

EVALUERING AF VIDENSKAB.DK

CENTER FOR KULTUREVALUERING, 2022

Hans-Peter Degn, Christiane Særkjær, Line Hassall Thomsen,
Maja Sonne Damkjær og Niels Brügger



KOLOFON



Titel	Evaluering af Videnskab.dk
Forfattere	Hans-Peter Degn, Christiane Særkjær, Line Hassall Thomsen, Maja Sonne Damkjær og Niels Brügger
Forsidefoto	Lee Taylor (Pexels.com)
Udgivelsesår	2023
Udgiver	Center for Kulturevaluering
Organisation	Center for Kulturevaluering udfører undersøgelser og evalueringer inden for et bredt felt af kultur og kommunikation. Centret er hjemmehørende på Institut for Kommunikation og Kultur ved Aarhus Universitet.
Netside	cc.au.dk/center-for-kulturevaluering/



INDHOLD

Summary	4
1. Evaluering af Videnskab.dk	5
Videnskab.dk	5
Evalueringens datagrundlag og delanalyser	6
Opbygning og afrapportering	7
2. Indhold og formidling	8
Genretræk, form og funktion	8
Struktur og navigation	10
Indhold og fokus	11
Tilstedeværelse på sociale medier	13
3. Videnskab.dk i andre medier	16
Versionering til andre medier	16
Andre mediers brug af videnskab.dk som kilde	17
Medieaktørernes forhold til Videnskab.dk	18
4. Redaktionelle kendetegn	19
Åbenhed og redaktionel praksis	19
Artiklernes tilblivelse	20
Forholdet til de andre medier – konkurrence vs. samarbejde	21
Lille men kompleks organisation med vidtfavnende aktiviteter	22
5. Samspillet med forskerne	24
En anderledes tilgang	24
Formidling til den almene befolkning	25
Grundig behandling af stoffet	25
6. Videnskab.dks rolle i folkeskole og på gymnasier	26
Kendskab til og brug af Videnskab.dk	26
Niveau og relevans	28
Troværdighed og seriøsitet	30
Kildesøgning og vejen til Videnskab.dk	31
7. Relationer og placering på nettet	32
Videnskab.dks henvisninger til andre aktører	32
Andre aktørers henvisninger til videnskab.dk	33
Netværkets aktører og kendetegn	34
Internationalt perspektiv	36

8. Sammenfattende analyse og konklusioner.....	37
Indhold, struktur og målgrupper.....	37
Videnskab.dks rolle i folkeskole og gymnasier.....	38
Troværdighed og seriøsitet.....	38
Andre hjemmesiders brug af Videnskab.dk.....	39
Distribution via andre medier.....	39
Organisatoriske forhold.....	39
Bilag 1: Metodegrundlag for analyse af indhold og formidling	40
Bilag 2: Metodegrundlag for interviews med medieaktører.....	42
Bilag 3: Metodegrundlag for feltstudie hos Videnskab.dk.....	43
Bilag 4: Metodegrundlag for interviews med forskere	45
Bilag 5: Metodegrundlag for undersøgelse af elever og lærere.....	47
Bilag 6: Metodegrundlag for netværksanalyse	50
Bilag 7: Udbudsbeskrivelse af evalueringsopgaven	52

SUMMARY

This report is the result of a multifaceted study of Videnskab.dk conducted during 2022 by a range of researchers from Centre for Cultural Evaluation at Aarhus University. The study is complex both in the uses of different methods and types of data, as well as in the different forms of findings made. Based on both qualitative and quantitative sets of data we explore and evaluate the characteristic and success of Videnskab.dk on the level of broad themed subjects such as content, editorial practice, relations to media actors and researchers, knowledge and use among the youth.

Our study finds the website videnskab.dk working at many levels to give a very varied segment of Danes an accessible take on science and science-based news. The content from Videnskab.dk reaches a much broader audience than just users of the online website. Thus, Videnskab.dk successfully serves other Danish media organisations, other websites and both their own and other social media sites with science-based content daily.

From a content perspective, we find the journalism to be honest, credible and constructive, backed by thorough and convincing research. However, when analysing the website, we see so many different agendas and elements that navigation can be difficult and confusing.

Speaking to journalists and editors from other media organisations, they have a knowledge of Videnskab.dk and some explain how they like to use the site to get informed or inspired to share or write a science-based news story. Furthermore, many media see Videnskab.dk as an easy way for them to have a different kind of content available with little cost. In this way, Danish

media are served content from the world of science, which they otherwise might not have covered.

We find the researchers being quoted, used or otherwise collaborating with Videnskab.dk to be very happy, grateful and positive about the way their research is approached and the opportunity for them to share their knowledge.

During our fieldwork to the newsroom of Videnskab.dk, we saw journalists and editors who all share a hope of being a part of spreading science and scientific research to a broad audience. The newsroom culture bears signs of working differently to national newsrooms in that they work 'slower', research more in depth, spend long time on each story, and have a keen interest in giving each other feedback on published stories.

Both the website content and the editorial working practice shows signs of relying heavily on project funds. This no doubt has consequences for the everyday working culture, the continuity and the consistency of journalistic content.

Surveys among pupils and their teachers show a rather scarce use of Videnskab.dk. Often, they end up on the site via search engines. However, they acknowledge the credibility of the information on the website and appreciate the way in which Videnskab.dk present and explain scientific news and facts.

Finally, our network analysis indicates that videnskab.dk plays a central role for research dissemination. Also, we see various opinion or topic themed websites frequently linking to videnskab.dk, indicating that it is often used to back arguments or mediate scientific results.

1. EVALUERING AF VIDENSKAB.DK

Center for Kulturevaluering (CKE) v. Aarhus Universitet har for Uddannelses- og Forskningsstyrelsen gennemført en forskningsbaseret evaluering af Videnskab.dk. Målet med denne evalueringsrapport er at bidrage med viden om, hvorledes Videnskab.dk lykkes med at formidle om forskning og videnskab til den brede befolkning og særligt de unge.¹

Den samlede evaluering – og rapporten her – bygger på en række delundersøgelser, som på hver deres måde afdækker forskellige perspektiver. Det komplekse undersøgelsesdesign indeholder derfor forskellige delanalyser og undersøgelsesspørgsmål.

Vi undersøger, hvad der kendetegner Videnskab.dk som formidlingsplatform, herunder indhold, formidling og anvendte kommunikationskanaler. I forlængelse heraf undersøger vi også Videnskab.dks redaktionelle praksis og organisering.

I forhold til eksterne interessenter taler vi med forskere om oplevelsen af at få formidlet sin forskning via Videnskab.dk. Vi ser også på, hvordan andre medieaktører oplever – og bruger – Videnskab.dk. I forhold til brugen af Videnskab.dk og deres særlige fokus på unge undersøger vi endvidere, hvordan ældre skole- og

gymnasieelever og deres lærere anvender og oplever Videnskab.dk

Endelig undersøger vi, hvordan Videnskab.dk indgår i og spiller sammen med det danske medielandskab; hvordan Videnskab.dks indhold inspirerer og bruges i andre medier, samt hvilken rolle og placering hjemmesiden har ift. andre danske hjemmesider.

Videnskab.dk

Kort fortalt er Videnskab.dk et online medie, der har til formål at formidle nyheder om forskning og videnskab til den danske befolkning. Kerneaktiviteten for redaktionen er hjemmesiden videnskab.dk², men der formidles også via egne kanaler på forskellige sociale medieplatforme, ligesom der leveres indhold til en række danske medier. Derudover har Videnskab.dk forskellige aktiviteter, der har til formål generelt at styrke det videnskabsjournalistiske niveau og befolkningens brug af artikler og indhold om forskning og videnskab.

Videnskab.dk formidler til en bred brugerskare, men har en særlig interesse i unge (elever i folkeskole og gymnasier), hvorfor evalueringen undervejs inkluderer et særligt fokus på denne gruppe.

¹ Evalueringen er blevet gennemført af Hans-Peter Degn, centerleder for CKE og projektleder for evalueringen, Christiane Oved Særkjær, analytiker på CKE, og Line Hassall Thomsen, ekstern lektor i medievidenskab på AU.

Herudover har Maja Sonne Damkjær, adjunkt i medievidenskab på AU, bidraget med analyser af Videnskab.dks formidling. Ligeledes har Niels Brügger, professor i medievidenskab på AU (bistået af studentermedhjælp Katharina Sølling Dahlman og IT-udvikler Ulrich Karstoft Have) bidraget

med analyser af hjemmesiden videnskab.dks 'placering' på det danske internet.

² I denne rapport skelner vi mellem 'videnskab.dk', der specifikt henviser til selve hjemmesiden, og 'Videnskab.dk', der henviser til organisationen og dens samlede aktiviteter.

Ved sin start havde Videnskab.dk til huse hos Danmarks Tekniske Universitet. I dag bor Videnskab.dk i egne lokaler i Valby ved København, men er institutionelt forankret på Danmarks Medie- og Journalisthøjskole. På baggrund af vores interviews, feltstudie mv. er det dog vores klare oplevelse, at denne forankring primært er af formel og administrativ karakter, men ikke spiller en nævneværdig rolle for Videnskab.dks strategi eller daglige praksis.

Videnskab.dk

- Videnskab.dk er et uafhængigt, non-profit medie, som dagligt leverer gratis nyheder om forskning og videnskab til den brede befolkning.

- Videnskab.dk drives efter publicistiske principper og med fokus på kvalitet mhp. at være et anerkendt, troværdigt medie.

- Den primære formidlingsplatform er hjemmesiden videnskab.dk, hvor der månedligt publiceres ca. 150 artikler (i alt ca. 1800 artikler årligt). Hjemmesiden har ifølge Dansk Online Index månedligt ca. 570.000 brugere.

- Indholdet består af dels egenproducerede artikler, dels citatartikler fra andre medier, herunder internationale videnskabsmedier, og dels populært formidlede artikler skrevet af forskere.

- Organisationens kerneaktivitet er produktionen af det redaktionelle indhold. Herudover beskæftiger Videnskab.dk sig med indtægtsdækket virksomhed (bl.a. formidlingskurser for forskere og lignende kommunikations- og konsulentydelse) og med fondsfinansierede udviklingsaktiviteter (bl.a. udvikling af nye formidlingsformer som fx podcast).

- I 2022 har Videnskab.dk en samlet omsætning på ca. 14,7 mio. kr. Heraf kommer 6,0 mio. kr. fra den årlige finanslovsbevilling. Indtægtsdækket virksomhed bidrager med ca. 5,4 mio. kr., mens projektstøttemidler fra fonde udgør ca. 3,3 mio. kr. I 2022 bliver der primært hentet fondsmidler fra Lundbeckfonden og TrygFonden.

Evalueringens datagrundlag og delanalyser

Undersøgelsen bygger på en række forskellige metoder, datakilder og delanalyser, der på hver deres måde bidrager til en nuanceret evaluering af Videnskab.dk. De forskellige datakilder indbefatter følgende:

- Videnskab.dks producerede indhold (artikler, opslag mv.) på hjemmeside og via sociale medier (YouTube, Instagram/Facebook og Twitter). Dette materiale indgår mhp. at undersøge, hvad der kendetegner Videnskab.dks formidling.
- Observation/mini-feltstudie hos Videnskab.dk kombineret med interviews med ledelse og medarbejdere. Dette materiale indgår mhp. at undersøge Videnskab.dks strategiske mål for sin formidling, deres journalistiske praksis og redaktionskultur samt organisatoriske forhold.
- Interviews med forskere, hvis arbejde på forskellige måder er blevet formidlet af Videnskab.dk. Dette materiale indgår mhp. at undersøge, hvordan forskerne selv oplever, at deres forskning behandles og formidles af Videnskab.dk, og om det opleves anderledes end ved andre medier.
- Fokusgruppeinterviews med elever i folkeskolen og gymnasieskolerne, suppleret med en mindre spørgeskemaundersøgelse blandt en stikprøve af elever. Dette materiale indgår mhp. at undersøge, hvilken rolle Videnskab.dk spiller i deres undervisning og videnstilegnelse.
- Enkeltinterviews med lærere i folkeskolen og gymnasieskolerne, suppleret med en mindre spørgeskemaundersøgelse blandt en stikprøve af lærere. Dette materiale indgår mhp. at undersøge, hvilken rolle Videnskab.dk spiller, og hvilken værdi hjemmesiden potentielt vil kunne have i deres undervisning.
- Interviews med relevante medieaktører; journalister og redaktører fra andre danske medier. Dette materiale indgår mhp. at undersøge, hvordan Videnskab.dk bidrager som inspiration, kilde eller med versioneret indhold til andre medier.

- Internetdata fra Netarkivet med aktuel såvel som historisk information om hyperlinks mellem videnskab.dk og andre danske hjemmesider. Dette materiale indgår mhp. overordnet at undersøge, hvordan Videnskab.dk indgår i et større netværk omkring forskning og formidling, herunder hvordan andre sider refererer til Videnskab.dk.
- Overordnede publikationsdata fra Infomedia med information om, hvor og i hvilket omfang "videnskab.dk" optræder i andre medier. Dette materiale indgår mhp. kortfattet at afdække, i hvilket omfang referencer til eller historier fra Videnskab.dk indgår i de danske nyhedsmedier.
- Overordnede brugerdata (fra Dansk Online Index) og trafikdata (fra Videnskab.dk) med information om brugerprofil og adfærd. Dette materiale indgår mhp. kortfattet at afklare brugernes aldersprofil og de typiske indgangsveje til videnskab.dk.

Opbygning og afrapportering

Rapportens seks følgende kapitler tager afsæt i hvert sit datagrundlag og tilknyttede analytiske perspektiver. Vi starter i kapitel 2 med at undersøge, hvad der kendetegner Videnskab.dks indhold og formidling, hvorefter vi i kapitel 3 ser på, hvordan Videnskab.dks indhold bruges af andre medier. Kapitel 4 sætter fokus på organisationen, dens formidlingsstrategi og redaktionelle praksis, mens kapitel 5 undersøger, hvordan man som forsker oplever at få sin forskning formidlet via Videnskab.dk. I kapitel 6 fokuserer vi på de unge, og hvordan Videnskab.dk bruges i folkeskole og gymnasier, mens kapitel 7 afdækker, hvordan hjemmesiden videnskab.dk indgår i det samlede danske web. Afslutningsvist sammenfatter kapitel 8 evalueringens primære resultater.

Evalueringsens prioritering af datagrundlag såvel som afrapporteringens formuleringer og konklusioner afspejler CKEs uafhængige analyse og fortolkning af de indsamlede data.

2. INDHOLD OG FORMIDLING

Det centrale omdrejningspunkt – og erklærede formål – for Videnskab.dk er at formidle viden om forskning. Det sker med udgangspunkt i hjemmesiden af samme navn, suppleret af en række andre kommunikationskanaler på blandt andet sociale medier.

Som sit første fokusområde vil denne evaluering derfor undersøge, hvad der kendetegner Videnskab.dks formidling. Vores primære fokus er på hjemmesiden, herunder også siden *Forskerzonen*, sådan som disse tog sig ud medio august 2022. Ud over at undersøge hjemmesidens opbygning og struktur inkluderer analysen også alle de artikler, der på dette tidspunkt blev henvist til fra hjemmesidens forside og fra Forskerzonen. Vi analyserer, hvad der kendetegner indhold, form og formidling – herunder aspekter som genre, funktionalitet, afsender- og modtagerforhold samt karakteristika ved den journalistiske formidling. Supplerende hertil undersøger vi, hvad der kendetegner Videnskab.dks formidling via sociale medier samt den aktivitet, det generer.³

Genretræk, form og funktion

Videnskab.dk præsenterer sig på sin hjemmeside som 'Danmarks førende videnskabsmedie'. Sammen med mediets navn har dette betydning for de genreforventninger, som aktiveres hos brugerne – både i forhold til form, indhold og målgruppe.

I sit visuelle udtryk ligner hjemmesiden en genremæssig blanding mellem et nyhedsmedie og en organisations hjemmeside. Formudtrykket minder i nogen grad om nyhedsmedier som dr.dk og politiken.dk⁴ med markante rubrikker, billeder, tema-tags, lister over 'mest læste' samt et afdæmpet æstetisk udtryk. Videnskab.dk adskiller sig dog på nogle punkter fra de nævnte nyhedsmediers hjemmesider blandt andet ved ofte at have fyldige tekster (manchetter) indlejret i sine links til artiklerne. Dette indikerer, at man ser sin målgruppe som nogle, der efterspørger dybde og er klar til at investere mere tid, end den almindelige bruger af et nyhedsmedie er.

I sit tidlige fokus adskiller videnskab.dk sig fra gængse nyhedssider ved kun at forsyne en del af forsiden artikelhenvisninger med dato. Samtidig er forsiden henvisninger sammensat af en blanding af nye såvel som ældre artikler – hvoraf nogle er flere år gamle. Selvom der løbende lægges nye historier på forsiden af videnskab.dk, er der ikke i samme grad fokus på aktualitet, som det ses hos egentlige nyhedsmedier. Den nedtonede vægtning af aktualitet afspejler, at Videnskab.dk ikke er et klassisk nyhedsmedie, og at deres historier ofte har en længere levetid og relevans end nyhedsmediehistorier. Samtidig signalerer det en forventning om, at brugerne ikke (kun) bruger videnskab.dk til at opsøge information om den nyeste og mest aktuelle forskning, men lige så vel kan være draget

³ Dette kapitel er sammenfattet på baggrund af en samlet analyse af formidlingen på Videnskab.dks forskellige platforme. Analysens metodiske grundlag er beskrevet i Bilag 1.

⁴ Vi sammenligner særligt med dr.dk og politiken.dk, da det er to af de danske nyhedsmedier, der i særlig grad beskæftiger sig med videnskabsjournalistik.

af en generel nysgerrighed på videnskab eller et ønske om at fordybe sig i et konkret tema.

Indholdsmæssig kategorisering vha. såkaldte tags sker i varierende omfang, men der er ikke en konsekvent tematisk forankring af de forskellige artikelhenvisninger.

Til gengæld uddybes og kontekstualiseres artikelhenvisningerne gennem den flittige brug af manchetter. Det giver brugeren mulighed for at vurdere artiklerne i forhold til interesse og relevans, før man klikker sig ind på dem – og harmonerer samtidig med den videnskabelige genres konventioner om omhyggelighed og præcision.

The screenshot shows the homepage of Videnskab.dk, a Danish science website. The layout features a prominent red header with navigation links: Videnskab.dk, Forskerzonen, Spørg Videnskaben, Podcast, and Tjek / YouTube. Below the header is a secondary navigation bar with categories like Temaer, For skoler, Nyhedsbreve, Center for Faglig Formidling, and Om Videnskab.dk. A search icon is also present. The main content area is a grid of article cards. The largest card at the top left features a green frog and the headline 'Av! Disse han-hvepse stikker med deres kønsorganer'. To its right is a card from 'FORSKERZONEN' about vegetarians and depression. Below these are three more cards: one about influenza, one about children and friends, and one about the Lyngby space station. Each card includes a thumbnail image, a headline, a brief summary, and a date or author tag.

Videnskab.dk
Danmarks førende videnskabsmedie

Forskerzonen Spørg Videnskaben Podcast Tjek / YouTube

Temaer For skoler Nyhedsbreve Center for Faglig Formidling Om Videnskab.dk

Nyheder COVID-19 Red Verden Krop & Sundhed Kultur & Samfund Naturvidenskab Teknologi

Av! Disse han-hvepse stikker med deres kønsorganer

FORSKERZONEN

Vegetarer er oftere deprimerede sammenlignet med kødspisere: Hvad er årsagen?
Her gennemgås en række mulige forklaringer, men et nyt studie peger på, det ikke har noget med kosten at gøre.
20 december 2022 Chris Bryant

FORSKERZONEN

Derfor rammer influenza og forkølelse især om vinteren
FRA ARKIVET: De mørke, kolde måneder tærer på immunforsvaret og skaber gode levevilkår for blandt andet forkølelse og influenza-virus.

ANDRE SKRIVER SUNDHED
BØRN & UNGE SOCIOLOGI

Børn og unge hænger mindre fysisk ud med venner

Fra Lyngby til rummet: Nyt apparat skal løse gåder om Solens stråler
Hvor meget af Solens lys, der reflekteres fra Jorden og forsvinder ud i rummet, er vigtig viden for vores forståelse af klodens klima.

Figur 1 - Billede af forsiden på videnskab.dk

Siden består af en hvid baggrund og domineres øverst af en rød, rektangulær menubjælke, der giver modvægt til sidens øvrige elementer. Disse består mestendels af store billeder og tekst opsat i et fast grid-mønster med indrammede bokse, der hver henviser til en given artikel. Enkelte elementer er fremhævet ved variation i størrelse eller grafik.

Som nævnt har hjemmesiden på flere punkter karakter af en nyhedshjemmeside. Men samtidig indeholder den også elementer og karakteristika, som normalt ses på virksomheds- og organisationshjemmesider og tydeligt bryder med nyhedsmediegenren. Et eksempel er præsentationsboksen nederst på forsiden, der introducerer til organisationen Videnskab.dk. Andre eksempler er en reklame for Center for Faglig Formidling samt opfordringer til at abonnere på nyhedsbreve. Disse elementer er både med til at understrege, at Videnskab.dk ikke er et traditionelt medie, men også at de har flere forskellige typer brugere, og at man forsøger at favne dem alle gennem forsides forskellige elementer.

Struktur og navigation

Ved første øjekast fremstår hjemmesiden relativt homogen derved, at mange artikelhenvisninger optræder i samme visuelle format. Men indholdsmæssigt er siden præget af stor heterogenitet, hvilket smitter af på brugerens mulighed for at skabe overblik og navigere på videnskab.dk. Topmenuen alene indeholder hele 18 forskellige punkter, og derudover finder man på forsiden – ud over links til mange forskellige artikler – også feeds fra Videnskab.dks eksterne kanaler som YouTube, reklame for Videnskab.dks kursusvirksomhed, præsentation af organisationen bag hjemmesiden, nyhedsbrevstilmelding mv.

En del af dette heterogene 'kaos' kan skyldes, at Videnskab.dk forsøger at favne et dobbelt formål, hvor man dels selv agerer som formidler af forskning og videnskab, dels har påtaget sig en rolle som aktør ift. generelt at styrke videnskabsjournalistik mv. Dette ligger i forlængelse af den allerede beskrevne hybridkarakter som delvist en nyhedshjemmeside og delvist en organisationshjemmeside.

