



Evaluering af Vidensråd for Forebyggelse

Indholdsfortegnelse

Indledning og baggrund.....	s. 3
Placering i forebyggelsesfeltet.....	s. 10
Desk research.....	s. 15
Evaluering af Vidensrådets temarapporter.....	s. 23
Evaluering af Vidensrådets kommunikationsindsats.....	s. 42
Virkninger og effekter af Vidensråd For Forebyggelse – analyse af interviews og spørgeskemaundersøgelse.....	s. 57
Konklusioner og anbefalinger.....	s. 93
Bilag	
Forandringsteori.....	s. 104
Oversigt over interviewpersoner samt interviewguides.....	s. 105
Litteraturliste fra desk research.....	s. 106



Indledning

Evalueringens metode og datagrundlag

Nordic Healthcare Group (NHG) har varetaget evalueringen af Vidensråd for Forebyggelse. Formålet har været at besvare spørgsmålet: Hvilken impact har Vidensrådet på sundhedsfremme- og forebyggelsesarbejdet i Danmark, og hvordan kan den styrkes yderligere? Evalueringen er foretaget på baggrund af et datagrundlag, der kombinerer 4 forskellige kilder:



LITTERATURGENNEMGANG

Der er gennemført en mindre desk research, i primært videnskabelig litteratur, for at belyse og understøtte evalueringens konklusioner og anbefalinger.

Der er gennemført en litteratursøgning på de videnskabelige databaser: PubMed, Embase, Cochrane og J-stor.

Indsamlingen af videnskabelig litteratur foregik som en pragmatisk litteratursøgning. Der er inkluderet 11 artikler, hovedsageligt kvalitative undersøgelser og (scoping) reviews. Forskningsfeltet er præget af, at der ikke er lavet metareviews eller store randomiserede kontrollerede forsøg.



DATA FRA SOCIALE MEDIER & INFOMEDIA

Der er indhentet og analyseret kvantitative data fra:

- Facebook
- LinkedIn
- Twitter.

Det har kun været muligt at indhente data for aktiviteten på sociale mediekkanaler fra januar 2021 til maj 2023, og undersøgelsen omfatter derfor udelukkende denne periode.

Derudover er medieomtale af Vidensrådets opgjort via medieovervågning foretaget af Infomedia.



KVALITATIVE INTERVIEWS

Der er gennemført i alt 23 interviews med personer udvalgt af Vidensrådet.

Der er gennemført seks interviews med personer med en direkte tilknytning til Vidensrådet (f.eks. rådsmedlemmer og medlemmer af koordinationsforum).

Der er gennemført 17 eksterne interviews med repræsentanter for Vidensrådets målgrupper:

- Én politisk beslutningstager
- To ledere og fagpersoner
- To personer som både har udtalt sig i funktion af at være vidensmæglere og fagpersoner
- Seks vidensmæglere
- Fire forskere
- To fonde.



SPØRGESKEMAUNDERSØGELSE

Der er gennemført en spørgeskemaundersøgelse, som er udsendt til 111 respondenter. Heraf har 65 besvaret, hvilket giver en svarprocent på 59%

Svarene fordeler sig således på de respektive målgrupper:

- Syv politiske beslutningstagere (svarprocent på 27 %)
- 44 ledere og fagpersoner (svarprocent på 71 %)
- 14 vidensmæglere (svarprocent på 61 %)
- Efter aftale med Vidensrådet er der ikke udsendt survey til forskere og fonde.

Baggrund for evalueringen

Som en del af denne evaluering blev der etableret en forandringsteori* for Vidensrådet. En forandringsteori bidrager med at skabe klarhed om sammenhænge mellem det Vidensrådet gør, og det Vidensrådet gerne vil opnå.

Vidensrådet har i forandringsteorien eksempelvis defineret, at Vidensrådet tror på:

1. at når evidensbaseret viden formidles i temarapporter og heraf afledte kommunikationsaktiviteter (*det Vidensrådet gør*),
2. og politiske beslutningstagere får ny viden og deres argumenter bliver stærkere,
3. og politiske beslutningstagere anvender viden og råd fra temarapporten i deres beslutninger,

så bruges input fra temarapporten i nye nationale eller kommunale handleplaner eller procedurer, hvilket forbedrer folkesundheden for borgerne (*det, Vidensrådet gerne vil opnå*).

På denne måde har Vidensrådet arbejdet med at binde ønskede resultater på kort, mellemlangt og langt sigt sammen med det store mål om at forbedre folkesundheden for borgerne. Denne type af argumenter er der lavet for alle Vidensrådets fire målgrupper: Politiske beslutningstagere, ledere og fagpersoner, vidensmæglere og forskere og fonde.

Efterfølgende har Vidensrådet opstillet målsætninger, der mere præcist definerer, hvad de ønsker at opnå og være ansvarlig for. Både forandringsteorien og disse mål følger vi i denne evaluering. Evalueringen undersøger således, om der er sammenhæng mellem antagelserne, om det Vidensrådet gør, og de ønskede resultater på kort, mellemlangt og langt sigt.

*(se bilag 1 for den fulde forandringsteori).



Baggrund

Vidensrådets organisering



Vidensrådet består af 15 professorer med hver sin faglige ekspertise om folkesundhed, et understøttende sekretariat på knap fire årsværk og en observatør fra Sundhedsstyrelsen



Vidensrådet blev etableret i 2011 i et samarbejde mellem TrygFonden og Lægeforeningen.

Vidensrådet er uafhængigt af politiske og kommercielle interesser.



Vidensrådet modtager på nuværende tidspunkt en fast bevilling fra Lægeforeningen, TrygFonden og Novo Nordisk Fonden. De tre faste bevillingsgivere udgør sammen med rådets forpersoner og sekretariatschef Koordinationsforum, hvor bevillingsgivere orienteres om rådets arbejde og kan rådgive om finansielle aspekter.

Vidensrådet søger udover de faste bevillinger løbende projektbevillinger fra offentlige og private puljer.

Vidensrådets vision, mission og målgrupper



Vidensrådets vision er, at alle har de bedste rammer for at kunne leve et langt liv med god fysisk og mental sundhed.

Det er Vidensrådets mission at styrke folkesundheden ved at samle og formidle forskningsviden herom, bidrage med denne viden til samfundsdebatten samt at rådgive om forskningsbaserede løsninger i politik og praksis.



Med visionen om at forbedre rammerne for borgernes sundhed, er Vidensrådet endelige målgruppe borgerne. De laver dog ikke direkte borgerrettede, men ønsker at nå disse igennem andre aktører.

Vidensrådets aktiviteter er således målrettet politiske beslutningstagere samt ledere og fagpersoner på nationalt, regionalt og kommunalt niveau.

Vidensrådets strategiske samarbejdspartnere er forskere, videnskæglere (aktører der formidler mellem producenter og brugere af viden) og donorer (fonde).



Vidensrådets aktiviteter



Vidensrådet forsker ikke selv, men fungerer som vidensmægler, hvis formål er at samle og formidle den eksisterende forskning om forhold, der påvirker befolkningens sundhedstilstand.



Udarbejdelsen af temarapporter er Vidensrådets primære aktivitet. Temaerne for rapporterne udvælges på rådsmøderne ud fra tre kriterier: 1) Sundhedsproblemet er udbredt og forebyggeligt, 2) den samlede forskningsviden er anvendelig i politik og praksis, 3) der er relevant ekspertise i Vidensrådet.



Temarapporterne skaber basis for Vidensrådets øvrige formidlingsaktiviteter, der udgør deres kommunikationsindsats. Denne omfatter blandt andet sammenfatninger af temarapporterne, korte videoer/explainer-film, faktaark, øvrige arrangementer såsom webinarer og konferencer, artikler til fagblade, og formidling i medierne generelt. Af nedenstående tabel fremgår det, at Vidensrådet i alt har publiceret 27 temarapporter, svarende til gennemsnitligt 2,2 årligt. De har desuden i gennemsnit afholdt 2,1 arrangementer, skrevet 5,5 debatindlæg og skrevet eller medvirket i 14,8 artikler til fagblade årligt.

	Rapporter (antal udgivet hvert år)	Egne arrangementer*	Debatindlæg	Artikler til fagblade	Presseomtale
2011	0	Ikke angivet	3	Ikke angivet	379
2012	4	2	Ikke angivet	2	673
2013	3	Ikke angivet	Ikke angivet	Ikke angivet	796
2014	3	2	6	6	1038
2015	4	5	2	8	642
2016	2	3	8	2	617
2017	0	2	2	24	412
2018	4	2	5	33	335
2019	1	2	12	17	383
2020	1	0	7	12	308
2021	4	4	13	26	215
2022	1	3	8	18	108
Total	27	25	66	148	5906
Gennemsnit per år	2,2	2,1	5,5	14,8	492,2

* Arrangementer som Vidensrådet selv har været værter for. Udover disse arrangementer så formidler råds- og arbejdsgruppemedlemmer løbende emnerne i temarapporterne på konferencer, workshops, podcasts m.m. Data er indsamlet via Vidensrådet. Celler med '-' indikerer, at der ikke er data herfra

Placering i forebyggelsesfeltet

”

Der findes ikke andre aktører i Danmark, der gør det, som Vidensrådet gør. De skaber et helt unikt vidensgrundlag og er med til at fremhæve vigtige emner.

Interview med vidensmægler



Kortlægning af forebyggelsesfeltet samt Vidensrådet rolle i feltet

Forebyggelsesfeltet i Danmark er karakteriseret ved mange aktører, herunder offentlige såvel som private (se tabel 1). Disse aktører har forskellige interesser, opgaver og roller inden for forebyggelse og sundhedsfremme. Opgaverne og rollerne spænder fra vidensproducerende instanser til udførende instanser. Herunder kan nævnes:

- Vidensproducerende instanser som fx universiteter og VIVE,
- Lovgivende og regulerende instanser som fx Folketinget og Danske Regioner,
- Vidensmæglende og koordinerende instanser som fx Sund By netværket og videnscentre
- Udførende instanser som f.eks. sundhedsforvaltninger, sygehuse og praktiserende læger
- Formidlende og debatskabende instanser så som medier og producenter, detailhandel samt deres brancheorganisationer så som fx DI og DA.

Når der ses på feltet som helhed, er det evaluators indtryk, på baggrund af interviews og evalueringen som helhed, at Vidensrådet har en unik position som vidensmægler, der er bindeled mellem evidensbaseret viden inden for forebyggelse og sundhedsfremme og politik samt praksis.







Der findes andre aktører, som formidler specifik forskning fra egne institutioner (fx VIVE og Universiteterne), men disse arbejder kun inden for egen institution og virke, og de er ofte mindre fokuseret på bred og anvendelsesorienteret formidling til beslutningstagere og udførende fagpersoner på tværs af forskningsinstitutioner.

Der findes også instanser, som laver guidelines og anbefalinger til praksis på baggrund af viden, men disse er ofte bundet af særligt målgruppefokus (faglige selskaber), eller de må tage hensyn til og lade sig begrænse af politiske aftaler og politiske hensyn i formidlingen af viden, hvis evidensen er politisk kontroversiel (fx embedsværket i Regioner & Ministerier). Producenter, detailhandel samt disses brancheorganisationer formidler også viden, men er bundet af kommercielle interesser og har typisk mindre forankring i forskning.

Der er ingen instans, der på samme måde som Vidensrådet er bindeled mellem forskning og praksis. Rollen som vidensmægler er vigtig, fordi gennemgang af litteraturen (*se uddybningen i afsnit "desk research"*) viser:

- At adgang til evidens ikke er ensbetydende med, hvor meget denne viden anvendes
- At målrettet kommunikation om viden kan influere positivt på, hvorvidt viden skaber impact hos politiske beslutningstagere og fagpersoner.
- At vidensmæglere er helt afgørende for, at de politiske beslutningstagere og fagpersoner får adgang til viden, og at denne viden får impact på politik.

Tabel 1. Gruppering af aktører i forebyggelsesfeltet i Danmark

Aktør	Eksempler
 Vidensproduktion	Fx nationale aktører som Universiteter, VIVE og Danmarks Statistik
 Anbefaling/guidelines/ politikker/regulering	Fx nationale aktører som Folketinget, Ministerier & Sundhedsstyrelsen samt regionale og kommunale aktører så som Regionsråd, KL og Kommunalbestyrelser
 Vidensmæglere og koordination	Vidensråd For Forebyggelse samt aktører så som Sund By Netværket, Videnscentre, Det Sektorfri Forebyggelseslaboratorium, KKR (del af KL) og Center For Forebyggelse I Praksis,, Komiteen For Sundhedsoplysning og Patientforeninger.
 Udførende	Fx nationale aktører så som patientforeninger, interesseorganisationer, regionale og kommunale aktører så som Regioner, sygehuse, speciallæger, kommunale sundhedsforvaltninger, kommunale sundhedscentre og almen praksis.
 Medier	Fx Landsdækkende aviser, TV/ Radio, Ugeblade, Fagblade, Regionale aviser, Lokalaviser
 Producenter af varer og tjeneste og ydelser	Fx nationale aktører så som DI og DA og Brancheorganisationer samt producenter af rusmidler, fødevarer, medicin mv. og detailhandlen

Hovedfund fra spørgeskema og interviews

Vidensrådet opleves som en vigtig aktør i forebyggelsesfeltet i Danmark

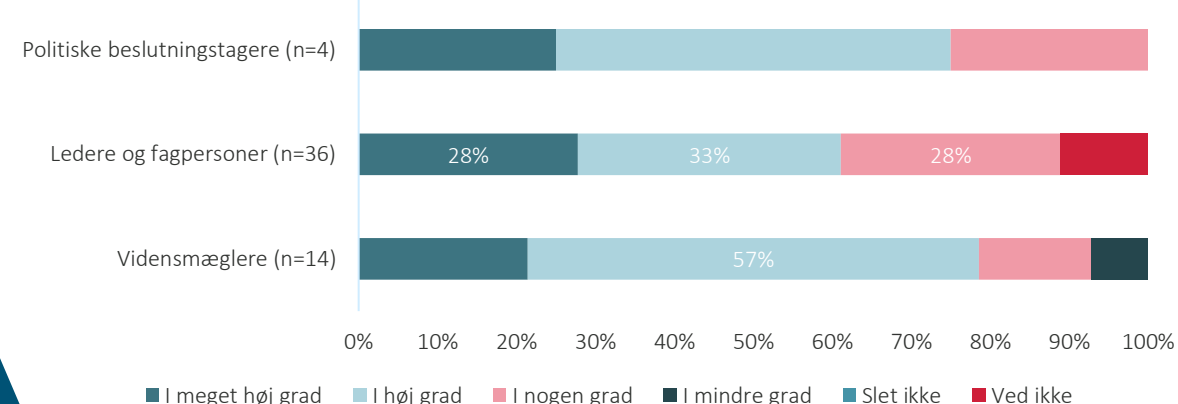
Alle 17 interviewpersoner fra Vidensrådets målgrupper giver udtryk for, at Vidensrådet har en vigtig rolle i forebyggelsesfeltet i Danmark. Vidensrådet fremhæves som en institution, der formidler vigtig evidens om forebyggelse og sundhedsfremme, ligesom de er med til at nuancere og påvirke debatten.

I spørgeskemaundersøgelsen angiver 67 % af de 54 respondenter, at Vidensrådet i meget høj eller høj grad spiller en vigtig rolle i forebyggelsesfeltet i Danmark (se Figur 1). Yderligere 24 % mener dette i nogen grad.

Ni respondenter har i spørgeskemaundersøgelsen ikke på forhånd haft kendskab til Vidensrådet. De er blevet præsenteret for Vidensrådets mission og herefter har seks af disse angivet, at de i meget høj grad (to respondenter) eller høj grad (fire respondenter) mener, at der er behov for en institution som Vidensrådet i forebyggelsesfeltet i Danmark.

Ud fra spørgeskema og interviews kan det derfor konkluderes, at Vidensrådet opfattes som en vigtig aktør i forebyggelsesfeltet.

Figur 1. Vidensrådets målgruppers vurdering af i hvilken grad Vidensråd for Forebyggelse spiller en vigtig rolle i forebyggelsesfeltet i Danmark? n=54



Vidensrådets opgaver i forebyggelsesfeltet

Vidensrådet indsamler forskningsbaseret viden om sundhedsfremme og forebyggelse via en omfattende og grundig inddragelse af forskere med særlig indsigt i evidensen inden for et givent tema. Den indsamlede viden sammenfattes i en temarapport – typisk med en række handlingsansvisninger (*Opgave 1 i Figur 2*).

Derudover består kommunikationsindsatsen i at kommunikere den indsamlede viden i nationale, regionale og lokale medier for at sikre, at forskning og evidens spiller en rolle i samfundsdebatten på sundhedsfremme- og forebyggelse. Vidensrådet skal altså tiltrække opmærksomhed på og påvirke et givent temaområde. Vidensrådet er bindeled mellem vidensproducerende forskere, massemedier og nichemedier (*Opgave 2 i Figur 2*).

Vidensrådet skal ud over kommunikationsindsatsen i medier også omsætte evidensbaseret viden til brugbare formater til politiske beslutningstagere. Her er en vigtig opgave at versionere rapporternes hovedbudskaber og anbefalinger i for eksempel policy briefs og korte opsummeringer, ligesom der er en vigtig opgave i at have en direkte kommunikation i form af møder, netværk og foretræder. Formålet er at beslutninger på området træffes på et evidensbaseret grundlag (*Opgave 3 i Figur 2*).

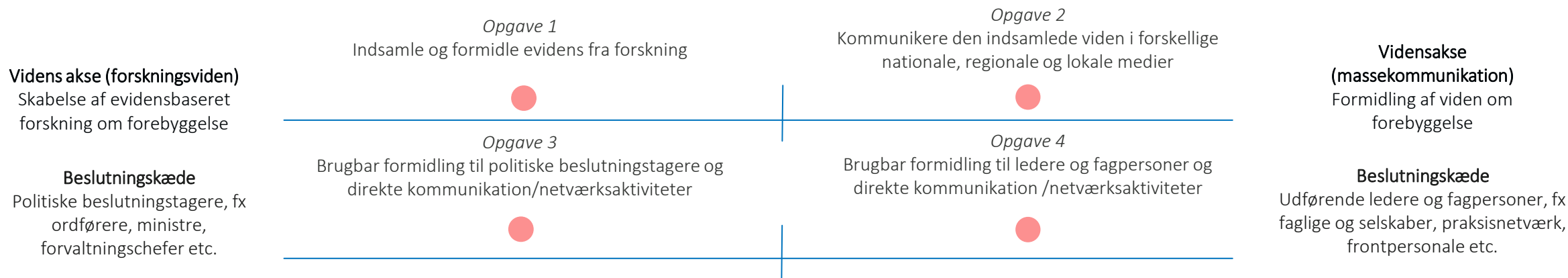
Endelig har Vidensrådet en opgave i at versionere den indsamlede viden til udførende ledere og fagpersoner.

Forudsætningen for denne opgave er, at evidensen oversættes til brugbare formater til udførende fagpersoner (eksempelvis guides eller materiale, der kan kommunikeres til borgerne), og at webinarer og netværksbaserede arrangementer giver praktikere mulighed for at omsætte viden til deres daglige virke (*Opgave 4 i Figur 2*).

Alle opgaver vurderes at være vigtige for, at den indsamlede viden kommer borgerne til gavn og medvirker til at fremme folkesundheden. Der er eksempler på temarapporter hvor, at alle fire opgaver er løftet, og hvor der er opnået betydelig impact (fx rapporten "Nikotin blandt børn og unge" samt Mental sundhed og psykisk sygdomme hos 0-9 årige samt 10-14 årige"). Omvendt ses der eksempler, hvor der er investeret mindre i opgave 2-4, og hvor impact dermed bliver lavere (fx rapporten "Nordisk Kost, sundhed og sygdom").

Med begrænsede ressourcer er prioritering til stadighed vigtig for Vidensrådet. I dag er der grænser for, hvor meget Vidensrådet kan gøre på én gang, og hvor hurtigt en ny temarapport kan publiceres. Det betyder, at Vidensrådet fra temarapport til temarapport må vægte de fire opgaver illustreret i nedenstående figur forskelligt. Det kan ske via en strategisk analyse af, hvilken opgave der har størst betydning for, at den indsamlede viden fremmer borgernes sundhed.

Figur 2 – Vidensrådets fire overordnede opgaver



Desk research

Metode og baggrund

Desk research havde til formål at afdække i hvilket omfang, hvornår eller hvordan forskningsviden kan forventes at få impact hos politiske beslutningstagere. Desk research skal ses som en kortfattet research, der danner baggrund for evalueringen, og hvor kilderne vil blive anvendt til at belyse og understøtte konklusioner og anbefalinger.

Desk research er afgrænset til at fokusere på målgruppen politiske beslutningstagere.

Der blev foretaget en semisystematisk litteratursøgning på følgende videnskabelige databaser: Pubmed, Embase, Cochrane og J-stor. Artiklerne blev sorteret på baggrund af abstract ud fra en række kriterier. Der blev i alt fundet 11 relevante artikler. Artiklerne er domineret af kvalitative undersøgelser og (scoping) reviews.

Resultaterne af desk research er leveret i en separat rapport til Vidensrådet. På de næste slides fremgår de vigtigste fund, som har følgende overskrifter:

1. Adgang til evidens øger viden hos politiske beslutningstagere, men er ikke ensbetydende med, at denne viden anvendes
2. Målrettet kommunikation og fokus på den politiske efterspørgsel kan øge den impact forskningsviden har hos politiske beslutningstagere
3. Vidensmæglere ("knowledge brokers") er et virkemiddel, der kan øge politiske beslutningstageres adgang til viden og øge denne videns impact på politik
4. Oplæring af brugerne vil ikke blot kvalificere dem til at kunne læse evidens, men også til at kunne evaluere og anvende den evidens, der læses.
5. Både blandt forskere og politiske beslutningstagere eksisterer der hæmmende og fremmende faktorer for, at evidens fører til policy
6. Evidensen om egentlige effektive tiltag og strategier er begrænset



Adgang til evidens øger viden hos politiske beslutningstagere men er ikke ensbetydende med, at denne viden anvendes

At skabe adgang til evidens handler om at øge tilgængeligheden af evidens for de politiske beslutningstagere.

Tilgængeligheden kan øges gennem korte opsummerende tabeller og oversigter over de vigtigste pointer ("policy briefs") samt ved at skabe nem adgang til videnskabelige artikler således, at de politiske beslutningstagere og deres embedsmænd selv kan finde frem til evidens (Grimshaw et al. 2012).

En måde, hvorpå der kan skabes nem tilgængelig evidens, er ved at arbejde med online adgange, hvor evidensen kan søges frem online, og med gode søgemuligheder efter konkrete søgeord, eller med mulighed for at klikke sig rundt i eksempelvis temarapporterne alt efter, hvad man som beslutningstager skal bruge.

Hovedfund (2/6)

Målrettet kommunikation og fokus på den politiske efterspørgsel kan øge den impact forskningsviden har hos politiske beslutningstagere

Målrettet kommunikation kan indebære flere forskellige strategier og konkrete tiltag. Herunder er det essentielt, at vidensinstitutioner skærper deres kommunikation og fokus på, hvad embedsmænd og politiske beslutningstagere efterspørger hvis ønsket er, at deres viden skal have indflydelse på politisk niveau. **For at forskningsviden skal opnå impact er det vigtigt, at vidensinstitutionerne anvender det formidlingsformat og giver den viden eller inputs, der er et behov for hos embedsmænd og politikere.**

Litteraturen peger samtidig på, at ovenstående kan være en udfordring for vidensinstitutionerne, idet det kan være svært at navigere i, hvad der er den rette viden på det rette (politiske) tidspunkt (Danmarks Forsknings og Innovationspolitiske Råd 2016). Det anbefales derfor samtidig at arbejde med en nøje kortlægning af det politiske landskab forud for publikation af rapporter.

Målrettet kommunikation omfatter også markedsføring for at skabe opmærksomhed på vidensinstitutionen. Det kan blandt andet gøres gennem udgivelser af beslutningshjælpemidler, såsom korte one-pagers med opstilling af handlingsanvisninger og anbefalinger suppleret med facilitering af netværk, hvor forskere og politiske beslutningstagere møder hinanden (Combs et al. 2022).

Det anbefales desuden, at der arbejdes med målrettet formidling af resultaterne (Brownson et al. 2009). Konkret argumenteres der for, at kommunikationen skal målrettes til de forskellige målgrupper samtidig med at længden og formatet af kommunikationen tilpasses til, hvilken målgruppe man vil ramme.

De foreslåede kommunikationsgenrer, som er målrettet politiske beslutningstagere, er (Wong et al. 2017):

- Policy one-pagers (*én side, der kort opridser baggrund, fakta og analyseresultater og kan indeholde anbefalinger til politiske løsninger*)
- Korte policy briefs (*Kort (typisk 1 side) med opsummering af fund og anbefalinger, typisk mere fokus på visuel fremstilling med billeder*)
- Policy white papers (*forskningsbaseret rapport med fokus på at præsentere et komplekst emne og de vigtigste pointer i et kortere format end en egentligt forskningsartikel*)

For journalister og den generelle befolkning foreslås følgende kommunikationsgenrer (Wong et al., 2017):

- One-pagers (*én side der kort beskriver et emne*)
- Research briefs (*kort beskrivelse af formål og baggrund for en bestemt case, som skal inspirere til videre forskning*)
- Issue briefs (*anbefalinger til handlinger - indikerer hvilke handlinger, der skal til for at gennemføre konkrete tiltag*)

Hovedfund (3/6)

Vidensmæglere ("knowledge brokers") er et virkemiddel, der kan øge de politiske beslutningstageres adgang til viden og øge denne videns impact på politik

Artiklerne påpeger, at nogle af barriererne som gør, at evidens ikke medfører resultater hos de politiske beslutningstagere, er på den ene side manglende *evne* til at forstå og anvende evidens, og på den anden side det faktum, at *ressourcer* til at fremskaffe, læse og forstå evidens er begrænsede i organisationen rundt om beslutningstagerne (Elueze, 2015; Langer et al., 2016). Her kommer vidensmægleren ind i billedet, som en der i samarbejde med for eksempel embedsværket **skal håndtere kompleks viden og sørge for, at det bliver oversat og formidlet på en måde, der er let forståelig for de politiske beslutningstagere.**

Samtidig skal vidensmægleren være den der skaber og faciliterer netværk på tværs af forskere og politiske beslutningstagere, og derved bidrager til at skabe konsensus og brug af evidensbaseret viden i beslutninger (Combs et.al., 2022). Flere af artiklerne påpeger, at netop netværksfacilitering er med til at øge kendskabet til vidensmægleren. Samtidig med det, så øger dette også vidensmæglerens troværdighed, hvis denne er kompetent til at skabe relationer til politiske beslutningstagere, forskere og andre interessenter (Langeveld et al., 2016)





Oplæring af brugerne vil ikke blot kvalificere dem til at kunne læse evidens, men også til at kunne evaluere og anvende den evidens, der læses.

Oplæring af brugere er den sidste strategi, som er gennemgående i flere af artiklerne. Strategien indbefatter, at en vidensmægler kan bidrage til at øge anvendelsen af evidens hos politiske beslutningstagere ved at kvalificere dem til ikke blot at kunne læse evidens, men også at kunne evaluere og anvende den evidens, de læser.

