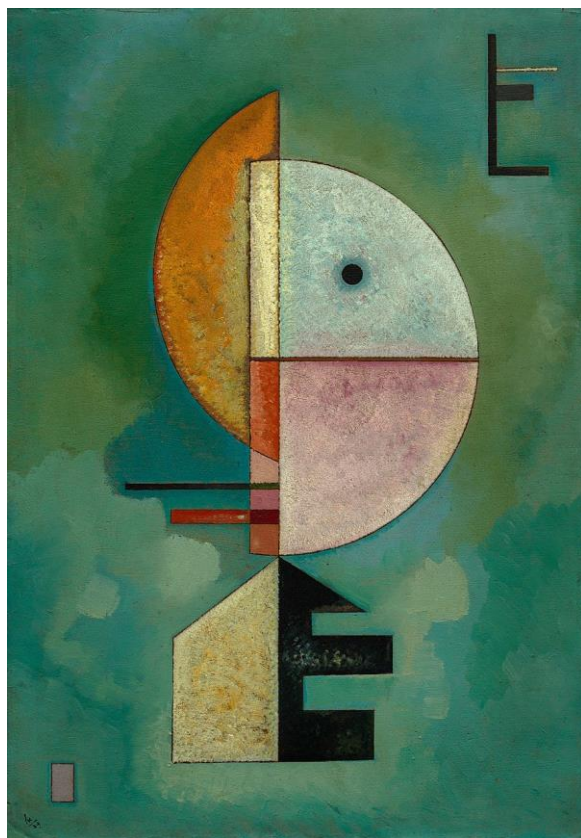


Att förmedla information om etik via ett e-post nyhetsbrev

Vad handlar det om? Hur går det till?

Vad skulle mottagarna sakna om nyhetsbrevet stoppades?



Wassily Kandinski. Upward. (1929).

Marie Chenik

Deklaration om användning av artificiell intelligens (AI)

Under skrivandet av denna text har jag använt följande AI-assistenter:

- *DeepL Translator*
- *Google Search*
- *Google Translate*
- *Microsoft Editor*

Jag har inte använt *Generative Artificial Intelligence (GenAI)*, dvs inte använt sådana AI-verktyg som med hjälp av stora språkmodeller (*LLM*) genererar svar på frågor som deras användare ställer och skapar AI genererat innehåll.

“The best-known generative AI tools are perhaps ChatGPT, Midjourney and Dall-e, but a trend within this space is the integration of generative AI into narrow-use, user-friendly services, and into familiar services such as Microsoft Office and Grammarly”. (Maunder A, Florén H. 2024).

Till minne av min vän Cathis Kumlien. Hon var en otrolig engagerad barnsjuksköterska och chef och en mottagare av nyhetsbrevet från start.

Tack till mottagarna av nyhetsbrevet för att ni valt att delta i det spännande "äventyr" som projektet för etiknyhetsbrevet är! Tack till er som svarat på enkäten och till er som gav värdefull återkoppling på tidiga utkast och på den slutliga versionen av min text!

Inledande ord

Mitt projekt med ett epost nyhetsbrevet startade 2016. Efter drygt åtta år och cirka 350 utskick är det nu dags att berätta om det.

Att odla mitt intresse för etiken har länge varit en lustfylld sysselsättning. Kunskaperna och erfarenheterna jag har samlat in under åren har jag haft stor användning för i mitt arbete som etiksamordnare på Karolinska sjukhuset för att utbilda, handleda och stödja sjukhusets personal, både chefer och medarbetare.

Genom att jag blev pensionär tog mina uppdrag slut. Mina kunskaper, erfarenheter och intresse för *etik i praktiken* bestod. Allt detta, tänkte jag, borde på något sätt fortsätta komma till nytta. Även om jag inte visste hur det skulle kunna bli möjligt tvekade jag inte på att jag skulle kunna hitta en lösning precis som det hade alltid varit fallet när jag tidigare hade bestämt mig för att förverkliga några av mina andra mer eller mindre realistiska idéer. Jag hade aldrig saknat inspiration eller motivation.

Det största problemet skulle dock ännu en gång bli att hitta någon part som kunde och ville bidra med de nödvändiga resurserna som behövdes för att genomföra projektet. När jag var anställd på Karolinska sjukhuset hade cheferna ofta en positiv inställning till mina förslag men de ansåg sällan att det kunde finnas utrymme i budgeten för den extra kostnaden som ett nytt projekt skulle innebära. Jag brukade inte ge mig efter första nederlaget. Hade jag fått ett negativt besked fortsatte jag ändå berätta om mina idéer för nya personer jag träffade, till exempel personer som var intresserade eller experter inom området, högre chefer inom organisationen eller personer i beslutande ställning utifrån. På så sätt lärde jag känna ett stort antal kunniga och engagerade människor. Oväntade möten och korta samtal kunde då få stor betydelse och leda till att nya möjligheter öppnades.

Om jag saknade kunskap eller färdigheter inom ett specifikt område kändes det aldrig som ett oöverkomligt hinder. Jag såg fram emot att lära mig nytt. Även om projektet till slut inte alltid blev som det var tänkt från början var det alltid värt all möda. Ibland, i efterhand, kunde det komma en oväntad "*belöning*" som när någon visade intresse för att vidareutveckla något som jag en gång hade initierat eller när ett av dessa projekt uppmärksammades och fick pris.

Det nya projektet som jag planerade att genomföra som pensionär skulle skilja sig från mina tidigare projekt. Det skulle ske under arbetsformer och arbetsvillkor som var annorlunda än de jag hade varit van vid som anställd. Min idé var att bevaka olika kommunikationskanaler och media för att kunna hitta, samla in och kvalitetssäkra nyheter om etik eller nyheter med relevans för etiken. Detta i syfte att sedan sprida de mest intressanta nyheterna med ett epost nyhetsbrev till en grupp av särskilt engagerade mottagare över hela Sverige. Jag ville därför för första gången prova att använda ett nyhetsbrev via epost för att se om detta enkla digitala verktyg skulle kunna förbättra tillgången till information och kanske därmed råda bot på bristen på kvalitativ information om etik.

Jag har skrivit denna rapport i första hand för nyhetsbrevets mottagare, för att underlätta för dem att förstå vad jag gör, hur jag gör det och varför. Mottagarna som deltog i enkätundersökningen har läst ett första utkast av min text i december 2024. Den färdiga rapporten sprids till samtliga

nyhetsbrevets mottagare mars 2025. Efter några veckor läggs rapporten ut på Karolinska Institutets webbsida [Nyhetsbevakning om etik | Karolinska Institutet](#).

Texten ska kunna användas på flera sätt bland annat som ett praktiskt exempel att ta med som underlag i samtal med personer i ledande ställning för att visa att ett nyhetsbrev via epost kan vara ett effektivt och uppskattat sätt att förmedla kvalitativ information om etik.

Rapporten ger mig möjligheten att lämna en skriftlig redovisning över vad jag under åtta år har använt min anknytning på Karolinska Institutet till. Att tas in som anknuten vid Karolinska Institutet var aldrig självklart. Jag är inte en disputerad forskare, en rad olika omständigheter gjorde att jag valde en annan väg. Det fanns dock två saker, båda med koppling till ämnet etik och till Karolinska Institutet, som kan ha spelat en avgörande roll för att jag kunde få bli anknuten. Den första var att jag som etiksamordnare på Karolinska sjukhuset hade haft ett mångårigt och fruktbart samarbete med Niels Lynöe och Niklas Juth, på den tiden då båda var etikforskare på Institutionen Lime på Karolinska Institutet. Den andra saken var att jag tre år tidigare hade fått ta emot Karolinska Institutet etikpris.

När ingen annan visade sig beredd att stödja projektet steg Karolinska Institutet in och gav mig möjligheten att förverkliga min idé. Karolinska Institutet har sedan fortsatt ge samma värdefulla stöd i drygt åtta år. Det har varit en förutsättning för att projektet skulle kunna fortsätta. Jag som ansvarar för projektet och alla som har haft nytta av nyhetsbrevet om etik via eposten är tacksamma för Karolinska Institutet generositet.

Stockholm Maj 2025

Innehållsförteckning

Inledande ord

Sammanfattning

Del 1. Om nyhetsbrev – ett nygammalt sätt att förmedla information i en förändringstid

1. Terminologi
2. Historik
3. Tidigare forskning och annan litteratur om nyhetsbrev och nyhetsförmedling via e-post
4. Bristen på kvalitativ information om etik är problematiskt

Del 2. E-postnyhetsbrevet om etik – fokus på tillämpad etik och ett annorlunda sätt att utföra arbete

1. Tillämpad etik
2. Nyhetsbrevet är resultatet av ett ideellt arbete
3. En anknytning på Karolinska Institutet
4. Nyhetsbrevet följer en anpassad arbetsprocess

Del 3. Vad skulle mottagarna sakna om nyhetsbrevet om etik lades ner? - Resultat av enkätundersökningen 2024

1. Bakgrund
Syfte
2. Metod
3. Resultat
4. Slutsats

Avslutande ord

Referenser

Bilaga

Sammanfattning

I denna rapport i tre delar berättar jag för första gången om mitt arbete med nyhetsbrevet om etik. I del 1 skriver jag om *nyhetsbrev allmänt* som företeelse, om terminologi, historik, aktuell forskning och om problemet att inte få tillgång till kvalitativ information om etik.

I del 2 berättar jag om nyhetsbrevet fokusområde, om formen och villkoren för arbetet, om hur jag praktiskt arbetar med *nyhetsbrevet om etik*, hur jag tar fram och sprider det till mottagarna.

I del 3 presenterar jag resultatet av en enkätundersökning från 2024 som riktades till nyhetsbrevets mottagare och vars syfte var att ta reda på vad mottagarna skulle sakna om nyhetsbrevet inte längre fanns.

Del 1. Om nyhetsbrev – ett nygammalt sätt att förmedla information i en förändringstid

Nyhetsbrev i digital form är ett relativt nytt verktyg. Nyhetsbrev i annan form har dock använts som kommunikationskanal i flera hundra år och de kan ses som föregångare till de första tryckta tidningarna. Nyhetsbrev är ett kommunikationsverktyg som under lång tid har visat en förmåga att alltid kunna anpassa sig efter omständigheterna, bland annat efter nya teknologiska utvecklingar och efter ändringar i lagstiftning.

I digital form, har nyhetsbrev blivit ett populärt verktyg för att förmedla information. Nyhetsbrev är en kommunikationskanal som idag uppskattas av många för att den gör det möjligt att sprida information på ett enkelt, mer personligt, direkt och målinriktat sätt och för att det kan skapa en förtrolig kontakt med läsarna.

Epost nyhetsbrev med särskilt fokus på etik förekommer i några länder, främst i USA, men inte i Sverige. Nyhetsbrev om etik som jag hittade såg olika ut.

En litteratursökning gav inga träffar på studier som specifikt riktar sig till epost nyhetsbrev om etik. Däremot fanns studier om epost nyhetsbrev som, allmänt, har till syfte att förmedla nyheter (i motsats till nyhetsbrev som används för marknadsföring). I en av dessa studier rapporterades att de viktigaste faktorerna som gjorde att läsarna valde att använda ett nyhetsbrev var formatets bekvämlighet, de olika perspektiven som togs upp, det unika innehållet samt författarens ton och personlighet. I en annan studie hade forskarna intresserat sig för vilka personer det var som stod bakom nyhetsbrevet och noterat att det kunde vara journalister men allt oftare även personer utan journalistutbildning som dock hade stor expertis inom ett specifikt ämnesområde som till exempel *praktisk etik*.