Derved har siden en flerspektret og i nogen grad uklar målgruppe. Den bærer præg af, at man forsøger at tilgodese en række ret forskellige, implicitte modtagere på samme sted – både 'den brede befolkning', skoler/gymnasier, journalister, forskere og andre interessenter. Det kommer fx til udtryk i de 18 punkter i menubjælken, hvor den tiltænkte modtager ikke er tydelig.

Endvidere skinner det tydeligt igennem i hjemmesidens opbygning, at aktiviteterne hos Videnskab.dk i væsentlig udstrækning finansieres af forskellige (midlertidige) projektstøttemidler. Det afspejles bl.a. i de forskellige temaer og valgmuligheder i topmenuen. Menupunkter og faneblade forekommer i højere grad at være organiseret ud fra et afsender- og brandingperspektiv frem for et modtagerperspektiv med en klar målgruppe. Et eksempel er det relativt uklare tema 'Red Verden'. Udgrænsningen af Forskerzonen er et andet eksempel, hvor man kan spørge, om det for brugeren er relevant at skelne mellem artikler skrevet af Videnskab.dk selv versus artikler skrevet af/i samarbejde med forskere. Men ved at give det sit eget 'område' på hjemmesiden, kan man tydeliggøre, hvordan specifikke projektmidler har udmøntet sig.

Samlet set er hjemmesidens sammensætning, struktur og navigationslogik således udfordret på en række punkter. Dels sætter afsenderforhold et tydeligt præg, hvormed organisatoriske logikker og økonomiske hensyn (projektmidler) i væsentlig grad bliver styrende for sidens opbygning. Dels er det intenderede modtagerforhold uklart og præget af ville favne meget forskelligartede målgrupper. Manglen på en klar målgruppe kan i sig selv være medvirkende til, at siden er endt med delvist at være struktureret ud fra en afsenderlogik frem for en rent modtagerorienteret logik.

Alt i alt betyder den meget heterogene sammensætning af hjemmesidens indhold, dens struktur og navigationslogik, at det kan virke uoverskueligt for besøgende at orientere sig på forsiden, særligt hvis man ikke i forvejen er fortrolig med sidens opbygning.

Der er meget indhold og mange ressourcer på videnskab.dk, der kan være relevante for brugerne. Men det kan med denne struktur og navigationslogik være svært at grave frem. Det kan udfordre funktionaliteten – ikke mindst som læringsressource, da det er vanskeligt at danne sig et overblik over de forskellige typer indhold, fx hvilke emner, der findes inden for temæet 'videnskabsteori', hvis man som elev eller lærer gerne vil benytte Videnskab.dks ressourcer i forbindelse med undervisningen.⁵

⁵ Dette bliver ikke lettere af, at søgefunktionen fremkommer med en række svært gennemskuelige valgmuligheder, hvor man fx kan finde

emner som '143', '150' og '210' eller afsenderorienterede emner som 'AU', 'DTU' og 'CBS'

Indhold og fokus

Videnskab.dks artikler byder på en række forskellige typer indhold, der knytter sig til forskningsformidling. Artiklernes ophav kan inddeles i tre kategorier:

- 1) Egenproducerede artikler (inkl. artikler skrevet af fasttilknyttede, eksterne journalister og artikler skrevet på baggrund af 'Spørg videnskaben').
- 2) Artikler skrevet af forskere selv og redigeret af Videnskab.dk.
- 3) Opsummeringer eller oversættelser af udenlandske artikler.

Lidt over halvdelen af henvisningerne på forsiden er typisk til egenproducerede artikler, mens det resterende indhold typisk består af artikler skrevet af forskere (tagget 'Forskerzonen' eller listet under 'Forskezonen') og en mindre del bearbejdede eller oversatte udenlandske artikler (ofte tagget 'Andre skriver').

Fokus i artiklerne varierer og kan tage afsæt i formidling af forskningsnyheder, research af et givet emne på baggrund af forskningsbaseret viden eller egentlig tematisering af forskningen i sig selv. Sidstnævnte kan fx ske i form af forskerportrætter eller rapportering fra forskningsbegivenheder, men kan også tage afsæt i aktuelle problemer i forskningen, fx omdiskuterede studier eller sager om videnskabelig uredelighed.

Derudover producerer Videnskab.dk en række generiske artikler og videoer, som introducerer til forskellige aspekter af og kernebegreber inden for videnskab og forskning, fx om videnskabsteori og videnskabelig metode. Ligeledes udarbejdes didaktiske meta-artikler om, hvordan man kritisk kan tilgå og vurdere forskning (fx Videnskab.dks manifest). Disse tiltag er bl.a. med til at sætte fokus på, *hvordan* man laver (og bruger) god videnskabsjournalistik.

Indholdsmæssigt er der et tydeligt fokus på at dække forskning og videnskab både konstruktivt og kritisk med en repræsentation af mange discipliner og fagområder – dog med hovedvægt på det naturvidenskabelige felt, mens de human- og samfundsvidenskabelige områder har en mindre fremtrædende rolle.

Generelt er den journalistiske formidling på Videnskab.dk af høj kvalitet, og de arbejder tydeligt med hele tiden at udvikle sig i spændingsfeltet mellem journalistiske og videnskabelige idealer. Det viser sig bl.a. ved kombinationen af præcision og grundighed, en underholdende og ofte hverdagsfokuseret vinkling, inddragelse af flere forskellige

kilder samt brug af lægmandssprog med vægt på at forklare begreber og teorier. Desuden gør de i deres artikler ofte brug af eksempelmateriale, cases og faktabokse, som underbygger forståelsen. De anvendte kilder opgives, og der linkes løbende til relevant kildemateriale såvel om relaterede artikler på videnskab.dk, hvilket understreger et fokus på grundighed og videnskabelige idealer.

Forsidens artikelhenvisninger såvel som selve artiklerne er i varierende grad vinklet i henhold til de traditionelle nyhedskriterier om *væsentlighed*, *aktualitet*, *identifikation*, *sensation* og *konflikt* – og nye(re) nyhedskriterier om *(audio)visuelt potentiale* og *delbarhed*. Disse kriterier ses primært i de journalistisk producerede artikler og i mindre grad i de artikler, der er skrevet af forskerne selv.

Vinkling og sprogbrug

Sprogligt er artikelhenvisningerne ofte karakteriseret ved konstaterende udsagn efterfulgt af underrubrikker eller manchetter, som præciserer, vurderer eller kommer med forbehold for udsagnet. Fx »*PFAS-stoffer kan opløses langt nemmere og billigere med ny teknik – Metoden præsenterer dog ikke en løsning på forureningerne i Danmark, mener eksperter*«, altså et udsagn efterfulgt af vurdering og forbehold. I første omgang søger man således at fange brugerens opmærksomhed og interesse, mens man i den efterfølgende underrubrik søger at fastholde idealet om nuance og grundighed.

En lidt anden type vinkling ses i rubrikker, som lægger op til overraskelse eller afsløring. Fx »*Mange mænd lever længere end kvinder – Særligt to faktorer forklarer hvorfor. Forskere fra Syddansk Universitet har sammenlignet mænds og kvinders levetid på en helt ny måde*«, hvor en, antageligt, alment kendt viden om, at kvinder lever længere end mænd, bliver udfordret.

Fælles for mange af rubrikkerne til Videnskab.dks egne artikler (og i mindre grad artikler fra Forskerzonen) er, at de vinkles som opsigtsvækkende – selv om de sjældent tematisk overlapper med det, som traditionelt forbindes med *sensation* (katastrofe, skandale eller ulykke). Men vægtningen af sensation kommer bl.a. til udtryk i den sproglige stil gennem brug af forstærkende led og adjektiver. Fx »*Gigantisk 'bænkebider' fundet i dybhavet*« eller »*Billedskabende kunstig intelligens er i rivende udvikling*«.

Imidlertid benytter Videnskab.dk i deres egenproducerede og oversatte (eller adapterede) artikler sig også af en

opmærksomhedsskabende vinkling, som emnemæssigt genfindes i tabloidmedier. Det gælder især fokus på seksualitet, intime kropsdele og -funktioner. Videnskab.dk beskriver i et selvportræt fra 2018⁶ et ideal om (også) at være »sjove« og favne »seriøse artikler om både toilet-graffiti, kaos-teori, teleportation og englefisse« og gøre læserne »lidt klogere [...] på en underholdende måde«. Mens prioriteringen af det frække og sjove kan være en del af bestræbelsen på at nå en yngre målgruppe og den del af befolkningen, som ikke traditionelt interesserer sig for forskning, er det dog væsentligt at være opmærksom på, hvordan disse artikeltypen doseres, og hvor de serveres. At behandle alle emner seriøst fremstår som en reel ambition for Videnskab.dk, men der er samtidig fare for, at for stor vægtning af 'sjove emner og vinkling' kan gå ud over Videnskab.dks troværdighed som seriøst videnskabsmedie.

Forskerzonen

Videnskab.dk gør en særlig indsats for at mediere mellem forskning, journalistik og omverden, ikke mindst gennem initiativet *Forskerzonen*. Forskerzonen fungerer som en selvstændig underside på videnskab.dk og har delvist sin egen visuelle (blålige) identitet, selv om indholdet er tæt integreret i andre dele af hjemmesiden. Den visuelle forskel vidner om, at det er vigtigt for Videnskab.dk at signalere, at denne del af hjemmesiden har et andet formål/en anden afsender og er støttet af specifikke midler (Lundbeckfonden).



Figur 2 - Billede af undersiden Forskerzonen på videnskab.dk

Forskerzonens selvstændige status betones ikke blot i navnet, men også grafisk og funktionelt. Titlen og farven på hovedmenuen skifter, og nye menupunkter dukker op.

Qua sit kortere format og færre forskellige elementer fremstår Forskerzonen mere homogen og overskuelig end forsiden på Videnskab.dk.

På Forskerzonen kan forskere med hjælp fra redaktionen på Videnskab.dk kommunikere i et format, som både gør indholdet tilgængeligt for en bred læserskare og samtidig tillader inddragelse af vigtige, forskningsmæssige nuancer og forbehold. Videnskab.dk spiller med dette tiltag en unik og vigtig rolle som brobygger mellem videnskab og samfund, som ikke umiddelbart udfyldes af andre medieudbydere. I løbet af 2022 bidrager mere end 200 forskellige forskere med artikler til Forskerzonen. Cirka halvdelen af artiklerne på Forskerzonen er skrevet af danske forskere, mens resten er oversat fra tilsvarende, internationale platforme.

Med i alt ca. 450 artikler årligt står Forskerzonen for ca. en fjerdedel det samlede antal publikationer på videnskab.dk. Ligesom artiklerne på selve videnskab.dk spænder artiklerne på Forskerzonen vidt. Nogle formidler konkrete forskningsresultater, andre introducerer til bestemte grundproblematikker inden for et bestemt forskningsområde eller leverer grundige analyser af komplicerede problemstillinger. Derudover har Forskerzonen også mere debatfokuserede artikler om forskningens status og vilkår, hvilket gør siden til mere end en informationsportal for forskningsformidling. Man forsøger at skabe et sted, hvor forskere kan debattere og holde sig orienterede om, hvad der rører sig inden for forskning.

Forskerzonens artikler adskiller sig på nogle punkter fra Videnskab.dks egenproducerede artikler. De er for det første båret af en vidensformidling om et bestemt emne eller forskningsbidrag, hvilket typisk gør dem mere nicheprægede og fagdisciplinært fokuserede end Videnskab.dks egne artikler. Nogle gange har de også en mere encyklopædisk dimension – hvilket kan være med til at give dem en (endnu) længere levetid. Den mest grundlæggende forskel er dog, at hvor Videnskab.dk skriver *om* forskningen (videnskabsjournalistik), skriver forskerne typisk *fra* forskningen (forskningsformidling). Det betyder, at Forskerzonens artikler vægter at formidle kompliceret viden på en let forståelig måde, men samtidig inkluderer relevante nuancer og vurderinger, så det bliver muligt for ikke-fagfolk at forstå kernen i og betydningen af et afgrænset forskningsresultat eller vidensområde.

⁶ »Mere end et årtis erfaring har gjort Videnskab.dk's artikler særlige på 10 punkter«

<https://videnskab.dk/kultur-samfund/10-kendetegn-videnskab-artikler-forskning-resultater>

Nyhedsbreve

Som det allerede er nævnt, finder man på videnskab.dks forside flere opfordringer til at abonnere på nyhedsbreve, hvilket tyder på, at dette er en kommunikationsform, man forsøger at opruste inden for. Brugen af nyhedsbreve indikerer samtidig et fokus på det nyhedsprægede, hvor brugerne løbende stimuleres og fristes af nyt indhold, mere end en funktion som opslagsværk, hvor brugerne kommer for at søge konkret, uddybende viden.

Videnskab.dk tilbyder i alt otte forskellige nyhedsbreve, som udkommer med forskellig frekvens og henvender sig til forskellige brugergrupper. Ét nyhedsbrev har fokus på døgnaktuelle nyheder, mens de andre er temarettede. Temaopdelingen spejler i høj grad Videnskab.dks indsatsområder, fx *Forskerzonen*, hovedtemaerne *Krop & Sundhed* og *Red Verden*, en satsning på hjerneforskning (støttet af Lundbeckfonden) udmøntet i podcastserien *Brainstorm* samt deres Center for Faglig Formidling. Nyhedsbrevene *Nyheder fra Videnskab.dk* samt *Forskerzonen* vægter aktualitet højest, mens tema-nyhedsbrevene typisk bringer et udvalg af artikler med en mere bred og underholdende appel. Nyhedsbrevene er grundlæggende meget enkle og overskuelige i deres formater, hvilket kommer til at stå lidt i kontrast til hjemmesidens udtryk.

Tilstedeværelse på sociale medier

Ud over hjemmesiden er Videnskab.dk også til stede på de fleste, gængse sociale medier. De har en hovedprofil og forskellige søsterprofiler på både Facebook, Instagram, YouTube, Twitter og LinkedIn. Videnskab.dk gør ved denne strategi en solid indsats for at være synlige og levere indhold på de forskellige platforme. Imidlertid er der stor forskel på, hvordan de anvender de forskellige platforme og deres ressourcer, og hvilken opmærksomhed og aktivitet, de genererer.

Facebook

Det er især på Facebook, at Videnskab.dk inviterer til og oplever interaktion og involvering fra sine brugere. Profilen har med mere end 90.000 følgere og næsten lige så mange likes⁷ potentielt mulighed for at nå en stor gruppe læsere. Facebookprofilen bruges overvejende til

at annoncere Videnskab.dks artikler, indlæg og aktiviteter til den brede befolkning. Videnskab.dk poster nye artikler med en kort følgetekst flere gange dagligt, og mange opslag får respons fra brugerne i form af reaktioner, kommentarer eller delinger.



Figur 3 - Videnskab.dks profil på Facebook.

På Facebook anvender Videnskab.dk det samme rød-hvide visuelle udtryk som på hjemmesiden. Chimpansen bliver også brugt i andre sammenhænge, fx på den ene af Videnskab.dks profiler på Twitter.

De posts, som vækker mest opmærksomhed kan have over 1.000 reaktioner og flere hundrede kommentarer og delinger. Opslag med kuriøse, overraskende eller visuelt appellerende, underholdende og fællesskabskabende historier (fx om danske forskningssucceser eller store, nye opdagelser med betydning for menneskeheden) får flest likes, mens de, som får flest kommentarer, typisk er posts med artikler, der drejer sig om problematikker eller tendenser, der i forvejen er opmærksomhed på i medierne og offentligheden som fx politik, klima, sundhed mv. Det er også den sidste type historier, som typisk opnår mange delinger.

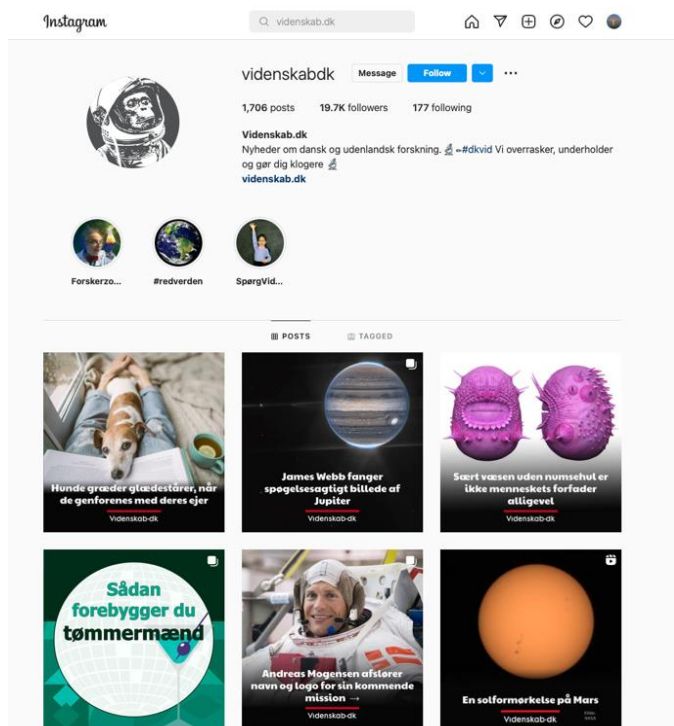
At bruge Facebook til at formidle videnskabeligt indhold til den brede befolkning kræver præcision og nuancering. Det er langt fra alle kommentarer til Videnskab.dks Facebook-opslag, der er lige relevante eller sagligt orienterede, hvilket kræver tilstedeværelse og deltagelse i forhold til at moderere kommentarer, debatindlæg og andet indhold. Det gælder ikke blot hovedsiden, men især Facebook-gruppen *Red Verden*⁸, som Videnskab.dk er initiativtager til og moderator for. Her finder man til tider en hård debattone og indlæg, som ikke overholder gruppens retningslinjer. Videnskab.dk korrigerer fejl og potentielle misforståelser, og det virker til, at moderation i Red Verden-gruppen er en stor opgave, som potentielt kræver en del ekstra bevågenhed og ressourcer.

⁷ 92.602 følgere og 87.654 likes pr. 27. oktober 2022.

⁸ 7.400 medlemmer pr. 27. oktober 2022.

Instagram, YouTube og Twitter

Videnskab.dk har været aktiv på Instagram siden 2012 med hovedprofilen @videnskab.dk, som i dag har mere end 20.000 følgere.⁹



Figur 4 - Udsnit af hovedprofilen @videnskab.dk på Instagram

Det er især de seværdige og visuelt appellerende historier, der har forrang i delingen på Instagram – ofte opslag inden for rumforskning eller biologi.

Her opdaterer Videnskab.dk med forskellig intensitet (ca. 14-16 gange månedligt). Hver post er udformet som en selvstændig mini-artikel og får ofte mange likes, men generelt få kommentarer. Kommunikationen har derfor primært karakter af en-til-mange-kommunikation uden nævneværdig interaktion med brugerne.

Videnskab.dk benytter ikke muligheden for at linke til artikler eller andet relevant materiale på videnskab.dk via 'link i bio', hvilket ellers er en oplagt måde at få brugerne over på deres hjemmeside. Det sker til gengæld på Videnskab.dks anden profil @brainstorm.podcast¹⁰ fra 2019, der er en del af det Lundbeckstøttede Brainstormpodcast-projekt. Denne profil har generelt en meget mere aktiv og

alsidig brug. Her anvendes bl.a. små slides-produktioner med grafik og effekter, og der refereres til kilder og linkes til baggrundsartikler på videnskab.dk og andet relevant materiale. Det er tydeligt, at profilen producerer unikt indhold til Instagram, og her er ligeledes mere interaktion mellem profil og følgere end på hovedprofilen.

Videnskab.dk har endvidere profilen @tjek_¹¹ fra 2018 på Instagram, der både i sproglig stil og æstetisk udtryk er målrettet de helt unge. Den fungerer primært som promoveringsplatform for Videnskab.dks YouTube-kanal af samme navn, og bortset fra sin korte introtekst henviser den ikke til videnskab.dk. Modsat de to andre Instagram-profiler har @tjek_ kun en lille gruppe følgere og får sjældent respons på opslag.

På YouTube har Videnskab.dk tre forskellige kanaler. Kanalen Videnskab.dk har eksisteret siden 2008, mens Tjek_ kom til i 2017 og Forskerzonen i 2018. Kanalerne Videnskab.dk og i særdeleshed Forskerzonen (hvor der ikke er udkommet nyt det seneste halvandet år) har kun en begrænset gennemslagskraft med få abonnenter.¹² Det lader således til at være Tjek_, der er Videnskab.dks hovedsatsning på YouTube.



Figur 5 - Billede af Videnskab.dks YouTube-kanal Tjek_.

Både Instagram-profilen @tjek_ og YouTube-kanalen Tjek_ har samme visuelle udtryk med en turkis, neon-lignende font på en baggrund af blå og lilla bølger. Dette adskiller sig markant fra Videnskab.dks andre profiler mv. og bærer præg af at henvende sig til en yngre målgruppe.

Tjek_ udkommer ifølge kanalens egne oplysninger hver fredag med en ny video, hvilket dog ikke helt ser ud til at være tilfældet. Kanalen har et videokatalog på 214 videoer, der i stil og indhold tydeligt er målrettet et ungt publikum, fx med skønheds- og træningsvideoer. Alle kanalens videoer er forsynet med en grundig beskrivelse med kilder og referencer. Kanalen er desuden karakteriseret ved at bruge værter, som allerede selv er Youtubere og influencere, hvilket formentlig skyldes kanalens målgruppe.

⁹ 20.300 følgere pr. 11. november 2022.

¹⁰ 2.196 følgere pr. 11. november 2022.

¹¹ 595 følgere pr. 11. november 2022.

¹² Pr. 27. oktober 2022 har hovedkanalen Videnskab.dk (oprettet 2008) 2.300 abonnenter og 236 tilgængelige videoer på kanalen, Forskerzonen (oprettet 2018) har blot 399 abonnenter og 29 videoer, mens Tjek_ (oprettet 2017) har hele 15.600 abonnenter og 214 videoer.

Tjek_ er især blevet produceret på baggrund af midler fra flere fonde, hvilket afspejles i de forskellige temaer for videoerne. Igen ser vi således tegn på, at afhængigheden af fonds/projektmidler vanskeliggør muligheden for at lægge en langsigtet strategi for kommunikationen på YouTube – såvel som for aktiviteten på øvrige sociale medier.

