universiteten: alla har inte lika många eller ens samma institutioner. Däremot har universiteten samma fakultetsindelning. KI innehar en särställning i och med att det endast är ett medicinskt universitet (se tabell 5.1).

I kodningskategorin Huvudaktör: befattning har vi så långt det är möjligt tagit hänsyn till de olika rollerna som en person har. Ibland kan en och samma person vara både professor och forskare och en annan kan vara både forskare och docent. Vi har gett respektive person den kod som överensstämmer med rollen i vilken han eller hon presenterats i artikeln.

DN och SvD är även lokaltidningar för Stockholm, men vi har funnit att det har varit svårt att skilja mellan lokala nyheter och riksnyheter, i alla fall i de artiklar där universiteten nämns. Vi tyckte därför att det var irrelevant att använda oss av kodningskategorierna lokala nyheter och riksnyheter.

4.8 Resultat ⁵

Inledningsvis ska sägas att vi med hjälp av nedanstående tabeller inte velat dra för stora slutsatser i jämförelsen mellan de olika universitetet. Varje universitet ska i princip bedömas för sig eftersom det troligen finns avsevärda skillnader t.ex. när det gäller fakulteternas storlek och inriktning.

	Antal artiklar
Lunds universitet	43
Göteborgs universitet	48
Stockholms universitet	72
Uppsala universitet	50
Karolinska institutet	57
Summa artiklar	270

I ovanstående tabell kan utläsas att vår hypotes – att LU skulle få betydligt mindre publicitet än alla andra – kan vederläggas. SU och KI fick visserligen fler träffar, men man kan inte bortse från att dessa Stockholmsbaserade universitet fått publicitet i tidningar som till stor del även är lokala och regionala. De högre siffrorna är alltså en aning missvisande. LU får i vår undersökning något mindre publicitet än de övriga, men denna skillnad kan ligga inom felmarginalen.

	Lunds uni- versitet	Göteborgs universitet	Stockholms universitet	Uppsala universitet	Karolinska institutet	Summa
Grundutbildning	2	1	7	2	1	13
Forskning	16	15	25	16	27	99
Arbetsplatsfrågor	1	1	3	3	1	9
Skandal vid universitetet	5	5	9	10	7	36
Sakkunskap	12	16	24	13	16	81
Övrigt	7	10	4	6	5	32
Summa artiklar	43	48	72	50	57	270

Generellt kan sägas att tidningarna huvudsakligen behandlar forskning och – i förlängningen av detta – sakkunskap. I det första fallet har tidningen rapporterat om aktuell forskning, i det andra fallet har man låtit sakkunniga vid universitetet uttala sig om ett aktuellt ämne. Mest slående i denna tabell är dock att det nästan inte finns några artiklar om grundutbildning, vilket trots allt är den andra huvuduppgiften för universitetet. Här verkar det finnas ett stort och viktigt område som man skulle kunna lyfta fram!

⁵ Den extra markeringen som många av siffrorna har fått i nedanstående tabeller har gjorts för att framhäva vilka kategorier som dominerar i relation till de övriga och syftar alltså endast till att öka läsbarheten.

LU nämns endast i två artiklar – en som handlar om en kvinna som beskriver sin gymnasietid som ett äventyr och berättar att hon nu studerar vid LU (idnr. 122) och en som gäller en lektor som tycker att gymnasimatten ska göras om (idnr. 102). Men de andra universiteten lyckas inte heller förmedla särskilt mycket om sin grundutbildning. En artikel om utbildningen på KI handlar om att några gymnasieelever satsar på att göra högskoleprovet för att få en utbildningsplats på KI (idnr. 547).

Det finns relativt få skandaler på LU som man skrivit om, jämfört med de andra universiteten, i alla fall under de perioder som vår undersökning gäller. Det verkar som om DN, SvD och DI väljer ut några få skandaler att skriva om: varje universitet har sin egen skandal. Under perioderna som vi undersökt hade SU professor Tiina Rosenberg, som anklagas för fusk i sin avhandling, och GU professor Gillberg, som vägrat lämna ut sitt forskningsmaterial eftersom han ansåg att sekretessen går före offentlighetsprincipen. KI skrev om professor Jan-Åke Gustafsson som sägs ha tjänat miljoner genom aktieförsäljning till följd av att han sitter på flera olika stolar, UU hade några ungdomar som hackat sig in i universitetets huvuddator och LU hade en svindelmisstänkt professor som tvingades sluta.

	Lunds universitet	Göteborgs universitet	Stockholms universitet	Uppsala universitet	Karolinska institutet	Summa
Dagens Nyheter	11	20	35	19	23	108
SvenskaDagbladet	22	18	25	24	25	114
Dagens Industri	10	10	12	7	9	48
Summa artiklar	43	48	72	50	57	270

LU har under de undersökta perioderna främst fått publicitet i SvD och mindre i de andra tidningarna. Detta kan kanske bero på att det finns fler personer på LU som har personlig kontakt med journalister på SvD än på DN.

	Lunds universitet	Göteborgs universitet	Stockholms universitet	Uppsala universitet	Karolinska institutet
Avsevärt utrymme	21%	8%	11%	4%	37%
Mellanstort utrymme	28%	44%	43%	56%	18%
Mindre utrymme	51%	48%	46%	40%	46%
Summa artiklar	100%	100%	100%	100%	100%

Vid en procentuell jämförelse mellan de olika lärosätena tycks LU stå sig ganska bra. LU hamnar någonstans mitt emellan mellanstort och mindre utrymme i en artikel som till exempel handlar om att Livsmedelsverket planerar en stor kampanj för att minska människors saltkonsumtion. Här framhäver man kampanjens betydelse genom att skriva att LU har bedrivit forskning om detta, men man nämner även andra forskningsrapporter från andra universitet (idnr. 133). Ett annat exempel är en artikel om en demonstration mot terroråd i Jordaniens huvudstad Amman, där en studierektor i slutet uttalar sig om att det är oljepriset och inte terroristerna som kan destabilisera landet (idnr. 132).

Mot bakgrund av dessa artiklar kan man undersöka vilka artiklar som KI lyckas få publicerade. Nästan varje dag skrivs det om en ny forskningsrapport från KI, t.ex. om att småbarn mår dåligt i innerstaden på grund av trafikbuller (idnr. 508) eller att sjukvården sjukskriver i onödan (idnr. 503) eller att varannan svensk sover på jobbet (idnr. 531). Anmärkningsvärt är att tidningen nästan aldrig kommenterar innehållet kritiskt utan snarare verkar vara KI:s förlängda arm.

	Lunds universitet	Göteborgs universitet	Stockholms universitet	Uppsala universitet	Karolinska institutet
Opinion/ledare	0%	2%	1%	0%	7%
Debatt/insändare	2%	6%	6%	14%	16%
Nyhetsmaterial	65%	65%	72%	64%	65%
Krönika/kommentar	2%	0%	1%	0%	0%
Recension	2%	0%	1%	0%	2%
Feature/reportage	26%	21%	17%	14%	7%
Övrigt	2%	6%	1%	8%	4%
Summa	100%	100%	100%	100%	100%

I denna tabell framgår det att flertalet artiklar om universiteten antingen hamnar i kategorin nyhetsartiklar eller feature/reportage. Det finns väldigt få recensioner, trots att universiteten ger ut många avhandlingar, och att flera forskare skriver böcker. Antalet insändare eller debattinlägg från LU är mycket färre än från t.ex. UU och KI. Här ska påpekas att flera av insändarna, speciellt när det gäller KI, handlar om utomstående personer som i sina artiklar nämner respektive universitet. Ändå kan man säga att detta skapar extra uppmärksamhet

åt det nämnda universitetet. Det mesta av nyhets- och feature/reportagematerialet handlade just om forskning (jfr tabell 2).

Tabell 5.1 Aktörer (fakultet) som dominerar (i procent)

	Lunds universitet	Göteborgs universitet	Stockholms universitet	Uppsala universitet	Karolinska institutet
Teknik	28%	4%	2%	4%	
Naturvetenskap	2%	4%	6%	10%	
Medicin	9%	15%	12%	3%	
Juridik	2%	0%	2%	14%	
Samhällsvetenskap	9%	38%	18%	25%	
Humaniora och teologi	12%	4%	4%	17%	
Konstnärliga högskolor	2%	4%	0%	0%	
Ekonomiska högskolor	19%	8%	16%	14%	
Läraryr utbildningar	0%	2%	0%	0%	
Universitetetsomhelhet	16%	21%	30%	14%	100%
Summa	100%	100%	100%	100%	100%

Viktigt att notera är att KI endast är ett medicinskt universitet och att det ofta endast är lärosätets namn som nämns i pressen. LU:s starkaste ämnesområden när det gäller presskontakterna framgår av denna tabell: det är teknik, humaniora och teologi samt ekonomi. Vi har inte tagit hänsyn till de olika fakulteternas storlek, så en enda artikel om t.ex. Konsthögskolan kan vara bra, jämfört med Lunds tekniska högskola (LTH).

Tabell 5.2 Aktörer (befattning) som dominerar (i procent)

	Lunds universitet	Göteborgs universitet	Stockholms universitet	Uppsala universitet	Karolinska institutet
Rektor/ledningspersonal	5%	0%	4%	2%	4%
Professor	37%	42%	42%	32%	35%
Forskare	23%	21%	14%	20%	14%
Doktorand	2%	2%	6%	4%	0%
Lärare/docent/lektor	2%	0%	10%	4%	5%
Student	2%	10%	8%	4%	4%
Utomstående	23%	13%	11%	30%	30%
Universitetet som helhet	5%	13%	6%	2%	9%
Övriguniversitetspersonal	0%	0%	0%	2%	0%
Summa	100%	100%	100%	100%	100%

Professorer, forskare och utomstående är tydligt dominerande i pressen, och det gäller i lika hög grad LU som de övriga universiteterna. Här återfinns kända och mindre kända mediepersonligheter. Professor Sören Holmberg vid GU tillfrågas ofta när det gäller partifrågor och riksdagsval, och Reynir Böldvarsson anlitas som expert från UU för att uttala sig i seismologiska frågor. I övrigt har vi under den tidsperiod som vi undersökt inte hittat fler "kändisar".

För övrigt är det uppenbart att den stora massan av doktorander, docenter och studenter knappt får något utrymme i den rikstäckande dagspressen. Kan detta ha att göra med att dessa grupper inte har presskontakter eller med att deras arbete inte har tillräckligt nyhetsvärde? En förklaring kan vara att det beror på det dåliga genomslag som grundutbildningen får i pressen. Doktorander, docenter och studenter har ju alla koppling till just utbildning.

LU har fått relativt många "ambassadörer" (utomstående) som fungerar som sakkunniga eller på andra sätt kan skapa god publicitet för universitetet. Ett exempel är den rikskände komikern David Batra, som presenteras med foto i en artikel som dock endast nämner att han studerat vid LU (idnr. 106). En enda bibliotekarie, från UU (inom kategorin Övrig universitetspersonal) kom till tals i pressen, genom en artikel om en polsk författare (idnr. 412).

Tabell 6. Andel kontaktkanaler för resp. universitet

	Lunds universitet	Göteborgs universitet	Stockholms universitet	Uppsala universitet	Karolinska institutet
Självständigt skriven	9%	2%	6%	26%	7%
Skriven av journalist	67%	83%	78%	60%	56%
Skriven av nyhetsbyrå	23%	15%	14%	14%	26%
Skriven av utomstående	0%	0%	3%	0%	11%
Summa artiklar	100%	100%	100%	100%	100%

Denna tabell visar genom vilka kanaler eller kontaktpersoner som en artikel kommit till. Här framgår det tydligt att LU:s kontakter med pressen främst sker genom journalister och nyhetsbyråer. KI är det enda lärosätet som kan dra nytta av att universitetet nämns i samband med att utomstående uttalar sig i pressen. KI har alltså fler "ambassadörer" än övriga lärosäten, t.ex. de ganska vanligt förekommande artiklarna i DI, som i förbifarten nämner att KI samarbetar med ett visst bolag. Ett exempel är Ray Search laboratories, som meddelar att man kommer att teckna ett långsiktigt utvecklings- och licensavtal med KI om nya produkter för kvalitetssäkring av sina strålbehandlingsmetoder (idnr. 558).

4.9 Sammanfattande om innehållsanalysen

Helhetsintrycket av LU:s exponering i dagspressen är med andra ord att Lunds universitet står sig bra jämfört med de andra universiteten när det gäller det nationella genomslaget. Det tycks därmed som om LU redan gör mycket för att få ut sina nyheter i dagspressen, men det finns också sådant som man skulle kunna förbättra. Våra olika förslag på förbättringar utifrån resultaten i innehållsanalysen finns sammanställda i kapitel 6.

5. PERSONLIGA INTERVJUER

5.1 Syfte

Huvudsyftet med våra intervjuer har varit att skaffa oss en djupare förståelse för hur några pressansvariga och journalister ser på kommunikationen mellan universiteten och dagspressen. Genom denna förståelse vill vi försöka förmedla en bild av några centrala värderingar och villkor inom de båda yrkesgrupperna och visa hur dessa kan påverka kommunikationen mellan journalister och pressansvariga. Intervjuundersökningen kan därför sägas fungera som ett viktigt komplement till innehållsanalysen.

5.2 Målet med intervjuundersökningen

Målet med vår intervjuundersökning är att på ett lättläst och intresseväckande sätt beskriva hur några journalister och pressansvariga vid universiteten ser på kommunikationen mellan universiteten och medierna. I denna beskrivning fokuserar vi till stora delar på den kommunikativa praktiken, dvs. det dagliga arbetet på en pressavdelning eller en tidningsredaktion, och de hinder och möjligheter som kan försvåra respektive underlätta denna kommunikation. Vårt mål är naturligtvis också att våra undersökningar och vår rapport ska kunna fungera som ett beslutsunderlag för vår uppdragsgivare, Lunds universitet, när det gäller att utveckla sitt pressarbete.