I många delar av samhället, kanske särskilt inom hälso- och sjukvården men även inom politik, juridik och andra viktiga områden råder det i olika stor omfattning brist på riktad och anpassad kvalitativ information om etik. Det som verkar saknas är inte tillgång till en större mängd utspridd information om etik men i stället tillgång till en ordnad, samlad, kvalitetssäkrad information och inte minst tillgång till pålitliga lättanvändbara kommunikationskanaler. Skulle ett nyhetsbrev via epost skapat av någon med expertis inom området kunna vara ett lämpligt verktyg att använda för att förmedla information om etik? Det borde vara värt att prova för att se resultatet.

Del 2. E-post nyhetsbrevet om etik – fokus på tillämpad etik och ett annorlunda sätt att utföra arbete

Nyhetsbrevet om etik ska ha fokus på tillämpad etik som är en del av etiken som berör många områden och som inte har tydliga gränsdragningar. Den information som förmedlas med nyhetsbrevet bör ha relevans för etiken och i förlängningen för det praktiska etikarbetet.

Mottagarna ska genom nyhetsbrevet få tillgång till fakta och till konkreta exempel som ska hjälpa dem att reflektera över implikationerna av grundläggande principer inom en mängd olika områden där etiska överväganden uppstår.

Projektet med epost nyhetsbrevet om etik som startade 2016 är resultatet av ett ideellt arbete. För att få till varje nyhetsbrev krävs många timmar research, många timmar läsning och många timmar för att färdigställa det. Personen som arbetar ideellt med nyhetsbrevet måste vara engagerad, motiverad, ha tid och dessutom en säkrad inkomst till exempel inkomst från en pension. Det är det goda resultatet som uppnås och den nytta för andra som förhoppningsvis följer med som är den drivande kraften för den som arbetar ideellt.

Projektet kostar. Den ideella arbetsinsatsen skulle tyvärr inte räcka. Någon mer part måste stå för de nödvändiga "driftkostnaderna" för att projektet ska kunna genomföras. För nyhetsbrevet är det min anknytning vid Karolinska Institutet som än så länge täcker kostnaderna.

Del 3. Vad skulle mottagarna sakna om nyhetsbrevet om etik lades ner? - Resultat av enkätundersökningen 2024

Nyhetsbrevet startade som ett försök att komma åt informationsbristen om etik, något som länge varit ett välkänt men svårlöst problem. För mottagarna av nyhetsbrevet har informationsbristen under många år inte längre varit ett problem. Hur skulle det då upplevas för de som nu vant sig vid att regelbundet få information om etik via epost, om nyhetsbrevet av någon anledning behövde läggas ner?

Jag ville ta reda på det och bestämde mig för att undersöka vad mottagarna skulle sakna om epost nyhetsbrevet om etik lades ner.

Juni 2024 skickade jag en enkät via e-posten till 46 mottagare. 33 av de som hade fått enkäten (71,7%) svarade. Det motsvarade 23,4% av det totala antalet mottagare (141) vid tidpunkten för undersökningen. Det är troligt att enkätundersökningen är den första i sitt slag som bidrar med ny empirisk kunskap inom det specifika fältet. Det gör den värdefull även om den är begränsad. En tematisk analys av data som samlats in genom deltagarnas svar genomfördes. Två teman och åtta underteman kom fram och illustrerade vad deltagarna skulle sakna om email nyhetsbrevet lades ner:

Tema 1: Tjänstens kvalitet och funktionalitet. Underteman: *En unik informations- och kunskapskälla, Sammanställningar med hög kvalitet, Tidsbesparingen, En kanal som främjar etiksamtalen och möjliggör nya kontakter och samarbete.*

Tema 2: Positiva upplevelser och blandade känslor. Underteman: *Glädje, inspiration och andra spontana positiva känslor, Trygghet av att vara uppdaterad, Tacksambet till avsändaren, Oro att förlora nyhetsbrevet.*

Slutsats

Nyhetsbrevet gav deltagarna en samlad kvalitetssäkrad information som de inte kunde skaffa sig någon annanstans och som de därför skulle sakna om nyhetsbrevet inte längre fanns att tillgå. Utöver nyhetsbrevets många funktionella fördelar skulle deltagarna också sakna de personliga positiva upplevelser som nyhetsbrevet genererade.

Perspektivet att förlora nyhetsbrevet skapade oro hos respondenterna. Det vore därför angeläget att undersöka vilka alternativ som skulle kunna finnas för att säkra en fortsatt tillgång till samlad kvalitativ information om etik ifall nyhetsbrevet någon gång av någon anledning inte längre kan fortsätta levereras.

Del 1

Om nyhetsbrev

*- ett nygammalt sätt att förmedla information
i en förändringstid*

1. Terminologi

I rapporten berörs flera områden, bland annat journalistik och kommunikation, som jag inte är utbildad eller expert i. Det var därför särskilt viktigt att noggrant kontrollera vad termerna som jag använde i min text stod för och befann sig i relation till varandra. I den språkliga världen finns dels termer som vi använder när vi kommunicerar om begrepp, dels definitioner som beskriver begreppen. Termen är det språkliga uttrycket som kan förstås av en specifik grupp. Termer är språkliga uttryck för fackspecifika begrepp. Begrepp definieras som uppfattning, föreställning, idé, koncept, definierad tankeenhet.

Fakta (pluralis, av latinet *factum*): Sakförhållande som inte kan bestridas (NE). Fakta representerar det som är känt och bevisat. När vi talar om fakta (objektiva uppgifter, fenomen, handlingar, händelser) talar vi om något som är sant oavsett åsikter eller tro (Karlsson N 2023). Fakta är helt meningslös utan kunskap.

I vardagligt språk likställs *evidens* med *fakta* som bevisar att något är sant. I vetenskapliga sammanhang är evidens relativt och handlar om de vetenskapliga belägg som stödjer en vetenskaplig teori. Sådan evidens förväntas vara faktabaserad och dokumenterad i enlighet med vetenskapliga metoder (Socialstyrelsen 2020).

Information är den generella beteckningen för det meningsfulla innehåll som överförs vid kommunikation i olika former. Ofta görs en skillnad mellan information som i princip har krav på sig att vara saklig eller objektiv och en subjektiv information som syftar till att övertala eller påverka (NE).

Kunskap: Fakta, förståelse och färdigheter, tillägnade genom studier eller erfarenhet. I en betydelsenysans handlar kunskap om mängd av kända fakta på visst område (NE). Kunskap är inte information. Information blir kunskap först om vi tar ställning till den, accepterar eller förkastar den (utsätter den för kritik) och sätter in den i ett för oss begripligt sammanhang (Sven-Eric Liedman. Millenniekommitté). Man måste ha kunskap för att kunna värdera fakta, och ju mer fakta man får desto mer kunskap kan man få (Sjöström 2018).

Mediebevakning syftar till att identifiera medier och journalister som skriver om ett specifikt ämne i relation till den uppmärksamhet och exponering som en person, varumärke, händelse eller ämne får i olika medieformat såsom tryckta medier, webb, sociala medier, tv, radio och podcast, bloggar. Lokalt, regionalt och nationellt och internationellt (Infomedia). Den är ofta del av en organisations *omvärldsbevakning*.

Nyhet. Ett offentliggjort meddelande om något betydelsefullt som tidigare varit okänt: en händelse, en process eller ett tillstånd (NE).

Nyhetsbrev definieras som en informell publikation, ofta i enkelt utförande, som erbjuder information för en i förväg definierad läsekrets (NE). Ett nyhetsbrev är samlad information, regelbundet distribuerad, oftast via e-post, som handlar om ämnen som är av intresse för nyhetsbrevets prenumeranter (Lund universitet). E-post, e-brev, mejl, datorpost eller elektronisk post är system för sändning av meddelanden mellan datoranvändare; begreppet avser även själva meddelandena (NE).

I denna rapport används termerna **”e-post nyhetsbrev”** eller **”nyhetsbrev via e-post”**

Nyhetsförmedling. Insamling, värdering, bearbetning och distribution av nyheter genom något medium. Man skiljer mellan *nyhetsförmedling* och *nyhetsspridning* som handlar om hur nyheter sprids till och inom allmänheten (NE).

Omvärldsbevakning (*business intelligence*) omfattar mer än enbart media och är därmed inte synonym med mediebevakning (NE).

2. Historik

Nyhetsförmedlingens historia är nära förknippad med förändringar inom en lagstiftning som över tid har påverkat villkoren och formerna för nyhetsförmedling (till exempel *Tryckfrihetsförordningen* och *Yttrandefrihetsgrundlagen*). Våra rättigheter att tycka, säga, skriva och ge ut i stort sett vad vi vill, tillhör idag vanliga demokratiska rättigheter i Sverige och i många länder. Utvecklingen av tekniska medel för information och kommunikation har skett parallellt och haft stor betydelse (NE).

I flera hundra år har nyhetsbrev i olika former använts som ett sätt att förmedla information. Nyhetsbrev *”Newsletters”* var föregångare till det som sedan blev första tryckta tidningarna. Tidigt inom handeln, ofta mellan *moderländerna* och *kolonierna* som befann sig i en annan världsdel, organiserades en nyhetsförmedling med handskrivna uppgifter om tygpriser, sjunkna handelsskepp och krig. Bristen på utrymme gjorde att berättelserna måste hållas korta och koncisa. Viktig information måste få plats i ett kort stycke, ibland i en enda mening (Breig J. 2003). Detta sätt att kommunicera nyheter spelade en viktig roll under lång tid (Mediekompass. Publicistguiden). Nyhetsbreven ersattes så småningom av den tryckta pressen. De fortsatte dock användas för att förmedla nyheter till mindre grupperingar inom specifika områden och framställdes ofta med hjälp av stencilapparat eller kopieringsmaskin. Sedan 1990-talet ges de flesta nyhetsbrev ut i digital form och har varit särskilt populära inom marknadsföring. Nyligen återupptäcktes nyhetsbreven som ett värdefullt direkt och pålitligt verktyg, ett bra alternativ till att förmedla nyheter i en tid då journalistiken genomgår en stor omvandling. Sen internet kom har informationen gjorts tillgänglig för de flesta från alla tänkbara källor. Möjligheterna och rutinerna för människorna att orientera sig om vad som händer har förändrats radikalt, på både gott och ont. Många traditionella medier har blivit föråldrade särskilt när det gäller digitalisering och har därmed förlorat inflytande och dragningskraft särskilt hos unga människor.

Med en modern teknik i konstant förändring har det blivit svårare att bedöma vilka nyheter och vilken informationskanal man kan som användare lita på. Behovet av att skaffa sig information genom andra kanaler än sökmotorer eller traditionell media ökade. Värdet av ett åsidosatt verktyg som nyhetsbrev då var återupptäcktes och intresset för oberoende e-post nyhetsbrev som kunde förmedla utvald, kvalitetssäkrad information (*curated news*) blev större. Väl kända journalister från stora tidningar såväl som människor utan journalistutbildning började använda sig av epost nyhetsbrev och genom detta kunde det också bli en öppning för en lång rad specifika ämnen som tidigare hade svårt att nå en intresserad publik. Epost nyhetsbrev framställs och används som kommunikationskanal av journalister i vanliga medieföretag som specialiserat sig i ett specifikt ämne men också av passionerade individer med särskild expertis inom området. Nyhetsbrev visar sig vara ett effektivare sätt att hålla kontakt med ett specialiserat ämnesområde än att till exempel surfa på en webbplats (Newman N. 2022). E-post nyhetsbrev har haft en

förmåga att anpassa sig och utvecklas och det som en gång ansågs vara ett förlegat medium har återigen blivit en uppskattad direkt och effektiv kommunikationskanal som gör det möjligt att få kontakt med sin publik på ett mer personligt och målinriktat sätt (Forbes Communication Council, 2024).

