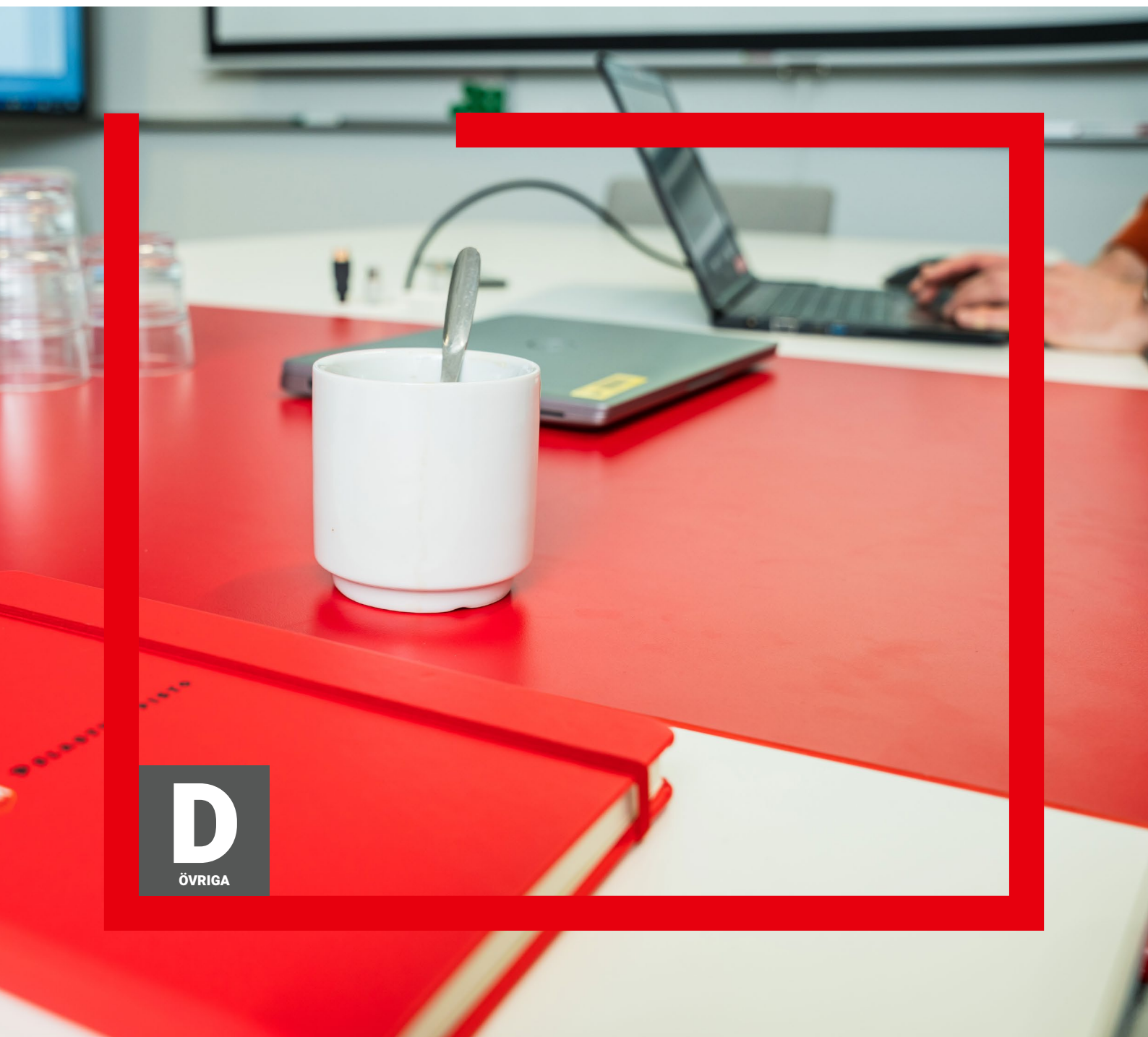




PELASTUSOPISTO
RÄDDNINGSTINSTITUTET

Kommunicera effektivt

Handbok för forskningskommunikation inom räddningsbranschen



D

ÖVRIGA

Kommunicera effektivt

**Handbok för forskningskommunikation
inom räddningsbranschen**

Räddningsinstitutets publikation
Serie D: Övriga
2/2024

ISBN 978-952-7217-78-8 (pdf)
ISSN 2342-9305 (pdf)

Pelastusopisto
PL 1122
70821 Kuopio
www.pelastusopisto.fi

Layout: PunaMusta Oy, Innehålls- och planeringsservice
Omslagsbild: Räddningsinstitutet

Innehåll

Till läsaren	5
Högklassig kommunikation genom planering	6
Finansiering.....	6
Checklista för forskningskommunikation	7
Mål	7
Mätare.....	8
Från målsättningar och mätning till utvärdering av effektiviteten	8
Kärnbudskap, innehåll och termer.....	9
Mål- och intressentgrupper	10
Tidtabeller.....	11
Roller och resurser.....	11
Kanaler.....	12
Forskningspublikationer.....	12
Möten.....	13
Journalism och pressmeddelande	13
Sociala medier.....	14
Etiskhet är grunden för lyckad forskningskommunikation	15
Etisk bedömning av forskning.....	15
Ansvarsfull forskning innebär omsorgsfullhet i hanteringen av forskningsmaterial	15
Ansökan om forskningstillstånd är en del av ansvarsfull forskningskommunikation.....	16
Transparens och öppenhet är en del av forskningen.....	16
Risker och möjligheter i artificiell intelligens är viktiga att beakta	17
Beaktande av lagstiftning är en del av tillförlitlig forskningskommunikation	18
Lag om offentlighet i myndigheternas verksamhet, dvs. offentlighetslagen	18
Upphovsrättslagen	18
Dataskyddslagen.....	18
EU:s tillgänglighetsdirektiv och lagen om digitala tjänster	19
Kom ihåg kommunikationen även när forskningen avslutas	20
Källor och länkar	23
Publicerade källor som använts i handboken	23
Opublicerade källor som använts i handboken.....	23
Nyttiga nätkurser	23
Andra nyttiga länkar för forskningskommunikation.....	24
Bilagor	25
BILAGA 1: Mål- och intressentgrupper för räddningsbranschens forskning och forskningskommunikation	25

Till läsaren

Syftet med denna handbok är att underlätta vardagen och ge grundläggande information för en fungerande forskningskommunikation inom räddningsbranschen. Budskapet i handboken är **mindre är mer**. Ju mer det är möjligt att gallra bort och förtydliga i planeringskedet, desto lättare är kommunikationen under hela processen.

Kommunikation utgör en av forskarens nyckelfärdigheter och en del av forskningsarbetet. Kunskap är makt, särskilt när den delas. Enbart delad information räcker inte för att garantera förtroende: mottagaren måste också kunna lita på den som delar informationen. Här har kommunikationen en viktig uppgift.

Forskning som producerats med offentlig finansiering är gemensam i en demokrati. Tillgång till information är en grundrättighet. I en föränderlig säkerhetsmiljö ökar behovet av tillförlitlig och forskningsbaserad information.

Syftet med forskningskommunikationen är att nå sin målgrupp och stärka eller förändra målgruppernas tänkande och verksamhet. Med hjälp av effektiv kommunikation omvandlas information till verksamhet. En lyckad forskningskommunikation ökar till exempel mediernas intresse för de fenomen som undersöks samt för forskningsresultatet.

Transparent kommunikation och öppen växelverkan stärker förtroendet för forskaren, forskningsprocessen, forskningsresultaten och besluts-

fattandet. Kommunikationen ökar den öppna diskussionen och förståelsen för de ärenden som är föremål för beslutsfattandet samt stärker kvaliteten på beslutsfattandet.

Denna handbok är en allmän introduktion till forskningskommunikation inom räddningsbranschen. Målet är att erbjuda verktyg för kommunikation om forskningsdata särskilt ur räddningsbranschens synvinkel.

Med projekt avses i denna handbok ett forskningsprojekt som ofta har extern finansiering. Dessutom behandlar handboken bland annat utnyttjandet av artificiell intelligens i forskningskommunikationen samt etiska och lagstiftningsmässiga frågor inom forskningskommunikationen.

Handboken har utarbetats inom utvecklingsprojektet Tutkimustulokset timanteiksi, tiedoksi ja toiminnaksi (4T) 2022–2024 som förvaltas av Räddningsinstitutet och finansieras av Brandskyddsfonden. Som bakgrundsmaterial har bland annat dokument från inrikesministeriets och Räddningsinstitutets arbetsgrupper och nätverk använts. Källhänvisningar används inte i brödtexten, men källorna finns listade i slutet av handboken.

Vi önskar dig givande stunder inom räddningsbranschens forskningskommunikation!

Högklassig kommunikation genom planering

Forskningskommunikationen är en väsentlig del av forskarens arbete under hela forskningsprocessen. Det är viktigt att beakta kommunikationen redan när själva forskningsprojektet ännu är på idé- och tankenivå.

När arbetet endast ännu är på tankenivå är det viktigt att diskutera med de parter som beslutar om främjandet av forskningsprojektet. Dessa är bland annat representanter för den egna organisationen och arbetets eventuella handledare. En del av finansierarna rekommenderar att presentera projektidén för dem redan innan ansökan utarbetas och projektkonsortiet samlas.