5.3 Metoden – problem och frågeställningar

Kvalitativ metod är också bra att använda när man vill studera relationen mellan två grupper och när man vill få grepp om människors personliga uppfattningar, menar Ekström & Larsson (2000:50). Men syftet med kvalitativa intervjuer är inte att få fram en entydig bild, utan att på bästa sätt "beskriva de mångtydiga och sinsemellan motsägelsefulla uppfattningar som den intervjuade ger uttryck för" (Kvale 1997:38). För vår del är detta en väsentlig utgångspunkt, som stämmer väl överens med vårt grundsynsätt.

För att få en tydligare bild av hur några journalister och pressansvariga ser på relationen mellan universitet och medierna har vi därför gjort ett antal intervjuer med främst vetenskapsjournalister på DN och SvD samt på radions Vetenskapsredaktion. Vi har också intervjuat några journalister på Sydsvenska Dagbladet (SDS), eftersom de har ett särskilt fokus på Lunds universitet. Även om SDS inte ingår i vårt uppdrag har vi ansett att journalisterna på SDS skulle kunna bidra med viktiga synpunkter som kan belysa vår frågeställning. Vi har också gjort en inledande informantintervju vid ett personligt möte med vår lärare på Icomm, vetenskapsjournalisten Peter Sylwan. Vårt främsta syfte med denna intervju var att få viktiga faktaupplysningar som kan belysa forskningsuppgiften och få förslag på lämpliga journalister att intervjuas. Slutligen har vi också talat med några pressansvariga vid de olika universiteterna och institutionerna.

Naturligtvis är det önskvärt med ett personligt möte ansikte mot ansikte när man gör personliga intervjuer. I vårt fall har detta inte varit möjligt, främst på

grund av det geografiska avståndet till Stockholm, men också på grund av att journalister ofta är mycket pressade och inte på förhand vet när de kan låta sig intervjuas. Vi har därför fått göra våra intervjuer via telefonsamtal.

5.4 Förberedelser för intervjuerna

Vi beslöt oss för att göra en intervjuguide med ett antal tematiska frågor kring intervjupersonens syn på relationer och rutiner när det gäller kommunikationen mellan journalister och de olika universiteten. Guiden kan snarast karakteriseras som en halvstrukturerad intervjuguide, med ett antal öppna frågor och gott om utrymme för utvecklingar och angelägen information. Eftersom journalisterna ofta är har ont om tid planerade vi för att intervjun skulle ta högst 10-15 minuter.

Intervjuguiden för journalisterna innehöll följande frågor:

- Hur ser du på relationen till de olika universiteten i Sverige?
- Vad fungerar bra/mindre bra?
- Hur får du information om aktuell forskning?
- Var kommer initiativet från? Ge exempel!
- Vilken typ av forskningsinformation kan utgöra underlag till en nyhetsartikel?
- Hur ser du på forskarna och den tredje uppgiften?
- Har du några förslag på förbättringar eller goda råd till universitetens pressavdelningar som kan underlätta ditt arbete?

När vi gjorde intervjuerna med de pressansvariga vid universiteten försökte vi spegla kommunikationen från andra hållet med dessa frågor:

- Vad gör du för att få ut universitetets forskningsinformation?
- Hur ser dina kontakter med forskarna ut?
- Hur ser du på forskarna och den tredje uppgiften?
- Hur ofta kontaktar journalister och forskare dig på den centrala pressavdelningen?
- Hur kan du underlätta arbetet för journalister?
- Kan du ge exempel på olika aktiviteter som riktar sig specifikt mot medierna?

Vi beslöt oss för att utgå från enkla, raka och öppna frågor, men vi bemödade oss också om att vara flexibla och beredda på vissa avvikelser från intervjuguiden om intervjupersonen fördjupade sig i något angränsande och angeläget ämne. Intervjuguiden skulle med andra ord tjäna som ett stöd och en vägledning för att få svar på ett antal viktiga frågor, utan att utgöra ett hinder för samtalet.

För att förbereda våra intervjupersoner och slippa lägga dyrbar tid under intervjun på att förklara vårt syfte med undersökningen ställde vi samman ett kort e-brev med information om uppdraget och oss själva och skickade iväg några dagar innan vi tänkte börja med intervjuerna. Vi bad dem också svara

oss på var och när det gick bra att kontakta dem. Det var dock inte många som överhuvudtaget svarade på vårt e-brev, men vi beslutade oss för att höra av oss i alla fall. Vi tog också kontakt med fler lämpliga intervjupersoner, som ibland direkt kunde ställa upp på en intervju och andra, som gärna ville ha vårt e-brev med information innan vi gjorde intervjun. Några journalister har vi trots upprepade påminnelser via telefon och e-post tyvärr inte lyckats få göra en intervju med.

5.5 Urval

Genom den inledande intervjun med vår lärare, Peter Sylwan, fick vi många bra förslag på olika vetenskapsjournalister som kunde vara lämpliga att intervjua. Vi har dessutom använt den s.k. snöbollsmetoden, då vi vid våra intervjuer bett om tips på andra journalister som skulle kunna bidra med viktig information. Några uppslag har vi också fått när vi studerat artiklarna som ingått i innehållsanalysen. Eftersom vi inte fick möjlighet att intervjua några av de journalister i Stockholm som vi planerat, beslöt vi oss för att tala med några journalister på Sydsvenska Dagbladet (SDS). Dessa ingick visserligen inte i uppdraget, men skulle trots allt kunna bidra med värdefulla synpunkter och hjälpa oss att belysa allmängiltiga frågor. Slutligen har vi också gått in på de olika universitetens hemsidor för att hitta de pressansvariga vid universiteten. Vi har med andra ord gjort ett urval efter kritiska fall, dvs. valt ut personer som är särskilt berörda eller utsatta för problemet (Ekström & Larsson 2000:57).

Vi planerade att göra 10-12 intervjuer för att få så fyllig information som möjligt och få vår problemställning speglad från flera olika infallsvinklar. Sammanlagt har det blivit nio intervjuer med journalister inom dagspress och etermedier samt tre intervjuer med pressansvariga.

5.6 Dokumentation

På ett tidigt stadium var vi på det klara med att vi helst ville spela in våra intervjuer. Fördelarna med detta är uppenbara: dels är det svårt att hinna anteckna allt väsentligt medan man intervjuar, och dels så kan man gå tillbaka och lyssna igenom intervjun flera gånger om något är oklart. Slutligen har man också en bra dokumentation över sitt material när man har bandat alla intervjuer. Av etiska skäl är det naturligtvis nödvändigt av att man frågar sina intervjupersoner om tillåtelse att spela in intervjun, vilket vi gjorde redan i vårt e-brev. De personer som vi direkt fick kontakt med och intervjuade har alla också gett sitt godkännande till detta förfarande.

5.7 Övriga fördelar och begränsningar med denna metod

En av de största fördelarna när det gäller de personliga intervjuerna är att vi fått en djupare inblick i hur den intervjuade ser på kommunikationen och sitt dagliga arbete. Genom intervjumetoden får man möjlighet att ta del av kunskap som kan mycket svår att få fram med andra metoder. Det faktum att det är intervjuaren som ställer frågorna innebär att denne kan styra samtalet mot

de områden man vill få veta mer om. Ofta får man den mest intressanta informationen i förbifarten, när man minst väntar det, och därför gäller det att inte styra samtalet alltför hårt. Vår utgångspunkt har därför varit att ställa s.k. öppna frågor för att ge den intervjuade möjlighet att ingående beskriva sin synvinkel. Att vi som intervjuare också kommit med synpunkter och reaktioner under intervjun har varit avgörande för att skapa förtroende och för att hålla igång samtalet. Steinar Kvale betonar också att den kunskap som en intervju ger till stor del är beroende av samspelet mellan intervjuaren och respondenten (Kvale 1997:34ff.). För varje intervju som gjorts har vi själva, som intervjuare, fått alltmer kunskap, vilket ökat vår samlade förståelse för problemet, den s.k. kumulativa förståelsen. En fördel är att man då kan ställa mer direkta och initierade frågor angående vissa specifika problem, något som dessutom ökar förtroendet för oss som intervjuare.

En av de främsta begränsningarna med metoden personlig intervju är uppenbar: att intervjun endast inbegriper en liten aspekt av verkligheten (jämför med den tidigare diskussionen om metoder i avsnittet Vårt grundsynsätt på kommunikation). En annan begränsning när det gäller vår intervjuundersökning är det som diskuterats ovan – att vi på grund av det geografiska avståndet blivit tvungna att göra våra intervjuer via telefon i stället för vid ett personligt möte. På detta sätt förlorar man de budskap som ansiktsuttryck och kroppsspråk förmedlar vid ett personligt möte.

När det gäller intervjuguiden finns det naturligtvis en risk att intervjuaren läser sig vid frågeställningarna. Intervjupersonen kan å sin sida också påverkas av en stark styrning och reagera genom att bli mindre intresserad och spontan, vilket kan försämra samtalets kvalitet. Eftersom de intervjuade är professionella journalister och pressansvariga (som vanligen också är journalister) har flertalet inte uttryckt några problem med att förstå vårt uppdrag och våra frågor. Några gånger har det hänt att en journalist ifrågasatt en formulering, men då har vi lyckats reda ut frågan genom vår dialog.

5.8 Några viktiga utvecklingstendenser som har förändrat kommunikationen mellan journalister och presskommunikatörer

5.8.1 Utvecklingen av informations- och kommunikationstekniken

Den oerhört snabba utvecklingen inom informations- och kommunikationstekniken (IKT) under det senaste decenniet har radikalt förändrat världen för alla medieanvändare – på gott och ont. Med hjälp av internet och mobiltelefoni kan information spridas betydligt snabbare och effektivare, i större mängd, till fler mottagare, till en lägre kostnad och oberoende av tid och plats. Utvecklingen av internet har visserligen bidragit till att öka demokratin i vårt samhälle och minska avståndet mellan människor. Men denna utveckling har också medfört en rad nackdelar: tidspressen har ökat avsevärt, konkurrensen om utrymmet och medieanvändarens uppmärksamhet har hårdnat, och människor förväntas ständigt vara tillgängliga, uppdaterade och uppkopplade. Sist men inte minst – informationsöverflödet har antagit så orimliga proportioner att man idag öppet talar om informationsstress.

Internet har också gett upphov till en ny logik när det gäller vem som tar initiativet vid utbyte av information. Medieanvändare på nätet har vant sig vid att själva söka upp den information de behöver (s.k. pull-logik) och föredrar detta i stället för att själva bli överrösta med information de inte efterfrågat (push-logik). Detta kan också tolkas som ett sätt att försöka värja sig mot informationsöverflödet.

Att digitaliseringen och utvecklingen av internet i samma utsträckning har förändrat förutsättningarna för journalister och kommunikatörer i deras dagliga arbete är uppenbart. Journalister använder webben i allt större uträkning för att skaffa fram faktaunderlag till artiklar, söka efter uppslag till nyheter, leta efter kontaktinformation, kommunicera via e-post m.m. För en organisation innebär detta att webbsidan är dess främsta ansikte utåt och ett mycket användbart verktyg för en pressansvarig när det gäller att kommunicera med journalister. Pressansvariga är själva ofta utbildade journalister och väl insatta i hur journalister arbetar och hur nyhetsvärderingen går till.

Den uppkopplade journalisten är alltså en betydelsefull och mycket krävande målgrupp för dina webbsatsningar. Han/hon har bråttom, är kritisk, söker professionellt och är mycket van vid den digitala logiken (Bryntesson 2002:65).

5.8.2 Den ökade professionaliseringen

För några årtionden sedan låg tyngdpunkten inom journalistyrket främst på att förmedla nyheter och information. Men alltsedan 1960-talet, när journalisthögskolorna började etableras i Sverige, har professionaliseringen inom journalistikåren successivt ökat (Falkheimer 2001:74). Journalistens främsta uppgift är att informera, analysera och granska. På senare år har den sistnämnda uppgiften – att granska makthavare i samhället – betonats allt starkare och anses idag av många journalister som det absolut viktigaste uppdraget (ibid.) Professionaliseringen har också bidragit till en ökad specialisering bland journalister, vilket innebär att många journalister främst bevakar särskilda, väl avgränsade ämnesområden. På DN och SvD har man särskilda vetenskapsredaktioner, som idag består av ca 3-4 personer och främst bevakar områden som medicin, naturvetenskap och teknik. När det gäller DI bevakar man framför allt näringslivet och ämnen som ekonomi och i viss mån teknik. Fokus när det gäller bevakning av forskningen i Sverige tycks med andra ord ligga på naturvetenskap, medicin, teknik och ekonomi – inte på humaniora, samhällsvetenskap och andra mindre intressestyrda ämnen. Eller som en av de intervjuade journalisterna, Stig Larsén på SDS, uttrycker det:

Teknik och medicin står lite närmare åt uppdragsforskningshållet och går att slå mynt av. Humaniora ger i bästa fall ett bättre samhälle, men det är svårt att mäta i pengar.

Inom det privata näringslivet och politiken har man också insett värdet av professionell kommunikation och relationsbyggande, vilket medfört en motsvarande professionalisering av kommunikationsfunktionen inom företag och organisationer. Detta gäller också universitetens informations- och pressavdel-

ningar, som på senare tid har byggts ut och professionaliserats i allt högre utsträckning. Informatörsrollen har också förändrats på senare år.

I offentlig sektor härskade under 1970-talet uppfattningen att informatörer var till för medborgarna, medan synen på många håll blev klart mer ledningsinriktad under 1980-talet. 1990-talet har gått i samma fotspår men med en tendens att synsätten går samman i en syntes (Larsson 2001:270).

Informatörens ställning inom en organisation är helt avgörande för trovärdigheten, och detta i synnerhet när det gäller relationen till massmedierna, hävdar Larsåke Larsson. Forskning har visat att om informatören har en oberoende ställning i en organisation så befrämjar detta tvåvägskommunikation. Olika relationsproblem löses bäst om man kan anlägga ett "win-win"-perspektiv (ibid.).