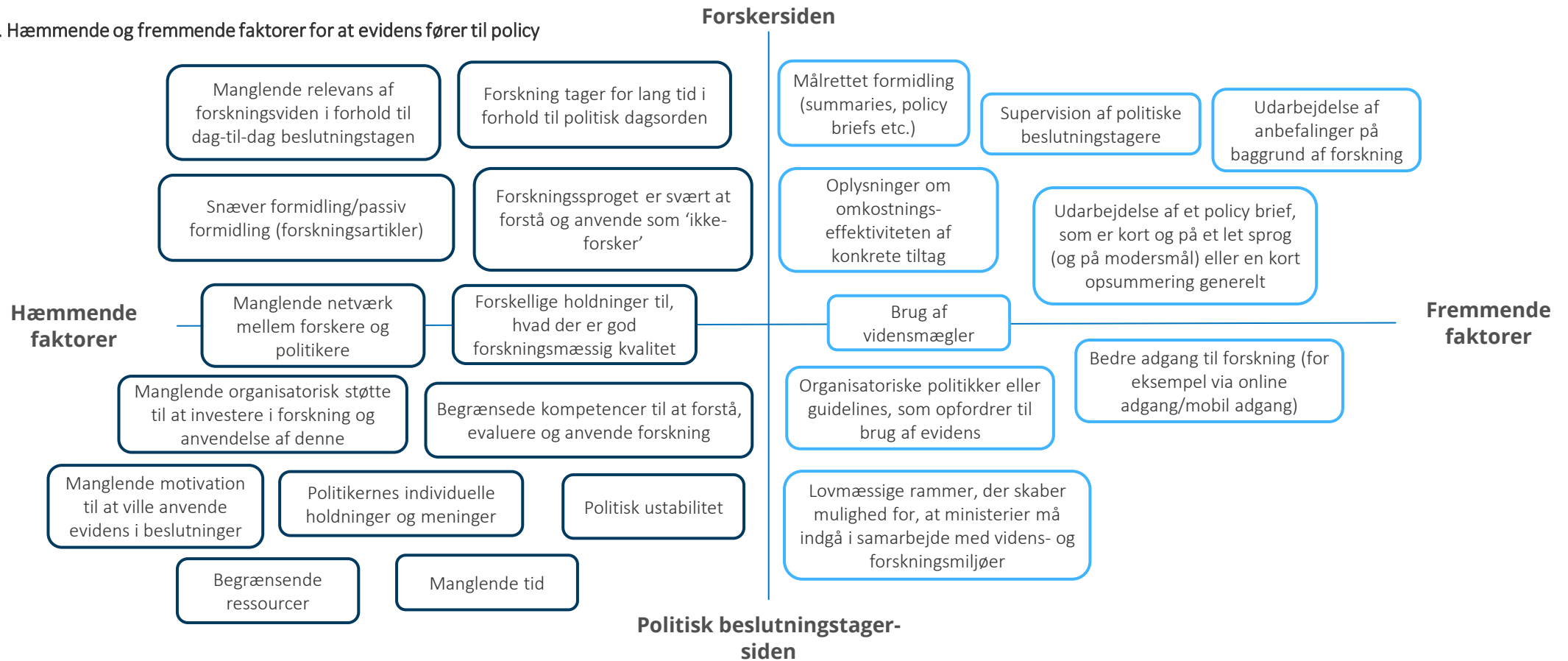
Ovenstående involverer en oplæring, som ikke handler om egentlig formel uddannelse, men om at vidensmægleren sætter rammerne for oplysende og informerende tiltag, såsom konferencer, seminarer og møder med og mellem fageksperter og politiske beslutningstagere.

I litteraturen peges der på, evidensbaseret viden, netværk med deling og udveksling af viden samt praksisnær viden med et implementeringsfokus mobiliserer brugerne på en måde, hvor de opbygger viden om betydningen af forskning og evidens samt mulighederne for at anvende disse (Davies et al., 2015)

Hovedfund (5/6): Både blandt forskere og politiske beslutningstagere eksisterer der hæmmende og fremmende faktorer for, at evidens fører til politisk handling

Figur 3 opsummerer de hæmmende og fremmende faktorer for, at evidens bliver anvendt i politisk beslutningstagen, som er identificeret i desk researchen. Figuren er opstillet som en matrix, hvor hæmmende og fremmende faktorer er opdelt på, om de kan igangsættes og praktiseres af henholdsvis de politiske beslutningstagere eller forskningsmiljøet. Matrixen har ingen værdi- eller størrelsesrangering. Det betyder, at faktorernes afstand fra midten i matrixen ikke angiver styrken af tiltagenes mulige effekt. Et eksempel fra figuren er, at forskerne kan gøre deres formidling mere målrettet til de politiske beslutningstagere, herunder anvende formidlingsformater, der passer til denne målgruppes behov (eksempelvis policy briefs).

Figur 3. Hæmmende og fremmende faktorer for at evidens fører til policy



Evidensen om egentlige effektive tiltag og strategier er begrænset

Samtlige artikler i desk researchen påpeger, at oversættelsen fra forskningsviden til policy generelt er præget af begrænset evidens. Der mangler herunder evidens om, hvilke tiltag og strategier der er mest effektive i forhold til at få politiske beslutningstagere til at anvende forskningsviden i deres beslutninger.

Ovenstående er formentlig udtryk for, at virkningen af evidens på sundhedsindsatser og forebyggelsestiltag er vanskelig at undersøge gennem randomiserede kontrollerede forsøg eller med tilsvarende evidensbaserede forskningsdesign, samt at forskningsfeltet herom er forholdsvis nyt.

Evaluering af Vidensrådets temarapporter

Metode for interviews

Der er i alt foretaget seks interne interviews samt 17 eksterne interviews. Interne interviews omfatter personer med en direkte tilknytning til Vidensrådet, såsom rådsmedlemmer. Eksterne interviews dækker repræsentanter for Vidensrådets målgrupper. Interviewpersonerne er udvalgt af Vidensrådet. Følgende eksterne interviews er gennemført:

- Én politisk beslutningstager
- To ledere og fagpersoner, samt yderligere to vidensmæglere, der også har udtalt sig i deres funktion af også at være fagpersoner
- Otte vidensmæglere
- Fire forskere
- To fonde.

Interviews er gennemført som semistrukturerede interviews, enten online eller over telefonen af omtrent 30 minutters varighed. Interviewene blev gennemført i perioden 17. marts – 15. maj.

Beskrivelserne af effekter i de næste afsnit baserer sig på interviews og data indleveret af Vidensrådet.

Især temarapporterne om mental sundhed er blevet downloadet mange gange, hvilket kan indikere, at der i praksis har været stort behov for disse

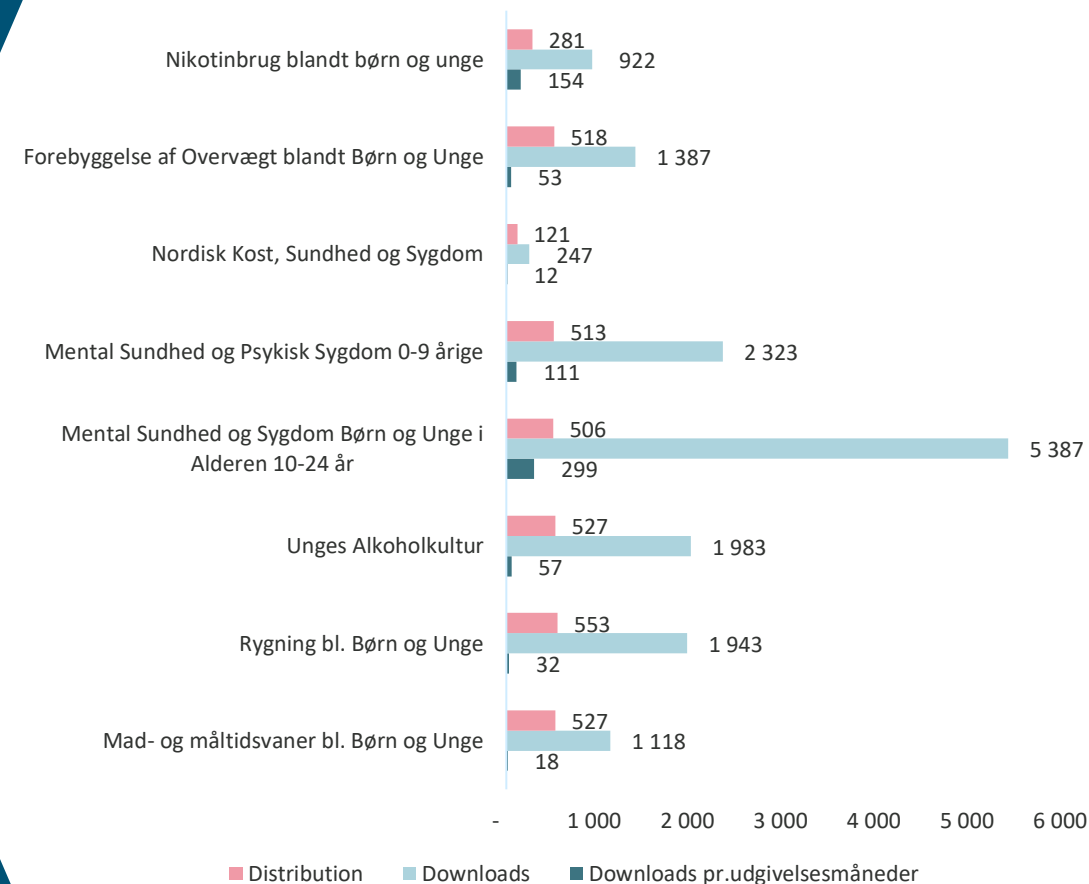
Ses der på hvilke temarapporter, der i praksis er blevet downloadet og distribueret (sendt eller uddelt i fysiske eksemplarer) flest gange, så stikker temarapporten om mental sundhed og psykisk sygdom blandt 10-24-årige ud (Se figur 4). Med i alt 5.387 downloads er den blevet downloadet markant flere gange end de øvrige temarapporter. Også når der tages højde for, at temarapporterne har forskellige udgivelsestidspunkter har denne temarapport flere downloads end de øvrige med 299 downloads per måned siden udgivelsestidspunktet. Også temarapporten, om mental sundhed og psykisk sygdom blandt 0-9 årige, er downloadet 2.323 gange, svarende til 111 gange per måned siden udgivelsen. Det indikerer, at de to rapporter i praksis har udfyldt et behov.

Samtidig ses det, at nikotinrapporten*, som er udgivet i 2022, allerede har knap 1.000 downloads, hvorfor den forventes også at blive en af de mest downloadede rapporter. Med 154 downloads per måned siden udgivelse er den således den næstmest downloadede rapport, når der tages højde for udgivelsestidspunkt. Temarapporten om nordisk kost har færrest downloads både i absolutte tal og fordelt pr. måned siden udgivelse.

Det varierende antal downloads per måned kan blandt andet være symptom på en varierende kommunikationsindsats rundt om temarapporterne og illustrerer, at der er et potentiale for at arbejde med udbredelsen af de temarapporterne.

*Vidensrådet oplyser, at nikotinrapporten blev udgivet som et notat før tid grundet stor efterspørgsel. Det kan have influeret på det høje antal downloads på kort tid

Figur 4. Antal downloads og distributioner af temarapporter



Nikotinbrug blandt børn og unge

Temarapporten sætter fokus på konsekvenserne af nikotinbrug på børn og unges helbred. Udover at samle den eksisterende viden herom, konkluderer temarapporten på basis af forskningen, hvilke indsatser der er virkningsfulde til at forebygge børn og unges brug af nikotinprodukter.

Temarapporten blev publiceret i 2022. Rapporten er blevet downloadet 922 gange. Desuden er den distribueret i fysisk form til 281 modtagere. Der er lavet fem yderligere kommunikationsprodukter om rapporten:

- En sammenfatning
- Et "myter om nikotin"-ark
- Et engelsk summary
- En pressemeddelelse
- En explainerfilm.

” *Konsekvenserne af stigende nikotinformbrug hos unge rammer lige ned i en højaktuel dagsorden og er med til at kvalificere den debat, vi skal have ude i kommunerne om, hvad vi skal gøre.*

Interview med fagperson

” *Nikotinrapporten har i den grad udfyldt et videnshul! Vi har virkelig manglet noget viden og nogen der gad samle AL den viden, vi har. Dejligt, at der kommer en rapport, som er med til at give vores argumenter noget pondus*

Interview med fagperson



Nikotinbrug blandt børn og unge

Konsekvenser og forebyggelse

Rapport af

Jørgen Vestbo
Jesper Tobias Andreasen
Lotus Sofie Bast

Lisbeth Lund
Charlotta Pisinger

Nikotinbrug blandt børn og unge – eksempler på anvendelse og effekter

- Nikotinrapporten refereres bl.a. til på: Tandlægebladet, sundhed.dk, cancer.dk, og danskegymnasier.dk¹ (oplyst af Vidensrådet)
- 7 interviews på tværs af målgrupper (svarende til 39% af alle interviewpersoner) angiver at temrapporten er med til at sætte fokus på nikotinområdet og har skabt ny debat på området.
- Explainerfilmen er blevet vist for sundhedsstrategisk styregruppe i [anonym kommune] og har bidraget med ny viden. Det har medført, at kommunalchef siger: "Det skal vi handle på!". Ifølge fagperson kan viden fra temarapporten endeligt influere [kommunenavns] strategiplan på nikotinområdet (Fra interview med én fagperson)
- Temarapporten anvendes af Indenrigs- og Sundhedsministeriet i den retssag, som British American Tobacco har rejst mod dem (fra interview med en vidensmægler)
- Temarapporten har været med til at ændre synet på nikotinprodukter – herunder med til at øge forståelsen for alvorligheden af disse (fra syv interviews (svarende til 39 % af alle interviewpersoner) på tværs af målgrupper)
- Temarapporten bidrager med belæg og faglig tyngde til fagpersoners argumenter (fra to interviews med fagpersoner (ud af fire))
- Viden fra temarapporten er anvendt til politiske indstillinger, hvor fagperson refererer til viden fra rapporten (fra interview med en fagperson)
- Nyborg Kommune arbejder hen imod et mål om, at ingen børn og unge i 2030 begynder at ryge. Arbejdet refererer bl.a. til Vidensrådets temarapport som en del af baggrunden for dette initiativ (oplyst af Vidensrådet)
- Esbjerg Kommunes sundhedstilbud til Børn og Unge "Dit Liv Dialogen, Tobak – Røg, snus og nikotin" anvender bl.a. Vidensrådets video (oplyst af Vidensrådet)
- Stoplinjens kampagne "Snus og andre nikotinprodukter" anvender rapporten som vidensgrundlag (oplyst af Vidensrådet)
- Silkeborg Kommune tilbud om gratis vejledning i at blive røg-, snus- og nikotinfri anvender rapporten som baggrundsviden (oplyst af Vidensrådet)

¹ <https://www.tandlaegebladet.dk/boern-og-unges-nikotinbrug-kan-give-skader-paa-hjernen>
<https://www.sundhed.dk/sundhedsfaglig/laegehaandbogen/generelt/tilstande-og-sygdomme/tobak/snusbrug/>
<https://www.cancer.dk/forebyg/undga-roeg-og-rygning/indsatser-mod-rygning/for-rygestopraadgivere/materialer-til-rygestopraadgivere/korte-samtaler-med-unge/rapporter/>
<https://danskegymnasier.dk/nyt-fra-sekretariatet-45-2022/>



Nikotinbrug blandt børn og unge

Konsekvenser og forebyggelse

Rapport af

Jørgen Vestbo
Jesper Tobias Andreasen
Lotus Sofie Bast

Lisbeth Lund
Charlotta Pisinger

Forebyggelse af overvægt blandt børn og unge

Formålet med temarapporten er at give politikere, beslutningstagere og fagprofessionelle et indblik i årsager til og risikofaktorer for udvikling af overvægt. Derudover giver den et overblik over, om der eksisterer indsatser der kan forebygge udvikling af overvægt blandt børn og unge. Rapporten konkluderer, at der ikke på nuværende tidspunkt findes overbevisende dokumentation for, at de forebyggende indsatser, der findes, virker.

Temarapporten blev publiceret i 2021. Rapporten er downloadet 1.387 gange og distribueret i 518 fysiske eksemplarer. Vidensrådets kommunikationsindsats og produkter* om rapporten har bestået af følgende:

- Et faktaark
- En pressemeddelelse
- Tre webinarer om rapporten.
- Sammenfatning (2-pager)

” Rapporten skulle belyse, hvad der virker på området, og de endte med at sige, at vi ved ikke, hvad der virker. Det var selvfølgelig nedslående, men det er jo derfor også en vigtig rapport, for det er vigtigt at vide, hvad vi ikke ved

Interview med vidensmægler

” Jeg har brugt rapporten som et rygstød til sammen med nogle andre at få et stort projekt, som bygger på rapporten og tager udgangspunkt i de bedste ting fra de effektive studier og ser, om vi kan rykke på overvægt i Danmark.

Interview med forsker

* Fraregnet faglige artikler, debat- og kronikartikler



EN RAPPORT FRA

VIDENSRÅD FOR FOREBYGGELSE
KRISTIANIAGADE 12
2100 KØBENHAVN Ø

VFF@DADL.DK
WWW.VIDENSRAD.DK

FOREBYGGELSE AF OVERVÆGT BLANDT BØRN OG UNGE

AF

JENS MELDGAARD BRUUN
LISE GEISLER BJERREGAARD
PERNILLE DUE
BERIT LILIENTHAL HEIMANN

TERESA VICTORIA HØY
LENE KIERKEGAARD
KIM FLEISCHER MICHAELSEN
CAMILLA SCHMIDT MORGEN

NANNA JULIE OLSEN
THORKILD I.A. SØRENSEN
ULLA TOFT
JANE NAUTRUP ØSTERGAARD

Forebyggelse af overvægt blandt børn og unge – eksempler på anvendelse og effekter

- Fagligt selskab for Sundhedsplejersker har anvendt rapporten til møde med næstforperson for Sundhedsudvalget om, hvad sundhedsplejersker kan gøre for at forebygge overvægt blandt børn og unge (fra interview med en vidensmægler).
- Rapporten har bidraget til ny forskningsbevilling fra Novo Nordisk Fonden baseret på videnshuller identificeret i rapporten (fra to interviews med hhv. forsker og vidensmægler).
- Rapporten har bidraget til Novo Nordisk Fondens oprettelse af Børnevægt i Balance, som et multifaktorelt initiativ, fordi der manglede viden om, hvad der virker (fra interview med en vidensmægler)
- Rapporten indgår som reference i flere artikler på Måltidspartnerskabets hjemmeside, bl.a. under fanen "Viden" (oplyst af Vidensrådet).
- Rapporten indgår som en del af referencematerialet til notat om borgerrettet forebyggelse af type 2-diabetes, overvægt og andre kroniske sygdomme på Diabetesforeningens hjemmeside (oplyst af Vidensrådet)¹
- Rapporten indgår som en del af referencematerialet i et policy brief fra Hjerteforeningen om overvægt (oplyst af Vidensrådet)²
- Rapporten har dannet baggrund for temadagen "Børn og Overvægt", der blev afholdt af KL (oplyst af Vidensrådet)³
- Rapporten anvendes som reference i podcast af Børnevægt i Balance og som baggrund for forskningsprojektet PREPARE CHILD, der gennemføres i samarbejde mellem lektor og forskningsansvarlig Nina Geiker, Aarhus Universitetshospital, og Hvidovre Hospital (oplyst af Vidensrådet)⁴
- Rapporten anvendes som reference i "Handleplan for Overvægtsområdet" lavet af Center for Sundhed i Region Hovedstaden (oplyst af Vidensrådet)⁵
- Rapporten anvendes som reference i forskningsprojekt på STENO, som undersøger, om overvægt hos børn kan mindskes, hvis kvinder med overvægt opnår en sund vægt, inden de bliver gravide (oplyst af Vidensrådet)
- Der refereres til rapporten i nyhedsartikel fra "Ernæringsfokus" (oplyst af Vidensrådet)⁶

¹ <https://diabetes.dk/media/dhfjbpkz/om-borgerrettet-forebyggelse.pdf>

² https://hjerteforeningen.dk/wp-content/uploads/2020/09/Politikpapir_Overvaegt_2022.pdf

³ <https://www.kl.dk/kommunale-opgaver/sundhed-og-aeldre/center-for-forebyggelse-i-praksis/inspiration-fra-afholdte-temadage/boern-og-unge/boern-og-overvaegt/>

⁴ <https://boernevaegtbalance.dk/podcast-hvordan-knaekker-vi-overvaegtskurven-uden-at-stigmatisere/>

⁵ <https://www.regionh.dk/Sundhed/Politikker-Planer-Strategier/forebyggelse/Documents/Handleplan%20p%C3%A5%20Overv%C3%A6gtsomr%C3%A5det%202021%20-%20final.pdf>

⁶ <https://www.ernaeringsfokus.dk/nyheder/overvaegt-blandt-boern-og-unge-forbliver-en-gaede/>



EN RAPPORT FRA

VIDENSRÅD FOR FOREBYGGELSE
KRISTIANIAGADE 12
2100 KØBENHAVN Ø

VFF@DADL.DK
WWW.VIDENSRAD.DK

FOREBYGGELSE AF OVERVÆGT BLANDT BØRN OG UNGE

AF

JENS MELDGAARD BRUUN
LISE GEISLER BJERREGAARD
PERNILLE DUE
BERIT LILIENTHAL HEIIMANN

TERESA VICTORIA HØY
LENE KIERKEGAARD
KIM FLEISCHER MICHAELSEN
CAMILLA SCHMIDT MORGEN

NANNA JULIE OLSEN
THORKILD I.A. SØRENSEN
ULLA TOFT
JANE NAUTRUP ØSTERGAARD

Nordisk kost, sundhed og sygdom

Baggrunden for temarapporten er, at WHO i 2018 efterlyste evidens for, om en regional kost, såsom den nordiske kost, har sundhedsfremmende egenskaber i forhold til en række store folkesygdomme. Temarapporten har således til formål at samle forskningsviden om de sundhedsmæssige effekter af nordisk kost. Rapporten beskriver og definerer nordisk kost og sammenholder den med det regionale kostmønster, Middelhavskosten.

Temarapporten blev publiceret i 2021. Siden da er den blevet downloadet 247 gange og distribueret i fysisk form 121 gange. Det er således den af de udvalgte rapporter, der er blevet downloadet og distribueret færrest gange. Vidensrådet har gennemført følgende kommunikationsindsats rundt om temarapporten:

- Udarbejdet et faktaark
- Udgivet en pressemeddelelse.
- Arrangeret et debatarrangement på Madens Folkemøde med baggrund i viden fra rapporten og uddelt flyers om rapporten til publikum.

” *Jeg gik lige ind på Vidensrådets hjemmeside og tjekkede: Hvad har de lavet. (...) Der så jeg rapporten om nordisk kost. Jeg har sikkert fået et nyhedsbrev om den, men jeg har ikke fået åbnet den og læst den (...) Emnet er ganske interessant. Jeg ville nok med knap tid i baghovedet prioritere at læse abstract og resume. Fordi tid er kostbar, ville det give noget at få det serveret på en anden måde end kun en rapport [f.eks. En konference]*

Interview med vidensmægler ifm. anden temarapport



EN RAPPORT FRA

VIDENSRÅD FOR FOREBYGGELSE
KRISTIANIAGADE 12
2100 KØBENHAVN Ø

VFF@DADL.DK
WWW.VIDENSRAD.DK

NORDISK KOST, SUNDHED OG SYGDOM SAMMENHOLDT MED MIDDELHAVSKOST

AF

KJELD HERMANSEN
SIDSE SCHOUBYE ANDERSEN

CAMILLA TRAB DAMSGAARD
LARS OVE DRAGSTED

LOTTE HOLM
ANJA OLSEN

INGE TETENS
ANNE TJØNNELAND

Nordisk kost, sundhed og sygdom – eksempler på anvendelse og effekter

Det har ikke været muligt at gennemføre interview med specifikt fokus på denne rapport. Herunder er der derfor tale om eksempler på, hvor Vidensrådet har angivet, at rapporten har været anvendt, og hvor Vidensrådet har arbejdet med temarapporten.

En række medier har uafhængigt af Vidensrådet lavet artikler om nordisk kost, hvori rapporten omtales og refereres, herunder blandt andet (oplyst af Vidensrådet):

- Artikel på ernæringsfokus om evidens for at middelhavskost og nordisk kost reducerer risiko og forekomst af hjerte-kar sygdom¹
- Hjerteforeningen.dk har lavet kort artikel på baggrund af temarapporten²
- Reference i skriv om kostpyramiden³
- Reference i artikel på Idenyt.dk⁴
- Artikel i Maanedsskriftet.dk om Kost: Norden vs. Middelhavet⁵
- Artikel på Krop-fysik.dk om Nordisk mad⁶

¹ <https://www.ernaeringsfokus.dk/nyheder/stigende-evidens-for-at-middelhavskost-og-nordisk-kost/>

² <https://hjerteforeningen.dk/fagnet/2022/03/03/ny-viden-nordisk-kost-og-hjerte-kar-sygdomme/>

³ <https://denstordanske.lex.dk/kostpyramide>

⁴ <https://idenyt.dk/livsstil/sundhed-helse/denne-mad-skal-du-spise-for-at-holde-dig-sund/>

⁵ <https://www.maanedsskriftet.dk/files/pdf/13183.pdf>

⁶ <https://www.krop-fysik.dk/nordisk-mad-goer-gavn-for-baade-din-og-planetens-sundhed/>



EN RAPPORT FRA

VIDENSRÅD FOR FOREBYGGELSE
KRISTIANIAGADE 12
2100 KØBENHAVN Ø

VFF@DADL.DK
WWW.VIDENSRAD.DK

NORDISK KOST, SUNDHED OG SYGDOM SAMMENHOLDT MED MIDDELHAVSKOST

AF

KJELD HERMANSEN
SIDSE SCHOUBE ANDERSEN

CAMILLA TRAB DAMSGAARD
LARS OVE DRAGSTED

LOTTE HOLM
ANJA OLSEN

INGE TETENS
ANNE TJØNNELAND

Mental Sundhed og psykisk sygdom hos børn og unge

Der er udgivet to temarapporter om mental sundhed og psykisk sygdom hos henholdsvis 0-9 årige og 10-24 årige.

Temarapporten om 0-9 årige kortlægger forekomsten af mentale helbredsproblemer og psykisk sygdom hos danske børn. Formålet er at beskrive risikofaktorer og beskyttende faktorer og at præsentere indsatser, som kan fremme mental sundhed og forebygge psykisk sygdom hos aldersgruppen. Rapporten blev publiceret i 2021 og er downloadet 2.323 gange. Den er distribueret fysisk til 513 modtagere.

Temarapporten om 10-24 årige kortlægger forekomst og udvikling i mentale helbredsproblemer og psykisk sygdom hos danske børn og unge i alderen 10-24. Rapporten præsenterer et overblik over udvalgte vidensbaserede indsatser til forebyggelse og behandling af mentale helbredsproblemer og psykiske sygdomme på alle niveauer for aldersgruppen. Desuden giver rapporten råd til beslutningstagere om at vedtage en national strategi på området og foreslår fokuspunkter for en sådan strategi. Temarapporten blev publiceret i 2020. Den er downloadet 5.387 gange og distribueret i fysisk form til 506 modtagere.

For begge rapporter er der lavet flg. kommunikationsprodukter om rapporten: et faktaark, 2-pager, en pressemeddelelse, 5 hybridseminarer inkl. 2 social-talks og læringskit målrettet kommunerne.

”

I [kommunenavn] er der lavet indsatsplaner på børn og unges mentale trivsel, og der er skrevet rigtig meget frem om de gode og sunde fællesskaber. Man kan ikke direkte sige, at de syv konklusioner fra Vidensrådets rapport er genkendelig i vores strategiske dokument, men der er noget af det til stede

Interview med fagperson

”

Jeg har hørt kommuner, der har gået ind og læst endnu videre på PALS-metoden, som er beskrevet i rapporterne på mental sundhed. Men om den er omsat 1:1, tør jeg ikke sige. Man plukker nok de metoder ud, der passer til ens praksis, og hvor man kan starte i ens kommune.