Olika sorters epost nyhetsbrev förekommer. Nyhetsbrev som är avsedda för marknadsföring har funnits en längre tid. De är ett känt fenomen och dessa nyhetsbrev sprids vanligen via massutskick. Även om de kan bidra till att sprida kunskap används de i grunden för att påverka en publik av potentiella konsumenter av deras tjänster och varor.

3. Tidigare forskning och annan litteratur om nyhetsbrev och nyhetsförmedling via e-post

Fler exempel på e-post nyhetsbrev om etik finns inte i Sverige (vad jag vet). Nyhetsbrevet om etik som jag står bakom verkar vara en unik företeelse. E-post nyhetsbrev om etik förekommer dock i andra länder, främst i USA. De ser olika ut i form och innehåll, i hur ofta de ges ut, vilka som står bakom, i vad de har för syfte och om de är gratis eller inte. De flesta nyhetsbrev om etik ges ut av större centra för bioetik forskning.

En sökning om forskning om e-post nyhetsbrev med särskilt fokus på etik gav inga träffar. Däremot fanns ett antal studier om e-post nyhetsbrev allmänt inom nyhetsförmedling. Ett stigande intresse verkar finnas hos forskarna för att studera fenomenet ur olika synvinklar nu när e-post nyhetsbrev används i större omfattning både av privata personer såväl som av stora organisationer.

I en del studier har forskare beskrivit paradoxen att det i modern tid är så svårt att hålla sig välinformerad trots att information är så lättillgänglig. Några har undersökt vad en sådan problematik har för konsekvenser, hur problemet hanteras av de olika aktörerna och om ett nyhetsbrev via epost möjligen skulle kunna visa sig vara en bättre väg att förmedla information.

Idag har människor möjlighet att ta del av medieinnehåll nästan hela tiden och nästan överallt i världen. En enkel *Google*-sökning kan resultera i miljontals webbplatser och den som söker lämnas med den omöjliga uppgiften att sortera igenom resultaten (The New York Times, 2024). I en smart telefon finns mängder nyhetskanaler, nyhetswebbplatser och nyhetskällor tillgängliga. Det är lätt att känna sig överväldigad.

När medieanvändarna läser nyheter via *Google News* innebär det att de använder sig av en sökmotor baserad på algoritmer för att hitta nyheter på internet. Algoritmerna som styr urvalet i *Google News* blir då avgörande för vad människor får veta om sin samtid.

Lätt tillgängliga digitala medier är inte alltid medier som går att lita på. "*Fake news*" florerar över allt. Människor har i de flesta fall inte tid eller energi att verifiera varje webbplats tillförlitlighet, kontrollera källor och fakta, källgranska både texter och bilder, förstå och analysera stora mängder data samt förstå och hantera algoritmer för att söka och verifiera nyhetsartiklar och olika typer av källor på nätet (Picha Edwardsson M. 2020). Överproduktion av information, mediebrus och steril polemik undergräver läsarnas förtroende. (Jean-Jaurès Foundation 2024). En "*informations trötthet*" uppstår och gör att läsarna vänder sig bort från media. Forskare i Frankrike har tittat i detalj på vad detta fenomen handlar om. (Boulonne S. 2024).

The spread of misinformation is causing a general disbelief attitude in social media users, who tend to stop consuming or accepting information altogether, putting Democracy at risk. Therefore, discussions around misinformation need to include information ethics addressing also information control by social media platforms, as well as social media users' responsibility. (Troullinou P. 2021)

Forskningsstudier har visat att nyhetsbrev via epost kan vara både tillgängliga och pålitliga. Därför skulle en sådan kommunikationskanal kunna framstå som ett värdefullt alternativ för att förmedla nyheter. Undersökningar visar dock att publiken kräver att eventuella alternativa verktyg för nyhetsförmedling ska tillåta att nyheterna förblir lika lättillgängliga, helst genom ett enkelt klick på en knapp. I en värld full av digitala distraktioner är nyhetsbrev via e-post lätt att hitta. De levereras till en *inbox*, en sådan plats som de flesta människor besökte flera gånger varje dag (Hendrickx J. 2020).

Genom att ta emot ett nyhetsbrev behövde medieanvändarna inte längre vara hänvisade till att enbart besöka en webbplats som *Google Search* för att hitta ny information. I ett e-post nyhetsbrev hade författaren/avsändaren redan gjort sökningsarbetet.

Nyhetsbrev via epost finns att tillgå från flera mediehus och andra organisationer. Forsningen visar att en sådan direkt kanal uppskattas av stora mediaorganisationer i en tid då sociala medier som Facebook och X (Twitter) tappar i förtroende och förlorar användare (Seely N. 2021, Internetstiftelsen 2025). New York Times (NYT), en stor och välkänd amerikansk tidning, har tidigt intresserat sig för email nyhetsbrev. Deras första nyhetsbrev började skickas redan 2001. NYT ger ut flera nyhetsbrev som blivit många läsares första dagliga interaktion med tidningens journalistik (Newman N. 2022). I en artikel beskrivs e-post nyhetsbrev som ett av mediernas nya verktyg att använda för att kunna fortsätta påverka mediernas publik/audiens i framtiden (Ahmadi A. 2024).

I den senaste undersökningen som *Reuters Institute* genomfört svarade majoriteten av tillfrågade tidningsutgivare (77 %) att de planerade att satsa mer resurser på att bygga direktlänkar med deras läsare via email nyhetsbrev och andra sådana kanaler som de kunde ha mer kontroll över (Newman N. 2024). För de traditionella medierna handlar det om att kunna behålla möjligheten att få influens när den digitala miljön gör det *kommunikativa rummet* allt trängre på grund av den stora mängden nya aktörer och kommunikationskanaler. En konsekvens av en sådan förändring blir att hierarkin av influenser håller på att förändras och att kraftigt modifieras. Det borde man ta hänsyn till eftersom det är dem som sitter högst i denna hierarki som slutligen kommer att få makt att fastställa vad som är nyheter (Solito L. 2023). Journalistik är en process i förändring (Pecha Edwardsson M. 2020 m.fl.) som har stort behov av en omstart (Shibsted, 2024).

"Vi har sett hur traditionella mediers grepp om det offentliga samtalet har försvagats under det senaste årtiondet, men 2024 innebar en explosion av "decentraliserad" journalistik. Plattformar som Substack gav enskilda journalister möjlighet att kringgå medieföretagens grindvakter och bygga direkta relationer med sina publikgrupper. Att talangfulla skribenter från tidningar som The New York Times och The Guardian flyttar till oberoende plattformar signalerar ett skifte från institutionell trovärdighet till personlig profilering" (Baydar Y. 2024).

I en enkät som genomfördes i tio länder (Australien, Belgien, GB, Tyskland, Indien, Irland, Japan, Norge, Sydkorea, USA) undersöktes motivationerna som låg bakom valet av att använda sig av e-post nyhetsbrev. Forskarna fann att de viktigaste faktorerna för användarna av e-post nyhetsbrev var formatets bekvämlighet (65 %), de olika perspektiven (30 %), författarens ton och personlighet (28 %) och ett unikt innehåll (24 %). De upplevda fördelarna var anmärkningsvärt lika i de tio länder som undersöktes. Författarens röst värderades dock mer i Sydkorea och Indien. Egenskaperna hos de mest framgångsrika e-post nyhetsbrev – bekvämlighet, unika perspektiv och en personlig touch – visade sig alltmer värdefulla i en värld av informationsöverflöd och överbelastning. Den mänskliga aspekten var särskilt viktig då många uppskattade den kravlösa och givande kontakten med en person som kunde vägleda dem genom nyheterna (Newman N. 2022).

I en annan studie kunde forskaren särskilja två bredda kategorier av e-post nyhetsbrev. Det som utgjorde skillnad var att nyhetsbrev följde olika värde modeller. Den första kategorin nyhetsbrev som benämndes "*Functional newsletter*" var informationstäta och upprätthöll ett avstånd mellan avsändare och mottagare. De inblandade personerna, i synnerhet nyhetsbrevets författare, var inte det centrala. Det viktiga i dessa nyhetsbrev var själva innehållet. Värdet låg i kvaliteter som nyhetsbrevet präglades av och som konkret kunde hjälpa läsarna. Den andra kategorin nyhetsbrev kallades "*Relational newsletter*" och syftade på nyhetsbrev där personlighet i högre grad sattes i första rummet. Det skulle dock kunna bidra till att en nära relation mellan avsändare och mottagare bildas med fördelen att skapa en direkt, personlig och givande kontakt men med risken att författaren som person exponerades mer och därmed fick ökade krav av olika slag från mottagarna av nyhetsbrevet (Andringa P. 2022).

Att föra in en mer personlig ton i nyhetsbrevet kunde också riskera att avslöja författarens partiskhet och polariserande åsikter, medvetet eller omedvetet. Leonhardt, en känd journalist på NYT och författare av ett nyhetsbrev som blev hårt kritiserad för sin rapportering av covid-19 är ett exempel på detta (Newman N. 2022).

En personlig relation mellan läsare och författare anses dock av flera forskare vara värd att odla i en tid då sökmotorer som *Google Nyheter* och andra levererar innehåll enbart genererat av algoritmer (Seely N. 2021).

"*Curator, news curation, curated news*" är termer som flitigt återkommer i engelsk forskning (och ibland översatta i svensk litteratur) vid beskrivningar av processen som används inom digital nyhetsförmedling. *Curator* syftar i det fallet på en person som har för uppgift att välja den bästa informationen som finns online med avseende på dess kvalitet och relevans, sortera den, aggregera den och länka den till de ursprungliga nyhetskällorna. En forskare noterade att en "*curator*" inte behövde vara journalist men borde behärska många av de färdigheter som krävdes av en journalist. Sådana personer kunde vara frilansare eller amatörer, eller kanske arbeta för en nyhetsorganisation, ibland med en stor grad av oberoende och synlighet (Guerrini F. 2013). Fler "*gatekeepers*" (grindvakter) och ännu en nivå av "*gatekeeping*" förekommer. Begreppet *gatekeeper* fördes ursprungligen fram av socialpsykologen Kurt Lewin (Burnes B. 2020) och har sedan 1950-talets använts inom medie- och kommunikationsvetenskaplig forskning för att beteckna vad som styr urvalet av nyheter i massmedier och andra informationskanaler (NE). *Gatekeeper* syftar på en person som kontrollerar kommunikationsflödet i en kanal (Petersson O. 2009), en person som sällar igenom stora mängder information och väljer vilka delar av den informationen som ska nå en publik (Shoemaker PJ. 2009). På sin väg från händelse till läsare måste en nyhet passera

många *gatekeepers*. Vid varje *gate* värderas nyheten och ställs mot andra nyheter (NE). I relation till ett digitalt socialt nätverk definieras en *gatekeeper* som en dörröppnare, en typ av person som anses pålitlig och som man då tror har omdöme att tala om vilka (personer/nyheter) som är pålitliga (Lalander P. 2011).