Videnskab.dk har været aktiv på Twitter siden 2009 med kontoen @Videnskab.dk, der i 2018 blev suppleret med kontiene @forskerzonen og @CFFformidling.¹³ Ligesom på Facebook har Videnskab.dks tilstedevær på Twitter primært funktion af profilering og annoncering, hvor man især via @Videnskab.dk og @forskerzonen dagligt tweeter om nye artikler, aktiviteter og tiltag samt retweeter bidragsyderes egenannoncering. Det er en relevant strategi på en platform, hvor der især er mange journalister, kommunikationsfolk, politikere og forskere. Ser man på følgertallet er der interesse for kontoen Videnskab.dk, om end der er forholdsvis få kommentarer og delinger. Det understreger annonceringsstrategien, der ikke umiddelbart inviterer til interaktion, selvom det

er en platform, hvor det ville være oplagt at bidrage aktivt til debatten om forskningspolitiske og videnskabelige spørgsmål.

På LinkedIn¹⁴ opdaterer Videnskab.dk med forskellig intensitet (ca. 3-8 opslag månedligt) og med indhold, som på forskellig vis profilerer Videnskab.dk som medievirksomhed.

Samlet set er det således vores indtryk, at Videnskab.dks aktiviteter på sociale medier – ligesom hjemmesiden – savner en klar, sammenhængende strategi og fokuseret målgruppe. Igen vurderer vi, at det først og fremmest peger tilbage på de forskellige (midlertidige) projekter, Videnskab.dks dagligdag og økonomi er sammensat af.

Det betyder ikke nødvendigvis, at færre projekter og mere 'ordinær drift' automatisk vil udmønte sig i klarere fokus og strategi. Men det kan være en hjælp dertil. Det er dog vigtigt, at man (også) skærper fokus på, hvilke(n) målgruppe(r) man ønsker at nå, og hvordan disse let kan navigere og finde netop dét indhold, de efterspørger.

¹³ Pr. 27. oktober 2022 har Twitter-kontoen @Videnskab.dk 18.000 følgere, @forskerzonen har 3.444 følgere, og CFFformidling har 716 følgere.

¹⁴ Pr. 27. oktober 2022 har Videnskab.dk 3.555 følgere på LinkedIn.

3. VIDENSKAB.DK I ANDRE MEDIER

For Videnskab.dk er det et mantra at nå så bredt ud i sin formidling som muligt. Derfor formidler Videnskab.dk ikke blot via sine egne kanaler (hjemmeside, sociale medier mv.), men tilbyder samtidig også indhold til andre medier, ikke mindst dag- og ugeblade. En fyldestgørende analyse af Videnskab.dks formidling må derfor – ud over kapitel 2s fokus på Videnskab.dks egne kanaler – også inkludere et blik for, hvad og hvordan Videnskab.dk får sit indhold formidlet via de øvrige, danske medier.¹⁵

Det fremgår både af vores analyse af Videnskab.dks egen formidling og vores samtaler med redaktionen (se også kapitel 4), at Videnskab.dk er engageret i at udbyde indhold i mange forskellige formater – både artikler, podcast og videoer. Dette indhold leveres til flere platforme og med vidt forskellige modtagere for øje. Blandt andet leverer Videnskab.dk versioneringer af deres indhold direkte til medier som fx Ekstra Bladet og Ude og Hjemme, ligesom de leverer indhold til Ritzau, der efterfølgende kan videreformidles i andre danske medier.

Versionering til andre medier

Citathistorierne til Ritzau og Ekstra Bladet versioneres af Videnskab.dk selv, så de er klar til at blive udgivet, uden at medierne selv skal lægge nævneværdigt arbejde i det. Ligeledes har Videnskab.dk et fast samarbejde med ugebladet Ude og Hjemme, hvor man hver uge leverer

en kortversionering af udvalgte artikler. Det bliver til typisk fire citathistorier bragt i den faste sektion 'Vidste du det?'. Historierne i Ude og Hjemme er typisk vinklede mod hverdagslivet, har et kort format og er forenklet i deres budskab og gennem sprog og illustrationer tilpassede en ældre målgruppe. Der er en fast angivelse af, at artiklerne bringes i samarbejde med Videnskab.dk, men der er normalt ikke referencer til hverken originalartikler eller den præcise forskning, som budskabet bygger på.



Figur 6 - Eksempel på citathistorier til Ude og Hjemme.

¹⁵ Dette kapitel bygger på interviews med journalister og redaktører fra en række danske medier. Det metodiske grundlag er beskrevet i Bilag 2.

Versioneringerne til Ekstra Bladet og Ritzau er ofte kortere end originalartiklen, dog uden at være skåret helt så meget ned som versioneringen til Ude og Hjemme. I forbindelse med versionering ændres også formulering af rubrik og underrubrik. I nogle tilfælde bliver sproget tilpasset fra en mere ungdommelig tone til en mere neutral og voksen, fx i versioneringen af originalartiklen *Nyt studie: Mænd vil være sjovest i parforholdet*, hvor vendingen i underrubrikken »Mænd fyrer samtidig også flest jokes af [...]« i den versionerede udgave bliver til: »Mænd fortæller samtidig flere vittigheder [...]«. I forlængelse af, at Videnskab.dk tilsyneladende ser behov for ved versionering til andre medier at nedtone den friske tone i sine rubrikker, kan man overveje, om det på samme måde kunne styrke brugernes oplevelse af saglighed, hvis originalversionerne på Videnskab.dks egen hjemmeside tilsvarende havde rubrikker formuleret i et lidt mere neutralt sprog.

De ændringer, der sker ved udarbejdelse af versioneringer, er i tråd med den såkaldte nyhedstrekant og dens betoning af at placere det væsentligste øverst. Det viser en bevidsthed om at levere materiale til medier med større konkurrence om opmærksomheden, mere utålmodige læsere og en kortere liggetid for artikler. Det afspejler dermed også, at Videnskab.dk ikke i samme grad ser sig selv som et 'rent' nyhedsmedie – for så havde man antageligt formidlet tilsvarende på sin egen hjemmeside. Versionsforskellene vidner derimod om, at Videnskab.dk på sin egen platform prioriterer at formidle god, fyldestgørende og kritisk videnskabsjournalistik. I versioneringer af længere artikler er det især detaljer i forhold til selve forskningsdelen (forskningsproces, tidligere forskning, detaljer om et studie mv.), som er udeladt. De fleste versioneringer er i hovedtræk i overensstemmelse med originalen i forhold til det centrale indhold og budskab, ligesom faktabokse og de vigtigste kildecitater fastholdes. Udeladte afsnit i versioneringsudgaven bliver ofte erstattet af en enkelt, opsummerende eller konkluderende sætning nogle gange ved at inddrage citater fra kilder, som ikke er med i originalartiklen. Desuden indeholder de versionerede udgaver altid links til originalartiklen.

Andre mediers brug af videnskab.dk som kilde

Udover diverse versioneringer, hvor Videnskab.dk aktivt leverer artikler til andre medier, bliver indhold fra Videnskab.dk også brugt som kilde i andre danske medier.

En opgørelse på baggrund af tal fra Infomedia viser, at Videnskab.dk i løbet af 2022 nævnes i alt 3.771 gange i andre medier (og nyhedsbureauer). En væsentlig andel af disse er medier, der bringer versionerede artikler – enten leveret i et direkte samarbejde med Videnskab.dk eller via fx Ritzau.¹⁶ I andre tilfælde bruges Videnskab.dk som kilde og inspiration til mediernes egne artikler.

	Antal	Andel
Webkilder (ekskl. videnskab.dk selv)	1.802	48%
Nyhedsbureauer	453	12%
Landsdækkende dagblade	203	5%
Regionale og lokale dagblade	1.042	28%
Lokale ugeaviser	85	2%
Magasiner	179	5%
TV-indslag	2	0%
Radioindslag	5	0%
I alt	3.771	100%

Tabel 1 - Opgørelse fra Infomedia over antallet af artikler i 2022, hvor Videnskab.dk nævnes.

Kendetegnende for de artikler, hvor andre medier citerer Videnskab.dk, er, at det ofte er i forbindelse med kortere videnskabsnyheder med lokal eller national forankring, men også i historier med et almenmenneskeligt undringsaspekt (fx i relation til kroppens funktioner, menneskelige evner, dyrs levevis mv.) og historier, som lægger op til en servicejournalistisk drejning i form af råd og vejledning.

¹⁶ En artikel formidlet via fx Ritzau, som derefter bringes i eksempelvis fem forskellige aviser, vil i denne opgørelse tælle fem gange. Opgørelsen viser således ikke, at Videnskab.dk er nået ud i de øvrige medier med 3.771 forskellige artikler, men 3.771 gange i andre medier.

Derudover lader det til, at Infomedias opgørelse overestimerer antallet en smule. Vi kan i enkelte tilfælde se, at artikler bliver delt op i to halvdele og/eller to-tre faktabokse, hvormed samme artikel vil tælle med flere gange i opgørelsen.

Medieaktørernes forhold til Videnskab.dk

I forbindelse med evalueringen har vi talt med journalister og nyhedsredaktører på en række danske medier om, hvordan de oplever og bruger Videnskab.dk.¹⁷ Synspunkterne har varieret fra redaktion til redaktion. I det følgende præsenterer vi nogle af de mest typiske og gennemgående pointer fra de foretagne interviews.

Det overordnede indtryk er, at de danske videnskabsjournalister og redaktører generelt er godt bekendt med Videnskab.dk, om end nogle bruger Videnskab.dk mere end andre. Flere ser hjemmesiden som en kilde til nyheder, eller en kilde der kan inspirere nyhedshistorier inden for den videnskabelige genre. Flere journalister nævner, at de holder sig opdateret på videnskab.dk og bliver inspireret til egne historier. En redaktør fra TV2 Nyheder udtaler, at han bruger Videnskab.dk når han *»selv som redaktør skal have en fascinerende historie til tv«*.

For enkelte af de videnskabsjournalister, vi har talt med, er Videnskab.dk helt uden for deres radar. I andre tilfælde kender de til Videnskab.dk, men mener, at historierne har en tendens til at fokusere for meget på det sensationelle og ofte savner nyhedsrelevans. En redaktør fra Jyllands-Posten beskriver sin frustration over ikke let og hurtigt at kunne spotte relevansen af Videnskab.dks artikler således:

»For mig at se mangler der en prioritering af historierne på websiden. Det gør læsningen svær, og det er ikke let at spotte, hvilke historier der har mest relevans. [...] Jeg bruger ikke websiden meget, for opsætningen irriterer mig virkelig.«

En nyhedsredaktør på en radiostation mener, at Videnskab.dks største udfordring ligger i både at skabe relevans og aktualitet. Han fortæller, at han for nylig læste en artikel på videnskab.dk med en videnskabelig vinkel på, hvordan det føltes for det danske landshold at tabe i deres VM-kamp. Han betoner i den forbindelse, hvordan det i dette tilfælde lykkes Videnskab.dk at gøre historien højaktuel og relevant:

»Den artikel, synes jeg faktisk, er relevant, da den dels relaterer til mig selv 'jeg kender godt følelsen', men samtidig i kraft af landsholdet bliver det relevant i en aktuel kontekst. Netop aktualiteten er lidt udfordringen for Videnskab.dk – jeg vil jo gerne have videnskabelige takes på aktuelle historier og ikke på noget, som jeg ikke står og har behov for mere eller ny info omkring. Så hvis de kunne komme med mere forskningsmæssige takes på aktuelle historier eller problemstillinger, så ville det øge chancerne for, at jeg bruger dem igen. Jeg synes dog, at der er alt for meget om rummet, som for mig er enormt langt væk fra hverdagen.«

I det omfang Videnskab.dk ønsker at få sine historier formidlet i andre medier, lyder det således samstemmende fra medieaktørerne, at det altoverskyggende kriterium er, at historierne er aktuelle eller vinkles på en måde, der gør dem relevante i en helt aktuel kontekst. Som eksempelvis når en historie om et generelt psykisk fænomen tydeligt forankres i en højaktuel kontekst; landsholdets nyligt tabte kamp. Hos nærmest alle de interviewede medieaktører betones kravet om aktualitet som netop det centrale kriterium for at kunne finde anvendelse af historier fra Videnskab.dk.

Dog stødte vi også på enkelte undtagelser fra den ensidige betoning af aktualitet. Eksempelvis bruger en morgenvært på radio ofte Videnskab.dk og citerer hjemmesiden, hvor han finder *»små, skæve, videnskabelige historier«*.

Flere af de til evalueringen interviewede journalister har ikke ønsket at udtale sig til citat, fordi de delvist ser Videnskab.dk som en trussel mod deres eget job. De føler sig udfordret af, at Videnskab.dk tilbyder gratis indhold til andre medier, hvormed behovet for at ansætte videnskabsjournalister ude på de enkelte redaktioner mindskes. Omvendt ser redaktørerne, naturligt nok, mere positivt på muligheden for at kunne trække på inspiration såvel som gratis indhold fra Videnskab.dk – dog med den begrænsende forudsætning, at det passer ind i nyhedsmediernes primære kriterium om aktualitet. På den måde agerer Videnskab.dk i et lettere paradoksalt samspil, hvor man er både 'elsket og frygtet' blandt medieaktørerne.

¹⁷ En generisk version af den anvendte interviewguide findes i Bilag 2.

4. REDAKTIONELLE KENDETEGN

Mens de forudgående to kapitler har belyst, hvad der kendetegner Videnskab.dks formidling på deres egne platforme og via andre medier, ser vi i det følgende nærmere på selve organisationen Videnskab.dk; deres praksis, deres redaktionelle arbejdsgange, og hvordan deres formidling formes. Analysen er baseret på interviews med medarbejdere og ledelse hos Videnskab.dk samt et mindre feltstudie, der foregik både online og fysisk i løbet af august 2022.¹⁸

Åbenhed og redaktionel praksis

Det første indtryk, der møder en, når man træder ind hos Videnskab.dk, er åbenhed. Fysisk såvel som i arbejdsånd. Man mødes af store, åbne lokaler, hvor alle arbejder i samme rum. Det afspejler en åbenhed, der også er at finde i den redaktionelle stil. Sammenlignet med andre journalistiske redaktioner er åbenheden slående såvel i lokalernes udtryk som i den måde journalisterne hos Videnskab.dk arbejder med deres historier – lige fra researchfasen til vinkling, kildevalg, redigering og deling af indhold.

Som en del af feltstudiet var vi på besøg fra tidlig morgen til redaktionen gik hjem samme aften. Vi observerede redaktionens arbejde og rutiner i løbet af dagen, deltog i alle møder på redaktionen, sad med ved arbejdsbordene og interviewede de 8 ansatte, der var til stede (inkl. chefredaktøren). Der var ingen lukkede døre under

besøget, alle var imødekomende og svarede på alle spørgsmål.

Hver dag kl. 9.00 mødes alle journalister og redaktører på Videnskab.dk til et fælles møde, hvor både de historier, der blev lagt på hjemmesiden dagen før, og de, der planlægges for den kommende dag, bliver talt igennem. På de møder, vi deltog i, blev der brugt meget tid på feedback fra både redaktører og journalister på alle nye historier, der var blevet lagt op siden sidst. Ved disse møder får alle, der er til stede, taletid, og alle artikler bliver diskuteret på lige fod; både den artikel, der er skrevet af den mest erfarne medarbejder, og den, der er skrevet af en nyere journalist, bliver rost og kritiseret lige. Alle bidrager engageret, og det virker til, at alle på redaktionen har læst hinandens historier, efter at de er blevet lagt på hjemmesiden, så de har kommentarer og efterkritik klar, når artiklerne bliver gennemgået til mødet.

Ud over feedback fra redaktionen, bliver det også diskuteret, hvor stor succes hver historie har haft hos læserne. Det vidner om, at et vigtigt mål for Videnskab.dk er, at historierne skal nå så bredt ud som muligt, og også gerne skabe engagement fra brugerne fx via delinger eller kommentarer til artiklerne på Facebook og Twitter.

De foretagne interviews med journalisterne understøtter vores indtryk af, at særligt feedback-delen er prioriteret på redaktionsmøderne. Som journalist er denne form for møder med til at give en forståelse for, at efterkritik er en lige så vigtig del af arbejdet, som at skrive selve historien.

¹⁸ Feltstudiets metodiske grundlag er beskrevet i Bilag 3.

Artiklernes tilblivelse

Da Videnskab.dk opstod i 2008 var der intet lignende, dansk medie. Samtidig var der dengang væsentligt færre forskere, der selv formidlede til den brede befolkning. Fra start havde Videnskab.dk kun fire ansatte, hvoraf to stadig er ansatte. En af dem husker tilbage på de kommentarer, de fik til deres ide om at formidle forskning og visionen om at gøre videnskab tilgængeligt for alle:

»En sagde til os, at 'det kunne ikke lade sig gøre at lave historier om dansk forskning. Der foregik simpelthen ikke nok i Danmark, der var interessant'. Men der var vi lidt uenige. Så den fik vi hurtigt manet i jorden. Og det var sjovt i starten af være med til at få afnørdificeret forskning.«

Samme journalist fortæller, hvordan der i Videnskab.dks tidlige år var mere tid til at tage på besøg hos forskerne ude på de forskellige institutter og forskningsenheder. *»Der gik jeg ganske enkelt rundt med en blok og besøgte forskerne«*, som han beskriver det. Men det er der ikke tid eller økonomi til længere. I dag kommer historierne ofte som tip fra forskere, spørgsmål fra læserne eller fra journalistens research via nettet. Redaktionen fører dog også sine egne lister med gode ideer, man gerne vil have en videnskabelig forklaring på. En af de interviewede journalister beskriver:

»Hvis man lige støder på noget, hvor man tænker; 'det var da godt nok mærkeligt, det vil jeg godt have undersøgt', så skriver man det på den her delte liste, og så har vi altid noget at tage af.«

Selvom Videnskab.dk redaktionen ofte beskriver sig selv som en form for nyhedsredaktion, tænkes der 'langsomt'. Der bruges meget længere tid på research og formidling af journalistik end på andre nyhedsredaktioner. Nogle historier på Videnskab.dk kan tage flere måneder og i særlige tilfælde op til et år om at blive til. Fx blev der på et redaktionsmøde diskuteret en historie om Harald Blåtand, der havde været et år undervejs.

Nogle gange er der også begivenheder, der gør, at redaktionen har en åben session, hvor alle kommer med ideer til historier og vinkler, der kan bringes i spil. En af de interviewede journalister kommer med dette eksempel:

»Da krigen i Ukraine startede, satte vi os alle sammen på redaktionen og brainstormede vigtige vinkler og historier – som kunne være alt fra 'Hvor tæt er verden på atomkrig?' til 'Hvad sker der for rumfarten, når der er krig?'«

Kriterier og vinkling

Journalisterne på Videnskab.dk oplever ikke selv, at deres kriterier for at bringe en historie er meget anderledes end andre mediers – men at deres måde at formidle på og de kilder, de bruger, er anderledes. En af journalisterne beskriver det sådan:

»Når jeg leder efter en historie, bruger jeg de helt klassiske nyhedskriterier. Jeg synes helt grundlæggende ikke, at videnskabsjournalistik er en disciplin i sig selv. Det er bare journalistik om videnskab. Så, det er sensation, det er fascination, det er konflikt... Det kan være en reportage, det kan være en baggrundshistorie, og det kan være en kort nyhed. Det kan også være noget, man laver, som kommer til at ligge godt i Google. Det kan være mange ting.«

Men som citatet indirekte illustrerer, så er der forskel mellem Videnskab.dks kriterier og andre mediers. I kapitel 3 så vi, hvordan de øvrige medier efterspørger historier med klart fokus på aktualitet, mens Videnskab.dk har en række andre kriterier, der for dem synes mindst lige så vigtige som en artikels højaktuelle relevans.

En anden ansat, der har været nyhedsredaktør i 6 år og samtidig er teamleder på redaktionen, fortæller, at han har sin egen liste med elementer, han synes er vigtige for historier for Videnskab.dk.

»Først og fremmest, må det gerne være nyt og overraskende – noget vi ikke har hørt så mange gange før. Vi vil også meget gerne have noget fascination i en historie. Vi vil gerne kunne lokke læseren med noget, der er sjovt og fascinerende, og så få noget viden ind til læseren den vej. Selvfølgelig må det også gerne være noget, der ikke kun er fascinerende og overraskende, det skal også gerne være noget væsentligt. Det er vigtigt, at historier, der handler om store problemer bliver behandlet ordentligt og konstruktivt, løsningsorienteret.«

Da vi talte med de ansatte under vores besøg hos Videnskab.dk, udtrykte de alle et overordnet håb om at være med til at gøre offentligheden klogere; i stil med de mål der findes i public service-journalistik. Hvis en specifik historie vurderes til at have høj væsentlighed og relevans, på trods af at man ikke forventer et stort engagement fra læserne, vil historien blive bragt alligevel. På den måde, minder idealerne hos redaktionen i høj grad om idealerne i public service-journalistik. Derudover deler journalisterne en vision om at skrive letlæseligt og tilgængeligt, så hele befolkningen kan forstå det.

Samlet set oplever vi således en flertydig tilgang i redaktionens vinkling og kriterier for udvælgelse af historier. På den ene side står 'fascination', 'sensation', 'sjovt og spændende', og over for står public service prægede idealer om 'høj væsentlighed' og 'gøre offentligheden klogere'. Disse hensyn er ikke nødvendigvis uforenelige. Men det er uklart for os, præcist hvordan Videnskab.dk ønsker at afveje disse positioner, og det kan samtidig komme til udtryk i det indhold, der produceres.

Jo bredere Videnskab.dk ønsker at favne, desto større er behovet for en klar strategi for, hvordan man balancerer de forskellige kriterier på en måde, så man fremstår med en klar profil, hvor brugere og andre interessenter kan afkode hvem, målgruppen er, og hvilke typer indhold, man kan forvente at finde.

Målgruppe

Når historier udvælges og diskuteres på redaktionen, hørte vi ikke selve målgruppen diskutere på hverken redaktionsmøderne eller i den journalistiske arbejdsproces. Dette stemmer overens med, at vi i kapitel 2 havde svært ved at identificere en klar målgruppe endsige et tydeligt modtagerfokus for hjemmesiden.

