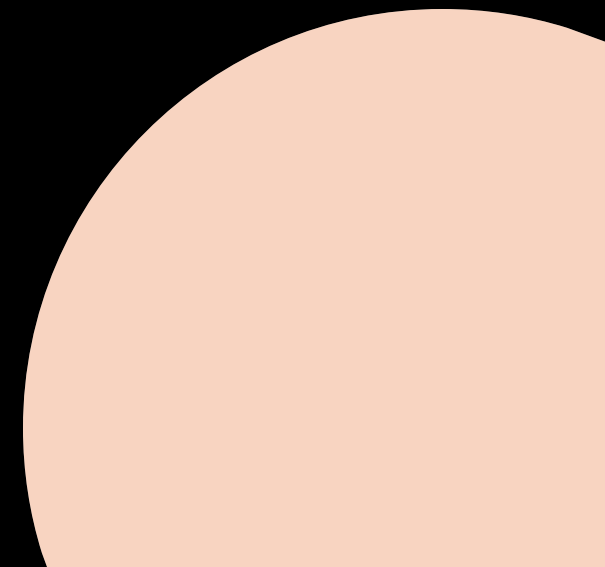
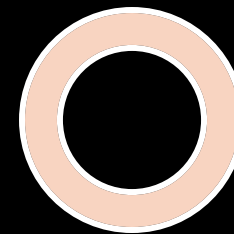


Kunskap
baserad på vetenskap
– även för unga



Marcus Wandt: Så gick rymdexperimenten

Forskning & Framsteg

Nummer 2 2025 • Pris 125 kr • Kampanj bevakad på prebeställning

Isen avslöjar klimatet
Brättom innan glaciärerna smälter

Ladda huset med elbil
Sårt är "fordon till nät" här

Folkmord
Därför är begreppet så omvistat

Handel med fornydd
Forskare lärmar om att kulturarvet utarmas

Panspsykism
Har allt ett medvetande?

Brott & Straff

JERZY SARNECKI:
Hur länge ska mördare låsas in?

Gästvärdet

ISSN 1650-2688

9 781650 268800

Forskning & Framsteg

MEDICIN | SAMHÄLLE | MILJÖ | RYMD & FYSIK | AI | ARKEOLOGI | DEBATT | E-TIDNING | TIPSA F&F

HELA MENY

Finns medvetande överallt?

VISA FLOOFER SÄGER att det finns medvetande i allt. Precis allt – inklusive minsta lilla elckton. Det låter som en galen idé – men panspsykismen blir allt mer populär.

SAMHÄLLE & KULTUR

AKTUELLT

- Vilka spår har Niels Bohr satt på fysiken och filosofin?**
KOSMOS
- Hjärndöd människa fick lever från en gris**
MEDICIN & HÄLSA
- "Det är vår plikt att agera när USA raserar kunskapsamhället"**
SAMHÄLLE & KULTUR
- Därför är tornugglans ljusa fjädrar en fördel i jakten**
MILJÖ & KLIMAT
- Allt fler får könsjukdomar – här är symptomen att ha koll på**
MEDICIN & HÄLSA

En kväll om vetenskap på Södra teatern

med Forskning & Framsteg och Natur & Kultur

Tisdag 13 maj kl 18.00 - 21.15

Södra teatern, Mosebacke torg i Stockholm

Spurta till
och se till att du inte missar något av de bästa föreläsningarna som någonsin har ägt rum på Södra teatern. Med en kväll av vetenskap på Södra teatern får du en fantastisk kväll med de bästa föreläsarna i landet.

Kunskapsutställning
I samband med kvällen finns det en utställning med vetenskapliga verk och föremål som visar på den stora kunskapsresan som vi har gjort tillsammans.

Natur & Kulturs populära vetenskapliga pris
För att uppmuntra till vetenskapligt arbete och för att ge utmärkelse till den som gjort ett betydande bidrag till vetenskapen.

Forskning & Framsteg

Forskning & Framsteg

Forskning & Framsteg

De viktigaste forskningsnyheterna från F&F

Norrlands historia är magasinerad i plast

För ett år sedan har arkeologiska fynd från Norrlands historia blivit magasinerade i plast. Detta gör det möjligt att förvara och transportera fynd som tidigare varit svårhanterade.

