

Danske Universiteters principper for god forskningskommunikation

Universiteter og forskere producerer viden som får værdi, når den deles med politikere, borgere, erhvervsliv og samfundet som helhed. Universitetsloven fremhæver, at universiteterne er centrale viden- og kulturbærende institutioner, der skal udveksle viden og kompetencer med det omgivende samfund og tilskynde medarbejderne til at deltage i den offentlige debat. Det er i forskernes, universitetets og samfundets interesse, at forskningsresultater og indsigter i forskningens metode og begrænsninger stilles til rådighed for den offentlige debat, for politiske beslutningsprocesser, for erhvervslivet og for samfundet som helhed.

At forskning kommunikeres ansvarligt, korrekt og transparent er en betingelse for den høje tillid, forskning og forskeres viden generelt nyder i det omgivende samfund. Derfor er god forskningskommunikation en essentiel del af universiteternes og den enkelte forskers arbejde.

Universiteterne ønsker at understøtte og fastholde den tradition for god forskningskommunikation, der har gjort os fortjent til denne tillid. Derfor har universiteterne udarbejdet syv principper for god forskningskommunikation, som den udføres på de danske universiteter.

Principperne bygger på [Danish Code of Conduct for Research Integrity](#), som er tiltrådt af alle danske universiteter. Det hedder her, at forskning er underlagt krav om ærlighed, gennemsigtighed og ansvarlighed og det slås endvidere fast, at forskningsinstitutionerne har pligt til at opretholde et miljø, der understøtter ”ærlighed, transparens og nøjagtighed når forskningsresultater udbredes, eksempelvis via politikker og træning i relation til offentliggørelse og kommunikation.”

Forskningskommunikation er forskeres og forskningsinstitutioners kommunikation til offentligheden om forskning og relaterede forhold. Det kan ske ved at forskere eller kommunikationsmedarbejdere henvender sig til offentligheden via pressemeddelelser, debatindlæg, aktivitet på sociale medier, publicering af undersøgelser, bøger, eller ved at forskere udtaler sig til medier på baggrund af deres forskning og ekspertise. Indholdet kan være nye forskningsresultater, metoder eller gennembrud, men også forskeres perspektivering af aktuelle spørgsmål med baggrund i deres viden og forskning. Forskningsformidling kan også dreje sig om forskere eller institutioner, eller f.eks. vedrøre forskningens og forskerens rolle i samfundet.

De syv principper for god forskningskommunikation skal ses som pejlemærker for arbejdet med god forskningskommunikation på universiteterne, både for forskere og kommunikationsmedarbejdere. De syv principper skal forstås og anvendes i overensstemmelse med de forskellige forskningstraditioners særkender, metoder og historie, og de skal tilpasses de mange forskellige formater, forskningskommunikation kan have.

7 principper for god forskningskommunikation

(1) *Korrekthed*. Når forskning kommunikeres, skal indholdet være korrekt og give målgruppen en retvisende forståelse af de relevante faktuelle forhold både i resultaterne og forskningen bag.

(2) *Relevans*. Forskningskommunikation bør inddrage alle forhold, der må antages at være relevante for modtagerens forståelse af forskningens resultater. Relevant information om ex. resultaternes betydning, proportioner og generelle kontekst er med til at tegne det fulde billede af forskningen, og hvilken betydning den har, og bør inkluderes i størst mulig udstrækning. Der bør så vidt muligt henvises til bagvedliggende forskningspublikationer, samt, hvor det er relevant, til anden forskning.

(3) *Usikkerhed*. Forskningskommunikation bør tydeliggøre, hvilke metoder og antagelser, forskningsresultater og vurderinger er baseret på og de usikkerheder, der knytter sig hertil. Videnskabelige resultater er altid behæftet med varierende grader af usikkerhed, som er knyttet til de anvendte metoder, forskningsdesign, data eller teoretiske baggrundsantagelser m.m. Det bør gøres klart, hvad disse usikkerheder indebærer for et forskningsresultater eller andet, der kommunikeres.