Man gør sig nogle tanker om niveauet i formidlingen, men uden at have en specifik målgruppe for øje. En af de interviewede journalister udtrykker det således:

»Vores formidlingsmål er, at en 15-årig skal kunne forstå det. Så det skal ikke være én, der allerede ved meget om lige netop det felt. Så hvis jeg skriver om biologi, tænker jeg, at jeg skal skrive til dem, der ikke ved meget om biologi. Og hvis jeg skriver om kræftforskning, skriver jeg til dem, der ikke ved noget om det i forvejen. Der kommer jo en vinkel, og der kommer en rubrik, der skal få

folk til at klikke, og jeg bruger jo de citater fra kilderne, som jeg vælger.«

Den intenderede målgruppe er således den brede befolkning – med begrænset kendskab til artiklens konkrete fagområde. En (ret udefineret) målgruppe, der måske nok kan synes oplagt, hvis man gerne vil nå bredt ud, men som omvendt kan have som konsekvens, at den særligt interesserede læser eller læsere med en vis forhåndsviden om feltet ikke oplever, at Videnskab.dks artikler er relevante eller har dybde nok. En udfordring, vi vil vende tilbage til, når vi i kapitel 6 undersøger relevansen og brugen af Videnskab.dks artikler i folkeskolen og gymnasieskolerne.

Forholdet til de andre medier – konkurrence vs. samarbejde

Selvom andre medier dækker stofområdet omkring forskning og videnskab – i varierende grad – anser journalisterne hos Videnskab.dk ikke de øvrige, danske medier som direkte konkurrenter. Men man konkurrerer med de andre medier om læsernes opmærksomhed og engagement. Hver uge får alle ansatte tilsendt Uge-Statistik; en opsamling af data om, hvor mange klik de forskellige artikler genererer. Derudover trackes artikler løbende, via en Chartbeat-skærm på redaktionen, så alle kan følge med i, hvor meget en artikel bliver læst, delt og kommenteret.

Selvom det virker vigtigt for redaktionen, fortæller én af journalisterne, at det ikke er et succeskriterie for en artikel, at den skal gøre det godt på internettet:

»Nej, det er ikke sådan, at jeg tænker, at en artikel har fejlet fuldstændig, hvis den ikke gør det godt på internettet. Det kan være en indikation på, at rubrikken er for dårlig eller sådan noget, og så kan man jo gå ind og arbejde lidt med det. Det gør vi nogle gange – hvis vi tænker, at historien er virkelig god og ikke kan forstå, at ingen læser den, så går vi nogle gange ind og ændrer i rubrikken.«

På den måde er høje læsertal og stor aktivitet ikke i sig selv et dominerende succeskriterium for Videnskab.dks formidling, men dog en parameter, man løbende er opmærksom på – og søger at optimere.

Som tidligere nævnt har Videnskab.dk aftaler med en række forskellige danske medier, som de leverer artikler til både på daglig og ugentlig basis. En væsentlig del af organisationens strategi – og daglige arbejde – er således knyttet op på at levere gratis indhold til danske medier, både via åbne kanaler (Ritzau/RitzauPlus) og gennem direkte aftaler med konkrete medier som Ude og Hjemme, Ekstra Bladet, Jyllands-Posten m.fl.¹⁹ Målet for Videnskab.dk med at stille indhold gratis til rådighed for de danske medier er først og fremmest at nå ud til så bredt et publikum som muligt. Samtidig med, at man får indholdet spredt, får man også skabt en vis opmærksomhed om Videnskab.dk som brand. Og i de tilfælde, hvor indholdet videreformidles online, giver det i nogen udstrækning også trafik ind på Videnskab.dks egen hjemmeside. En journalist på redaktionen forklarer:

»For os er der underordnet, om vores historier bliver læst her, på Ekstra Bladet eller på de sociale medier. Vi vil selvfølgelig gerne have, at de klikker ind til os. Men vores hovedformål er at få vores historier ud til så mange som muligt.«

Citatet er et godt eksempel på, hvordan Videnskab.dk først og fremmest har fokus på at imødekomme målet om at nå bredt ud, og at det er vigtigere for dem, end at læserne rammer deres egen hjemmeside.

Lille men kompleks organisation med vidtfavnende aktiviteter

Det samlede journalistiske output fra Videnskab.dk spænder bredt. Vi har beskrevet, hvordan man forsøger at favne mange forskellige publiceringskanaler såvel som en række forskellige indholdsmæssige temaer – herunder også en del projektspecifikke temaer og kanaler knyttet til konkrete støttemidler. Disse vidtfavnende kanaler, stofområder og aktiviteter afspejler sig da også i den daglige praksis hos Videnskab.dk. Når vi forsøger at afklare præcist hvem på redaktionen, der skriver til hvilke kanaler, er det ikke altid let. *»Vi er sådan et kludetæppe*

af forskellige teams og forskellige produkter«, som nyhedsredaktøren beskriver det. Hjemmesiden videnskab.dk er det centrale element i en større redaktion med forskellige teams, der hver formidler historier til både videnskab.dk og mange forskellige typer af medier.

»Da vi startede, var vi mindre komplekse. Vi var en mindre butik. I dag er vi omkring 20 ansatte, men det kommer an på, hvordan man tæller«, forklarer chefredaktøren på Videnskab.dk. Redaktionens kompleksitet afspejler, hvordan Videnskab.dk over årene har arbejdet med vidt forskellige emner, tilskudsgivere og projekter for at stykke sin økonomi sammen.

Dermed kan kompleksiteten på mange måder også ses som et tegn på en økonomisk ustabil arbejdsplads, hvor ad hoc-opgaver og midlertidige projektmidler sætter sit præg. Det uddyber chefredaktøren således:

»Det største problem for os som redaktion er usikkerheden. Vi ville kunne arbejde bedre, hvis vi ikke kun skulle projektansætte, men i stedet kunne tage springet og være en del af forskningsinfrastrukturen. I øjeblikket har vi 5 fastansatte og 10-12 projektansatte, som vi fornyr så tit vi kan. Og så har vi cirka 10 studentermedhjælpere, løsarbejdere og virksomhedspraktikanter. Hele vores konstruktion er som en kolos på lerfodder, og det er ikke let at være ansat uden at vide, om du har et job efter nytår.«²⁰

En central del af kompleksiteten hos Videnskab.dk hidrører fra den sammensatte økonomi, der i væsentlig grad udgøres af forskellige typer indtægtsdækket virksomhed og projektstøtte. Disse to indtægtstyper bidrager hver især med cirka 36,8% (5,4 mio. kr.) og 22,4% (3,3 mio. kr.) af det samlede indtægtsgrundlag i 2022. Dermed baserer mere end halvdelen af Videnskab.dks økonomi sig på løbende salg af aktiviteter og hjemtagning af projektstøttemidler. Begge indtægtstyper kan bære præg af dels uforudsigelighed og dels at være knyttet op på konkrete projekter, der ikke nødvendigvis ligger i direkte forlængelse af organisationens kerneopgaver og strategi. Men Videnskab.dk finder det nødvendigt at

hvormed den faste medarbejderstab er mere end fordoblet. Dette har man fundet nødvendigt for at imødegå medarbejderflugt og sikre de nødvendige kompetencer i organisationen

Ved indgangen til 2023 består organisationen dermed af i alt 12 fastansatte og 6 projektansatte medarbejdere, foruden de tilknyttede studentermedhjælpere.

¹⁹ Ud over at stille indhold gratis til rådighed benytter Videnskab.dk sig også af yderligere en kanal nemlig RitzauExtra, hvor Videnskab.dk betaler for at gøre sine artikler tilgængelige for distribution via eksempelvis fagbevægelsens blade.

²⁰ Efterfølgende har chefredaktøren oplyst, at Videnskab.dk i løbet af 2022 har overført i alt 7 projektansatte medarbejdere til fastansættelse,

stykke økonomien sammen på denne måde for at kunne dække det samlede finansieringsbehov, herunder også finansieringen af dele af kerneaktiviteterne.

Men sådan har det ikke altid været. Chefredaktøren forklarer, at da Videnskab.dk startede, modtog man støtte fra Det Frie Forskningsråd, Det Strategiske Forskningsråd og Rådet for Teknologi og Innovation. I forbindelse med omlægningen af de to sidstnævnte råd bortfaldt støtten fra dem, og Det Frie Forskningsråd besluttede ikke længere at støtte drift, men udvikling. Chefredaktøren uddyber:

»Vores bevillingsstruktur har ændret sig, så vores økonomiske struktur er smuldret. Det koster cirka 8 millioner om året at udgive vores kerneaktivitet, videnskab.dk. Vores bevilling ligger på omkring de 4 millioner. Og så kan jeg, hvis jeg er heldig, skaffe 2 millioner fra Forskningsreserven. Men det er ikke altid, at jeg er heldig, og så er vores medie ved at dø.«

Den usikre og sammensatte økonomi udmønter sig særligt på to områder; dels ift. medarbejdernes jobsikkerhed og arbejdsmiljø og dels ift. formidlingens vidtfavnende,

heterogene og i nogen grad usammenhængende karakter.

Hvad angår arbejdsmiljøet, betyder afhængigheden af løbende projektmidler, at mindre end 1/3 af de ansatte sidder i faste stillinger. Chefredaktøren udtrykker da også et håb om mere stabilitet og forudsigelighed, hvor man undgår at skulle søsætte projekter, der over tid blot skal dø hen. Trods jobusikkerhed kan vi dog konstatere, at det alligevel er lykkedes at skabe et godt arbejdsklima, hvor medarbejderne indgår i et trygt, tillidsfuldt arbejdsfællesskab, hvilket afspejles i vores beskrivelse af det åbne miljø med gensidig feedback osv. Netop det gode klima kan være en medvirkende årsag til, at mange medarbejdere – trods usikkerhed og midlertidige ansættelser – fortsat er at finde på redaktionen. *»De har været loyale og vedholdende, så de er blevet her, selvom det har været på usikre vilkår«*, fortæller chefredaktøren.

Hvad angår formidlingen, så lader den økonomiske kompleksitet til, som tidligere beskrevet, at sætte et uheldigt aftryk, hvor Videnskab.dk har vanskeligt ved at fremstå homogen, fokuseret og klart struktureret i sin formidling.

5. SAMSPILLET MED FORSKERNE

Da Videnskab.dks formål er at formidle om videnskab og forskning, er det naturligt for evalueringen også at inddrage dem, der på sæt og vis er selve omdrejningspunktet; forskerne, der står bag den forskning, den viden og de resultater, Videnskab.dk søger at formidle. Vi har interviewet forskellige forskere om, hvordan det for dem opleves, når Videnskab.dk formidler deres viden og/eller bistår dem i selv (via Forskerzonen) at formidle – og hvordan dette adskiller sig fra at få sin forskning formidlet i andre medier.²¹

I vores rekrutteringsproces mødte vi mange forskere, der gerne ville udtale sig om Videnskab.dk, og hvordan de oplevede lige netop dét medie som helt anderledes at blive interviewet til. Allerede her fik vi således et positivt indtryk af, at forskerne oplever en større saglighed og dybde hos Videnskab.dks journalister end hos andre medier – og generelt føler, at de og deres stofområde bliver bedre behandlet her.

Vi har gennemført længere interviews med tre forskere, der alle har indgået i Videnskab.dks formidling i 2022.²² De tre forskere er udvalgt med henblik på spredning i faglighed, demografi og måden, hvorpå de har indgået i Videnskab.dks arbejde og formidling.²³

Flere af forskerne nævner, at det generelt kan være udfordrende at se sit stofområde, sine udtalelser eller sin tekst blive redigeret, men alle havde kun positive tilbagemeldinger om samarbejdet med Videnskab.dk.

En anderledes tilgang

De interviewede forskere er alle enige om, at Videnskab.dk har en anderledes tilgang til både research, interviews og formidling. Som den interviewede professor i tandlægevidenskab beskriver:

»Under hele processen omkring min artikel følte jeg, at journalisten var velorienteret. Hun havde sin research i orden, og så havde hun god tid til både at lytte og formidle historien. Det er ikke noget, jeg er vant til fra andre medier.«

Professoren betoner, hvordan hun i hele processen omkring artiklen føler, at der bliver givet god tid; mere tid end hun er vant til, når det gælder mediernes formidling af hendes fagfelt.

Den artikel, hun refererer til i ovenstående citat, er et godt eksempel på den måde, Videnskab.dk gør brug af forskere til at dykke dybere ned i en populær nyhedshistorie. Forud var gået et forløb, hvor en bruger af Videnskab.dk et sted på nettet havde læst om en påstået sammenhæng: Angiveligt skulle brug af tandtråd kunne styrke hjertet og forlænge levetiden. Brugeren var i tvivl om sandhedsværdien af denne påstand og havde derfor henvendt sig til Videnskab.dk for at få afklaret spørgsmålet og få beskrevet et eventuelt videnskabeligt belæg for påstanden. Herefter

²¹ Interviewenes metodiske grundlag er beskrevet i Bilag 4.

²² En professor i tandlægevidenskab, en lektor i naturvidenskab samt en docent i antropologi.

²³ De tre forskere er blevet brugt som kilde, er blevet citeret og/eller har været involveret i formidling via Forskerzonen.

går Videnskab.dks journalist og redaktionssekretær i gang med at lede efter forskere med relevant viden inden for feltet – og finder frem til den pågældende professor, der bliver interviewet til en artikel om emnet.

Professoren beskriver selv, hvor glad hun er for at blive kontaktet på denne måde og få mulighed for at bidrage til at luge ud i misforståelser og 'fake news'. Ikke mindst i det konkrete tilfælde, hvor den pågældende historie viser sig at være en meget udbredt misforståelse, der flourer på internettet, og som professoren meget gerne vil have manet i jorden.

Som forsker ser hun det som en pligt at dele sin viden med resten af befolkningen, og hun anser det som vigtigt at rette op på det, hun kalder *»misinformationer omkring tandtråd og oral hygiejne, der flourer på internettet«*. For hende som forsker handler det ikke kun om at formidle til sine fagfæller i akademisk sprog, men også at formidle i lettere tilgængeligt sprog, så den almene borger kan forstå, hvad der menes.

I løbet af den dag, hvor den færdige artikel publiceres, får hun flere henvendelser fra kolleger, venner og bekendte, der har læst artiklen – henvendelser og engagement omkring oral hygiejne, som hun ikke plejer at opleve, når hun udgiver sin forskning i peer-reviewed tidsskrifter. For hende er lige netop følelsen af, at hendes forskning når ud til den almene dansker, vigtig i denne sammenhæng.

Formidling til den almene befolkning

I tråd hermed betoner den interviewede docent i antropologi muligheden for at *»nå ud til en bredere målgruppe«* som én af de allervigtigste årsager til, at forskere bør formidle deres viden via Videnskab.dk.

Han tog selv kontakt til Videnskab.dk for omtrent 3 år siden, da han fik en idé om at skrive om hundens oprindelse. Redaktionen diskuterede hans idé og inviterede ham efterfølgende til selv at skrive historien. Siden da har han skrevet over 25 forskellige artikler til Videnskab.dk, alle udgivet på Forskerzonen.

I tråd hermed beskriver redaktøren for Forskerzonen, at Forskerzonen netop er: *»Et forsøg på at få flere forskere til at deltage i den offentlige debat og dele deres viden med den danske befolkning«*.

Den interviewede docent uddyber sin holdning:

»For mig at se, er det én af vores fornemmeste roller som forskere at formidle vores viden til den almene befolkning. Og det er vigtigt, at vi formidler på dansk.«

I løbet af de år, han har skrevet om sin forskning på Forskerzonen, har han brugt mediet til at dele nye fund til den almene dansker. Ud over glæden ved at kunne formidle sin forskning til den brede befolkning har han samtidig oplevet at få historier verificeret, kommenteret og debatteret af andre fagfæller og fagkyndige.

Grundig behandling af stoffet

Den tredje interviewede forsker beskæftiger sig med et område inden for naturvidenskaben, hvor han ofte taler med journalister. Da han bliver kontaktet af Videnskab.dk med henblik på en artikel om, hvor langt forskningen er nået inden for hans fagfelt, lægger han mærke til, at journalisten opfører sig anderledes end journalister fra de fleste andre medier, han er blevet interviewet af.

Om de forskellige former for journalistiske interviews, han har deltaget i, fortæller han:

»Jeg har oplevet to forskellige typer af journalister. Den ene type leder efter et svar. De spørger, indtil de får lige netop dét svar, de leder efter. Og så er der den anden type, der spørger til en historie og lytter og tager sig tid – også til at få en anden historie end den de troede, de ledte efter. Den journalist, jeg talte med fra Videnskab.dk, var af den sidste type.«

Han oplever generelt, at medierne behandler hans fagfelt meget kortfattet, simplificeret og uden mulighed for at vise dets mange komplekse sider. Derfor ser han Videnskab.dk som et vigtigt medie, der kan give de perspektiver til en historie, som andre medier ikke giver.

Det samlede indtryk, der står tilbage fra alle de forskere, vi har talt med, er således en begejstring for både mediet, Videnskab.dk, for redaktionens journalistiske arbejdsmetoder, research og grundige tilgang til stoffet, såvel som for måden forskernes viden og stofområder bliver formidlet – i et lettilgængeligt og bredt formidlet medie.

6. VIDENSKAB.DKS ROLLE I FOLKESKOLE OG PÅ GYMNASIER

Videnskab.dk har til formål at formidle viden om forskning til den brede befolkning. Men samtidig er det et ønske, at Videnskab.dk i særlig grad når ud til de unge – det fremgår bl.a. af Videnskab.dks formålsbeskrivelse²⁴ og af Uddannelses- og Forskningsstyrelsens udbudsmateriale for denne evalueringsopgave (Bilag 7). Udbudsmaterialet definerer den unge målgruppe som eleverne i folkeskolens udskolingsklasser og i gymnasieskolerne.

Dette kapitel sætter derfor særskilt fokus på, hvilken rolle Videnskab.dk spiller som vidensressource for elever og lærere i folkeskole og gymnasieskoler, og hvordan de oplever formidlingen på videnskab.dk. Kapitlet bygger på data fra interviews og en spørgeskemaundersøgelse. Undersøgelsens omfang gør dog, at det ikke er muligt at foretage en egentlig generalisering ud fra disse data.²⁵

I vores interview- og spørgeskemaundersøgelse indgår et bredt udsnit af elever og lærere; både de, der kender og bruger Videnskab.dk, og de, der ikke gør. De, der ikke på forhånd kendte Videnskab.dk, er bl.a. blevet interviewet om deres umiddelbare indtryk af hjemmesiden, ligesom alle deltagere i interview- og spørgeskemaundersøgelse er blevet spurgt om deres generelle videnssøgning mv.

Umiddelbart er det dog ikke sådan, at brugerprofilen for videnskab.dk i særlig grad omfatter de unge. Ifølge de månedlige data fra Dansk Online Index, der står for den officielle måling af danskernes internetbrug, udgjorde de 15-19-årige 6,5% af de månedlige brugere af videnskab.dk i 2022. Det svarer nogenlunde til deres andel af befolkningen (5,9%). Ifølge Videnskab.dks "Faglig afrapportering" for 2021 har hjemmesidens brugere da også generelt en jævnt fordelt sammensætning på tværs af aldersgrupper.

Kendskab til og brug af Videnskab.dk

Hos eleverne i interviewundersøgelsen er kendskabet til og anvendelsen af Videnskab.dk varierende. Blandt folkeskoleeleverne var der en del, der ikke havde hørt om Videnskab.dk, mens kendskabet blandt gymnasieeleverne var noget højere – typisk enten brugte de det eller havde brugt det tidligere, og en enkelt brugte det endda meget. Dermed stemmer interviewpersonernes

²⁴ <https://videnskab.dk/om>

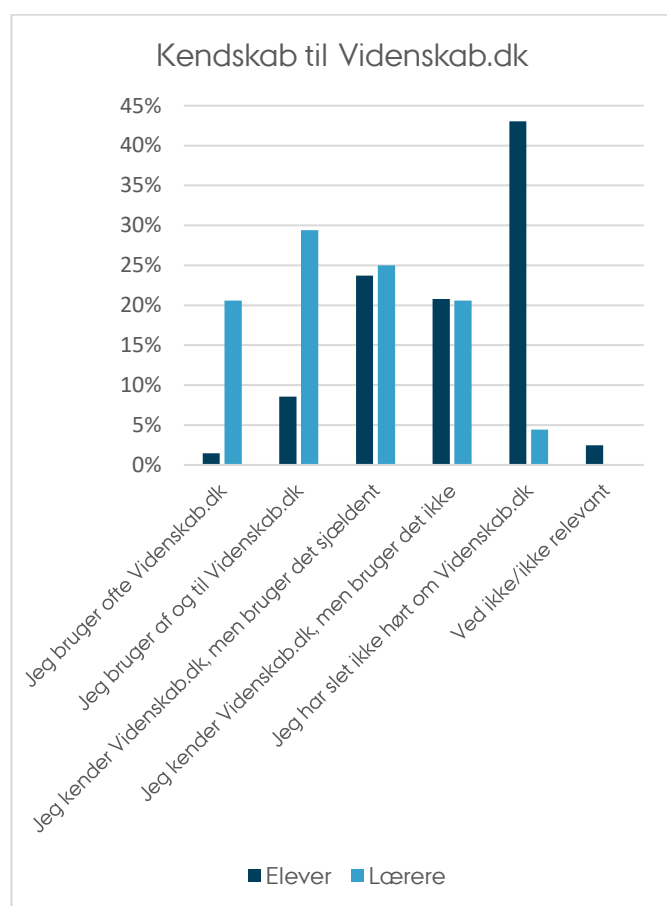
²⁵ Der er gennemført et fokusgruppeinterview med folkeskoleelever og to med gymnasieelever samt i alt fem enkeltinterviews med folkeskole- og gymnasielærere. I forlængelse heraf er der gennemført en mindre spørgeskemaundersøgelse med deltagelse af i alt 123 elever og 8 lærere på folke- og efterskoler samt 297 elever og 63 lærere i gymnasieskolerne (STX, HTX og HHX).

Der er tilstræbt en proportional fordeling fra de forskellige typer gymnasieskoler, men en fuldt ud repræsentativ undersøgelse er der ikke tale om. Undervejs vil vi derfor sammenholde resultaterne fra den kvalitative interviewundersøgelse med det bredere indtryk fra spørgeskemaundersøgelsen, men vi vil afholde os fra at udtale os om signifikans og ønsker ikke at generalisere de indsamlede data til alle danske elever/lærere.

