

Sammanfattande citat från 15 intervjuer med forskningsfinansiärer, forskare utanför KTH, företag, Näringsdepartementet, media, studenter och doktorander. Citaten är sorterade utifrån vilken kontaktyta som intervjupersonen talar om.

Webb:

"Där finns typ kontaktuppgifter och avhandlingar, men i handläggarrollen är det mer värt om man har en kontinuerlig uppföljning, än en avhandling efter fyra år." (forskningsfinansiär)

"Den är inte alls viktig, kanske för fem år sen. jag konsumerar via RSS flöden, går inte till webbsidor om jag inte ska söka efter anställd och telefonnummer." (forskningsfinansiär)

"KTH har en usel webb för de vågar inte stötta individer. Skolan eller instituten måste tillåta att de är individer och samtidigt vara stolta över sin tillhörighet, framgå var man kommer ifrån." (forskningsfinansiär)

"Används bara för att söka ett namn, göra sökningar är det inledande, då är tratten vid, då googlar jag, då är KTHs webb viktig, men bara då, inte så ofta jag hittar något på en KTH-sida, utöver namn." (Näringsdepartementet)

"Jag söker efter vad det är för forskning som bedrivs, jag klickar mig fram till skolor, vem är knuten till vad? Jag söker mycket på alla lärosäten som jag har kontakt med. Jag tycker KTH:s webb funkar rätt bra." (Forskare utanför KTH)

"I det fall jag går in på deras hemsida är det för att söka upp ett telefonnummer." (företag)

"Webben är där vi söker efter information om vilken forskare vi ska kontakta. Oerhört viktig kanal." (media)

"När vi vill ha kontakt med en forskare söker vi via webben, jag tycker att deras sökfunktion är bra, vi hittar det vi söker." (media)

"Vi har "mina sidor" och liknande, ett problem är att det är uppdelat, jag kan gå in på studentwebben, men det som rör skolan ligger på ett annat ställe. Det är svårt att hitta också. Jag skulle vilja ha det mer på ett ställe." (student)

Andra digitala kanaler:

"Forskare är notoriskt usla på att kommunicera sina resultat. Nya tekniker ersätter inte de gamla, utan utökar, skapar fler lager, ex alumninätverket finns kvar och är viktigt, men man behöver skapa fler kontaktytor och möjliga kanaler." (Näringsdepartementet)

"Man måste vara utåtriktad och se vad som efterfrågas, se vad som är hett och på gång, det ena leder till det andra, man blir själv mer relevant." (forskningsfinansiär)

Twitter

"Personer på KTH borde följa mig och se vad jag har för nätverk. När jag började på Vinnova så sökte jag twittrare om smarta nät, sen fick jag följare som var intresserade av frågan. Vill man veta vad Vinnova tycker och tänker på energiområdet så borde man följa mig. Det finns ingen motsättning mellan mig som person och min roll på Vinnova. Man kan ställa frågor och utnyttja nätverket." (forskningsfinansiär)

"Man utvidgar sitt kontaktnät när man twittrar om det som sägs på en konferens, "nu är jag på konferens, professorn verkar bra" flera deltagare som twittrade, då började jag följa dem, de fanns i andra nätverk som jag då fick tillgång till, vägen till Linköping kom den vägen." (forskningsfinansiär)

"Det som slår mig är att universitet sällan har ett budskap, om det inte handlar om att få finansiering, att kommunicera output borde kommuniceras mer, forskare är dåliga att kommunicera resultat. Det finns mycket ointressant och dålig forskning men det finns guldkort, KTH borde bli bättre på att själva identifiera guldkornen, idémässiga guldkorn. "Veckans bästa från KTH" på Twitter, ska kunna berättas med 140 tecken och en länk till resultatet, behöver inte vara nobelprisklass, den som väljer, ska ha mer en PR profil." (Näringsdepartementet)

"Vi följer inte forskare på FB eller Twitter, om frilansarna gör det vågar jag inte svara på. För att hitta rätt kontaktperson eller forskare använder vi oss av webben." (media)

"Vi följer vissa forskare på twitter, men det är i låg utsträckning. Det är inte en skola eller universitet vi väljer att följa utan en enskild forskare som vi tycker är duktig och värd att följa." (media)