The Conversation, en politiskt obunden, icke-vinstdrivande internationell nyhetsplattform på internet, har försökt sedan 2015 göra en annan röst hörd genom att kombinera det bästa av akademisk expertis med rigorös journalistik, och att sprida oberoende, gratis, kvalitetsinformation tillgänglig för alla via dagliga email nyhetsbrev. Människorna som ligger bakom *The Conversation* var från början övertygade om att endast verklig expertis kan göra skillnad. De behövde dock undersöka om deras arbete, i praktiken, de facto haft en konkret inverkan på samhället och samhällsdebatten. 2024 skickades en enkät till prenumeranterna som resulterade i en rapport med ett antal exempel som visade på *The Conversation* faktiska inverkan (Ketchell M. 2024).

4. Bristen på kvalitativ information om etik är problematiskt

Informationsbrist betyder att information om något saknas eller att man har otillräcklig tillgång till det man behöver veta.

Tillståndet att vara oinformerad innehåller flera nyanser och kan betyda att vara okunnig, omedveten, oinvigd, ovetande, oinitierad, obildad (Merriam-Webster Dictionary). Att ha fri tillgång till information bedöms som en förutsättning för delaktighet d.v.s. för att människor ska ha möjlighet att påverka. Flera omständigheter kan ställa till problem för att det ska kunna ske. Informationen kan vara så omfattande att det blir omöjligt för de flesta att skilja vad som är viktigt från vad som är irrelevant och ibland skadligt. Det blir komplicerat att skilja information som är sann från information som är falsk och som kanske syftar till att skada. Det är även vanligt att helt eller delvis missa viktig information för att man saknar tillräcklig kunskap eller på grund av att vissa aktörer använt en medveten strategi till exempel genom att dölja beslutsprocesser och att hindra insyn i verksamheter.

Det har varit tydligt att det saknats kvalitativ information om etik i samhället, och kanske särskilt inom hälso- och sjukvården. För att kunna hantera etiska problem behövs en god kännedom om relevanta fakta inom etik och flera andra områden. Det är fakta och evidens som bör och ska ligga till grund.

Att vara väl informerad eller åtminstone att veta hur man ska kunna skaffa sig de relevanta fakta som man behöver ta hänsyn till är nödvändigt. Det behövs hitta en lösning för att förbättra situationen. Kanske kunde ett nyhetsbrev via epost visa sig vara ett lämpligt verktyg att använda för att förmedla information om etik. Det kunde vara värt att prova.

“... One of the great things about having news coming in through email is that you have various viewpoints on what is happening in the world. It saves a lot of time surfing web pages. You can just go through each email and read the content. Newsletters are an incredibly useful tool to keep your audience informed. Curated, tailored newsletters content which is fact checked will go a long way to building up trust”.

Ungapped. Digital platform.

Del 2

E-post nyhetsbrevet om etik
*– fokus på tillämpad etik och
ett annorlunda sätt att utföra ett arbete*

Jag startade projektet om nyhetsbrevet om etik juni 2016 direkt efter att jag lämnat min tjänst som etksamordnare på Karolinska sjukhuset den 31 maj.

Målgruppen för nyhetsbrevet då var medlemmarna i Nationella etiknätverket, ett nätverk som bildats 2004 och som hade Karolinska sjukhuset i Solna som initiativtagare. Jag fick i uppdrag att vara kontaktperson för medlemmarna och allmänt för att se till att etiknätverket tog form. 2016 bestod Nationella etiknätverket av ett femtiotal engagerade personer som arbetade med etikfrågor inom olika verksamheter över hela landet. Efter att medlemmarna i etiknätverket tagit emot nyhetsbrevet i drygt ett år frågade jag dem om hur de uppfattade och värderade mina utskick. Deras svar visade att de i oväntad hög grad uppskattade tjänsten, både dess form och dess innehåll och att de önskade kunna fortsätta få nyhetsbrevet i framtiden på samma sätt som hittills. 2018 bestämde jag mig för att lämna alla uppdrag i Nationella etiknätverket. Då, ännu en gång, blev jag övertalad av medlemmarna att fortsätta ge ut nyhetsbrevet. Jag passade då på att öppna möjligheten för alla som ville, inte bara medlemmarna i etiknätverket, att prenumerera på nyhetsbrevet, såväl privata personer som myndigheter och organisationer.

Sen dess har jag utan uppehåll, bortsett ifrån sommaruppehållet, varje vecka förmedlat en samlad, kvalitativ information om etik bestående av noggrant utvalda och kontrollerade nyheter till en grupp av särskilt intresserade prenumeranter som lämnat samtycke till att få mina utskick.

1. Tillämpad etik

I nyhetsbrevet om etik läggs fokus på tillämpad etik (*applied ethics*). I denna del av etiken undersöks praktiska moraliska problem och föreslås principer och riktlinjer för att lösa dem med hjälp av begrepp och argument från etisk teoribildning. Tillämpad etik knyter samman etisk teori och vår moraliska praktik (Stockholms Universitet). Tillämpad etik är en term som refererar till etisk reflektion riktad mot ett särskilt område (Frey et al. 2005, Lynöe et al. 2009).

“Practical ethics today is concerned with what we should do in any given situation. It reflects on personal, professional, policy, and social choices and structures and holds them up to scrutiny. It may balance or prioritise different values and interests. Good practical ethics relies on an in-depth understanding of the relevant real-world facts and issues and so it is often interdisciplinary”. (The Uehiro Oxford Institute 2025).

Tillämpad etik berör många områden och har inga tydliga gränsdragningar: bioetik, forskningsetik, medicinsk etik, vårdetik, etik och politik, väpnade konflikter etik, etik och juridik, etik och Artificiell Intelligence (AI), pressetik, informationsetik, djuretik, etik och miljö, affärsetik, tekniketik, etik och migration, etik och globalisering är några exempel. Den disciplin som ordet *etik* (-etik) kombineras med ger upphov till egna etiska problem, som kräver etisk reflektion och egna etiska riktlinjer. Även krig sägs kräva sin egen krigsetik. (Segerdahl P. 2017).

I nyhetsbrevet har *bioetik* en särställning. *”Bioetik är den multidisciplinära studien av och svar på moraliska och etiska frågor. Bioetiska frågor involverar ofta överlappande problem från olika studieområden, inklusive biovetenskap, bioteknik, folkhälsa, medicin, allmän ordning, juridik, filosofi och teologi. De uppstår på kliniska, forsknings- och politiska arenor, vanligtvis som svar på framsteg inom biologi, hälsovård och teknologi, särskilt bioteknik”.* (John Hopkins Berman Institute of Bioethics. 2025).

Den information som förmedlas via nyhetsbrevet om etik bör ha relevans för bioetiken och i förlängningen för det praktiska etikarbetet. Den kan till exempel handla om vilka etiska normer som ligger till grund för avgörande beslut i samhället, vilka etikfrågeställningar som aktualiseras

vid tidpunkten och vilka etikfrågor som debatteras, vilka argument för och emot som framförs, vilka områden inom etiken som blir föremål för forskning. Vidare kan informationen beröra hur etikfrågorna rangordnas, hur etik prioriteras, hur etik hanteras allmänt i organisationer och i samhället i stort.

Mottagarna av nyhetsbrevet om etik ska kunna få tillgång till fakta och till konkreta exempel som ska hjälpa dem att reflektera över implikationerna av grundläggande principer inom en mängd olika områden där etiska överväganden uppstår. Genom att få sådan bred kunskap ska mottagarna kunna betrakta fenomen ur olika perspektiv, kunna identifiera och särskilja etiska problem, kunna bilda sig en egen uppfattning i viktiga *små och stora* etikfrågor, samt kunna utveckla och stärka egna argument för att sedan aktivt och effektivt delta i etiksamtal och medvetet handskas med etiska problem.

2. Nyhetsbrevet är resultatet av ett ideellt arbete

Att arbeta ideellt betyder att någon gör något för att personen är intresserad av det och inte för att tjäna pengar. Arbeta för ett ideellt mål (NE). Ett ideellt arbete görs för någon annans väl. Att ett ideellt arbete är oavlönat avgränsar det från förvärvsarbete.

Motivationen att arbeta ideellt finns som ett inre tillstånd som får människor att göra något, att röra sig åt ett visst håll och att fortsätta vara engagerade i en aktivitet (Ormrod 2016).

Ett ideellt arbete kan fylla olika behov hos människan och de som arbetar ideellt har ofta själva på något sätt nytta av det (Hastö 2018). Utmaningar i det ideella engagemanget är tidsbrist, brist på ork och energi, ekonomiska hinder, känslomässiga utmaningar, bristande stöd samt för stora förväntningar från andra i organisationen eller från dem som har nytta av det ideella arbetet (Volontärbarometern 2024).

Att arbeta ideellt är ett annorlunda sätt att arbeta som jag tidigare provat när jag genom Röda Korset under tre år hade till uppgift att ge samtalsstöd åt torterade asylsökande.

Nu skulle mitt ideella arbete på många sätt vara annorlunda. Det skulle göras i en mycket större omfattning och ske utanför den trygga ramen som en ideell organisation brukade erbjuda. Det var också speciellt eftersom det var den enda möjligheten som återstod för att projektet med nyhetsbrevet skulle kunna bli verklighet. För att det skulle fungera krävdes tid, arbete, expertis och resurser. Jag var engagerad, motiverad, hade tid och möjlighet (jag hade en pension som gav mig en säkrad inkomst). Det som drev mig var endast det goda resultatet jag förväntade mig kunna uppnå och nyttan för andra som förhoppningsvis skulle följa med det.

Denna arbetsform har fördelar, i synnerhet för att den ger mig möjlighet till större frihet att bestämma både över min tid och över hur arbetet ska bedrivas. En sådan arbetsform bjuder samtidigt på en rad utmaningar. Det gäller att lära sig navigera rätt för att hitta sin plats när den vanliga strukturen som en anställd omges av och som ger skydd inte längre finns. Man kan ibland känna sig som en *"udda fågel"* på arbetsplatsen. Att den ordinarie personalen är tillmötesgående och visar intresse har stor betydelse för att man över tid ska kunna trivas och orka behålla motivationen att arbeta ideellt.

3. En anknytning på Karolinska Institutet

Alla projekt kräver resurser för att genomföras. Om man inte fick de nödvändiga resurserna till *"driftkostnaderna"* kunde projektet med nyhetsbrevet inte starta. Det skulle inte räcka att jag var beredd att arbeta ideellt. Mer behövdes.

Med möjligheten att få en anknytning vid Karolinska Institutet kunde problemet, till slut, lösas. Genom att jag blev anknuten fick jag tillgång till en dator, en webbsida, en sittplats samt en

välrenommerad "plattform" att utgå ifrån. Utan en sådan plattform hade det varit svårt som ensam individ att göra sin röst hörd, att nå sin publik och att tas på allvar. Genom anknytningen fick jag genom Karolinska Institutets bibliotek (KIB) tillgång till en mängd vetenskapliga tidskrifter. I detta ingick dock inte tillgång till dagstidningar som är en viktig informationskälla för etikbevakningen. Jag bestämde mig då att själv stå för kostnaden för prenumerationerna till ett antal tidningar.

