

# Tips för bättre FORSKNINGSPOSTER

**N**är kunskapsflödet ökar inom forskningsvärlden blir postern en allt viktigare kunskapskanal. Om du vill att ditt vetenskapliga arbete ska få den uppmärksamhet det förtjänar har du nytta av yrkesknep från journalisten, informatören, reklamproffset och förlagsredaktören.

Varje gång jag vandrar omkring i posterutställningen vid ett vetenskapligt möte ställer jag mig frågan:

– Vem har de tänkt skulle orka läsa detta, här och nu?

Dessvärre saknas nog ofta svar på den frågan. Uppenbarligen funderar de flesta forskare sällan över hur man utformar ett budskap som ska nå fram. Särskilt inte i brådskan inför ett möte! Det är viktigare att bli färdig med de sista mätserierna än att krångla med en grafisk formgivare eller en vetenskaplig redaktör.

Och varför skulle man lägga ner så mycket tid på presentationen, förresten. Det är ju bara en poster-session!

## Väl värt lägga tid

Det där tror jag är alldeles fel tänkt. Alla forskare vet att det finns postrar som förebådar genombrott likaväl som det finns huvudföreläsningar som är slöseri med tid.

Glöm aldrig att det kan räcka med att en enda person tar intryck av forskargruppens poster för att hela kongressresan ska vara värd mödan och pengarna. En oförliknelig samarbetspartner kan finnas där i vimlet. Den personen får inte missa det viktiga budskapet!

Tänk också på att forskargruppen har nytta av en välgjord poster, även när mötet är över. De är utmärkt åskådningsmaterial hemma i labbkorridoren. I förminskat format är de ett utmärkt särtryck för att

presentera pågående projekt innan någon artikel har publicerats.

## Fyra steg till en bättre poster

Att publicera information på en poster-session liknar på många sätt att publicera texter på Internet. Läsaren är översköld av information och befinner sig i en rörig miljö där tusen andra saker lockar. Dessutom är det minst lika arbetsamt att läsa från en bildskärm som från en väggtidning. Därför är det vettigt att snegla på webb-skriventens yrkesknep:

- Lyft fram det viktigaste budskapet.
- Håll texterna så korta som det bara är möjligt.
- Kommunicera med bilder.
- Sovra hårt i materialet, och peka ut vägen till fördjupning för dem som är särskilt intresserade.

Här kommer några tips till den som vill nå fram med sin forskningsposter:

## Tänk "löpsedel" snarare än "artikel"

En poster är en löpsedel för gruppens forskning, inte en artikel i väggtidningsform. Forskarkolleger som åker på kongress har för avsikt att lära sig ett och annat, men framför allt att samla på sig uppslag, kontakter och referenser. De är inte där för att lusläsa originalarbeten!

Därför ska du också tänka som en journalist. På samma sätt som en tidningsartikel delger sitt viktigaste innehåll i rubrik, ingress och inledning ska posterns huvudbudskap stå klart från början, utan att läsaren måste gå igenom hela innehållet!

## Betona den visuella kommunikationen

Kommunicera med småtexter och bilder, inte textsjok som måste läsas igenom. Tänk

**Jobbar du med information inom högskolevärlden eller på ett forskningsbaserat företag? Då är du en viktig resurs när det är dags att presentera forskningsarbetet för omvärlden.**

**Här kommer den första av två artiklar om hur du och dina kolleger på labbet kan nå ut effektivare.**

AV OLLE BERGMAN

som en informatör som bygger upp en informationsarkitektur, där varje komponent ska tjäna sitt speciella syfte i helheten.

Inte minst är placeringen på ytan viktig; i vår text-kultur – som bildat norm inom vetenskapsvärlden – förväntar sig läsaren normalt ett logiskt resonemang från övre vänstra hörnet till nedre högra hörnet.

- Gör rutorna *Aim of the Study* (syftet med studien) och *Conclusions* (slutsatser) till korta, konkreta punktlistor.
- Var inte mer detaljerad än vad du behöver när du beskriver *methods* (metoder).
- Presentera *Results* (resultat) i form av grafer eller bilder (eller möjligen tabeller). Välj ut två eller tre som är riktigt bra och belys dem med en tydlig bildtext.
- Punkten *Discussion* passar egentligen dåligt i postermediet, eftersom den kräver resonerande text. Den kanske kan strykas helt?
- *References* (litteraturlista) är naturligtvis nödvändig, men kan stå på undanskymd plats i mindre stil.

### Lägg ner omsorg på rubriken

Rubriken är halva postern! Den förtjänar mycket skrivmöda där du – på copywriters vis – tar dig tid och prövar med att byta ut enstaka ord för att hitta den bästa varianten. Den bör vara en talande mikroartikel i sig, men inte så lång så att den blir svårläst. Utforma ett antal förslag, och låt forskargruppen enas om det mest övertygande och slagkraftiga.

- Använd kortformer om det går (skriv *E. coli* istället för *Escherichia coli*, *PCR* istället för *Polymerase Chain Reaction*).
- Skriv aldrig rubriken med versaler! Det är mycket mer svårläst än små bokstäver.

### Rensa bort allt som inte behövs

När du börjar vara nöjd med den första versionen av postern – ta då på dig ett par redaktörsglasögon och se på helheten med hennes stränga blick. Ifrågasätt varje mening, tvivla på värdet av varje bild.

Du kommer säkert att hitta onödiga detaljer som kan skäras bort. Och ju mer du karvar, desto tydligare kommer dina huvudbudskap att framstå.

### VANLIGA MISSTAG

#### • Slarvig montering

Rubriker som sticker utanför posterytan ser lika illa ut som texter och bilder som hänger på sned. Detaljer må tyckas, men detaljer som kommunicerar bristande noggrannhet.

#### • Rörig layout

Det allmänna intrycket blir mycket lugnare om du monterar bilder i rätta kolumner och rader. Hjälp betraktaren att se vad som hör ihop, till exempel genom att se till att bildtexter står nära bilderna.

#### • Distraherande bakgrund

Många tycker det är snyggt med en bakgrund i form av ett foto eller ett mönster – förmodligen inspireras de av Powerpoints möjligheter eller webbens designglädje.

Det är sällan det lyckas. Om man inte är designproffs är det mycket säkrare att välja en lugn, enfärgad bakgrund.

#### • Dålig placering

Innehåll som placeras i knähöjd på en skärmutställning har mycket små chanser att få uppmärksamhet. Gör som boxaren gör: håll dig ovanför bältet.

### TIPS & REFERENSER

#### • Litteratur

Robin Williams *The Non-Designer's Design Book* är den bästa introduktion som finns att få i konsten att arrangera text och bild. P. J. Gosling *Scientist's Guide to Poster Presentations* är en utmärkt titel i en i övrigt tom nisch på bokmarknaden. Perspektivet är forskarens, snarare än redaktörens eller formgivarens.

#### • Webbadress

Användbara tips från Arbets- och miljömedicin vid Uppsala universitet hittar du på [www.occmu.se/poster.html](http://www.occmu.se/poster.html) ■

### REFERENSER

#### **The Non-Designer's Design Book.**

Design and Typographic Principles for the Visual Novice.  
Av Robin Williams.  
Peachpit Press, Berkeley, California 1994.  
ISBN 1566091594.  
[www.peachpit.com](http://www.peachpit.com)

#### **Scientist's Guide to Poster Presentations.**

Av P. J. Gosling.  
Kluwer Academic Publishers, 1999.  
ISBN 0306460769  
[www.wkap.nl](http://www.wkap.nl)