

Opslag: Evaluering af Kometernes jul

VILLUM FONDEN og Novo Nordisk Fonden (herefter fondene) ønsker at få gennemført en undersøgelse af fiktionsjulekalenderen Kometernes jul, der sendes på TV 2 i december 2021, samt en række tilknyttede aktiviteter kaldet Universet Udenom, hvor børn og unge – sammen med deres familier - kan gå på opdagelse i en række tilbud på forskellige web- og SoMe baserede platforme og hos samarbejdspartnere over hele Danmark. Formålet med julekalenderen og Universet Udenom er udover at underholde og skabe fællesskab i familien at stimulere børn og unges interesse for naturvidenskab. Undersøgelsen skal kortlægge i hvilket omfang og hvordan julekalenderen lykkes ift. sidstnævnte.

Baggrund

Årets julekalender Kometernes jul, der sendes på TV2's hovedkanal og TV 2 Play i december 2021, bliver produceret af Nordisk Film Production i et samarbejde med Niels Bohr Institutet. Serien er rettet mod målgruppen af børn og unge i alderen 7-14 år. Gennem en dramatisering og fiktionshistoriefortælling med naturvidenskabeligt indhold, vil julekalenderen vise, at naturvidenskabelig viden, forskning og opfindelser er en del af vores hverdag. Kometernes Jul har fået støtte fra VILLUM FONDEN, Novo Nordisk Fonden, Poul Due Jensens Fond og Bitten og Mads Clausens Fond.

I tilknytning til Kometernes Jul udvikles en række aktiviteter og tilbud – kaldet Universet Udenom. Universet Udenom vil give børn og voksne mulighed for sammen at fordybe sig i videnskabelige eksperimenter og formidlingselementer ved at gå på opdagelse på forskellige platforme og hos forskellige samarbejdspartnere - før, under og efter, at Kometernes Jul er blevet sendt.

Formidlingselementerne rummer bl.a. små film, knyttet til årets 'paplågekalendar', live programmer der sendes hver dag i december fra skoler, science-centre eller universiteter, behind the scenes-optagelser fra julekalenderen osv. Film mm. gøres tilgængelige via de til projektets oprettede kanaler på web, SoMe og YouTube, ligesom skuespillerne fra julekalenderen deltager i forskellige fysiske formidlingsaktiviteter i løbet af december måned. Universet Udenom består derudover også af en række samarbejder med andre parter, f.eks. med Astra, der laver en video med dagens eksperiment hver dag i december og science museer over hele Danmark, der laver egne aktiviteter i forlængelse af julekalenderen. Derudover samarbejdes f.eks. med Naturvidenskabernes ABC.

Kometernes Jul forventes sammen med Universet Udenom at underholde og skabe fællesskab i familien, men har også en bredere målsætning om gennem synergier mellem de forskellige dele at udbrede naturvidenskabelig dannelse og understøtte børn og unges interesse for at fordybe sig i naturvidenskab.

For at julekalenderen og Universet Udenom kan skabe den tilstræbte forandring, er der en række forudsætninger, der skal opfyldes. For det første er det afgørende, at julekalenderen når ud til et stort antal mennesker, heriblandt segmenter som ikke normalt fordyber sig i naturvidenskab. For det andet skal julekalenderens indhold og Universet Udenom have en kvalitet, som skaber begejstring og umiddelbar nysgerrighed for naturfag og naturvidenskab blandt målgruppen. For det tredje skal julekalenderen og Universet Udenom øge målgruppens naturvidenskabelige dannelse og interesse for at fordybe sig i naturvidenskab.

Hvor julekalenderen vises i december 2021, fortsætter Universet Udenom et godt stykke ind i 2022.

Ønsker til undersøgelsesdesign

Undersøgelsesdesignet kan opdeles i tre dele, der har fokus på forskellige spørgsmål relateret til forskellige formål. Alle tre delundersøgelser skal løses af den eksterne konsulent/forsker.