Särskilda villkor måste uppfyllas för att få vara anknuten på Karolinska Institutet. Dessa villkor skärptes efter att ett antal forskare missbrukat möjligheten. Efter detta blev jag tvungen att ansöka om en förlängning varje år och för min del att förklara varför arbetet med nyhetsbrevet är så viktigt för Karolinska Institutet att det ska få fortsätta. När förlängningen av min anknytning inte längre sker automatiskt är det inte heller längre självklart att jag ska kunna år efter år fortsätta leverera nyhetsbrevet. Allt hänger i slutändan på ett beslut som institutionens prefekt ska ta. För närvarande regleras en anknytning vid KI av ett särskilt dokument enligt följande: *"Att vara anknuten vid KI utgör inte någon anställning, syssla, titel eller befattning utan är endast en administrativ åtgärd för att ge tillgång till sådana resurser vid KI som är nödvändiga för syftet med personens deltagande i verksamheten. Anknytning bör endast ske i undantagsfall och i den utsträckning det är särskilt motiverat och nödvändigt för verksamheten. En anknytning får under inga omständigheter användas som någon form av belöning eller förmån. En anknytning ska vara tidsbegränsad och får uppgå till högst 3 år i taget. Det krävs inte några särskilda skäl för att avsluta en anknytning"*. (Föreskrifter och anvisningar för anknytning. Dnr 1-683/2019. Karolinska Institutet).

4. Nyhetsbrevet följer en anpassad arbetsprocess

Nyhetsbrevet om etik förväntas hålla en hög kvalitetsnivå och framställas på ett så professionellt sätt som möjligt. Jag var inte journalist och hade ingen professionell erfarenhet av nyhetsförmedling men jag var intresserad. Jag visste vad journalistiken handlade om och jag hade god kännedom om *pressetik* och om pressombudsmannens arbete. Dessutom hade jag genom min tidigare tjänst som etksamordnare på Karolinska sjukhuset en lång erfarenhet av att ansvara för etikutbildningen av sjukhusets chefer och medarbetare. Jag hade dessutom till uppdrag att bidra med information om hälso- och sjukvårdsetik och om annat med relevans för etiken.

När jag startade nyhetsbrevet fanns ingen vägledning, inga exempel att hämta inspiration ifrån, ingen forskning att luta sig mot och ingen person som kunde ge stöd. Jag var tvungen att konstruera en egen arbetsrutin med inspiration hämtad från journalistik. Denna rutin handlar om att bevaka, samla in, sortera, kvalitetssäkra, bearbeta, organisera och via eposten sprida nyheterna om etik. Den innefattar även efterarbete och utvärdering. Flera av stegen i processen pågår "parallellt" och upprepas varje dag under hela veckan.

Tabell 1. Stegen i arbetsprocessen

1. Mediebevakning	-----
2. Nyhetsinsamling	7. Utvärdering
3. Nyhetssortering	8. Efterarbete
4. Kvalitetssäkring	
5. Sammanställning	
6. Spridning	

Med tiden utvecklades arbetsrutinen till en välfungerande process i flera steg och efter åtta år kändes det glädjande när jag i samband med skrivningen av rapporten upptäckte att den stora

amerikanska tidningen *New York Times* tagit fram en vägledning som inte skiljer sig nämnvärt från min egen rutin.

Mediebevakning

Bevakningen jag gör för nyhetsbrevet handlar om en allmän "*mediebevakning*" som dock främst berör ett specifikt område, etik. Därför har jag valt att kalla den för *etikbevakningen*. Den genomförs för att hitta ny information om etik och är till för människor som befinner sig inom olika verksamheter över hela Sverige. Bevakningen täcker ett stort antal medier av olika slag som har relevans för etiken: tryckta medier, internet, sociala medier, tv, radio, podcast, bloggar och nyhetsbrev. Källorna är många. Jag använder mig sällan av sökmotorer som *Google News*. I stället väljer jag källor som jag själv valt ut och som jag har bedömt vara värdefulla och pålitliga. Jag tar in nya källor allt eftersom och kan då och då ta bort en och annan. Några exempel av nyhetsbrev om etik som jag uppskattar redovisas i tabell 2. Fler nyhetsbrev som jag använder redovisas i rapportens sida med alla andra referenser.

Tabell 2. Några exempel på nyhetsbrev om etik via epost

Bergen Centre for Ethics and Priority Setting newsletter (start 12/11 2024). Norge
British Medical Journal (BMJ) Today. Daily news via email.
Ethics Center. Newsletter. Australia
Ethox Center Oxford. Email newsletter. UK
European Association of Centres of Medical Ethics (EACME). Weekly email newsletter.
Harvard Medical School Center for Bioethics. Email newsletter. US
Hastings Center. Research institute. Email newsletter. US
John Hopkins Berman Institute of Bioethics. Weekly mail newsletters. US
National University (NUS). Centre for Biomedical Ethics Research. Ethics Bulletin. Singapore.
Nuffield Council on Ethics. Email newsletter. UK

Bioetiknytt är Statens medicinskt- etiska råds (Smer) kanal för att kommunicera nyheter om etik från Sverige och utlandet. *Bioetiknytt* nämns inte i tabell 2 ovan eftersom förmedlingen av nyheterna inte sker via epost. Nyheterna publiceras sporadiskt på Smer webbsida.

Nyhetsinsamling

Att bevaka nyheterna kräver en daglig, kontinuerlig genomgång. Huvuddelen av researcharbetet gör jag hemma med hjälp av min egen Ipad och Iphone. Det kan ske när som helst på dygnet.

Det är veckans utbud av nyheter i media som styr innehållet i nyhetsbrevet. Vid insamlingen väcks mitt intresse vanligtvis först av titeln/rubriken som ger en första uppfattning om vad artikeln/nyheten kan handla om. I detta skede räcker det med en snabb läsning av de stora rubrikerna i texten eller av studiens abstrakt för att jag ska kunna bestämma mig för att spara nyheten för vidare bedömning. Jag har en mångårig träning och kan genom en snabb överblick besluta om nyheten preliminärt kan vara värd att spara. Varje gång jag hittar en nyhet som kan vara intressant skickar jag länken vidare till min epost inbox på Karolinska Institutet.

Nyhetssortering

Jag reserverar mellan två och tre timmar varje förmiddag för att arbeta med nyhetssorteringen. Jag behöver en dator men jag äger ingen dator och därför måste detta arbete alltid ske på mitt rum på Karolinska Institutet med en dator får låna av institutionen Lime som jag tillhör som anknuten. Det gäller att kontinuerligt bedöma vilka nyheter som kan vara värda att prioritera för att sedan förmedla. Nyhetssorteringen sker i många steg. En första sortering sker direkt vid första

insamlingen av nyheterna. Mängden länkar som efter varje sökning samlas i min inbox är vanligen omfattande. Arbetet med sorteringen bör därför helst ske varje dag för att det ska vara hanterbart. Efter dessa sorteringsomgångar för jag över länkarna på de valda nyheterna till ett Word dokument som fylls på dag efter dag under hela veckan. En länk säger lite om själva nyheten.

För att tydliggöra vad nyheten handlar om lägger jag in en kort introduktionstext till varje länk. Det hjälper mig att sortera och kommer förmodligen senare att hjälpa läsarna att snabbt förstå vad varje nyhet/text innehåller.

Kvalitetssäkring av nyheterna

Kvalitetssäkringen behöver jag göra också på plats på mitt arbetsrum på Karolinska Institutet. Arbetet kräver att jag har tillgång till vetenskapliga tidskrifter för att kunna få de vetenskapliga artiklarna, något som jag enbart kan få genom Karolinska Institutets Bibliotek (KIB).

Jag går igenom artiklarnas innehåll för att bedöma deras aktualitet och relevans. Källor ska identifieras och valideras för varje nyhet. Källmaterialets trovärdighet ska kontrolleras och kunna bekräftas. När författaren är okänd för mig kontrollerar jag tidigare publikationer, institutionstillhörighet m.m.

Kvalitetssäkringen handlar även om att granska datum för publikationen för att vara säker på att jag inte levererar en "gammal nyhet". Jag kontrollerar att nyheten/artikeln inte redan förekommit i ett av mina tidigare nyhetsbrev.

Jag är alltid uppmärksam på att det inte förekommer dold reklam (kanske inte för en produkt men till exempel för en nyutkommen bok, för företag som anordnar betalande etikevenemang eller för professionella föreläsare). Mottagarna måste kunna lita på att jag inte gör försök att påverka och att jag kan hålla mig neutral. Jag är nog med att inte låta egna ideologiska, politiska och andra personliga åsikter komma fram på ett sätt som skulle kunna kännas ovälkommet för mottagarna.

Sammanställning av nyhetsbrevet

Mitt val av nyheter är brett och följer inga fasta kriterier. Ambitionen är att uppnå en balans i blandningen så att det känns relevant, värdefullt och även rättvist eftersom mottagarnas intresseområden är många och olika. Jag anser viktigt att fortsätta uppmärksamma de stora övergripande etiska frågorna inom medicin, de "gamla" etiska frågorna och alla de nya etikfrågorna som uppstår. Jag försöker följa upp pågående debatt i olika viktiga etiska frågor genom att publicera repliker och relaterade artiklar som lyfter fram flera synvinklar av något som är problematiskt. Jag följer ständigt ny forskning både från Sverige och hela världen. Jag ser till att lämna plats för nyheter som mottagarna själva tipsar om såväl artiklar som de är författare till och artiklar som jag missat men som de har uppmärksammat samt för att sprida information om evenemang som de arrangerar.

Vid tiden för sammanställningen finns vanligen alltid (för) många nyheter kvar. Prioriteringar blir nödvändiga. Flera nyheter som kvalificerat sig får till slut ändå inte plats. De som blir över hamnar på en "restlista" för att eventuellt tas upp i nästkommande nyhetsbrev.

Det är ofta svårt att prioritera. Så småningom brukar jag ändå få en känsla av att allt fallit på plats. Det blir sedan lite lättare att bestämma vilket utrymme och vilken placering i ordningen nyheterna ska få. Det bör finnas en viss logik i flödet av nyheter som presenteras för att mottagaren ska kunna få uppleva en behaglig och lättillgänglig läsning. En vanlig förekommande disposition för nyhetsbrevet redovisas i tabell 3. På fredagen har nyhetsbrevet tagit form. På lördagen och söndagen finslipas och justeras det. Ändringar kan ske till den allra sista minuten.

Tabell 3. Nyhetsbrevets disposition

- | |
|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. En hälsning med en eventuell fråga eller reflektion från avsändaren 2. En utvald artikel om en stor högaktuell global allmän fråga (krig, klimat m.m.) 3. Nyheter från regeringen. Rapporter och andra nyheter från myndigheter och relevanta organisationer 4. Nyheter och debattartiklar från svenska dagstidningar och svenska specialiserade tidningar 5. Ny forskning 6. Artiklar från utländska dagstidningar och vetenskapliga tidskrifter 7. Information om kommande seminarier, kurser, konferenser från hela världen |
|---|

Spridning av nyhetsbrevet

I början la jag inte någon större vikt på vilken dag i veckan utskicket ägde rum. Det blev när jag hade hunnit göra nyhetsbrevet klart. Med åren insåg jag som prenumerant av andras nyhetsbrev att jag uppskattade att veta vilken dag och vilken tid jag kunde förvänta mig att få deras epost utskick. Jag tänkte att det kunde också spela roll för nyhetsbrevets mottagare. Nu siktar jag alltid på att få i väg nyhetsbrevet varje måndag förmiddag, oftast före klockan 10.00. Regelbundna utskick ger dessutom en rytm i mitt arbete som underlättar även för mig som avsändare.