Interview med vidensmægler



EN RAPPORT FRA

VIDENS RÅD FOR FOREBYGGELSE
KRISTIANIAGADE 12
2100 KØBENHAVN Ø

VFF@DADL.DK
WWW.VIDENSRAAD.DK

MENTAL SUNDHED OG PSYKISK SYGDOM HOS 0-9-ÅRIGE BØRN

AF

BJØRN EVALD HOLSTEIN (FORMAND)

TINE BRINK HENRIKSEN
SIGNE BOE RAYCE
CHARLOTTE RINGSMOSE

ANNE METTE SKOVGAARD
GRETE KATRINE TEILMANN
METTE SKOVGAARD VÆVER

Mental Sundhed og psykisk sygdom hos børn og unge – eksempler på anvendelse og effekter

Temarapporterne har inspireret til nye kommunale indsatsplaner på området (oplyst i interview med en fagperson)

Temarapporten om 0-9 årige

- Vidensrådet har givet foretræde for tre udvalg i Folketinget med fremlæggelse af rapporten (Børne- og Undervisningsudvalget, Socialudvalget og sundhedsudvalget) (oplyst af Vidensrådet)
- Rapporten har dannet baggrund for to temadage om ”Skoletrivsel for Alle” og 3 temadage om mental sundhed i kommunen afholdt samarbejde med KL samt derudover et temagruppemøde i Sund By Netværket om mental sundhed og det gode ungeliv (Oplyst af Vidensrådet)
- Arbejdsgruppeformanden er blevet inviteret og deltog i TV2 dokumentar om ”Smertens Børn”
- Vidensrådet har i samarbejde med Sundhedsstyrelsen afholdt konference om sårbare gravide og tidlig indsats
- Det faglige oplæg fra Sundhedsstyrelsen om 10 års plan for psykiatrien refererer til rapporterne om mental sundhed.
- Rapporten er blandt andet nævnt følgende steder (Oplyst af Vidensrådet)¹:
 - Styrkeakademiet.dk
 - Emu.dk
 - Kl.dk

Temarapporten om 10-24 årige

- Vidensrådet har fået invitation til at medvirke i podcast om børn og unges mentale helbred ved hhv. Videnskab.dk og Sundhedsvisionen.dk.
- Temarapporten refereres blandt andet til på² (oplyst af Vidensrådet):
 - Danmarks Statistiks hjemmeside
 - Region Hovedstadens hjemmeside
 - Psykiatrifonden
 - Nyhed på sundhedspolitisk tidsskrift
 - Børns Vilkår’s hjemmeside
- Vidensrådet har givet foretræde for Folketingets Sundhedsudvalg for at fremlægge rapportens væsentligste konklusioner (Oplyst af Vidensrådet)
- Rapporten anvendes som reference i ”Sammen om at stoppe psykisk mistrivsel hos børn og unge” – anbefalinger til fælles handling fra Forum mod Psykisk Mistrivsel (Oplyst af Vidensrådet)

¹ <https://styrkeakademiet.dk/vidensraad-for-forebyggelse-rapport-om-mental-sundhed-og-psykisk-sygdom-hos-0-9-aarige-boern/> - <https://emu.dk/grundskole/saerlige-elevgrupper/styrket-indsats-i-ppr/mentale-helbredsproblemer-blandt-skoleboern> - <https://www.kl.dk/kommunale-opgaver/sundhed-og-aeldre/center-for-forebyggelse-i-praksis/inspiration-fra-afholdte-temadage/mental-sundhed/fremme-af-mental-sundhed/skoletrivsel-for-alle/> - <https://www.sst.dk/da/Udgivelses/2022/Fagligt-oplaeg-til-en-10-aarsplan>

² <https://www.dst.dk/da/informationsservice/blog/2021/05/Mental-helbred> - <https://www.regionh.dk/til-fagfolk/Sundhed/Tvaersektorielt-samarbejde/samarbejdspulje-og-forebyggelse/Documents/Psykisk%20mistrivsel%20og%20psykisk%20sygdom%20blandt%20b%C3%B8rn%20i%20Region%20Hovedstaden.pdf>

<https://psykiatrifonden.dk/files/media/document/Tal%20psyken%2030EF%80%A210-2018.pdf> - <https://sundhedspolitisktidsskrift.dk/nyheder/5984-tidlig-voksenalder-er-primetime-for-debut-af-svaer-psykisk-sygdom.html> - <https://bornsvilkar.dk/wp-content/uploads/2021/11/Forum-mod-Psykisk-Mistrivsel-Anbefalinger.pdf>



EN RAPPORT FRA

VIDENSRÅD FOR FOREBYGGELSE
KRISTIANIAGADE 12
2100 KØBENHAVN Ø

VFF@DADL.DK
WWW.VIDENSRAD.DK

MENTAL SUNDHED OG SYGDOM HOS BØRN OG UNGE I ALDEREN 10-24 ÅR FOREKOMST, UDVIKLING OG FOREBYGGELSESMULIGHEDER

AF

PIA JEPPESEN CARSTEN OBEL LISBETH LUND KATHRINE BANG MADSEN LINE NIELSEN MERETE NORDENTOFT

Unge Alkoholkultur

Baggrunden for temarapporten er, at danske unges alkoholforbrug stadig er højt sammenlignet med andre europæiske lande, og at unge på ungdomsuddannelserne ligger i top hvad angår fuldsabsorienteret druk. Rapporten kortlægger eksisterende forskning om, hvorfor unge drikker så meget og giver anbefalinger til, hvordan et højt alkoholforbrug blandt unge kan forebygges.

Temarapporten blev publiceret i 2019. Den er efterfølgende blevet downloadet 1.983 gange og distribueret i fysisk form til 457 modtagere. Der er lavet flg. kommunikationsprodukter om rapporten:

- Et faktaark
- En pressemeddelelse.
- To konferencer
- 2-pager

” Jeg har siddet med en kollega og gennemtrawlet rapporten: Hvor har vi de virksomme elementer? Hvad skal vi prøve at undlade at gøre? Måske har der ikke været noget nyt, for jeg har været i branchen i mange år. Men det er også godt at blive bekræftet i nogle ting og se, at tilgangene holder vand.

Interview med fagperson

” Der var nogle ting og tanker i rapporten, som var med til at gøre, at vi valgte at gøre noget lidt anderledes: I stedet for meget fokus på alkoholen som sådan, begyndte vi at have fokus på værdierne i fællesskaberne – fordi måske var det dem, vi skulle ind og pille ved.

Interview med fagperson



EN RAPPORT FRA

VIDENS RÅD FOR FOREBYGGELSE
KRISTIANIAGADE 12
2100 KØBENHAVN Ø

VFF@DADL.DK
WWW.VIDENSRAAD.DK

UNGES ALKOHOLKULTUR – ET BIDRAG TIL DEBATTEN

AF

JANNE TOLSTRUP
JAKOB DEMANT

MORTEN GRØNBÆK
SANNE PAGH MØLLER

MADS UFFE PEDERSEN
VERONICA PISINGER

Unges Alkoholkultur – eksempler på anvendelse og effekter

- Temarapporten har inspireret kommunens indsats på alkoholområdet (fra interview med en fagperson)
- Temarapporten indgår i en række artikler på Sundhedsstyrelsens hjemmeside¹ (oplyst af Vidensrådet)
- Temarapporten bruges som kilde i artikel på Alkohol & Samfunds hjemmeside² (oplyst af Vidensrådet)
- Temarapporten indgår som kilde i tre artikler på faktalink.dk/alkohol (oplyst af Vidensrådet)
- Temarapportens anbefalinger indgik som en del af vidensgrundlaget for alliancen "Drukfri Ungdom", en alliance som Vidensrådet også er en del af (oplyst af Vidensrådet)
- Vidensrådet blev inviteret til at fremlægge rapportens anbefalinger på foretræde for sundhedsordførere i Folketinget (oplyst af Vidensrådet).
- Flere medlemmer af arbejdsgruppen fra temarapporten har holdt oplæg om rapportens konklusioner i henholdsvis Sund By-netværkets alkoholtemagruppe og SSP-samrådet (oplyst af Vidensrådet)
- Flere af arbejdsgruppens medlemmer har indgået i forskellige arbejdsgrupper om alkohol under Sundhedsstyrelsen (oplyst af Vidensrådet)
- Temarapporten indgår i Horsens Kommunes rusmiddelpolitik (oplyst af Vidensrådet)

¹ <https://www.sst.dk/da/viden/Forebyggelse/Alkohol/Fakta-om-alkohol/Unges-alkoholforbrug>
https://www.sst.dk/-/media/Udgivelser/2022/Alkohol/Notat-om-alkoholforbrug-og-drikkemoenstre-i-Danmark_final_rev.ashx
https://www.sst.dk/-/media/Udgivelser/2022/Alkohol/Rapport_Dialog_om_alkohol.ashx
<https://www.sst.dk/da/faellesomungelivet/Det-siger-forskningen>

² <https://alkohologsamfund.dk/files/media/document/Unges-Alkoholforbrug.pdf>



EN RAPPORT FRA

VIDENS RÅD FOR FOREBYGGELSE
KRISTIANIAGADE 12
2100 KØBENHAVN Ø

VFF@DADL.DK
WWW.VIDENSRAAD.DK

UNGES ALKOHOLKULTUR – ET BIDRAG TIL DEBATTEN

AF

JANNE TOLSTRUP
JAKOB DEMANT

MORTEN GRØNBÆK
SANNE PAGH MØLLER

MADS UFFE PEDERSEN
VERONICA PISINGER

Fremme af sunde mad- og måltidsvaner blandt børn og unge

Temarapporten ønsker at skabe klarhed over, hvilke indsatser og/eller indsatskomponenter, der effektivt fremmer sunde mad- og måltidsvaner blandt børn og unge i alderen 3-18 år. Formålet har således været at danne et nyt vidensgrundlag til at kvalificere beslutninger om nye initiativer på området.

Temarapporten blev publiceret i 2018. Rapporten har 1.118 downloads og er udsendt i 527 fysiske eksemplarer. Der er lavet 4 yderligere kommunikationsprodukter om rapporten:

- Et faktaark
- En pressemeddelelse
- Råd til fremme af børns og unges mad- og måltidsvaner
- En Konference

” *Jeg har med den rapport i hånden kunnet sige, at det er ikke vejen frem, at vi starter projekter, der koster mange penge at starte op. Jeg tager den med i diverse offentlige-private partnerskaber og snakker om, hvilke initiativer vi skal sætte i gang.*

Interview med vidensmægler

” *Vidensrådet afholdt også en konference om rapporten, som jeg deltog i. Jeg synes, at det var dejligt, at den blev samlet op – og det var gedigent kommunikation der. Jeg kunne godt savne, at der generelt var noget mere kommunikation rundt om [temarapporterne], for de gjorde det rigtig godt.*

Interview med vidensmægler



EN RAPPORT FRA

VIDENS RÅD FOR FOREBYGGELSE
KRISTIANIAGADE 12
2100 KØBENHAVN Ø

VFF@DADL.DK
WWW.VIDENSRAAD.DK

FREMME AF SUNDE MAD- OG MÅLTIDSVANER BLANDT BØRN OG UNGE

AF

INGE TETENS
ANJA BILTOFT-JENSEN

KJELD HERMANSEN
CHRISTIAN MØLGAARD

BENTE NYVAD
METTE RASMUSSEN

MARIANNE SABINSKY
ULLA TOFT

KAREN WISTOFT

Fremme af sunde mad- og måltidsvaner blandt børn og unge – eksempler på anvendelse og effekter

Det har kun været muligt at gennemføre interview med en vidensmægler med viden om denne temarapport. Da vidensmægleren ikke havde eksempler på konkrete effekter, fremgår nedenfor eksempler fra Vidensrådet på, at rapporten har været anvendt.

- Temarapporten indgår som en del af grundlaget for et tema om kost, mad- og måltider på Steno Diabetes Center Copenhagens hjemmeside¹
- Temarapporten indgår som kilde flere gange på Måltidspartnerskabets hjemmeside under bl.a. fanen ”viden”
- Temarapportens konklusioner opsummeres i artikel på Rådet for Sund Mads hjemmeside²
- Rapporten indgår som reference i den opdaterede udgave af ”Forebyggelsespakken Mad og måltider”
- Rapporten er blevet benyttet som en del af det videnskabelige grundlag til Regeringens Advisory Board for mad, måltider og sundhed, hvor et medlem fra arbejdsgruppen også indgik
- Rapporten indgår som en del af grundlaget for mad- og måltidspolitik i Gentofte kommune³
- Rapporten indgår som en del af grundlaget for Kost- og Ernæringsforbundets hjemmesidetema om børns måltider⁴

¹ <https://www.sdcc.dk/sundEUD/sundhedsomraader/Sider/Kost,-mad-og-m%C3%A5ltider.aspx>

² <https://raadeforsundmad.dk/viden-om-vaegtstatus-mad-og-maaltidsvaner/opsummering-af-mad-og-maaltidsvaner/>

³ <https://gentofte.dk/media/m0tnwxbr/mad-og-maaltidspolitik-gentofte-kommune-final.pdf>

⁴ <https://kost.dk/boerns-maaltider>



EN RAPPORT FRA

VIDENS RÅD FOR FOREBYGGELSE
KRISTIANIAGADE 12
2100 KØBENHAVN Ø

VFF@DADL.DK
WWW.VIDENSRAAD.DK

FREMME AF SUNDE MAD- OG MÅLTIDSVANER BLANDT BØRN OG UNGE

AF

INGE TETENS
ANJA BILTOFT-JENSEN

KJELD HERMANSEN
CHRISTIAN MØLGAARD

BENTE NYVAD
METTE RASMUSSEN

MARIANNE SABINSKY
ULLA TOFT

KAREN WISTOFT

Temarapport: Forebyggelse af rygning

Temarapporten har til formål at afdække, hvilke indsatser der er mest effektfulde til forebyggelse af rygning blandt børn og unge, og hvilke der er mindre effektive. På baggrund af gennemgangen peges på otte typer indsatser, som er særligt virksomme til at forebygge rygestart blandt børn og unge.

Temarapporten blev publiceret i 2018. Temarapporten har 1.943 downloads og 553 fysiske distribueringer. Der er lavet tre yderligere kommunikationsprodukter om rapporten:

- Et faktaark
- En pressemeddelelse
- To konferencer

”

I 2019 kaldte sundhedsministeren alle ordførere ind for at tale om tobak, og der var jeg inde. Rapporten havde otte forslag til, hvad man kan gøre politisk. Tre måneder efter blev syv af otte forslag copy-pastet ind i det, som blev til lov. Det er det skarpeste eksempel på, at der 1:1 blev lovgivet efter det [Vidensrådets arbejde]. Det næste sundhedspolitiske udspil med 18 års-aldersgrænsen og udfasning af tobak var også et godt forslag – og det er ærgerligt, at det ikke kom videre. Men det er kommet rigtig langt ind.

Interview med tidligere forperson i Vidensrådet



EN RAPPORT FRA

VIDENS RÅD FOR FOREBYGGELSE
KRISTIANIAGADE 12
2100 KØBENHAVN Ø

VFF@DADL.DK
WWW.VIDENSRAAD.DK

FOREBYGGELSE AF RYGNING BLANDT BØRN OG UNGE. HVAD VIRKER?

AF

JØRGEN VESTBO

CHARLOTTA PISINGER

LOTUS SOFIE BAST

DORTE GYRD-HANSEN

Forebyggelse af rygning – eksempler på anvendelse og effekter

Det har ikke været muligt at gennemføre eksterne interview med specifikt fokus på denne rapport, hvorfor der her er tale om eksempler på, hvor interne interviewpersoner eller Vidensrådet selv har kendskab til effekter af rapporten

- Handleanvisninger i rapporten er blevet direkte implementeret i nationale initiativer og lovgivning¹
- Rapporten indgår som reference seks gange i Lægeforeningens tobaks- og nikotinpolitik 2019²
- Rapporten indgår otte gange som reference i Tobaksstrategi i Silkeborg kommune 2018
- Rapporten indgår som reference i rusmiddelpolitik 2021-2025 i Horsens Kommune
- Rapporten indgår i sagsfremstilling i Odense kommune om beslutning om Røgfrie udendørsarealer³
- Rapporten indgår i borgerforslag om, at prisen på cigaretpakker skal hæves til 70 kr.⁴
- Rapporten fremlægges på todages møde i temagrube om tobak i Sundbynetværket⁵
- Rapporten bruges i sundhedsprofil for regioner og kommuner 2021⁶
- Rapporten omtales på partnerskabet Røgfri Fremtids hjemmeside. Vidensrådet er også med i dette partnerskab⁷

¹ <https://www.regeringen.dk/media/8732/aftaletekst.pdf>

² https://www.laeger.dk/media/rx1ay4ad/lf-politikpapir_rygning.pdf

³ <https://www.odense.dk/politik/dagsordner-og-referater/odense-byraad?agendauid=aa3d3851-055f-4bca-a34f-16668cd7b18b&presentationuid=764208ac-fcc7-4e38-b394-a532305f0539>

⁴ <https://www.borgerforslag.dk/se-og-stoet-forslag/?Id=FT-03478>

⁵ <https://sund-by-net.dk/wp-content/uploads/2018/06/Program-Sund-By-Net-tobak-juni-2018.pdf>

⁶ https://www.defactum.dk/siteassets/defactum/3-projektsite/hvordan-har-du-det/hhdd-2021/b1_webversion.pdf

⁷ <https://www.cancer.dk/roegfrifremtid/viden/>



EN RAPPORT FRA

VIDENS RÅD FOR FOREBYGGELSE
KRISTIANIAGADE 12
2100 KØBENHAVN Ø

VFF@DADL.DK
WWW.VIDENSRAAD.DK

FOREBYGGELSE AF RYGNING BLANDT BØRN OG UNGE. HVAD VIRKER?

AF

JØRGEN VESTBO

CHARLOTTA PISINGER

LOTUS SOFIE BAST

DORTE GYRD-HANSEN

Delkonklusion

Temarapporternes effekt og impact

Overordnet er der stor efterspørgsel på Vidensrådets temarapporter. Ud fra distribution af fysiske eksemplarer og downloads, er der en markant højere efterspørgsel på de rapporter, der omhandler politisk og samfundsmæssige højaktuelle emner. Det drejer sig især om temarapporterne "Mental sundhed og psykisk sygdom blandt børn og unge" – både 0-9 år og 10-24 år, "Nikotinforbrug blandt børn og unge", "Forebyggelse af rygning blandt børn og unge" samt "Unge alkoholkultur".

Fælles for alle disse temarapporterne er et fokus på børn og unge - et emne der de sidste 10-15 år har haft stigende fokus både i det brede samfund men også rent politisk*. Samtidig ses det, at rapporter, der har fokus på kost og overvægt, ikke er nær så efterspurgte. Det kan ligeledes konkluderes, ud fra antallet af downloads, at temarapporter med et bredere fokus har større efterspørgsel end rapporter med et mere snævert fokus. For eksempel er rapporten om Nordisk Kost, der blev udgivet i 2021, i skrivende stund kun downloadet knap 250 gange.

Temarapporterne med den største efterspørgsel har også opnået større impact end temarapporter med mindre efterspørgsel. Blandt typiske effekter på rapporter er følgende:

- Skabt ny debat på området og bidraget til et nyt syn på et område
- Foretræde for sundhedsordførere i Folketinget
- Arbejdsgruppemedlemmer inviteret med i arbejdsgrupper under Sundhedsstyrelsen
- Handlingsanvisninger i rapporter er blevet implementeret i nationale initiativer og lovgivning
- Inspireret kommuners indsatser og givet faglig tyngde til fagpersoners argumenter
- Bidraget til nye forskningsbevillinger



Evaluering af Vidensrådets kommunikationsindsats

Vidensrådets aktivitet på SoMe



Metode og baggrund

Foruden Vidensrådets egen hjemmeside, bruger Vidensrådet i øjeblikket følgende sociale medier for at nå ud til sine målgrupper:

- Facebook
- LinkedIn
- Twitter

Med henblik på at evaluere Vidensrådets brug af de sociale medier, har vi indhentet og analyseret data fra de forskellige kanaler.

Ingen af kanalerne har data fra længere tilbage end 2021. Undersøglesperioden for analyserne af Vidensrådets aktivitet på de sociale medier afgrænses således af den tilgængelige data til maksimalt at gå tilbage til januar 2021*.

På de næste sider vil vi gennemgå konklusionerne herfra.

*Tilgængelig LinkedIn data strækker sig fra 2022
Hjemmeside data er ekskluderet pga. manglende repræsentative data

Hovedfund (1/2)

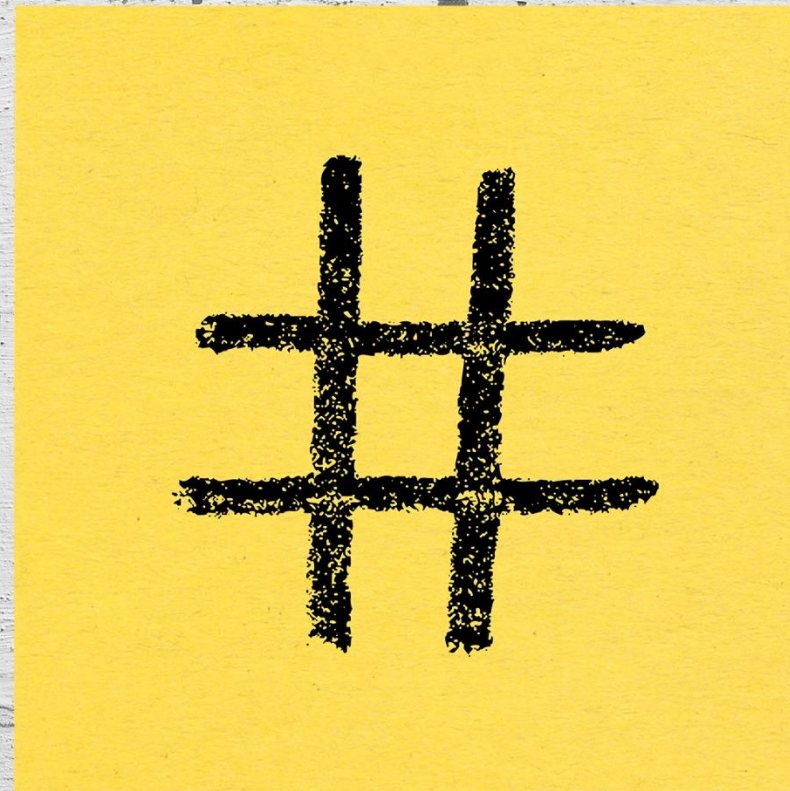
Vidensrådet har siden 2021 lavet flest opslag om nikotin og alkohol og er mest aktive på Twitter

Dataanalysen viser, at Vidensrådet på deres tre SoMe-kanaler især har lavet opslag om nikotin og tobak samt alkohol. Det fremgår derudover, at Vidensrådet er mest aktive på Twitter. Over en periode på 18 måneder (september 2021 til og med februar 2023), har Vidensrådet således postet i gennemsnit tæt på fem opslag om måneden på Twitter (88 i alt) sammenholdt med 1-2 opslag månedligt på LinkedIn (22 i alt) og Facebook (31 i alt). Denne tilgang fra Vidensrådet er meningsfuld, fordi Twitter er velegnet til målrettet digital interessentvaretagelse og vedligeholdelse af relationer til pressen*, hvilket begge er vigtige aspekter for Vidensrådets arbejde. Derudover er Twitter egnet til at nå politiske beslutningstagere, mens for eksempel Facebook er egnet til at nå borgerne direkte. Fordi borgerne ikke er Vidensrådets primære målgruppe, stemmer adfærden overens med Vidensrådets målgrupper.

Sammenlignes ovenstående med øvrige sammenlignelige aktører i feltet for forebyggelse- og sundhedsfremme, såsom Center for Klinisk Forskning og Forebyggelse, ses det, at Vidensrådet er mindre aktive på LinkedIn, men langt mere aktive på Twitter. Sammenlignes med Dansk Selskab for Folkesundhed er hyppigheden af LinkedIn opslag ens, mens Dansk Selskab for Folkesundhed ikke har en Twitter-profil**.

*<https://www.kl.dk/media/48548/overblik-over-sociale-medier.pdf>

** Desk research og gennemgang af seneste to måneders opslag på LinkedIn og Twitter



Hovedfund (2/2)

Vidensrådet når ud til flest gennem LinkedIn

Det fremgår af Tabel 2, at Vidensrådet i gennemsnit får flest visninger på deres LinkedIn-opslag med 3.814 gennemsnitlige visninger mod 630 på Facebook. Visningsdata for Twitter i samme periode har ikke været tilgængelig og kan derfor ikke medtages. Antallet af reaktioner er højest på LinkedIn med lige over 85 gennemsnitlige reaktioner pr. opslag, hvilket er 8-9 gange højere end på opslag fra Twitter og Facebook. Det er vanskeligt at sige noget om, hvor mange visninger der er tilfredsstillende, men typisk anses mellem 1.000-5.000 visninger af opslag på LinkedIn for værende tilfredsstillende*, hvilket Vidensrådets visningsantal lever op til.

At Vidensrådet får markant flest interaktioner på deres indhold på LinkedIn, kan dels indikere, at LinkedIn er den SoMe-kanal, hvorfra Vidensrådet når ud til flest, og dels at Vidensrådets målgrupper er mest tilstede på LinkedIn. Ud af SoMe-kanalerne betegnes LinkedIn som den ”professionelle platform”, hvor faglighed vises frem, og hvor links samt opslag deles suppleret af egne overvejelser**. Det er altså forventeligt, at Vidensrådets målgrupper anvender Vidensrådets opslag på LinkedIn til at synliggøre faglighed og holdninger via reaktioner og delinger.

*<https://companyurlfinder.com/blog/how-many-post-views-is-good-on-linkedin/>

**<https://www.kl.dk/media/48548/overblik-over-sociale-medier.pdf>

Tabel 2. Gennemsnitlige antal interaktioner på Vidensrådets opslag på forskellige SoMe-kanaler

Gennemsnitlige	Twitter (n=88)	Facebook (n=31)	LinkedIn (n=22)
Visninger	*	630	3.814
Reaktioner (likes, etc.)	9,5	10,1	85,3
Kommentarer	0,53	1	3
Delinger	1,6	1,1	4,1

Note: n angiver antallet af opslag, som gennemsnittet er beregnet på. Data strækker sig fra september 2021 til og med februar 2023 (18 måneder). *Da visningsdata fra Twitter kun er tilgængeligt fra 2023, er dette ikke medtaget.

Aktivitet på Facebook

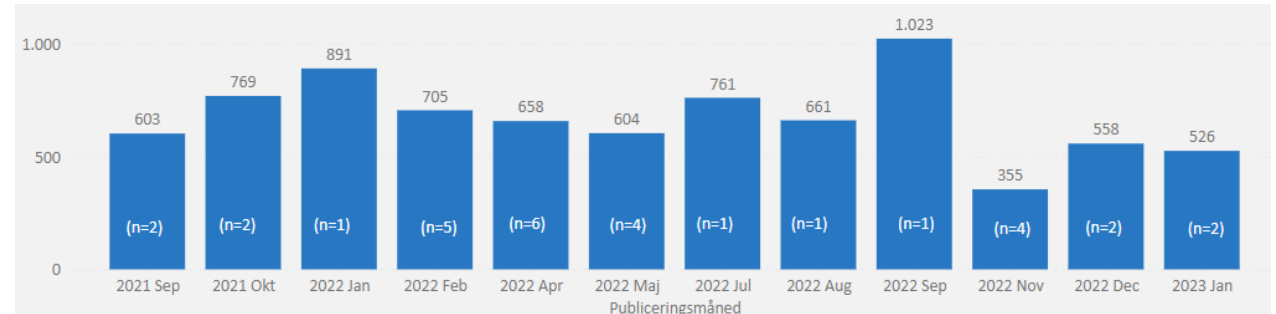
Vidensrådet har omtrent 2.500 følgere på Facebook og 2.400, der ”synes godt om” Vidensrådet. Figur 5 viser, hvor mange visninger Vidensrådets Facebook-opslag får i gennemsnit. Data viser, at der har været flest visninger på opslaget i september 2022, som havde 1.023 visninger. Temaet for dette opslag var vægtstigmatisering. Det er ikke muligt entydigt at konstatere, om der har været en faldende eller stigende interesse for Vidensrådets opslag på Facebook, da antallet af visninger svinger fra måned til måned.

Det svingende antal visninger kan hænge sammen med opslagernes temaer den givne måned. Vidensrådet har lavet flest opslag om nikotin (12), mens der om flere temaer blot er lavet et enkelt opslag, herunder kaffe og nordisk kost. Vidensrådet får 630 gennemsnitlige visninger per opslag.

Figur 6 viser det gennemsnitlige antal reaktioner på opslag, fordelt på tema for opslaget. Opslaget fra den 24. februar 2022 om, at Vidensrådet fik ny næstforperson, har modtaget flest reaktioner (41). Dernæst kommer de to opslag om mentalt helbred med 12 gennemsnitlige reaktioner, og de otte opslag om alkohol med 11 gennemsnitlige reaktioner. Opslaget om kaffe har i den modsatte ende modtaget nul reaktioner.

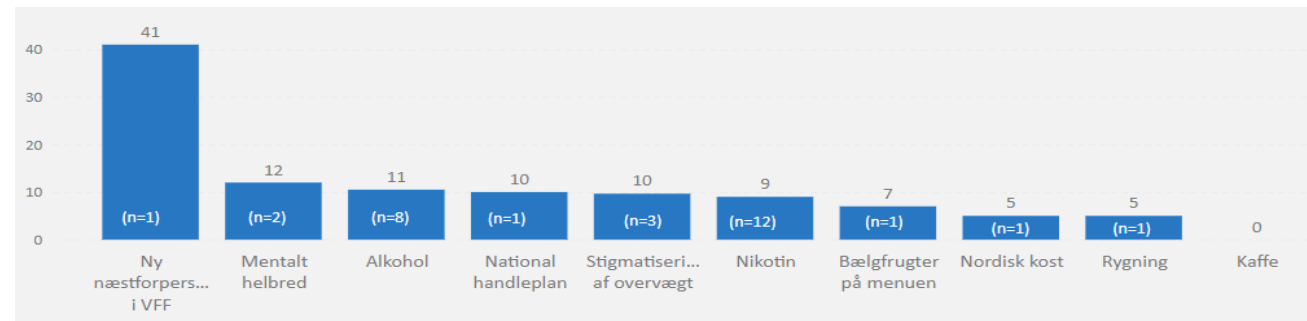
Facebook, som medie, fordrer typisk en personlig vinkel på opslag, og derfor er det ikke overraskende, at opslaget om en ny næstforperson i Vidensrådet får mange reaktioner. Det bør overvejes, hvor meget værdi Vidensrådet får ud af denne kanal, og om kanalen er egnet til formidling af evidensbaset viden. I givet fald anbefales det, at der arbejdes målrettet med personlige vinkler på indholdet.