Tablet 1 viser oversigt over de enkelte dele i undersøgelsen. Nedenfor gennemgås tabellen i detaljer og de enkelte dele af undersøgelsen.

Tablet 1. Undersøgelsens dele

Delundersøgelse	Undersøgelsesspørgsmål	Potentielle datakilder
Delundersøgelse 1: Beskrivende analyse af brugerne	<ul style="list-style-type: none"> Hvilke seertal opnår julekalenderen og hvilke demografiske målgrupper nås? Hvilke aktivitetstal opnår Universet Udenom? (f.eks. antal brugere, antal downloads osv.) Hvilken mediedækning opnår julekalenderen og Universet Udenom i traditionelle medier og på SoMe? 	<ul style="list-style-type: none"> TV2's seermålinger Trafiktal på den digitale del af Universet Udenom, downloads af materiale, YouTube-kanal (kan leveres af samarbejdspartnere) Registreringer af medieomtale.
Delundersøgelse 2: Brugernes oplevelser af julekalenderen og aktiviteterne	<ul style="list-style-type: none"> Hvordan oplever børn og unge julekalenderen, og Universet Udenom, særligt det naturvidenskabelige indhold? Skaber julekalenderen og Universet Udenom begejstring og umiddelbar nysgerrighed for naturfag og naturvidenskab blandt målgruppen? Hvornår engagerer børn og unge sig i det naturvidenskabelige indhold i julekalenderen og Universet Udenom? 	<ul style="list-style-type: none"> Kvalitative data om børn og deres familiers oplevelser med Kometerens jul og Universet Udenom Spørgeskemadata (i kombination med delundersøgelse 3)
Delundersøgelse 3: Betydningen af julekalenderen og aktiviteterne for naturvidenskabelig interesse og dannelse	<ul style="list-style-type: none"> Hvilken påvirkning har julekalenderen og Universet Udenom på børn og unges holdninger til naturvidenskab og science-adfærd? 	<ul style="list-style-type: none"> Spørgeskemaundersøgelse blandt et repræsentativt udsnit af børn og unge. Opgørelser over Google søgninger før/efter julekalenderen sendes Besøgstal på science-museer mm.

Delundersøgelse 1: Beskrivende analyse af brugerne

Den første delundersøgelse skal belyse i hvilket omfang, julekalenderen og Universet Udenom når ud til og anvendes af børn og unge i målgruppen. Herunder kan undersøgelsen undersøge det samlede seertal, hvilke demografiske grupper der nås, trafiktal på det digitale univers og hvor meget julekalenderen fylder i medierne. Analysen har beskrivende karakter og baseres på en række forskellige datakilder fra blandt andet TV 2's seermålinger og opgørelser over medieaktivitet, og trafiktal på hjemmesider. Samt trafiktal på Universet Udenom egen web, SoMe og YouTube kanaler (kan leveres af samarbejdspartnere bag julekalenderen og Universet Udenom efter nærmere dialog med dem).

Leverandøren bør levere et forslag til hvilke indikatorer, der er velegnede til måle de ønskede aktiviteter.

Delundersøgelse 2: Brugernes oplevelser af julekalenderen

Den anden delundersøgelse skal undersøge, hvordan julekalenderen og Universet Udenom opleves af børn og unge i målgruppen (og evt. deres familier), og om den skaber begejstring og umiddelbar nysgerrighed for naturfag og naturvidenskab blandt dem. Derudover skal det beskrives, hvornår og hvordan det naturvidenskabelige indhold i julekalenderen og Universet Udenom fanger børn og unge i målgruppen. Er der børn og unge, som det er lettere at nå end andre?

Denne delundersøgelse tænkes løst ved en kombination af kvalitative og kvantitative metoder

Kvalitativt forventes evaluator at engagere en række børn og unge i målgruppen og evt. deres familier, f.eks. gennem interview, fokusgruppe, deltagerobservation eller andre metoder. Evaluator opfordres til at byde ind med mere innovative måder at afdække målgruppernes adfærd og interesse.

Evaluator skal beskrive strategier for at rekruttere børn og unge med forskellige baggrund, herunder hvordan der tages højde for aldersspændet i målgruppen.