5.8.3 Den kraftiga ökningen av pr-industrin

En central uppgift för en presskommunikatör vid ett universitet är att ansvara för service och samordning, både externt, mot journalister och andra intressenter, och internt, genom att hjälpa forskare och andra medarbetare vid universitetet att nå ut med nyheter och annan viktig information i medierna. Den pressansvarige har med andra ord ett avgörande ansvar för public relations – kommunikation med olika publikter.

Begreppet public relations är en anglosaxisk term med en delvis oklar innebörd. Trots att det under många år gjorts omfattande undersökningar och forskning inom området förs det än idag en livlig diskussion om skillnaderna mellan pr och reklam/marknadsföring. Här finns det dock inte utrymme för en mer omfattande redogörelse för denna diskussion, utan vi måste begränsa oss till att presentera vad några enskilda forskare och pr-utövare formulerat.

Jesper Falkheimer, som forskat i ämnet pr, definierar skillnaden mellan reklam och public relations så här:

PR avser en organisations relationer med olika grupper, som anställda, fackföreningar, ägare och kunder, bland annat via massmediers redaktionella utrymme. Reklam kan definieras som en betald presentation i ett medium för att främja försäljning eller öka kunskapen om ett företags produkter eller tjänster (Falkheimer 2001:76).

Han argumenterar för att termen strategisk kommunikation är att föredra framför pr, eftersom detta begrepp inbegriper alla olika arbetsuppgifter som en informatör har men inte ger upphov till lika negativa associationer som begreppet pr (Falkheimer 2001:86). Han betonar att pr och reklam trots allt har ett gemensamt syfte – att övertyga en viss grupp människor – och slår fast att pr-industrin ökat kraftigt under det senaste årtiondet, något som han tror beror på att reklamen möter ett allt starkare motstånd (Falkheimer 2001:76f.).

Bodil Bryntesson ger i boken "PR i nytt medielandskap" följande definition på begreppet pr och försöker därmed avgränsa det från termer som publicitet och medierelationer:

PR, som står för public relations, avgränsar sig inte i val av målgrupp. En PR-plan förhåller sig till alla intressenter runt ett företag och vilka relationer företaget ska ha till dessa grupper. PR kommunicerar med dessa målgrupper via icke-köpta medier (Bryntesson 2002:12).

Hon anser också att den negativa uppfattningen om pr och reklam till stor del beror på dagens informationsöverflöd och myntar därför i detta sammanhang begreppen anti-reklam och anti-pr. Pr-utövare måste ta hänsyn till dessa tendenser i dagens samhälle för att kunna kommunicera effektivt, menar hon. Ett sätt att motverka denna negativa inställning är att sträva efter att bättre anpassa sin kommunikation till enskilda individer och att ta större hänsyn till mottagarnas önskemål (Bryntesson 2002:119). Detta resonemang anknyter till den tidigare diskussionen om push-and-pull-logiken ovan.

Masskommunikationens verktyg leder till motstånd. Betraktar vi inte journalister som individer med behov av skraddarsydda nyhetstips kommer anti-PR att vara en trend som växer. PR måste utövas med systematik, engagemang och mycket fotarbete. Presskonferenser och pressreleaser gör inte längre jobbet (Bryntesson 2002:29).

5.9 Resultatet av intervjuerna

Vårt uppdrag handlar om kommunikationen mellan två olika yrkesgrupper, som visserligen verkar inom samma värld, men gör det utifrån helt olika syften och villkor. Det skapar naturligtvis en rad olika hinder i kommunikationen, men de två yrkesgrupperna är trots allt ömsesidigt beroende av varandra:

PR-utövaren lånar trovärdighet av en mellanhand utan tydliga vinstintressen – journalisten. Det är dessutom så att dålig PR, sådan utan nyhetsvärde och med fel vinkel, inte ens tar sig in i tidningen. Så ser symbiosen ut mellan nyhetstipsare och journalist. Journalisten vet att han behöver material, men PR-utövaren vet också att vilket material som helst inte duger. (Bryntesson 2002:36)

5.9.1 Olika hinder i kommunikationen

Trots symbiosen mellan de två yrkesgrupperna råder det också en ömsesidig skepsis och brist på förståelse mellan universitetsvärlden och medierna. Maria Erlandsson, pressansvarig vid Stockholms universitet, menar att en del forskare ser med misstänksamhet på medierna och anser att deras egen forskning förenklas i alltför hög grad i vanliga nyhetsmedier. För den enskilde forskaren kan det också vara svårt att avgöra vilket allmänintresse den egna forskningen har och vad som krävs för att uppfylla kriterierna för journalisternas nyhetsvärdering.

Lars Mogensen, frilansjournalist på SR och programledare för Filosofiska rummet, kan urskilja en generell tendens bland forskare:

Forskare är rädda för att blanda sig i dagsdebatten, därför att man är rädd för att ens forskning ska missförstås eller bara komma ut i småportioner. Man vill helst skriva färdigt sin bok... Det är tryggare än att låta sig intervjuas i en tidning eller vara med i radio. Därför att du kan aldrig vara helt vetenskaplig. Det finns en motsättning mellan det vetenskapliga sättet att arbeta och mediernas krav på snabbhet.

Många forskare, men långt ifrån alla, saknar erfarenhet eller är ointresserade av mediekontakter. Förmågan och viljan att kommunicera med medierna handlar ofta om forskarens personlighet. Naturligtvis känner inte alla sig trygga när det gäller att kommunicera med journalister och medier men detta är delvis en fråga om utbildning, stöd och erfarenhet, något som universitetens pressavdelningar kan hjälpa till med.

När det gäller medierna betonar många journalister sitt oberoende. Mediernas främsta uppgift – att granska makthavarna – kräver att man står fri från alla slags bindningar. Flera journalister understryker detta genom att säga att de inte är en samarbetspartner till universiteten. I allmänhet tycks journalisterna själva veta vad de vill ha, dvs. "de har sin egen agenda", som Annelie Isaksson Waara, pressinformatör vid Uppsala universitet, uttrycker det.

Vissa journalister hyser en uttalad misstro mot universitetens pressavdelningar, eftersom man snarare uppfattar dem som intressestyrda marknadsföringsinstrument än som en oberoende källa (jämför diskussionen om pr och anti-pr ovan). Detta kan delvis vara förklaringen till att man ofta söker direktkontakt med en forskare i stället för att använda sig av informationsavdelningen. Ytterligare en anledning till att journalister vänder sig direkt till forskaren kan naturligtvis vara att man är i tidsnöd och snabbt vill ha svar på sina frågor. Forskarna är tyvärr inte alltid införstådda med hur viktigt det är att vara tillgänglig när en journalist söker dem för att få svar på sina frågor eller få en kommentar, något som väcker stor irritation hos journalisterna.

Lars Mogensen, på SR, ser ett annat viktigt hinder för forskare som vill berätta om sin forskning. Det handlar om att många forskare inte vill framstå som oseriösa genom att framträda i press och radio och på sikt kanske äventyra sina framtida karriärmöjligheter:

En sak som gör att forskare är rädda är inte så mycket hur tidningsläsarna eller mediekonsumenterna uppfattar det de säger. Det största problemet är hur andra forskare uppfattar det... Man är rädd för hur andra forskare ska betrakta det man säger, eftersom det man säger inte kommer att vara komplett, det kommer bara att vara ett brottstycke, ett fragment av det man egentligen har sysslat med.

När det gäller den tredje uppgiften och mediernas ansvar undrar Stig Larsén, vetenskapsjournalist på SDS, om det fortfarande är den gamla inställningen bland forskarna som gäller:

Kollegorna och saken var det viktiga, medan allmänheten och journalister... de var bara ett j-a otyg.

Visserligen är det mediernas ansvar att granska forskningen, men även när vetenskapsjournalisten har goda kunskaper inom sitt ämne och lång erfarenhet kan det vara svårt att mäta sig med en forskare och kanske döma ut hans eller hennes forskningsprojekt, menar Stig Larsén.

All forskningsinformation lämpar sig dock inte för nyhetsmedier, anser t.ex. Susanna Baltscheffsky, som har tio års erfarenhet som vetenskapsreporter på SvD. Det måste både vara ett vetenskapligt intressant material och samtidigt finnas ett allmänintresse, för att det ska passa för SvD, menar hon. Stig Larsén på SDS håller med om detta:

Det finns ju ändå mycket forskning som i någon mening är viktig grundforskning men... obegriplig kanske är fel att säga ... men alltså det är svårt att skrämna liv i någonting och skriva om. Det innebär samtidigt att saker som ibland kanske är lite perifera men har någon knorr... att det lyfts fram.

Det kan också finnas tekniska hinder som påverkar kommunikationen mellan journalister och universiteten. När det gäller Riksradiomenar Jonas Edlund, nyhetschef på Vetenskapsradion, att forskningsinformationen måste kunna paketeras i ett inlägg på 1-2 minuter för att kunna presenteras i Vetenskapsradion. På Vetenskapsradion vill man dessutom ha "riktiga intervjuer", dvs. inte telefonintervjuer, eftersom kvaliteten vid sändning blir alltför undermålig om man använder telefonintervjuer. Detta innebär att man hellre gör en personlig intervju på plats. Jonas Edlund på SR anser också att när man gör en nyhet om en vetenskaplig studie från t.ex. Lunds universitet eller Umeå universitet kan det vara en fördel att få en kommentar från en annan, regional forskare.

5.9.2 Olika sätt att övervinna hindren enligt journalisterna

Bruset, informationsbruset, är ju högre och högre och tätare och tätare. Att bryta igenom där kräver nog stimuli av en annan kaliber än för 10-15 år sedan... Men samtidigt har du ett dilemma inbyggt i det där... man kan inte göra våld på sanningen.

Ovanstående citat från en intervju med vetenskapsjournalisten Stig Larsén på SDS illustrerar troligen ganska väl hur många journalister upplever sin arbetsituation idag. Bakom de allt mer högljudda kraven på journalisten att vara informerad, bevaka, analysera, granska och – inte minst – leverera pågår informationsbruset dygnet runt. För en forskningsjournalist upptar bevakningen av ens eget forskningsområde en stor del av arbetsdagen. Den sker framför allt via de internationella, vetenskapliga tidskrifterna, uppger de journalister vi intervjuat. Man söker aktivt efter forskningsinformation som har ett allmänintresse och uppfyller kriterierna för nyhetsvärdering. Särskilt forskning som bedrivs i Sverige hårdbevakas. Men man hinner bara bevaka de ledande tidskrifterna, menar Inger Atterstam, vetenskapsjournalist på SvD, och är därför också beroende av andra källor. Några journalister anser att man får inspiration och kunskaper genom att delta i olika konferenser, där man kan knyta kontakter och få material och uppslag till värdefulla artiklar och reportage.

Vid sidan om internationella tidskrifter är internet ett av de viktigaste verktygen för att få information om forskning och andra nyheter. Flertalet journalister vi intervjuat uppger att de i mycket hög utsträckning använder universitetens och de olika institutionernas egna webbsidor för att söka efter faktauppgifter till sina artiklar, nyhetsmaterial och kontaktinformation.

Stig Larsén på SDS beskriver en ny utveckling när det gäller forskningsrapporter – det s.k. Open Access-tänkandet – en utveckling som skapat förändrade arbetsvillkor för vetenskapsjournalisterna. Tidigare har flertalet forskare strävat efter att bli publicerade i tunga vetenskapstidskrifter som Science och Nature, men detta innebar också att forskaren förlorade sin upphovsrätt till tidskriften. Idag kan forskaren lägga ut sin färdiga rapport direkt på nätet, vilket betyder att en journalist mycket snabbare kan skriva en artikel om forskningsprojektet. Nackdelen med detta förfarande är dock att materialet inte är granskat, anser Stig Larsén. "Samtidigt har det börjat komma upp Access-sidor som har peer review och där har ju Lunds universitet varit väldigt framåt", säger han. "Problemet är bara att det är pluspöng för forskarna om han eller hon blir publicerad."

Journalisterna får också en massa pressmeddelanden från pressinformatörer, men många uppger i intervjuerna att man sållar mycket hårt bland dessa. Flera journalister uttryckte också irritation över att man får så många pressmeddelanden som alltför många andra också får och ansåg att de därför sällan fungerade som ett underlag för en artikel. Så här säger journalisten Eskil Fagerström, journalist på SDS med fokus på forskningspolitik och myndighetsfrågor på Lunds universitet, när det gäller pressmeddelanden:

Att skicka samma information till 50 tidningar är inte så bra. Det viktiga är att man håller koll på en tidning...vad har ni gjort tidigare, vem skriver om det här, jag tror det här skulle passa för er. Det är precis den strategin man ska använda.

På frågan om vad de pressansvariga vid universiteten skulle kunna göra för att underlätta journalisternas arbete svarade majoriteten att vad man först och främst är beroende av hjälp för att komma i kontakt med olika forskare och att få förhandstips på spännande forskningsprojekt som har ett allmänintresse och som man kan skriva en nyhetsartikel eller ett reportage om. Förhandstipsen är viktiga för att kunna göra en större artikel. Får man bristfällig information och dessutom för sent så blir det inte en artikel utan i bästa fall en liten notis om något som redan inträffat.

Naturligtvis kan man inte ständigt kräva exklusivitet, men som Eskil Fagerström på SDS uttrycker det: "Vi måste ju ha något som är aningen exklusivt för oss." Och Mona Jakstrand, medicinreporter på SDS, menar: "Det roligaste är att få ensamrätt om man själv är något på spåren." Exklusiviteten kan man antingen komma överens om direkt med forskaren eller med pressavdelningen. Om man gör en överenskommelse med forskaren är det mycket viktigt att pressavdelningen också får veta detta, så att man inte råkar avslöja något i förväg, menar hon.