Adrioliska bebyggelsekonventioner vid Skoklosters slott har också fått sitt möpp - från Adrioliska slottet - när man vill förstå på material med arket. Detta gör att vi kan förstå och förstå mer om den stora historien. Men om Man Karlensan utvald som de bästa slottet i landet.

God läsning!

Amy Louf leder Sveriges största AI-satsning

Forskning & Framsteg: Samtal

14 mars • 52 min

Som medborgare behöver man inte veta exakt hur AI fungerar, men forskarna måste bli bättre på vad det är och vad det betyder för oss. Amy Louf, programansvarig på forskningsprogrammet Wasp och professor i dataetik och AI, berättar om Sveriges största AI-satsning vid Örebro universitet. [Läs en kortad version av intervjun här.](#)

Vetenskapsjournalistik för alla

Vetenskapsjournalistik för alla

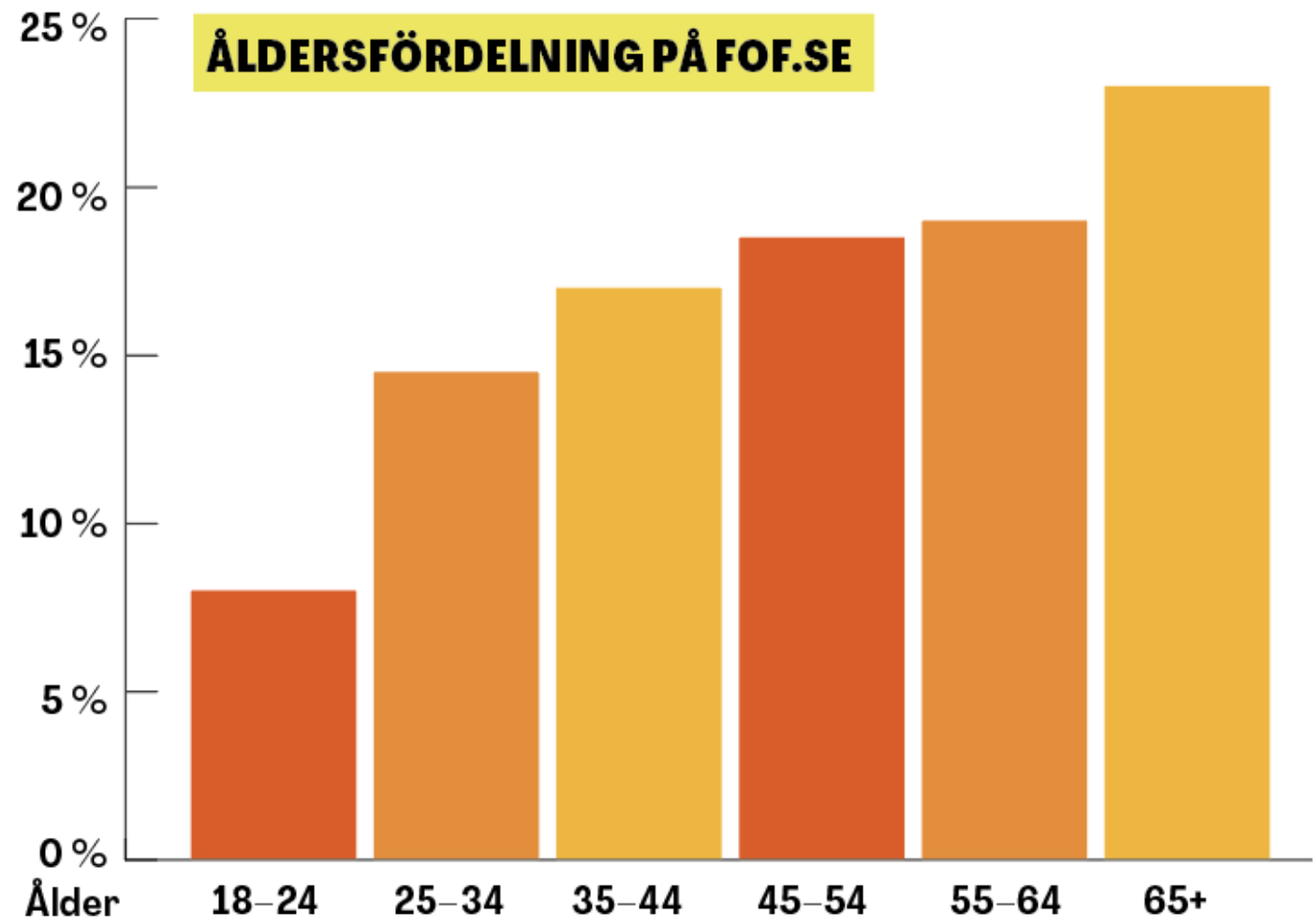
- Alla i Sverige ska ha tillgång till relevant, trovärdig och oberoende vetenskapsjournalistik