(4) *Videnskabelig status*. Forskningskommunikation bør forklare den pågældende forsknings status i det relevante videnskabelige miljø. Har resultaterne bred opbakning i det videnskabelige miljø eller afviger de fra den generelle konsensus på området? Er der tale om foreløbige resultater, eller er de publicerede i videnskabelige kanaler, og hvilken status har disse kanaler?

(5) *Ophav*. Forskningskommunikation bør gøre det klart, hvem der er ophav til den viden, der kommunikeres. Ofte kommunikerer forskere viden, som stammer fra andre dele af forskningsfællesskabet – det vil sige viden, de ikke selv har produceret. Det er en vigtig del af forskningskommunikation at videregive denne viden til samfundet, men ophav bør fremgå af kommunikationen, som den også gør det i forskningen.

(6) *Perspektiv*. Forskere har både ret og pligt til at engagere sig i samfundsdebatten med perspektiver af etisk, politisk eller videnskabelig art. Det bør det være tydeligt, om et perspektiv falder inden for forskerens eget ekspertiseområde, er baseret på forskerens generelle viden om et bredere felt, eller om den f.eks. er baseret på en viden eller holdning forskeren har, men som er ikke er relateret til vedkommendes forskningsområde.

(7) *Interessekonflikter*. Forskningskommunikation bør beskrive alle forhold, der kan skabe interessekonflikter omkring forskningen eller den enkelte forsker. Det kan være, men er ikke begrænset til, forhold omkring finansieringen af forskningen, patentansøgninger, royalty, virksomhedssamarbejder, inhabilitet m.m.

Bemærkninger til principperne

Udfordringer og begrænsninger for principperne

Forskningskommunikation sker ofte i korte avisartikler, skarpt klippede interviews, hurtige indslag i radio og tv, på sociale medier, på blogs og hjemmesider og i et medie billede, hvor tempoet er højt. Hertil kommer, at forskningskommunikation er rettet mod ikke-specialister, hvilket betyder, at præcise tekniske udtryk og fagterminologi dårligt kan anvendes. Endvidere har afsenderen, forstået som både forskeren, kommunikationsmedarbejderen og universitetet, kun sjældent mulighed for at styre, hvorledes budskaber og resultater videregives af andre aktører.

Disse udfordringer peger på vanskeligheden af som forsker og universitet at sikre god forskningskommunikation hele vejen fra forsker til borgere eller beslutningstagere. Men de understreger samtidig væsentligheden af, at universiteter og forskere gør deres til, at de syv principper holdes i hævd, når forskning kommunikeres. Principperne er både pejlemærker for universiteternes eget arbejde, og udgangspunkt for dialog med presse, politikere og offentlighed, når forskningen skal bringes ud i verden.

Ytrings- og forskningsfrihed

De syv principper for forskningskommunikation er ikke en begrænsning i forskeres forskningsfrihed eller ytringsfrihed. Forskere har udstrakt grad af forskningsfrihed (ret til selv at beslutte, hvilke spørgsmål de vil søge at besvare, og hvilke videnskabelige metoder de vil bruge til at besvare dem) og ytringsfrihed (ret til at publicere eller ytre sig). Men forskningsfrihed og ytringsfrihed er ikke en frihed fra et generelt krav om at søge at leve op til principperne for god forskningskommunikation. Principperne begrænser ikke forskeres kommunikation, men understøtter kvaliteten af den.

Principperne i praksis

Forskningsinstitutioner bør understøtte god forskningskommunikation ved ledelsesopbakning, ved at anerkende forskningskommunikation som en del af forskernes arbejde, og ved at tilbyde træning og vejledning i god forskningskommunikation.

Hvor det er relevant bør universiteterne på grundlag af de syv principper udarbejde mere detaljerede retningslinjer og hjælperedskaber tilpasset forskellige formater og behov, der kan bruges i det konkrete, daglige arbejde med forskningskommunikation på universiteterne.

Godkendt af Rektorkollegiet den 22. januar 2019