När du kommunicerar idén och tanken till dina målgrupper, fundera till exempel på följande frågor:

- Vad vet man om ämnet redan? Vad har man gjort i anslutning till ämnet? Vad planeras i anslutning till ämnet?
- Hur skulle du sammanfatta nyttan av idén och undersökningen för de målgrupper vars bifall du behöver? Varför är idén betydelsefull för din organisation och finansieraren?
- Vilka är utgångsmålen för undersökningen? Hur svarar man på målen?
- Har idén kommersiell potential eller möjlighet till produktutveckling? Är det nödvändigt att patentera idén?
- Vilka potentiella samarbetspartner och intressentgrupper skulle forskningen ha?
- Hur kan den tänkta målgruppen utnyttja forskningsresultaten?

När man funderar på motiveringarna kan forskningens relevans granskas till exempel med hjälp av PESTLE-referensramen. När man kan motivera nyttan av forskningen ur alla dessa synvinklar har man redan kommit långt:

- P = Political reasons (politiska faktorer)
- E = Economical reasons (ekonomiska faktorer)
- S = Social reasons (sociala faktorer)
- T = Technological reasons (tekniska faktorer)
- L = Legal reasons (rättsliga faktorer)
- E = Environmental reasons (miljöfaktorer).

Planeringen av kommunikationen hjälper till att hålla tidtabellerna och förtydliga kommunikationen utåt. Planering förebygger missförstånd, problem med arbetsfördelningen och överbelastning. Den stöder kommunikationen i enlighet med målsättningarna, målgrupperna och kärnbudskapen. Planering sparar tid och ger resultat senast i slutskedet av forskningsprojektet.

Det är bra att planera kommunikationen ända från början av arbetet och under hela processen. Planen kan vid behov uppdateras under arbetets gång.

**Forskringsfinansiär för
räddningsbranschen (på finska)**

Finansiering

Finansieringen är en central del av forskningen. Den fastställer gränserna för forskningen och dess budget. Finansieraren fastställer också ansökans innehåll och detaljer. Om finansieringen till exempel är inriktad på forskning i ledarskap utgår forskningen sannolikt också från ledarskap.

Utarbetandet av forskningsplanen och finansieringsansökan är forskningskommunikation, vars

Checklista för forskningskommunikation

1. **Mål:** Vilka är målen med kommunikationen och varför kommunicerar man?
2. **Mätare:** Hur mäter och utvärderar man hur väl kommunikationen och dess mål har uppnåtts?
3. **Bedömning av effektiviteten:** Hur granskar man kommunikationens effektivitet?
4. **Kärnbudskap, innehåll och termer:** Vad berättar vi och varför? Vad är det viktigaste målgruppen ska komma ihåg? Vilka termer, förkortningar och hashtaggar används i forskningsprojektet?
5. **Mål- och intressentgrupper:** Till vem eller vilka målgrupper kommunicerar vi och varför? Vilka är de interna och externa målgrupperna?
6. **Tidtabeller:** När produceras kommunikationen och varför just då?
7. **Roller och resurser:** Vem ansvarar för kommunikationen? Vilken roll har forskningsledaren, vilken roll har kommunikationen?
8. **Kanaler och nätverk:** Vilka kommunikationskanaler utnyttjas i kommunikationen? Vilka utnyttjas inte? Hur kan nätverken eventuellt delta i kommunikationen och varför?
9. **Etiska frågor:** Hurdana etiska perspektiv ingår i forskningskommunikationen? Hurdana forskningsetiska synvinklar är det viktigt att lyfta fram i kommunikationen?
10. **Lagstiftning:** Vilka lagar och skyldigheter styr forskningen och forskningskommunikationen?

mål är att övertyga mottagaren om undersökningens betydelse. När finansieringen har beviljats är det viktigt att beakta att finansören och andra väsentliga organisationer nämns i all kommunikation. Det är viktigt att följa finansörens praxis i frågor som gäller omnämnande av finansören och användningen av logotyper och varumärket.

Mål

Den första punkten i kommunikationsplaneringskedjet är kommunikationsmålet: vad är avsikten med kommunikationen? I forskningsprojekt stöder kommunikationsmålen i allmänhet projektets huvudmål.

Det är viktigt att omvandla målen till konkreta åtgärder. En enskild siffra eller publikation berättar ännu inte mycket. Det väsentliga är att veta och gestalta vilka mer omfattande mål som kommunikationen främjar.

Målet med forskningskommunikationen kan till exempel vara att öka kunskapen och diskussionen eller att fortsätta finansieringen av forskningsetemat. Dessa är dock ännu omfattande och allmänna mål som det är bra att dela i mindre bitar. Vad är

målet i praktiken? Är målet att finansörerna ska intressera sig för innehållet och uppleva det som viktigt? Eller strävar man efter att räddningsbranschen ska inkludera projektets eller undersökningens tema, produkter och resultat i sitt dagliga arbete?

Målet med kommunikationen kan också vara att väcka förtroende och främja engagemanget i projektet eller dess tema. Målet kan vara att få information om olika gruppers behov eller att utveckla verksamheten utgående från informationen.

Målen för kommunikationen bör fastställas konkret och realistiskt när det gäller temat och undersökningen i fråga. Allt behöver inte göras på en gång. **Mindre är mer** också inom kommunikationen. Det är bra att koncentrera sig på att göra det som projektet eller undersökningen möjliggör i praktiken på ett högklassigt och fungerande sätt.

Genom att använda **SMART-tekniken** kan man fastställa målen och mäta deras utfall. Enligt tekniken ska målen vara konkreta (specific), mätbara (measurable), genomförbara (achievable), nödvändiga (relevant) och tidsbundna (time bound).

Efter att målen har fastställts är det viktigt att upprätta mätare som kan mäta hur målen har uppfyllts. Mätarna behandlas i följande kapitel.

Mätare

Mätningen av kommunikationen visar hur kommunikationen och dess mål har lyckats. Om kommunikationen inte kan mätas är det svårt att motivera kommunikationens syfte. Det är viktigt att mätningen är regelbunden och systematisk, därför är det bra att anteckna mätarna redan i kommunikationsplanen.

Mätarna är kvalitativa eller kvantitativa. Kommunikationen kan mätas till exempel genom att följa upp räckvidden för eller reaktionerna på inlägg i sociala medier. Kvantitativa indikatorer (till exempel antalet publikationer, reaktioner eller använda kanaler) berättar ändå inte direkt om kommunikationens eller forskningens effektivitet. Enbart en granskning av siffrorna kan ge en vilseledande uppfattning om mätbara resultat. Till exempel kan ett enskilt inlägg i sociala medier vara mer effektivt än tio inlägg, och en enskild artikel som publicerats i journalistiska medier kan vara mer effektiv än tio artiklar som publicerats i andra medier.

Exempel på kvalitativa kommunikationsmätare är bland annat tonen i den offentliga diskussionen om undersökningen eller de åsikter som samlats in från målgrupperna genom intervjuer om hur kommunikationen lyckats. Det kan vara utmanande att fastställa kvalitativa mätare, men att begrunda dem hjälper att utveckla kommunikationen. Om målet är att få finansären att intressera sig för innehållet, hur mäter man hur väl detta lyckas? Kan fortsatt finansiering vara ett mått på framgång? Kan lyckad kommunikation innebära att projektet eller dess tema behandlas vid ett evenemang inom branschen?

Kort om termerna för mätning av kommunikation:

- Med **medieträff** avses en enskild nyhet som nämner temat som följs.
- **Mediesynlighet** beskriver den totala synligheten för en enskild sak (till exempel projekt, undersökning, varumärke, produkt) i medierna under en viss tidsperiod.

- **Pressmeddelandets genomslagskraft** innebär hur många gånger, var och ur vilken synvinkel en nyhet har gjorts utgående från pressmeddelandet.
- **Toppmedierna** är de nyhetskällor som har behandlat temat som följs mest under en viss (önskad) tidsperiod.
- **Förtjänad synlighet** innebär nyheter och omnämningar som inte är självproducerade, betalda eller sponsrade.

Ett enskilt tema kan till exempel få kvantitativa medieträffar, mediesynlighet och genomslagskraft via toppmedier, men om de inte är önskvärda eller förenliga med målen kan det finnas anledning att uppdatera kommunikationsplanen.

I vilket fall som helst är det alltid viktigt att komma ihåg kommunikationens främsta mål och vem eller vad som är dess målgrupp. Att man gillat ett inlägg berättar inte nödvändigtvis ännu om hur kommunikationen lyckats. Om målgruppen med hjälp av inlägget har hittat ett blogginlägg, besökt webbplatsen eller anmält sig till ett evenemang kan inlägget anses vara lyckat då det producerat reaktioner.

Det är också bra att beakta den egna organisationens praxis för hur användningen av kommunikationskanaler mäts. Man kan mäta hur väl den interna kommunikationen inom räddningsbranschen har lyckats till exempel genom att utreda hur väl informationen har nått räddningsverken och organisationerna på olika håll i Finland. I omfattande och långvariga helheter är det bra att dela upp målen för kommunikationen i små konkreta delmål som kan följas upp med hjälp av enskilda åtgärder.

Från målsättningar och mätning till utvärdering av effektiviteten

Med kommunikation eftersträvas alltid effektivitet. Utvärderingen av kommunikationen kan struktureras genom att dela upp saker i enlighet med målen och mätarna.

Tabell 1: Två exempel på mål, mätare, effektivitet och utvärdering.

Kategori	Mål	Mätare	Effektivitet	Utvärdering
Meddelandets genomslagskraft (kvantitativ)	Fem regionala och fem riksomfattande nyhetsrapporteringar utifrån meddelandet	Meddelandets genomslagskraft regionalt/ på riksnivå	Ämnet är synligt och diskuteras regionalt och nationellt	Hur uppnåddes resultatet, vad lyckades man med och vad borde man ha gjort annorlunda?
Ökad kunskap om hur metoden som räddningsbranschen utvecklat internt fungerar (kvantitativ och/eller kvalitativ)	Metoden som utvecklats inom projektet används vid alla räddningsverk (100 %)	Metodens användningsgrad vid räddningsverken (%)	Med hjälp av metoden kan räddningsverken handla effektivare	Hur används metoden, vilket påverkade införandet, blev den oanvänd någonstans, varför?