Flertalet journalister vi talat med vill ha direkt kontakt med den enskilde forskaren och söker därför efter kontaktinformation på universitetens webbplats eller direkt på de olika institutionernas egna webbsidor. Först när man inte hittar vad man söker eller behöver hjälp och vägledning kontaktar man pressavdelningen, vilket delvis kan bero på det faktum som diskuterats ovan, att journalister ofta ser pressavdelningen som ett pr-instrument. Många värjer sig mot informatörer som ringer och försöker "sälja in olika vinklar".

Men som Eskil Fagerström på SDS säger:

Om man verkligen tycker att nu har vi gjort någonting bra... det här skulle vi vilja ha ut... då är det mycket bättre att man försöker tänka hur man ska få lite spinn på det hela på ett bra sätt, snarare än att skicka ett pressmeddelande till alla. För då nappar ingen.

Personliga kontakter tycks genomgående vara mycket betydelsefulla för journalister. Har man lång erfarenhet som vetenskapsjournalist har man ofta byggt upp ett nätverk av olika kontakter. "Bra personliga kontakter underlättar", menar Jonas Edlund på SR. "De bygger på ett förtroende, man bygger upp en relation." När det gäller personliga kontakter anser Annika Nilsson, biologireporter på DN, att det viktigaste är att hålla kontakt med erkänt duktiga personer, som är auktoriteter inom ens egna ämnesområden.

5.9.3 Olika sätt att övervinna hindren enligt presskommunikatörerna

Även om man från universitetsledningens sida på senare tid insett behovet av att bygga ut informationsverksamheten upplever sig vissa presskommunikatörer som underbemannade. Trots att man anstränger sig för att bevaka sitt universitets forskning är man också beroende av att forskarna själva hör av sig. En viktig del av det offensiva arbetet är, enligt Anneli Isaksson Waara, pressansvarig vid Uppsala universitet, och Maria Erlandsson, pressansvarig vid Stockholms universitet, att fånga upp forskare som bedriver kvalitativ och spännande forskning men som kanske inte förstår vikten av att förmedla och berätta om sin forskning.

För att hålla sig informerad om aktuell forskning inom det egna universitetet är den interna kommunikationen avgörande. Maria Erlandsson betonar att man på informationsavdelningen måste arbeta integrerat och hålla varandra informerade. Hon deltar regelbundet i möten med en grupp medarbetare som bl.a. består av redaktören för personaltidningen, webbredaktören, interninformatören och henne själv. En hel del information får hon också "i linjen", dvs. från informationschefen och andra chefer.

Annelie Isaksson Waara uppger att man på pressavdelningen själv håller sig informerad om vad som är på gång och att man aktivt bevakar vad som publiceras i tidskrifter som Nature och Science. När det gäller informationen från forskare inom det egna universitetet bygger allt på att forskarna själva hör av sig och berättar om sin forskning. Intresset bland forskarna varierar dock mycket; vissa forskare tycker att det är viktigt, roligt och spännande, medan andra helt glömmer bort det, menar hon.

Webben är som tidigare diskuterats det viktigaste verktyget för att kommunicera med omvärlden. Eftersom alltför många journalister använder sig av webben för att få information om aktuell forskning och komma i kontakt med forskare inom ett visst område är det mycket viktigt att denna är användarvänlig och målgruppsinriktad, menar Maria Erlandsson på Stockholms universitet. På

Stockholms universitet har man därför en helt ny hemsida sedan hösten 2005, med åtta olika ingångar, varav en kallas för Press. Maria Erlandsson betonar att webben används offensivt, dvs. om någon forskare uppmärksammas i medierna lägger man in viktig och kompletterande information här, så att journalisterna snabbt ska kunna hitta vad de söker. Man lägger också in andra typer av information som debattartiklar, länkar, pressinbjudningar m.m. Även om den centrala informationsenhetens webbsida har en viktig funktion så söker sig många journalister ofta direkt till de olika institutionernas egna sidor.

Många universitet är med i ExpertSvar, en förmedlingstjänst för journalister för att komma i kontakt med forskare, där man också kan prenumerera på pressmeddelanden efter personlig intresseprofil (www.expertsvar.nu). Tjänsten har skapats av universiteten och KK-stiftelsen (Stiftelsen för kunskaps- och kompetensutveckling) och drivs av Vetenskapsrådet i nära samarbete med svenska forskande myndigheter och internationella medietjänster. Flera pressansvariga uppger att man arbetar mycket med denna tjänst och att den fyller en viktig funktion när journalisterna vet vad de vill skriva om men behöver hjälp att hitta forskare inom ämnet.

Det vanligaste och viktigaste mediet, förutom universitetets webbsida, är utskick av pressmeddelanden. Fördelen med dessa är att det är enkelt och att man når många samtidigt, så att ingen känner sig förfördelad. Nackdelen är dock att det inte alltid är så effektivt, eftersom medierna har sin egen agenda och därför förpassar majoriteten av pressutskicken till papperskorgen. Det finns en medvetenhet om detta bland pressinformatörerna, och därför är det viktigt att man utformar pressmeddelanden på samma sätt som tidningsartiklar, menar Åke Pettersson, pressansvarig på Göteborgs universitet. Det handlar om att skriva kort, ta hänsyn till de vanliga kriterierna för nyhetsvärdering och uttrycka sig på ett språk som tilltalar den aktuella tidningens läsare. Naturligtvis måste innehållet också ha ett allmänintresse.

På vissa pressavdelningar har man insett problemet med att fylla journalisternas e-postbrevlådor och därför ansträngt sig för att begränsa distributionen av pressmeddelanden och olika e-postutskick. Detta gör man genom att profilera sina utskick till vissa väl definierade grupper av journalister och genom att hålla sina e-postlistor väl uppdaterade.

Många presskommunikatörer inser att det är viktigt att vara proaktiv även på andra sätt än att ha en väl fungerande och målgruppsanpassad webbsida, t.ex. genom att komma med förhandstips och kontakta medierna när det gäller intressant och aktuell forskning. Man ska gå ut offensivt och aktivt till medierna om man har en viktig nyhet som man vill nå ut med, menar Åke Pettersson. Man kan mycket väl erbjuda en enda journalist exklusivitet när det gäller en nyhet som passar just honom eller henne, säger han. Först nästa dag, eller till och med lite senare, kan man skriva ett pressmeddelande.

Flertalet universitet anordnar också olika typer av presseminarier för att få kontakt med olika journalister. Vid Stockholms universitet planerar man för

fyra eller fem pressträffar per år, men man arrangerar dessutom oplanerade presseminarier, framför allt när man har en viktig nyhet som man vill få ut. Huvudsyftet med pressträffarna är alltid långsiktigt – att skapa nya och underhålla existerande relationer – men man måste också alltid erbjuda någon nyhet, menar Maria Erlandsson.

På Göteborgs universitet håller man ofta en s.k. journalistfrukost, där en panel av olika forskare talar med journalister kring ett aktuellt ämne utifrån olika synvinklar. När det gäller Uppsala universitet brukar man ha ett presseminarium per termin. Man arrangerar också en rad kunskapsseminarier på olika teman, som t.ex. åldrande eller hjärnan, främst inom ämnet medicin. Dessa seminarier fungerar som ett smörgåsbord, där olika forskare håller ett kortare föredrag med anknytning till ämnet. Det är viktigt att planera så att det finns gott om tid för frågor, samvaro och att knyta kontakter, menar Annelie Isaksson Waara. När det gäller Lunds universitet arrangerar bl.a. den medicinska fakulteten vetenskapliga heldagsseminarier för journalister, något som verkligen uppskattas av medicinreportern Mona Jakstrand på SDS.

En allt större uppgift är också att profilera sitt universitet, dvs. att presentera de ledande forskningsområdena, betona sina starka sidor, att få ut bra namn, däribland även nya förmågor. Vid en förfrågan om vilka kriterier man använder för att välja ut vilka forskningsområden som ska lyftas fram svarar Maria Erlandsson att man i första hand koncentrerar sig på universitetets egna s.k. profylämnena, vilka vid Stockholms universitet bland annat är psykologi, miljö och juridik (särskilt immaterialrätt).

Proaktiviteten är synnerligen viktig, inte minst när det gäller negativa nyheter och skandaler. Maria Erlandsson vid Stockholms universitet understryker att i sådana situationer är öppenhet och professionalitet avgörande för att kunna hantera situationen. Åke Pettersson, vid Göteborgs universitet, anser att om man råkar ut för en negativ artikel som kan uppfattas som känslig eller integritetskränkande så bör man ta personlig kontakt med journalisten och bjuda in denne till en diskussion.

Personliga kontakter är centralt också för presskommunikatörerna. Man måste redan ha etablerat en personlig kontakt med journalisterna innan man går ut med en nyhet, menar Åke Pettersson på Göteborgs universitet. Och det är viktigt att man känner varandra väl, säger han. Maria Erlandsson på Stockholms universitet säger att det viktigaste är att värna om kontakterna med de återkommande journalisterna.

En avgörande faktor för genomslaget i riksmidierna är Stockholmscentreringen. DN och SvD är också lokaltidningar för Stockholmsregionen. Till och med på Uppsala universitet upplever man sig leva i "en medieskugga gentemot Stockholm", men detta kompenseras delvis genom ett gott samarbete med lokalpressen (UNT), där det finns en reporter som har en bred bevakning av universitetet, en av Uppsalas största arbetsplatser.

När det gäller kontakterna mellan forskarna och pressavdelningen är dessa ofta bristfälliga. Alla forskare känner till den tredje uppgiften, men man "prioriterar ofta ned den", menar Annelie Isaksson Waara, vid Uppsala universitet. Att knyta de viktiga kontakterna för forskningen och själva forskningsarbetet är mycket viktigare för forskarna, tror hon.

Pressavdelningen på ett universitet skulle kunna underlätta processen med att omvandla forskningsresultat till en nyhet genom att fungera som en konsult för sina forskare, anser Stig Larsén på SDS. Om man stöttar forskarna och hjälper dem att utforma texter med journalister som målgrupp skulle det troligen bli ett mycket bättre genomslag, säger han.

Ett stort problem för universiteten är att deras pressavdelning generellt sett har alltför låg status bland forskarna, menar vetenskapsjournalisten Inger Atterstam på SvD. Hon föreslår därför att man skulle kunna hålla interna kurser för forskare och på så sätt öka respekten för den tredje uppgiften – att samverka med det omgivande samhället. Här skulle pressavdelningen kunna fylla en viktig funktion genom att betona denna uppgift, internutbilda forskarna och erbjuda en viss medieträning, så att de är införstådda med journalisternas arbetsvillkor och behov av att kunna få kontakt med kort varsel för en kommentar.

Åke Pettersson är inte främmande för att använda nya grepp. Göteborgs universitet har lyckats att komma med i veckotidningen Året Runt och medverkar i en artikelserie om äldre som ska börja studera vid universitetet. Veckotidningar är dessutom rikstäckande. DN, SvD och DI är alla Stockholmstidningar, så man ska inte stirra sig blind på att man är bäst som universitet om man lyckas publicera sig mest i dessa tidningar, säger han. Det gäller att vara med i alla möjliga sorters medier, något som Åke Pettersson särskilt understryker. Han tycks säga att man lyckas bäst som universitet med den tredje uppgiften om man når en bred publik.

6. SAMMANFATTANDE ANALYS OCH KONKRETA FÖRSLAG PÅ ÅTGÄRDER

6.1 Sammanfattande analys av våra resultat

Det råder idag en hård konkurrens mellan de olika universiteterna i Sverige, bland annat när det gäller forskningsanslag och nyrekrytering av studenter. För att stärka sitt varumärke och nå en bred publik är det därför oerhört betydelsefullt att få ett bra genomslag i den rikstäckande dagspressen.

Vår innehållsanalys visar att Lunds universitet på denna punkt står sig relativt väl i konkurrensen med de andra universiteterna som vi har undersökt. När det gäller andel teman (tabell 2), t.ex. förhållandet mellan grundutbildning och forskning eller antal skandaler i de undersökta artiklarna, uppvisar de olika universiteterna likartade siffror.

Mest slående är att det finns väldigt få artiklar som handlar om grundutbildning, jämfört med antalet artiklar om forskning. Med tanke på att utbildning är en av universitetens allra viktigaste uppgifter är det anmärkningsvärt att detta inte får större uppmärksamhet. För att stärka universitetets namn och varumärke skulle det kunna finnas kontaktpersoner på varje institution som ansvarar för presskontakterna när det gäller utbildningsfrågor. Ett alternativt eller komplement skulle kunna vara att man anställer en eller flera personer på informationsavdelningen med befattningen utbildningskommunikatör. Dennes uppgift skulle kunna vara att medvetet lyfta fram LU:s starka sidor när det gäller utbildning, på samma sätt som de pressansvariga idag gör när det gäller forskning.

Om man ser till andelen av olika medieinnehåll (tabell 4), där den största kategorin Nyhetsmaterial i samtliga fall ligger på 65-72%, kan man dra slutsatsen att universiteterna borde försöka få fler recensioner och insändare publicerade. Även antalet debattartiklar där personer från LU medverkar skulle kunna ökas genom att man försöker uppmuntra de universitetsanställda att vara mer aktiva i den allmänna debatten.

Vid undersökningen av fördelningen av artiklar i de olika dagstidningarna (tabell 3.1) uppstår en markant skillnad. Andelen artiklar om Lunds universitet är dubbelt så stor i SvD som i DN, medan fördelningen mellan de båda dagstidningarna är betydligt jämnare vid de övriga lärosätena. En viktig åtgärd för Lunds universitet för att öka genomslaget i DN är därför att försöka utveckla långsiktiga kontakter med ett antal journalister på DN.