För att skicka nyhetsbrevet använder jag en sändlista. I samband med anmälan får en ny prenumerant allmän information och ombeds dessutom att lämna ett skriftligt samtycke för att dess namn och e-postadress ska finnas på mina listor. Att samla in adresser som går till enskilda personer innebär att hantera personuppgifter och att jag har tagit reda på vad som krävs av GDPR och av personuppgiftslagstiftningen. Prenumeranternas samtycke samt namnlistan sparas i Word dokument i min dator på KI samt i Outlook.

Funktionen "*BBC. Blind Carbon Copy*" (för att kunna skicka e-post till en hel grupp utan att mottagare ska kunna se andras e-postadresser) används till samtliga utskick. Sändningslistan uppdateras allteftersom besked från mottagarna om anmälan, avanmälan eller ändringar kommer. Ingen automatisk funktion för anmälan/avanmälan har ännu installerats. All konversation med mig behöver ske via epost. En eller två gånger om året påminner jag prenumeranterna om hur de ska gå till väga om de vill avsluta prenumerationen.

För nyhetsbrevet om etik är det jag som kontrollerar hela processen från början till slut inklusive utskick (leverans) till prenumeranterna. De flesta organisationer har inte möjlighet att göra det själva, de använder en *leverantör*, en extern tjänst för utskicken av nyhetsbrev. Särskilda plattformar för nyhetsbrev (till exempel *Substack*) erbjuder ett sätt att kommunicera med prenumeranter och de kan hjälpa till att skapa, planera och skicka nyhetsbrev.

Utvärdering

Det har hittills aldrig gjorts en formell utvärdering av epost nyhetsbrevet om etik. Man kan dock påstå att en ständig informell utvärdering sker från mottagarna genom att de regelbundet reagerar, lämnar återkoppling, skickar synpunkter, ställer frågor ger tips. Ett flertal mottagare är välkända experter inom etikområdet. De skulle inte låta passera utan anmärkning något jag har förmedlat som uppenbarligen innehåller fel. Jag uppmanar regelbundet mottagarna att lämna återkoppling, tar alltid hänsyn till vad de förmedlar till mig och korrigerar eventuella fel.

En annan sort kontinuerlig utvärdering sker genom en automatisk funktion i Microsoft e-post systemet *Outlook* i min dator. Varje vecka lämnar denna funktion per automatik uppgifter om hur många mottagare i procent som öppnat veckans nyhetsbrev. Siffran är vanligtvis stabil och hamnar mellan 60% och 70%. Funktionen ger också möjligheten att se hur lång tid det tar för

mottagarna att öppna nyhetsbrevet efter ett utskick. Oftast är det drygt 50% som öppnar nyhetsbrevet samma förmiddag dvs inom cirka 4 timmar. Siffrorna påvisar ett förhållandevis bra resultat men ger ingen uppfattning om hur nöjda mottagarna är med nyhetsbrevet.

Ett flertal mottagare skickar nyhetsbrevet vidare till hela eller delar av en organisation, en etikgrupp, en arbetsplats etc. De har självmant tagit initiativet att agera kontaktpersoner. Då blir det omöjligt för mig att hålla reda på hur många det är som har nytta av nyhetsbrevet. Även om det kan kännas lite besvärligt att tappa kontrollen över hur många som läser nyhetsbrevet är inte det viktiga att kunna visa upp ett högt antal prenumeranter. Det som alltid bör värderas högt är att informationen om etik når och är till nytta för så många som möjligt. Det är glädjande att det finns mottagare som är bereda att göra en insats för att sprida nyhetsbrevet.

Nyhetsbrevet om etik marknadsförs inte på annat sätt än genom att mottagarna själva talar gott om det, tipsar om det. Detta lär enligt forskningen visa sig vara det mest effektiva sättet att göra publicitet, ett sätt som dessutom inte kostar någonting (Nielsen 2012). Antalet prenumeranter har under åren ökat till ca 150 personer enbart genom att prenumeranterna själva talar gott om nyhetsbrevet på deras arbetsplatser, organisationer eller med vänner. Lärare brukar tipsa om nyhetsbrevet om etik på etikkurser som de ansvarar för. Mottagarna själva utnyttjar nyhetsbrevet som kommunikationskanal för att informera mottagarna om egna etikkurser och evenemang av olika slag.

Med konstant träning och införskaffande av nya erfarenheter och kunskaper har jag utan att tänka på det utvecklat en högre grad av expertis, något slags *"fingertoppskänsla"* som underlättar mitt arbete. Även om jag nu blivit expert känns det aldrig riktigt så. Jag har fortfarande mycket att lära mig och nästan efter varje utskick brukar jag fundera på om det jag gör är det rätta.

Återkoppling från mottagarna är nödvändig för att jag ska kunna justera nyhetsbrevets innehåll. I tidigare studier har det undersökts varför nyhetsbrev misslyckats. Det var ofta för att innehållet inte motsvarade vad mottagarna förväntade sig och behövde. Nyhetsbreven höll inte det man hade lovat (Sociala Plattformen Vero). Därför är återkoppling från mottagarna av nyhetsbrevet något viktigt. Nyhetsbrevet ska kunna motsvara läsarnas förväntningar och jag måste få veta om det jag gör uppfattas som ett relevant och högt kvalitativt arbete. Återkoppling behövs även på en känslomässig plan, för att jag ska känna att det jag gör är meningsfullt. Nyhetsbrevet bör uppfylla läsarnas förväntningar för att kunna fortsätta existera men detta bör alltid balanseras mot vad personen som står bakom nyhetsbrevet ska kunna åstadkomma för att orka fortsätta arbeta ideellt och få glädje av att göra det.

Efterarbete

Efterarbetet består bland annat av att ge feedback till mottagarna som hört av sig med en fråga, ett tips eller synpunkter. Jag svarar så fort som möjligt och försöker hjälpa så långt det går.

En annan del i efterarbetet handlar om att varje månad samla månadens nyhetsbrev, vanligen fyra stycken, i en PDF-fil som sedan publiceras på institutionens webbsida. Sedan starten 2016 har cirka 350 nyhetsbrev förmedlats. Samtliga nyhetsbrev har sparats för att den som önskar ska kunna ta del av dem. Nyhetsbrev från 2016-2018 finns arkiverade i min dator. Nyhetsbrev från 2019-2024 finns publicerade på min webbsida Karolinska Institutet, Institutionen Lime.

[Nyhetsbevakning om etik | Karolinska Institutet](#)

En sådan samling av information om etik är unik och kan vara bra att ha tillgång om man till exempel önskar undersöka vilka etikfrågor som varit mer eller mindre uppmärksammade eller hur debatten i en viss specifik etikfråga utvecklats över en tidsperiod. Mottagarna ska till exempel kunna leta efter och gå tillbaka till information som de inte har sparat men nu behöver. Nya prenumeranter ska kunna ha nytta av samlingen för att få en uppfattning av vad nyhetsbrevet handlar om. Slutligen kan denna samling hjälpa mig att få perspektiv på hur mitt arbete med nyhetsbrevet har förändrats över tid, om det jag gör går i rätt riktning.

Vilka ämnen har tagits upp i epost nyhetsbrevet om etik? - Ett exempel från en sexmånaders period januari-juni 2018. (tabell 4)

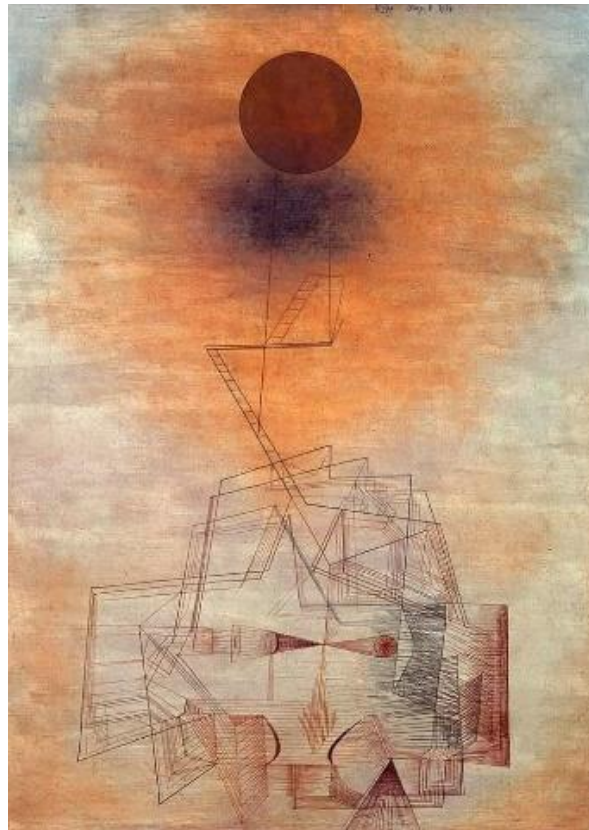
Tabell 4. Mest förekommande ämnen i nyhetsbrevet under januari-juni 2018

Användning av konsulter och hyrpersonal	Medicinska åldersbedömningar i asylprocessen
Arbetsmiljö. Hot och våld	Ny lagstiftning
Artificiell intelligens (AI)	Nya rapporter och kartläggningar
Barn och andra anhöriga som tolkar	Ny forskning
Barnäktenskap	Organdonation
Beslutskapacitet	Prioriteringar
Centralisering av den högspecialiserade vården	Privata vårdföretag
Digitalisering. Digital vård. Nätläkare	Psykisk ohälsa
Diskriminering	Screening för prostatacancer
Dyra läkemedel	Sena aborter
Etikprövning av forskning	Skakvåld
Experimentell behandling	
Fosterdiagnostik	Styrning och ledning av sjukvården
Genteknik	Tvångsvård
Jämlik vård	Vaccinationstvång
Kostnadseffektivitetsprincipen	Vård till personer utan tillstånd
Livsavgörande vårdbeslut i livets slut	Väntetiden för cancerpatienter

Om vi skulle jämföra resultatet från 2018 med samma tidsperiod 2024 skulle vi kunna se skillnader i vilka ämnen som varit aktuella men också många likheter. Innehållet i nyhetsbrevet växlar utifrån vad som händer nationellt och internationellt. De samlade nyhetsbrevet ge därmed en bild av hur samhället och värdegrunden förändras.

Del 3

***Vad skulle mottagarna sakna
om nyhetsbrevet om etik lades ner?
- resultat av enkätundersökningen 2024***



Paul Klee. Bounds of the intellect. (1927).

”I en värld där hat och hot normaliseras mer och mer, särskilt när man inte är överens eller har en annan åsikt är det extra viktigt att ha en inre kompass som guidar en till korrekta beslut och korrekt hållning. Detta kan bara uppnås med träning. De artiklarna i nyhetsbrev du skickar är precis det. En träning för en korrekt etisk hållning”. CSM. Deltagare i enkätundersökningen 2024.

Abstrakt

Bakgrund. E-post nyhetsbrevet om etik är resultatet av ett ideellt arbete. Det startade 2016 som ett försök att komma åt informationsbristen om etik som länge varit ett välkänt men svårlöst problem trots att tillgång till sådan information är nödvändig. Efter åtta år och cirka tre hundra femtio utskick har nyhetsbrevet mottagare vant sig vid att regelbundet få högaktuell information via e-posten. Därmed har informationsbristen om etik för denna grupp under en lång period inte varit ett problem. Hur skulle det då upplevas för mottagarna om nyhetsbrevet av någon anledning behövde läggas ner? Skulle de sakna det?