Det är bra att följa upp och utvärdera kommunikationen under hela forskningen. I projekten är det också bra att till exempel styrgruppen är medveten om projektets kommunikation och uppföljningen av den. Styrgruppens intressentgrupper och andra samarbetspartner som följer undersökningen på nära håll är också lämpliga att ge respons och utvecklingsförslag.

I takt med att projektet framskrider är det viktigt att utvärdera kommunikationens effekt och granska hur kommunikationen har lyckats i prak-

tiken. Hurdana korrigeringar har gjorts om något inte har fungerat?

Kärnbudskap, innehåll och termer

När forskningen inleds och i initialskedet av kommunikationsplaneringen är det viktigt att reflektera över kommunikationens kärnbudskap. Vad och hur vill man kommunicera om saken?

Inom räddningsbranschen finns olika facktermer och i planeringsskedet är det bra att dra upp riktlinjer för vilka termer som ska användas. Vill man undvika en viss term eller gör någon annan term lättfattligare? Talar man om räddningsbranschen eller räddningsväsendet, brandstationer eller räddningsverk? Hur används termer i samband med avtalsbrandkårer eller olika yrkesgrupper inom räddningsbranschen?

Enhetliga termer ger en tydlig bild av undersökningen. Termerna och språket förändras med tiden, så det är bra att fundera på vad man strävar efter med dem. Vill man att budskapet ska låta modernt, förstås internationellt eller väcka positiva föreställningar om ämnet? Även undersökningens namn är kommunikation: ett tydligt, lättförståeligt, intresseväckande namn som beskriver undersökningen stannar i minnet.

Välj ett kortfattat, tydligt, beskrivande och intresseväckande namn åt din forskning eller ditt forskningsprojekt. Överväg också hurdan förkortning som kunde bildas av namnet. Hur kan namnet användas som hashtag på sociala medier?

I kommunikationen beaktas också den egna organisationens och finansiärens anvisningar till exempel om ordval, ton och uttryck som används. Organisationerna ger ofta anvisningar om användningen av bilder och logotyper och annat marknadsförings- och presentationsmaterial.

När du väljer namn kan du färdigt fundera på eventuella förkortningar och hashtaggar. I hashtaggar är det bra att beakta lättillgängligheten: när publiken lägger till hashtaggen på listan de följer får de fram också alla kommande inlägg om ämnet. Därför är det bra om undersökningen har en egen, urskiljbar och genomgående hashtag.

Det är bra att testa termer genom att läsa dem högt, beakta förkortningarnas dubbelmening och komma ihåg de skandinaviska tecknen. Till exempel en term som **förmedla** ändras i det elektroniska språket till **formedla**. Betydelsen av till exempel termen **prevention** kan ändras om den förkortas till **prev**. Förkortningen **RV** kan innebära räddningsväsendet för de som arbetar inom räddningsbranschen, men på engelska hänvisar förkortningen ofta till en husbil (en: **recreational vehicle**).

Valen är en del av diskussionen om kärnbudskapen på samma sätt som själva kärnbudskapens övriga innehåll: vad vill man berätta om detta? Kärnbudskap som övervägts på förhand hjälper forskaren att producera innehåll effektivt och snabbt utan att behöva inleda kommunikationen varje gång från början. Kärnbudskapen sparar tid, förenhetligar kommunikationen och gör den konsekvent.

Det är också viktigt att säkerställa att undersökningen, dess kärnbudskap och resultat hittas på webbplatsen genom sökmotorerna. För detta behövs ofta sökmotoroptimering som till exempel den egna organisationens kommunikationssakkuniga kan hjälpa med.

En bra kommunikation berättar alltid en sak åt gången. Om det finns mycket att kommunicera är det bättre att skapa många kärnbudskap än att försöka packa allt i ett meddelande.

Mål- och intressentgrupper

I kommunikationen är det viktigt att dra upp riktlinjer för vem man ska kommunicera med och varför. Effektiv kommunikation är ur målgruppens synvinkel i allmänhet betydelsefull, överraskande, intressant, aktuell eller något som ligger varmt om hjärtat – eller flera av dessa. Dessa är också typiska nyhetskriterier för medierna, utifrån vilka man i redaktionerna beslutar om man ska ta tag i ämnet eller inte.

Mål- och intressentgrupper för forskare inom räddningsbranschen är inte en likasinnad grupp som följer samma kanaler eller beter sig i övrigt på samma sätt sinsemellan. Det man intresserar sig för och förväntningarna på kommunikationen kan vara mycket olika och man tillbringar tid i olika kanaler.

För att nå mål- och intressentgrupperna kan man utnyttja servicedesign inom kommunikation. Förståelsen för målgruppen ökar när man skaffar information om hur och i vilka kanaler olika målgrupper nås. Att sätta sig in i målgruppens ställning, väcka intresse och växelverkan främjar kommunikationens räckvidd.

Dessutom är det viktigt att stanna upp och fundera på vilken effekt som kommunikationen ska ha bland varje målgrupp. Allt innehåll intresserar inte alla. Med tankesättet ”något för alla” kan det hända att de viktigaste målgrupperna inte nås alls.

Forskare och experter inom räddningsbranschen kan anse att ämnena är mycket intressanta även om de inte uppfattas av utomstående. Å andra sidan kan något som verkar självklart för forskaren vara mycket intressant för en utomstående.

Viktiga mål- och intressentgrupper för räddningsbranschens forskningskommunikation:

Finansiärerna är ofta intresserade av det mervärde som forskningen ger. Finansiären väntar på information om det nya som undersökningen producerar, vilken nytta den har och hur den tjäna finansiärens förväntningar.

Projektkonsortiet, dvs. de samarbetspartner som deltar i forskningen, är intresserade av varför det är viktigt för den egna organisationen att investera tid och arbetsinsatser i projektet. Det är viktigt att informera samarbetspartnerna om fördelarna med att delta i undersökningen.

Medierna når omfattande och mångsidiga målgrupper och kan ha en betydande roll när det gäller att dela forskningsdata och göra dem mer lättfattliga. Det är viktigt att beakta att medierna inte är ett självklart verktyg för forskaren, utan en av målgrupperna.

Beslutsfattarna kan vara intresserade av hur forskningen och resultaten av den påverkar beslutsfattandet. Kommunikation ökar förståelsen för ett forskningsrelaterat ämne som är föremål för beslutsfattandet.

Användare är till exempel personal inom räddningsbranschen, lärare, räddningsledare, chefer, experter, andra forskare, personer som utför lärdomsprov och andra målgrupper som använder den information som forskningen producerar i deras eget arbete.

Befolkningen och allmänheten, dvs. bland annat kunderna, kan vara direkta målgrupper för kommunikationen eller få information via ovan nämnda målgrupper. Att nå kunderna direkt kan vara ett av målen för forskningskommunikationen. Till exempel genom en undersökning i anslutning till en säkerhetskommunikationskampanj kan man sträva efter direkt kontakt med kampanjens målgrupper och kunder.

Tidtabeller

Tidtabellerna är viktiga i kommunikationen. Den tidtabell som gjorts upp i planeringsskedet skapar en rytm för kommunikationen. I tidtabellerna är det bra att beakta händelser som är väsentliga för den egna undersökningen, händelser inom räddningsbranschen och de vanligaste händelserna som är etablerade i samhället, såsom semestersåsonger, helger och veckoslut. Det är också bra att beakta viktiga samhällseliga händelser såsom val.

Beslutsfattare och andra som utnyttjar informationen kan ha akuta informationsbehov som stöd för beslutsfattandet även med snabb tidtabell. Regelbunden kommunikation och underhåll av material för plötsliga situationer hjälper. Även överraskande behov kan uppfyllas med bra förberedelser.

Roller och resurser

Kommunikation är alltid växelverkan, så när man planerar är det också bra att fundera på hur resurserna fördelas när det gäller att delta i diskussionen. Vem svarar på eventuella frågor när meddelandet har publicerats? När är forskaren eller kommunikationstören på semester eller annars inte tillgänglig? Vem är då ansvarig?

I synnerhet när det gäller ämnen som väcker diskussion är det bra att planera modereringen av inläggen, det vill säga övervakningen av innehållet samt var och hur man möjliggör kommentarer. Det kan vara en fungerande lösning att ta bort kommentarmöjligheten kring ett ämne där diskussionen inte framskrider på ett konstruktivt eller respektfullt sätt.

Ofta har forskaren själv huvudansvaret för kommunikationen om sin undersökning. Man kan dock diskutera eventuell kommunikationshjälp med samarbetspartnerna och den egna organisationens experter. Får man hjälp till exempel av en kollega med korrekturläsning eller råd om hur man sammanfattar ett meddelande? Det är också bra att beakta ömsesidigheten: hurdan är jag själv som kollega och hur förhåller jag mig till andras begäran om stöd? Kan man bland kollegorna hitta en pålitlig person att dela uppgifterna med?

Det är bra att anteckna kommunikationsåtgärdernas roller i planen: Vem ansvarar för produktionen av kommunikation? Vem ansvarar för korrekturläsningen och finslipningen? Vem i sin tur sköter publiceringen? När rollerna definieras är det bra att beakta den egna organisationens och en eventuell finansiärs riktlinjer: i vissa forskningsprojekt kan man bli tvungen att avgränsa kommunikationsansvaren noggrannare än i andra.