Kvantitativt forestiller fondene sig, at børn og unges oplevelser af julekalenderen og Universet Udenom afdækkes via udvalgte spørgsmål i den spørgeskemaundersøgelse, der gennemføres som led i delundersøgelse 3.

Delundersøgelse 3: Betydningen af julekalenderen og Universet Udenom for naturvidenskabelig interesse og dannelse

Den tredje delundersøgelse er en undersøgelse, der har til formål at skabe viden om, i hvilket omfang julekalenderen og Universet Udenom skaber forandringer ud over brugernes umiddelbare oplevelser. Undersøgelsen skal undersøge betydningen af julekalenderen for at understøtte børn og unges interesse for naturvidenskab og fremme naturvidenskabelig dannelse.

Naturvidenskabelig interesse og dannelse er ikke entydige begreber, og det er på ingen måde enkelt, at identificere oplagte outcomes. Nogle mulige indikatorer for naturvidenskabelig interesse kunne eksempelvis være:

- Søgning efter information om naturvidenskab
- Besøg på science-museer
- Selv-rapporteret interesse for naturvidenskab
- Dialog om naturvidenskab i hjemmet

Til at måle disse outcomes kunne mulige metoder være en kombination af ekstern dataindsamling (fx Google søgninger eller museumsopgørelser på besøgstal) og en rullende spørgeskemaundersøgelse, der gentages flere gange i perioden blandt et repræsentativt udsnit af børn og unge. Særligt spørgeskemaundersøgelsen rummer muligheder for at undersøge betydningen af julekalenderen for naturvidenskabelig dannelse og interesse, herunder om julekalenderen og Universet Udenom når børn og unge, der ikke normalt interesserer sig for naturvidenskab. En anden mulighed er, at gennemføre spørgeskemaundersøgelsen gentagne gange blandt de samme personer i målgruppen, hvis det er muligt at sikre en høj svarprocent og derved et tilstrækkeligt stort panel.

Hovedudfordringerne ved effektanalyser af sammenhængen mellem initiativer såsom julekalenderen og Universet Udenom og de ønskede outcomes vedrører bl.a., at det er et nationalt initiativ, som potentielt

berører alle borgere. Samtidig er der mange andre forhold, der kan påvirke naturvidenskabelig interesse, og der er en betydelig risiko for, at børn/unge og familier, som følger med i julekalenderen og Universet Udenom, er systematisk forskellige fra øvrige børn/unge og familier på disse karakteristika. Ved at sammenligne brugere med ikke-brugere risikerer man således at sammenblende effekten af julekalenderen og Universet Udenom med effekten af andre forhold, som ikke skyldes dem. I fondenes optik foreligger der derfor nogle muligheder i at udnytte den tidlige variation, der opstår ved at gentage en ekstern dataindsamling flere gange.

Den tidlige variation kan fx udnyttes i et 'interrupted time-series design', hvor man undersøger udviklingen i outcomes over tid og analyserer, om der er en ændring i outcomes, der er sammenfaldende med udsendelse af julekalenderen. For at understøtte den kausale tolkning kan dette design eventuelt suppleres med et 'comparative interrupted time-series design'. Grundidéen er her at finde en sammenligningsgruppe af personer, som ikke er i målgruppen for julekalenderen og Universet Udenom (fx aldersgruppen der ikke i høj grad ser julekalenderen), og så sammenligne udviklingen i outcomes i tidsperioden før, under og efter julekalenderen for målgruppen og sammenligningsgruppen. Dette design bygger på en antagelse om, at målgruppen og sammenligningsgruppen ville opleve samme gennemsnitlige udvikling i outcomes over tid i fravær af julekalenderen og Universet Udenom.

Ovenstående er eksempler på mulige metoder. Det forventes, at evaluator kommer med et velbegrundet bud på, hvordan en analyse af effekter kan gennemføres.