Vetenskapsjournalistik för alla

- Alla i Sverige ska ha tillgång till relevant, trovärdig och oberoende vetenskapsjournalistik
- Ägs och ges ut av stiftelse utan vinstsyfte

Vetenskapsjournalistik för alla

- Alla i Sverige ska ha tillgång till relevant, trovärdig och oberoende vetenskapsjournalistik
- Ägs och ges ut av stiftelse utan vinstsyfte
- Både läsarintäkter och bidrag



awb

F&F

Strategi för att nå yngre målgrupper

Målgruppen 16–24 år

Målgruppen 16–24 år

- Attention span: 10 sekunder

Målgruppen 16–24 år

- Attention span: 10 sekunder
- Ser och känner snarare än läser och tänker

Målgruppen 16–24 år

- Attention span: 10 sekunder
- Ser och känner snarare än läser och tänker
- Nyheter via sociala medier – snarare än traditionella medier
(Forbes, Svenskarna och internet, Ungdomsbarometern)

Också målgruppen 16–24 år

Också målgruppen 16–24 år

- 4 av 5 vill lära sig nya saker på nätet

Också målgruppen 16–24 år

- 4 av 5 vill lära sig nya saker på nätet
- 1 av 3 vill uppfattas som intellektuell

Också målgruppen 16–24 år

- 4 av 5 vill lära sig nya saker på nätet
- 1 av 3 vill uppfattas som intellektuell
- Intresse för fysisk och psykisk hälsa

(Forbes, Svenskarna och internet, Ungdomsbarometern)

F&F internt

F&F internt

- Hög trovärdighet men når inte unga – upplevas vassare och piggare

F&F internt

- Hög trovärdighet men når inte unga – upplevas vassare och piggare
- Homogen redaktion – spegla alla målgrupper bättre

F&F internt

- Hög trovärdighet men når inte unga – upplevas vassare och piggare
- Homogen redaktion – spegla alla målgrupper bättre
- Stark på tidskrift/webb – behärska hela medielandskapet

Kanaler

Kanaler

- Tiktok

Kanaler

- Tiktok
- Instagram

Kanaler

- Tiktok
- Instagram
- Youtube

Kanaler

- Tiktok
- Instagram
- Youtube

Ska fungera oberoende av kanal så länge det är rörligt innehåll

Best practice

Best practice



Best practice



Format

Format



Green Screen

- Redaktör/profil syns över bild och pratar igenom videon
- Textning som följer hela talmanus
- Längd ca 30 sek

Format



Frågor på stan

- Redaktör/profil ställer frågor ute på stan utifrån artikel.
- Ex "Önskar du att du hade mindre skärmtid?", "Vad tror du för mycket skärmtid har för effekter?"
- 3-4 svar varierade svar från olika personer
- Avslutas med en längre, förklarande utläggning från redaktör/profil
- Kan göras i längre format, upp till 1 min 30 sek