Även när det gäller vilka fakulteter som dominerar (tabell 5.1) finns det relativt stora skillnader, vilket kan bero på att de undersökta universiteterna är organiserade på olika sätt. Den stora andelen aktörer inom området teknik vid LU beror delvis på att Lunds tekniska högskola (LTH) är integrerad i Lunds universitet, medan de tekniska högskolorna i Göteborg och Stockholm, som inte ingår i vår undersökning, är självständiga enheter. Den samhällsvetenskapliga fakulteten vid LU är betydligt mer osynlig än motsvarande fakultet vid GU, SU

och UU. Detta kan bero på att det i Lund inte finns någon "rikskändis" inom samhällsvetenskap och statsvetenskap, som till exempel Sören Holmberg och Mikael Gilljam vid GU. Ett sätt för Lunds universitet att öka genomslaget för den samhällsvetenskapliga fakulteten är därför att försöka få fram några "ambasadorer" inom dessa ämnen som kan skapa god publicitet för Lunds universitet. Karolinska institutet tycks vara särskilt framgångsrikt med detta på grund av att det finns många företagsledare som samarbetar med KI eller som tidigare har studerat där.

Stora likheter finns det däremot när det handlar om aktörernas befattning (tabell 5.2). Den dominerande kategorin utgörs vid samtliga lärosäten av professorer och forskare, med en sammantagen andel på 49-63 %, medan kategorierna lärare respektive studenter utgör en betydligt mindre andel, särskilt vid Lunds universitet. Här finns det en potential att öka genomslaget genom att i större utsträckning också låta lärare och studenter komma till tals i dagspressen.

Beträffande kontaktkanalerna (tabell 6) finns det också vissa skillnader, eftersom 23-26 % av materialet om Lunds universitet och Karolinska institutet kommer från en nyhetsbyrå, medan de övriga universitetens andel ligger på 14-15 %. Eftersom nyhetsbyråernas artiklar är kortfattade och opersonliga, skulle man på Lunds universitet kanske kunna öka graden av fokus i sina artiklar om man i första hand försökte få ut sitt material med hjälp av en journalist.

Med tanke på att det gäller att optimera publiciteten för Lunds universitet kan man fråga sig om det inte vore en god idé att utveckla sina relationer med den regionala dagspressen i Skåne, till exempel med Sydsvenska Dagbladet, Skånska Dagbladet, Helsingborgs Dagblad och Ystads Allehanda. Genomslaget i den regionala dagspressen kan delvis kompensera genomslaget i Stockholmspressen och dessutom kanske bana vägen för ett större genomslag i Stockholmstidningarna. Det framhåller i alla fall en pressinformatör vid Uppsala universitet, som trots närheten till Stockholm påverkas negativt av avståndet till Stockholm. Att ha goda relationerna till lokaltidningen, UNT, är därför mycket väsentligt, anser man på Uppsala universitet.

Trots att Lunds universitet står sig relativt bra när det gäller det nationella genomslaget, så tycks det allmänt vara lite osynligt. I våra intervjuer var det inte många Stockholmsjournalister som hade en specifik uppfattning om LU. Detta förklarar de med att de i första hand fokuserar på sina ämnesområden och forskningsinnehållet och att de därför inte fäster någon större vikt vid vilket universitet det kommer från. Genom intervjuundersökningen har vi trots allt fått en värdefull inblick i hur några journalister och presskommunikatörer i allmänhet ser på relationen mellan medierna och universiteten. Vi har då funnit en rad olika hinder, både externa och interna, för att kommunikationen ska fungera optimalt. Men vi har också sett att det finns olika möjligheter att övervinna dessa hinder.

Ett av de främsta hindren för att universitetet ska kunna uppfylla den tredje uppgiften är den ömsesidiga misstro som tycks råda mellan vissa forskare och nyhetsmedier. Inom båda yrkesgrupperna finns det en strävan efter oberoende och makt att kunna påverka vad som ska kommuniceras och på vilket sätt detta ska göras. Den ömsesidiga bristen på förståelse för vilka syften och arbetsvillkor som präglar forskarens respektive journalistens yrkesområde kan delvis ses som ett kulturellt hinder. Det kan till exempel handla om skilda tidsperspektiv, eftersom forskaren vanligen ägnat många år åt ett forskningsprojekt som journalisten på mycket kort tid måste granska, värdera och skriva en artikel om. Det kan också gälla synen på hur forskningsresultaten ska kunna förklaras och formuleras så att de blir begripliga för allmänheten.

När det gäller att dechiffrera och sätta in forskningsinformationen i ett sammanhang som är förståeligt för allmänheten skulle universitetets presskommunikatör kunna bidra med värdefull kunskap och intressanta synvinklar. Många journalister avstår trots allt från att använda sig av den kompetens som finns på universitetets pressavdelning, eftersom de värnar om sitt oberoende. Ett sätt för Lunds universitet att öka sina kontakter med journalisterna och öka sin trovärdighet skulle därför kunna vara att inrätta en egen, oberoende medieredaktion som inte lyder under Informationsenheten. Denna redaktion skulle kunna bestå av ett antal kvalificerade kommunikatörer med en egen akademisk kompetens inom olika relevanta vetenskapsområden.

De interna hindren är kanske väl så viktiga och ännu svårare att komma åt. Att en väsentlig uppgift inom forskaruppdraget handlar om att förmedla sin forskning till det omgivande samhället, att berätta om sin forskning, finns det förmodligen ingen forskare som är omedveten om. Trots detta finns det tydliga tecken på att denna uppgift inte tas på allvar. Ett skäl till detta har redan diskuterats: att forskare kan känna ett motstånd mot att framträda i nyhetsmedier på grund av rädsla för att deras forskning ska förenklas eller missförstås eller för att de ska framstå som oseriösa i sina forskarkollegors ögon.

Men det kan också finnas vissa strukturella hinder till att den tredje uppgiften prioriteras ned. I takt med att en allt större del av forskningen finansieras med hjälp av externa medel måste den enskilde forskaren ofta ta ett stort ansvar för att söka anslag, något som stjälar tid från själva forskningen. Många forskare är dessutom arbetsledare och har personalansvar över en forskargrupp, vilket också kräver tid och kommunikativa färdigheter.

Om man på Lunds universitet vill förbättra sin presskommunikation, så tror vi att det är lika viktigt att man är medveten om de interna och externa hinder som finns idag som att undersöka och diskutera de möjligheter som finns i framtiden.

Samtliga journalister uppger att en stor del av deras arbetstid går åt till att bevaka sina ämnesområden. Bevakningen sker med hjälp av de stora vetenskapliga tidskrifterna och genom att aktivt söka efter information på nätet, bland annat på de olika universitetens hemsidor. Samtidigt anser flertalet journalister

att de är beroende av tips utifrån, helst förhandstips, så att man kan göra en större artikel eller reportageserie. Här kan presskommunikatören fylla en viktig funktion genom att aktivt bevaka forskningsprojekt och andra nyheter inom sitt universitet och i god tid kontakta en journalist. Det krävs alltså en stor proaktivitet gentemot journalisterna och goda kunskaper om vilka forskningsprojekt och övriga aktiviteter som pågår inom det egna universitetet.

Alla journalisterna i vår intervjuundersökning framhåller att de personliga kontakterna mellan journalister och forskare är avgörande. Detsamma gäller relationen mellan journalister och presskommunikatörer. Att etablera en personlig relation till en rad journalister vid de stora tidningarna är därför en viktig åtgärd om man vill förbättra sin presskommunikation på Lunds universitet. Fördelarna med detta är uppenbara. För det första skaffar man sig kunskap om de enskilda journalisternas särskilda specialområden och olika önskemål för framtiden, vilket är avgörande för att kunna förhandstipsa om pågående eller framtida forskningsprojekt. Att någon gång kunna erbjuda en journalist exklusivitet bär vägen för en god relation. För det andra kan man skraddarsy och rikta sina utskick som pressmeddelanden, webbnyheter och inbjudningar till seminarier, i stället för att sprida dem till en mängd personer som inte är intresserade av informationen.

Att man på pressavdelningen försöker "individualisera" kontakterna med journalisterna tror vi är en ytterst viktig åtgärd. Ett sätt att gå tillväga, som också diskuteras i boken "PR i nytt medielandskap", skulle kunna vara att lägga upp ett register eller en databas över så många journalister som möjligt (Bryntesson 2002:124). Naturligtvis måste varje enskild journalist ge sitt tillstånd till detta förfarande. Men om syftet är att förbättra sin service och sina mediekontakter är det troligen inte många som har några invändningar.

Detta är ett gyllene tillfälle för den pressansvariga att ta individuell kontakt med enskilda journalister. Förutom att be journalisterna om tillstånd att vara med i registret får man också möjlighet att "intervjua" dem om deras ämnesområden och specialiteter, ställa frågor om vilka typer av pressutskick och annan information de önskar och i vilken form de vill ha den. I registret kan man också lägga in uppgifter om tidigare artiklar som journalisten har skrivit och datum för den personliga kontakten. På så sätt blir det enklare att hålla registret aktuellt. Uppdateringen kan också ske med automatik. Registret behöver inte vara tillgängligt för alla medarbetare på pressavdelningen utan det räcker med att en pressansvarig har det fulla ansvaret för att informationen inte sprids vidare. Registret över olika journalister är naturligtvis också en tillgång när forskare och andra universitetsanställda behöver hjälp med att nå ut i pressen.

Också när det gäller kontakten mellan forskarna och pressavdelningen är det viktigt att utveckla de personliga kontakterna. I vår intervjuundersökning uppger flera pressinformatörer att deras kontakt med forskarna ofta är bristfällig, eftersom journalisterna ofta tar direktkontakt med forskarna. Men många forskare saknar erfarenhet av mediekontakter och förståelse för journalisternas sätt att arbeta. Därför finns det här goda möjligheter för pressavdelningen att

knyta forskarna närmare sig genom olika typer av rådgivning och internutbildning. Samtidigt får presskommunikatören värdefull information om den forskning som bedrivs inom det egna universitetet, vilket skapar en "win-win"-situation.

Under hösten 2006 planerar Lunds universitet just en intern medieutbildning för chefer och ledare. Den är fortfarande på planeringsstadiet men kommer, enligt vår uppdragsgivare, troligen att bestå av olika moment, som t.ex. en allmän kommunikationsutbildning, för att hjälpa ledare att utveckla sina kommunikativa färdigheter. Dessutom kommer man att diskutera mediabilden för att försöka skapa förståelse för mediernas sätt att arbeta och genomföra medieträning framför kamera. Slutligen kommer man att behandla forskningskommunikations villkor. Vi tror att man i samband med momentet forskningskommunikation också måste diskutera den tredje uppgiften och aktivt arbeta för att öka respekten för denna bland forskarna.

Hemsidan är en organisations främsta ansikte utåt och därmed en ytterst viktig kanal för att nå ut till sina målgrupper. Det är därför nödvändigt att man regelbundet ser över och utvecklar sin hemsida och utnyttjar de möjligheter som finns, t.ex. med olika slags prenumerationstjänster. Med hjälp av besöksstatistik och mindre enkäter kan presskommunikatören själv skaffa sig värdefull kunskap om sina målgrupper. Ingången för journalister på LU:s hemsida kallas lite missvisande för "Media", men skulle kanske kunna formuleras om till "Press" eller "För journalister". När det gäller kontaktpersonerna för pressen är informationen ganska knapphändig och de framstår därför som ganska anonyma. Lite mer detaljerad och personlig information om varje medarbetare och helst ett foto hade ökat kvaliteten på kontaktsidan.

Ytterligare en offensiv strategi är att försöka lyfta fram positiva nyheter – inte minst för att balansera negativ publicitet – och att stärka sina profilämnen, som inom Lunds universitet bland annat är förbränningsteknik, trådlös kommunikation, funktionsgenomisk metodutveckling och nanoteknologi. Om pressinformatören kan ta initiativet till att etablera en relation med en journalist, som är specialiserad inom något av dessa ämnen och beredd att skriva en artikel eller ett reportage, har man fått god publicitet och samtidigt bidragit till att uppfylla den tredje uppgiften.

6.2 Konkreta förslag på åtgärder

6.2.1 Utifrån innehållsanalysen föreslår vi följande åtgärder:

- Att se till att det finns kontaktpersoner på varje institution som kan ansvara för presskontakter när det gäller utbildningsfrågor och en eller flera utbildningskommunikatörer på Informationsenheten.
- Att stärka kontakterna främst med DN, eftersom genomslaget här är mindre än i SvD.
- Att inte enbart fokusera på Stockholmspressen utan också på att förbättra relationerna till lokalpressen. Goda förbindelser till lokal-

pressen kan delvis kompensera genomslaget i rikspresen.

- Att öka publiciteten genom att uppmärksamma andra typer av material än enbart nyhetsartiklar. Universitetet bedriver idag en lång rad olika aktiviteter, förutom forskning och nya avhandlingar, som man skulle kunna förmedla till dagspressen i form av insändare, debattartiklar, reportage och recensioner. Det gäller till exempel olika öppna seminarier, temadagar som Humanistdagarna och arbetsmarknadsdagar. Man skulle kunna vara på plats, intervjuva några deltagare och kanske inbjuda till öppen debatt i samband med dessa aktiviteter.
- Att på motsvarande sätt publicera material om olika fortlöpande verksamheter, som till exempel Studenthälsan, Studentprästerna och Arbetslivscenter.
- Att försöka hitta nyheter som rör utbildning, vilket kan göras både centralt från Informationsenheten och med hjälp av de olika fakulteterna och Lärarhögskolan. Detta är viktigt, inte minst med tanke på den framtida nyrekryteringen av studenter.
- Att göra reportage om befintliga utbildningar inom LU som är relativt osynliga i dagspressen, t.ex. de konstnärliga högskolorna i Malmö, utbildningarna vid Campus Helsingborg och Trafikflyghögskolan.
- Att hjälpa fler doktorander, lärare och studenter att komma till tals i pressen.
- Att hitta och lyfta fram fler "goda ambassadörer" som kan företräda LU, t.ex. Bodil Jönsson, Peter Gärdenfors, Eva Österberg och Peter Sylwan.