Se Bilag 5 for en beskrivelse af interviewenes metodiske grundlag.

kendskab og erfaring med Videnskab.dk nogenlunde overens med billedet blandt de adspurgte elever i spørgeskemaundersøgelsen. 3/4 af de adspurgte folkeskoleelever bruger slet ikke Videnskab.dk, og over halvdelen har end ikke hørt om det. Hos de adspurgte gymnasieelever er det knap 4 ud af 10, der i et eller andet omfang anvender Videnskab.dk, mens 37% slet ikke har hørt om det. I Figur 7 nedenfor ses det samlede kendskab blandt elever på tværs af folkeskole og gymnasier.

Blandt de interviewede lærere havde alle brugt det, om end kun en enkelt brugte det forholdsvis ofte. Dette stemmer i nogen grad overens med billedet fra spørgeskemaundersøgelsen, hvor langt de fleste lærere kender Videnskab.dk, ligesom flertallet, særligt blandt gymnasieeleverne, bruger det i et eller andet omfang.



Figur 7 – Elevers og læreres kendskab til Videnskab.dk.

Spørgsmål: "Hvor godt kender du Videnskab.dk?"

409 besvarelser fra elever. 68 besvarelser fra lærere.

Som gennemgået i kapitel 2 formidler Videnskab.dk via en række platforme – selve hjemmesiden, suppleret med

YouTube, Facebook, Instagram, nyhedsbreve mv. Men såvel interviews som spørgeskemaundersøgelsen peger klart på, at brugerne (både elever og lærere) entydigt forbinder Videnskab.dk med selve hjemmesiden. Kun et fåtal (6%) af de adspurgte elever forbinder i væsentlig eller høj grad Videnskab.dk med deres formidling på YouTube, mens hver fjerde (27%) i nogen eller ringe grad oplever denne kobling. Endnu færre relaterer Videnskab.dk til deres formidling via Facebook og Instagram.

I forlængelse heraf er det da også kun i alt 8% af de elever, der selv bruger Videnskab.dk i et eller andet omfang, som oplever, at YouTube, Facebook eller Instagram inspirerer dem til at bruge videnskab.dk.

I interviewene tilkendegav de fleste, at de slet ikke vidste, at Videnskab.dk var til stede på andre platforme end hjemmesiden, men at det heller ikke var vigtigt for dem. Trods et pænt antal visninger på YouTube og følgere på Facebook og Instagram (jf. kapitel 2), så er disse kanaler tydeligvis ikke vigtige – og måske endda knap nok relevante – for eleverne. Deres fokus er altovervejende på selve hjemmesiden.

I kapitel 2 så vi, at en del af Videnskab.dks indhold vinkles med et underholdende og opmærksomhedsskabende præg. Det kan potentielt lede til det indtryk, at indholdet populariseres og forskydes fra det saglige til det underholdende. Blandt de unge i vores undersøgelse er det dog klart det saglige formål, der motiverer elevernes brug af Videnskab.dk. I spørgeskemaundersøgelsen tilkendegiver 2/3 (68%) af brugerne af Videnskab.dk således, at formålet med deres brug i væsentlig/høj grad er at lære noget og blive klogere på et bestemt emne. Hvorimod færre end hver tiende tilkendegiver, at de bruger Videnskab.dk for at blive underholdt.

Dette knytter an til den afvejning mellem underholdning (fascination, sensation mv.) versus saglighed, som vi adresserede i både kapitel 2 og 4. For eleverne er det underholdende perspektiv en minimal drivkraft for deres brug af Videnskab.dk.

Også i interviewene betoner eleverne videnskab.dk som et sted, man kan opsøge viden, få overblik eller få vakt sin interesse for et emne.

»Det [videnskab.dk] kan være meget godt til er at søge på nogle simple ting, fordi man ofte får koncepter, som man så kan søge videre på, for så at få lidt mere ud af det.«

Eleverne beskriver også Videnskab.dk som en dør, der giver adgang til mere viden, som de så kan gå i dybden med, fx ved at benytte de eksterne referencer, der henvises til i artiklerne. Samtidig bliver en sådan brug af Videnskab.dk dog også knyttet til elevernes eget faglige niveau:

»Det kommer også an på, hvor let man har ved at forstå [et emne]. Fordi man kaster sig ikke ud i en kringlet kilde af en eller anden forsker fra et eller andet universitet, hvis man har rigtig svært at forstå det. Så tager man noget, der er lidt nemmere formidlet.«

Niveau og relevans

Hvis Videnskab.dk vil være relevant for målgruppen af udskolings- og gymnasieelever, er det således vigtigt at ramme deres faglige niveau – hvilket i sig selv er en udfordring, da der er stort fagligt spænd mellem elever i 8. klasse og 3. års gymnasieelever, men potentielt også internt blandt elever på en given årgang. Niveauet i formidlingen på Videnskab.dk blev da også diskuteret i både fokusgrupperne (særligt med gymnasieeleverne) og interviewene med lærerne.

De interviewede gymnasieelever er forholdsvis enige om, at indholdet ikke har et særligt højt niveau. Det er ikke nødvendigvis et problem, men det påvirker brugen af videnskab.dk, alt efter den enkelte elevs faglige niveau. En af de fagligt stærke gymnasieelever beskriver det sådan:

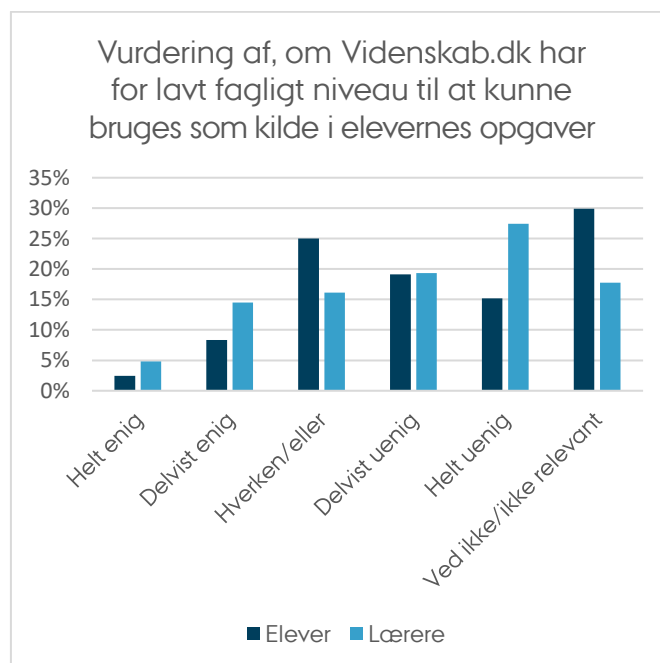
»Jeg føler lidt, at vi er kommet op på et lidt mere komplekst niveau, så det, der står, er ikke fyldestgørende nok. Det kan godt være noget supplerende, at man så læser det som noget ekstra, men det er ikke noget, man kan basere en opgave på.«

I forlængelse heraf peger nogle af de fagligt stærke gymnasieelever på, at man eksempelvis inden for naturvidenskab kan finde mere fyldestgørende viden på engelsksprogede hjemmesider.

Blandt lærerne er der forskellige holdninger til niveauet. En gymnasielærer nævner, at han overvejende bruger Videnskab.dk på 1. årgang og aldrig vil bruge det på 3. årgang. En anden peger på, at det til tider kan være godt med tekster, hvor lixtallet ikke er så højt, mens en tredje

fremhæver, at ved større skriftlige opgaver vil vedkommende kræve tekster med et højere kompleksitetsniveau end det, der kendetegner Videnskab.dk.

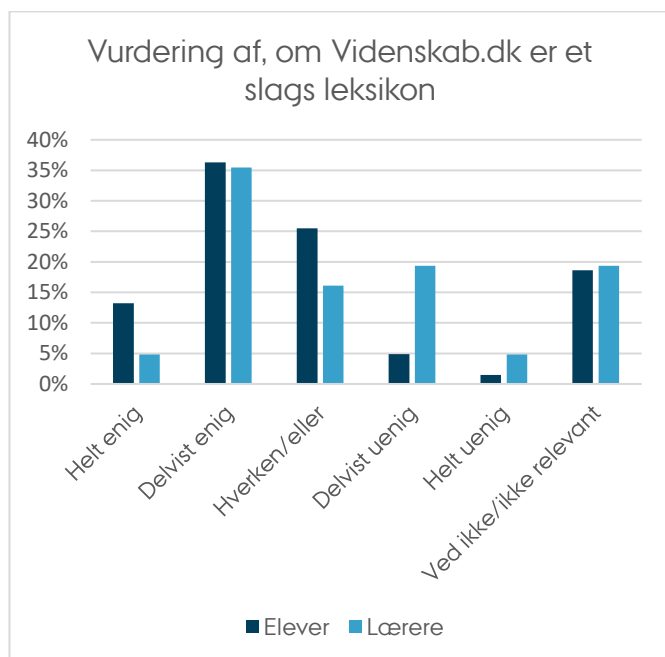
Ser vi bredt på tværs af de adspurgte elever og lærere i spørgeskemaundersøgelsen, lader det dog til, at Videnskab.dk nogenlunde lykkes med at ramme et passende niveau for målgruppen. I hvert fald tilkendegiver kun hver tiende af eleverne med kendskab til Videnskab.dk, at artiklerne har for lavt niveau til deres opgaver i skolen/gymnasiet (jf. Figur 8). Denne vurdering bakkes op af lærerne. Hver femte lærer oplever, at niveauet på Videnskab.dk er for lavt til, at eleverne kan bruge det i opgavesammenhæng, mens ca. halvdelen af lærerne er uenige heri.



Figur 8 – Elevers og læreres vurdering af Videnskab.dks faglige niveau.
Spørgsmål: "Hvor enig er du i dette udsagn: 'Artiklerne på Videnskab.dk har for lavt niveau fagligt til, at [jeg/mine elever] kan bruge dem som kilde i [mine/deres] opgaver'."

204 besvarelser fra elever. 62 besvarelser fra lærere.

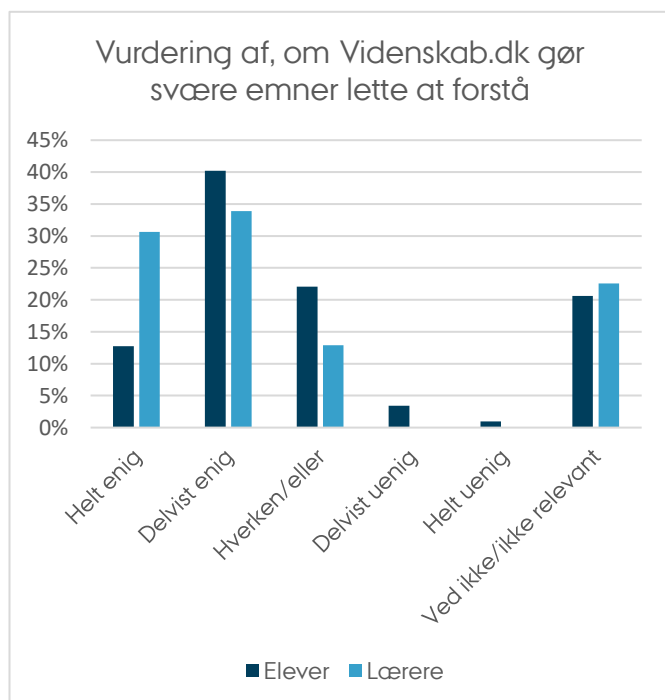
Samtidig er den dominerende oplevelse blandt eleverne i spørgeskemaundersøgelsen, at Videnskab.dk har karakter af et slags leksikon, hvor formidlingsformen gør svære emner lette at forstå (se Figur 9 og 10 på næste side). Disse synspunkter er også den gængse opfattelse hos lærerne. Denne oplevelse understøttes i interviewene, både blandt lærere og elever. En lærer fortæller fx, hvordan hun har brugt artikler på videnskab.dk til at forklare begreber som 'ontologi' og 'epistemologi'.



Figur 9 – Elevers og læreres vurdering af, om Videnskab.dk er et slags leksikon.

Spørgsmål: "Hvor enig er du i dette udsagn: 'Videnskab.dk er et slags leksikon, hvor [jeg/man] kan søge viden om konkrete spørgsmål'."

204 besvarelser fra elever. 62 besvarelser fra lærere.



Figur 10 – Elevers og læreres vurdering af, om Videnskab.dk gør svære emner lette at forstå.

Spørgsmål: "Hvor enig er du i dette udsagn: 'Videnskab.dk gør svære emner lette at forstå [for mine elever]'."

204 besvarelser fra elever. 62 besvarelser fra lærere.

En hindring for elevernes brug af Videnskab.dk kan være den fagspecifikke relevans. Hos den ene fokusgruppe med gymnasieelever kredsede en del af samtalen om, at indholdet ikke var knyttet tæt nok til deres faglighed.

»Jeg tror umiddelbart, at grunden til, at jeg ikke har brugt Videnskab.dk så meget, er, at det er almen viden, hvorimod mange af de ting, som vi har her i gymnasiet, de er meget, meget, meget specifikke.«

Elevernes diskussion gik på, at der er en del fagspecifikke begreber og temaer, de ikke oplever, bliver dækket af Videnskab.dk – eller i hvert fald ikke på en måde, hvor de kan bruge det i deres opgaver. I den anden fokusgruppe med gymnasieelever var oplevelsen, at artiklerne på videnskab.dk til tider har lidt (for) skæve vinkler, som er meget knyttet til specifikke interesser, hvilket mest gør dem anvendelige, hvis man står og skal vide noget om netop dét emne. Igen ser vi hermed tegn på, at Videnskab.dks ønske om også at favne det skæve, sensationelle og fascinerende, kan stå i vejen for elevernes brug af Videnskab.dk.

Af vores interviews med lærerne fremgår det, at undervisningen først og fremmest tager afsæt i en grundbog/et lærebogsunivers direkte knyttet til kernefagligheden og de lovmæssige krav. Hertil supplerer man så med konkrete og ofte aktuelle eksempler, hvor eksempelvis Videnskab.dk kan komme i spil. En lærer beskriver:

»Fx hvis jeg ved, at jeg skal ind og undervise noget med iltsvind. Så kan jeg skrive iltsvind [i søgefeltet på hjemmesiden], og så kommer der egentlig nogle ret gode hits op, synes jeg. Ligesom for at få noget aktuel viden. Jeg kan godt lide i min undervisning at komme med enten noget aktuelt, eller noget som meget tydeligt er til den der: 'Hvad skal vi bruge det her til?'«

Dermed bruges Videnskab.dk til at bringe nyopdaget/aktuel viden ind i undervisningen, der også kan konkretisere det faglige tema og relatere det til elevernes hverdag. Lærerne ser Videnskab.dk som et redskab til at koble teori til noget konkret/faktuelt og til at få beskrevet det metodiske på en simpel måde. En af de interviewede lærere nævner i forlængelse heraf fordelene ved, at der er gratis adgang til indholdet – i modsætning til andre aktuelle, videnskabsjournalistiske artikler, som fx er gemt bag betalingsmure.

Det lader til, at særligt lærerne i de naturvidenskabelige og tekniske fag betragter Videnskab.dk som relevant, mens eksempelvis de mere humanistiske fag (sprog, kommunikation, historie mv.) i mindre grad ser relevante muligheder i Videnskab.dk.

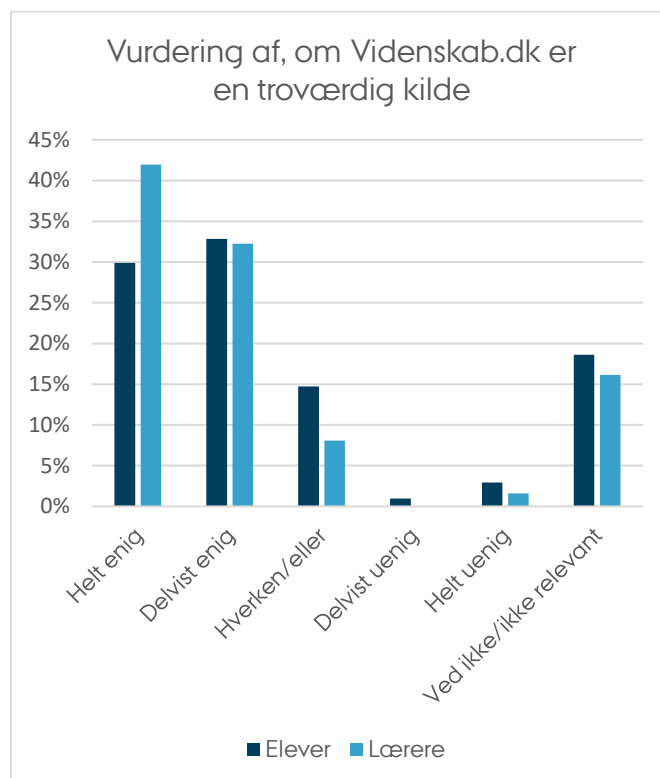
I forlængelse af snakken om Videnskab.dks relevans, påpeger en af de interviewede lærere, at han har svært ved at gennemskue, hvad Videnskab.dk gerne vil, hvilket han i høj grad knytter sammen med, at hjemmesiden kan fremstå lidt rodet (jf. kapitel 2). *»Jeg kan ikke rigtig finde ud af, hvad det er Videnskab.dk vil? Hvem er deres målgruppe? Hvad er det helt konkret de vil?«*

Han peger i forlængelse heraf på, at en klarere struktur og sektionsinddelinger kunne være oplagt. Han fremhæver bl.a., at Forskerzonen – i kraft af den visuelle forskel – fungerer bedre, selvom han ikke rigtigt oplever, at der *»er nogen klar forskel på de artikler, man nødvendigvis ser det ene og det andet sted«*.

Troværdighed og seriøsitet

I forlængelse af spørgsmålet om relevans – og knyttet til Videnskab.dks arbejde for mere saglig og troværdig formidling af det videnskabelige stof – er det også vigtigt at bemærke, at knap 2/3 af de adspurgte elever betragter Videnskab.dk som en troværdig kilde, mens kun 4% har den modsatte holdning. Denne vurdering understøttes fuldt ud af lærerne, hvor 74% betragter Videnskab.dk som en troværdig kilde (se Figur 11).

I interviewene tilkendegiver både lærere og elever dog også en oplevelse af, at Videnskab.dk ikke altid går i dybden med deres nyheder. Det er 'meget formidlende', som det bliver udtrykt af flere. En af lærerne synes, at der virker til at være for mange oversatte artikler fra andre medier, som dermed også kommer med en tidsmæssig forsinkelse, hvis man i forvejen følger lignende internationale medier. Derfor oplever han ikke Videnskab.dk som særligt relevant for ham. Men han anerkender samtidig, at det for eleverne kan være værdifuldt med en dansk oversættelse af en fagligt svær, engelsksproget artikel. Han og andre ser dog Videnskab.dks primære værdi og eksistensberettigelse i deres egen journalistiske produktion om aktuel forskning og resultater.



Figur 11 – Elevers og læreres vurdering af, om Videnskab.dk er en troværdig kilde.

Spørgsmål: "Hvor enig er du i dette udsagn: 'Videnskab.dk er en troværdig kilde'."

204 besvarelser fra elever. 62 besvarelser fra lærere.

»Dér, hvor de gør det godt, er der, hvor de selv er ude og interviewe folk, og det er jo det, der i virkeligheden er mest interessant, fordi det er nyt.«

Som beskrevet i kapitel 2 har en del artikler på Videnskab.dk markante, opmærksomhedsskabende rubrikker, fx *»Hvorfor har min prut en lyd?«*²⁶. Dette bliver da også kommenteret i flere interviews. Nogle elever og en enkelt lærer fremhæver det humoristiske sprog som noget positivt. Samtidig gav andre dog udtryk for, at det kunne blive lidt for meget. Det blev i forlængelse heraf nævnt, at det ikke nødvendigvis påvirkede selve Videnskab.dks troværdighed, men nærmere betød, at det kunne fremstå lidt useriøst og gav en fornemmelse af en jagt på 'klik'.

²⁶ Dette synes dog i særlig grad at gælde det indhold, Videnskab.dk leverer til andre medier som fx Ekstra Bladet og Ude og Hjemme.

Kildesøgning og vejen til Videnskab.dk

Spørgeskemaundersøgelsen giver også et billede af, hvilke videnskilder de adspurgte elever generelt bruger i skolearbejdet. Her er den altdominerende topscorer 'Hjemmesider, jeg finder med en Google-søgning'; 88% af eleverne finder i væsentlig/høj grad deres kilder via Google. Sekundært er det hjemmesider knyttet til skolebøgerne; dette gælder i væsentlig/høj grad for halvdelen (52%) af eleverne.

Herefter følger kilder som Wikipedia, Lex.dk/Den Store Danske og YouTube, som 30-40% af eleverne i væsentlig/høj grad benytter sig af, mens blot knap hver tiende i væsentlig/høj grad bruger Videnskab.dk som kilde – og en tilsvarende andel bruger lignende videnskabs-sider som Science.org, Aktuelnaturvidenskab.dk mv.

De samme præferencer ses i øvrigt blandt lærerne – dog med den forskel, at Google 'kun' indtager andenpladsen, mens lærebøgernes hjemmesider er deres mest brugte kilde.

Videnskab.dk er således langt fra det oplagte førstevalg, når eleverne søger viden til opgaver mv. Dog kan netop en Google-søgning lede dem på vej til videnskab.dk. Det understøttes bl.a. af Videnskab.dks egne trafiktal, der viser, at halvdelen af hjemmesidens brugere er nået frem til videnskab.dk via Google.²⁷

Dermed er Google ubetinget 'hovedfærdselsåren' ind til videnskab.dk. Sekundært finder brugerne vej via Facebook, mens den tredjevigtigste vej er brugere, der taster sig direkte ind på videnskab.dk – uden at klikke sig frem via links. Men selvom brugere, der aktivt opsøger hjemmesiden ved at taste sig direkte derind, udgør tredjepladsen, så sker det dog i markant mindre omfang; antallet af brugere, der selv taster sig direkte ind på videnskab.dk, udgør kun en sjettedel af det antal brugere, der finder vej via Google.

Helt i overensstemmelse hermed er det da også tilkendegivelsen i interviewene, at vejen til videnskab.dk altovervejende går via Google – medmindre eleverne af deres lærer har fået et direkte link til eller en artikel fra videnskab.dk. De interviewede elever er i den forbindelse enige om, at de først og fremmest benytter sig af de kilder, lærerne eventuelt henviser direkte til. De foretrækker, at læreren fortæller, hvor de kan finde oplysninger, hvilket til dels kan bunde i elevernes usikkerhed om, hvad der er gyldige, troværdige kilder. Lærerne kan dermed spille en vigtig rolle som 'gatekeeper' i forhold til elevernes brug af Videnskab.dk.