Format



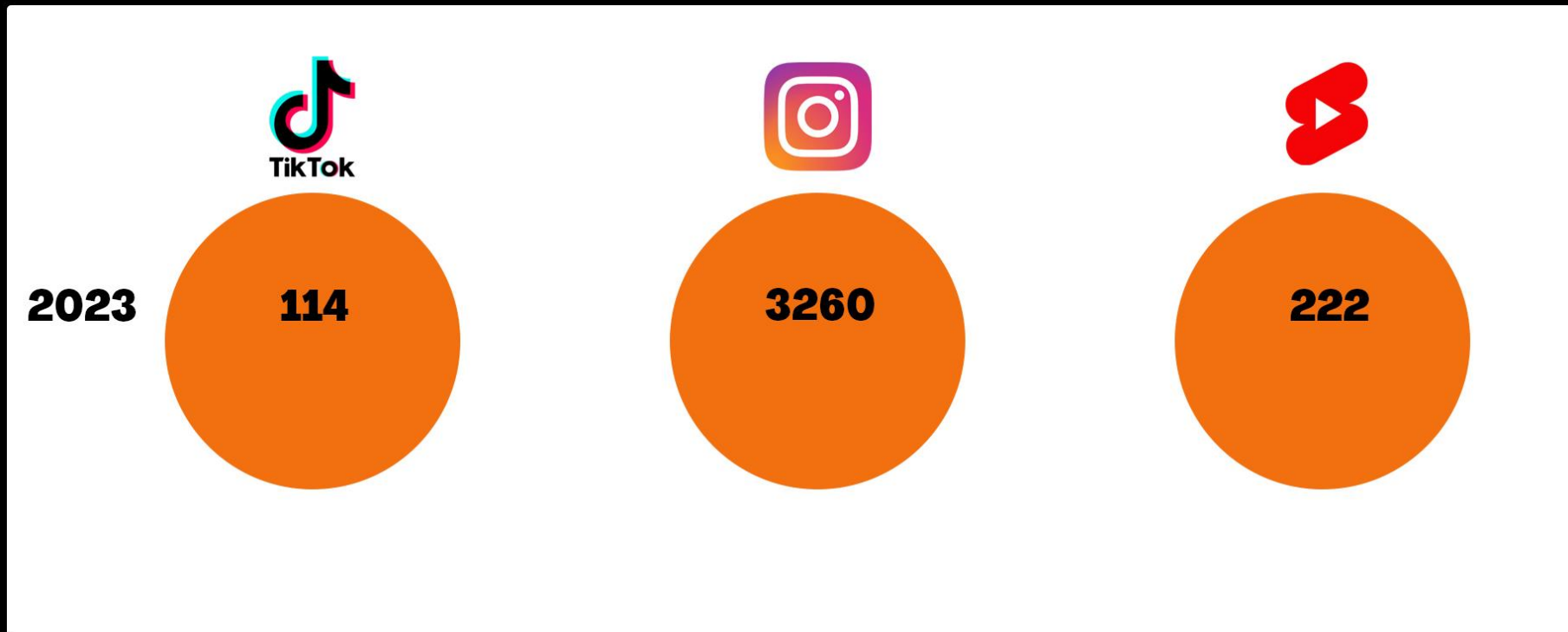
Nyheter /Explainers

- Snabba nyheter från forskningsvärlden berättas direkt in i kameran
- Explainer - "Visste du att X är"
- Används utan green screen när befintligt material inte finns tillgängligt eller när det känns övermäktigt - här kan det räcka med en bild
- Kortare filmer, 10-30 sek