6.2.2 Utifrån de personliga intervjuerna föreslår vi följande åtgärder:

1. Att öka synligheten och de externa kontaktvägarna genom:

- Att lyfta fram spännande forskningsprojekt och stärka sina profilämnen.
- Att gå ut mera offensivt med sådana nyheter man verkligen vill ha ut.
- Att etablera personliga kontakter med olika vetenskapsjournalister, kulturjournalister och nyhetsreportrar vid de stora dagstidningarna.
- Att anordna kunskapsseminarier och olika öppna seminarier för utvalda målgrupper, med gott om tid för samvaro och tillfällen att knyta personliga kontakter. Detta görs i viss mån redan idag på LU, men kan kanske utvecklas.
- Att regelbundet utveckla hemsidan och använda denna för att skaffa sig kunskap om sina olika målgrupper.
- Att stå i ständig kontakt med nyhetsflödet och samhälls- och kulturdebatten samt att alltid vara beredd att lämna en kommentar och ta eller förmedla en kontakt när tillfälle bjuds.

2. Att öka synligheten och kontaktvägarna internt genom:

- Att genomföra olika medieutbildningar, när det gäller allmän kommunikationsutbildning, medieträning och forskningskommunikation. Planer finns för detta under 2006. I samband med denna kan man också diskutera och aktivt försöka öka respekten för den tredje uppgiften.
- Att stärka kontakterna med forskarna genom att inrätta någon form av regelbundna träffar för informationsutbyte med olika forskargrupper. Det är ett bra sätt att hålla sig informerad och aktivt bevaka olika forskningsprojekt och andra verksamheter som bedrivs inom universitetet och underlättar när man sedan behöver hitta rätt forskare för en viss nyhet.
- Att utveckla olika former för samverkan och erfarenhetsutbyte med pressavdelningar vid andra universitet. Detta gör man redan i viss uträkning, men formerna kan kanske utvecklas ytterligare.

3. Att individualisera sina kontakter genom:

- Att individualisera kontakten med forskare genom kunskapsutbyte, rådgivning och viss internutbildning.
- Att stärka kontakterna med lärare och doktorander inom universitetet.
- Att individualisera kontakterna med en rad journalister vid de stora dagstidningarna – t.ex. vetenskapsjournalister, kulturjournalister och nyhetsreportrar – genom att ta personlig kontakt med var och en och intervju dem. Ett sätt att påbörja detta arbete kan vara att lägga ut ett formulär på webben, där journalister kan fylla i information om arbetsplats, sitt ämnesområde, specialområden, kontaktuppgifter och särskilda önskemål.
- Att ställa samman denna information i ett register eller en databas, som kan användas för att erbjuda bättre service i framtiden, för att hitta en lämplig journalist för en viss nyhetsartikel och kunna erbjuda exklusivitet.
- Att gå ut mer selektivt, profilera sina pressutskick efter relevans och låta journalisterna själva välja vilka nyheter och tjänster de önskar ta del av.

4. Att bemöta kritik och negativ publicitet genom:

- Att på ett öppet och professionellt sätt hantera kritik, t.ex. genom att bjuda in en journalist som publicerat en negativ artikel till ett personligt möte. Presskommunikatören Åke Pettersson på GU säger att han gör på detta sätt för att man ska kunna diskutera frågan och tillsammans komma fram till en mer nyanserad bild.

5. Att öka trovärdigheten genom:

- Att försöka släppa sitt inifrån-perspektiv, inbjuda till dialog och visa att man är intresserad av att få synpunkter från omvärlden. Det kan gälla såväl journalister, allmänheten eller politiker som lärarpersonal, studenter och gymnasieelever.
- Att inrätta en oberoende medieredaktion, som inte betraktas som ett pr-instrument av journalister. Redaktionen skulle kunna bestå av kvalificerade kommunikatörer och professionella skribenter med kompetens inom olika vetenskapliga områden och kunskaper om mediernas behov och sätt att arbeta. Kanske skulle man på Lunds universitet kunna utveckla ett samarbete med ett antal kommunikatörer som på frilansbasis tar sig an den angelägna frågan att uppfylla den tredje uppgiften (jfr även diskussionen nedan i kapitlet Slutsatser).

7. SLUTSATSER

En framgångsrik strategi för att genomföra långsiktiga förbättringar när det gäller pressarbetet på Lunds universitet tror vi är att först försöka undersöka nuläget för att kartlägga de olika hinder som finns idag i kommunikationen mellan journalister och de pressansvariga. Att vara medveten om och öppet diskutera dessa hinder, både externa och interna, är därför en viktig förutsättning för att kunna undersöka och utvärdera vilka möjligheter som skulle kunna utvecklas i framtiden.

Vår rapport har till stor del handlat om att identifiera och analysera dessa hinder. Men genom våra undersökningar har vi också försökt beskriva och lyfta fram olika områden där det finns betydande möjligheter till utveckling och förbättring. Ett effektivt angreppssätt om man vill förändra dagens situation är troligen att använda ett brett spektrum av olika åtgärder. Naturligtvis behövs det ständiga insatser för att försöka förbättra genomslaget i dagspressen, men vi tror också att man på Lunds universitet måste fokusera på att bygga upp varaktiga och personliga kontakter med journalister vid de stora dagstidningarna.

Syftet med vår rapport har varit att presentera ett underlag för Informationsenheten när det gäller att besluta vilka åtgärder som behövs för att förbättra presskommunikationen på Lunds universitet. Det är vår förhoppning att vi med denna rapport bidragit till att skapa en klarare bild av dagens situation och att man på Informationsenheten ska finna några av de konkreta åtgärder vi föreslagit intressanta och väl värda att pröva i framtiden.

7.1 Förslag till fortsatt forskning

Det hade varit önskvärt att också intervjua ett antal forskare och få ta del av deras egen syn på den tredje uppgiften, en uppgift som löper som en röd tråd genom vår rapport. Tyvärr har detta inte låtit sig göras inom ramen för vårt uppdrag. I denna rapport har vi endast fått ta del av journalisternas och presskommunikatörernas syn på forskarna och den tredje uppgiften.

En synnerligen angelägen fråga när det gäller den fortsatta forskningen om kommunikationen mellan universiteten och medierna är därför att närmare undersöka varför så många forskare tycks ha svårigheter med att uppfylla den tredje uppgiften. Ett viktigt inslag i denna undersökning skulle vara att genomföra personliga intervjuer direkt med forskarna, klargöra vilka hinder och möjligheter som finns idag samt få förslag från dem själva på hur man skulle kunna öka respekten för den tredje uppgiften och komma till rätta med olika problem.

Med tanke på den arbetsbörda som forskarna har idag är det kanske inte ens rimligt att förvänta sig att forskarna ska kunna ta sig an denna uppgift. Det är möjligt att den tredje uppgiften skulle kunna utföras på ett bättre, effektivare och mer systematiskt sätt av professionella kommunikatörer, av personer som både har kompetens inom olika vetenskapliga områden och kunskaper om mediernas behov och sätt att arbeta. Det finns med andra ord ett stort behov av framtida forskning om universitetens presskommunikation och – inte minst – hur man på ett tillfredsställande sätt ska kunna förverkliga den tredje uppgiften.

REFERENSER

Litteratur

- Bryntesson, Bodil (2001). PR i ett nytt medielandskap. Liber ekonomi, Malmö
- Ekström, Mats & Larsson, LarsÅke (2000). Metoder i kommunikationsvetenskap. Studentlitteratur, Lund
- Falkheimer, Jesper (2001). Medier och kommunikation. En introduktion. Studentlitteratur, Lund
- Heide, Mats m.fl. (2005). Kommunikation och organisation. Liber, Kristianstad
- Karasz, Peter (red.) (2004). Stora PR-boken. Prime PR, Falun
- Kvale, Steinar (1997). Den kvalitativa forskningsintervjun. Studentlitteratur, Lund
- Larsson, LarsÅke (2001). Tillämpad kommunikationsvetenskap. Andra uppl. Studentlitteratur, Lund
- Silverman David (2001). Interpreting Qualitative Data; Methods for Analyzing Talk Text and Interaction. 2nd ed., Sage, London
- Simonsson, Charlotte (2002). Den kommunikativa utmaningen. Sociologiska institutionen Lunds Universitet, Lund

Rapporter

Publicerade:

- Falkheimer, Jesper (2006). Mediebildens och pr-värdet av Malmö-Skåne Louis Vuitton 6&7 of the 32nd America's Cup – Valencia

Icke-publicerade:

- Stoltz, Mikael (2005). Media-jämförelse GU/LU – universiteten i Stockholmsregionen. Göteborgs universitet

Mediearkiv

Observers pressklipparkiv

Policydokument

Kommunikationsplattform för Lunds universitet, 18 okt. 2005

Elektroniska källor

- ExpertSvar – <http://www.expertsvar.nu/>
Hämtad 2006-05-31
- Lunds universitet om den tredje uppgiften – <http://www.lu.se/o.o.i.s/1333>
Hämtad 2006-05-31
- Lunds universitet, Intervju- och nulägesundersökning till framtagande av ny strategisk plan vid Lunds universitet. Slutrapport. – <http://www.lu.se/upload/LUPDF/Intervjurapport.pdf>
Hämtad 2006-05-31
- Nordström, Thomas artikel i Ny teknik – <http://www.nyteknik.se/art/45008>
Hämtad 2006-05-31
- Regeringskansliet om offentlighetsprincipen – <http://www.sweden.gov.se/sb/d/1487/a/12528>
Hämtad 2006-05-31
- Textarkivet SDS – textarkiv@sydsvenskan.se

Muntliga källor

Journalister:

Inger Atterstam, SvD

Susanna Baltscheffsky, SvD

Jonas Edlund, SR

Eskil Fagerström, SDS

Mona Jakstrand, SDS

Torinn Kornfeld, DN

Stig Larsén, SDS

Lars Mogensen, frilansjournalist

Annika Nilsson, DN

Peter Sylwan, Icomm

Pressinformatörer:

Maria Erlandsson, Uppsala universitet

Annelie Isaksson Waara, Uppsala universitet

Åke Pettersson, Göteborgs universitet

BILAGOR

Bilaga 1

Debattserie i SDS våren 2006: "Forskare ska berätta om sin forskning"

Bakgrund: Debatten kom till i samband med den s.k. Rorsmanaffären. Den 22 mars publicerade SDS nyheten att en framträdande forskare vid Medicinska fakulteten i Lund lämnar Lunds universitet och fortsätter sin forskning vid universitetet i Oxford. Ett forskningsanslag på ca 45 miljoner riskerade därmed att gå om intet. Den 23 mars avslöjades att forskaren under närmare två år hade fått heltidslön från både Lunds universitet och Oxford. Den 24 mars gick Göran Bexell, rektor vid Lunds universitet ut i SDS och krävde att regeringen skulle hjälpa till med pengar, så att Sverige skulle kunna behålla sina toppforskare. (Källa: Textarkivet, SDS)

Insändare på Debatt Lund den 25 mars 2006:

Universitetet: Forskare ska berätta om sin forskning

Toppforskare hit och toppforskare dit. Vi får hoppas att han inte slinker ner i diket. Dekanus och prefekt visste inte att han har två löner men det visste alla på Biomedicinskt center, sägs det.

Är nu detta en historia som är av intresse för allmänheten? Knappast. En professor har tre uppgifter: Forskning, undervisning och den så kallade tredje uppgiften det vill säga att kommunicera med samhället utanför universitet, berätta om sin forskning på ett för oss utomstående begripligt sätt, delta i den forskningspolitiska debatten etc.

Med några få lysande undantag försummas denna uppgift tyvärr av professorerna vid våra universitet. Värst är professorerna vid de naturvetenskapliga, tekniska och medicinska fakulteterna. Varför skriver de inga populärvetenskapliga artiklar i våra tidningar och berättar om sin forskning.

Det är så svårt, säger de, men detta är ingen acceptabel undanflykt. Har man förstått sin egen forskning så skall man kunna berätta om denna inte bara för sina kolleger utan också för studenter, gymnasister, högstadielärover, lågstadielärover ja t o m för dagisbarn. Det gäller att sätta sig in i de olika kategoriernas ordförråd och språknivå. Kan man inte det så har man inte på djupet förstått sin egen forskning. Så är det.

Själv skulle jag mycket uppskatta att få läsa en för mig förståelig artikel av någon av de toppforskare som vi så ofta får läsa om i pressen. Till exempel, för att anknyta till det nu aktuella fallet, en artikel om vad det är som är toppen i Patrik Rorsmans forskning. Det vore mycket intressantare och dessutom viktigare än vem som visste om den ena eller den andra lönen.

Per-Åke Albertsson

Kommentar till Per-Åke Albertsson "Forskare ska berätta om sin forskning" den 31 mars 2006:

Vi ökar gärna kunskapsspridningen

I ett inlägg efterlyser Per-Åke Albertsson populärvetenskapliga beskrivningar av Lunds universitets forskning. Han skriver att den tredje uppgiften - att kommunicera med samhället utanför universitetet - försummas av universitetets forskare, främst inom

områdena medicin och naturvetenskap.

Medicinska fakulteten har medvetet valt att satsa på den tredje uppgiften. Många av universitetets forskare är mycket engagerade och möter olika delar av samhället i olika forum för att berätta om sin forskning och utveckla den efter samhällets behov.

Detta omfattar bl a samverkan med industri, kommuner, landsting, skolor och organisationer.

Flera aktiviteter riktar sig till allmänheten. Medicinska fakulteten anordnar tillsammans med universitetssjukhusen i Lund och Malmö och Fernströmstiftelsen sedan 1980 Forskningens Dag som årligen lockar flera hundra besökare.

Under Forskningens Dag presenterar fakultetens forskare de senaste forskningsrönen inom sitt respektive område på ett lättförståeligt sätt.

Lunds universitets välrenommerade diabetesforskning presenteras i den uppskattade populärvetenskapliga tidskriften "Aktuellt om vetenskap och hälsa". I den berättar framstående diabetesforskare, som Patrik Rorsman, Bo Ahrén, Carl-David Agardh, Åke Lernmark, Leif Groop och Cecilia Holm m fl, om sin forskning.

Tidskriften, som ges ut i samarbete mellan Lunds universitet och Region Skåne, ger saklig information om aktuell forskning inom hälsoområdet och sprids gratis till allmänheten.