Figur 5. Gennemsnitlige antal visninger på Vidensrådets Facebook-opslag, fordelt på måned hvor opslaget er postet



Note: n angiver antallet af opslag, som gennemsnittet er beregnet på. Måneder, der ikke optræder i figuren, er måneder, hvor Vidensrådet ikke har lavet opslag.

Figur 6. Gennemsnitlige antal reaktioner på Vidensrådets Facebook-opslag, fordelt på tema for opslaget



Note: n angiver antallet af opslag, som gennemsnittet er beregnet på.

Aktivitet på LinkedIn

Vidensrådets antal af LinkedIn-følgere (4.387 følgere) ligger på niveau med sammenlignelige organisationer såsom Dansk Selskab for Folkesundhed og Center for Klinisk Forskning og Forebyggelse.

Figur 7 viser, hvor mange visninger Vidensrådets LinkedIn-opslag gennemsnitligt får. Med 3.814 gennemsnitlige visninger per opslag, når Vidensrådet langt ud med deres budskaber på denne kanal. Det fremgår, at der har været flest visninger på opslagene i januar 2023, hvor hvert af de tre opslag i gennemsnit havde 5.911 visninger. Temaerne i de tre opslag var henholdsvis nikotinprodukter og en ny bevilling fra Trygfonden. Der var færrest visninger i februar 2023, hvor opslaget fik 1.774 visninger. Ligesom for Vidensrådets Facebook-opslag fluktuerer interessen over tid uden et klart mønster.

Af Figur 8 fremgår det, at Vidensrådet ligesom på Facebook, har lavet overvejende flest opslag på LinkedIn om nikotin. Der er lavet 10 opslag om nikotin, mens der for de øvrige temaer max er lavet 3 opslag og oftest blot 1. Figur 6 viser ligeledes det gennemsnitlige antal reaktioner på opslag, fordelt på tema for opslaget. Opslaget om, at Vidensrådet havde fået en ny bevilling fra Trygfonden har fået flest reaktioner (288). Opslaget om kaffe har fået færrest reaktioner (12).

Såfremt Vidensrådet vil forstærke denne formidlingskanal, kan Vidensrådet arbejde på at øge antallet af relevante følgere ved at publicere unikt indhold, som deles med personlige vinkler af rådsmedlemmer og sekretariatets medlemmer, samt brug af videoer*. Formidlingen i januar 2023 havde særlig stor udbredelse, og der kan med fordel ses på, hvordan der kan bygges videre på disse opslag. Det kan være med til at skabe yderligere kendskab til Vidensrådet og den evidensbaserede viden, som Vidensrådet formidler.

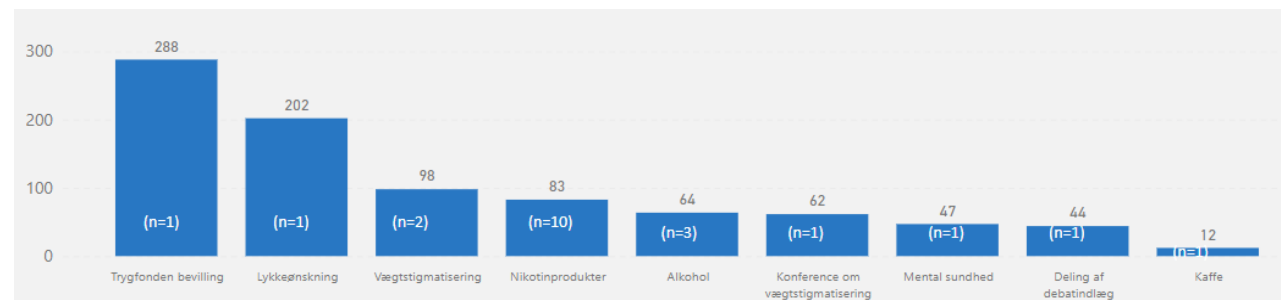
*<https://www.linkedin.com/pulse/25-m%C3%A5der-til-flere-f%C3%B8lgere-p%C3%A5-din-simon-sunde/?originalSubdomain=dk>

Figur 7. Gennemsnitlige antal visninger på Vidensrådets LinkedIn-opslag, fordelt på måned



Note: n angiver antallet af opslag, som gennemsnittet er beregnet på. Måneder, der ikke optræder i figuren, er måneder, hvor Vidensrådet ikke har lavet opslag.

Figur 8. Gennemsnitlige antal reaktioner på Vidensrådets LinkedIn-opslag, fordelt på tema



Note: n angiver antallet af opslag, som gennemsnittet er beregnet på.

Aktivitet på Twitter (1/2)

Som det fremgår af Tabel 3 har Vidensrådet i perioden september 2021 – februar 2023 lavet flest opslag med emnet Tobak og Nikotin (i alt 28). Der er flere emner, hvor der endnu blot er et opslag (bl.a. overvægt).

Figur 9 viser antallet af visninger på hvert enkelt opslag på Vidensrådets Twitter-profil i 2023, da visningsdata kun er tilgængelig fra denne periode (de resterende opslagsdata er tilgængelig for perioden september 2021 – februar 2023). Hver blok indikerer et opslag, og antallet i blokken indikerer, hvor mange visninger opslaget har haft.

Opslaget om tobak og nikotin fra den 09. februar 2023 har det højeste antal visninger på 2.366. Af data fremgår det, at antallet af visninger og opslag generelt er lavt på

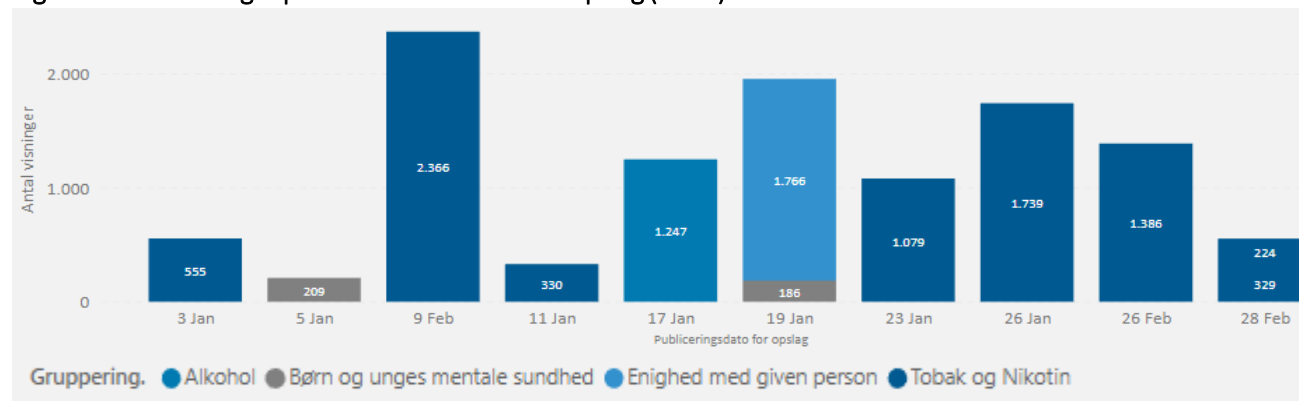
de to opslag, der omhandler børn og unges mentale helbred sammenlignet med de øvrige temaer, som Vidensrådet har lavet opslag om i 2023. Det er interessant, da temarapporterne om disse emner synes at være dem med størst efterspørgsel.

Der har været mange opslag om nikotin og tobak (28) samt alkohol (24) i perioden, mens de øvrige emner kun har haft maksimalt 15 opslag (børn og unges mentale helbred) på Twitter. Tendensen kan afspejle, at disse to emner har været på den politiske dagsorden og store emner i den offentlige debat i undersøgelsesperioden, og at Vidensrådet derfor har arbejdet målrettet med at bidrage med evidens i denne debat.

Tabel 3 - Antal opslag i perioden sep. 21 – feb. 23

Emne	Antal opslag
Tobak og Nikotin	28
Alkohol	24
Børn og unges mentale helbred	15
Enighed med given person	9
Nordisk Kost	4
Lykønskning	3
Opfordring til politikkerne	3
Overvægt	1
Bælgfrugter	1
Tweet om egne opslag	1
Vægtstigmatisering	1
Total	88

Figur 9. Antal visninger på Vidensrådets Twitter-opslag (2023)



Aktivitet på Twitter (2/2)

Figur 10 viser det gennemsnitlige antal reaktioner på Vidensrådets Twitter-opslag, når disse er grupperet efter tema. Det fremgår, at der er flest reaktioner på opslagene om alkohol, hvor der på de 24 opslag i gennemsnit er 14 reaktioner. Dernæst kommer de opslag, hvor Vidensrådet tilkendegiver enighed med en given person. Disse ni opslag får i gennemsnit 13 reaktioner. Opslagene med lykønskninger eller opfordringer til politikerne har også et højt antal gennemsnitlige reaktioner på henholdsvis 12 og 10.

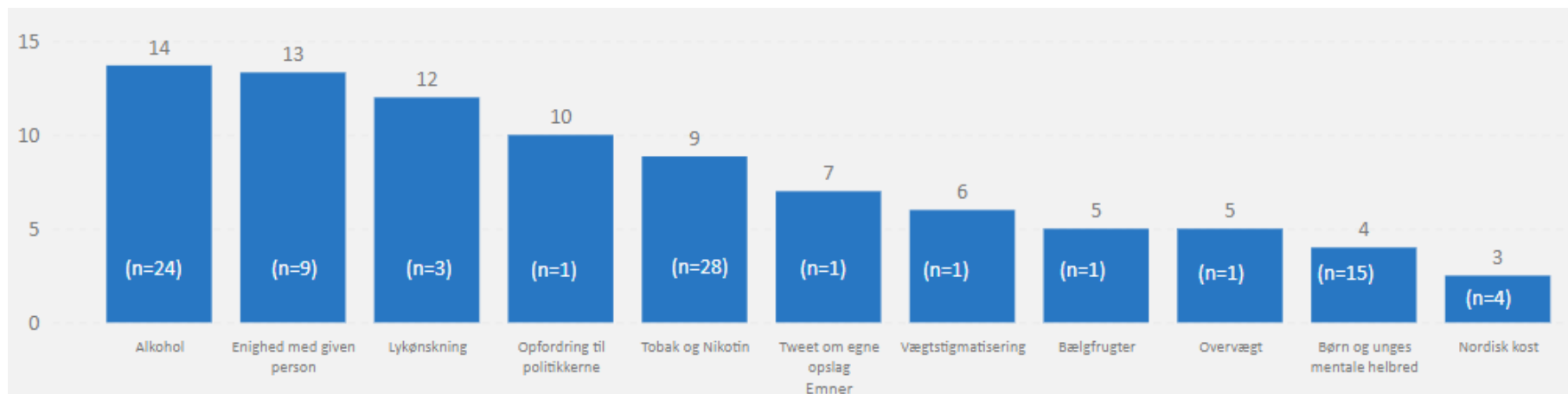
Opslagene om nordisk kost har med tre gennemsnitlige reaktioner fået færrest reaktioner. Dernæst kommer opslagene om børn og unges mentale helbred med fire gennemsnitlige reaktioner. De få reaktioner på

disse opslag hænger sammen med de få visninger på opslagene.

Samlet kan dataene indikere, at opslag, som tagger organisationer eller personer, får flere reaktioner. Det er også måden, hvorpå Twitter bedst anvendes, da re-tweets, hashtags og linktweets er de opslag, der genererer flest reaktioner på platformen¹.

Vidensrådet kan således arbejde målrettet med deres Twitter profil og anvende denne til at skabe relationer til politikere ved at formidle vigtige hovedbudskaber, handlingsanvisninger etc. og gerne anvende @ og # til at nå konkrete (politiske) beslutningstagere samt sikre, at deres opslag kommer frem på specifikke søgeord relateret til deres anvendte hashtags².

Figur 10. Gennemsnitlige antal reaktioner dags dato på Vidensrådets Twitter-opslag, grupperet efter emne (2021-2023)



Note: n angiver antallet af opslag, som gennemsnittet er beregnet på.

¹ <https://www.kl.dk/media/48548/overblik-over-sociale-medier.pdf>

² <https://www.altinget.dk/civilsamfundetsvidenscenter/artikel/saadan-faar-din-organisation-succes-paa-twitter>

Vidensrådets medieomtaler



Metode

Vidensråd for Forebyggelse anvender Infomedia til overvågning af medieomtale. Vidensrådet har identificeret en række relevante søgeord, som Infomedia laver en optælling på baggrund af. Disse søgeord er for eksempel "*mental sundhed*", "*overvægtig*", "*snus*" og "*rygning*". Derudover har Vidensrådet, i samarbejde med Infomedia, lavet en søgestreng, der søger på visse ord i forbindelse med hinanden.

Hver dag får Vidensrådet en optælling fra Infomedia over de artikler, indslag, radioprogrammer etc., hvor søgeordene indgår. Vidensrådet gennemgår herefter dagligt disse artikler manuelt, og hvis der i artiklen, ud over de identificerede søgeord, refereres til Vidensrådet - noteres denne artikel.

Optællingerne er sendt til NHG i forbindelse med nærværende evaluering og udgør datagrundlaget i det følgende.



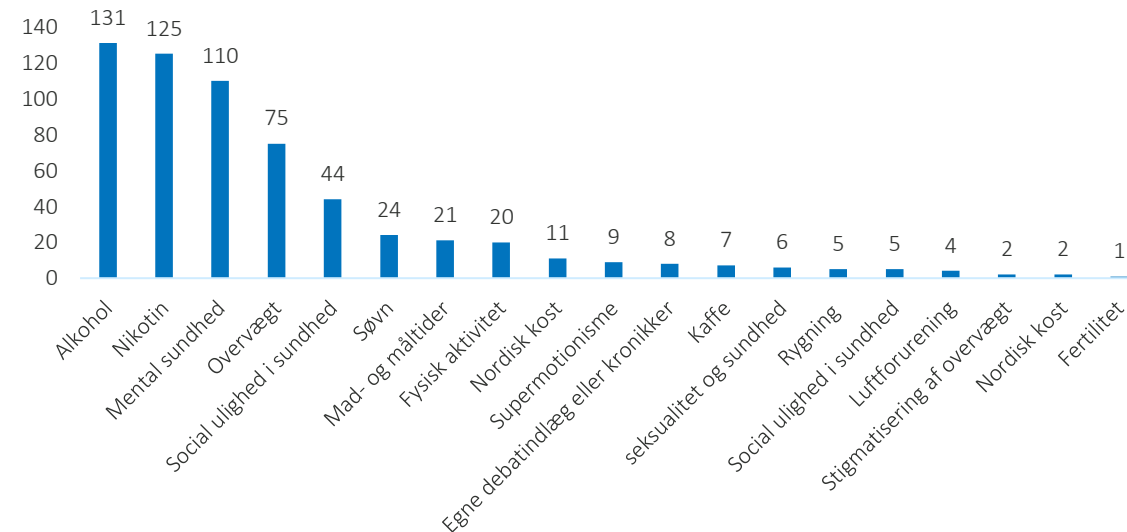
Presseomtale

Figur 11 viser, at Vidensrådet oftest har fået presseomtaler på emnerne alkohol (131 presseomtaler), nikotin (125 presseomtaler) og mental sundhed (110 presseomtaler). Hvor Vidensrådet på disse emner er blevet omtalt over 100 gange i pressen de sidste tre år, er Vidensrådet på de resterende søgeord omtalt 75 gange eller derunder.

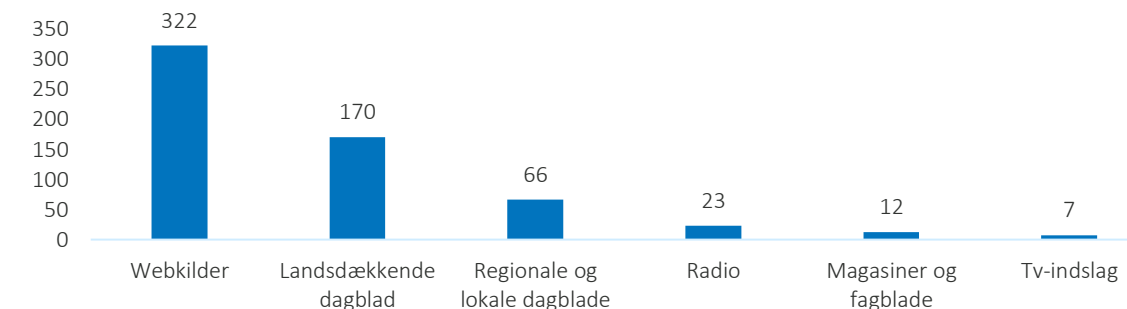
Vidensrådets temarapporter omtales på forskellige medieplatforme, jf. Figur 12. Med 322 omtaler på tre år, omtales Vidensrådet især på webkilder (såsom videnskab.dk, kommunalsundhed.dk, dagensmedicin.dk). Dernæst kommer landsdækkende dagblade, hvor de er omtalt 170 gange. Vidensrådet omtales færrest gange i tv-indslag (i alt syv). Desuden omtales de blot 12 gange i magasiner og fagblade. Det kan indikere, at Vidensrådet ikke har samme gennemslagskraft i fagbladene eller prioriteret ressourcer på disse. Det kan dog også være et resultat af, at udbuddet af fagblade er mindre end eksempelvis webkilder, samt at de tilgængelige data fra InfoMedia ikke fanger alle omtaler af Vidensrådet.

Ovenstående kan tyde på, at der stadig er potentiale for tættere dialog med de faglige kredse og prioritering af ressourcer herpå. Samtidig er det vigtigt, at Vidensrådet holder sig for øje, at det ikke er medier, som kan forventes at blive anvendt af politiske beslutningstagere, men fagpersoner og ledere. Desuden viser fordelingen af presseomtale samlet set, at de skriftlige medier er dem, der hyppigst omtaler Vidensrådet, hvilket er i tråd med, at der også findes flere skriftlige kilder end radio- og tv-indslag.

Figur 11. Omtale af Vidensrådet på udvalgte søgeord* i perioden 2020 – februar 2023



Figur 12. Omtalen af Vidensrådet fordelt på medieplatform i perioden 2020 – februar 2023



Delkonklusion



Kanaler og kendskab til Vidensrådet og dets publikationer (1/2)

En kanalstrategi er nødvendig for at gøre sig bevidst om for det første, hvilken strategi man vælger til at kommunikere med sine målgrupper, og for det andet hvilken kommunikationsplan man laver for, at den strategi udleveres. Altså hvad der skal til for at skabe fokus på vidensrådets arbejde samt hvilken kommunikations hyppighed, der får kommunikationen til at være mest optimal, samt hvordan kommunikationen versioneres på egne og andres kanaler (hjemmeside, nyhedsbreve, sociale medier eller dagspressen)*.

Med afsæt i gennemgangen af brugen af sociale medier, desk research og interviews sammenfattes herunder pointer, som vil styrke Vidensrådets kanalstrategi og kommunikationen for Vidensrådet, således at formidlingen af evidens vedbliver samt styrkes i tilgængelighed og anvendelighed i politik og praksis:

- A. Der kan arbejdes mere fokuseret med LinkedIn, der giver eksponering, mens Facebook med fordel kan nedtones. På baggrund af data fra Twitter kan der ikke konkluderes noget entydigt.
- B. Vidensrådet kan overveje, hvordan sociale medier kan anvendes til at skabe trafik mod den viden Vidensrådet formidler i artikler, rapporter, faktaark, policy briefs etc. på egne og andres hjemmesider samt i medier. Tamarapporterne bør være en af de store grunde til, at folk går ind på Vidensrådets hjemmeside.
- C. Det kan overvejes, om der skal arbejdes videre med at forlænge relevansen af den eksisterende viden i tamarapporter gennem en mere vedvarende kommunikationsindsats på flere kanaler. Det ville indebære at anvende de eksisterende kanaler såsom Vidensrådets nyhedsbrev samt policy briefs. De kan med fordel promoveres på sociale medier og bakkes op af muligheden for, at mødes i netværk, der faciliteres af Vidensrådet
- D. Det kan overvejes, om der løbende kan kommunikeres om nogle overordnede temaer, såsom rusmidler (nikotin, tobak og alkohol), mental sundhed, kost og motion etc. Det indebærer, at rapporter formidles i korte og præcise opslag samt versioneres i nye kontekster, hvilket kan medvirke til at fastholde interessen over tid. Det skal modvirke risikoen for, at følgere og interesserede forlader Vidensrådets opslag, når temaet skifter, og bidrage til vedvarende synlighed også mellem udgivelser af rapporter.

*https://www.kl.dk/ImageVaultFiles/id_74281/cf_202/Procesdrejebog_for_udvikling_af_kanalstrategi.PDF/

Kanaler og kendskab til Vidensrådet og dets publikationer (2/2)

Forudsætningen for en god kanalstrategi og fokus om en stringent kommunikationsplan, er også en entydighed om målgrupper. I det lys bør Vidensrådet overveje, om der er nogle målgrupper, der er vigtigere end andre. Med sekretariatets ressourcer på knap fire årsværkin mente er der i Vidensrådets nuværende kommunikationsplan mange målgrupper, der skal håndteres. Der kan med fordel arbejdes med en skarpere prioritering mellem målgrupperne for på den måde at styrke kommunikationen og arbejde med mere målrettede budskaber.

Med afsæt i gennemgangen af brugen af sociale medier, desk research og interviews sammenfattes herunder virkningsfulde tiltag, som kan styrke kanalstrategien og kommunikationen for særligt to målgrupper:

Kanaler og kommunikation til politiske beslutningstagere:

- A. Afdæk behov (typisk hos embedsværket) inden publikation og formidling påbegyndes (anbefalet af forskning i desk research).
- B. Anvend direkte kommunikation, dialogmøder og arrangementer med direkte invitationer, hvor målgruppen får taletid eller indgår i debatter (med for eksempel forskere). Det underbygges af interviewet med den politiske beslutningstager, der fremhæver dette som værdifuldt
- C. Udarbejd korte briefs/"policy briefs". Det er anbefalet af forskning i desk research og understøttes af interviews, hvoraf ønsker om korte opsummeringer og anbefalinger italesættes
- D. Arbejd videre med debatindlæg – gerne suppleret af anbefalinger. Det underbygges af interviewet med den politiske beslutningstager
- E. Prioriter ressourcer til kommunikation i nichemedier fx Altinget/Dagens medicin mv.

Kanaler og kommunikation til fagpersoner og ledere:

- A. Vær tilstede på sociale medier (særligt LinkedIn) for at tiltrække opmærksomhed. Ift. Twitter ser det ud til at det Vidensrådet gør virker, og at der kan arbejdes mere med dette, men samtidigt er Twitter også et medie der ændrer sig og Vidensrådet bør overveje om det er ressourcerne værd .
- B. Udsende nyhedsbreve for at fastholde opmærksomhed og for at give tidligere rapporter "nyt liv". Det underbygges af interviewet med fagpersoner, som ønsker større udbredelse til flere fagpersoner også efter udgivelser af rapporter.



Virkninger og effekter af Vidensråd for Forebyggelse

**Analyse af eksterne interviews og
spørgeskemaundersøgelse**

Metode for spørgeskemaundersøgelse

Spørgeskemaet er udsendt på mail til i alt 111 respondenter, som er udvalgt af Vidensrådet. Heraf har 65 besvaret spørgeskemaet, hvilket giver en samlet svarprocent på 59 %. Besvarelserne fordeler sig som følger:

- Syv politiske beslutningstagere (svarprocent: 27 %)
- 44 ledere og fagprofessionelle (svarprocent: 71 %)
- 14 vidensmæglere (svarprocent: 61 %)
- Der er ikke sendt spørgeskema til forskere og fonde.

Ud af de i alt 65 spørgeskemaes respondenter har 54 angivet, at de kender Vidensråd for forebyggelse. Disse er blevet spurgt ind til spørgsmål, der direkte omhandler Vidensrådets arbejde, mens de 11, der ikke på forhånd kendte Vidensrådet udelukkende er blevet stillet mere overordnede spørgsmål.

Spørgeskemaundersøgelsen blev gennemført i perioden 29. marts – 5. maj.

I celler med under fem respondenter, er procenttallet fjernet for ikke misvisende at vise tendenser baseret på et for snævert datagrundlag.



Læseguide

Analysen er struktureret efter Vidensrådets forandringsteori*, som er blevet udarbejdet i forbindelse med denne evaluering.

Det betyder, at de næste 16 sider analyserer spørgeskemaundersøgelsen og interviews med fokus på opfyldelse af forandringsteorien, herunder de udvalgte kritiske antagelser og ønskede resultater på kort, mellemlangt og langt sigt.

Afsnittene er for læsevenligheden skyld delt op med henholdsvis et indledende citatslide, samt opsamlende konkluderende slide efter hvert afsnit

Samlet konklusion og anbefalinger på baggrund af hele evalueringen findes på side 93 og frem.

*Se bilag 1

Kendskab og troværdighed

”

Spørgsmålet er, hvor vidt Vidensrådet egentlig når ud? Hvis man går ind ved SSP i Holstebro, hvor meget kender de det så, medmindre vi [SSP-samrådet] har fortalt, at 'her er en rapport, der er vigtig i vores arbejde'. Jeg er ikke sikker på, at kendskabet derude er så stærkt, hvis ikke vi havde sådan nogle som os til at sige, at der er noget nyt... Det er ærgerligt. For det er så stærk og vigtig viden, som prøver at påvirke, hvad vi skal gøre. Den viden kan mere, end den måske bliver brugt.

Interview med vidensmægler



Høj grad af kendskab og troværdighed

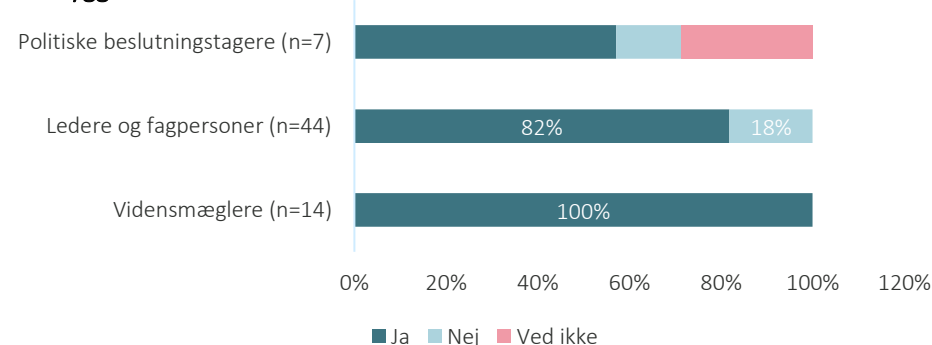
Gennemgående oplever interviewpersonerne, som repræsenterer Vidensrådets målgrupper, at Vidensrådet har en stor faglighed og troværdighed (se figur 14). Interviewene peger på, at oplevelsen af Vidensrådet som troværdig aktør især er afhængig af to sidestående oplevelser:

1. Oplevelsen af, at Vidensrådet er en politisk og økonomisk uafhængig institution
2. Oplevelsen af, at Vidensrådet formår at samle landets dygtigste eksperter, hvorfor man kan regne med fagligheden bag temarapporternes argumenter

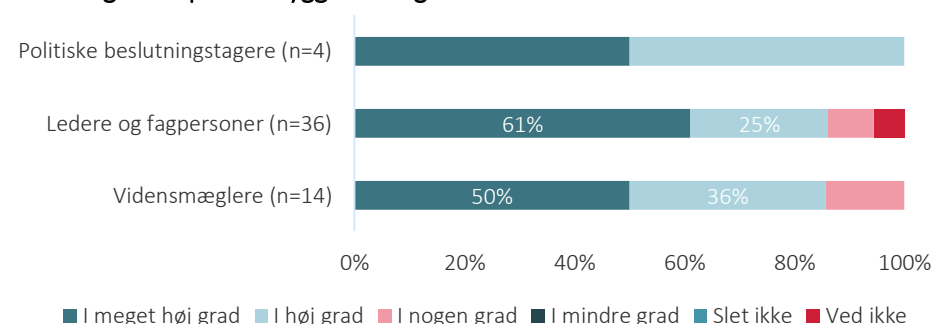
83 % af respondenterne kender på forhånd Vidensrådet (se figur 13), hvilket også hænger sammen med, at Vidensrådet selv har udvalgt største delen af respondenterne. Af de i alt 54 respondenter, som kender Vidensrådet angiver 87 %, at vidensrådet i meget høj eller i høj grad er en fagligt troværdig aktør på forebyggelses- og sundhedsfremmeområdet i Danmark. Yderligere 9 % oplever dette i nogen grad.