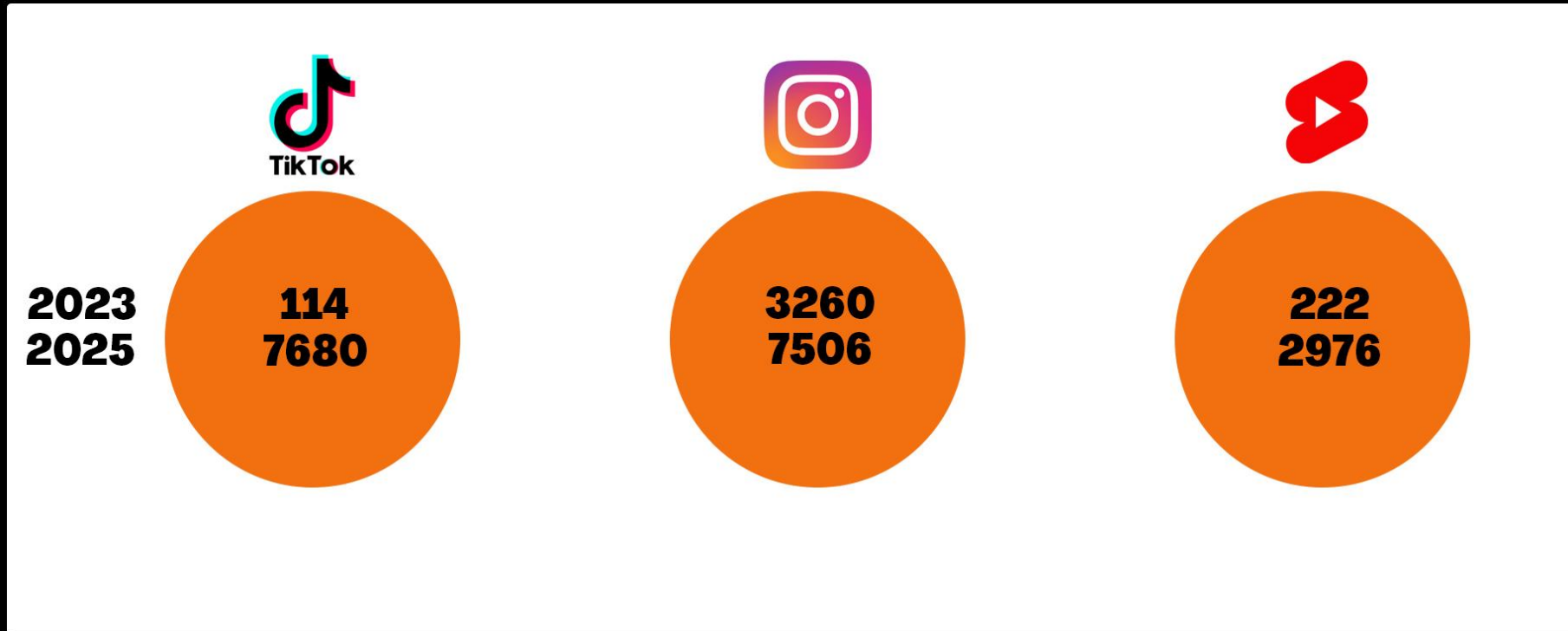
Rekrytering



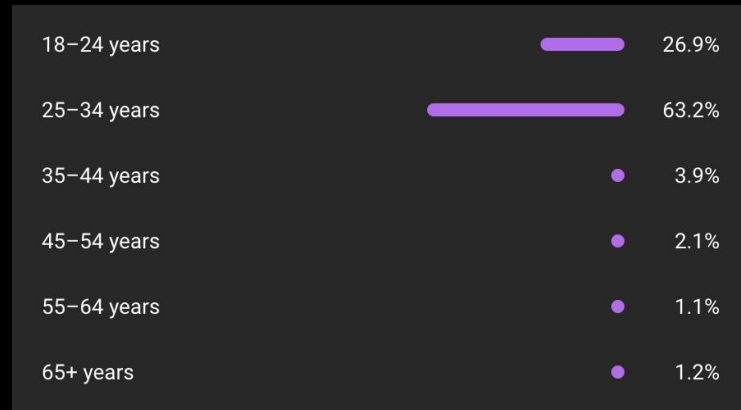
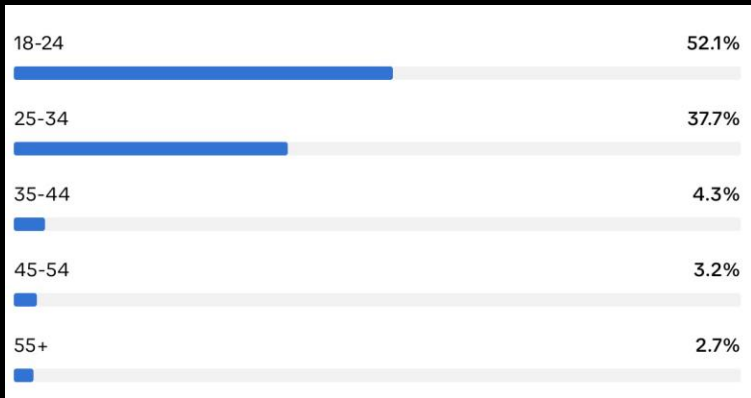
Följare



Följare



Tittare



Målgrupp

- Vem vill jag nå?
- Varför är det jag säger relevant för dem?
- Hitta detaljen som gör det relevant för dem



Metod

- Första meningen är jätteviktig
- Enkelt är bra
- Kan jag uttrycka mig så här?