Praksissen med at opsøge videnskab.dk på baggrund af link fra læreren afspejles også af Videnskab.dks trafiktal. Således er lectio.dk – den studieplatform, størstedelen af de danske gymnasier benytter sig af – også at finde på top-10 over indgangsvejene til videnskab.dk. Alligevel bidrager lectio.dk dog kun med en brøkdel af den brugerskare, Google genererer – i gennemsnit en halv procent af den månedlige trafik.

Elevernes generelle praksis med først og fremmest at søge viden via Google, afspejler sig således meget tydeligt i Videnskab.dks brugertal. Selvom Videnskab.dk har et overvejende positivt renommé blandt lærere og elever, er man ikke i nærheden af at være et aktivt førstevalg, når eleverne søger viden; det foregår langt oftest på baggrund søgemaskinens anbefalinger.

Samlet set står vi således tilbage med det indtryk, at elevernes brug af Videnskab.dk er relativt sporadisk og tilfældig; i høj grad baseret på, om Google leder dem derhen. Til gengæld betragter de Videnskab.dk som et meget troværdigt medie og har et positivt indtryk af den måde, Videnskab.dk gør svært stof tilgængeligt på. Derudover varierer oplevelsen af relevans, og der peges endnu en gang på udfordringen med at balancere mellem på den ene side saglighed og fordybelse over for sensation og underholdning.

²⁷ Baseret på Google Analytics-data fra Videnskab.dk, der har givet os adgang til deres trafiktal for 2022.

7. RELATIONER OG PLACERING PÅ NETTET

De forudgående analyser har taget klassiske evalueringsperspektiver op som eksempelvis, hvad der kendetegner videnskab.dks indhold og formidling (på egne platforme såvel som via andre medier), hvordan den redaktionelle praksis og samarbejdet med forskerne er, og hvordan centrale brugere (elever i folkeskole og gymnasier) oplever Videnskab.dk. Afslutningsvist vil vi undersøge, hvilken rolle Videnskab.dk spiller som aktør på det danske internet. Det undersøger vi ved at se på, hvilken 'placering' hjemmesiden videnskab.dk har i det danske web; hvordan linker Videnskab.dk selv til andre medier og – ikke mindst – hvordan linker/refererer andre medier til Videnskab.dk?

Denne del af evalueringen er baseret på en netværksanalyse af såkaldte ind- og ud-links til/fra videnskab.dk. Analysen ser ikke blot på, *om* der linkes mellem to sites, men også *omfanget* hvormed der linkes mellem de to sites. Når vi eksempelvis udarbejder en top-50 over de sites, der linker til videnskab.dk, vil nr. 1 på listen således være dét danske sites, der har flest links rundt om på sit site, der linker direkte til videnskab.dk.²⁸

Da datagrundlaget tager afsæt i sites forbundet i første eller andet led via hyperlinks til/fra videnskab.dk, giver analysen først og fremmest et billede af, hvor centralt videnskab.dk er placeret i netværket af forskningsrelateret formidling.

Netværksanalysen i sig selv kan kun afdække selve strukturen i, hvem der linker til hvem. Men på baggrund af de allerede præsenterede analyser kan vi supplere netværksanalysen med nogle interessante forklaringer og perspektiver på de mønstre, vi her ser.²⁹

Videnskab.dks henvisninger til andre aktører

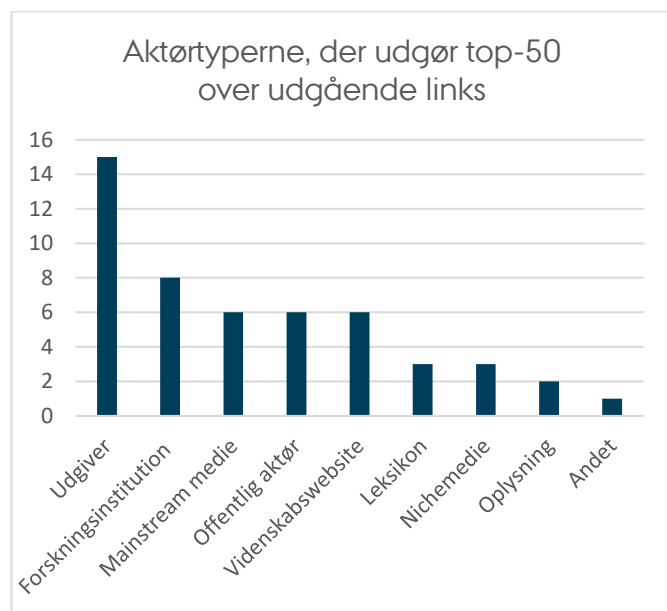
Første del af vores netværksanalyse viser, at de aktører, videnskab.dk i særligt omfang linker til, primært udgøres af udgivere af videnskabelig litteratur, sekundært forskellige forskningsinstitutioner. Disse to aktørgrupper udgør knap halvdelen af top-50 over de sider, videnskab.dk har flest udgående links til. Det er på ingen måde overraskende, at videnskab.dk i høj grad linker – og dermed henviser – til netop disse aktørtyper; det vil oplagt være hos forskningsinstitutionerne og i tidsskrifts-artikler, Videnskab.dk finder inspiration og fakta til de artikler, de bringer på hjemmesiden.

De øvrige aktørtyper, som videnskab.dk i stort omfang linker til, er typisk mainstream medier (danske som fx DR og Politiken, såvel som udenlandske som fx The Guardian og New York Times), forskellige typer offentlige

²⁸ Et stort site med meget indhold har på den måde 'bedre chance' for at opnå en høj placering, da det kan have mange undersider/artikler, der hver især linker til videnskab.dk.

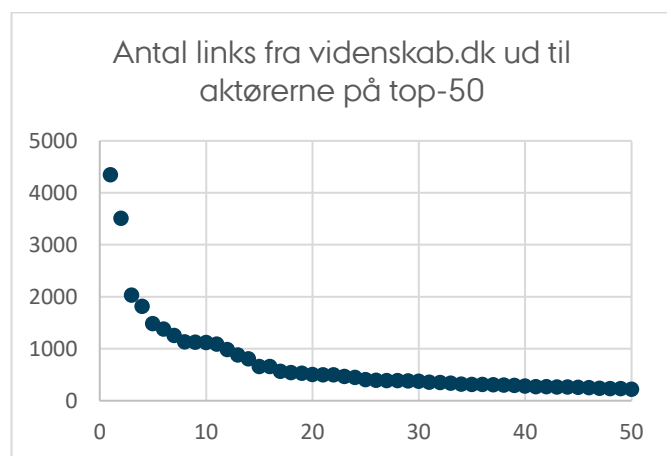
²⁹ Netværksanalysens metodiske grundlag er beskrevet i Bilag 6.

aktører (ministerie, styrelse, WHO mv.) samt højkvalitets-websites inden for videnskab (se Figur 12).³⁰



Figur 12 - Primære aktører, som videnskab.dk linker til.

Det varierer dog ganske meget, i hvilket omfang videnskab.dk linker til de enkelte aktører. Klart flest links er der ud til henholdsvis ku.dk (ca. 4.300 ud-links) og au.dk (ca. 3.500 ud-links). De to universiteter udgør dermed mere end hver femte link (22%) på videnskab.dk. Det afspejler antageligt, at de to universiteter er centrale bidragsydere til videnskab.dks artikler.

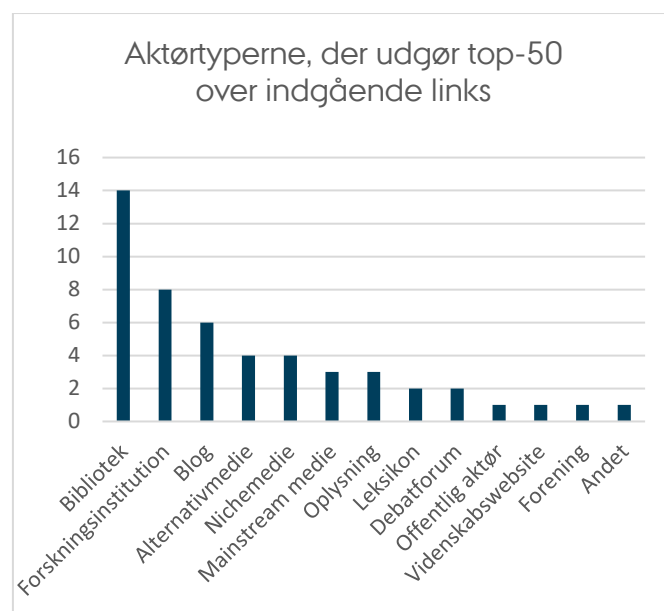


Figur 13 - Antal links fra videnskab.dk til primære aktører.

Andre aktørers henvisninger til videnskab.dk

Ser vi modsat på, hvilke sider der hyppigst linker ind til videnskab.dk, så er det primært biblioteker, der har mange henvisninger (links) til videnskab.dk, sekundært forskningsinstitutioner (se Figur 14). Derudover er der også en række blogs, der i stort omfang henviser til videnskab.dk.

Mest interessant er det måske, at mens videnskab.dk i høj grad selv gør brug af at henvise (linke) til mainstream medier, så overgås mainstream medierne af nichemedier og alternative medier, når det handler om, hvem der i videst omfang henviser til videnskab.dk.



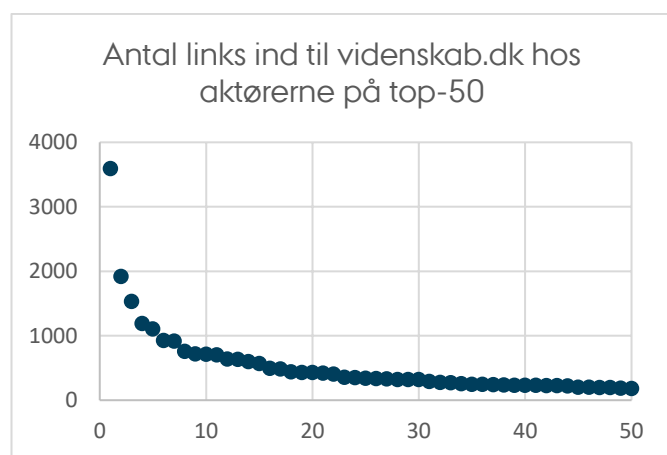
Figur 14 - Primære aktører, der linker til videnskab.dk.

Særligt de alternative mediers brug af videnskab.dk er værd at bemærke. Det drejer sig om medier, der typisk har en meget klar dagsorden, de forfægter. De fire alternativmedier på top-50 er henholdsvis godt-nyt.dk (fokuserer på konstruktive nyheder om, hvordan vi passer på os selv, hinanden og miljøet), psychedelia.dk (fællesskab for personer med interesse for rusmidler), uriasposten.dk (hjemmeside med højreorienterede, anti-elite synspunkter) og nomedica.dk (medie for alternativt syn på sygdom og helbredelse).

³⁰ 'Udgiver' er tidsskrifter, forlag mv. 'Videnskabswebsite' er fx forskning.no. 'Leksikon' er fx Wikipedia. 'Nichemedie' er fx fagspecifikke medier. 'Alternativmedie' er fx Uriasposten og Nomedica.

Deres motiv for flittigt at henvise til videnskab.dk kan vi kun gætte på. Men det synes oplagt, at de ønsker at underbygge deres synspunkter ved at henvise til videnskab.dk som belæg for en given påstand eller holdning. Derved kan de trække på det etos af saglighed og troværdighed, som man antageligt tillægger Videnskab.dk. Samme motiv og strategi kan også ligge bag hos de blogs og debatfora, der optræder på top-50 over flittige 'henvisere' til videnskab.dk.

To af de fire alternative medier linker endda så hyppigt til videnskab.dk, at de indgår på top-10.



Figur 15 - Antal links fra primære aktører til videnskab.dk

Den mest flittige, hvad angår henvisninger til videnskab.dk, er dog sciencenordic.com, der er et 'søster-site' skabt i samarbejde mellem videnskab.dk og forskning.no. Herudover udgøres top-10 af blandt andet fem forskellige universiteter/forskningsinstitutioner.

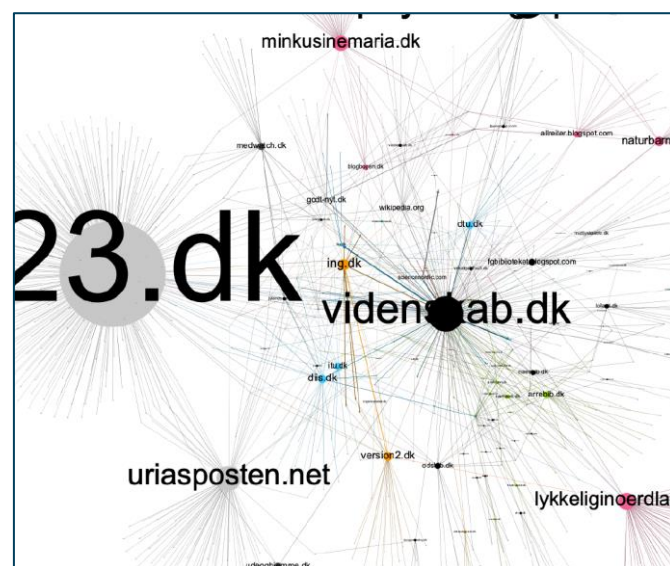
Foreløbigt kan det konkluderes, at målt på mængden af konkrete links til/fra hver aktør, fordeler aktørerne i top-50 sig nogenlunde på samme måde, uanset om man kigger på ind- eller udgående links. De vigtigste undtagelser herfra er aktørgrupperne 'Udgiver' og 'Alternativmedie'. Udgiverne optræder af naturlige årsager ikke på top-50 over indgående links, idet mange af tidsskrifterne og forlagene er udenlandske og derfor ikke optræder i Netarkivets data over den danske del af internettet. Men selv hvis de havde indgået i datagrundlaget, havde de næppe henvist i stort omfang til videnskab.dk. Nogenlunde lige så naturligt er det, at

Videnskab.dk ikke selv finder det relevant at linke til de forskellige, alternative medier, blogs, debatfora mv., hvorimod alternative medier, blogs og debatfora kan have en stor interesse i at henvise til videnskab.dk.

Det ses også, at kun få aktører har rigtig mange links, en mellemgruppe på omtrent 10 har meget færre links, men dog alligevel en del, og derudover er der 'den lange hale' bestående af aktører med relativt få links.

Netværkets aktører og kendetegn

Foreløbigt har vi 'kun' set på, hvilke aktører der har særligt mange links hhv. til og fra videnskab.dk. Men med til billedet hører også, hvor store disse aktører er, og hvor flittigt der generelt linkes til/fra dem. For at undersøge dette har vi lavet en egentlig netværksanalyse af det netværk af hjemmesider, der – via links – omgiver videnskab.dk.³¹ Figur 16 nedenfor afbilder de største af de sites, der omgiver videnskab.dk. Jo flere udgående links det konkrete site har, desto større 'prik' er sitet markeret med i figuren.



Figur 16 – Udgående links fra aktører i det nære netværk omkring videnskab.dk.

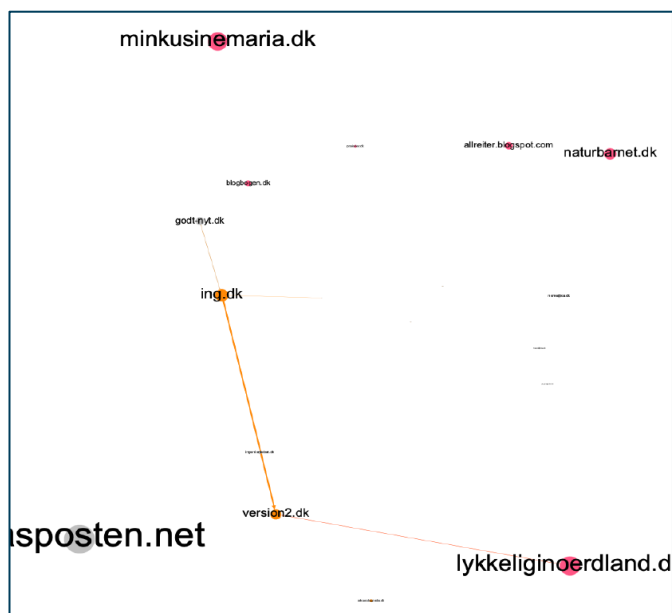
Det fremgår – ikke overraskende – at videnskab.dk selv er en af de aktører, der generelt har flest udgående links, hvilket naturligt hænger sammen med mediets mange

³¹ Netværksanalysen inkluderer kun de største aktører, hvilket i denne forbindelse vil sige, at sitet skal have mindst 100 udgående links for at indgå.

artikler og tilknyttede henvisninger ud til andre sites. Men samtidig ses der i netværket også en del blogs og alternative medier med mange udgående links.

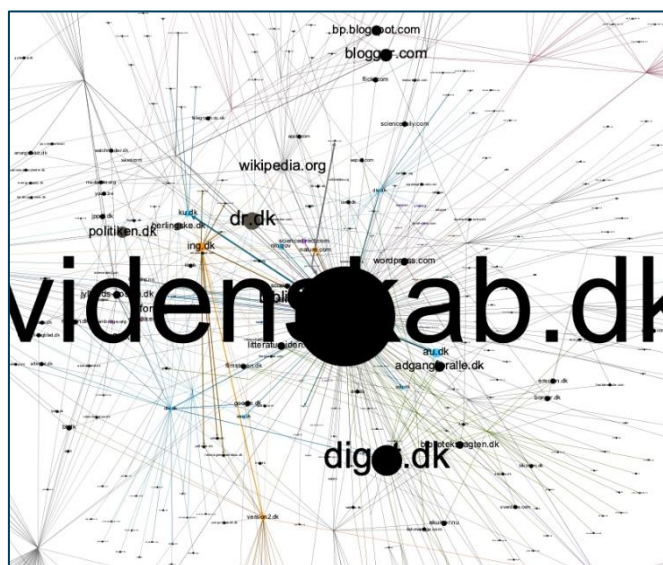
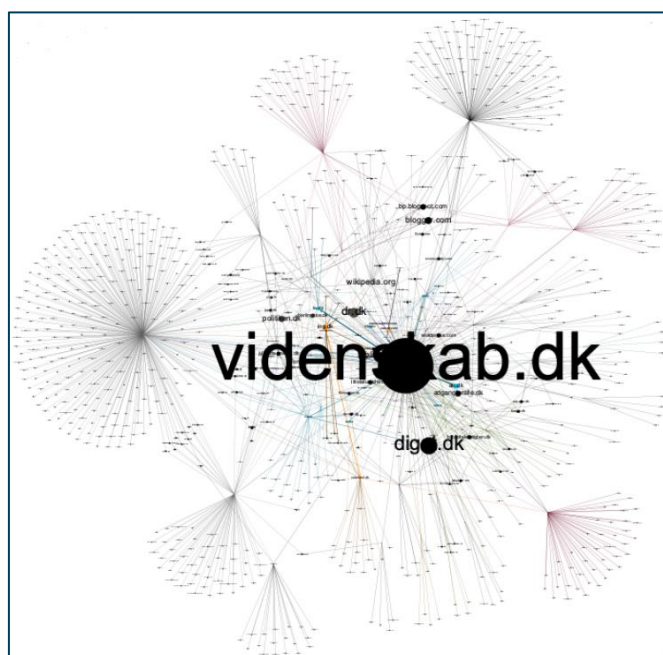
Når vi tidligere så, at fx Uriasposten i høj grad henviste via links til videnskab.dk, skyldes det således ikke alene, at Uriasposten ensidigt bruger Videnskab.dk som reference, men derimod at mediet generelt linker meget ud til andre sites, herunder også videnskab.dk. Noget tilsvarende gælder for blogsene MinKusineMaria, Naturbarnet og LykkeligNoerdland og alternativmediet Godt-Nyt, der også alle var på top-50 over de, der i størst omfang linkede til videnskab.dk.

Hvis vi alene ser på blogs, alternativmedier og nichemedier i netværket, fremgår det endvidere, at de stort set ikke er internt forbundne, bortset fra Ingeniørens to sites (ing.dk og version2.dk) og LykkeligNoerdland (se Figur 17).



Figur 17 - Links mellem udvalgte aktører (blogs, alternativmedier og nichemedier).

Når man analyserer netværket med fokus på udgående links, er det værd at have for øje, at udgående links er noget, det enkelte website selv laver; de siger altså noget om, hvordan sitet selv prioriterer at henvise til andre, men ikke noget om, hvor populært andre finder det pågældende site. Derimod viser indgående links – altså andre sites' links ind til en selv – noget om, hvor populær og relevant man er for andre. Og her er det tydeligt, at Videnskab.dk optræder som en yderst populær og relevant aktør i netværket (se Figur 18).



Figur 18 - Indgående links til aktører i det nære netværk omkring videnskab.dk. (Nederste billede er et forstørret udsnit af øverste billede.)

Opsamlende kan vi således se, at videnskab.dk spiller en central rolle, både som et site, mange gerne vil henvise til, men også ved selv at henvise til mange af de andre aktører. Det gør samtidig videnskab.dk til en såkaldt 'bro' i netværket; et forbindelsespunkt, der ofte er bindeledet mellem mange af de øvrige sites.

Omvendt kan vi også se, at mange af de – på nogle måder mere perifere – aktører som eksempelvis blogs og alternativmedier, der flittigt henviser til videnskab.dk, ikke

selv optræder som nogen, andre i nævneværdigt omfang henviser til. Dermed er de ikke, som videnskab.dk, centrale aktører, men indgår nærmere som en form for brugere af videnskab.dk; dets informationer og måske også dets renommé.

Andre centrale aktører er derimod til dels mainstream og nichemedier og især forskellige forsknings- og vidensinstitutioner, der ligesom Videnskab.dk spiller en væsentlig rolle både ift. selv at linke ud til andre og ved selv at være en kilde, andre linker til.

Samlet for Videnskab.dks rolle i netværket gælder altså, at sitet primært relaterer til forskningsinstitutioner og medier med en særlig interesse i sitets emner, mens også visse mainstream medier og alternative medier knytter an til videnskab.dk. Det kunne tyde på, at videnskab.dk overvejende bruges i forbindelse med vidensformidling, og eventuelt i mindre grad til at understøtte egne synspunkter.

Afslutningsvist er det også værd at bemærke nogle af de aktørtyper, der slet ikke dukker op i vores analyse af netværket: Lokalaviser, NGO'er, virksomheder, og ikke mindst folke- og gymnasieskoler, hvor emu.dk er det nærmeste, man kommer denne type; men dette website spiller ikke en særligt central rolle i netværket.