Kanaler

I valet av kommunikationskanaler avgör innehållets mål. Var och en har en begränsad tid till sitt förhållande för kommunikation, vilket gäller inte bara de som producerar meddelanden utan också de som tar emot dem.

Det är bättre att göra lite men omsorgsfullt än mycket men vårdslöst. När tiden är begränsad är det bra att prioritera det som är det viktigaste och mest välfungerande. När riktlinjerna för vilka kanaler som används har dragits upp med beaktande av målen och målgrupperna är det också lättare för allmänheten att hitta informationen.

I planeringen av kommunikationskanalerna är det viktigt att beakta både den interna och den externa kommunikationen. Med intern kommunikation kan man avse organisationernas eller räddningsbranschens interna kommunikation. Intern kommunikation är till exempel intranätet, det vill säga lokala nätverk som är begränsade till interna målgrupper, e-post, telefon, kommunikations- och samarbetsplattformar samt olika möten ansikte mot ansikte.

Det är viktigt att valet av kanaler görs genom att prioritera målen och målgrupperna. Om målgruppen inte använder en viss kanal kan det vara onödigt att kommunicera på kanalen i fråga.

Extern kommunikation är däremot kommunikation utåt från organisationen eller räddningsbranschen. Extern kommunikation är till exempel webbplatser, nyhetsbrev, sociala medier, bloggar, undervisning, publikationer, e-post och snabbmeddelanden.

Termerna är länkade till varandra: en lyckad intern kommunikation återspeglas också utåt och en lyckad extern kommunikation stöder den interna kommunikationen. Nedan beskrivs närmare kanaler och redskap som är väsentliga med tanke på räddningsbranschens forskningskommunikation.

Forskningspublikationer

Strukturerad och komprimerad information i forskningsrapporten och i annat resultatmaterial är en del av en fungerande forskningskommunikation. Med hjälp av korta och sammanfattande Policy Brief-publikationer kan till exempel beslutsfattare intressera sig för forskningsprojektet och utnyttja resultaten i beslutsfattandet.

Ofta görs mellansammandrag i takt med att forskningsprojektet framskrider. De innehåller sammanställningar på tidigare händelser och observationer samt information om vad som händer härnäst. I rapporteringsskedet anges tydligt vad resultaten grundar sig på, med vilka metoder de har producerats och vilka ramvillkor som är förknippade med utnyttjandet av informationen. I forskningspublikationen specificeras vad som är forskningsdata och vad som grundar sig på expertutlåtande.

Intervjukallelser, följebrev till enkäter och olika blanketter som används i undersökningen påverkar den bild som förmedlas till mottagaren om forskningsprojektet och forskaren.

Om undersökningen eller dess resultat har betydelse till exempel för samhället eller dess ekonomi är det bra att lyfta fram forskningsteman i kommunikationen. I rapporteringen kan man till exempel lyfta fram besparingar, finansiering, sysselsättande effekter, ökat kompetenskapital eller utveckling av funktioner som forskningen ger upphov till.

Forskaren kan skriva innehåll om sin forskning och erbjuda det för publicering i vetenskapliga publikationer i anslutning till räddningsbranschen.

Dessa utkommer regelbundet och tillhandahåller information till andra forskare och yrkespersoner inom branschen. Artiklar som publicerats i vetenskapliga tidskrifter betraktas som permanenta vetenskapliga dokument som man också kan hänvisa till i andra publikationer och i beslutsfattandet.

Utöver de akademiska tidskrifterna finns det också vetenskapliga tidskrifter i en mera lättfattlig form som riktas till den breda allmänheten och vars artiklar ofta grundar sig på artiklar i akademiska publikationer. Om forskningen har gjorts som en del av studier eller som lärdomsprov publiceras den i allmänhet också separat enligt läroinrättningens publikationspraxis.

Räddnings- och säkerhetsforskningens årsbok som ges ut av Räddningsinstitutet utgör ett årligen utkommande referentgranskat forum för inhemsk forskning inom räddnings- och säkerhetsbranschen. Till årsboken önskas undersökningar om den inre säkerheten, säkerhetsforskning som överskrider sektorsgränserna samt säkerhetsforskning gällande verksamheten inom tredje och fjärde sektorn. Forskningen kan vara empirisk, teoretisk, begreppsmässig eller metodologisk. Den kan behandla branschernas innehållsfrågor eller omfattande teman med anknytning till verksamhetsmiljön. [Läs mer i räddnings- och säkerhetsforskningens årsbok](#) (på finska).

Exempel på forskningsrapporter

- **Räddningsinstitutets forskningsrapporter** kan laddas ner i elektronisk form på Räddningsinstitutets webbplats: [Undersökningar – Räddningsinstitutet \(verkkokirjasto.fi\)](#).
- **Räddningsbranschens Centralorganisation i Finland SPEKs forskningsrapporter** publiceras på organisationens webbplats: [Publikationer – SPEK \(spek.fi\)](#) (på finska)
- **Publikationerna från räddningsverkens partnerskapsnätverk** finns i dess databank: [Tietopankki | Pelastuslaitokset \(pelastuslaitokset.fi\)](#)

- **Inrikesministeriets publikationer finns på ministeriets webbplats:** [Publikationer – Inrikesministeriet \(intermin.fi\)](#)

Exempel på internationella vetenskapliga publikationer inom räddningsbranschen

- [International Journal of Emergency Services | Emerald Insight](#)
- [International Journal of Geographical Information Science | Taylor & Francis Online \(tandfonline.com\)](#)
- [Fire Safety Journal | ScienceDirect.com by Elsevier](#)
- [International Emergency Nursing | Journal | ScienceDirect.com by Elsevier](#)
- [BMC Emergency Medicine](#)
- [International Journal of Injury Control and Safety Promotion](#)

Möten

Evenemang, uppträdanden, webinarier och olika nätverk utgör nyttiga kommunikationskanaler. Vetenskapliga evenemang som syftar till att göra vetenskapen allmänfattlig sammanför forskare och olika målgrupper.

Även möten och diskussioner är betydelsefulla. Att berätta om ämnet och diskutera det på ett sammanfattat, tydligt och intressant sätt ingår i fungerande forskningskommunikation. Möten med representanter för intressentgrupper som är viktiga för undersökningen är ofta värdefulla även utanför de egentliga mötena.

Inom räddningsbranschen ordnar olika projekt och nätverk webinarier som presenterar undersökningar och för vilka man kan föreslå ett eget tema för presentation. Räddningsinstitutets 4T-projektets och Finlands Brandbefälsförbunds webinarier om aktuell forskning inom räddningsbranschen (*Tunti tutkittua tietoa turvallisuudesta*) genomfördes 2022–2024. [Se inspelningarna på Brandbefälsförbundets Youtube-kanal.](#)

Inom räddningsbranschen finns expertnätverk och forskarsamfund som diskuterar forskarens arbete, presenterar undersökningar, utvecklar forskningsarbetet inom branschen och delar med sig av fungerande praxis.

Journalism och pressmeddelande

Journalistiska medier är en viktig målgrupp för forskaren. Med hjälp av medierna kan forskare nå sina målgrupper i stor utsträckning och få mer uppmärksamhet för sitt budskap.

Ett pressmeddelande är ett sätt att berätta för medierna att det har hänt något som det är viktigt att intressera sig för. Pressmeddelandet ger insikt i ämnet och, om det lyckas, uppmuntrar medierna att skriva en artikel om ämnet. Det är värt för forskare inom räddningsbranschen att i mediasamarbetet även beakta fackpublikationer inom branschen.

Enbart forskarens syn på betydelsen av den egna forskningen räcker inte. Det är viktigt att kunna berätta för medierna varför resultaten är viktiga och varför ämnet är betydelsefullt. Lättillgängligt innehåll intresserar människor när det fokuserar på människors vardag och inte bara på fenomen på organisationsnivå.

Sociala medier

Genom sociala medier kan man nå olika målgrupper. Sociala medier ger forskaren en möjlighet att direkt interagera med målgrupperna, delta i samhällsdebatten, producera innehåll, skapa diskussion och få information om den egna forskningens ämnesområde, nätverk och finansieringsmöjligheter. Kommunikation via sociala medier kan öka förtroendet för forskning och information när innehållet är lättfattligt och lättillgängligt.

När man använder sociala medier är det bra att överväga målen för kommunikationen: vad ska man berätta, var ska man berätta, vilket innehåll ska produceras och varför? När man väljer kanaler är det också viktigt att beakta de värderingar som kanalerna förmedlar. Är kanalens kommunikationssätt fungerande i förhållande till den egna forskningen och expertisen? Hur ingriper man till exempel i haretorik? Vem eller vilken aktör administrerar kanalen och vilka dataskyddsrisker är förknippade med användningen av den?

Att delta med eget namn och ansikte kan stärka målgruppernas förtroende, men det kräver också mycket av forskaren. Organisationskonton har fortfarande sin plats i räddningsbranschens forskningskommunikation. Person- och organisationskonton har ofta också olika målgrupper.

Sociala medier har olika verksamhetslogiker och mål. Kanalerna utvecklas snabbt och ägs ofta av stora kommersiella teknologiorganisationer.

Det är värt att bedöma valet av kanaler i förhållande till fördelarna och nackdelarna. Avstå från kanaler som inte fungerar. Dessutom är det viktigt att det även i sociala medier finns verksamhetsmodeller som styr vid eventuella utmaningar, såsom vid osaklig kommunikation.

Reflektera

- Vilka kanaler fungerar särskilt bra med tanke på ditt budskap?
- Vilka kanaler skulle det vara bra att avstå från?
- Vad försöker du uppnå genom att använda olika sociala medier?
- Kan du tänka dig att pröva en kanal som är ny för dig för att nå din målgrupp ännu bättre?