"Trevligt att det twittras ut ex om branden, för att få mer info, bra att uppmärksamma studenter på vad som händer och länka webben, som ett alarm." (student)

Facebook

"Den rationella användningen av sociala verktyg är underutvecklad jfr med USA, efter möten med regeringen i USA vill de man träffat konnekta på Facebook." (forskningsfinansiär)

"Jag använder Facebook, då blir det personligt, hittar kontaktuppgifter och tar reda på vad folk funderar på och gör. Man blandar det privata och jobbet mer än förr." (forskningsfinansiär)

"Det är bra om ett forskningsprojekt har en grupp på Facebook. Det blir en allt viktigare miljö. Vi vill se projekt agera på ett mer öppet sätt, då kan även vi på Vinnova berätta om ett projekt, när de själva gått ut med informationen först, vi blir glada när vi kan berätta om vad

vi finansierar, annars är det bara ansökan och slutrapport. Slutrapporteringar är ett trubbigt instrument.” (forskningsfinansiär)

”Facebook är viktigt, det är ett personligt nätverk, det är en viktig kanal, jag letar efter personer där, och när jag träffar någon så knyter vi oss närmare varandra på Facebook, är inte bara privat.” (forskare utanför KTH)

LinkedIn

”LinkedIn har karaktär av konsulternas kanal, vissa KTH forskare är också konsulter, de rör sig mellan företag och forskning så de har jag kontakt med där.” (Näringsdepartementet)

Bloggar

”Det handlar om att bli omnämnd på bloggar, KTH borde nämnas mer, viktigt med relation till bloggaren.” (Näringsdepartementet)

”Ett exempel, jag har en gammal kompis som byggt en båt och ska segla jorden runt, jag ska åka med honom två månader, vi kommunicerar på facebook och twitter, han har skrivit en blogg om det i många år, som en delmängd i båten. I projektet finns Interaktiva institutet och Acreo, de har utvecklat sensorer som ska mäta partiklar i havet under resan, ingen av mina chefer kände till detta, de läser bara tidningar och åker på EU möten, det räcker inte. Det är klockrent ”Internet of things”, verkligheten håller på i ett varv i Fisksätra, det är där det händer, viktigt att ha fötterna på jorden, var finns de som håller på med intressanta saker.” (forskningsfinansiär)

Media:

”När en fråga debatteras i media är det alltid samma personer som intervjuas, man borde göra mer, några på KTH, kunde vara fler. Talespersoner för skolan.” (forskningsfinansiär)

”Högprofilerade personer som skriver intressanta saker, om det får politisk höjd, då finns det anledning att läsa. Efter Flodis så vet jag inte vem som är rektor, då hörde man mer i media, minnesbilden är att han deltog i intressanta utredningar, viktig att vara medial.” (Näringsdepartementet)

”Jag brukar lyssna och läsa mycket, ger både allmän kännedom om vad som pågår men också inspiration att kontakta personer, inte den primära vägen till personliga kontakter, långt ifrån alla syns i media.” (forskarkollega utanför KTH)

”Vi som företag har en ambition att synas mer i sammanhang med universitet för att framstå som en bra samarbetspartner som ligger i framkant vad gäller innovation och teknologi. Än så länge pratar vi mest om traditionella media som ger mer pondus, men det klart att även nå en större publik blir mer och mer intressant.” (företag)

"Vi har inget medialt genomslag om det som bedrivs här, men det finns häftiga grejer man kan tala om, men ingen tar initiativ, som att ingen ser nån poäng med det, bara EU projekten som är intressanta, och finansieringen." (doktorand)

Tryckt material:

"Jag ser ibland avhandlingar och rapporter och kanske ser jag presentationer. Tycker det från KTH ser ut som man förväntar sig." (forskningsfinansiär)

"Vissa skickar årsberättelser och annat, det hinner jag inte läsa, det har spelat ut sin roll. Fyller kanske en funktion som dokumentation, men begränsat. Jag har fått från KTH men vet inte från vem." (forskningsfinansiär)

"Jag kommer mer i kontakt med det som är digitalt, är, oftast söker jag aktivt efter digitalt, mest användbart och bekvämt och lätthanterligt." (forskare utanför KTH)