Syfte. Att undersöka vad mottagarna skulle sakna om e-post nyhetsbrevet om etik lades ner

Metod. Kvalitativ studie. En enkät med en enda öppen fråga skickades via e-post juni 2024. Av de 46 utvalda mottagare svarade 33 (71,7%). Det motsvarade 23,4% av det totala antalet mottagare av nyhetsbrevet (141) vid tidpunkten för undersökningen. En tematisk analys genomfördes.

Resultat. Två teman och åtta underteman kom fram som illustrerade vad deltagarna skulle sakna om e-post nyhetsbrevet lades ner: **Tema 1: Tjänstens kvalitet och funktionalitet.** Underteman: *En unik informations- och kunskapskälla, Sammanställningar med hög kvalitet, Tidsbesparingen, En kanal som främjar etiksamtalen och möjliggör nya kontakter och samarbete.* **Tema 2: Positiva upplevelser och blandade känslor.** Underteman: *Glädje, inspiration och andra spontana positiva känslor, Trygghet av att vara uppdaterad, Tacksambet till avsändaren, Oro att förlora nyhetsbrevet.*

Slutsats. Inga fler exempel på liknande nyhetsbrev om etik gick att hitta i Sverige. Det är därmed troligt att undersökningen är den första i sitt slag som bidrar med empirisk kunskap inom detta specifika fält. Nyhetsbrevet gav deltagarna samlad information som de inte kunde skaffa sig någon annanstans. Utöver nyhetsbrevets funktionella fördelar skulle deltagarna sakna de personliga positiva upplevelser som nyhetsbrevet genererade. Perspektivet att förlora nyhetsbrevet skapade oro. Det vore därför angeläget att undersöka vilka alternativ som kan finnas för att säkra en fortsatt tillgång till information om etik för nyhetsbrevets mottagare och andra.

Nyckelord: E-mail newsletter/E-post nyhetsbrev, nyhetsbevakning, nyhetsförmedling, digital information, etik, ideellt arbete

1. Bakgrund

Samhället vilar på ett antal etiska värden. Dessa värden har definierats, fastställts och etiska principer har rangordnats i en etisk plattform. Den utgör rättesnöret för lagarna som reglerar olika områden i samhället bl.a. inom hälso- och sjukvårdens område. Information om etik är därför sådan information som borde anses viktig och i många fall nödvändig att känna till. Många är medvetna om detta och beklagar att informationen om etik inte görs mer tillgänglig och förståelig. Vi alla har ett ansvar att hålla oss informerade men för vissa personer i samhället, som till exempel politiker, jurister, läkare, sjuksköterskor, handlar det om en moralisk plikt att hålla sig informerade inom deras specifika områden för att kunna ta beslut som utgår från fakta och evidens.

Den som är oinformerad saknar kunskap om (och därmed också förståelse för) ett specifikt område, en specifik fråga. Detta riskerar att leda till en begränsad medvetenhet om tillgängliga alternativ och om eventuella konsekvenser vid ett beslut. Vidare kan det leda till en oförmåga att påverka det som sker, att vara delaktig. Konkreta åtgärder behövs för att komma åt denna frustrerande brist på information som för med sig negativa konsekvenser och som dagligen påverkar berörda aktörer bland annat inom hälso- och sjukvården.

Brist på tillgång till information och därmed brist på kunskap om etik har varit ett välkänt problem i vissa kretsar som dock, bortsett ifrån de tillfällen då något allvarligt hänt, aldrig tillräckligt uppmärksammat. Som legitimerad sjuksköterska och i synnerhet genom min bakgrund som etiksamordnare var jag i hög grad medveten om att ett nytt, enkelt, kvalitativt och anpassat sätt att förmedla information om etik behövdes. Nyhetsbrev via epost var en kanal som jag nyligen börjat använda, dock endast sporadiskt, för att förmedla information till etikombuden på Karolinska sjukhuset och till medlemmarna i Nationella etiknätverket, ett nätverk som jag tagit

initiativ till och som jag under många år varit ordförande i. 2016 fick jag tillfälle att prova nyhetsbrevet som kommunikationskanal i större skala, denna gång med Karolinska Institutet som plattform.

2024 hade nyhetsbrevet om etik funnits i åtta år. Cirka tre hundra femtio nyhetsbrev hade skickats. Mottagarna hade vant sig vid att varje vecka få information om etik och om andra områden som juridik och politik då dessa i hög grad har relevans för etiken. Informationsbristen om etik för denna grupp hade under en längre period inte varit ett problem.

Hur skulle det då upplevas för mottagarna om de inte skulle kunna fortsätta få tillgång till epost nyhetsbrevet om etik, om det behövdes av någon anledning läggas ner?

Syfte

Undersökningens syfte är att ta reda på vad mottagarna skulle sakna om epost nyhetsbrevet om etik lades ner.

2. Metod

Design

Kvalitativ metod. En enkät med en (enda) öppen fråga. *Vad skulle du sakna (om något) om mitt veckobrev med nyheter om etik inte längre fanns att tillgå?*

Deltagare

Enkätundersökningen riktade sig till nyhetsbrevets mottagare. Namnen hämtades från sändningslistan som användes för utskicket av nyhetsbrevet. 46 mottagare inbjöds att delta i undersökningen. Urvalet gjordes utifrån två kriterier:

1. En geografisk spridning skulle uppnås
2. En blandning av nya deltagare och av deltagare som varit med en längre tid skulle uppnås

Datainsamling

I slutet av juni 2024 skickade jag en förfråga i ett personligt informationsbrev via epost till 46 mottagare av nyhetsbrevet (bilaga). Svarsfrekvensen blev 71,7%.

33 mottagare svarade. Det motsvarade 23,4% av det totala antalet prenumeranter som var 141 vid tillfället.

Dataanalys: Deltagarnas kom via email. Svaren kopierades från eposten till ett Word dokument allt eftersom.

Svaren innehöll värdefull information som visade att deltagarna var engagerade och att frågeställningen upplevdes angelägen.

Insamlade data analyserades med hjälp av en tematisk analys (Braun och Clarkes 2022. Byrne 2022). De tre huvudmålen med den tematiska analysen var att:

1. Att identifiera viktiga teman från data,
2. Att förstå hur de relaterar till varandra,
3. Att förstå hur de manifesteras i data för att sedan kunna använda dem för att beskriva fenomenet som undersökningen avsåg att studera.

3. Resultat

Genom den tematiska analysen framkom två huvudteman och åtta underteman som beskriver och representerar de olika specifika delar i deltagarnas svar och illustrerar vad deltagarna skulle sakna om nyhetsbrevet inte längre fanns att tillgå samt vad de upplever inför denna eventualitet.

Tabell 3. Tematisk analys. *Vad skulle deltagarna sakna?*

Tema 1: Tjänstens kvalitet och funktionalitet
<i>En unik informations- och kunskapskälla</i>
<i>Sammanställningar med hög kvalitet</i>
<i>Tidsbesparingen</i>
<i>En kanal som främjar etiksamtalet och möjliggör nya kontakter och samarbete</i>
Tema 2: Positiva upplevelser och blandade känslor
<i>Glädje, lust, inspiration och andra spontana positiva känslor</i>
<i>Trygghet av att känna sig uppdaterad</i>
<i>Tacksamhet till avsändaren</i>
<i>Oro att förlora nyhetsbrevet</i>

Tema 1. Tjänstens kvalitet och funktionalitet

"Jag skulle sakna överblicken över vad som händer på det forsknings- och medicinsketiska området. Nyhetsbrevet är ett mycket enkelt och effektivt sätt att hålla sig à jour, men det handlar inte bara om att det sparar mig tid – jag hade inte, även om jag hade kunnat lägga tiden, kunnat hitta underlag från ett så brett spann av källor. Så det är väldigt värdefullt. Ofta skickar jag sådant jag uppmärksammat genom nyhetsbrevet vidare till kollegor, och jag för in det i vår egen omvärldsbevakning. Jag hoppas att du vill och får möjlighet att fortsätta med nyhetsbrevet!"

Respondent administratör och forskare från ett universitet.

Samtliga deltagare i enkätundersökningen skulle sakna nyhetsbrevet. Deras svar var tydliga och bestämda, ingenting som de behövde fundera länge på. Många ansåg att nyhetsbrevet var mycket viktig, någon tyckte att nyhetsbrevet var på gränsen till outhärlig, en annan att det gjorde skillnad. Många deltagare tyckte att nyhetsbrevet var mycket viktiga och att det hade stort värde för dem. De skulle helt enkelt sakna *allt* med nyhetsbrevet.

"Det jag skulle sakna om ditt nyhetsbrev inte längre fanns är ju att den skulle saknas"

"Det är lätt att svara på din fråga: jag skulle sakna allt"...

"Svaret är mycket enkelt: om det finns en mejlkorrespondens som jag skulle sakna om det avbryts imorgon, är faktiskt dina mejl"...

"Jag hade verkligen saknat veckobreven - för mig gör dem skillnad!" ...

"Nyhetsbrevet är på gränsen till outhärligt för mig" ...

En unik informations- och kunskapskälla

Det *"unika"* med nyhetsbrevet togs upp. *"Marie gör ett unikt arbete genom att sammanställa artiklar och länkar som har med etik att göra"*. Deltagarna var eniga om att nyhetsbrevet gav dem värdefull information som de inte kunde få från någon annan informationskälla och att det inte existerade något annat inflöde av liknande art att gå till som skulle fungera för dem om nyhetsbrevet lades ner.

"Ditt veckobrev är den enda sammanfattning/sammanställning inom etik jag känner till". ...
"Om Maries utskick skulle saknas finns det ingen som bidrar med denna kunskap"...

En respondent beskrev mer i detalj allt hen skulle sakna:

"Vad är det för aktuella frågor man diskuterar inom Etik i Sverige och ibland från andra länder? Jag skulle till stor del missa detta, eller inte vara medveten om det, om veckobrevet inte fanns. Jag skulle sakna att inte få tillägna mig "djupare" läsning om frågor som rör Etik i Hälso- och sjukvården, och även frågor med bredare samhällsanknytning och etiska inslag".

Listan på vilken sorts information och nyheter deltagarna uppskattade och skulle sakna om nyhetsbrevet inte fanns blev lång. (tabell 4).

Tabell 4. Specifik information som deltagarna uppskattar

- Aktuella etiska frågeställningar
- Aktuella frågor man diskuterar inom etik i Sverige och från andra länder
- frågor med bredare samhällsanknytning och etiska inslag
- Aktuella frågor som i vid mening faller inom områdena vårdetik och medicinsk etik
- Artiklar inom forsknings- och medicinsketiska området
- Artiklar som är relevanta utifrån den verklighet vi lever i här och nu och med olika infallsvinklar och i fler sammanhang
- Dagsaktuella nyhetsartiklar, remisser, vetenskaplig litteratur osv. osv.
- "Djupare" läsning om frågor som rör Etik i Hälso- och sjukvården
- Etiska frågor i Hälso-/rättigheter/etik/migration
- Information från internationella FN organ, EU och andra viktiga myndigheter och organisationer som skriver om etik till originalartiklar
- Information om evenemang på gång, om när olika etksammankomster ska ske även om jag ej har möjlighet att delta, ändå intressant att känna till vad som finns
- Information om konferenser, kurser, avhandlingar.
- Internationella källor som ger en bild av hur debatten ser ut utanför Sveriges gränser
- Mänskliga rättigheter
- Nyheter om vad som händer inom fältet med fokus på svenska förhållanden
- Nyheter om olika typer av etiska initiativ inom hälso- sjukvården
- Praktisk forskning om etik
- Politik (regeringens och myndigheters alla utredningar, propositioner, mm)
- Populärvetenskapliga artiklar i tidskrifter och dagstidningar
- Tvång och psykiatri
- Utredningar på gång, nya rapporter, debattartiklar och vetenskapliga artiklar

Sammanställningar med hög kvalitet

Deltagarna beskrev flera kvaliteter i nyhetsbrevets sammanställningar som de skulle sakna (tabell 5). Respondenterna var eniga om att bedöma att just sammanställningen/summeringen av nyheterna höll en hög kvalitet och att de skulle sakna det.