Etiskhet är grunden för lyckad forskningskommunikation

Öppenhet är en förutsättning för vetenskapens genomslagskraft. Med öppen vetenskap avses främjande av tillgången till publikationer, utnyttjande av öppen källkod och öppna standarder samt offentlig dokumentering av forskningsprocesser och resultat.

Öppen vetenskap skapar möjligheter att delta och ger tillgång till information. Öppenhet främjar utvecklingen av vetenskap och forskning. Det förbättrar forskningens kvalitet och repeterbarhet. Ju mer forskningsresultaten är tillgängliga, desto effektivare kan de utnyttjas i praktiken.

Öppenheten kan tillämpas i alla skeden av forskningen, men öppenheten tillämpas inte lika mycket överallt. Det finns stora skillnader mellan vetenskapsområdena och det är bra att beakta deras egna etiska riktlinjer.

I öppen vetenskap ingår omfattande helheter såsom öppet publicerade data, förhandsregistrering av undersökningen före datainsamling, öppet undervisningsmaterial och öppen referentgranskning. Vetenskapens öppenhet har alltid varit en del av ansvarsfull vetenskap. Ändå strider viss nuvarande vetenskaplig praxis mot dess principer. Till exempel att publicera resultaten i referentgranskade publikationer är en merit för forskaren, även om vetenskapliga publikationer ofta inte kan läsas fritt av alla.

Etisk bedömning av forskning

I Finland ges anvisningar för forskarnas kommunikation av **God vetenskaplig praxis** (GVP), på engelska good scientific practice. Det är förhållningsregler som utarbetats av Forskningsetiska delegationen (TENK) och vars syfte är att säkerställa den vetenskapliga forskningens etiska acceptans och forskningsresultatens trovärdighet. Brott mot god vetenskaplig praxis kan i vissa fall också bryta mot straffrättsliga bestämmelser.

Ansvarsfull forskning innebär omsorgsfullhet i hanteringen av forskningsmaterial

Ansvarsfull forskning omfattar omsorgsfull hantering av allt material. Material som innehåller personuppgifter behandlas i enlighet med dataskyddslagstiftningen. Ansvarsfull forskning följer gällande anvisningar om sekretess, konfidentialitet och tystnadsplikt.

I all hantering av forskningsmaterial är det viktigt att beakta gällande lagar och deltagarnas intressen som ska skyddas, såsom integritetsskydd, datasäkerhet, datasekretess och självbestämmanderätt. De lagar som är väsentliga för forskningskommunikationen behandlas senare i denna handbok.

Datahantering är en väsentlig del av forskningen och forskningskommunikationen. Datahanteringen underlättas av en bra planering. Syftet är att säkerställa att man vid behandlingen av forskningsmaterial följer de etiska principerna för forskning och forskningskommunikation samt god vetenskaplig praxis. Innan forskningen och materialinsamlingen inleds är det viktigt att kontrollera om forskningen förutsätter etisk förhandsprövning.

Ansökan om forskningstillstånd är en del av ansvarsfull forskningskommunikation

När forskningen riktar sig till människor behövs deltagarnas samtycke till deltagandet. Flera organisationer förutsätter att man ansöker om forskningstillstånd. Tillståndspraxisen varierar och det är bra att säkerställa den enligt organisation och från fall till fall.

Vårdnadshavare till minderåriga som deltar i en studie måste få information och kunskap om varför undersökningen görs och hur deltagarnas säkerhet garanteras. Forskningsetiken omfattar ett respektfullt bemötande av deltagarna i undersökningen och omsorg om integritetsskyddet och informationssäkerheten.

Transparens och öppenhet är en del av forskningen

Till forskarens etik hör att öppet och ärligt kommunicera om resultaten.

Kommunikation kring samhällliga teman och säkerhetsfrågor är ibland en balansgång mellan olika intressen och åsikter. Ibland är forskaren tvungen att också möta eventuella nackdelar med kommunikationen.

Forskningsetiken förutsätter att forskaren inte förskönar, förvränger eller döljer resultaten, även om forskningsresultaten inte stöder till exempel organisationens eller branschens strategiska mål. Det är också viktigt att kommunicera om svåra ämnen och resultat, även om de kan dela åsikter.

En ärlig och öppen diskussion om forskningsetik fungerar som rättesnöre för den som kommunicerar om forskningen även i utmanande situationer. Forskaren ansvarar inför forskarsamhället, sig själv och forskningspubliken för att hen rapporterar resultaten öppet och sanningsenligt och baserar sitt budskap på resultat som uppnåtts med tillförlitliga metoder.

Det är bra att först diskutera utmanande frågor internt och först därefter externt. Motstridiga eller föga smickrande resultat kan vändas till en anseendevinst när ämnet diskuteras öppet, motiverat och ärligt.

Man behöver inte heller avstå från de egna målen även om ämnets betydelse skulle ifrågasättas. Inom olika branscher är det också viktigt att föra interna diskussioner om teman som väljs ut för forskning.

Forskaren bör också förbereda sig på informationspåverkan samt riktade eller oriktade trakasserier, speciellt inom kontroversiella tema. Redan före utmanande situationer är det viktigt att diskutera kring temat i den egna organisationen. Stöd vid dessa situationer kan man be av forskarsamfundet, kommunikationssakkunniga och andra kollegor. Det är speciellt viktigt att i första hand få stöd från den egna organisationens ledning och HR-sakkunniga, vars ansvar inbegriper även forskarens arbetsvålmående och stödjande av arbetsskyddet.

Forskaren är ansvarig inför forskningssamfundet, sig själv och forskningens publik att rapportera resultaten öppet och sanningsenligt. Forskarens meddelande ska begrunda sig på resultat som insamlats med tillförlitliga metoder.

Risker och möjligheter i artificiell intelligens är viktiga att beakta

Artificiell intelligens (AI) är inte något nytt. Med artificiell intelligens avses datorprogram och system som kännetecknas av förmågan att göra saker som kräver mänsklig intelligens och som de i allmänhet också presterar effektivare än en människa. Diskuterande AI lär och undervisar. AI-användningspotential har konstaterats inom olika delområden – även inom forskningskommunikationen.

Användningen av artificiell intelligens kan hjälpa en forskare inom räddningsbranschen att följa den offentliga diskussionen om undersökningen eller om sina egna forskningsteman. Artificiell intelligens kan också provas vid idékällning och moderering för forskningen och forskningskommunikationen samt för att producera bilder. Artificiell intelligens kan dock inte tänka kreativt på samma sätt som människan eller lösa komplicerade problem. Även skapande artificiell intelligens är ett verktyg för forskaren, inte den som utför arbetet eller tänker.

Det är alltid människan som ansvarar för att säkerställa att informationen och innehållet är korrekta. Artificiell intelligens kan producera svar och lösningar som stöder sig på gammal information, men den är åtminstone inte ännu kreativ såsom människans tankar. Dessutom uppfyller texten, som oftast produceras av system som optimerats för engelska, inte nödvändigtvis som sådan kriterierna för tydlighet och tillgänglighet. Å andra sidan är artificiell intelligens också smidig i översättnings syfte och översättningsapplikationerna utvecklas snabbt. Artificiell intelligens kan påskynda forskarens arbete genom att hjälpa till att producera översättningar.

Det är viktigt att identifiera och beakta riskerna i anslutning till användning av artificiell intelligens. Etik och ansvarsfrågor framhävs. Många frågor om upphovsrätt och korrekta källhänvisningar till artificiell intelligens är fortfarande olösta.

Olika finansärer och organisationer kan ha egna riktlinjer och anvisningar för användning av artificiell intelligens eller källhänvisningar. Till exempel i ansökan för Horizon Europe-programmet, som finansierar internationella projekt, ska en källhänvisning antecknas, om artificiell intelligens har utnyttjats för att skriva ansökan.

Även skapande artificiell intelligens är ett verktyg för forskaren, inte den som utför arbetet eller tänker.

Beaktande av lagstiftning är en del av tillförlitlig forskningskommunikation

Nedan förklaras vilka lagar som är till nytta för forskare och forskningskommunikationen inom räddningsbranschen. Viktiga lagar är dessutom bland annat räddningslagen (379/2011) och diskrimineringslagen (1325/2014). [Aktuell information om olika lagar \(finlex.fi\)](#)

Lag om offentlighet i myndigheternas verksamhet, dvs. offentlighetslagen

Enligt grundlagens 12.2 § är myndighetshandlingar och andra upptagningar offentliga, om inte offentligheten av tvingande skäl särskilt har begränsats genom lag. Alla forskningsdata eller analysresultat är dock inte nödvändigtvis offentliga och behöver inte automatiskt överlätas vidare.

Bestämmelser om offentlighet för myndighetshandlingar finns i offentlighetslagen. Principen är att var och en har rätt att ta del av en offentlig handling. De som begär information ska behandlas jämlikt.

Det ska finnas en saklig grund för att begränsa tillgången till information. Ett negativt beslut ska motiveras och de bestämmelser som berättigar till att inte ge information ska anges.

Tillgången till information från en icke-offentlig handling avgörs av myndigheten. Rätten att ta del av sådana handlingar får inte heller begränsas utan laga grund och inte heller mer än vad som är nödvändigt med tanke på det intresse som ska skyddas.