Internationalt perspektiv

Som supplement til analysen af videnskab.dks placering på det danske web fandt vi det interessant at undersøge sitet i et internationalt perspektiv. Her er der dog ikke på samme måde som for den danske del af internettet adgang til fyldestgørende data. Men vi har høstet udgående links fra videnskab.dk samt et lignende engelsk, amerikansk, fransk, tysk, svensk og norsk site.³²

Kort opsummeret fremstår videnskab.dk som et relativt stort knudepunkt. Sammenholdt med de udenlandske sites har videnskab.dk flest *forskellige* forbindelser, altså til en stor variation af andre sites/aktører. Til gengæld er nogle af de udenlandske hjemmesider større og har dermed flere forbindelser som sådan (fx ved at have mange links til samme site).

Hvad angår placering og rolle i netværket minder videnskab.dk i særlig grad om forskning.no; begge sites er præget af stor variation i, hvilke nationale sites de er forbundet til, og samtidig har begge sites forbindelser til udenlandske sites fra mange nationaliteter. Begge har således en central rolle nationalt og samtidig en bred international forankring.

³²newscientist.com (engelsk), scientificamerican.com (amerikansk), futura-sciences.com (fransk), scinexx.de (tysk), fof.se (svensk) og forskning.no (norsk).

8. SAMMENFATTENDE ANALYSE OG KONKLUSIONER

Som det fremgår af de forudgående kapitler, trækker denne evaluering på et bredt spektrum af analyser og data. Vi har bl.a. undersøgt, hvad der kendetegner Videnskab.dk som formidlingsplatform, herunder dens indhold, de anvendte kommunikationskanaler og den redaktionelle praksis. Vi har også belyst Videnskab.dks forhold til forskere, andre medieaktører og den særligt udpegede målgruppe; eleverne. Afslutningsvist har vi set på, hvordan videnskab.dk er placeret i det danske web.

I det følgende vil vi sammenfatte analysernes væsentligste pointer – med særligt fokus på de aspekter, hvor vi ser muligheder eller behov for, at Videnskab.dk kan gøre det endnu bedre end hidtil.

Indhold, struktur og målgrupper

Selvom Videnskab.dk overvejende må beskrives som et (forsknings-)nyhedsmedie, fremstår hjemmesiden til dels som en blanding af et nyhedsmedie og en organisations-hjemmeside. Det afspejler, at Videnskab.dk har flere agendaer og dermed også retter sig mod flere forskellige typer brugere. Også det journalistiske indhold bærer præg af, at der skrives til mange målgrupper – den brede befolkning, journalister, forskere og organisationer.

Hjemmesiden består af mange elementer – både indholdsmæssigt, tematisk og i sin struktur og layout. Den heterogene opbygning betyder, at siden kan virke

uoverskuelig og være svær at navigere på. Samtidig er siden (delvist) opbygget efter en afsenderorienteret logik frem for en rent modtagerorienteret struktur. Strukturen lader endvidere til at udvikle sig trinvist i takt med, at nye projekter kommer til.

Disse faktorer gør det unødigt svært for brugerne at navigere i, hvordan de finder det stof, der er relevant for dem, ligesom det kan være svært for brugerne at afkode, hvem der er målgruppen – og om de selv er en del af den. Oplevelsen af uoverskuelighed deles af både de elever, lærere og medieaktører, vi har talt med.

Den uklare målgruppe og det brede fokus kan muligvis også være en medvirkende faktor til, at hjemmesidens brugere sjældent opsøger siden målrettet ved at gå direkte ind på videnskab.dk, men primært finder vej mere eller mindre tilfældigt via søgemaskiner.

Herudover er Videnskab.dk til stede på en række sociale medier, dog uden at vi kan spore en stor effekt af dette. Blandt eleverne i folkeskole og gymnasier er det altovervejende hjemmesiden, de er opmærksomme på – såfremt de overhovedet bruger Videnskab.dk. Stort set ingen af de elever, vi interviewede, vidste, at Videnskab.dk var at finde på sociale medier, og de fandt derfor heller ikke Videnskab.dks indhold ad denne vej. En medvirkende forklaring kan være, at nogle af Videnskab.dks sociale medie-konti bærer præg af kun at blive opdateret sporadisk, og når midlerne er til det.

Disse faktorer og tilkendegivne oplevelser bør adresseres af Videnskab.dk. Det kan bl.a. ske ved at gentænke hjemmesidens opbygning, så den entydigt tager afsæt i modtagerens behov. Eksempelvis vil det være centralt, at brugerne kan navigere på baggrund af klart definerede temaer, evt. suppleret med andre, målgruppeorienterede inddelinger af sitet.

I samme ombæring kan man overveje behovet såvel som fokus for brugen af sociale medier, herunder om de skal spille en selvstændig rolle, og/eller om de i højere grad kan knyttes til kerneaktiviteten på hjemmesiden.

Videnskab.dks rolle i folkeskole og gymnasier

I forhold til den særlige målgruppe af elever (og lærere) i folkeskole og gymnasieskoler, så er elevernes brug altovervejende fagligt motiveret. De anvender Videnskab.dk for at finde svar på faglige problemstillinger, ikke fordi personlig nysgerrighed eller lysten til at blive underholdt med videnskabelige opdagelser driver dem derind.

I den forbindelse er artiklernes niveau og relevans vigtige faktorer. Her er det vigtigt at notere sig lærernes generelle vurdering af, at artiklernes faglige niveau gør dem egnede til anvendelse i elevernes opgaver. Ligeledes er eleverne glade for den måde, artiklerne kan gøre svært stof mere forståeligt og tilgængeligt.

Derimod kan eleverne i nogen udstrækning have svært ved at se, hvordan Videnskab.dks artikler er relevante for de konkrete problemstillinger, de måtte sidde med. Ofte oplever eleverne, at de har brug for noget, der er endnu tættere knyttet til deres faglighed.

For lærerne spiller Videnskab.dk især en rolle ift. at bringe aktuelle historier/vinkler og eksempelmateriale med konkrete cases i spil i deres undervisning.

Troværdighed og seriøsitet

Det er det gennemgående indtryk blandt alle de interessenter, vi har talt med – forskere, elever/lærere og journalister/redaktører – at Videnskab.dk er et vigtigt medie med høj troværdighed i kraft af dets fokus på og

evne til at formidle om forskning og videnskab. Det skyldes især Videnskab.dks kendetegn såsom åbenhed, omfattende research og faglig indsigt, grundighed og dybde, gennemsigtighed samt den tætte interaktion med forskerne mv. Hertil kommer Videnskab.dks evne til at omsætte forskningen og de videnskabelige resultater på en velformidlet måde, der gør stoffet tilgængeligt og forståeligt for brugerne.

Blandt forskerne er der udtalt begejstring for den rolle, Videnskab.dk spiller for formidlingen af forskning, herunder muligheden for at kunne formidle deres eget stofområde og viden til et bredere publikum.

Dog er der blandt de forskellige brugere og interessenter ikke udelt begejstring for den ofte 'friske' stil med henblik på at skabe opmærksomhed, og vi ser det som et gennemgående dilemma for Videnskab.dk, at man både vil favne det skæve og opmærksomhedsskabende såvel som det saglige. Indholdsanalysen problematiserede, at den sensationsprægede vinkling kan være i modstrid med det videnskabelige fokus, og i interviewene så vi tilsvarende, at 'det skæve' kan stå i vejen for at bruge Videnskab.dk i undervisningsøjemed.

Det er vores vurdering, at brugerne i højere grad værdsætter seriøsitet og troværdighed end 'skæve' vinklinger og opmærksomhedsskabende overskrifter, i hvert fald hvad angår formidlingen på Videnskab.dks egne platforme. Skarpt sat op ser vi konturen af et image som troværdig, men ikke nødvendigvis seriøs. Over tid kan en oplevelse af varierende seriøsitet blive en udfordring for et image som troværdig.

Man kan samtidig stille spørgsmålstejn ved, om Videnskab.dks prioritering af underholdende vinkling og opmærksomhedsskabende rubrikker overhovedet er en nødvendig strategi. Når lige godt halvdelen af de besøgende på hjemmesiden kommer via søgninger på Google, forekommer det ikke presserende at arbejde målrettet på at skabe klik-forøgende artikelrubrikker i stil med tabloidmediernes.

Videnskab.dk bør derfor overveje, hvordan man vil sikre den rette balance, hvor man (fortsat) kan appellere til et bredt publikum, men samtidig kan skabe en klar profil, der understøtter det vigtige image, man har opbygget, som et medie med stor troværdighed.

Andre hjemmesiders brug af Videnskab.dk

Netop det troværdige image ser vi også udmønte sig i måden, hvorpå andre hjemmesider, herunder debatfora, blogs, nichemedier og alternative medier, linker til videnskab.dk. Denne måde at knytte an til videnskab.dk tager vi som et tegn på, at siderne ønsker at trække på Videnskab.dks troværdighed såvel som de oplysninger, der formidles på videnskab.dk.

Det må først og fremmest betragtes som en anerkendelse af Videnskab.dk og deres rolle for formidling af forskning, videnskab og fakta, ikke mindst når specialiserede nichemedier med stor faglig dybde inden for deres felt trækker på Videnskab.dk.

Men indbygget ligger også en risiko for, at Videnskab.dk kan blive misbrugt som kilde/belæg i påstande, der tjener en helt særlig agenda, og hvor informationerne fra videnskab.dk ikke nødvendigvis genfortælles korrekt og med den nuancering og grundighed, Videnskab.dk ellers ønsker at være kendetegnet ved. Umiddelbart er det vanskeligt for Videnskab.dk at gardere sig mod en sådan brug. Men i en tid, hvor fake news mv. er et påtrængende tema, bør dette være vigtigt opmærksomhedspunkt for Videnskab.dk.

Distribution via andre medier

Det er tydeligt, at Videnskab.dk går langt for at servicere de danske medier med indhold. Det journalistiske indhold fra Videnskab.dk kommer bredt ud, særligt via versionering og deling af deres indhold. Overordnet ser redaktørerne på de danske medier indholdet fra Videnskab.dk som en let måde at få serveret anderledes indhold med en videnskabelig vinkel. På den måde får mange danske medier videnskabs-baseret indhold bragt i egne medier, uden at de selv skal afsætte ressourcer til det.

Samtidig beskriver journalister og redaktører i vores interviews, hvordan indholdet fra Videnskab.dk inspirerer til at bringe videnskabsbaserede historier, der ellers ikke ville være bragt. Forskning og videnskab kan således via

Videnskab.dk få en større og bredere dækning på tværs af danske medier, end det ellers ville have haft.

Mange medieaktører savner dog et klarere fokus på aktualitet i Videnskab.dks artikler for at kunne bruge dem i nyhedsøjemed. Hvis målet er at få viderebragt flere artikler via andre medier, kan det være et nødvendigt aspekt at tage i betragtning. Vi vil dog sætte spørgsmålstegn ved, om det er et relevant hensyn for Videnskab.dk at prioritere. Flere, særligt blandt elever og lærere, har fremhævet muligheden for at bruge Videnskab.dk som opslagsværk, og i forlængelse heraf ser vi en klar kvalitet i, at Videnskab.dks artikler først og fremmest stiler mod at være langtidsholdbare frem for at tilfredsstille en mulig efterspørgsel hos andre medieaktører på højaktuelle vinkler og historier.

Organisatoriske forhold

Under vores feltstudie hos Videnskab.dk oplevede vi en redaktionel praksis med stort fokus på arbejds gange, der skal sikre kvalitet og udvikling. Der bliver lagt mange kræfter i feedback, sparring og refleksion. Redaktionens medarbejdere betoner ønsket om at bidrage til bedre formidling af forskning og videnskab og gøre området tilgængeligt for den brede befolkning – ikke kun gennem egne artikler, men også ved at påvirke videnskabsjournalistikken generelt.

Men vores undersøgelse af Videnskab.dk har også gjort det klart, at omfanget af projekter, der kun delvist ligger i direkte forlængelse af organisationens ordinære drift – og den andel, de udgør af organisationens økonomi – ikke blot påvirker jobusikkerhed og arbejdsmiljø, men i høj grad også er en udfordring for både kontinuitet, fokus og konsistens i den journalistiske produktion, hvilket vi også har kunnet se i blandt andet vores indholdsanalyse.

Vi ser derfor et behov for at overveje balancen mellem kernerdrift og projekter. Et perspektiv på dette kan være at forskyde balancen mellem kernerdrift og projekter. Et andet perspektiv kan være, hvordan indkommende projekter bedre kan integreres i kernerdriften både under og efter projektperioden, således at der skabes større konsistens og kontinuitet i såvel arbejds gange som i den overordnede formidlingsstrategi.

BILAG 1: METODEGRUNDLAG FOR ANALYSE AF INDHOLD OG FORMIDLING

Dette bilag beskriver det metodiske grundlag for analyserne i kapitel 2 samt den del af kapitel 3, der angår versionering af Videnskab.dks artikler.

Analysen af Videnskab.dks indhold og formidling tager afsæt i en såkaldt 'høstning' af hjemmesiden, videnskab.dk, hvor alt indhold den 18. august 2022 er blevet downloadet. Høstningen er foretaget med værktøjet WebSnapperPro, der gør det muligt at fastholde både indholdet og de aktive links. Dermed er hele hjemmesiden, dens opbygning, artiklernes tekst og billeder etc. gjort tilgængelig for efterfølgende analyse på en måde, hvor datamaterialet ikke påvirkes, selvom hjemmesiden efterfølgende opdateres med nye artikler eller på anden måde ændrer indhold og udtryk.

Dette er suppleret af sammenlignende observationer af hjemmesidens udseende og indhold i uge 41 2022.

Det analyserede materiale omfatter hele hjemmesiden:

- De fem hovedsider; *Videnskab.dk*, *Forskerzonen*, *Spørg Videnskaben*, *Podcast* samt *Tjek/YouTube*,
- de fem undersider; *Temaer*, *For skoler*, *Nyhedsbreve*, *Center for Faglig Formidling* samt *Om Videnskab.dk*,
- samt de seks temasider; *Nyheder*, *COVID-19*, *Red Verden*, *Krop & Sundhed*, *Kultur & Samfund*, *Naturvidenskab* samt *Teknologi*.

Den foretagne analyse fokuserer på genretræk, elementtyper, henvendelsesform, design og funktionalitet på hjemmesiden samt karakteristika ved den journalistiske formidling i artikelhenvisningerne og de tilhørende artikler, der på høstningstidspunktet var publiceret på videnskab.dks forside (i alt 31 artikler) og Forskerzonen (i alt 12 artikler).

Ved siden af analysen af hjemmesiden (videnskab.dk) har vi også undersøgt Videnskab.dks anvendelse af og formidling via sociale medier. Denne del af undersøgelsen er foretaget gennem observation af Videnskab.dks profiler samt deres aktivitet og indhold på de forskellige platforme i perioden 15.-22. august 2022:

- Twitter: Profilerne *@Videnskabdk*, *@forskerzonen* og *@CFFormidling*
- Facebook: Profilen *Videnskab.dk* samt Facebookgruppen *Red Verden*
- Instagram: Profilerne *Videnskabdk*, *tjek_* og *brainstorm.podcast*
- YouTube: *Videnskab dk*, *Forskerzonen* og *Tjek_*
- LinkedIn: Profilen *Videnskab.dk*

Endvidere omfatter analysen også analyse af nedenstående materiale vedrørende Videnskab.dks nyhedsbreve og deres versionering af artikler til andre medier. Dette materiale er fremsendt af Videnskab.dk:

- Tre udgaver af hvert af Videnskab.dks otte forskellige nyhedsbreve (Historie, Rummet, Red Verden, Krop og Sundhed, Hjernen, Nyheder fra Videnskab.dk, Forskerzonen og Center for Faglig Formidling)
- Fem eksempler på Videnskab.dks versionering af artikler til Ritzau Ekstra/Ekstra Bladet
- Fem eksempler på Videnskab.dks versionering af artikler til Ritzau Plus
- Tre eksempler på Videnskab.dks versionering af artikler til ugebladet Ude og Hjemmes faste helsidessektion *Vidste du det?*

BILAG 2: METODEGRUNDLAG FOR INTERVIEWS MED MEDIEAKTØRER

Undersøgelsen af, hvordan medieaktører oplever og bruger Videnskab.dk, er baseret på en række interviews med forskellige medieaktører. For at opnå en spredning i de foretagne interviews valgte vi at tale med relevante journalister/redaktører fra Politiken, Jyllands Posten, Kristeligt Dagblad, Weekendavisen, Radio 4, TV 2, DR samt Aarhus Stiftstidende. Da hver samtale ledte til mange forskellige underspørgsmål, kan følgende interviewguide blot ses som et afsæt for en længere diskussion af hvert enkelt emne.

Tema	Interviewspørgsmål
Indledning	Vil du kort præsentere dig selv og din rolle?
Kendskab	- Kender du til Videnskab.dk? - Hvad er din oplevelse af mediet?
Brug	- Hvornår brugte du sidst en historie fra Videnskab.dk? Hvordan brugte du den? - Hvad var din oplevelse? - Hvordan kan du bruge Videnskab.dk i dit arbejde? - Hvis du udvælger en historie fra Videnskab.dk, hvilke kriterier bruger du så?
Indtryk	- Kig gerne på videnskab.dk websiden lige nu – hvordan oplever du hjemmesiden? - Hvilke historier på hjemmesiden, synes du, er spændende lige nu? Hvordan kunne de være relevante eller inspirerende for dit medie?

BILAG 3: METODEGRUNDLAG FOR FELTSTUDIE HOS VIDENSKAB.DK

Undersøgelsen af redaktionen Videnskab.dk er udført gennem både et dagslangt minifeltstudie og en række interviews med journalister og redaktører. Der blev i alt interviewet 8 forskellige ansatte på redaktionen. Interviews blev foretaget fysisk henholdsvis på redaktionen, i mødelokalet, på frokost-terrassen og under en 'walk and talk'.

Da feltstudiet var af antropologisk karakter, var spørgsmålene i følgende spørgeguide blot et afsæt for en længere diskussion af hvert enkelt emne.

Tema	Interviewspørgsmål
Indledning	Vil du kort præsentere dig selv og din rolle på redaktionen?
Positionering på redaktionen	- Hvad laver du på redaktionen? /hvordan ser en normal arbejdsdag ud for dig? - Hvor længe har du arbejdet her? - Hvem samarbejder du med på redaktionen? - Hvad er din uddannelsesmæssige baggrund?
Nyhedsværdier	- Hvad er en god nyhedshistorie for dig? - Hvad er en særlig god Videnskab.dk historie for dig? - Hvad er den bedste historie på Videnskab.dk, du har lavet? - Fortæl mig om den historie, du arbejder på lige nu? - Hvordan finder du på en ny historie?
Målgruppeforståelse	- Hvem laver du dine historier til? - Har du en særlig læser du tænker på, når du skriver dine historier? (beskriv gerne) - Tænker du på din målgruppe, når du skriver, er der særlige historier, ord eller vendinger, du tænker passer bedst til din målgruppe?

Formål med Videnskab.dk	• Hvordan ville du beskrive Videnskab.dk til én, der ikke kendte til mediet? • Til de, der har været ansat fra start: Fortæl mig om starten, hvad var årsagen til, at Videnskab.dk blev til/hvad var dit eget drive i starten? • Hvad ser du som Videnskab.dks rolle i mediebilledet? • Hvad tænker du, er Videnskab.dks nærmeste konkurrenter?
-------------------------	---

BILAG 4: METODEGRUNDLAG FOR INTERVIEWS MED FORSKERE

Undersøgelsen af, hvordan forskere oplever samarbejdet med Videnskab.dk, er baseret på en række interviews med forskere. For at finde en vis geografisk og forskningsmæssig spredning har vi talt med forskere fra flere forskellige institutter og universiteter og med vidt forskellige fagområder.

I forbindelse med undersøgelsen har vi talt med en række forskere. Rapportens analyser bygger dog primært på længerevarende telefoninterviews med tre udvalgte forskere.

Da hver samtale omhandlede vidt forskellige forskningsemner, er de følgende spørgsmål blot brugt som et afsæt for en længere diskussion af hvert enkelt emne.

Tema	Interviewspørgsmål
Indledning	• Vil du kort præsentere dig selv?
Kendskab	• Hvad kender du til Videnskab.dk? • Hvordan oplever du mediet?
Samarbejde	• Har du oplevet at være brugt som kilde i en historie på Videnskab.dk? • Hvordan var din oplevelse? ○ Hvordan oplevede du journalisten tilgang, vidensgrundlag, grundighed mv.? • Var det anderledes at være en del af en historie for Videnskab.dk, end det har været at medvirke i journalistiske historier hos andre medier? ○ Hvordan? • Har du lavet flere historier med Videnskab.dk? ○ Fortæl mig om den sidste historie, du samarbejdede med Videnskab.dk om?

	• Hvordan var responsen fra dine fagfæller og din omverden til de artikler, du deltog i?
Formål med at være en del af Videnskab.dk?	• Hvorfor valgte du at stille op til at samarbejde/blive interviewet af/skrive for Videnskab.dk • Ville du lave andre artikler for/med Videnskab.dk igen?
Brug af mediet	• Hvordan bruger du selv Videnskab.dk? Læser du selv historier på Videnskab.dk?

BILAG 5: METODEGRUNDLAG FOR UNDERSØGELSE AF ELEVER OG LÆRERE

Undersøgelsen af lærere og elever i gymnasieskolen og udskolingen er tilrettelagt i to faser. I første omgang er der foretaget interviews med lærere og elever fordelt på tre forskellige skoler – fordelingen er beskrevet nærmere nedenfor inklusiv de anvendte interviewguides.

Med afsæt i interviewundersøgelsens data har vi i undersøgelsens anden fase gennemført en spørgeskemaundersøgelse blandt lærere og elever i udskolingen og gymnasieskolen. Der er i den forbindelse blevet udsendt mails med opfordring til at dele links til spørgeskemaer til over 45 folkeskoler og gymnasier (både STX, HHX og HTX), som var udvalgt med henblik på at sikre geografisk spredning og forskellige typer af skoler.