Evaluators kompetencer

Undersøgelsen stiller store krav til bredden i evaluators kompetencer. Det forventes, at evaluator har stærke kompetencer indenfor:

- Måling og evaluering af fiktionsbårne medieprodukter og webbaserede produkter med børn og unge som målgruppe
- Naturfagsdidaktik og naturfagsformidling
- Erfaring i at indsamle store mængder af survey-data blandt børn og unge
- Kompetencer indenfor analyser af tidsseriedata og paneldata
- Erfaring med innovative, kvalitative metoder, med børn som målgrupper.

Med den forventede bredde i kompetencerne, vil det være oplagt, at undersøgelsen gennemføres i et samarbejde mellem flere forskellige leverandører.

Leverancer og tidsplan

Undersøgelsen forventes som udgangspunkt at følge tidsplanen i tabel 2.

Tabel 2. Tidsplan

Tidspunkt	Aktivitet	Ansvarlig
27. maj kl. 9.30-11.00	Informationsmøde om undersøgelsesopgaven	Fondene
14. juni kl. 16.00	Afl levering af tilbud	Leverandør

25. juni mellem kl. 10.00 – 14.00	Præsentationsmøde og valg af leverandør	Fondene
September	Leverandør klargør undersøgelsesinstrumenter og disse godkendes af fondene	Leverandør
Oktober - december, Januar 2022	Dataindsamling	Leverandør
Maj Juni 2022	Rapportering	Leverandør

Leverandøren bedes vedlægge en udfoldet tidsplan til tilbuddet. Det foreslås, at der udarbejdes én delrapport for hver delundersøgelse. Rapporterne skal være relativt korte (20-30 sider).

Udbud og valg af leverandør

Fondene har afsat et samlet beløb på **DKK 2,5 mio. inkl. moms. til undersøgelsen**. Undersøgelsen udbydes i åbent udbud. Det er muligt at indgå konsortier og anvende underleverandører til afgrænsede delopgaver.

Den valgte konsulent/forsker refererer direkte til en styregruppe bestående af fondene og ovenfor nævnte repræsentanter for Niels Bohr Institutet.

Oplæg til undersøgelsen må maksimalt fylde 20 sider, ekskl. bilag og skal indeholde en forståelse af opgaven og undersøgelsesdesign. Der skal i bilag vedlægges et detaljeret budget, inkl. timepriser, og en tidsplan, samt cv'er på de konsulenter / forskere, der er involveret i opgaveløsningen med en angivelse af hvor mange timer, de arbejder på projektet. Det er ikke muligt at ændre i teamet uden tilladelse fra fondene.

Interesserede ansøgere opfordres til at deltage i et informationsmøde på teams om undersøgelsesopgaven **27. maj 9.30 – 11.00**, hvor styregruppen vil fortælle om baggrunden for julekalenderen og undersøgelsen. Det vil være mulighed for at stille spørgsmål. Tilmelding senest dagen inden til evalueringsrådgiver i VILLUM FONDEN, Niels Matti Søndergaard, nms@veluxfoundations.dk.

Oplæg til undersøgelsen sendes til nms@veluxfoundations.dk, **senest 14. juni 2021 kl. 16.00**.

To til tre ansøgere vil blive indkaldt til mundtlig præsentation, der finder sted **25. juni i tidsrummet kl. 10.00 – 14.00**. Præsentationen finder sted hos en af fondene, hvis det er muligt.

Fondene vælger konsulenten/forskeren på baggrund af en samlet vurdering af oplægget og den mundtlige præsentation.

I sin vurdering lægger fondene bl.a. vægt på flg. punkter:

- Styrken af det analytiske oplæg i forhold til formålet
- Nøglemedarbejdernes kvalifikationer i forhold til ovenstående
- Sammenhængen mellem pris og kvalitet.

Spørgsmål i forbindelse med evalueringsudbuddet kan stilles til evalueringsrådgiver i VILLUM FONDEN, Niels Matti Søndergaard, nms@veluxfoundations.dk, tel. 92 43 76 46. Der offentliggøres løbende en skriftlig opsummering af spørgsmål og svar.