En del av uppgifterna är sekretessbelagda enligt lagen. Räddningsmyndigheten kan i sitt arbete också behandla säkerhetsklassificerad information. Vid behandlingen av sådana handlingar står även utredaren inför särskilt övervägande. Det är bra att ta reda på svaren på åtminstone följande frågor:

- Vad är personuppgifter, offentliga, sekretessbelagda och säkerhetsklassificerade uppgifter?
- I hurdana lokaler och med hurdana arbetsredskap kan olika uppgifter behandlas?
- Hur framträder ovan nämnda omständigheter i det egna arbetet?

Upphovsrättslagen

Upphovsrätt innebär upphovsmannens principiella ensamrätt att besluta om användningen av sitt verk. Upphovsrätten skyddar endast verkets individuella uttrycksform. Den skyddar inte idén, verkets sakinhåll eller en teori som ingår i verket – dessa kan användas fritt av andra.

Man får dela information om en annans verk med egna ord till exempel i tidningar, på internet, i en bok eller i undervisningen. Författaren och källan ska alltid nämnas enligt god sed och aktuella hänvisningsregler. Upphovsrätten hindrar inte heller forskare eller experter från att skriva och sprida ens egna innehåll där man kommenterar och hänvisar till innehåll som producerats av andra.

Upphovsrätten regleras på ett allmänt plan i upphovsrättslagen.

Dataskyddslagen

Dataskydd är en grundläggande rättighet som tryggar tillgodoseendet av den registrerades rättigheter och friheter vid behandlingen av personuppgifter. Behandlingen av personuppgifter regleras på en allmän nivå i dataskyddslagen. Enligt den ska behandlingen av personuppgifter alltid grunda sig på lag.

- **Personuppgifter** är uppgifter på basis av vilka en person kan identifieras. Sådana är till exempel namn, adress och bilens registreringsnummer. Särskilt känsliga och alltid sekretessbelagda uppgifter är till exempel uppgifter om politiska åsikter eller hälsotillstånd.
- **Registrerad** är den person som personuppgifterna gäller.
- **Personuppgiftsansvarig** är en person, ett företag, en myndighet eller sammanslutning som fastställer ändamålen och metoderna för behandlingen av personuppgifter.
- **Personuppgiftsbiträde** är en aktör som behandlar personuppgifter för den personuppgiftsansvariges räkning.

Ett sätt att genomföra dataskyddet är informationssäkerheten. Syftet med den är att skydda informationsmaterialet och informationssystemen. Informationssäkerhet innebär bland annat tekniska åtgärder för att säkerställa informationens konfidentialitet och integritet, systemens användbarhet samt tillgodoseendet av den registrerades rättigheter.

Tillgänglig kommunikation är myndigheternas lagstadgade plikt. Tydlig och tillgänglig kommunikation gynnar meddelandets producent och mottagare. När kommunikationen i digitala medier är tekniskt och innehållsligt tillgänglig främjar man jämlikhet. Samtidigt stärker man kommunikationens bredare räckvidd – och därigenom även effektiviteten.

EU:s tillgänglighetsdirektiv och lagen om digitala tjänster

Lagen om tillhandahållande av digitala tjänster (306/2019) trädde i kraft i Finland den 1 april 2019. Bakgrunden är Europeiska unionens tillgänglighetsdirektiv och FN:s konvention om rättigheter för personer med funktionsnedsättning, som betonar delaktighet och möjlighet att utträta ärenden självständigt även i en digital miljö. Tillgänglighet är en central princip i konventionen.

Att främja tillgängligheten är en väsentlig del av digitaliseringen av den offentliga förvaltningens tjänster. Tillgänglighet innebär att webbplatser, mobilapplikationer och deras innehåll är tillgängliga och begripliga för alla. Regionförvaltningsverket i Södra Finland ansvarar för rådgivningen och tillsynen av tillgänglighetskraven.

Lagen om digitala tjänster innehåller bestämmelser om myndigheternas skyldigheter att ordna digitala tjänster och tillgänglighetskraven i anslutning till dem. Lagen tryggar kundernas rätt till goda digitala tjänster. I praktiken förpliktar lagen till att följa kriterierna på nivå A och AA i de internationella WCAG-riktlinjerna. Ett av lagens mål är att tillgängligheten ska uppfattas som en central princip för myndighetsverksamheten och beaktas i allt genomförande och underhåll av webbinnehåll och -tjänster.

Kom ihåg kommunikationen även när forskningen avslutas

När undersökningen avslutas är det bra att ännu spegla kommunikationsplanen mot den genomförda kommunikationen. Vad lyckades eller misslyckades och varför? Vad återstår att göra?

Följande frågor kan väcka diskussion:

- Hur kommunicerar man om undersökningen om resultatet är ett så kallat nollresultat?
- Hur ska man kommunicera om undersökningen när den avslutas så att man också kan säkerställa möjligheten till en fortsatt undersökning?
- Hur kommunicerar man om undersökningens resultat så att de effektivt blir till praktisk nytta?

Frågor som uppstår under och efter undersökningen kan behandlas till exempel med den egna arbetsgemenskapen, organisationens kommunikationsexperter eller räddningsbranschens forskarsamfund. Man kan lära sig av kommunikativa framgångar och

misslyckanden för kommande projekt och forskningskommunikationsprojekt. Man behöver inte heller vara rädd för att kommunicera nollresultat. Nollresultat kan innebära en situation där resultatet inte producerar det värde man förväntade eller hoppades. Det är bra att komma ihåg att även "nollresultat" är forskningsbaserad information som har en egen roll i diskussionen om undersökningen och i förädlingen av informationen. Man kan alltså kommunicera om forskningen oavsett om resultatet var som förväntat eller inte.

Det kan också hända att publikationer produceras ännu efter att projektet eller undersökningen har avslutats. Undersökningen kan bli aktuell senare, även om flera år. Referentgranskning kan ta länge. Det är viktigt att forsknings- eller projektkommunikationen fortsätter även efter den egentliga verksamhetstiden.

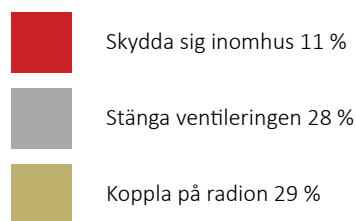
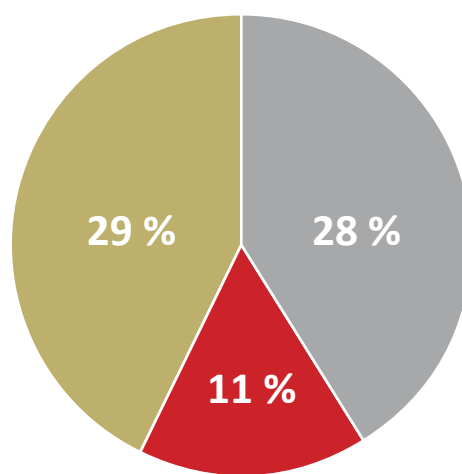
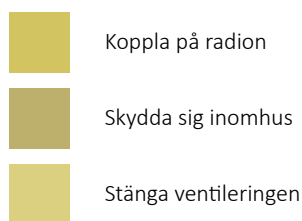
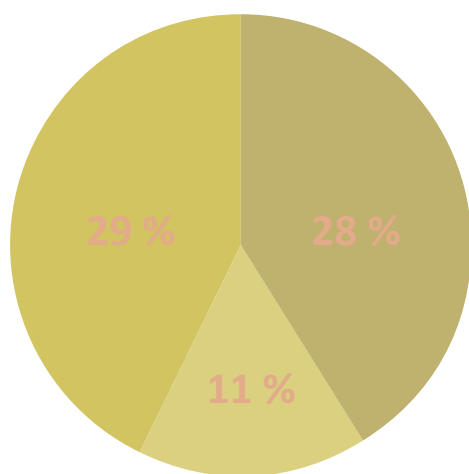
Att omsätta forskningsresultaten i praktiken är ett långsiktigt arbete, där det är viktigt att informera om resultatens användbarhet vid rätt tidpunkt och i kanaler som lämpar sig för målgrupperna även efter undersökningen. Det kan vara utmanande att planera detta på förhand, men det är bra att vara medveten om möjligheten och beakta den i den egna verksamheten.

Förhoppningsvis har du haft nytta av handboken och fått hjälp med forskningskommunikationen i din vardag.

Ta med dig en checklista för planeringen av kommunikationen som stöd för den dagliga kommunikationen

Checklista för forskningskommunikation

1. **Mål:** Vilka är målen med kommunikationen och varför kommunicerar man?
2. **Mätare:** Hur mäter och utvärderar man hur väl kommunikationen och dess mål har uppnåtts?
3. **Bedömning av effektiviteten:** Hur granskar man kommunikationens effektivitet?
4. **Kärnbudskap, innehåll och termer:** Vad berättar vi och varför? Vad är det viktigaste målgruppen ska komma ihåg? Vilka termer, förkortningar och hashtaggar används i forskningsprojektet?
5. **Mål- och intressentgrupper:** Till vem eller vilka målgrupper kommunicerar vi och varför? Vilka är de interna och externa målgrupperna?
6. **Tidtabeller:** När produceras kommunikationen och varför just då?
7. **Roller och resurser:** Vem ansvarar för kommunikationen? Vilken roll har forskningsledaren, vilken roll har kommunikationen?
8. **Kanaler och nätverk:** Vilka kommunikationskanaler utnyttjas i kommunikationen? Vilka utnyttjas inte? Hur kan nätverken eventuellt delta i kommunikationen och varför?
9. **Etiska frågor:** Hurdana etiska perspektiv ingår i forskningskommunikationen? Hurdana forskningsetiska synvinklar är det viktigt att lyfta fram i kommunikationen?
10. **Lagstiftning:** Vilka lagar och skyldigheter styr forskningen och forskningskommunikationen?



Exempel på användningen av icke-tillgängliga (vänster) och tillgängliga (höger) färger.