Interviews med elever	
3 fokusgruppeinterviews:	
- 1 folkeskole: 7 elever fra 9. klasse. - 1 STX-gruppe: 5 elever fordelt på alle tre årgange. - 1 HTX-gruppe: 7 elever fra anden årgang.	
Tema	Interviewspørgsmål
Indledning	• Vil I kort præsentere jer selv?
Informationssøgningsadfærd - i skoletiden	• Hvor søger I faktuel viden ifbm. skolearbejde? • Når I søger faktuel viden på nettet ... hvilke sider bruger I så? ... hvilken rolle spiller de forskellige steder? • Er der forskel på, hvor I søger viden ift. hvilket fag, det drejer sig om?

Videnskab.dk	• Kender I Videnskab.dk? • Hvis ja – Bruger I det? Og i så fald hvordan? • Hvis I har kigget på det til i dag... Hvad er jeres umiddelbare tanker? • Er I stødt på Videnskab.dk andre steder end selve hjemmesiden? ◦ Sociale medier? • Hvordan oplever I Videnskab.dk? • Hvilken rolle Videnskab.dk spiller i videnstilegnelse og undervisning?
Troværdighed	• Tænker I over, hvor den viden, I bruger, kommer fra? ◦ Hvor har I de refleksioner fra? Indlejret i undervisningen? • Hvad med troværdighed? Tænker I over det? • Hvad kigger I efter for at finde ud af, om en kilde er troværdig? • Har I i undervisningen haft om, hvordan man søger (faktuel) viden? • Lærer I om, hvad der er gode og dårlige kilder? • Spiller troværdighed en anden rolle i skolearbejdet end i fritiden? • Hvad tænker I fx om, at youtubere laver videoer for en platform som Videnskab.dk
Informationssøgningsadfærd - i fritiden	• Er der forskel på, hvordan I søger informationer/viden i og uden for skoletiden? • Har I interesser i jeres fritid, som I søger viden om?

Interviews med lærere

5 interviews:

- 1 folkeskolelærer, der underviste i biologi-geografi-fysik/kemi.
- 2 STX-lærere, der underviste i bioteknologi-biologi-idræt og samfundsfag-psykologi.
- 2 HTX-lærere, der underviste i idehistorie-samfundsfag og kemi-biotech-biologi.

Tema	Interviewspørgsmål
Indledning	• Vil du kort præsentere dig selv? • Hvilke fag, underviser du i?
Informationssøgningsadfærd	• Hvor søger du selv viden til din undervisning? • Hvilke kilder bruger du? • Hvordan rammesætter du dine elevers videnssøgning? • Introducerer du forskellige kilder til dem? • Hvor meget fylder de digitale kilder? • Hvilke digitale sites anvender du i din undervisning? • Er der forskel på, hvilke videnskilder du anvender i dine forskellige fag?
Videnskab.dk	• Kender du Videnskab.dk? ◦ Hvis ja -bruger du det? ◦ Hvis nej - hvorfor? • Ved du, hvad de laver? • Hvordan oplever du Videnskab.dk? • Hvad tænker du om, at man udfolder sig på andre platforme så som Facebook, YouTube og Instagram?
Troværdighed	• Hvor meget tænker du over troværdighed? • Og hvordan taler du med dine elever om troværdighed?

BILAG 6: METODEGRUNDLAG FOR NETVÆRKSANALYSE

Den foretagne netværksanalyse af videnskab.dks placering i det danske web er baseret på data fra Netarkivet, der rummer data om hele den danske del af internettet. Herfra har vi fået information om hyperlinks på danske hjemmesider til og fra videnskab.dk. Ved at foretage linkanalyser af videnskab.dk undersøges sitet som del af et netværk og ikke som en isoleret størrelse på det danske web.

Analysen bygger på fire primære bestanddele:

- statistik af *anta*/links til og fra videnskab.dk, herunder også hvilke websites, der linker til/linkes fra, baseret på optælling af links til/fra videnskab.dk,
- netværksanalyse af videnskab.dks placering i linknetværket i sine nære omgivelser (en iteration), baseret på optælling af links til/fra videnskab.dk,
- statistik af *anta*/links til og fra videnskab.dk, herunder også hvilke websites, der linker til/linkes fra, baseret på søgning af, *hvor* videnskab.dk nævnes på hele det danske web,
- netværksanalyse af videnskab.dks placering i linknetværket i sine nære omgivelser (en iteration), baseret på hvor videnskab.dk nævnes,
- sammenligning af (1) og (3) samt (2) og (4):
 - o er det de samme websites, der linker til videnskab.dk, som også nævner websitet og linker til det?
 - o hvilke forskelle og ligheder er der mellem det netværk, videnskab.dk indgår i, alt efter om netværket laves alene ud fra hyperlinks eller ud fra, hvor videnskab.dk omtales + hyperlinks?

Tidsmæssig begrænsning

Netværksanalyserne er lavet på basis af udleveret materiale fra Netarkivet (identifikation og udleveringsformat er beskrevet nærmere i Udleveringsaftale af 14. juni 2022).

Da Netarkivet på et kalenderår har indsamlet det danske internet (.dk) 3-4 gange, så indgår der materiale fra hele kalenderåret. Det har som konsekvens, at linkanalysen får en udstrækning over tid på et år, selvom de enkelte links ikke har været til stede på samme tid. Et link til videnskab.dk, der var der i januar, figurerer i samme linkgraf som et link til videnskab, der var der i december, til trods for at de ikke nødvendigvis har været der samtidig.

Analytisk tilgang

Analysen bygger på netværksteori og -analyse, hvis hovedpointe er at identificere værdien af en given entitet ud fra dennes relation til andre entiteter og ikke ud fra entitetens indre værdier. Det betyder, at en netværksanalyse primært siger noget om, at der er en relation, og eventuelt også noget om, hvad der kendetegner relationen. Men det, hvorimellem der er en relation, kan den i sig selv ikke sige noget om. Vil man vide mere om entiteterne, må man anvende andre metoder, fx forskellige former for tekstanalyser, interviews, observationer og lignende.

BILAG 7: UDBUDSBESKRIVELSE AF EVALUERINGSOPGAVEN

På de følgende syv sider bilægges det materiale, der beskrev udbuddet af nærværende evalueringsopgave.



Udbud af Evaluering af Forskningsportalen Videnskab.dk

1. Indledning

Uddannelses- og Forskningsstyrelsen (UFS) ønsker med dette udbud at få tilbud på med at udføre en evaluering af forskningsportalen Videnskab.dk.

Opgaven udbydes i medfør af § 193, stk. 1, nr. 2 i udbudsloven¹.

2. Bilag

- Bilag 1: Udkast til kontrakt evaluering af Videnskab.dk

3. Baggrund

Tidligere Videnskabsminister Helge Sander nedsatte i maj 2003 *Tænketanken vedrørende forståelse for forskning* med henblik på at give befolkningen et bedre indblik i og forståelse for forskningens betydning i det moderne vidensamfund samt at øge interessen for forskning. Tænketanken lagde i sine anbefalinger vægt på behovet for at skabe nye veje mellem forskningsverdenen og befolkningen. Den dengang benævnte forskningsportal forskning.dk [2008], som senere blev til Videnskab.dk [2009] — dog med samme formål — skulle således være med til at brolægge denne vej. Det er dermed ud fra [disse](#) anbefalinger, at den nationale forskningsportal og det uafhængige webmedie Videnskab.dk udspringer.

Tænketankens arbejde rettede sig blandt andet mod kommunikation af forskning til den brede offentlighed. Det vil sige kommunikation af videnskabelige resultater, arbejdsmåder og holdninger inden for et specialiseret forskningsfelt til personer uden for feltet. Dette er ligeledes reflekteret i Videnskab.dk's formål om at formidle viden om forskning til den brede befolkning og særligt de unge samt at skabe interesse for videnskab og bidrage til en bredere forståelse i samfundet for, at forskning og udvikling er en af grundstenene i vores vidensamfund. Dette formål rummer ydermere at ruste befolkningen til at agere i samfundet ved at bringe videnskaben i spil i den offentlige bevidsthed og synliggøre forskningens betydning, og, herunder, at højne den videnskabelige dannelse og skærpe borgernes kritiske sans. Målet er — groft sagt — at gøre det populært at vide noget. Kernemålgruppen for Videnskab.dk er de unge, der er ved at vælge vej i livet. I bredere forstand er det alle videbegærlige borgere.

Uddannelses- og Forskningsstyrelsen har ydet tilskud til Videnskab.dk i hele dens levetid, som nu snart runder de 15 år. Der er imidlertid ikke foretaget en egentlig evaluering af Videnskab.dk med henblik på at blive klogere på, hvorledes Videnskab.dk lever op til sit formål. Evalueringen skal således bidrage med et kendskab til, hvorledes Videnskab.dk lykkes med at formidle viden om forskning til den brede befolkning og særligt de unge. Evalueringen skal ikke komme med egentlige anbefalinger.

¹ Jf. lov nr. 1564 af 15. december 2015 med senere ændringer.



4. Den ordregivende myndighed

Den ordregivende myndighed er:

Uddannelses- og Forskningsstyrelsen
Haraldsgade 53
2100 København Ø
Web: www.ufm.dk

5. Tilbudsfrister og andre vigtige forhold omkring udbuddet

Tilbud på gennemførelse af opgaven skal være UFS i hænde senest 2. maj 2022 kl. 23:59.

Tilbud bedes fremsendt til UFS som et pdf-dokument per e-mail til fuldmægtig Katrine Bisgaard til mail kbi@ufm.dk og til fuldmægtig Nynne Lucca Christiansen nlc@ufm.dk.

Uddannelses- og
Forskningsstyrelsen

Alle henvendelser, herunder spørgsmål, bedes rettet til kontaktpersoner i UFS Katrine Bisgaard og Nynne Lucca Christiansen.

Af hensyn til muligheden for at kunne svare på evt. spørgsmål til alle interesserede opfordres der til, at foreløbig interesselikvidation fremsendes senest 8. april med angivelse af e-mail, hvortil UFS kan fremsende spørgsmål/svar.

Spørgsmål vil blive besvaret skriftligt, og såvel spørgsmål som svar vil i anonymiseret form blive tilsendt de tilbudsgivere, der har fremsendt foreløbig interesselikvidation. Spørgsmål forventes besvaret løbende. Spørgsmål stillet senest den 20. april vil blive besvaret senest den 26. april. Spørgsmål stillet efter den 26. april kan alene forventes besvaret summarisk.

Den økonomiske ramme for løsning af opgaven er på 300.000 DKK ekskl. moms.

UFS skal gøre opmærksom på, at to virksomheder er blevet bedt om at afgive tilbud.

UFS kan efter den 2. maj vælge at indgå i forhandling med de tilbudsgivere, der har afgivet konditionsmæssigt tilbud. Hvis UFS vælger at indlede forhandlinger, vil alle de relevante tilbudsgivere blive inviteret individuelt. Efter en forhandlingsrunde vil de enkelte tilbud blive revurderet baseret på forhandlingerne.

UFS træffer herefter afgørelse om, hvilken tilbudsgiver der har afgivet det for UFS økonomisk mest fordelagtige tilbud, jf. afsnit 9. Samtlige tilbudsgivere vil hurtigst muligt og samtidigt blive orienteret skriftligt om resultatet.

Eventuelle forbehold for dele af udbudsmaterialet skal angives klart. Der kan ikke tages forbehold for grundlæggende elementer eller forbehold, der ikke kan prissættes.

Det bemærkes, at der ikke er en juridisk bindende aftale eller løfte herom, før kontrakten er underskrevet. Kontrakt indgås på baggrund af UFS' standardkontrakt, vedlagt som bilag [1].



6. Opgavebeskrivelse

6.1 Analyseindhold

Det skal undersøges i hvilken grad Videnskab.dk lever op til førnævnte formål. Det gøres ved at undersøge følgende parametre:

- Hvorledes Videnskab.dk skaber interesse for videnskab og bidrager til en bredere forståelse af forskning i samfundet
- Hvorledes Videnskab.dk lykkes med at skabe interesse for forskningen hos unge
- Hvorledes Videnskab.dk leverer indhold til andre medieplatforme
- Hvorledes Videnskab.dk's organisering, herunder forankringen på DMJX, understøtter dens formål

Nedenfor er angivet en række dimensioner, som kan være retningsgivende for en undersøgelse af ovenstående parametre. Dimensionerne er vejledende og er som følger: journalistisk output, udbredelse, organisering og videnskabelig dannelse.

Uddannelses- og
Forskningsstyrelsen

Formidle viden om forskning til den brede befolkning og særligt de unge

Journalistisk output	Udbredelse	Organisering	Videnskabelig dannelse
Fx. • Output af artikler • ForskerZonen • Nyhedsbreve • Tiltag rettet mod unge • Nyere formidlingsformer, herunder SoMe, podcast, YouTube, etc.	Fx. • Hjemmeside (oprindelige platform), SEO, webudvikling • SoMe • Citater og mediepartnere • Brug blandt børn og unge	Fx. • Center for Faglig Formidling • Redaktionel drift og strukturering – evt. ledelsesstruktur • Strategiarbejde • Indtægtsgivende virksomhed • Hjemtag af eksterne midler	Fx. • Skærpelse af kritisk sans • Konkrete tiltag

Journalistisk output

I henhold til denne analysedimension kan formater for Videnskab.dk's journalistiske output undersøges. Analysen kan endvidere beskæftige sig med følgende – uden dog at være begrænset hertil: kvantiteten [antal], indhold og læsertal af artikler skrevet af Videnskab.dk's egne journalister; hvilke redaktionelle parametre Videnskab.dk har opstillet for den journalistiske kvalitet; hvilke overvejelser, der ligger til grund for Videnskab.dk's skærpede fokus på grundighed og perspektivering i sin indholdsproduktion frem for produktionen af hurtigere nyheder, og hvad der



har foranlediget denne prioritering; specifikke journalistiske tiltag såsom Forsker-Zonen, hvor forskere skriver artikler til Videnskab.dk med journalistik sparring og vejledning; tematiserede nyhedsbreve; journalistiske tiltag rettet specifikt mod de unge samt nye formidlingsformer, herunder SoMe, podcast, YouTube, etc.

Udbredelse

Med analysedimensionen *Udbredelse* menes der, hvorledes Videnskab.dk fremmer kendskabet til og interessen for portalen, samt i hvor høj grad portalen lykkes med at nå unge brugere og læsere. I forbindelse hertil kan parametre såsom webudvikling, benyttelse af *search engine optimization* (SEO), trafik og brugere eksempelvis undersøges. Ligeledes kan det analyseres, hvorledes og hvorvidt SoMe anvendes strategisk til at skabe interesse for og trafik til portalen, hvilke overvejelser, der gik forud for indsatsen, hvilke overvejelser og succesparametre Videnskab.dk har i henhold til brugen heraf, og om Videnskab.dk har identificeret specifikke udfordringer, som har afstedkommet indsatsen. Der kan ydermere ses på, hvorledes brug af SoMe skaber interesse for Videnskab.dk's andre journalistiske formater, eksempelvis podcast, YouTube m.v. Hertil kan kvantitativ data eksempelvis anvendes fra Videnskab.dk's slutrapporter.

Videnskab.dk har ydermere en aktiv distributionsstrategi, og det kan således undersøges i hvilket omfang Videnskab.dk leverer indhold til andre medieplatforme – både som citathistorier samt som inspiration til artikler eller radio/tv-indslag om forskning samt hvilke kriterier Videnskab.dk har opstillet for denne strategi.

Uddannelses- og
Forskningsstyrelsen

Organisering

I relation hertil kan det blandt andet undersøges, hvorledes Videnskab.dk's organisering, herunder forankringen på DMJX, understøtter dens formål. I denne forbindelse kan det være relevant at evaluere Videnskab.dk's Center for Faglig Formidling, der blev etableret i 2018. Centeret har at gøre med de aktiviteter, der ikke er direkte relateret til den daglige mediedrift, herunder udviklingsaktiviteter, fundraising og indtægtsdækket virksomhed. Hertil kan det undersøges, hvilke succesparametre og ambitioner Videnskab.dk har for denne organisering samt hvilke overvejelser, der har været forud for etablering af centeret. Evalueringen kan ydermere beskæftige sig med, hvorledes der arbejdes strategisk og målrettet med at øge soliditeten og effektivisering af særligt den indtægtsgivende virksomhed, samt hvorvidt den redaktionelle drift og strukturering understøtter arbejdet hermed.

Videnskabelig dannelse

Videnskab.dk betoner sin ambition om at højne den videnskabelige dannelse, hvorfor det er relevant at undersøge, hvorledes Videnskab.dk lever op til denne bestræbelse.

I 2018 udarbejdede Videnskab.dk første udgave af manifestet "5 spørgsmål du bør stille dig selv, når du læser om forskning". Dette var første skridt i en flerårig indsats for at højne den videnskabelige dannelse og skærpe den kritiske tænkning, og der arbejdes fortsat med forankringen af manifestets centrale pointer i indholdet på Videnskab.dk. I forbindelse hertil kan det undersøges, hvad der foranledigede et skærpet fokus herpå, samt hvilke yderligere tiltag Videnskab.dk har iværksat for at efterleve førnævnte ambitioner.

Tænketanken vedrørende forståelse for forskning identificerede desuden en diskrepans mellem journalister og forskere. Mens nogle forskere oplever, at medierne



forsimpler forskningen unødigt meget i lakoniske og rudimentære udlægninger, så er der på den anden side en opfattelse i medieverden af, at forskerne har svært ved at fatte sig uden forbehold og i korthed. På baggrund heraf kan det derfor undersøges, hvorledes Videnskab.dk håndterer og balancerer denne udfordring.

6.3 Metode

Som nyhedsmedie følger Videnskab.dk nøje mediets besøgstal, citationer mv. Der foreligger derfor allerede kvantitativt materiale til evaluering af mediet. Herudover er der også behov for kvalitativt materiale til evaluering af Videnskab.dk. Følgende metoder kunne anvendes i evalueringen af Videnskab.dk:

- Interviews med folkeskoleelever/lærere og gymnasieelever/lærere
- High level interviews med redaktører på andre medieplatforme
- Fokusgruppeinterviews
- Kvalitativ indholdsanalyse
- Kendskabsmåling
- Kendskabsmåling blandt målgruppen
- Analyser af søgestrengte på eks. infomedia med henblik på at finde citationer
- Surveys til folkeskoler og gymnasier

Uddannelses- og
Forskningsstyrelsen

Der foreligger allerede kvantitativt materiale fra Videnskab.dk - eks. data på antal besøgende samt fordelingen af besøgende på demografiske variable såsom alder. Dette vil kunne udleveres til en tilbudsgiver. Rapporten vil kunne bestå af deskriptiv statistik med information om antal besøgende og citationer suppleret med kvalitativt data eks. interviews.

6.4 Leverancer

Rapporten skal leveres korrekturlæst på enten engelsk eller dansk. Såfremt rapporten skrives på engelsk, skal den forsynes med et executive summary på dansk. Er den på dansk, skal dette være på engelsk. Rapporten forventes at være på mellem 20 og 30 sider.

I tilbudsbeskrivelsen skal leverandøren afse tid og ressourcer til at præsentere rapporten for UFS.

7. Formkrav til udformning af tilbud

Tilbuddet forventes maksimalt at fylde 10 sider ekskl. bilag.

For at lette sammenligningen og for at sikre en ligelig behandling af de indkomne tilbud opfordres tilbudsgiver til at følge nedenstående disposition:

Tilbudsbeskrivelse

- Kontaktoplysninger
 - Virksomhedens navn
 - Kontaktperson
 - Adresse
 - Telefonnummer og e-mail (hvortil korrespondance vil blive rettet)
- Beskrivelse af løsningsforslag

Bilag

- Tids- og aktivitetsplan med udgangspunkt i tentativ tidsplan



- Betalingsplan hæftet op på milepæle

8. Evaluering af indkomne tilbud

Det overordnede kriterium for evalueringen af de indkomne tilbud er det økonomisk mest fordelagtige tilbud med nedenstående underkriterier:

- Kvalitet af løsningsbeskrivelse: 40-50 pct.
- Kompetencer og bemanning: 35-45 pct.
- Pris: 10-20 pct.

Hvert af underkriterierne indgår i den samlede bedømmelse. Den tilbudsgiver, der har afgivet det for UFS økonomisk mest fordelagtige tilbud, vil herefter blive udpeget til at løse opgaven.

Kvalitet af løsningsbeskrivelse

Der lægges ved dette kriterium vægt på:

- Tilbudsgivers forståelse af evalueringen og Videnskab.dk's formål, samt fokuseringen og operationaliseringen af opgaven i henhold til opgavebeskrivelsen.
- Tilbudsgivers evne til at komme med velargumenterede overvejelser om kvalitative og kvantitative metoder.
- Der lægges positivt vægt på tilbudsgivers prioritering af at inddrage ordregiver i et relevant og rimeligt omfang eksempelvis gennem statusmøder.

Uddannelses- og
Forskningsstyrelsen

Kompetencer

Der lægges ved dette kriterium vægt på:

- Kompetencerne i bemanningen dokumenteret afspejler erfaring med samtlige metoder, løsningsbeskrivelsen indeholder.
- Kendskab til det danske medielandskab.
- Teamet kan dokumentere flydende dansk- eller engelskkundskaber, samt gode skriftlige formidlingsevner. Størstedelen af dokumenterne fra udbydsgiver vil være på dansk, hvorfor tilbudsgiver skal kunne læse dokumenter på dansk eller have beregnet udgifter til oversættelse i tilbudsprisen.
- Dokumenteret erfaring med lignende evalueringsopgaver.

Pris

Der lægges ved dette kriterium vægt på den laveste pris.

- Forholdet mellem den samlede pris og ydelse i de indhentede tilbud
- Timepriser fordelt på medarbejderkategorier
- Det samlede antal timer, som tilbudsgiver stiller til rådighed, fordelt på medarbejderkategorier

9. Tentativ tidsplan

Dato	Aktivitet
1. april 2022	Annoncering af udbud



8. april 2022	Tilkendegivelse af interesse
25. april 2022	Frist for spørgsmål
2. maj 2022	Tilbudsfrist
23. maj 2022	Kontraktunderskrift
Ultimo maj 2022	Møde mellem UFS og leverandør
Ultimo august 2022	Første udkast til rapport
Medio september 2022	UFS giver bemærkninger til første udkast til rapport
Ultimo september 2022	Andet udkast til rapport
Medio oktober 2022	UFS giver bemærkninger til andet udkast til rapport
Medio november 2022	Tredje udkast til rapport
Ultimo november 2022	Præsentation af rapport for UFS
Medio december 2022	Endelig evalueringsrapport