Samlet set giver interviews og spørgeskemaundersøgelsen indikation af, at Vidensrådet er en fagligt troværdig aktør inden for forebyggelse og sundhedsfremmeområdet i Danmark

Figur 13. Vidensrådets målgruppers svar på, om de kender Vidensråd for Forebyggelse? n=65



Figur 14. Vidensrådets målgruppers vurdering af, hvorvidt Vidensrådet er en fagligt troværdig aktør på forebyggelses- og sundhedsfremmeområdet i Danmark? n=54



Kendskab og troværdighed (1/2)

Fire ud af syv politiske beslutningstagere angiver i spørgeskemaet, at de kender Vidensrådet. Også den ene interviewede politiske beslutningstager vurderer, at der er kendskab til Vidensrådet blandt dem, der arbejder med forebyggelses- og sundhedsområdet, men ikke i det brede folketing. Af de fire spørgeskemaespondenter som kender Vidensrådet angiver alle fire, at Vidensrådet i meget høj eller i høj grad er en fagligt troværdig aktør. Den interviewede politiske beslutningstager har overordnet set et godt kendskab til Vidensrådet og deres arbejde. Den politiske beslutningstager har et positivt indtryk af Vidensrådet, der opfattes som upartiske og som en god samarbejdspartner. Det påpeges dog af den interviewede politiske beslutningstager, at der blandt politikerne kan være en tendens til at anse Vidensrådet som en aktør, der giver forrang til statslig regulering, aldersgrænser og forbud frem for tiltag, der styrker borgernes personlige ansvar. I tråd hermed beskriver en interviewet vidensmægler, at Vidensrådets tidligere forperson, Morten Grønbæk, var god til at balancere i dette. Derfor fremhæver interviewpersonen også, at der ligger en stor opgave for den nytiltrådte forperson i at sikre, at det bevares. Interviewpersonerne påpeger samtidig, at det er vigtigt, at den nye forperson har gennemslagskraft således, at Vidensrådets budskaber når bredt ud, og ud til de rigtige målgrupper. Den interviewede politiske beslutningstager giver udtryk for, at kommunikationsindsatsen fra Vidensrådet er afgørende for kendskabet, og påpeger i forlængelse heraf, at særligt debatindlæg er et vigtigt kommunikationsredskab til at øge kendskabet og at være en troværdig debatskabende instans. Kommunikationsindsatsen, som et vigtigt redskab til at øge sin impact hos politiske beslutningstagere, fremhæves ligeledes og understøttes i desk researchen (Danmark Forsknings- og Innovationspolitiske Råd, 2016)

82 % af de 44 ledere og fagfolk, som har besvaret spørgeskemaet, kender Vidensrådet. Ud af disse i alt 36 respondenter angiver 61 %, at Vidensrådet i meget høj grad er en fagligt troværdig aktør. Yderligere 25 % oplever, at Vidensrådet i høj grad er dette. Også de interviewede ledere og fagpersoner oplever en høj grad af troværdighed og beskriver Vidensrådet, som "dem man stoler" på. Målgruppen ser Vidensrådet som en instans, hvor der "ikke kan sås tvivl om resultaterne". En interviewperson påpeger i tråd hermed, at det er vigtigt, at Vidensrådet fortsat arbejder for at være "faglige, salige og uafhængige – og uden en skjult agenda". Temarapporterne er troværdige, men en enkel interviewperson påpeger, at Vidensrådet skal passe på ikke at konkludere, at noget er på en bestemt måde, fordi de ikke har fundet data på det modsatte. Den generelle oplevelse blandt de interviewede fagpersoner og ledere er, at Vidensrådet er gode til at nedsætte arbejdsgrupperne til temarapporterne således, at de er udgjort af de bedste eksperter inden for det givne tema. Derudover påpeger målgruppen, at Vidensrådet med fordel kan arbejde med at oprette samarbejder med andre organisationer for at kvalificere hinandens arbejde og altså for gensidigt at kunne drage fordel af hinandens viden. Pointen med at oprette samarbejder og facilitere netværk på tværs af målgrupper fremhæves i desk researchen som en strategi til at få evidens til at få impact hos beslutningstagere (Combs, et. Al., 2022).

I forhold til kendskab er de interviewede ledere og fagpersoner i tvivl om, hvorvidt Vidensrådet er kendt blandt bredere aktører, som ikke sidder direkte med sundhed og forebyggelse. Som eksempel nævnes aktører på skoleområdet, som opleves også at kunne få gavn af Vidensrådets arbejde. De interviewede oplever, at dem, der kender Vidensrådets arbejde, har stor gavn af det, men de fremhæver samtidig, at det er ærgerligt, at den producerede viden ikke når længere ud. En interviewperson italesætter det således: "I min verden lever Vidensrådet lidt det stille liv. Jeg oplever dem ikke så meget – en enkelt rapport i ny og næ".

”

De politikere, der interesserer sig for forebyggelse, kender dem [Vidensrådet] helt sikkert. Men ikke nødvendigvis bredere end det. De er nok en nicheorganisation i det brede folketing.

Interview med vidensmægler, der arbejder med politiske beslutningstagere

”

Det har stor betydning, at de [Vidensrådet] er politisk uafhængige, og at de eksisterer. De har en god faglig stemme til det nationale politiske niveau – der bliver lyttet til dem. Det skal den nye forkvinde også være god til – at bringe ny viden til det nationale politiske bord.

Interview med leder

Kendskab og troværdighed (2/2)

Samtlige af de Vidensmæglere, der enten har besvaret spørgeskemaet (14) eller er interviewet, har kendskab til Vidensrådet. De interviewede vidensmæglere vurderer også, at Vidensrådets arbejde, herunder deres temarapporter, er forbundet med stor troværdighed. En vidensmægler beskriver eksempelvis en oplevelse af, at ens egen troværdighed høynes ved at bruge Vidensrådet som reference i sit arbejde. I spørgeskemaet angiver 50 % af vidensmæglerne ligeledes, at Vidensrådet *i meget høj grad* er en fagligt troværdig aktør, og yderlige 36 % oplever *i høj grad* dette.

Vidensmæglerne fremhæver vigtigheden af, at Vidensrådet er en politisk uafhængig institution, og at Vidensrådet er i stand til at være en faglig stemme på det nationale politiske niveau. Vidensmæglerne ser det som vigtigt, at den nye forperson, ligesom den tidligere forperson, kan bringe Vidensrådets viden til det politiske niveau og samtidig sikre, at Vidensrådet fortsat er "dem, man lytter til" inden for forebyggelsesfeltet. Særligt en af de interviewede vidensmæglere, som samarbejder med Vidensrådet, er glade for dette samarbejde og oplever en stigende grad af kendskab til Vidensrådet og dets arbejde blandt deres medlemskommuner.

Forskere og fonde påpeger ligesom de øvrige målgrupper, at Vidensrådet på mange måder er kendt gennem deres tidligere forperson. Samtidig nævner de, at der er en generel opfattelse af, at Vidensrådets arbejde er sobert og troværdigt, samt at det er en stor styrke for Vidensrådet, at der sidder fagligt stærke og kompetente rådsmedlemmer. Særligt blandt forskere anses Vidensrådet som en troværdig aktør. En af de interviewede forskere beskriver eksempelvis, hvordan man oplever stor anerkendelse fra forskerkolleger for at blive inviteret til at være med i en arbejdsgruppe på en temarapport.

Blandt fondene er der også en generel lydhørhed over for Vidensrådet og deres arbejde. Fondene oplever, at særligt Vidensrådets temarapporter er genkendelige (ift. designet). Den ene af fondene er mere skeptisk overfor Vidensrådets ophæng i Lægeforeningen og påpeger, at det for dem kan sætte spørgsmålstegn ved, om Vidensrådet er uafhængige. I forlængelse heraf oplever fonden, at de temaer, som der har været udgivet rapporter om, udefra set er farvet af, at Vidensrådet har fået bevillinger fra TrygFonden og Novo Nordisk Fonden. For denne fond påvirker det troværdigheden.

”

De [Vidensrådet] spiller en rigtig vigtig rolle. Det her med at levere noget fagligt input til diskussionerne er en vigtig rolle, de har taget på sig. At de ikke er inde og politisere noget er rigtigt vigtigt

Interview med Vidensmægler

”

Vidensrådet er et sted som har opbygget en stor troværdighed. Det er garvede folk, og det er lidt en ære at blive spurgt om at være med i rapporter.

Interview med Forsker

Sobert arbejde, men jeg sætter lidt spørgsmålstegn ved om deres ophæng til Lægeforeningen gør dem uafhængige...

Interview med Fond

HOVEDFUND: KENDSKAB OG TROVÆRDIGHED

Der er mange politiske beslutningstagere, udførende fagpersoner og ledere samt vidensmæglere inden for sundheds- og forebyggelsesfeltet, som kender Vidensrådets arbejde. Disse udgør en form for ambassadører for Vidensrådets arbejde, der i langt overvejende grad oplever Vidensrådet som en yderst troværdig aktør – en troværdighed der grunder i høj faglighed og uafhængighed. Der stilles dog spørgsmålstegn ved, om Vidensrådet når langt nok ud i forhold til alle dem, der potentielt kunne have gavn af deres arbejde, herunder også uden for det direkte sundhedsfremme- og forebyggelsesfelt, såsom skoleområdet.

Formidling

”

Der er nogle beslutninger, der kun kan foregå i kommunerne og omvendt i regionerne. Vidensrådets viden er brugbar på forskellige niveauer – og derfor er det også vigtigt at få den formidlet på forskellige niveauer. (...) En grundig vurdering fra gang til gang er nødvendigt – og at have en kommunikationsplan for hver interessent.

Interview med videnskabsrådgiver

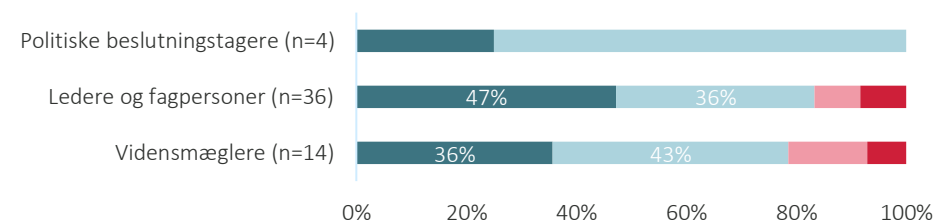


På tværs af målgrupper er der tilfredshed med Vidensrådets formidling, og Vidensrådet formår at formidle forskningen på en måde, så den er anvendelig i målgruppernes arbejde.

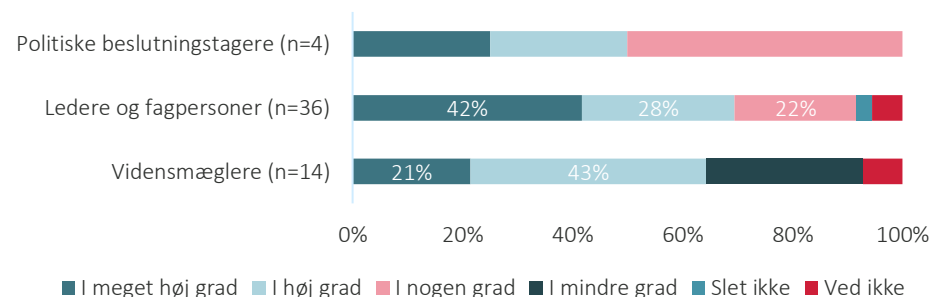
Spørgeskemaundersøgelsen viser bred enighed om, at Vidensrådets temarapporter formidler forskning på en forståelig måde (se figur 15). Udover et par, der angiver *i nogen grad* og *ved ikke*, oplever 83 % af de 54 respondenter der kender Vidensrådet, at temarapporterne enten *i meget høj grad* eller *i høj grad* formidler forskningen på en forståelig måde. Herunder oplever 47 % af lederne og fagpersonerne samt 36 % af vidensmæglere, at temarapporterne *i meget høj grad*, gør det.

Til spørgsmålet om, hvorvidt temarapporterne er formidlet på en måde, der er anvendelig i respondenternes arbejde, angiver langt størstedelen også, at temarapporterne *i meget høj, i høj eller i nogen grad* er formidlet på en måde, der gør dem anvendelige i deres arbejde (se figur 16). Andelen af ledere og fagpersoner samt vidensmæglere, der oplever dette *i meget høj grad*, er dog lidt mindre end ved spørgsmålet om, hvorvidt forskningen formidles på en forståelig måde. Således er andelen af ledere og fagpersoner, der oplever det *i meget høj grad*, nu 42 %, og for vidensmæglere er andelen 21 %. Blot en enkelt leder eller fagperson oplever *slet ikke*, at temarapporterne er formidlet på en anvendelig måde.

Figur 15. Vidensrådets målgruppers oplevelse af i hvilken grad Vidensrådets temarapporter formidler forskning på en forståelig måde. n=54



Figur 16. Vidensrådets målgruppers oplevelse af i hvilken grad Vidensrådets temarapporter er formidlet på en måde, der gør dem anvendelige i deres arbejde. n=54



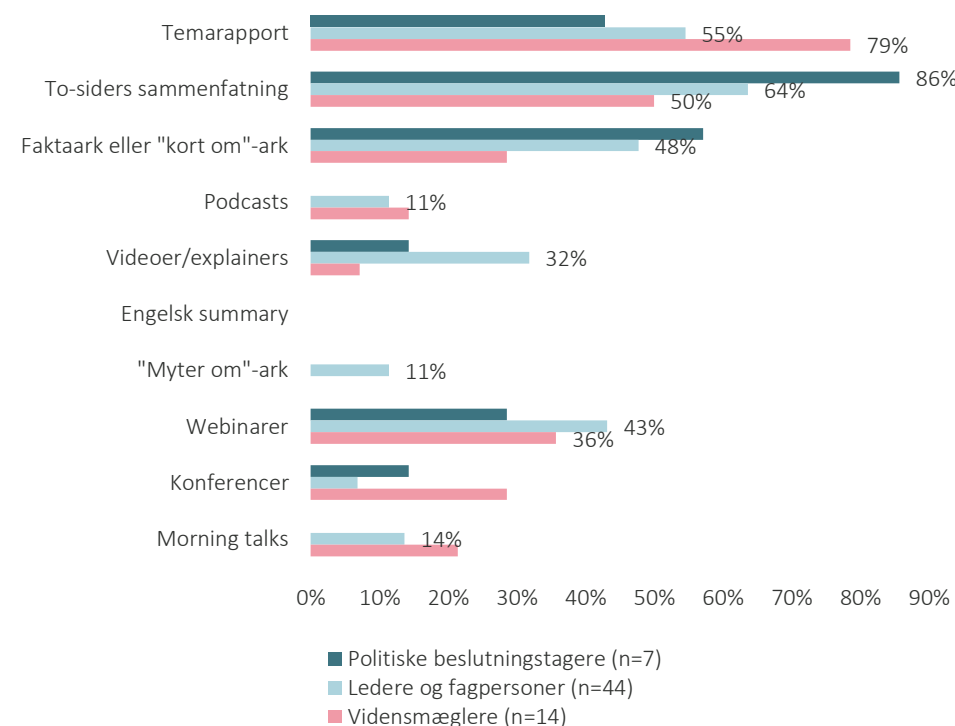
Temarapporterne og tosiders sammenfatningerne er de mest brugbare formidlingsformater.

Gennemgående er temarapporterne og tosiders sammenfatningerne af temarapporterne de formidlingsformater, som respondenterne finder mest brugbare (se figur 17). Det varierer dog en smule på målgruppe, hvor langt størstedelen af de 14 Vidensmæglere (79 %) angiver temarapporterne, som et af de mest brugbare formater i deres arbejde. Andelen er omtrent 50 % for politiske beslutningstagere og lederne og fagpersoner.

Især de politiske beslutningstagere angiver tosiders sammenfatningerne som mest brugbare for dem (86 % af syv respondenter). At de politiske beslutningstagere foretrækker det format i deres arbejde, bestyrkes af litteraturen, som påpeger, at de bedste kommunikationsformater til politiske beslutningstagere er: Policy one-pagers, korte policy briefs eller lidt længere policy white papers (Wong et al. 2017).

Fagpersoner og ledere angiver også faktaark eller "kort om"-ark (48 %), webinarer (43 %), samt videoer/explainers (32 %), som brugbare formidlingsformater. Kun få har valgt podcasts, "Myter om"-ark, konferencer og morning talks. Der gøres dog opmærksom på, at Vidensrådet først for nylig er begyndt at anvende formater som tosiders sammenfatninger og explainer film, og at nogle af formaterne derfor antageligt er mindre kendte blandt målgrupperne. De ukendte formaterne er dog beskrevet kort i spørgeskemaet for respondenterne (såsom morning talks).

Figur 17. Vidensrådets målgruppers angivelse af hvilket formidlingsformat, der er mest brugbart for dem. n=65



Note: Respondenterne har kunnet sætte op til tre krydser, hvorfor figuren ikke summerer til 100 %.

Formidling (1/2)

I spørgeskemaet angiver en af de fire politiske beslutningstagere, som kender Vidensrådet, at temarapporterne *i meget høj grad* formidler forskning på en forståelig måde, og de resterende angiver, at dette sker *i høj grad*. En angiver også, at temarapporterne *i meget høj grad* er formidlet på en måde, så de er brugbare i respondentens arbejde. Især tosiders sammenfatninger er et brugbart format for de syv politiske beslutningstagere, der har besvaret spørgeskemaet. Det understøttes af litteraturen i desk researchen, hvor det påpeges, at især beslutningshjælpemidler, i form af enten policy one-pagers, policy briefs eller lidt længere policy white paper, er med til at hjælpe gøre, at de politiske beslutningstagere kan anvende evidens i deres politiske arbejde (Combs, et. Al, 2022 samt Wong, S.L. et. Al., 2017).

Temarapporterne beskrives af den interviewede politiske beslutningstager som gode og grundige rapporter, der er meget anvendelige som politiker. Den politiske beslutningstager giver udtryk for, at det er vigtigt for anvendeligheden, at konklusionerne præsenteres klart. En vidensmægler, oplever tilmed, at politikerne er meget optagede af, at der er evidens for de indsatser, de argumenterer for, hvorfor det er en vigtig virkningsmekanisme i forhold til anvendeligheden hos politikerne, at temarapporterne netop beskriver evidensen. Herunder er det også essentielt, at der er stor gennemsigtighed om evidensen, og at argumenter ikke oversælges. Den interviewede politiske beslutningstager erfarer desuden, at det er vigtigt for politikernes anvendelse af temarapporterne, at viden fra temarapporterne formidles til dem på møder mellem eksempelvis forpersonen for Vidensrådet og politikerne. Faciliteringen af sådanne møder fremhæves i desk researchen som et vigtigt tiltag for en vidensmægler (Elueze, 2015; Langeveld et al. 2016). I forlængelse heraf oplever den politiske beslutningstager desuden, at anvendelsen øges, hvis politikerne inddrages for eksempel i publiceringen af kronikker. Arbejdet med at formidle temarapporternes indsigter på fysiske møder med politiske beslutningstagere påpeges også i desk researchen som et vigtigt tiltag for vidensmæglere, når ønsket er, at evidens får impact på det politiske niveau (Combs, et. al. 2022).

Tæt på halvdelen (47 %) af de 36 fagpersoner og ledere, der i spørgeskemaet kender Vidensrådet, oplever, at temarapporterne *i meget høj grad* formidler forskningen på en forståelig måde. 42 % oplever *i meget høj grad*, at temarapporterne er formidlet på en anvendelig måde. Spørgeskemaundersøgelsen indikerer desuden, at det mest brugbare formidlingsformat er tosiders sammenfatninger af temarapporterne, og dernæst temarapporterne i sig selv. Fagpersoner og ledere angiver også faktaark eller "kort om"-ark (48 %), webinarer (43 %), samt videoer/explainers (32 %), som brugbare formidlingsformater.

De interviewede fagpersoner og ledere er alle tilfredse med temarapporterne og ser det som en styrke, at de er videnstunge. Samtidig er det ifølge de fleste fagpersoner og ledere en præmis, at de ikke har tid til at læse temarapporterne fra ende til anden. Derfor bliver temarapporterne anvendt som opslagsværker. Det betyder også, at fagpersoner og ledere gennemgående er enige om, at temarapporternes sideløbende kommunikationsindsats er essentiel. Derfor giver fagpersonerne og lederne gennemgående udtryk for, at pixie-formater, videoer, webinarer etc. er nødvendige supplementer til temarapporterne, hvis fagpersoner skal kunne anvende den viden, som Vidensrådet leverer. Enkelte giver udtryk for, at de oplever, at Vidensrådet er blevet bedre til dette i løbet af årene, men at de stadig kan blive bedre. En enkelt fagperson efterspørger, at Vidensrådets produkter var nemmere at kopiere figurer og lignende fra og føre over i PowerPoint præsentationer og lignende (med klar kildeangivelse), da de i dag ofte må screenshotte, og at dette er bøvlet og grimt. Derudover peger et par af de interviewede fagpersoner og ledere på, at temarapporternes reviewproces højner deres kvalitet og anvendelighed, og at det er vigtigt, at praksislaget er repræsenteret i denne inddragelsesproces.

”
Det er faglige rapporter og godt at kunne gå helt ned i evidensen. Det er rart, at de er dybdegående. Men som politiker er det også rart bare at få konklusionerne.

Interview med
politisk
beslutningstager

”
En lille kommune som min har ikke en stor konsulentressource på sundhedsområdet, som kan sidde og læse rapporten og trække konklusionen ud. Så det er vigtigt, at Vidensrådet sørger for at formidle den komplekse og faglige viden, så den er gennemgængelig og let omsættelig og forståelig, når den kommer ud til kommunerne.

Interview med
fagperson

Formidling (2/2)

I spørgeskemaundersøgelsen oplever 36 % af de 14 vidensmæglere, at temarapporterne *i meget høj grad* formidler forskningen på en forståelig måde. 21 % oplever *i meget høj grad*, at temarapporterne er formidlet på en anvendelig måde. Spørgeskemaundersøgelsen indikerer desuden, at det mest brugbare formidlingsformat for denne målgruppe er tosiders sammenfatninger af temarapporterne, og dernæst temarapporterne i sig selv. Vidensmæglerne vurderer i interview gennemgående temarapporterne som værende af høj kvalitet og velformidlede. På forskellig vis giver samtlige vidensmæglere udtryk for, at de kan anvende temarapporterne som et "vidensgrundlag", "baggrundsviden" og som "opslagsværker" etc. Flere fremhæver samtidig længden på temarapporterne som en mulig barriere for deres anvendelighed. Omvendt er vidensmæglerne ikke i stand til at pege på, hvad der skulle tages ud af rapporterne. Et par vidensmæglere understreger, at frivillige og faglige organisationer samt praksislaget ikke har tiden til at gennemgå hele rapporterne, og at opsamlinger derfor er vigtige. En fremhæver, at det især er brugbart, når Vidensrådet afslutningsvis i temarapporterne laver en skematisk opsamling på virkningen af forskellige indsatser. Det gør det muligt at anvende temarapporterne som opslagsværker. Andre giver udtryk for, at Vidensrådet skal turde at komme med anbefalinger og oplever ikke, at det er tilfældet i dag. Andre ville også foretrække, at det var sådan, men har forståelse for, at det er vanskeligt, som illustreret i følgende citat: "Nogle gange kan vi ønske, at de [Vidensrådet] sagde: 'De her fem ting virker'. Men sådan er det ikke i verden og med mennesker."

Flere vidensmæglere fremhæver, at temarapporternes målgrupper varierer, for eksempel om de rammer det kommunale eller regionale lag. Derfor understreger de, at det er vigtigt, at Vidensrådet holder sig for øje, hvem målgruppen til hver konkret rapport er, og afdækker det grundigt på forhånd, så formidlingen kan blive endnu mere målrettet. I tråd hermed ønsker flere, at Vidensrådet i højere grad end i dag øger kommunikationen rundt om temarapporterne, og at de i højere grad laver pixie-formater. Enkelte savner et lettere og mere forståeligt format. Det kan indikere, at flere ikke kender til de øvrige kommunikationsprodukter, som Vidensrådet supplerer rapporterne med. En enkelt af de interviewede foretrækker papirversionen af temarapporterne, hvilket kan indikere, at den fysiske distribution af temarapporterne giver værdi. En vidensmægler giver modsat flertallet udtryk for, at Vidensrådet bør fokusere på kerneproduktet, som er temarapporterne, og ikke de øvrige kommunikationsprodukter.

En af fondene oplever temarapporterne som "tykke opslagsværker", der er gammeldags, og efterspørger, at Vidensrådet i højere grad fokuserer på andre kommunikationsformer, og herunder at temarapporterne gøres mere anvendelige digitalt. Derudover nævnes formater som podcasts, webinarer og flere debatindlæg. Samlet set giver de to interviewede fonde samt en fond fra koordinationsforummet udtryk for, at deres erfaring som bevillingsgivere generelt har givet dem større forståelse for vigtigheden af kommunikationsindsatser rundt om forskning, hvorfor de også ser en nødvendighed i større prioritering af dette. To interviewede fonde efterspørger, at rapporterne i højere grad kom med anbefalinger.

Også de interviewede forskere giver udtryk for, at kommunikationsindsatsen rundt om temarapporterne har stor værdi. Forskerne oplever, at det gør den indsamlede viden anvendelig for både fagfolk og politikere. Desuden har forskerne, der har bidraget til flere temarapporter, en oplevelse af, at "ens forskning kommer ud at leve med Vidensrådet", hvilket er en vigtig motivation for, at man som forsker har lyst til være medforfatter. Som forsker, kan temarapporterne anvendes til hurtigt at tilgå baggrundsviden på et område, men fordi temarapporterne udgør sekundær litteratur anvendes de ikke som direkte referencer i forskningspublikationer.

”

Fordi tid er kostbar, så giver det noget at få det [viden] serveret på en anden måde end kun en rapport. Det er vanvittige dygtige mennesker, de har med – som folk gerne vil mødes med. Derfor var konferencen god

Interview med
vidensmægler

”

Jeg mener, at det er af stor værdi, at Vidensrådet prioriterer kommunikationen af resultaterne. Det er vigtigt, at det sker via forskellige platforme og formidlet, så det er forståeligt og anvendeligt for både lægfolk og beslutningstagere.

Interview med forsker

HOVEDFUND: FORMIDLING

Temarapporterne anses for et vigtigt kerneprodukt, og mens disse vurderes som velformidlede, har især politiske beslutningstagere samt fagpersoner ikke tiden til at læse disse i deres fulde længde. Det betyder dels, at det er essentielt, at temarapporterne indeholder nemt overskuelige oversigter og opsamlinger. Dels at kommunikationsindsatsen rundt om temarapporterne, herunder formidlingen af temarapporternes viden i tosiders sammenfatninger, webinarer, videoer etc., er uundværlig for, at den viden som præsenteres også anvendes. Konklusionen indikerer, at Vidensrådet med fordel kan allokere yderligere ressourcer til selve formidlingsindsatsen af temarapporterne for at opnå større impact.