Följande har deltagit i produktionen av denna handbok:

Beredande arbetsgrupp: Tarja Jääskeläinen (Södra Savolax välfärdsområde Eloisa), Tuula Kekki (Räddningsbranschens Centralorganisation i Finland SPEK), Esa Kokki (Välfärdsområdesbolaget Hyvil Ab), Kari Paasonen (Helsingfors stads räddningsverk), Topi Puronhaara (Regionalförvaltningsverket i Västra och Inre Finland) och Brita Somerkoski (Åbo universitet).

Räddningsinstitutets 4T-projektpersonal: Aino Harinen, Siiri Pohjoinen och Iida Silfverhuth.

Mer information för forskningskommunikation

Webbtjänsten [Pelastusalan tutkimuksen verkkopalvelu](#) som producerats av Räddningsinstitutets 4T-projekt samlar aktuell information om forskningen inom räddningsbranschen på riks nivå på en och samma webbplats. Tjänsten samlar information om forskning inom räddningsbranschen till de som producerar, utnyttjar och är intresserade av informationen. Webbtjänsten upprätthålls av Räddningsinstitutets FUI-tjänster. Du kan erbjuda information om din undersökning för webbtjänsten genom att kontakta projektbyrån:

projekttoimisto@pelastusopisto.fi

Visualisering av forskningsdata och att göra den lättfattligare är en nyttig färdighet även om den inte används dagligen i vardagen. 4T-projektets webbkurs som fokuserar på visualisering och lättfattligare information ger praktiska lärdomar.

Källor och länkar

Publicerade källor som använts i handboken

Utvecklingscentralen Lärorik 2023. Tutkimuseetiikka ja tutkimusluvut. Publicerad på [organisationens webbplats](#). Läst 15.12.2023.

Koskela Johanna, 2020. [Oodi organisaatiotilleille: kuusi syytä, miksi organisaatioiden pitää olla somessa](#). Blogginlägg, läst 15.12.2023.

Kranjc Sanna 2020. [Seitsemän periaatetta, joilla onnistut viestinnän mittaamisessa](#). Blogginlägg, läst 15.12.2023.

Laaksonen Salla-Maaria, 2.5.2023. [Tekstiä tuottava tekoäly ja tieteen avoimuus – Think Open \(helsinki.fi\)](#). Blogginlägg, läst 02.10.2023.

Lovidea 2023. [Markkinoinnin tavoitteiden asettaminen SMART-kriteerien avulla](#). Blogginlägg, läst 15.12.2023.

[Webbtjänst för rättsligt material Finlex](#). Läst 15.12.2023.

Tekijänoikeuden tiedotus- ja valvontakeskus ry. 2023. [Tekijänoikeus.fi | upphovsrätt tekijänoikeus.fi piratism upphovsrättslagen](#). Läst 15.12.2023.

Dataombudsmannens byrå, 2023. [Vad är dataskydd?](#) Webbsida, läst 19.12.2023.

Tieteen tiedotus ry., 2022. Tiedebarometri 2022. [Tutkimus suomalaisten suhteesta tieteseen ja tieteellis-tekniseen kehitykseen. \(PDF\)](#) publicerad i oktober 2022, läst 15.12.2023.

Forskningsetiska delegationen TENK, 2023. [Webbplats \(tenk.fi\)](#), läst 15.12.2023.

Statsrådets kansli 2023. [Öppenhet i tiden. Rekommendationen om statsförvaltningens kommunikation 2023 \(elektronisk publikation\)](#). Helsingfors: Statsrådets kansli. Läst 15.12.2023.

Statsrådets utrednings- och forskningsverksamhet / Kaskasmedia 2019. [Valtioneuvoston selvitys- ja tutkimustoiminnan viestintäopas: käytännön vinkkejä onnistuneeseen viestintään ja vuorovaikutukseen](#). PDF läst 15.12.2023.

Opublicerade källor som använts i handboken

Koskela Johanna, 2023. [LinkedIn-inlägg om fastställande av huvudbudskap](#) (på finska) Läst 15.12.2023.

Kosunen Anni, 2023. Hur mäter och utnyttjar man medieanalyser? Presentation på ett webinarium, hörts 22.8.2023.

Dessutom har AI-applikationen ChatGPT samt dokument från Räddningsinstitutets och inrikesministeriets nätverk utnyttjats för att komma med idéer till handboken.

Nyttiga nätkurser

eOppivas kurser som är öppna för alla:

- [Digiturvallinen työelämä](#)
- [Palvelumuotoilun perusteet](#)
- [Saavutettavat asiakirjat verkossa](#)
- [Saavuttavuus ja digipalvelulain vaatimukset](#)
- [Tietosuoja ABC julkishallinnon henkilöstölle](#)
- [Toimi turvallisesti digimaailmassa](#)

Räddningsinstitutets kurser för räddningsverken och statens räddningsmyndigheter, publicerade på plattformen Koulumaali:

- Webbkursen Pelastusalan viestinnän mittaaminen ja arviointi (2022) innehåller en materialbank om mätning av kommunikation. Mer information: tutkimus@pelastusopisto.fi

Andra nyttiga länkar för forskningskommunikation

[Deklaration för öppen vetenskap och forskning 2020–2025](#)

[Digitaaliset palvelut saavutettaviksi – Saavutettavuusvaatimukset \(saavutettavuusvaatimukset.fi\)](#)

Hautamäki Terhi, 2023. [Miten toimia, jos joutuu maalitetuksi?](#) Artikel i tidningen Acatiimi, läst 15.12.2023.

Kaiku Group. 2021. [Miksi viestinnän kiinnostavuus on nyt tärkeämpää kuin koskaan?](#) Blogginlägg, läst 15.12.2023.

Kommunförbundet, 2023. [Kunnan viranomaisten toiminnan julkisuus](#). Webbsida, läst 15.12.2023.

Mer information om öppen vetenskap (på engelska): [Open Science \(europa.eu\)](#)

Mer information om lagen om digitala tjänster: [Lagen om digitala tjänster – Finansministeriet \(vm.fi\)](#)

Mer information om dataskydd: [Webbplatsen för Dataombudsmannens byrå \(tietosuoja.fi\)](#)

[Macken Linda, 2020. Vaikuttavaa hankeviestintää palvelumuotoilun avulla](#). Blogginlägg, läst 15.12.2023.

Meltwater 2019. [Viestinnän mittaaminen – Haastattelussa Nesteen Paula Narkiniemi](#). Blogginlägg, läst 15.12.2023.

Narkiniemi Paula, 2019. [4 palvelumuotoilun työkalua jokaisen viestijän työkalupakkiin](#). Blogginlägg, läst 15.12.2023.

Niemi Senni & Viitasalo Maria. 2020. [Tunnetko viestinnän mittaamisen termistön? | Meltwater](#). Blogginlägg, läst 15.12.2023.

[Ohjeita ja vinkkejä verkkosisältöjen saavutettavuuteen \(saavutettavasti.fi\)](#)

Talvinen, Krister 2022. Added Value: Researchers' Guide to Impact and Winning Proposals. Tillgänglig som [elektronisk publikation](#), läst 15.12.2023.

Artiklarna från Vetenskapliga samfundens delegation behandlar produktion, publicering och utvärdering av forskningsdata på ett tillförlitligt och gemensamt accepterat sätt. [Artiklar från Vetenskapliga samfundens delegation \(vastuullinentiede.fi\)](#).

[Forskningsetiska delegationens anvisning för god vetenskaplig praxis](#)

[Forskningsetiska delegationens video om etisk förhandsbedömning av mänskliga vetenskaper \(video\)](#)

[Arbetskyddscentralen, 2022. Somehäirintä ja maalittaminen työssä](#). Blogginlägg, läst 15.12.2023.

Statsrådets utrednings- och forskningsverksamhets webbplats [tietokayttoon.fi](#).

Finansministeriet, 2023. [Etiska rekommendationer för artificiell intelligens](#). Läst 15.12.2023.

Finlands samhällsvetenskapliga dataarkiv, 2007. [Menetelmäopetuksen tietovaranto: Mittaaminen](#). Läst 15.12.2023.

Bilagor

Mål- och intressentgrupper för räddningsbranschens forskning och forskningskommunikation