Detta är bara ett par exempel på sammanhang där forskare vid Lunds universitet själva aktivt sprider kunskap om sin forskning. Andra exempel är gymnasiedagar, vetenskapscaféer och vetenskapskarnevalen.

Dessutom arbetar vi naturligtvis aktivt med att sprida våra forskningsrön genom pressmeddelanden som resulterar i artiklar och reportage i media både nationellt och internationellt. Vi tar gärna emot ytterligare tips på hur vi kan öka vår kunskapspridning.

Cecilia Sjöholm, informationschef
Johanna Sandahl, informatör

Svar till Per-Åke Albertsson "Forskare ska berätta om sin forskning" den 31 mars 2006:
Tack, Per-Åke Albertsson !

Vi är många professorer och andra lärare vid Lunds universitet som gärna vill berätta om vår forskning för allmänheten.

Populärvetenskap är svårt, men vi arbetar metodiskt med utbildning kring det såväl på doktornivå som i meriteringen för att bli docent vid LTH.

Vi berättar också om vår forskning när tillfälle ges. Ett par exempel: Under veckan den 6-10 mars hölls cirka 115 föredrag för över 4000 gymnasieelever om vitt skilda forskningsområden inom teknisk, naturvetenskaplig och medicinsk fakultet. Populärvetenskapligt!

Regelbundet beskrivs forskningsområden och -resultat i våra publikationer LUM och LTH-nytt, som den intresserade kan få del av efter förfrågan.

Vi bjuder ofta in pressen via pressreleaser att ta del av intressanta forskningsresultat.

Men pressen - läs Sydsvenskan - tycks bara betrakta skandaler och ekonomiska frågor värda att rapportera om från universitetsvärlden. Tack Per-Åke Albertsson för att du gör din röst hörd så kanske Sydsvenskan och andra medier så småningom ger oss tillfälle att berätta för dig och andra intresserade läsare om vår spännande och mångfaceterade verksamhet vid Lunds universitet.

Per Runeson
professor vid LTH

Kommentar till Per-Åke Albertsson "Forskare ska berätta om sin forskning" den 2 april 2006:

Allmänhetens intresse underskattas

Professor emeritus Per-Åke Albertsson vid Lunds universitet har klagat över att forskare inom teknik, naturvetenskap och medicin inte försöker förklara sin forskning populärvetenskapligt. Han har också klagat över medias bevakning av forskning; där är det skandaler och forskningsfusk som dominerar rapporteringen och inga spännande forskningsnyheter.

Man undrar lite vad som är hönan och vad som är ägget. Skrivs det så lite om forskningens innehåll och så mycket om skandalerna därför att medierna inte informeras om vad som händer inom vetenskaperna?

Eller är det tvärtom - kan det vara så att informationen om forskning är relativt riklig men att medierna inte finner den lika sexig som skandalerna och därför väljer bort den? Vems är felet när man inte hittar någon populärvetenskap i tidningarna - är det Universitets fel eller mediernas?

Själv arbetar jag med forskningsinformation för naturvetenskapliga fakulteten, och precis som mina kollegor inom teknik- och medicinområdet förmedlar jag forskning via olika kanaler till medierna och till allmänheten. På heltid.

Det finns gott om populärvetenskaplig information om naturvetenskaplig forskning både på webben och i form av pressmeddelanden. Det är möjligt att media inte finner detta tillräckligt intressant eller saknar resurser för vidare journalistisk bearbetning.

Det är utmärkt att medierna kritiskt bevakar universiteten och forskningen. Men det ingår väl också i uppdraget att hålla medborgarna informerade om den vetenskapliga utvecklingen?

Ibland har jag känslan av att redaktörerna underskattar allmänhetens intresse för naturvetenskap och teknik. Rätt få journalister har själva en sådan bakgrund - frågan är om redaktionens sammansättning i det avseendet speglar tidningens läsare.

Vi gör så gott vi kan, vi som försöker förmedla den vetenskapliga forskningen. Och när det gäller forskarna själva är det verkligen inget fel på viljan att berätta om sin vetenskap.

Exempelvis organiserar jag nu vetenskapskaféer där forskarna möter allmänheten, och gensvaret från dem jag ber ställa upp är verkligen imponerande. Alla som inte har några direkta förhinder ställer med glädje upp fast de inte får ett rätt öre för besväret.

Göran Frankel, forskningsjournalist

Kommentar till Per-Åke Albertsson "Forskare ska berätta om sin forskning" den 8 april 2006:

Sydsvenskan ger en skev bild av Universitetet

Det är en värdefull diskussion som P Å Albertsson tog upp den 25.3 på Debatt Lund om Universitetets så kallade tredje uppgift, att informera om sin verksamhet.

När Per Runesson den 31.3 efterlyser mera positiva tongångar om Lunds universitet på Lundasidorna fäste vi oss särskilt vid Sydsvenskans egen kommentar: "Sydsvenskans journalistiska uppdrag är att kritiskt granska olika verksamheter på Lunds universitet". Det kan man bara instämma i, liksom att "marknadsföring främst är en uppgift för Universitetet självt".

Det är svårare att förstå vad Sydsvenskan menar med "kritiskt granska" och hur man de facto genomför detta uppdrag. En kritisk granskning ska förstås identifiera sådant som är otillräckligt, dåligt eller fel, för att rensa i rabatten eller för att få underlag för konstruktiva åtgärder.

Men minst lika viktigt är att uppmärksamma det som är nytt, intressant och värdefullt, som kan tjäna som goda exempel. Balans och objektivitet är nyckelord i en sådan avvägning.

Det är trist att Sydsvenskans bevakning av Universitetet ligger så långt åt den negativa sidan, för det ger en skev bild av oss.

Mot läsekretsen har tidningen ett ansvar att ge en allsidig bild av vår verksamhet. Det är viktigt inte bara i teorin utan också i praktiken. Medierapporteringen påverkar våra studenter, nuvarande såväl som presumtiva.

Den följs av våra samarbetspartner inom kommun, landsting och företag. Den influerar sponsorer och bidragsgivare. Den kan vara avgörande för möjligheterna att rekrytera nyckelpersoner till verksamheten.

Vi som arbetar inom Universitetet känner inte igen den bild som Sydsvenskan ger av vår verksamhet. Vi är stolta över att jobba vid Lunds universitet. Och vi vill värna det engagemang och den entusiasm som, trots nedskärningar och andra bekymmer, finns i organisationen. Det är en förutsättning för att vi ska kunna bli ännu bättre.

Som påpekats i flera tidigare inlägg berättar vi mer än gärna om vårt arbete. Och på t ex kultursidorna räknas ju en (positiv) recension knappast som marknadsföring.

Peter Nilsson-Ehle

Institutionen för laboratoriemedicin vid Lunds universitet och ytterligare 33 forskare vid Medicinska fakultetens sex institutioner

Red kommentar: Från början krävde insändarförfattarna att inlägget skulle undertecknas med 34 namn. Det menar Debatt Lund är orimligt. Texten och de 34 namnen skulle kräva nästan samma utrymme. På lokal debatt och Ordet undertecknas inlägg oftast med ett namn, mera sällan med två-tre. När antalet undertecknare närmar sig tvåsiffrigt måste man stryka och komprimera.

Texten som sådan är viktigare än en svällande namnlista som antyder medinflytande till ytterlighet. Tommy Andersson (Källa: Textarkivet, SDS)

Bilaga 2

Förkortningar

LU = Lunds universitet

GU = Göteborgs universitet

UU = Uppsala universitet

SU = Stockholms universitet

KI = Karolinska institutet

DN = Dagens Nyheter

SvD = Svenska Dagbladet

DI = Dagens Industri

SDS = Sydsvenska Dagbladet

Bilaga 3

Kodschema innehållsanalys av pressklipp

Idnr.

Datum

Medium:

Dagens Nyheter 1

Svenska Dagbladet 2

Dagens Industri 3

Universitet:

Lunds universitet 1

Göteborgs universitet 2

Stockholms universitet 3

Uppsala universitet 4

Karolinska institutet 5

Tema:

Grundutbildning 1

Forskning 2

Arbetsplatsfrågor 3

Skandal 4

Sakkunskap 5

Övrigt 6

Artikeltyp:

Opinion/ledare 1

Debatt/insändare 2

Nyhetsmaterial 3

Krönika/kommentar 4

Recension 5

Feature/reportage 6

Övrigt 7

Fokus:	
Avsevärt utrymme	1
Mellanstort utrymme	2
Mindre utrymme	3
Källa:	
Självständigt skriven	1
Skriven av journalist	2
Nyhetsbyrå	3
Utomstående	4
Huvudaktör	
Fakultet:	
Teknik	1
Naturvetenskap	2
Medicin	3
Juridik	4
Samhällsvetenskap	5
Humaniora och teologi	6
Konstnärliga högskolor	7
Ekonomiska högskolor	8
Lärarutbildningar	9
Universitetet som helhet	10
Befattning:	
Rektor/ledningspersonal	1
Professor	2
Forskare	3
Doktorand	4
Lärare/docent/lektor	5
Student	6
Utomstående	7
Universitetet som helhet	8
Övriguniversitetspersonal	9

Bilaga 4

Kvantitativ innehållsanalys över pressartiklar

De undersökta artiklarnas idnr. och datum samt kodningen:

Idnr	Datum	Medium	Univer- sitet	Huvud- tema	Artikel- typ	Fokus	Källa	Huvud- aktör: Fakultet	Huvud- aktör: Befattning
101	2005-02-08	3	1	2	3	2	2	1	3
102	2005-02-04	2	1	1	2	3	1	1	5
103	2005-04-13	1	1	2	3	3	3	1	7
104	2005-04-13	2	1	2	3	3	3	1	7
105	2005-04-12	1	1	2	6	1	2	5	2
106	2005-04-09	2	1	6	6	3	2	8	7
107	2005-04-07	1	1	5	3	3	2	4	2
108	2005-05-06	2	1	6	3	3	2	10	7
109	2005-10-13	1	1	4	3	1	2	1	3
110	2005-10-13	2	1	4	3	1	3	1	2
111	2005-10-13	3	1	6	3	3	2	8	7
112	2005-10-13	3	1	2	3	2	2	10	1
113	2005-10-12	2	1	2	3	1	3	3	2
114	2005-10-12	3	1	4	3	2	2	10	7
115	2005-10-11	2	1	2	6	2	2	8	3
116	2005-10-10	3	1	2	3	3	2	8	2
117	2005-10-10	2	1	2	3	1	3	5	2
118	2005-10-07	2	1	3	3	3	2	10	8
119	2005-10-07	1	1	4	3	3	2	10	8
120	2005-10-05	1	1	2	3	2	2	2	2
121	2005-10-05	2	1	5	6	2	2	6	3

Idnr	Datum	Medium	Univer- sitet	Huvud- tema	Artikel- typ	Fokus	Källa	Huvud- aktör: Fakultet	Huvud- aktör: Befattning
122	2005-10-05	2	1	1	6	3	2	8	6
123	2005-10-04	1	1	2	4	1	2	8	2
124	2005-10-02	1	1	5	3	1	2	6	4
125	2005-10-02	2	1	2	6	2	2	1	2
126	2005-11-14	3	1	6	6	3	2	10	7
127	2005-11-14	3	1	2	7	2	1	3	2
128	2005-11-14	1	1	5	3	2	2	1	3
129	2005-11-13	2	1	5	3	2	3	1	3
130	2005-11-13	1	1	5	3	1	3	1	3
131	2005-11-11	3	1	6	6	3	2	10	7
132	2005-11-11	2	1	5	3	3	2	5	1
133	2005-11-10	2	1	2	3	2	2	3	3
134	2005-11-09	3	1	6	3	3	1	8	7
135	2005-11-09	2	1	2	3	3	2	3	3
136	2005-11-04	2	1	4	3	1	3	5	2
137	2005-11-03	2	1	2	6	2	2	1	3
138	2005-11-03	2	1	5	6	3	2	1	2
139	2005-11-02	2	1	5	6	3	1	6	2
140	2005-11-01	2	1	5	3	3	3	6	2
141	2005-11-01	1	1	5	3	3	3	6	2
142	2005-11-01	3	1	6	3	3	2	8	7
143	2005-10-06	2	1	5	5	3	2	7	2
201	2005-02-08	2	2	2	3	2	2	7	2
202	2005-02-02	1	2	2	3	1	2	8	6

Idnr	Datum	Medium	Univer- sitet	Huvud- tema	Artikel- typ	Fokus	Källa	Huvud- aktör: Fakultet	Huvud- aktör: Befattning
203	2005-04-12	1	2	2	6	3	2	5	2
204	2005-04-08	3	2	5	3	2	2	5	2
205	2005-04-08	2	2	5	3	2	2	5	2
206	2005-04-08	3	2	6	3	3	2	8	7
207	2005-04-08	3	2	6	3	3	2	10	8
208	2005-04-08	1	2	5	3	2	3	5	2
209	2005-04-08	2	2	2	3	3	2	3	3
210	2005-04-06	1	2	2	6	2	2	8	3
211	2005-04-06	2	2	5	2	3	1	3	2
212	2005-04-04	2	2	2	6	3	2	3	4
213	2005-05-12	3	2	2	7	3	3	1	6
214	2005-05-11	1	2	2	3	3	2	10	8
215	2005-05-11	3	2	6	3	3	2	10	8
216	2005-05-11	3	2	6	3	2	2	10	8
217	2005-05-10	2	2	5	3	3	2	5	2
218	2005-05-06	2	2	1	2	2	2	5	6
219	2005-10-14	1	2	5	6	3	2	6	3
220	2005-10-14	2	2	5	3	2	2	5	2
221	2005-10-13	1	2	4	2	3	2	5	2
222	2005-10-10	3	2	6	7	3	2	10	8
223	2005-10-06	1	2	5	3	3	2	5	3
224	2005-10-05	1	2	5	3	2	2	5	2
225	2005-10-05	1	2	5	3	3	2	5	2
226	2005-10-04	3	2	6	7	3	2	10	7