Relevans

”

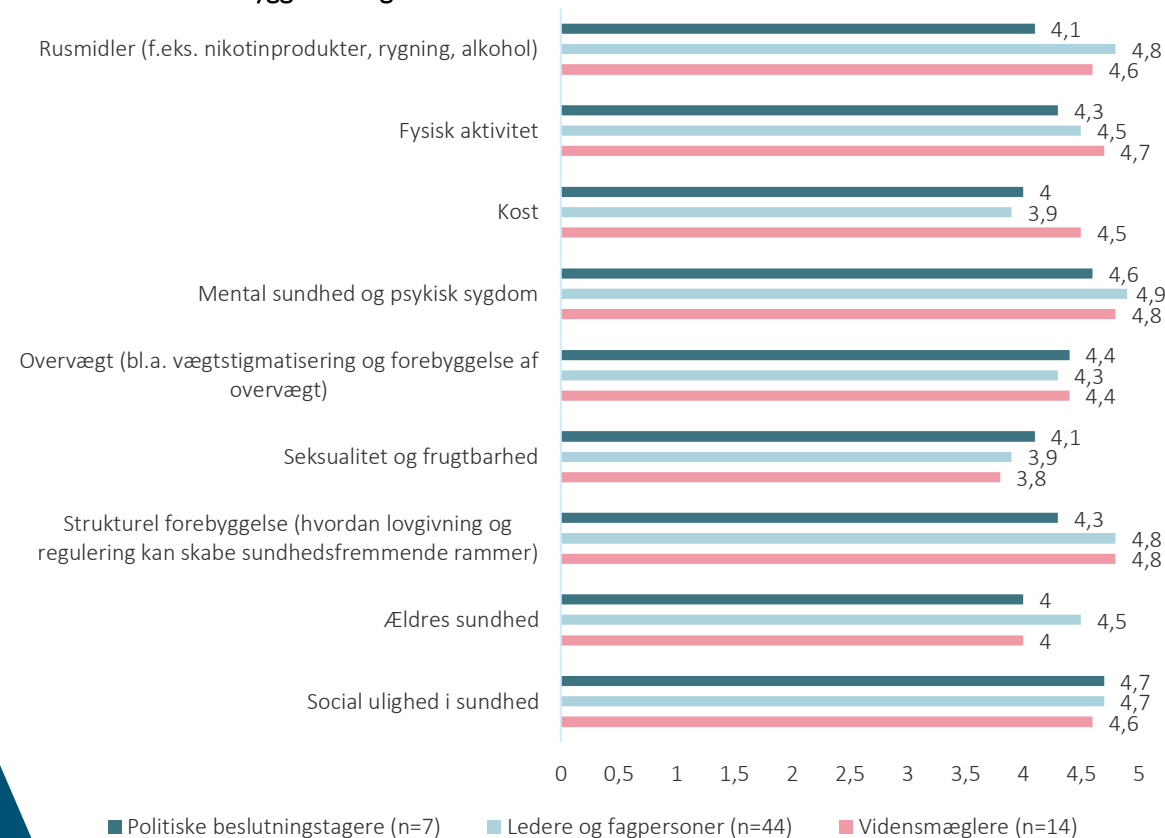
Vidensrådet for Forebyggelse har en rigtig vigtig rolle. De er gode til at handle på aktuelle dagsordener – selvom man ikke kan lave store rapporter på 14 dage. De er gode til at have følerne ude i forebyggelsesområdet og høre, hvad har vi brug for faktisk viden på.

Interview med fagperson

Emnerne i Vidensrådets temarapporter er i høj grad relevante.

Både interviews og spørgeskemaundersøgelsen indikerer, at Vidensrådet har formået at vælge relevante temaer ud til deres rapporter. Således har alle temaer i spørgeskemaundersøgelsen jf. Figur 18 som minimum fået en gennemsnitsscore på 3,8 (hvor scoren 4 angiver, at temaet i høj grad vurderes relevant). De temaer, der scorer højest på relevans på tværs af målgrupper, er social ulighed i sundhed samt mental sundhed og psykisk sygdom. Også strukturel forebyggelse vurderes meget relevant af videnskemaglere samt fagpersoner og ledere. Interviewene peger på, at især temarapporten om nikotin har formået at ramme en højaktuel dagsorden, og at rygning og alkohol derudover har haft og også fortsat vil have stor relevans i fremtiden.

Figur 18. Vidensrådets målgruppers oplevelse af i hvilken grad de overordnede temaer, som Vidensrådet allerede har eller vil fokusere på i den kommende strategiperiode er relevante for forebyggelses- og sundhedsfremmefeltet i Danmark. n=65



Note: En gennemsnitsscore for hver tema er regnet ud ved at give 'i meget høj grad'-svar værdien 5 og 'slet ikke'-svar værdien 1.

Relevans (1/2)

De fire politiske beslutningstagere, som i spørgeskemaet kender Vidensrådet, oplever henholdsvis, at Vidensrådets temarapporter og formidlingsaktiviteter *i meget høj grad* (1 respondent), *i høj grad* (2 respondenter), og *i nogen grad* (1 respondent) er timet med den politiske dagsorden. Den interviewede politiske beslutningstager vurderer også, at Vidensrådets temaer er aktuelle, og nogle der diskuteres politisk. Samtidig giver den interviewede politiske beslutningstager udtryk for, at der er et modsætningsforhold mellem grundigheden i rapporterne, som tager tid, og at skulle ramme en aktuelt politisk dagsorden. Derfor er vurderingen fra den politiske beslutningstager, at Vidensrådet kunne øge sin relevans for politikerne ved at stå til rådighed løbende for de politiske beslutningstagere. Netop denne pointe fremhæves i desk researchen som en indsats, der kan øge den impact som evidens har hos politiske beslutningstagere. Ved at give mulighed for face-to-face sparring med fageksperter, vil de politiske beslutningstagere ikke blot læse evidens men også kunne lære at anvende evidens. Møderne vil skulle foregå som en form for oplæring af den politiske beslutningstager og dennes embedsværk (Dobbins 2009). Den interviewede vidensmægler, som har minister- og folketingsbetjening, oplever i forhold til temaernes relevans, at især forebyggelse på børne- og ungeområdet har bred politisk relevans, hvorimod nogle politiske beslutningstagere oplever, at forebyggelsesindsatser over for voksne bliver for "formynderisk". Spørgeskemaundersøgelsen indikerer, at de af Vidensrådets temaer med størst relevans blandt politiske beslutningstagere er: Social ulighed i sundhed samt mental sundhed og psykisk sygdom.

Fagpersonerne giver udtryk for, at temarapporterne er relevante for deres arbejde. Én italesætter eksempelvis, at de udfylder et videnshul. En anden oplever, at Vidensrådet er gode til at tage et højaktuelt tema op og bidrage til at sætte det på dagsorden og skabe yderligere debat. Som konkret eksempel fremhæves temarapporten om nikotinbrug blandt børn og unge. En anden har en oplevelse af, at temarapporternes endelige effekt hos slutmålgruppen af borgere især vil være afhængig af, hvorvidt temaerne har politisk momentum. I spørgeskemaundersøgelsen fremgår temaerne mental sundhed og psykisk sygdom, strukturel forebyggelse samt rusmidler, som dem der er mest relevante for fagpersonerne og lederne.

En af fagpersonerne efterspørger i interview flere temarapporter om mental sundhed, hvor der stadig er mange relevante undertemaer.

I og med at Vidensrådet laver så grundige rapporter, er det svært at ramme en politisk timing. Derfor bør de også tænke på, hvornår eller hvordan de kan være relevante politisk. For eksempel med overvægt ser vi, at det er en dagsorden, vi kommer til at diskutere løbende, og derfor bør Vidensrådet stå til rådighed løbende.

Interview med politisk beslutningstager

Temarapporterne lever et lidt biblioteksagtigt liv, og når man får brug for det, opsøger man viden. Det er også fint, men jeg tror, at det er godt, at der foregår andre former for kommunikation

Interview med fagperson

Relevans (2/2)

De interviewede videnskæglere har overordnet set en oplevelse af, at de udvalgte temaer har været relevante. Flere peger på, at temaerne tobak, nikotin og alkohol har haft størst relevans og også fortsat kommer til at være vigtige emner i fremtiden. Derudover indikerer videnskæglerne, at temarapporterne i sig selv har en relevans for deres arbejde, fordi det har stor værdi at vide, at Vidensrådet har samlet al den vigtige viden på det givne tema og sat det i en dansk kontekst. Størstedelen beskriver dog også en opmærksomhed på og mulig barriere i, at flere af temarapporterne efterhånden er flere år gamle. Videnskæglerne udviser forståelse for, at dette blandt andet er en naturlig følge af, at temarapporterne tager lang tid at lave. Men derfor er det gennemgående et ønske hos Videnskæglerne, at temarapporterne løbende opdateres, for eksempel hver 5-7 år. For enkelte er dette vigtigere end at supplere temarapporterne med yderligere kommunikationsprodukter. En enkelt videnskægler peger på, at det er vigtigt, at Vidensrådet også tør at tage ikke-aktuelle temaer op. Andre videnskæglere understreger vigtigheden af, at Vidensrådet har tæt dialog med andre aktører om, hvilke temaer der er behov for at blive belyst. Omvendt giver andre videnskæglere udtryk for, at Vidensrådet allerede er gode til dette. I spørgeskemaundersøgelsen fremgår temaerne mental sundhed og psykisk sygdom samt strukturel forebyggelse, som dem der er mest relevante for videnskæglerne.

Videnskæglerne er blevet spurgt ind til ønsker til nye temaer, og de har svaret:

- Mental sundhed hos socialt udsatte, som beskrives som et helt uoplyst felt
- Digital afhængighed
- Digital adfærd blandt børn og unge – herunder konsekvenserne af at sidde meget bag en skærm ift. ensomhed, isolation, samt hvad der sker med børn når mor og far sidder meget og kigger på en skærm
- Ensomhed
- Børn og unges kønsdysfori

Alle forskerne og repræsentanterne fra fonde oplever, at temarapporterne belyser relevante spørgsmål og problemstillinger. De giver udtryk for, at temaerne er aktuelle, og at især temarapporterne om forebyggelse af rygning blandt børn og unge, om nikotinbrug blandt børn og unge samt rapporterne om mental trivsel blandt børn og unge alle har ramt plet på politisk relevans.

En enkelt af fondene har en oplevelse af, at temaerne især har fokus på at holde raske mennesker raske, og at Vidensrådet med fordel kunne arbejde med også at inkludere viden om, hvordan forværring af sygdom forebygges. Specifikt for fondene gælder, at temarapporterne kun har en relevans, hvis temaet passer ind i fondenes formål. Fondene giver desuden udtryk for, at kapitlerne om forsknings- eller videnshuller er relevante, og at disse er anvendelige, når de skal vurdere, hvilke forskningsprojekter de vil tildele bevillinger.

”

Fori tid er kostbar, så giver det noget at få det serveret på en anden måde end kun en rapport. Det er vanvittige dygtige mennesker, de har med – som folk gerne vil mødes med. Derfor var konferencen god

Interview med videnskægler

”

Temarapporternes emner er meget relevante og rammer lige ned i aktualitet og (politiske) behov.

Interview med forsker

HOVEDFUND: RELEVANS

Emnerne i temarapporterne er i høj grad relevante på tværs af Vidensrådets målgrupper. I praksis ser det ud til, at behovet har været størst for temarapporterne om mental sundhed, mens også publiceringen af nikotinrapporten især har lykket sig med at blive timet med en højaktuel dagsorden. Vidensrådet kan med fordel arbejde på at opdatere temarapporterne hvert 5-7 år med nyeste viden inden for feltet, for dermed bevare temarapporternes relevans og anvendelighed.

Målgruppe 1: Politiske beslutningstagere

”

Når rapporterne bidrager til at sætte dagsordenen, bidrager Vidensrådet også til den politiske beslutningstagning

Interview med politisk beslutningstager

Målgruppe 1: Politiske beslutningstagere

Ønskede resultater*

Resultater på kort sigt:

- Temarapportens udgivelse er med til at sætte emnet på dagsorden i samfundsdebatten og derigennem opnår hele målgruppen mere viden
- Politiske beslutningstagere får ny viden og deres argumenter bliver stærkere
- Politiske beslutningstagere motiveres til at indføre nye tiltag, fordi de præsenteres for evidens

Resultater på mellemlangt sigt:

- Politiske beslutningstagere anvender viden og råd fra temarapporten i deres beslutninger
- Ressourcer prioriteres til området pba. Mere viden, fx kan politiske beslutningstagere nedsætte en task force eller mål for området

Resultater på langt sigt:

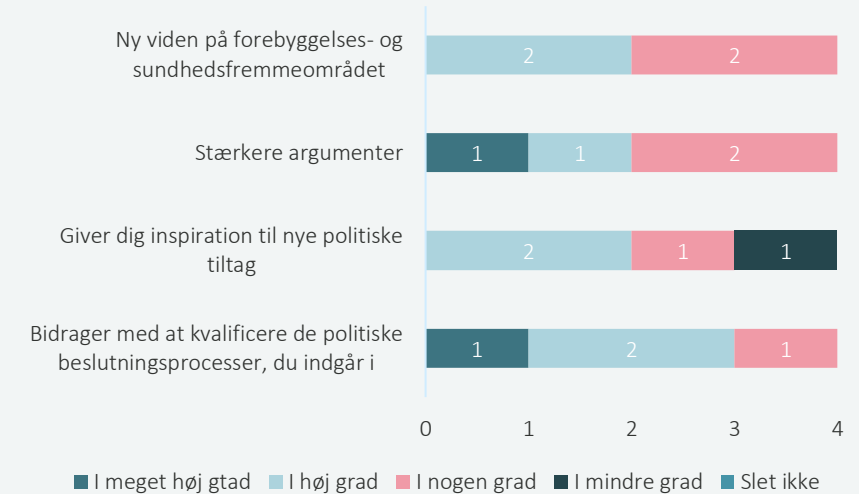
- Ny eller revideret lovgivning gennemføres og nye eller reviderede politiske tiltag indføres med udgangspunkt i evidens fra temarapporten (fx forebyggelsespakker, 10-års plan, national handleplan)
- Temarapportens emner opprioriteres i politikker, handleplaner og indsatser i kommuner og regioner

Blandt de politiske beslutningstagere er temarapporterne et kerneprodukt, som anvendes til at få ny viden, skabe stærkere argumenter og finde motivation og inspiration til at arbejde med nye indsatser. Vidensmæglere beskriver også i interviews, at de bruger temarapporterne i deres kontakt med politikere, f.eks. ministerbetjening samt betjening af Folketinget, når politikerne efterspørger ny viden. Det bekræfter, at temarapporterne giver de politiske beslutningstagere ny viden. I spørgeskemaet angiver to ud af fire politiske beslutningstagere, som har kendskab til Vidensrådet, at de *i høj grad* får ny viden af temarapporterne, mens de resterende to oplever dette *i nogen grad* (se Figur 19).

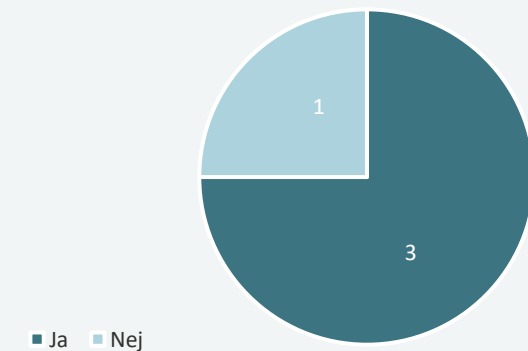
Lige så viser spørgeskemaundersøgelsen, at alle fire politiske beslutningstagere oplever, at temarapporterne *i meget høj, i høj eller nogen grad* giver dem stærkere argumenter. Tre ud af fire oplever også, at Vidensrådets arbejde *i meget høj, i høj eller nogen grad* giver inspiration til nye politiske tiltag. Alle fire angiver dette om, hvorvidt Vidensrådets arbejde bidrager med at kvalificere de politiske beslutningsprocesser, de indgår i (se Figur 19).

Tre ud af fire politiske beslutningstagere angiver i spørgeskemaet, at de anvender Vidensrådets arbejde (se Figur 20). To uddyber i kommentarer henholdsvis at have anvendt temarapporterne i forhandlinger om rygning og alkohol i forhold til, hvilket evidensgrundlag der er, samt til at kunne argumentere med fakta. I interviews fremgår det lige så, at temarapporterne anvendes som faglig baggrundsviden i politiske beslutningsoplæg.

Figur 19. De politiske beslutningstageres vurdering af i hvilken grad de oplever, at Vidensrådets temarapporter og formidlingsaktiviteter giver dem... n=4



Figur 20. De politiske beslutningstageres svar på, hvorvidt de har anvendt viden fra Vidensrådets temarapporter i deres arbejde? n=4



* Ønskede resultater er baseret på den forandringsteori Vidensrådet opsatte som baggrund for evalueringen

Målgruppe 1: Politiske beslutningstagere

Ønskede resultater*

Resultater på kort sigt:

- Temarapportens udgivelse er med til at sætte emnet på dagsorden i samfundsdebatten og derigennem opnår hele målgruppen mere viden
- Politiske beslutningstagere får ny viden og deres argumenter bliver stærkere
- Politiske beslutningstagere motiveres til at indføre nye tiltag, fordi de præsenteres for evidens

Resultater på mellemlangt sigt:

- Politiske beslutningstagere anvender viden og råd fra temarapporten i deres beslutninger
- Ressourcer prioriteres til området pba. Mere viden, fx kan politiske beslutningstagere nedsætte en task force eller mål for området

Resultater på langt sigt:

- Ny eller revideret lovgivning gennemføres og nye eller reviderede politiske tiltag indføres med udgangspunkt i evidens fra temarapporten (fx forebyggelsespakker, 10-års plan, national handleplan)
- Temarapportens emner opprioriteres i politikker, handleplaner og indsatser i kommuner og regioner

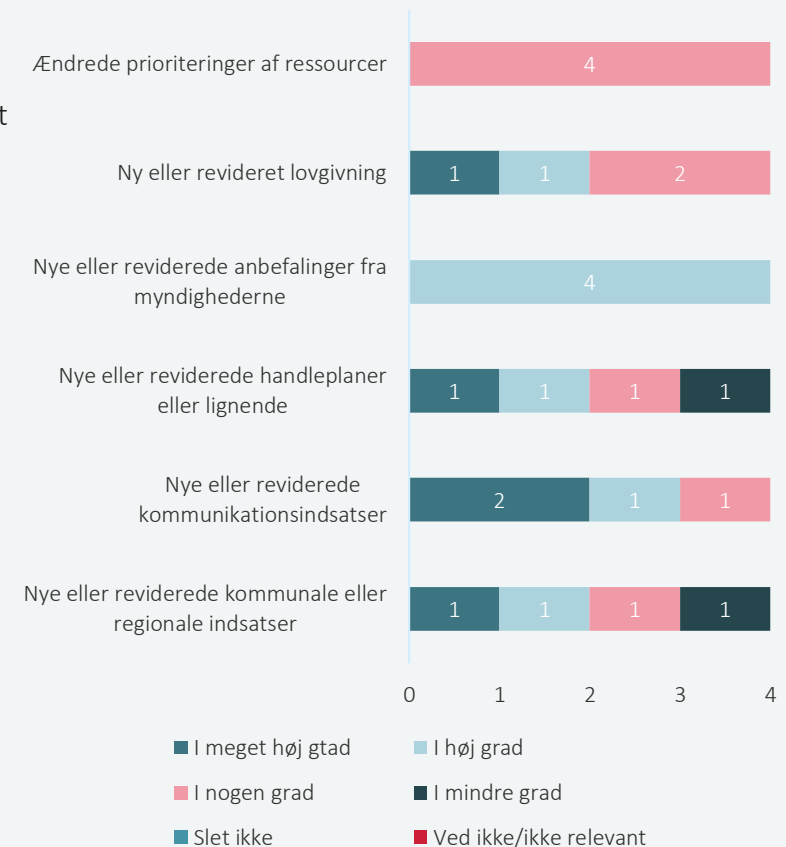
Spørgeskemaresultaterne fra de fire politiske beslutningstagere indikerer, at viden fra temarapporterne *i nogen grad* har bidraget til ændrede prioriteringer af ressourcer (se Figur 21). Desuden er der enighed om, at viden fra rapporterne *i høj grad* har bidraget til nye eller reviderede anbefalinger fra myndighederne. Alle vurderer tilmed, at viden fra rapporterne *i meget høj, i høj eller nogen grad* har bidraget med ny eller revideret lovgivning samt kommunikationsindsatser.

I kommunalpolitik har temarapporterne også effekt, og en vidensmægler påpeger, at de anvendes som belæg i kommunalpolitiske diskussioner og til at prioritere mellem, hvilke indsatser der skal igangsættes på kommunalt plan. En enkelt respondent nævner, at selvom der findes inspiration til kommunalpolitiske indsatser, så implementeres de ikke nødvendigvis 1:1.

Af konkrete resultater og anvendelse af temarapporterne nævner interviewpersoner, at:

- Temarapporterne om mental sundhed og psykisk sygdom blandt børn og unge formentlig har været anvendt som faglig baggrund for 10-års planen for psykiatrien**
- Temarapporten om nikotinbrug blandt børn og unge har medført et markant ændret syn på nikotinprodukter

Figur 21. De politiske beslutningstageres vurdering af i hvilken grad viden fra Vidensrådets temarapporter har bidraget til.. n=4



* Se bilag for forandringsteori, hvor de ønskede resultater er opstillet

** Interviewpersonen var ikke sikker og valgte formuleringen "formentlig". Vidensrådet indgår som reference 7 gange i 10-årsplanen: https://www.sst.dk/-/media/Udgivelser/2022/psykiatriplan/10AARS_PSYK-PLAN_260122_LOW.aspx?sc_lang=da&hash=AAEF690AFCD2E7998A4E687613C905ED

Målsætninger for Vidensrådet: Politiske beslutningstagere

I forbindelse med evalueringen har vidensrådet opstillet succeskriterier for deres virke. Der er opstillet fire mål for målgruppen af politiske beslutningstagere, som fremgår nedenfor. Der er syv politiske beslutningstagere, der har deltaget i spørgeskemaundersøgelsen, hvoraf fire har haft kendskab til Vidensrådet og er spurgt ind til resultaterne.

Målsætninger for politiske beslutningstagere	Realiseret	Opfyldt
4 ud af 4 politiske beslutningstagere vurderer, at viden fra Vidensrådets temarapporter i meget høj, høj grad eller nogen grad har bidraget til nye eller reviderede handleplaner	3 ud af 4	✗
4 ud af 4 politiske beslutningstagere vurderer, at viden fra Vidensrådet temarapporter i meget høj, høj grad eller nogen grad har bidraget til nye eller reviderede anbefalinger fra myndighederne	4 ud af 4	✓
?* ud af 4 politiske beslutningstagere vurderer, at viden fra Vidensrådet temarapporter i meget høj, høj grad eller nogen grad har bidraget til nye eller reviderede kommunikationsindsatser	4 ud af 4	?
?* ud af 4 politiske beslutningstagere vurderer, at viden fra Vidensrådet temarapporter i meget høj, høj grad eller nogen grad har bidraget til nye eller reviderede kommunale eller regionale indsatser	3 ud af 4	?

Konklusion:

En ud af to målbare målsætninger for de politiske beslutningstagere er opfyldt ud fra beslutningstagernes svar i spørgeskemaet. Det drejer sig om målsætningen om, at Vidensrådets arbejde har bidraget til nye eller reviderede anbefalinger fra myndighederne. Til dette spørgsmål angiver alle fire politiske beslutningstagere i nogen grad, at dette er tilfældet. For den anden målbare målsætning om, hvorvidt Vidensrådets arbejde har bidraget til nye eller reviderede handleplaner angiver én i meget høj grad, én i høj grad, én i nogen grad og én i mindre grad. Denne målsætning er således tæt på også at være indfriet. De yderligere to målsætninger om at bidrage til nye eller revidere kommunikationsindsatser samt kommunale eller regionale indsatser har mellem tre og fire svaret i meget høj, høj eller i nogen grad til.

* Vidensrådet var for visse målsætninger ikke i stand til at angive en talværdi og dermed gøre målsætningen målbar.

Målgruppe 2: Ledere og fagpersoner

”

Vi bliver styret af, hvilke midler vi har i kommunerne, men også af at nogle har lavet et godt fagligt grundlag til, hvilken retning vi skal gå. De faglige argumenter er vigtige i arbejdsgrupper. Det er yderst vigtigt, at nogle har den kompetence til at samle tingene og også lige nøjagtig det med, at det er så uvildigt.

Interview med fagperson

Målgruppe 2: Ledere og fagpersoner

Ønskede resultater*

Resultater på kort sigt:

- Ledere og fagpersoner (stat, region, kommuner) opnår ny viden, og får stærkere argumenter og nye handlemuligheder
- Ledere og fagpersoner motiveres til at gennemføre nye eller reviderede indsatser

Resultater på mellemlangt sigt:

- Ledere og fagpersoner anvender temarapportens viden i beslutninger om lokale politikker og indsatser
- Ledere og fagpersoner ændrer eller indfører nye retningslinjer eller anvisninger pba. temarapport

Resultater på langt sigt:

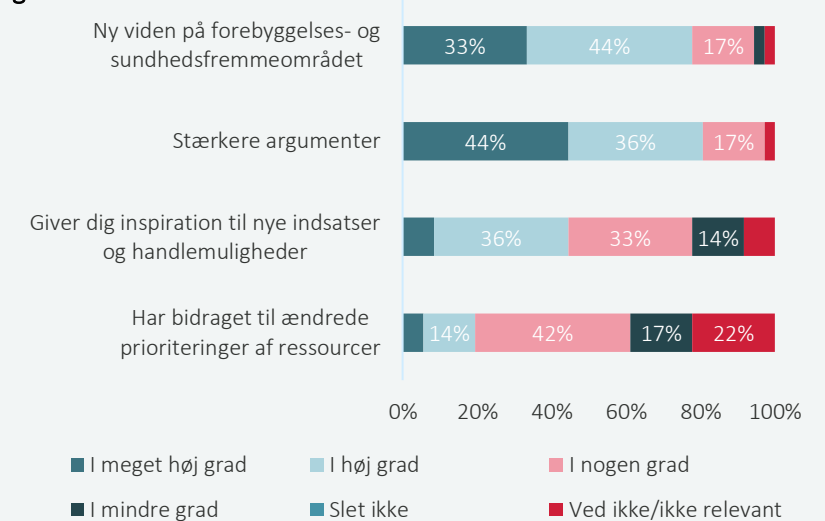
- Pba. nye retningslinjer eller anvisninger ændrer fagpersonerne på deres standardmåde at møde borgerne på.
- Nye eller reviderede lokale handleplaner, indsatser, eller kommunikation er indført/gennemført

Spørgeskemaresultaterne indikerer, at Vidensrådets arbejde har succes med at give fagpersoner og ledere ny viden, da 77 % af de 36 respondenter angiver *i meget høj, høj eller nogen grad* at få ny viden (se Figur 22).

Hele 97 % oplever også at få stærkere argumenter (se Figur 22). Det bekræftes i interview, hvor en fagperson beskriver det sådan, at temarapporterne fagliggør argumenter og giver pondus til argumenter, som de måske havde i forvejen. Herunder fremhæves konkret rapporten om nikotinforgbrug blandt børn og unge af to fagpersoner, og at rapporten, grundet dens højaktualitet, vil være med til at kvalificere debatten i kommunerne om, hvad de skal gøre på området. 62 % angiver da også i spørgeskemaet, at Vidensrådets arbejde *i meget høj, høj eller nogen grad* har bidraget til ændrede prioriteringer af ressourcer.

44 % oplever *i meget høj eller høj grad* at få inspiration til nye indsatser og handlemuligheder. Også i interviews peger ledere og fagpersoner på, at temarapporterne giver inspiration til virksomme tiltag, og enkelte vurderer, at dette i sidste ende, sammen med anden viden, er med til at bidrage til, hvilke indsatser der gennemføres i kommunerne. En fagperson beskriver det for eksempel sådan, at temarapporterne bidrager til at give fagligt begrundet retning for kommunale indsatser og til hvilken retning kommunen skal gå i. Dette bekræftes af øvrige interviews med fagpersoner.

Figur 22. Lederne og fagpersonernes vurdering af i hvilken grad de oplever, at Vidensrådets temarapporter og formidlingsaktiviteter giver dem... n=36



* Se bilag for forandringsteori, hvor de ønskede resultater er opstillet

Målgruppe 2: Ledere og fagpersoner

Ønskede resultater*

Resultater på kort sigt:

- Ledere og fagpersoner (stat, region, kommuner) opnår ny viden, og får stærkere argumenter og nye handlemuligheder
- Ledere og fagpersoner motiveres til at gennemføre nye eller reviderede indsatser

Resultater på mellemlangt sigt:

- Ledere og fagpersoner anvender temarapportens viden i beslutninger om lokale politikker og indsatser
- Ledere og fagpersoner ændrer eller indfører nye retningslinjer eller anvisninger pba. temarapport

Resultater på langt sigt:

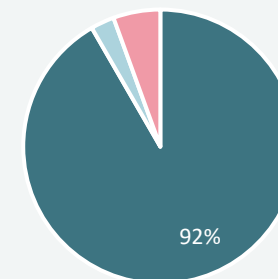
- Pba. nye retningslinjer eller anvisninger ændrer fagpersonerne på deres standardmåde at møde borgerne på.
- Nye eller reviderede lokale handleplaner, indsatser, eller kommunikation er indført/gennemført

De ledere og fagpersoner, der har besvaret spørgeskemaet, har i langt overvejende grad anvendt viden fra Vidensrådets temarapporter i deres arbejde. Således svarer 92 % ja til dette spørgsmål (se Figur 21). Det indikerer, at dem der er bekendte med Vidensrådet og deres temarapporter også kan bruge det i deres arbejde.

I uddybende kommentarer forklarer otte respondenter, at de har anvendt temarapporterne som kilde og/eller brugt viden derfra til eksempelvis oplæg, foredrag eller faktaark. Derudover beskriver 12 respondenter på forskellig vis at have anvendt viden fra temarapporterne til at underbygge beslutninger om og prioriteringer af indsatser og beskrivelser af nye indsatser. Yderligere fem beskriver, at de anvender viden fra temarapporterne i videreformidling til andre, for eksempel kommunale samarbejdspartnere, såsom sundhedsplejersker, SSP, Børne- og ungeområdet, andre fagpersoner, ledere, kommunale tandklinikker eller andre forvaltningsområder generelt. Fem peger også på, at temarapporterne anvendes til styrket argumentation.