Räddningsbranschens organisationer, samfund och nätverk

- [Räddningsinstitutet](#) koordinerar räddningsbranschens nationella forskning och FUI-expertnätverket. Institutet producerar forsknings- och utvecklingsprojekt samt prov och testning i samarbete med olika intressentgrupper. Forsknings-, utvecklings- och innovationsservice (FUI) ansvarar över det årliga anordnandet av räddningsväsendets forsknings- och utvecklingsdagar. [Publikationer och material – Räddningsinstitutet \(pelastusopisto.fi\) | Räddnings- och säkerhetsforskningens årsbok \(på finska\)](#)
- [Brandskyddsfonden](#) är en finansiär för räddningsbranschens forsknings-, utvecklings- och innovationsarbete. Fondens mål för understöd har tidigare varit bland annat räddningsbranschens samfundens utbildningsverksamhet samt forsknings- och utvecklingsprojekt som gynnar branschen. På fondens webbplats finns även information om tidigare finansierade projekt.
- [Brandforskningsrådet \(på finska\)](#) organiserar Brandforskningens dagar vartannat år. Dagarna organiseras nästa gång under året 2025.
- [Räddningsverkens samarbetsnätverk \(på finska\)](#) når experterna och brandcheferna vid räddningsverken. Nätverket upprätthåller en [kunskapsbank \(på finska\)](#) om olika utredningar, guider och material. Samarbetsnätverkets Pela-TKI-nätverk utvecklar räddningsbranschens FUI-verksamhet.
- [Finlands Brandbefälsförbund](#) koordinerar nämnder, säkerhetsforum samt studiedagarna för olycksprevention, brandutredningar och säkerhetskommunikation. Förbundet organiserar även årligen Brandbefälsdagarna.
- [Räddningsbranschens Centralorganisation i Finland SPEK](#) producerar information om brand- och boendesäkerhet, beredskap, frivilligarbete, brandkårsverksamhet och fenomen inom räddningsbranschens verksamhetsmiljö. SPEK producerar forskning och kommunikation samt organiserar studiedagarna för strukturell brandprevention. [Publikationer – SPEK \(på finska\)](#)
- [Räddningsbranschens kvinnor \(på finska\)](#) är en förening inom räddningsbranschens, som utför småskalig forskningsverksamhet inom jämlikhets- och likabehandlingstema. Föreningen hanterar även olika examensarbeten.
- [Räddningsväsendets doktorandnätverk \(PETOJATKO\)](#) sammanför räddningsbranschens forskare och utredande personal. Nätverket delar information och erbjuder kollegialt stöd för studerande, synliggör räddningsbranschens forsknings- och utvecklingsverksamhet, uppmanar verksamma inom räddningsbranschen att inleda fortsatta studier och stöder möjligheten till fortsatta studier. Mer information: mikko.puolitaival@sata.fi | mira.leinonen@avi.fi

Även många andra studie- och forskningsenheter, företag, enskilda räddningsverk, forskningsinstitut och framsynsnätverk producerar information som är intressant för en forskare inom räddningsbranschen. Bekanta dig med aktörernas egna [webbplatser](#) och ta även en titt på webbplatsen utvecklad inom Räddningsinstitutets 4T-projekt, som samlar aktuell information om räddningsbranschens forskning.

Ministerier och statsrådet

- [Inrikesministeriet](#) organiserar räddningsbranschens aktualitetsdagar och nationella seminarier för inre säkerheten. Till [Inrikesministeriets räddningsavdelningens](#) uppgifter hör skötande och utvecklande av räddningsväsendets nationella organisering. Räddningsavdelningen koordinerar branschens FUI-verksamhet i samarbete med Räddningsinstitutet.
- [Jord- och skogsbruksministeriet](#) producerar information gällande skogsbränder och säkerheten i glesbebodda trakter. [Utrikesministeriet](#) producerar information gällande skogsbränder, rekognosceringsflygning och Östersjön-samarbete. Forskningsresultaten vid [Finansministeriet](#) kopplas samman till exempel till den offentliga ekonomin och potentiella besparingar som gäller räddningsbranschen. Kon-taktuppgifterna till alla Finlands ministerier återfinns på [Statsrådets](#) webbplats.
- [Statsrådets](#) forskningsverksamhet producerar information om olika fenomen inom den inre och yttre säkerheten. Forskningen svarar även på räddningsbranschens informationsbehov. [Framsida | Utnyttja kunskapen \(tietokaytoon.fi\) | Startside | Valto \(valtioneuvosto.fi\)](#)

Universitet, högskolor och andra läroverk

- [Aalto-universitetet](#) utför FUI-samarbete med räddningsbranschen bland annat inom olika samarbetsprojekt. En professur i brandteknik har utnämnts i byggnadsteknikens institution vid universitetets ingenjörsvetenskapliga högskola.
- [Östra Finlands universitet \(på finska\)](#) har en [magisterlinje i offentlig lag inom administrativa vetenskaper \(på finska\)](#), som man kan ansöka till med YH-brandbefälsexamen.
- [Lappeenranta-Lahti tekniska universitet LUT \(på finska\)](#) koordinerar bland annat utbildningen inom kärnteknologisäkerhet och utför forskning inom kärnkraftverkens termohydraulik, även från räddningsbranschens perspektiv.
- [Laurea-yrkeshögskolans \(på finska\)](#) säkerhetsexamensprogrammets startpunkt är sammankopplingen av den inre och yttre säkerheten i en föränderlig säkerhetsmiljö. Deras FUI-projekt skapar även lösningar för räddningsbranschens behov.
- [Försvårshögskolans](#) magisterstudier har en årlig kvot för utexaminerade från brandbefälsutbildningen. Forskningen stöder samhällets totalsäkerhet och inbegriper även räddningsbranschen.
- [Polisykeshögskolan](#) utför forskning gällande polisverksamheten och den inre säkerheten, utför projekt och organiserar evenemang åt säkerhetsforskare. Yrkehögskolan samarbetar med räddningsbranschens FUI-aktörer. Forskningspublikationer, utredningar och rapporter finns sammanställda vid: [Polamk, publikationsverksamhet](#)
- [Gräns- och sjöbevakningsskolans](#) forsknings- och utbildningstema relaterar till räddningsbranschen bland annat inom bekämpningen och ledningen av miljöolyckor samt tryggheten av den samhälleliga totalsäkerheten och psykiska krishanteringsförmågan.
- [Tammerfors universitet \(på finska\)](#) har ett engelskspråkigt magisterprogram i säkerhetsledning, vars tema berör räddningsbranschens forskning. [https://blogs.tuni.fi/safer/ \(på engelska\)](https://blogs.tuni.fi/safer/) Tammerfors universitet producerar även annan säkerhetsrelaterad forskning vars resultat kan utnyttjas inom räddningsbranschen.
- [Läroverksutbildningsenheten vid Åbo universitet \(på finska\)](#) i Raumo producerar forskning och utveckling gällande läroverkssäkerhet. Deras forskningsprojekt har granskat bland annat fenomen gällande säkerhetsledningen vid läroverk och utvecklingen av säkerhetsfostran.

Beslutsfattande

- [Välfärdsområdenas regionalstyrelser och fullmäktige](#) beslutar om räddningsverkens budgeter och verksamhet genom att godkänna servicenivåbesluten och besluta om räddningsväsendets service på sitt område. Mer information: [Beslutsfattande – Valtiovarainministeriö \(vm.fi\)](#).
- [Välfärdsområdesbolaget Hyvil Ab](#) representerar cheferna och regionalfullmäktige vid välfärdsområden. [Räddningsverkens samarbetsnätverk](#) agerar under Hyvil Ab.
- [Riksdagsledamöterna](#) ansvarar för lagstiftningen och beslutar statens budgetprognos i riksdagen. Besluten påverkar drifttillstånden för räddningsverken.

Räddningsbranschens medier

- [Pelastustieto \(på finska\)](#) (publikation: Palo- ja pelastustieto ry)
- [Palopäälylystö \(på finska\)](#) (publikation: Finlands Brandbefälsförbund)
- [Palokuntalainen \(på finska\)](#) (publikation: Kustannusosakeyhtiö Sanomapaja)
- [Pelastusalan ammattilainen \(på finska\)](#) (publikation: Suomen Pelastusalan ammattilaiset)
- [Turvallisuus ja riskienhallinta \(på finska\)](#) (publikation: Turvallisuuden ja Riskienhallinnan (T & Rh) Tietopalvelu Oy)

Internationella organisationer

- [CFPA Europe \(på engelska\)](#) – Samorganisationen för europeiska brandbekämpningsförbund (The Confederation of Fire Protection Associations Europe) skapar och godkänner olika säkerhetsrekommendationer och anvisningar.
- [CTIF \(på finska\)](#) – internationella organisationen för brand- och räddningsbranschen (Comité technique internationale de prévention et d'extinction du Feu) är ett expert- och informationsnätverk som publicerar brandstatistik, organiserar internationella konferenser och brandkärstävlingar samt stöder brandkårsverksamhet för unga.
- [FEU Federation of European Fire Officers \(på engelska\)](#) är en samarbetsorganisation för brandbefälsförbund från olika länder.
- [Wider Security Network \(på finska\)](#) utbildar, informerar och diskuterar frågor relaterade till den breda säkerheten. WISE erbjuder ett samarbetsforum där man kan främja diskussion och informationsförmedling. WISE upprätthåller en blogg som man kan erbjuda texter till med låg tröskel: [Wider Security Network – Blogit \(på finska\)](#).

Andra nationella organisationer

- [Regionförvaltningsverken](#) övervakar räddningsväsendet, tillgången till och nivån av dess service samt utomstående räddningsplaner och förverkligandet av övningar inom olika branscher. Verken organiserar även utbildning, utvecklar verksamheten och utlåter statsstöd.
- [Kaks – Kunnallisan kehittämissäätiö \(på finska\)](#) finansierar forsknings- och utvecklingsverksamhet som betjänar kommunerna, producerar publikationer, diskuterar och utbildar.
- [Krihanteringscentret](#) agerar under inrikesministeriet. Dess forskning är praktisk och begrundar sig ofta på större konsortieprojekt. Forskningen riktar sig på fredsoperationer och utvecklingen av den civila krishanteringens effektivitet.
- [Försvarmaktens försvarskurser](#) kan användas för att nå nyckelpersoner för den regionala försörjningsberedskapen.
- [Arbetskyddsfonden](#) är en finansiär för forskningen och utvecklingen av det finländska arbetslivet. Fonden erbjuder även stöd i utformningen av ansökan.
- [Arbetshälsoinstitutet](#) utvecklar arbetshälsan och utför bland annat projekt relaterade till räddningsbranschen.
- [Arbetskyddscentralen](#) erbjuder information, utbildning och verktyg för utvecklingen och upprätthållandet av trygga och hälsosamma arbetsförhållanden.



PELASTUSOPISTO
RÄDDNINGSSINSTITUTET

ISBN 978-952-7217-78-8 (pdf)
ISSN 2342-9305 (pdf)