Idnr	Datum	Medium	Univer- sitet	Huvud- tema	Artikel- typ	Fokus	Källa	Huvud- aktör: Fakultet	Huvud- aktör: Befattning
227	2005-10-03	2	2	5	3	2	3	5	2
228	2005-10-03	1	2	6	6	3	2	7	7
229	2005-10-03	2	2	5	3	2	2	5	2
230	2005-10-03	1	2	5	3	1	2	5	2
231	2005-10-03	1	2	5	6	3	2	6	6
	2005-10-01	1	2	3	3	2	2	9	6
	2005-11-14	1	2	4	3	2	2	3	2
233	2005-11-14	2	2	4	3	2	3	3	2
234	2005-11-14	1	2	4	3	2	3	3	2
235	2005-11-14	2	2	4	3	2	2	3	2
236	2005-11-13	2	2	2	3	2	2	1	3
237	2005-11-12	1	2	2	3	1	2	2	3
238	2005-11-11	1	2	2	6	2	2	5	3
239	2005-11-10	3	2	6	3	3	2	10	7
240	2005-11-09	3	2	2	3	2	3	5	3
241	2005-11-09	2	2	2	3	1	2	5	3
242	2005-11-03	2	2	6	6	3	2	10	7
243	2005-11-03	2	2	6	6	3	2	10	7
244	2005-11-03	1	2	2	1	3	2	10	8
245	2005-11-02	2	2	5	3	3	3	5	2
246	2005-11-02	2	2	2	6	2	2	2	2
247	2005-11-01	1	2	5	3	2	2	8	3
301	2005-02-13	2	3	2	3	2	2	2	2
302	2005-02-11	1	3	2	6	3	1	6	3

Idnr	Datum	Medium	Univer- sitet	Huvud- tema	Artikel- typ	Fokus	Källa	Huvud- aktör: Fakultet	Huvud- aktör: Befattning
303	2005-02-11	1	3	4	3	2	3	2	5
304	2005-02-11	1	3	1	6	3	1	6	6
305	2005-02-10	2	3	2	3	2	2	5	2
306	2005-02-08	1	3	5	3	2	2	4	6
307	2005-02-08	2	3	5	1	3	2	4	6
308	2005-02-07	3	3	2	6	2	2	8	3
309	2005-02-04	1	3	5	3	2	3	8	2
310	2005-02-04	2	3	2	6	2	2	5	3
311	2005-02-04	2	3	5	3	2	2	4	2
312	2005-02-03	1	3	5	3	2	2	4	2
313	2005-02-02	2	3	5	6	2	2	6	3
314	2005-04-14	1	3	2	3	2	2	6	2
315	2005-04-14	1	3	5	6	3	2	10	7
316	2005-04-14	1	3	2	3	2	2	3	5
317	2005-04-14	2	3	2	3	2	2	2	5
318	2005-04-13	3	3	6	3	3	2	6	7
319	2005-04-10	1	3	2	3	2	2	5	2
320	2005-04-10	1	3	3	2	3	1	8	7
321	2005-04-05	3	3	6	3	3	2	1	7
322	2005-04-03	1	3	2	3	2	2	2	2
323	2005-04-03	3	3	2	3	3	2	5	8
324	2005-04-01	3	3	5	3	2	2	8	2
325	2005-05-11	1	3	5	3	3	3	10	2
326	2005-05-11	2	3	5	3	3	3	10	2

Idnr	Datum	Medium	Univer- sitet	Huvud- tema	Artikel- typ	Fokus	Källa	Huvud- aktör: Fakultet	Huvud- aktör: Befattning
327	2005-05-10	2	3	5	3	2	2	5	2
328	2005-05-10	2	3	5	3	2	3	3	5
329	2005-05-09	2	3	2	6	2	2	6	3
330	2005-05-03	3	3	5	5	1	2	6	5
331	2005-05-02	2	3	5	6	3	2	10	6
332	2005-10-14	1	3	2	3	3	3	1	2
333	2005-10-14	3	3	1	6	3	2	8	5
334	2005-10-14	2	3	4	3	3	2	5	2
335	2005-10-12	3	3	1	3	3	2	10	6
336	2005-10-11	2	3	4	3	2	2	6	2
337	2005-10-11	2	3	5	2	3	4	8	2
338	2005-10-11	2	3	4	3	3	2	5	1
339	2005-10-11	1	3	4	3	2	2	5	2
340	2005-10-10	1	3	5	3	3	2	5	2
341	2005-10-08	2	3	5	3	3	2	4	2
342	2005-10-08	2	3	2	3	2	2	2	3
343	2005-10-08	1	3	3	3	3	2	10	6
344	2005-10-08	1	3	3	3	2	2	6	2
345	2005-10-07	2	3	2	3	2	2	5	4
346	2005-10-07	2	3	4	3	1	2	5	2
347	2005-10-07	1	3	4	3	2	2	4	1
348	2005-10-06	2	3	5	3	3	3	2	2
349	2005-10-06	1	3	2	3	3	3	5	8
350	2005-10-06	3	3	2	3	3	3	5	8

Idnr	Datum	Medium	Univer- sitet	Huvud- tema	Artikel- typ	Fokus	Källa	Huvud- aktör: Fakultet	Huvud- aktör: Befattning
351	2005-10-06	1	3	2	6	2	2	5	2
352	2005-10-06	3	3	1	3	3	2	10	8
353	2005-10-05	3	3	2	3	2	2	6	2
354	2005-10-04	1	3	2	3	3	2	1	3
355	2005-10-04	1	3	5	3	2	2	2	2
356	2005-10-03	1	3	1	6	3	2	8	5
357	2005-10-02	2	3	2	3	3	3	5	2
358	2005-10-01	2	3	2	3	1	2	8	4
359	2005-11-14	1	3	5	3	2	2	5	3
360	2005-11-13	1	3	4	2	3	1	5	2
361	2005-11-12	1	3	2	3	1	2	8	3
362	2005-11-12	2	3	2	3	2	2	5	2
363	2005-11-10	1	3	1	7	3	2	6	7
364	2005-11-09	2	3	5	3	1	2	4	4
365	2005-11-09	1	3	5	3	2	2	4	4
366	2005-11-08	3	3	6	3	3	2	10	7
367	2005-11-07	1	3	4	2	3	4	10	7
368	2005-11-06	1	3	5	4	3	2	4	2
369	2005-11-03	1	3	1	3	1	2	10	1
370	2005-11-03	1	3	5	3	1	2	4	2
371	2005-11-03	1	3	2	3	1	2	8	3
372	2005-11-02	1	3	6	6	3	2	6	7
401	2005-02-11	2	4	3	3	2	2	4	3
402	2005-02-03	2	4	5	3	2	2	10	1

Idnr	Datum	Medium	Univer- sitet	Huvud- tema	Artikel- typ	Fokus	Källa	Huvud- aktör: Fakultet	Huvud- aktör: Befattning
403	2005-02-03	1	4	5	6	2	2	5	5
404	2005-02-02	1	4	5	6	3	2	5	7
405	2005-02-02	1	4	2	3	2	3	3	3
406	2005-02-02	2	4	2	3	2	3	3	3
407	2005-04-14	1	4	2	6	3	2	2	3
408	2005-04-14	1	4	5	3	2	2	8	2
409	2005-04-14	2	4	5	3	2	2	8	2
410	2005-04-13	2	4	2	3	3	2	3	3
411	2005-04-12	1	4	2	2	3	1	3	2
412	2005-04-10	2	4	5	6	3	1	10	9
413	2005-04-09	1	4	2	3	2	2	1	2
414	2005-04-08	3	4	6	7	3	1	10	7
415	2005-04-06	2	4	6	3	3	2	8	6
416	2005-04-05	3	4	5	3	2	2	8	6
417	2005-04-05	2	4	5	3	2	2	8	8
418	2005-04-04	3	4	6	3	3	1	8	7
419	2005-05-14	2	4	2	3	1	2	2	2
420	2005-05-14	2	4	2	3	2	3	2	2
421	2005-05-12	2	4	5	2	2	1	2	2
422	2005-05-11	2	4	4	3	2	2	10	7
423	2005-05-10	1	4	4	3	2	2	10	7
424	2005-05-10	2	4	4	3	2	3	10	7
425	2005-05-10	3	4	4	3	2	3	10	7
426	2005-05-10	1	4	4	3	2	3	10	7

Idnr	Datum	Medium	Univer- sitet	Huvud- tema	Artikel- typ	Fokus	Källa	Huvud- aktör: Fakultet	Huvud- aktör: Befattning
427	2005-05-01	2	4	2	6	2	2	5	3
428	2005-10-14	1	4	4	2	2	1	5	2
429	2005-10-13	1	4	2	3	2	2	5	4
430	2005-10-13	1	4	6	7	3	2	10	3
431	2005-10-12	2	4	4	2	3	1	10	7
432	2005-10-12	2	4	5	3	3	2	6	2
433	2005-10-11	3	4	5	3	3	2	8	2
434	2005-10-11	1	4	2	3	2	2	2	2
435	2005-10-11	3	4	2	7	3	1	10	7
436	2005-10-10	1	4	2	3	3	2	5	3
437	2005-10-09	1	4	2	3	2	2	2	2
438	2005-10-08	2	4	3	3	2	2	10	5
439	2005-10-07	2	4	4	3	2	2	5	3
440	2005-10-05	2	4	5	2	3	1	5	2
441	2005-10-03	3	4	6	3	3	1	3	7
442	2005-10-01	1	4	6	7	3	1	10	7
443	2005-11-12	1	4	2	2	1	1	5	2
444	2005-11-07	2	4	2	3	3	2	8	3
445	2005-11-07	2	4	4	3	2	3	10	7
446	2005-11-07	1	4	4	2	2	1	10	7
447	2005-11-06	2	4	3	6	3	2	3	2
448	2005-11-06	2	4	5	6	2	2	6	2
449	2005-11-04	2	4	1	3	2	2	2	4
450	2005-11-01	1	4	1	3	3	2	2	7

Idnr	Datum	Medium	Univer- sitet	Huvud- tema	Artikel- typ	Fokus	Källa	Huvud- aktör: Fakultet	Huvud- aktör: Befattning
501	2005-02-13	1	5	2	3	2	2	10	6
502	2005-02-12	2	5	2	1	3	2	10	8
503	2005-02-11	1	5	2	1	1	3	10	2
504	2005-02-11	1	5	2	1	1	2	10	7
505	2005-02-10	1	5	2	2	1	1	10	3
506	2005-02-10	2	5	2	3	1	2	10	7
507	2005-02-07	2	5	2	6	1	2	10	3
508	2005-02-03	2	5	2	3	1	2	10	2
509	2005-02-02	2	5	5	6	2	2	10	5
510	2005-02-02	2	5	5	3	2	3	10	2
511	2005-04-14	1	5	2	3	3	2	10	2
512	2005-04-13	3	5	6	7	3	3	10	8
514	2005-04-12	2	5	5	3	3	2	10	2
515	2005-04-11	3	5	5	7	3	3	10	2
516	2005-04-10	1	5	2	3	1	2	10	2
517	2005-04-07	1	5	5	3	3	2	10	8
518	2005-04-06	2	5	5	2	2	1	10	2
519	2005-04-03	1	5	2	3	2	2	10	3
520	2005-04-03	1	5	2	3	3	2	10	7
521	2005-05-13	2	5	2	3	1	2	10	3
522	2005-05-12	2	5	5	3	3	3	10	3
523	2005-05-12	2	5	2	3	1	2	10	2
524	2005-05-05	2	5	2	2	3	4	10	7
525	2005-10-14	1	5	4	3	1	2	10	1

Idnr	Datum	Medium	Univer- sitet	Huvud- tema	Artikel- typ	Fokus	Källa	Huvud- aktör: Fakultet	Huvud- aktör: Befattning
526	2005-10-14	1	5	4	3	1	2	10	1
527	2005-10-14	1	5	4	2	3	4	10	7
528	2005-10-14	1	5	4	3	1	2	10	2
529	2005-10-14	1	5	4	3	1	2	10	2
530	2005-10-14	1	5	4	3	1	2	10	2
531	2005-10-13	3	5	2	3	2	2	10	3
532	2005-10-12	2	5	2	3	1	3	10	2
533	2005-10-12	3	5	6	2	3	3	10	7
534	2005-10-11	2	5	2	3	1	3	10	2
535	2005-10-11	3	5	6	3	3	3	10	7
536	2005-10-10	3	5	2	3	3	3	10	7
537	2005-10-09	1	5	6	3	3	2	10	8
538	2005-10-09	1	5	6	3	3	2	10	7
539	2005-10-07	2	5	5	2	2	1	10	5
540	2005-10-05	1	5	2	2	3	4	10	7
542	2005-10-04	2	5	2	3	1	4	10	3
543	2005-10-04	3	5	5	3	1	3	10	2
544	2005-10-04	1	5	2	3	1	2	10	3
545	2005-10-04	2	5	4	6	3	2	10	2
546	2005-10-04	2	5	2	2	2	4	10	7
547	2005-10-04	1	5	1	3	3	2	10	6
548	2005-10-01	2	5	3	1	3	4	10	7
549	2005-11-14	2	5	2	3	2	2	10	2
550	2005-11-14	2	5	5	3	3	3	10	7

Idnr	Datum	Medium	Univer- sitet	Huvud- tema	Artikel- typ	Fokus	Källa	Huvud- aktör: Fakultet	Huvud- aktör: Befattning
553	2005-11-12	2	5	5	2	3	1	10	5
554	2005-11-11	3	5	5	3	3	3	10	8
555	2005-11-11	1	5	2	3	1	2	10	2
556	2005-11-10	2	5	5	3	3	2	10	7
557	2005-11-07	1	5	5	3	3	2	10	7
558	2005-11-07	3	5	5	3	3	3	10	7
559	2005-11-07	1	5	2	6	2	2	10	2
560	2005-11-06	2	5	5	5	3	2	10	7
561	2005-11-02	2	5	2	3	1	3	10	2