To fagpersoner beretter desuden i interviews, at de anvender viden og materiale fra Vidensrådet direkte i kontakt med borgerne, herunder især forældrene. Det kan eksempelvis være til forældre kvalificerende konferencer og møder. Også i denne sammenhæng er oplevelsen, at temarapporterne bidrager med solid rygdækning, og at man med dem i hånden kan sige, "at den højere videnskab har talt". Ifølge en af de interviewede fagpersoner er det vigtigt, fordi nogle forældre altid prøver at udfordre argumenter. En spørgeskemakommentar viser også, at explainerfilmen i en kommune er vist til udskolingsskolen.

Figur 21. Ledernes og fagpersonernes svar på, hvorvidt de har anvendt viden fra Vidensrådets temarapporter i deres arbejde? n=36



■ Ja ■ Nej ■ Ved ikke/ikke relevant

* Se bilag for forandringsteori, hvor de ønskede resultater er opstillet

Målgruppe 2: Ledere og fagpersoner

Ønskede resultater*

Resultater på kort sigt:

- Ledere og fagpersoner (stat, region, kommuner) opnår ny viden, og får stærkere argumenter og nye handlemuligheder
- Ledere og fagpersoner motiveres til at gennemføre nye eller reviderede indsatser

Resultater på mellemlangt sigt:

- Ledere og fagpersoner anvender temarapportens viden i beslutninger om lokale politikker og indsatser
- Ledere og fagpersoner ændrer eller indfører nye retningslinjer eller anvisninger pba. temarapport

Resultater på langt sigt:

- Pba. nye retningslinjer eller anvisninger ændrer fagpersonerne på deres standardmåde at møde borgerne på.
- Nye eller reviderede lokale handleplaner, indsatser, eller kommunikation er indført/gennemført

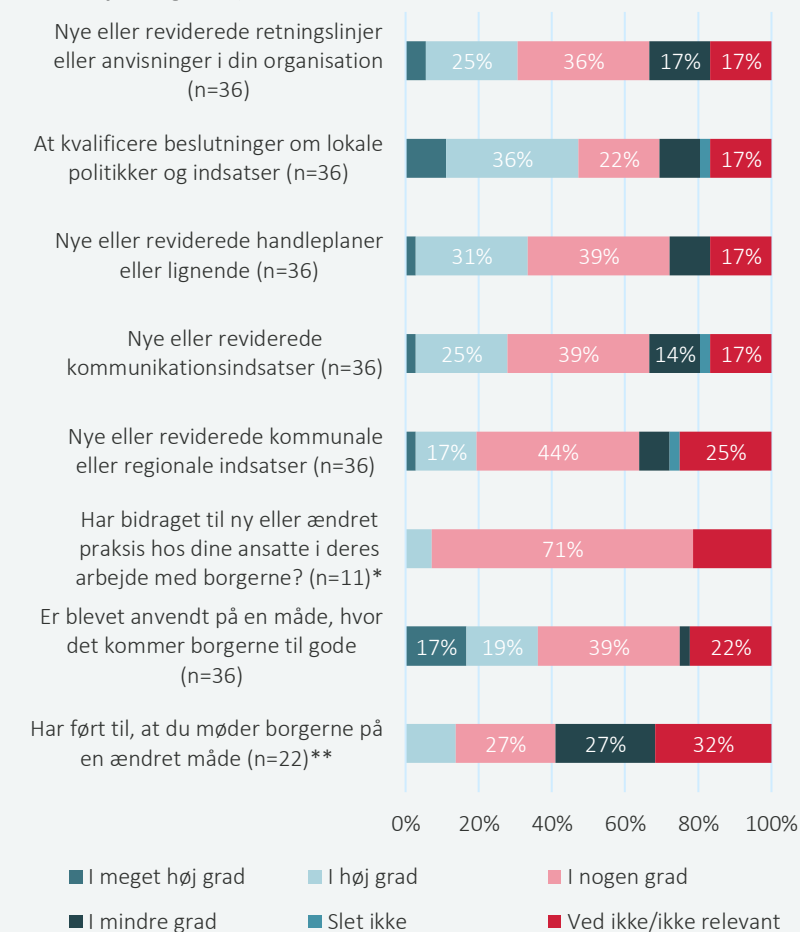
Spørgeskemaundersøgelsen indikerer, at Vidensrådets arbejde har haft succes med at skabe flere langsigtede resultater for målgruppen af ledere og fagpersoner. Især vurderer respondenterne, at viden fra temarapporterne har kvalificeret beslutninger om lokale politikker og indsatser. 47 % vurderer dette *i meget høj* eller *høj grad*, mens yderligere 22 % har angivet *i nogen grad*. 34 % oplever *i meget høj eller høj grad*, at viden fra temarapporterne har bidraget til nye eller reviderede handleplaner og lignende. 39 % oplever dette *i nogen grad* (Se Figur 23).

Flere af lederne og fagpersonerne nævner i interview også resultater af temarapporterne, der udgør langsigtede effekter. Disse omfatter eksempelvis:

- Et øget fokus på værdier i fællesskaber i en kommunes strategi på alkoholområdet.
- Bidrag til indsatsplan på mental sundhed i en kommune ift. sunde fællesskaber.

Gennemgående understreger fagpersonerne og lederne, at viden fra Vidensrådets temarapporter ikke nødvendigvis kan genfindes 1:1 i de kommunale strategier, men at det vil være muligt at genkende viden derfra.

Figur 23. Lederne og fagpersonernes vurdering af i hvilken grad viden fra Vidensrådets temarapporter har bidraget til... n=11-36 (se hver søjle i figuren)



Note: * spørgsmålet er kun stillet til ledere; ** spørgsmålet er kun stillet til fagpersoner

* Se bilag for forandringsteori, hvor de ønskede resultater er opstillet

Målsætninger for Vidensrådet: Ledere og fagpersoner

I forbindelse med evalueringen har Vidensrådet opstillet succeskriterier for deres virke. Der er opstillet seks mål for målgruppen af ledere og fagpersoner, som fremgår nedenfor. Der er 44 ledere og fagpersoner, der har deltaget i spørgeskemaundersøgelsen, hvoraf 36 har haft kendskab til Vidensrådet, og derfor er blevet stillet spørgsmål, der omhandler resultaterne af Vidensrådets arbejde.

Målsætninger for ledere og fagpersoner	Realiseret	Opfyldt
75% af lederne (n=11) vurderer, at viden fra Vidensrådets temarapporter i meget høj, høj eller i nogen grad har bidraget til ny eller ændret praksis hos deres ansatte i deres arbejde med borgerne	78 %	✓
75 % af fagpersoner (n=22) vurderer, at viden fra temarapporterne i meget høj, høj eller nogen grad har ført til, at de møder borgerne på en ændret måde.	41 %	✗
75 % af lederne og fagpersonerne (n=36) vurderer, at viden fra Vidensrådets temarapporter i meget høj, høj eller nogen grad har bidraget til nye eller reviderede handleplaner eller lignende	73 %	✗
75 % af lederne og fagpersonerne (n=36) vurderer, at viden fra Vidensrådets temarapporter i meget høj, høj eller nogen grad har bidraget til nye eller reviderede kommunikationsindsatser	67 %	✗
75 % af lederne og fagpersonerne (n=36) vurderer, at viden fra Vidensrådets temarapporter i meget høj, høj eller nogen grad har bidraget til nye eller reviderede kommunale eller regionale indsatser	64 %	✗
75 % af lederne og fagpersonerne (n=36) vurderer, at viden fra Vidensrådets temarapporter i meget høj, høj eller nogen grad er blevet anvendt på en måde, hvor det kommer borgerne til gode	75 %	✓

Konklusion:

To ud af seks målsætninger for ledere og fagpersoner er opfyldt baseret på deres svar i spørgeskemaet. Det gælder målsætningen om, 1) at lederne vurderer, at Vidensrådets arbejde har bidraget til ny eller ændret praksis hos deres ansatte i deres arbejde med borgerne, og 2) at lederne og fagpersonerne vurderer, at Vidensrådets arbejde er blevet anvendt på en måde, hvor det kommer borgerne til gode. I forhold til den første af de indfrie målsætninger, er det interessant, at den målsætning, som Vidensrådet er længst fra at have indfriet, er den om, at fagpersonerne selv vurderer, at de har ændret deres møde med borgerne. Det kan eventuelt indikere, at der er et hul mellem ledere og fagpersoner, hvor viden ikke i tilstrækkelig grad føres videre og omsættes. Yderligere en målsætning er nærmest indfriet – nemlig målsætningen om, at Vidensrådets arbejde har bidraget til nye eller reviderede handleplaner.

Målgruppe 3: Vidensmæglere

”

Generelt har man tænkt, at nikotinprodukter ikke var så slemt som at ryge, men på baggrund af Vidensrådets rapport har det fået en anden alvor i debatten, og synet på produkterne er ændret.

Interview med vidensmægler

Ønskede resultater*

Resultater på kort sigt:

- Vidensmæglere får ny viden om forebyggelse og sundhedsfremme
- Vidensmæglere motiveres til at gennemføre nye indsatser

Resultater på mellemlangt sigt:

- Vidensmæglere anvender viden fra temarapporterne til at gennemfører nye formidlingsindsatser
- Vidensmæglere inddrager viden fra temarapporterne i nye eller reviderede retningslinjer eller indsatser for medlemmer, samarbejdspartnere eller medarbejdere

Resultater på langt sigt:

- Offentlighedens syn og kultur på temarapporternes emner er ændret
- Vidensmæglernes medlemmer, samarbejdspartnere eller medarbejdere ændrer deres standardmåde at møde borgerne på

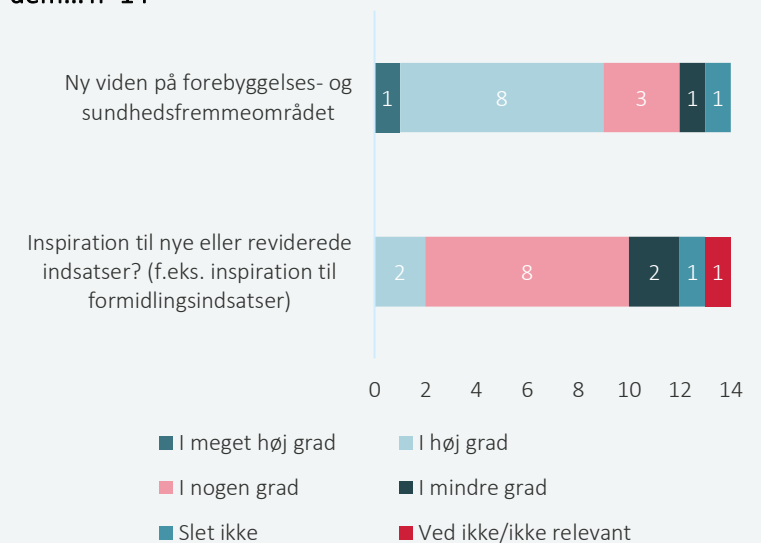
Målgruppe 3: Vidensmæglere

Spørgeskemaundersøgelsen indikerer, at Vidensrådet med deres temarapporter har succes med at give vidensmæglere ny viden. Således angiver størstedelen (64 %) af de 14 vidensmæglere, som har besvaret spørgeskemaet, at de *i meget høj eller høj grad* har fået ny viden af temarapporterne. Yderligere tre angiver *i nogen grad* at have fået ny viden (se Figur 24).

Vidensmæglerne får i et vist omfang også inspiration til nye eller reviderede indsatser fra temarapporterne. Således angiver to *i høj grad* at have fået inspiration, og otte *i nogen grad* (se Figur 24).

Interviewene bekræfter ovenstående tendenser og viser, at det er gennemgående for vidensmæglerne, at de ofte refererer til og linker til temarapporterne på deres hjemmesider, nyhedsbreve eller lignende. Således opfordrer de deres medlemmer til at bruge temarapporterne og finde inspiration i dem, fordi vidensmæglerne vurderer, at temarapporterne kan have værdi for dem. Derudover beskriver vidensmæglerne som nævnt især, at temarapporterne er baggrundsviden for dem.

Figur 24. Vidensmæglernes vurdering af i hvilken grad de oplever, at Vidensrådets temarapporter og formidlingsaktiviteter giver dem... n=14



* Se bilag for forandringsteori, hvor de ønskede resultater er opstillet

Ønskede resultater*

Resultater på kort sigt:

- Vidensmæglere får ny viden om forebyggelse og sundhedsfremme
- Vidensmæglere motiveres til at gennemføre nye indsatser

Resultater på mellemlangt sigt:

- Vidensmæglere anvender viden fra temarapporterne til at gennemfører nye formidlingsindsatser
- Vidensmæglere inddrager viden fra temarapporterne i nye eller reviderede retningslinjer eller indsatser for medlemmer, samarbejdspartnere eller medarbejdere

Resultater på langt sigt:

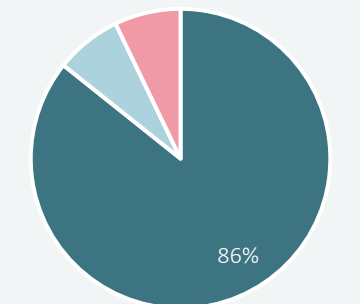
- Offentlighedens syn og kultur på temarapporternes emner er ændret
- Vidensmæglernes medlemmer, samarbejdspartnere eller medarbejdere ændrer deres standardmåde at møde borgerne på

Målgruppe 3: Vidensmæglere

86 % af de 14 vidensmæglere angiver i spørgeskemaet at have anvendt viden fra temarapporterne i deres arbejde (se Figur 25). Af uddybende kommentarer fremgår det, at fem anvender temarapporterne som reference for eksempel i ansøgninger, udgivelser og politisk arbejde samt, at de anvendes som generel orientering, baggrundsviden og opslagsværker.

I interview kommer vidensmæglere også med konkrete eksempler på, hvordan temarapporterne er blevet anvendt. Herunder anvender en temarapporterne til at skrive talepapirer, og en anden anvender dem til at besvare folketings spørgsmål og som grundlag for ministerbetjening.

Figur 25. Vidensmæglernes svar på, hvorvidt de har anvendt viden fra Vidensrådets temarapporter i deres arbejde?... n=14



■ Ja ■ Nej ■ Ved ikke/ikke relevant

* Se bilag for forandringsteori, hvor de ønskede resultater er opstillet

Målgruppe 3: Vidensmæglere

Ønskede resultater*

Resultater på kort sigt:

- Vidensmæglere får ny viden om forebyggelse og sundhedsfremme
- Vidensmæglere motiveres til at gennemføre nye indsatser

Resultater på mellemlangt sigt:

- Vidensmæglere anvender viden fra temarapporterne til at gennemfører nye formidlingsindsatser
- Vidensmæglere inddrager viden fra temarapporterne i nye eller reviderede retningslinjer eller indsatser for medlemmer, samarbejdspartnere eller medarbejdere

Resultater på langt sigt:

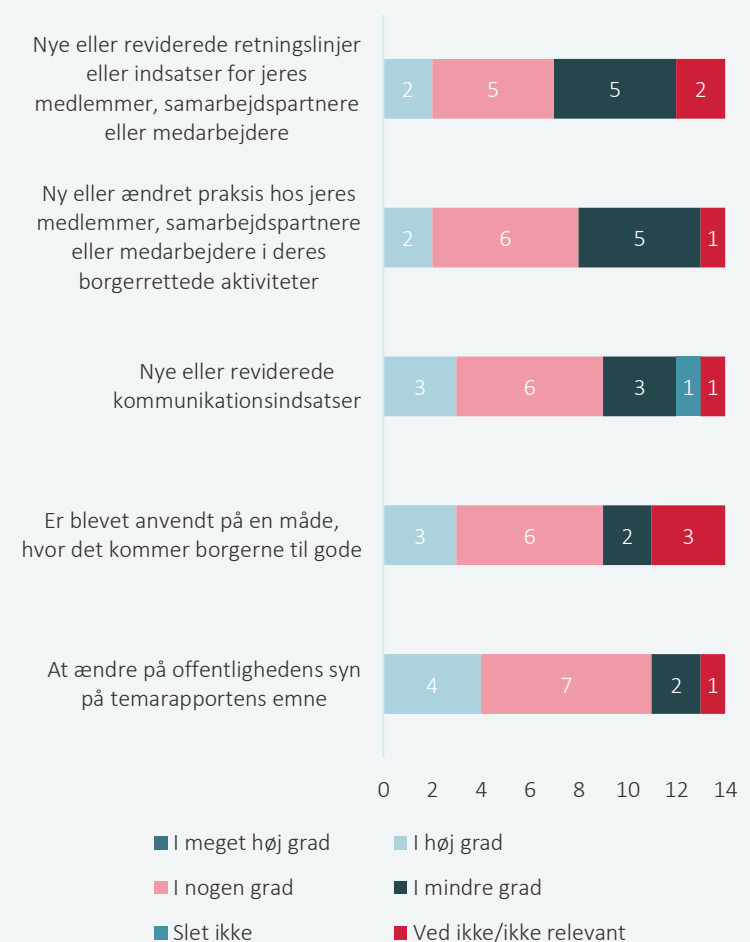
- Offentlighedens syn og kultur på temarapporternes emner er ændret
- Vidensmæglernes medlemmer, samarbejdspartnere eller medarbejdere ændrer deres standardmåde at møde borgerne på

I spørgeskemaet angiver ingen af vidensmæglerne, at viden fra Vidensrådets arbejde *i meget høj grad* har medført de ønskede langsigtede resultater. Mellem to og fire respondenter angiver dog til hvert ønsket resultat (se venstre kolonne), at viden fra vidensrådet *i høj grad* har bidraget til disse. Flest vurderer, at viden fra temarapporterne har været med til at ændre på offentlighedens syn på et givent emne. Således vurderer fire dette *i høj grad* og *syv i nogen grad*. En af de to respondenter, der har angivet i mindre grad, forklarer sit svar med, at ingen indsats alene kan ændre offentlighedens syn på et emne.

I interviewene nævnes følgende resultater på langt sigt af vidensmæglerne:

- Formodning om, at temarapporternes oversigt over virkningsfulde indsatser bliver anvendt til drøftelser i kommunalbestyrelser, når de skal prioritere indsatser
- Temarapporten om overvægt har bidraget til, at Novo Nordisk Fonden valgte at stifte "Børnevægt i Balance".
- Nikotinrapporten har været med til at ændre synet på nikotinprodukter, fordi man inden rapporten havde en tendens til ikke at tage dem alvorligt, mens rapporten satte lys på alvorligheden.

Figur 26. Vidensmæglernes vurdering af i hvilken grad viden fra Vidensrådets temarapporter... n=14



* Se bilag for forandringsteori, hvor de ønskede resultater er opstillet

Målsætninger for Vidensrådet: Vidensmæglere

I forbindelse med evalueringen har vidensrådet opstillet succeskriterier for deres virke. Der er opstillet tre mål for målgruppen af vidensmæglere, som fremgår nedenfor. Der er 14 vidensmæglere, der har deltaget i spørgeskemaundersøgelsen, hvoraf alle har haft kendskab til Vidensrådet på forhånd, og derfor er blevet stillet spørgsmål, der omhandler resultaterne af Vidensrådets arbejde.

Målsætninger for vidensmæglere	Realiseret	Opfyldt
75 % af vidensmæglerne vurderer, at viden fra Vidensrådets temarapporter i meget høj, høj grad eller i nogen grad har været med til at ændre på offentlighedens syn på temarapportens emne	78 %	✓
75 % af vidensmæglerne vurderer, at viden fra temarapporterne i meget høj, høj grad eller i nogen grad har bidraget til ny eller ændret praksis hos deres medlemmer, samarbejdspartnere eller medarbejdere i deres borgerrettede aktiviteter	57 %	✗
75 % af vidensmæglerne vurderer, at viden fra Vidensrådets temarapporter i meget høj, høj grad eller i nogen grad er blevet anvendt på en måde, hvor det kommer borgerne til gode	64 %	✗

Konklusion:

En ud af tre målsætninger for vidensmæglerne er opfyldt baseret på deres svar i spørgeskemaet. Ingen af vidensmæglerne svarer, at Vidensrådets arbejde i meget høj grad har bidraget til målsætningerne, som vidensmæglerne er blevet præsenteret for (jf. spørgsmålene i figur 26 på side 88). Mellem to og fire ud af de 14 respondenter har til de tre ønskede målsætninger angivet i høj grad, og mellem seks til syv vidensmæglere har svaret i nogen grad. Svarene indikerer, at mens Vidensrådet ifølge vidensmæglerne lykkes med at ændre offentlighedens syn på temarapporternes emner, er der mere tvivl om, hvorvidt viden fra temarapporterne fører til ny praksis og bliver anvendt på en måde, hvorpå det kommer borgerne til gode. Det kan skyldes, at det kan være svært at vurdere, om det specifikt er viden fra temarapporterne, der har bidraget eller bliver anvendt, eller om det er i kombination med øvrige tiltag og viden, at man som vidensmægler laver nye tiltag.

Målgruppe 4: Forskere og Fonde

”

Det at være en del af dem, der udgiver en rapport fra Vidensrådet, er også en måde som forsker at blive mere synlig på, fordi de faktisk gør noget ud af at få det kommunikeret. (...) Der er anerkendelse i at have været en del af arbejdsgruppen - det er en måde at vise, at jeg er en af eksperterne i det her felt.

Interview med forsker

Målgruppe 4: Forskere og Fonde

Ønskede resultater*

Resultater på kort sigt:

- Forskere og fonde får ny viden om, hvor der mangler forskning om sundhedsfremme og forebyggelse
- Forskere motiveres til at gennemføre ny forskning
- Fonde motiveres til at give nye bevillinger

Resultater på mellemlangt sigt:

- Forskere og fonde anvender viden fra temarapporterne i beslutninger om at styrke forskning på områder, hvor der mangler tilgængelig viden

Resultater på langt sigt:

- Der udgives ny forskning, som påvirker politik og praksis

Temarapporterne inspirerer ifølge de to interviewede fonde til beslutninger om nye bevillinger. Desuden beskriver fondene, at temarapporterne kan være med til at give stærkere argumenter i diskussioner om nye indsatser og bevillinger. Konkret har en af de interviewede fonde anvendt temarapporten om mental sundhed for at validere påstande i ansøgninger til bevillinger.

Af de fire interviewede forskere opleves temarapporterne som meget anvendelige, og forskerne motiveres særligt af kapitlerne om "videnshuller" i deres arbejde med at igangsætte ny forskning. Konkret har temarapporten om overvægt været anvendt som et fagligt "rygstød" i et nyt forskningsprojekt. Desuden har temarapporten om forebyggelse af rygning blandt børn og unge været med til at gøre en af forskerne opmærksom på videnshuller og dermed inspireret til en fremtidig retning for forskerens forskning. Forskeren forventer derfor, at temarapporten endeligt vil bidrage til, at der vil blive udgivet ny forskning på dette felt.

* Se bilag for forandringsteori, hvor de ønskede resultater er opstillet

Målsætninger for Vidensrådet: Forskere og fonde

I forbindelse med evalueringen har Vidensrådet opstillet succeskriterier for deres virke. Der er opstillet to mål for målgruppen af forskere og fonde, som fremgår nedenfor. Der er ikke udsendt spørgeskema til forskere og fonde men interviewet to fonde og fire forskere.

Målsætninger for forskere og finde	Realiseret	Opfyldt
2 forskere og 1 fond oplyser, at viden fra Vidensrådets temarapporter vil eller har bidraget til udgivelsen af ny forskning eller bevilling til ny forskning	3 forskere 1 fonde	✓
2 forskere og 1 fond oplyser, at den nye forskning påvirker eller vil påvirke politik og praksis	0 forskere 0 fonde	✗

Konklusion:

1 ud af 2 målsætninger for forskere og fonde er opfyldt baseret på deres svar i interview. Fondene indikerer i interviews, at de synes, at det er interessant at blive gjort opmærksom på videnshuller inden for forskning, og en enkelt fond, at de er blevet inspireret til at give bevillinger til ny forskning. Ingen fonde eller forskere oplyser, at den nye forskning påvirker eller vil påvirke politik og praksis. Forskerne giver i interviews udtryk for en oplevelse af, at politikerne anvender viden fra temarapporterne, men det er ikke muligt at konkludere, hvorvidt ny forskning påvirker eller vil påvirke politik og praksis.

I kommende evalueringer anbefales det at lave dataindsamling blandt flere forskere og fonde.

Konklusioner

Temarapporter, kendskab og formidling

Nedenfor fremgår evalueringens tværgående pointer fra interviews og spørgeskema, som omhandler a) målgruppernes kendskab til Vidensrådet, b) målgruppernes oplevelse af Vidensrådets formidling, c) målgruppernes oplevelse af relevans. Derudover fremgår de vigtigste pointer fra analyse af sociale medier og Infomedia.

- Mange inden for sundheds- og forebyggelsesfeltet kender Vidensrådet. Det er dog usikkert, om Vidensrådet når ud til alle dem, der kunne gavne af rådets arbejde, herunder målgrupper uden for det direkte sundhedsfremme- og forebyggelsesfelt.
- Målgrupperne vurderer, at Vidensrådet er en troværdig aktør – en troværdighed, der grunder i en oplevelse af høj faglighed og uafhængighed.
- Temarapporterne anses for et vigtigt kerneprodukt, men da hverken beslutningstagere eller ledere og fagpersoner har tid til at læse hele rapporten, er kommunikationsindsatsen rundt om rapporten uundværlig for, at den præsenterede viden bliver anvendt. Derfor er det essentielt, at temarapporterne indeholder nemt overskuelige oversigter og opsamlinger.
- Desuden betyder ovenstående, at kommunikationsindsatsen rundt om rapporterne, herunder formidlingen af temarapporternes viden i two-pagers, sammenfatninger, webinarer, videoer etc., er uundværlig for, at den præsenterede viden bliver anvendt.
- Emnerne i temarapporterne er i høj grad relevante på tværs af målgrupperne. I praksis ser det ud til, at behovet har været størst for temarapporterne om mental sundhed, men også publiceringen af nikotinrapporten har især lykket sig med at blive timet med en højaktuel dagsorden.
- Vidensrådet har en tydelige tilstedeværelse på sociale medier og der er mange views på deres opslag.
- Vidensrådet er ofte i medierne og har særligt fået presseomtaler på emnerne alkohol, nikotin og mental sundhed blandt børn og unge.

Konklusioner

Målgrupper - sammenhængene mellem det, Vidensrådet gør - og det, Vidensrådet gerne vil opnå

Som en del af evalueringen startede Vidensrådet med at lave en forandringsteori for deres virke. En forandringsteori kan bidrage til at skabe klarhed om sammenhængene mellem det, Vidensrådet gør- og det, Vidensrådet gerne vil opnå.

Evalueringen viser, at Vidensrådet i høj grad er en vigtig aktør i feltet for forebyggelse og sundhedsfremme, og at Vidensrådets arbejde bidrager til at skabe resultater og effekter i politik og praksis.

Der er flere eksempler på, at Vidensrådets rapporter gennemløber hele forandringsteoriens skridt, og dermed ender med at bidrage til prioriteringer, handleplaner, politikker, giver et nyt syn hos offentligheden på et område eller medvirker til, at der bevilges penge til ny forskning. Vidensrådets viden giver med andre ord impact i den forstand, at deres arbejde indgår som grundlag for handleplaner, politikker, faglige retningslinjer eller anvisninger, ændrer offentlighedens syn på et tema eller giver inputs til nye forskningsområder.

Det gælder især temarapporterne om børn og unges mentale sundhed og psykiske sygdom samt temarapporterne om nikotinformbrug og forebyggelse af rygning. Således bekræfter interviews, spørgeskemaundersøgelse og research, at disse især har været medvirkende til, at der er opnået resultater på langt sigt. Der er også rapporter, som er så nye, at de ikke er kommet videre end resultaterne på kortsigt, eller endnu ikke har opnået gennemslagskraft. Vidensrådets øvrige rapporter har opnået effekter på kort og mellemlangt sigt. Eksempelvis har de givet fagpersoner stærkere argumenter og bidraget til at kvalificere beslutninger om lokale politikker og indsatser.

For målgrupperne er der forskellige vægtninger af, hvorvidt Vidensrådets vidensformidling har opnået resultater på langt sigt. Der ses særligt en høj grad af impact blandt politiske beslutningstagere og forskerne. Dog med forbehold for et snævert datagrundlag på henholdsvis fem og fire personer i disse to målgrupper. Vidensmæglere, ledere og fagpersoner samt fonde finder Vidensrådets arbejde anvendeligt, da de for eksempel kan bruge viden derfra, når de skal holde oplæg, foredrag eller faktaark. Der er dog ikke konsensus blandt dem om, at arbejdet fører til en ny praksis, nye retningslinjer, politikker eller handleplaner, nye bevillinger, eller at viden er anvendt på en måde, hvor det ændrer mødet med borgeren.