"Jag får verksamhetsberättelser och rapporter skickade till mig, även inbjudningar till seminarier etc. Tycker att materialet har en förbättringspotential, informationen kan många gånger vara lite djupare. Jag får material från många olika institutioner på KTH och de kommunicerar alla på olika sätt – känns som om de borde följa en och samma linje." (företag)

"Vi är mest intresserade av raka pressmeddelanden som beskriver ett forskningsresultat och vart de har publicerats. Upplever att KTH är ganska dåliga på att skicka ut pressmeddelande jämfört med andra universitet, KI är det som vi får mest pressmeddelande ifrån." (media)

"Tycker att KTHs pressmeddelanden är mycket bra, vi får de som vi behöver. Det som KTH kan bli ännu bättre på är att kommunicera forskningsresultat, vi är inte så intresserade av organisationsförändringar, nya byggprojekt etc." (media)

"Jag hade velat se mer av vad skolan gör forskningsmässigt, det finns ju numero, men det är papper och pdf, det är jobbigt, jag hade gärna sett den i ett webbformat, där står mycket intressant information." (student)

Mötesarenor:

"Dra parallellen till fotboll, har vi juniorer som kan få vara med på existerande aktiviteter? lyft fram dem, de klarar det inte helt själva, hjälp dem att komma in på arenan. Ett par wildcards." (forskningsfinansiär)

"Jag tror på konferenser, mindre sammanhang, forskarmöten, presentation av forskning, hearings, när man bjuder in öppet och lite bredare, det är bra väg att skapa nya kontakter, det är en inställning om man vill öka sitt nätverk, inte bara inom forskarvärlden, andra parter är också viktiga. Man måste vilja kommunicera, det är viktigt att jag kommunicerar vad jag gör, det blir mer meningsfullt då." (forskare utanför KTH)

"Jag har tidigare pluggat i USA och samarbetet och verklighetsförankringen där var mycket mer utvecklad. Ett bra exempel på format som fungerade där var att man kunde välja en kurs, som inte gav många poäng, där man deltog på en föreläsning per vecka med olika gästtalare från näringslivet – detta var väldigt lyckat och något jag tycker KTH kan ta efter. Visst är det krävande för universitetet men ett närmare samarbete mellan student och näringsliv är något alla vinner på." (företag)

"Vårt samarbete bygger endast på att jag som individ och fd student tog kontakt med KTH. Inga initiativ har tagits från KTH eller oss som företag. Det är dåligt tycker jag. Det vore inte så svårt för KTH att identifiera de mest intressanta högteknologiska företagen och kontakta dem för olika typer av samarbete. Det skulle vara värdefullt för alla parter." (företag)

"Min erfarenhet från att ha varit student på KTH är att det var tråkigt, fokuserat på detaljer snarare än verklighet och större sammanhang. Skulle själv ha tyckt att det vore stimulerande att ha mer verklighetsförankring. Delaktighet mellan studenter, doktorander och företag." (företag)

"Alltid viktigt med personliga möten, då etableras kontakter som skapar nya samarbeten." (företag)

"Vi på redaktionen har inte tid att gå på ex seminarium, i så fall ska vi verkligen veta att det rör ett hett ämne. Vi kan inte gå bara för att få uppslag, vi måste i förväg veta vad vi får. För oss är det mer effektivt att gå direkt på källan." (media)

"Vi går på seminarium, tycker att de är bra. Vi går för att få överblick, veta vad som är på gång. Det är sällan att vi direkt skriver något från ett seminarium." (media)

"Inom SBI finns det ett forum på KI, och regelbundna mejl om seminarier som sker, varje halvår efterfrågar de om man har etablerat några näringslivskontakter, man får fylla i ett formulär. Som doktorand finns det ingen press på mig, under våra möten framgår att Vinnova vill ha fler industriella samarbeten, det uppmanas till det, säkert ännu mer framöver." (doktorand)

"Jag vet att studenterna inte ser något av forskningen, den finns inte, jag skulle gärna se att vi någon gång per år får gå runt och se vad som pågår. Nu finns det inget som är kopplat till skolan eller våra ämnen, utan bara studentikosa saker." (student)