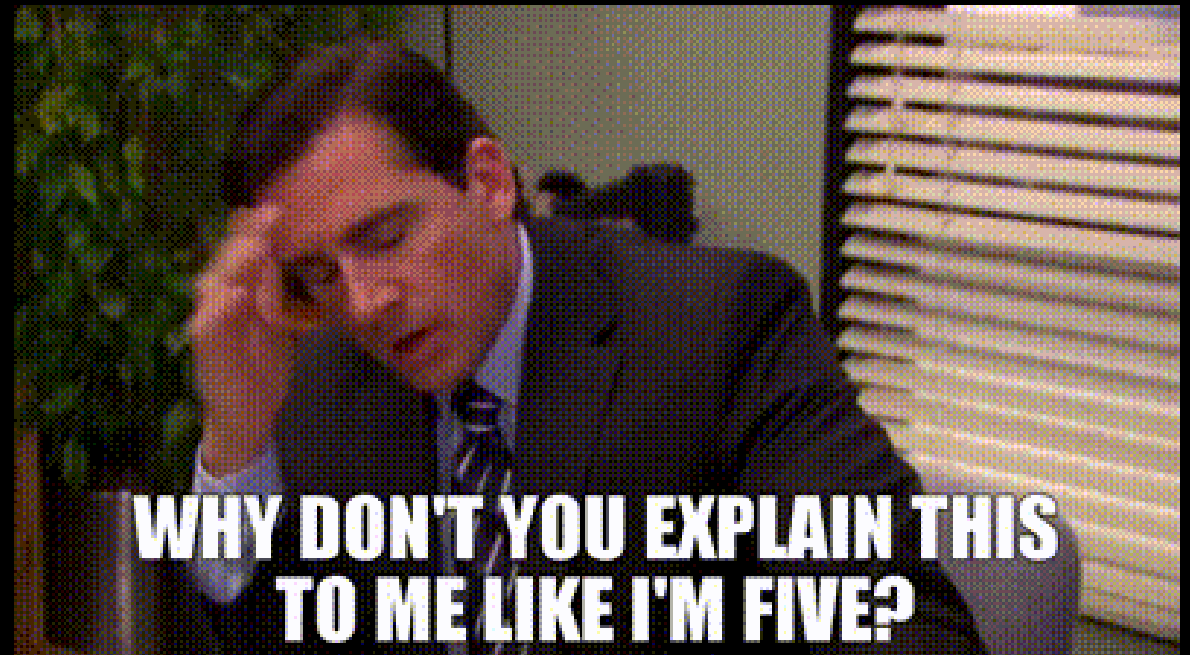
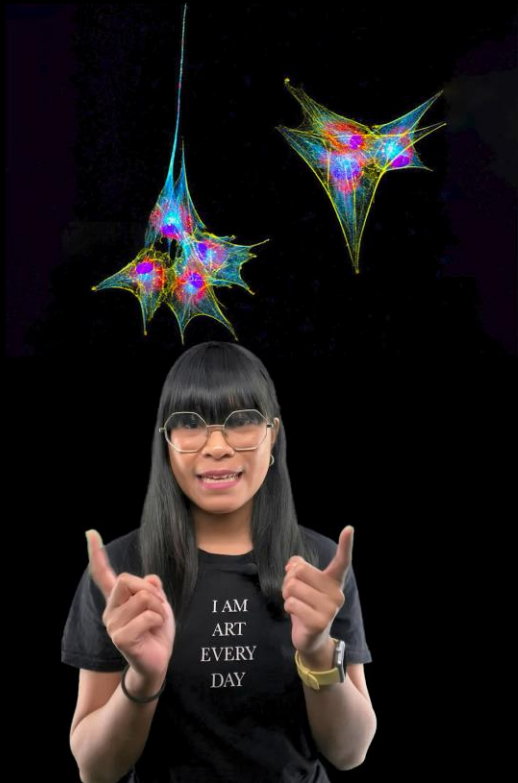


Bild: Shuntaro Yamada.

Det här är stamceller



- Bilden fångar inte blicken tillräckligt bra
- Meningen är svår att förstå
- Varför berör det här mig?



- Detalj som fångar uppmärksamheten
- Relevant för målgruppen
- Chockar i de första 5 sekunderna

It takes one to know one

- Create AND consume
- Testa på dina vänner
- Träffa dem vi vill nå





Tack!

jonas.mattsson@fof.se
catherine.fulgencio@fof.se