POLITISKE BESLUTNINGSTAGERE	LEDERE OG FAGPERSONER	VIDENSMÆGLERE	FORSKERE OG FONDE
<p>De politiske beslutningstagere får af Vidensrådets arbejde ny viden, der giver nye holdninger, og denne viden bliver brugt i politiske beslutninger. Viden indgår endeligt i udspil eller bruges som reference og grundlag til handleplaner og forebyggelsestiltag.</p>	<p>Vidensrådets arbejde har bidraget til et styrket vidensgrundlag, dvs. det især bekræfter eksisterende viden, og det kommer borgerne til gode. Arbejdet fører i høj eller nogen grad til nye eller reviderede handleplaner, indsatser eller kommunikation. Viden fra temarapporterne overføres ikke 1:1 i disse, men tilpasses konteksten. Samlet indikerer det, at Vidensrådets arbejde mere bestyrker gældende praksis, end fører til ny praksis.</p>	<p>Vidensrådets arbejde bidrager til at ændre på offentlighedens syn på emner, som forudsat i forandringsteorien, mens færre mener, at Vidensrådet i høj grad eller i meget høj grad har bidraget til en ny eller ændret praksis, og at viden er anvendt på en måde, hvor det kommer borgerne til gode.</p>	<p>Forandringsteorien kan genfindes i virkeligheden, idet Vidensrådets formidling af evidens faktisk bidrager til udgivelsen af ny forskning eller bevillinger af ny forskning. Samtidig er det opfattelsen, at Vidensrådets arbejde påvirker eller vil påvirke politik og praksis.</p>

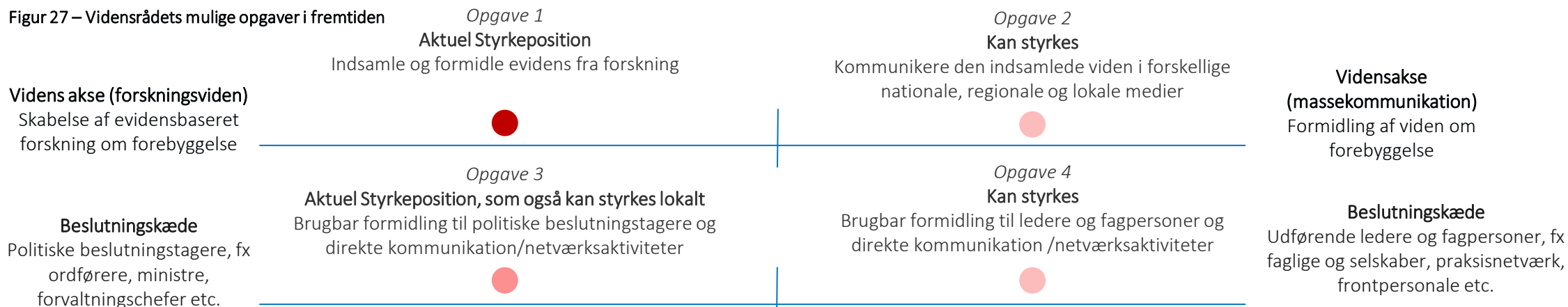
Vidensrådets mulige opgaver i fremtiden

Indledningsvist kortlagdes Vidensrådets nuværende position, og evalueringen viser, at Vidensrådet er lykkedes med at opnå impact hos politiske beslutningstagere på nationalt niveau og forskere (opgave 1 og 3 jf. figur 27). På kommunalt og regionalt niveau er der stadig en opgave i at udbrede kendskabet til Vidensrådets arbejde.

Det er mere usikkert, om samme impact findes blandt vidensmæglere, ledere og fagpersoner. For at opnå større impact blandt dem kan Vidensrådet skrue op for masse- og nichekommunikationen målrettet vidensmæglere, ledere og fagpersoner (opgave 2 jf. figur 27). Der er samtidig en opgave i at styrke den direkte kommunikation og netværksskabende relation til disse målgrupper i form af fx konferencer, webinarer, læringsforløb mv. (opgave 4 jf. figur 27).

Dette vil dog kræve en nedjustering af nuværende opgaver med indsamle viden (opgave 1), eller en opjustering af ressourcer. Ideelt set ville det være muligt at udvide Vidensrådets ressourcer, og dermed løfte flere opgaver på en gang. Evalueringen viser nemlig, at alle opgaver er væsentlige for at opnå impact for alle Vidensrådets målgrupper. Hvis ikke det er muligt, kan det overvejes, om Vidensrådet kan øge sin impact ved at ændre strategisk på ressourceallokeringen mellem de 4 opgaver. Det ville komme med fordele og ulemper, sammenfattet her:

Figur 27 – Vidensrådets mulige opgaver i fremtiden



OPJUSTEERING AF MASSEKOMMUNIKATION (OPGAVE 2):

Fordel: Mere fokus på massekommunikation, debatskabende aktiviteter og synlighed mhp. lettere tilgængelig formidling af eksisterende viden. Positionen kendes fra formidlingsinstitutioner med flere kommunikationsuddannede (såsom Forbrugerrådet)
Ulempe: Færre ressourcer og fokus på indsamling af ny evidens.

OPJUSTEERING AF PÅVIRKNINGEN AF POLITISK BESLUTNINGSTAGERE (OPGAVE 3):

Fordel: Mere fokus på målrettet vidensformidling, direkte kontakt med og påvirkning af politiske beslutningstagere og politiske interessenter mhp. at udbrede relevansen af arbejdet til flere kommuner og regioner. Positionen kendes fra tænketanke eller interesseorganisationer (såsom Ældresagen).
Ulempe: Færre ressourcer og fokus på indsamling af ny evidens og risiko for at blive opfattet som mindre politisk uafhængig.

OPJUSTEERING AF PÅVIRKNINGEN AF VIDENSMÆGLERE, LEDERE OG FAGPERSONER (OPGAVE 4):

Fordel: Mere fokus på målrettet vidensformidling, direkte kontakt med og påvirkning af ledere og fagpersoner med henblik på at nå bredere ud og ændre eksisterende praksis.
Ulempe: Færre ressourcer og fokus på indsamling af ny evidens.

Anbefalinger

Anbefalinger

Evalueringen peger på en række områder, som Vidensrådet med fordel kan arbejde med for at øge effekten af den indsamlede viden, så den i endnu højere grad gør gavn for borgernes sundhed.



Samarbejde med Vidensrådets målgrupper

Anbefalinger:

1. Etablér flere samarbejder med organisationer og netværk. Samarbejder kunne give mulighed for at drage nytte af hinandens kompetencer og ressourcer, fx inden for kommunikationsområdet. Vidensrådet kan derudover i endnu højere grad facilitere netværk mellem forskere og politiske beslutningstagere mhp. evidensbaserede beslutninger samt forskere og fagpersoner mhp. på praksisnære råd og vejledning.
2. Vidensrådet kan i endnu højere grad, ved hjælp af webinars, møder m.v., have fokus på at formidle, hvordan den eksisterende evidens kan anvendes i praksis og dermed være med til at oplære målgrupperne i, hvordan evidensbaseret viden kan omsættes til anvendelse i politiske beslutninger og arbejdet med borgerne.



Kommunikationsarbejdet

Anbefalinger:

1. Udarbejd en kanalstrategi for SoMe-arbejdet med formål at øge kendskab til Vidensrådets arbejde og aktiviteten på hjemmesiden, særligt med fokus på ledere og fagpersoner og politiske beslutningstagere der endnu ikke kender til Vidensrådet.
2. Arbejd fortsat målrettet med at promovere Vidensrådets medlemmer og forperson.
3. Gør mere aktivt brug af rådsmedlemmer til i endnu højere grad at sætte emner på dagsordenen og skabe debat.
4. Udgiv færre rapporter og brug de frigivne ressourcer til at øge netværks- og kommunikationsindsatsen.



Anvendelighed af temarapporter

Anbefalinger:

1. Arbejd fortsat målrettet med at øge anvendelsen af temarapporternes viden ved at versionere den i andre formidlingsformater (one-pagers, videoer etc.).
2. Hvis forskningen tillader det, så afsøg og beton også anbefalinger, som ikke kræver forbud eller hård regulering, såfremt der ikke kan opnås politisk opbakning til forbud eller hård regulering.
3. Prioritér opdatering af rapporter med fast interval



Fokus på målgrupperne

Anbefalinger

1. Styrk kommunikation rettet mod lokale og regionale politiske beslutningstagere og fagpersoner. Også fagpersoner, der arbejder indirekte med sundhedsfremme og forebyggelse, fx skoleområdet.
2. Skærp fokus på at kortlægge målgrupper ved opstart af nye rapporter, herunder undersøg målgruppernes efterspørgsel af viden inden for specifikke emner.
3. Foretag en bevidst skarpere prioritering mellem Vidensrådets mange målgrupper og målret netværks- og kommunikationsindsatsen til disse.

Samarbejde med Vidensrådets målgrupper

Evalueringen peger på, at Vidensrådet har et tæt samarbejde med deres målgrupper, men at der samtidigt er et yderligere potentiale i at styrke dette. Det kan skabe større impact og kendskab at kunne gøre brug af ressourcer hos samarbejdspartnerne, idet dette kan bidrage til at Vidensrådets ressourcer bliver brugt på de opgaver der potentielt giver mest værdi.

Nedenstående anbefalinger svarer til at skrue op for *opgave 2, opgave 3 og opgave 4* (jf. model for placering i forebyggelsesfeltet (figur 27)).

Anbefalinger til Vidensrådet:

1. **Etablér flere samarbejder med organisationer og netværk. Samarbejder kunne give mulighed for at drage nytte af hinandens kompetencer og ressourcer, fx inden for kommunikationsområdet. Vidensrådet kan derudover i endnu højere grad facilitere netværk mellem forskere og politiske beslutningstagere mhp. evidensbaserede beslutninger samt forskere og fagpersoner mhp. på praksisnære råd og vejledning.** Evalueringen peger på, at Vidensrådet med fordel kan fokusere på at skabe tættere relationer med organisationer der repræsenterer Vidensrådets målgrupper. Dette giver mulighed er at arbejde mere strategisk med at udvide ressourcerne ved at samtænke fælles ressourcer med andre organisationer med

henblik på at styrke Vidensrådet på områder, hvor Vidensrådet selv har færre ressourcer: F.eks. Inden for facilitering af events, for faglig formidling til udførende ledere og fagpersoner, formidling af evidens i artikler. På disse områder kan der være fælles interesser med andre råd, forskningsinstitutioner, interesseorganisationer og faglige organisationer. Ulempen er, at der kommer mindre vægt på at være uafhængig fra andre organisationer og samarbejde er i sig selv krævende.

2. **Vidensrådet kan i endnu højere grad, ved hjælp af webinars, møder m.v., have fokus på at formidle, hvordan den eksisterende evidens kan anvendes i praksis og dermed være med til at oplære målgrupperne i, hvordan evidensbaseret viden kan omsættes til anvendelse i politiske beslutninger og arbejdet med borgerne.** Oplæring i anvendelse af viden kan for eksempel ske gennem netværk eller arrangementer, der er attraktive for Vidensrådets målgrupper, og som arbejder med vidensformidling, anbefalinger og politiske diskussioner, og hvor både forskere og politiske beslutningstagere deltager. Det vil ikke blot kunne kvalificere politiske beslutningstagere i at evaluere og anvende den viden, de læser, men også give forskere forståelse for den politiske kontekst for deres viden og anbefalinger.



Forskning og evidens om et givent tema



Vidensrådet formidler evidens til politiske beslutningstagere og praksis



Aktivitet: Samarbejde med andre organisationer &



Indsigt i evidensbaseret viden og øget anvendelse af evidens



Impact: F.eks. revision af politik, ny handleplan, nye indsatser eller revision af love

Anvendelighed af temarapporter

Vidensrådets arbejde bidrager til at ændre på offentlighedens syn på et emne, mens færre mener, at Vidensrådet i meget høj eller høj grad har bidraget til en ny eller ændret praksis, og at viden er anvendt på en måde, hvor det kommer borgerne til gode. Vidensrådets arbejde fører ej heller i samme grad til ændringer af handleplaner, indsatser eller kommunikation, som håbet. Politiske beslutningstagere angiver, at temarapporterne kun i nogen grad er anvendelige i deres arbejde, hvilket indikerer at versioneringerne, og måden viden bliver bragt i spil på kunne forbedres. Det tyder på, at vidensgrundlaget mere bestyrker gældende praksis, end fører til ændringer i mødet med borgerne.

Nedenstående anbefalinger svarer til at skrue op for *opgave 2* (jf. model for placering i forebyggelsesfeltet (figur 27)).

Anbefalinger til Vidensrådet:

1. **Arbejd fortsat målrettet med at øge anvendelsen af temarapporternes viden ved at versionere den i andre formidlingsformater (one-pagers, videoer etc.).** Det kan være i form af kortere policy briefs, 2-pagers etc. Målrettet kommunikation og orientering mod, hvad der efterspørges af viden, kan influere positivt på, hvorvidt Vidensrådets arbejde får impact hos (de politiske) beslutningstagere.

2. **Hvis forskningen tillader det, så afsøg og beton også anbefalinger, som ikke kræver forbud eller hård regulering, såfremt der ikke kan opnås politisk opbakning til forbud eller hård regulering.** I et interview med en videnskæmpler med ministerbetjening påpeges det, at nogle politiske beslutningstagere anser forebyggelsestiltag på voksenområdet som "formynderiske". Det kan indikere, at Vidensrådet ses som en aktør, der har fokus på forbud frem for at understøtte voksnes eget ansvar for egne handlinger. Det kan udgøre en barriere for at skabe impact blandt politiske beslutningstagere, hvis der kræves en bred politisk opbakning og accept af anbefalinger – særligt hvad angår forbud og regulering for voksne.
3. **Prioriter opdatering af rapporter med fast interval** Evalueringen peger på, at Vidensrådet med fordel kan prioritere ressourcer til at opdatere allerede udgivne rapporter. For eksempel foreslås det, at temarapporterne udgives med et nyt kapitel under titler såsom: "20XX-status" eller "Hvordan ser det ud i dag?". Flere interviewpersoner har angivet, at rapporternes viden vil være gyldig i mange år, men at det er vigtigt for anvendeligheden, at temarapporterne er opdateret med den nyeste viden. Forventningen til disse opdateringer er, at de er mindre ressourcekrævende end produktionen af nye rapporter, og at de vil bidrage til at aktualisere Vidensrådets tidligere arbejde.



Kommunikationsarbejdet

Evalueringen peger på, at Vidensrådets arbejde også kan have en positiv impact på det endelige mål om bedre folkesundhed for borgerne, hvis de når bredere ud, end de gør i dag.

Nedenstående anbefalinger svarer til at skrue op for *opgave 3* (jf. model for placering i forebyggelsesfeltet (figur 27)).

1. Udarbejd en kanalstrategi for SoMe-arbejdet med formål at øge kendskab til Vidensrådets arbejde og aktiviteten på hjemmesiden, særligt med fokus på ledere og fagpersoner og politiske beslutningstagere der endnu ikke kender til Vidensrådet.

Evalueringen peger på, at Vidensrådet er gode til at anvende de forskellige SoMe kanaler, og Vidensrådet kan med fordel arbejde målrettet med at øge trafikken på temarapporternes sider og/eller hjemmeside via de sociale medier. Der bør ligeledes skabes et datagrundlag for at følge, om kanalerne fører brugerne over på hjemmesider med artikler og rapporter.

2. Arbejd fortsat målrettet med at promovere Vidensrådets medlemmer og forperson.

Interviewene peger på, at mange i målgruppen har anset Vidensrådet for synonymt med den tidligere forperson, og at denne har spillet en vigtig rolle for Vidensrådets succes hidtil. Derfor ligger en vigtig opgave i at videreføre Vidensrådet med den nye forperson.

Det kan konkret gøres ved at sikre, at den nye forperson er afsender på for eksempel debatindlæg og udtalelser til pressen.

3. Gør mere aktiv brug af rådsmedlemmer til i endnu højere grad at sætte emner på dagsorden og skabe debat – også selvom anbefalinger måske ikke følger den politiske dagsorden eller den gængse opfattelse. Dette kan ske i form af flere debatindlæg, eventuelt sammen med målgrupperepræsentanter, som for eksempel politiske beslutningstagere, videnskæglere eller forskere (dvs. styrke positionen som rådgiver over det politiske led).

4. Udgiv færre rapporter og brug de frigivne ressourcer til at øge kommunikationsindsatsen. Med de nuværende ressourcer i Vidensrådet, bør Vidensrådet overveje, om de for at øge kendskab og impact bør udgive færre temarapporter, så de har mulighed for at bruge flere ressourcer på kommunikationsindsatsen til de rapporter, der så udgives. Hvis temarapporterne fremadrettet vil være udarbejdet på baggrund af en kortlægning af målgruppernes efterspørges, peger evalueringen på at disse også vil opnå størst impact. Dette bestyrkes yderligere af, at der i interviews angives, at de temarapporter, hvor der har været gjort et stort arbejde kommunikationsmæssigt, også er de rapporter, der har opnået størst impact.



Fokus på målgrupper

På baggrund af spørgeskemaundersøgelsen ses det, at Vidensrådet overordnet er en kendt organisation. Selvom Vidensrådet har potentialet til at stille sig som en endnu stærkere aktør i sundhedsfremme- og forebyggelsesfeltet ved at udnytte Vidensrådets stærke fagligheder og eksisterende troværdighed, er der grund til at overveje, hvor meget Vidensrådet kan gabe over på en gang. Arbejdet på folkesundhedsområdet med at binde forskning og praksis sammen kræver, at Vidensrådet arbejder sammen med mange aktører, og det stiller også Vidensrådet over for en vanskelig prioriteringsopgave.

Nedenstående anbefalinger svarer til at skruer op for *opgave 3* og *opgave 4* (jf. model for placering i forebyggelsesfeltet (figur 27)).

Anbefalinger til Vidensrådet:

1. **Udbred kendskab til Vidensrådet blandt målgrupper, der ikke arbejder direkte med sundhedsfremme og forebyggelse, for eksempel skoleområdet.** Interviewene indikerer, at kendskabet blandt fagpersoner, som arbejder med sundhedsfremme og forebyggelse er stort, men et bredere lag af fagpersoner, for eksempel på skoleområdet, kunne også drage fordel af Vidensrådets arbejde. Ifølge interviewene når kendskabet dog ikke så langt ud. Vidensrådet kan derfor med fordel arbejde på at udbrede kendskabet til dem via kommunikation og invitation til oplæg, webinarer etc.

2. **Skærp fokus på at kortlægge målgrupper ved opstart af nye rapporter, herunder undersøg målgruppernes efterspørgsel af viden inden for specifikke emner.** Arbejd med et skærpet fokus på at kortlægge målgrupper ved opstart af nye temarapporter, så rapporterne ikke vokser og vokser og bliver sværere og svære at kommunikere. Desk researchen viser, at jo mere konkret en problemstilling, jo mere målgruppen er afgrænset og jo mere handlingsanvisende, desto nemmere er den at kommunikere, forstå og anvende for målgrupperne. Det indikerer samlet set, at Vidensrådet bør prioritere arbejdet med at kortlægge og afgrænse målgruppen for hver temarapport, inden arbejdet med temarapporten igangsættes - og især inden kommunikationsindsatsen igangsættes.
3. **Foretag en bevidst skarpere prioritering mellem Vidensrådets målgrupper og målret kommunikationsindsatsen til disse.** Et alternativ for Vidensrådet kan være bevidst meget skarpere prioritering mellem sine målgrupper. Der kan nemlig være for mange målgrupper til, at et mindre sekretariat som Vidensrådet og deres rådsmedlemmer realistisk kan formidle til og involvere alle målgrupperne løbende. Flere målgrupper vil formentlig følge specifikke temaer og være mindre interesserede i andre temaer. Der er desuden en risiko for, at det ikke er muligt for alle temarapporter at få den opfølgende, formidlende og netværksskabende aktivitet, som desk research og interviews peger på, er en forudsætning for impact.

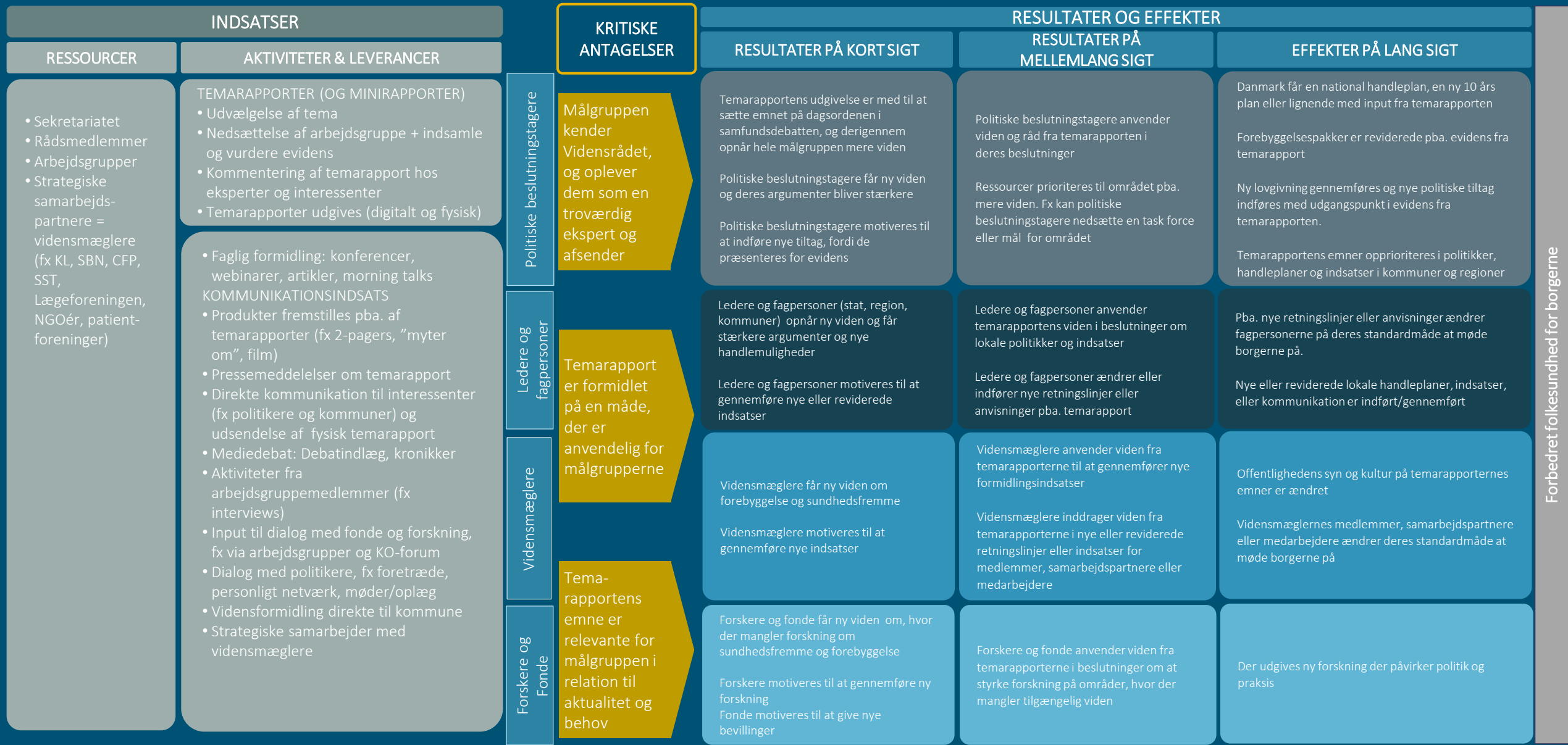


Bilag

Forandringsteori for Vidensråd for Forebyggelse

Udfordring og strategisk målsætning:

Udfordring: Beslutninger om sundhedsfremme og forebyggelse bliver i for lav grad taget på et evidensbaseret grundlag – **Målsætning:** Vidensrådet gør evidensbaseret viden tilgængelig og brugbar i politik og praksis



Forbedret folkesundhed for borgerne

MÅLGRUPPER

Primær målgruppe nationalt, regionalt og kommunalt: 1) Politiske beslutningstagere, 2) Ledere og fagpersoner, der har ansvar for sundhedsfremmende - og forebyggende indsatser, 3) Vidensmæglere 4) Forskere og Fonde

Slutmålgruppe: Alle borgere (varierer fra temarapport til temarapport)

Bilag 2 - Interviewpersoner

Der er foretaget 17 eksterne og 6 interne interviews i forbindelse med evalueringen. Interviewguides er vedlagt som separat bilag.

Eksterne interviews:

1. Politisk beslutningstager fra danske regioner
2. Fagperson fra Billund Kommune
3. Fagperson fra Vallensbæk Kommune
4. Videnskæmglar fra Sundhedsstyrelsen
5. Videnskæmglar fra Indenrigs- og Sundhedsministeriet
6. Videnskæmglar fra KL (Børn, Unge og Folkeskole)
7. Videnskæmglar fra SSP-Samrådet
8. Videnskæmglar fra Landbrug og Fødevarer
9. Videnskæmglar fra Sundbynetværket
10. Videnskæmglar fra KL, Center for Forebyggelse i praksis
11. Videnskæmglar fra fagligt selskab for sundhedsplejersker
12. Forsker fra Frederiksberg Hospital
13. Forsker fra Københavns universitet
14. Forsker fra Frederiksberg Hospital
15. Forsker fra Region Hovedstadens Psykiatri og Region Sjælland samt Københavns Universitet
16. Repræsentant fra Lundbeck Fonden
17. Repræsentant fra Helsefonden

Interne interviews:

1. Forperson
2. Tidligere forperson
3. Rådsmedlem
4. Medlem af koordinationsforum
5. Medlem af koordinationsforum
6. Medlem af koordinationsforum

Bilag 3 – Litteraturliste for desk research

- Brownson, R. C., Chirgui, J. F. og Stamatakis, K.A. (2009) *Understanding evidence-based health policy*. *American Journal of Public Health*, Vol. 99, Issue 9, pp. 1576-1583
- Chapman, E. et.al. (2021) *Assessing the impact of knowledge communication and dissemination strategies targeted at health policy-makers and managers: and overview of systematic reviews*. *Health Research Policy and Systems*, 19:140
- Combs, T. et. al. (2022) *Simulating the role of knowledge brokers in policy making in state agencies: An agent-based model*. *Health Services Research*, 57 (Suppl. 1), pp. 122-136
- Danmarks Forsknings- og Innovationspolitiske Råd (2016) *Anbefalinger til bedre kvalitet i politikudviklingen – Forskningsbaseret viden styrker kvaliteten af politiske beslutninger*. Uddannelses- og Forskningsudvalget 2015-2016, UFU Alm.del Bilag 127, Offentligt.
- Davies, H.T., Powell, A.E. og Nutley, S.M. (2015) *Mobilising knowledge to improve UK health care: learning from other countries and other sectors – a multimethod mapping study*. *Health Services and Delivery Research*, No 3,27
- Dobbins, M., et. al. (2009) *A description of a knowledge broker role implemented as a part of a randomized controlled trial evaluating three knowledge translation strategies*. *Implementation Science*, 4:23
- Elueze, I.N. (2015) *Evaluating the effectiveness of knowledge brokering in health research: a systematized review with some bibliometric information*. *Health Information and Libraries Journal*, 32, pp. 168-181
- Grimshaw, J.M, et. al. (2012) *Knowledge translation of research findings*. *Implementation Science*, 7:50
- Langer, L., Tripney, J. og Gough, D. (2016) *Researching the Use of Research Evidence in Decision-Making*. *The Science of Using Science*. EPPI-Centre, Social Science Research Unit, UCL Institute of Education, University College London
- Langeveld, K., Stronks, K. og Harting, J. (2016) *Use of a knowledge broker to establish healthy public policies in a city district: a development evaluation*. *BMC Public Health*. 16:271.
- Wong, S.L. et.al. (2017) *How to Write a Health Policy Brief*. *Families, Systems & Health*, Vol. 35, No. 1., 21-24

Ende leverandør i Norden af
rådgivning og analyser indenfor
sundheds- og omsorgssektoren

1000 kundeprojekter

100 millioner analyserede
patientforløb

Copenhagen

EST.
2004 in Helsinki



Strategisk fokus på at skabe
værdi indenfor
sundhedsvæsenet

Officiel ICHOM partner
fra 2018

+ 200 eksperter indenfor
sundhedsvæsenet