"Jag är med i ett externt projekt, vi ska skapa talarkvällar, bjuda in folk från skolan och från branschen, folk som vill berätta något intressant. Vi vill bjuda in de som är nyfikna, gärna personal på CSC och branschkopplade personer. Vi tycker det saknas mötesplatser för medieteknik, det gränsar till data också, som spelutvecklingen, men inte åt databasområdet. Vi har dels en pub som har erbjudit oss att vara där, vi ska kolla med vår sektionslokal, måste vara gratis." (student)

"Det kan finnas näringslivsevent, men då möter man företaget, inte varandra. Svårt med koppling mellan skolan och branscherna, jag har upptäckt nu när jag har insyn att det finns

fantastisk forskning här, men när jag träffar företag är det ingen som har någon aning om det. Ex talsyntes där är vi bäst i världen, men det tas inte tillvara av företag, de känner inte till det. Vi behöver mötesplatser med branschen.” (student)

Personliga relationer:

”Jag blir rekommenderad personer, det är personerna man är intresserad av.”
(forskningsfinansiär)

”Vi är alldeles för lite ute och frågar omvärlden vad som behöver göras, som en av mina kolleger sa ”vi kan väl inte låta någon annan tänka åt oss” men jag tycker det är fel att tänka så. Jag behöver professorernas hjälp, men det är ingen formell process, utan sker på individnivå, riggar man formella processer så kommer det chefer som inte kan sakfrågorna, jag jobbar nära marken och försöker förstå vad som är viktigt.” (forskningsfinansiär)

”Man behöver visa upp sig då kanske man hamnar i medvetandet hos oss på Vinnova, kräver fysisk träff, kanske att man skriver en bra artikel och blir intervjuad, något vi ser och hör, räcker inte med en bra avhandling, Måste visa sina andra förmågor, personliga egenskaper.”
(forskningsfinansiär)

”Jag anlitar personer på KTH, jag kontaktar dem, de tar sällan initiativ, de har för mycket att göra, vi vill bidra till tredje uppgiften. Det är samma forskare, de blir överlupna med uppdrag, många rycker i dem. Vissa har personliga egenskaper, de som är riktigt bra forskare kan också uttrycka sig, kan sänka nivån på det de säger, yngre pratar som för kollegor, professorer vet var de står, de vågar vara enkla.” (forskningsfinansiär)

”Jag går på rekommendation av andra personer, det är vanligast, kanske jag googlar men då är det mindre sannolikt att jag hittar rätt.” (Näringsdepartementet)

”Det är viktigt med personliga kontakter, om man inte känner till folk, vilka de är och vad de gör, så händer inget.” (forskare utanför KTH)

”Väldigt viktigt, idag finns inget alternativ till de personliga kontakterna. Allt bygger på det, jag tog kontakt med en gammal bekant när vi började samarbeta.” (företag)

”Personliga relationer är viktigast av allt, mycket av samarbetet bygger på det.” (företag)

”För oss är det inte speciellt viktigt, vi går på vår fakta och söker källan.” (media)

”Vi vet ofta vilken forskare vi vill nå, har bra koll själva. Men om vi inte vet går vi via info avdelningen eller söker på webben. Forskarna är ofta lättillgängliga och bra att intervjua. Vi vill även hitta nya talanger och förmågor, men här är vi bekväma och söker inte riktigt efter nya namn. Vi går ofta på upparbetade relationer.” (media)

”Det känns inte så personligt på skolan, man känner inte att man kan gå och prata med en lärare, känns som att man stör. Många låsta korridorer. Jag skulle vilja att studenterna fick

en bättre uppfattning om vad skolan är, vad de som jobbar där gör helt enkelt, med alla sina avdelningar, över ämnesgränserna. Nu i min roll får jag insyn och ser nyttan, de andra studenterna har ingen aning.” (student)

”Om man öppnade upp lite mot studenterna skulle man kunna få fler att bli intresserade av att forska. Och om de vet om att forskningen finns, så kan de vara en länk till skolan när de kommer ut i arbetslivet. De skulle kunna bli ambassadörer för forskningen och skolan och mycket mer.” (student)