"Omfattningen och kompetensen i urvalet är beundransvärd"...
"Först vill jag säga att ditt veckobrev och arbetet du gör är fantastiskt"...
"Dina nyhetsbrev är otroligt viktiga och värdefulla"...
"Ditt veckobrev är så fyllt av väsentligheter och jag skulle inte vilja vara utan några av dina eftersökningar..."

Tabell 5. "Kvaliteter" i nyhetsbrevets sammanställningar

- Anpassad information
- Användbarhet. Lätt att använda i praktiken
- Balansen i blandningen
- Bredden
- Helheten
- Höga standarden som uppnås varje gång
- Kompetensen i urvalet
- Omfattningen
- Täta, regelbundna uppdateringar
- Utvalt och kvalitetssäkrat innehåll

Nyhetsbrevets bred med många varierade nyheter med relevans för etiken gjorde deltagarna uppmärksamma på nyheter som de, enligt de själva, inte hade kunnat hitta någon annanstans. De fick tillgång till en mängd information som de inte brukade *"skanna av"* själva och som de därmed skulle kunnat missa helt. Det gällde bland annat artiklar som innehöll olika infallsvinklar på en fråga eller ett problem. Det kunde också vara information om evenemang från hela världen med relevans för etiken:

"det jag skulle sakna mest är bredden i de nyheter och ämnen du lyfter – några har jag stött på tidigare, men oftast bara en bråkdel"...

"Jag kan konstatera att varje nyhetsbrev alltid innehåller minst en – ofta fler – länkar (texter etc) som jag inte vetat om och som varit av intresse och nytta för mig i mitt jobb" ...

"Nyhetsbrevet breddar "mitt etiska synfält" då ämnen kommer upp som jag troligen inte själv alltid skulle tänka på att söka efter"...

"Jag hade aldrig hittat sommarskolan vid Venice International University (tema 2023 - etik & organdonation), vilket var en fantastisk upplevelse förra sommaren"...

En forskare i medicinsk etik uppskattade hur nyhetsbrevet strukturerades:

"Jag uppskattar mycket att brevet är så välbalanserat. Det är innehållsrikt men ändå överblickbart (det finns alltför många nyhetsbrev som inte är det)"...

En annan respondent uppskattade att utskicken kom ofta och regelbundet:

"Det jag skulle sakna om veckobrevet inte längre fanns är den täta och regelbundna uppdateringen"...

Tidsbesparingen

Ordet *tid* i relation till tidsbristen förekom i många svar. Deltagarna upplevde tidsbristen som ett stort hinder för att de själva skulle kunna hämta in den information om etik som de behövde.

Många respondenter skulle inte ha tid eller ork att själva leta efter ny information om nyhetsbrevet inte fanns.

"Att få det serverat är ovärderligt"...

"Den ordinarie tiden precis räcker till för att utföra det nödvändiga patientarbetet"...

"Veckobreven ger mig den omvärldsbevakning jag själv vare sig har möjlighet eller tid att göra på egen hand"

"Jag har inte tid att själv leta den information jag behöver" ... "att leta upp allt det du gör för oss läsare skulle jag inte hinna med alls" ...

"Att själv samla in denna information skulle vara alltför tidsödande för mig så jag skulle helt enkelt vara mindre välinformerad om vad som händer inom områdena"...

"Om ditt veckobrev inte fanns skulle jag bli tvungen att själv söka artiklar inom ämnet vilket skulle ske betydligt mindre"...

"Jag kan snabbt tillgodogöra mig det väsentliga utan att läsa igenom omfattande material"...

Flera respondenter pekade på möjligheten som nyhetsbrevet gav att på olika sätt ta in etiken i arbetet.

"Nyhetsbrevet sparar mig mycket tid som jag i stället kan använda till mer direkt arbete med etik i praktik"...

"Jag har inte tid att följa alla medier, så nyhetsbrevet ger mig en bild av hur den etiska diskussionen ser ut i Sverige. Det hjälper mig att relatera mitt arbete till denna etiska diskussion när jag skriver och eller ska göra presentationer i Sverige"...

En kanal som främjar etiksamtalen och möjliggör kontakter och samarbeten

Ett stort antal respondenter skulle sakna nyhetsbrevet för att det fyllde en viktig funktion för att främja samtalen om etik.

"Jag brukar ge min egen lilla etikgrupp här halvårsvisa sammanfattningar av vad som är på gång i etik-Sverige"...

"Dina veckobrev är mycket värdefulla i mitt arbete (som är en ständig strävan!) i att lyfta och bibehålla de etiska perspektiven i mitt arbete med kvalitet och patientsäkerhet"

"Dina nyhetsbrev är otroligt viktiga och värdefulla även nu i mitt uppdrag som ordförande i kommunstyrelsens pensionärsråd. Vi avhandlar flera ärenden från kommunstyrelsens och då speciellt äldre frågor. Jag sitter också i hälso- och sjukvårdsnämndens pensionärsråd. I båda dessa råd finns massor av etiska aspekter"...

En fysioterapeut beskrev att informationen som levererades genom nyhetsbrevet kunde göra skillnad för att öka medvetenheten om etiken på den egna arbetsplatsen:

"Etik är viktigare än många tror och är medvetna om. Få gånger diskuteras det på en vårdcentral som är min arbetsplats. Ändå jobbar alla med etiska frågeställningar och fattar etiska beslut utan att vara riktigt medvetna om det. Så jag hade verkligen saknat veckobreven - för mig gör dem skillnad!"

Nyhetsbrevet bedömdes vara en viktig och verkningsfull kanal för att få information men också för att föra ut egen information över hela landet. Till exempel för att tipsa om nya artiklar som den egna institutionen givit ut eller tipsa om olika etikevenemang som ordnas lokalt i hela Sverige.

"Veckobrevet fyller en viktig funktion för samtalen kring etik i Sverige. Det är viktigt för att föra ut information också"...

"Vår förening har haft stor nytta av utskicken. Både för att ta del av kunskap och för att sprida information om vår verksamhet som har en tydlig etisk inriktning"...

"Nyhetsbrevet är en verkningsfull kanal för att tipsa om olika etikevenemang, typ Smers seminariedagar och SLS's etikdagar"...

"Vi fick en del studenter till kvällskursen tack vare veckobrevet"...

Ett flertal respondenter hade för vana att skicka hela eller valda delar av nyhetsbrevet vidare till andra inom det egna etikerådet, den egna organisationen men även utanför.

"Jag är Rådsledare för ett etikeråd inom Riksföreningen Anestesi och Intensivvård och vidarebefordrar även ditt brev till dessa rådsmedlemmar varje vecka" ...

"Jag vidarebefordrar de artiklarna jag bedömer som extra intressanta till mina kollegor. Detta öppnar för diskussioner inom etik oss sinsemellan som, annars, inte skulle ske lika ofta"...

Tabell 6: Exempel på hur respondenterna använder nyhetsbrevet i praktiken

• Använder nyhetsbrevet för att sprida information om evenemang, tipsa om nya publikationer m.m. • Använder informationen direkt i verksamheten • Använder informationen för att initiera diskussion och reflektion om etik • Använder nyhetsbrevet för att lyfta och bibehålla de etiska perspektiven i arbetet med kvalitet och patientsäkerhet • Använder informationen i uppdraget som strateg inom etik och som medlem i regionens etiska råd • Använder informationen i diskussioner i kommunstyrelsens pensionärsråd och i hälso- och sjukvårdsnämndens pensionärsråd • Går tillbaka till nyhetsbrevet ungefär halvårsvis och ger etikgruppen halvårsvisa sammanfattningar av vad som är på gång i etik-Sverige • För in information om etik från nyhetsbrevet i egen omvärldsbevakning • Skickar vidare till kollegor, avdelningar, till personer i olika delar av organisationen • Vidarebefordrar information till etikerådsmedlemmarna, etikombuden, etiska

Tema 2. Positiva upplevelser och blandade känslor

Det som fångades i tema 2 handlade om deltagarnas upplevelser och känslor (tabell 7).

Tabell 7. Upplevelser och känslor som nyhetsbrevet genererar enligt deltagarna

Positiva	Positiva (forts.)	Negativa (ifall nyhetsbrevet lades ner)
Glädje, Förväntan, Nyfikenhet, Förundran, Aha!-upplevelse, Lust, Positiv energi, Inspiration, Motivation, Eftertanke, Reflektion, Djup,	Delaktighet, Gemenskap, Trygghet, Tacksamhet ---- Ger en guldkant i tillvaron Gör skillnad Känns om en gåva	Oro att förlora något unikt och viktigt Saknad Tomhet Tristess

Deltagarna berättade att nyhetsbrevet genererade glädje, förväntan, nyfikenhet och inspiration och att det är något som behövs i vardagen. Att kunna hålla sig ständigt uppdaterade gav dem trygghet. De kände tacksamhet att få nyhetsbrevet, för många var det en oväntad gåva.

Deltagarna uppskattade att nyhetsbrevet kom från en engagerad avsändare som de kände och kunde kommunicera med. Deltagarnas svar uttryckte dock samtidigt en tydlig oro för att den tjänsten inte skulle finnas kvar.

Glädje, lust, inspiration och andra positiva känslor

Deltagarna berördes personligen, ibland på djupet, på många sätt av nyhetsbrevet.

"Jag är så glad och tacksam varje gång det dimper ner ett veckobrev från dig"

"Nyhetsbrevet skapar lust och nyfikenhet" ...

"Jag läser ditt nyhetsbrev med glädje och nyfikenhet"...

"Med nyfikenhet och förundran fångas jag av allt som pågår"...

Det har varit många gånger under denna tid som jag får en Aha!-upplevelse då jag läser dina utskick"

"Det är en personlig, pågående fortbildning att få läsa andras funderingar, forskning, djupa kunskap..."

"Jag skulle sakna inspirationen och motivationen som nyhetsbrevet ger"...

En sjuksköterska engagerade i ett flertal etikgrupper beskrev upplevelsen av att få nyhetsbrevet varje vecka:

"Jag skulle sakna att inte få se fram emot att få Veckobrevet om etik, då jag ofta läser det på helgen när jag är ledig, det blir då en stund för eftertanke och reflexion. Ger ett djup med en etisk dimension, åt olika frågor i vår samtid. Lite av en "guldkant" i tillvaron att få läsa veckobrevet, om än det kan vara svåra saker som diskuteras".

En annan respondent skulle sakna möjligheten som nyhetsbrevet skapade att få nya kontakter och nya samarbeten samt känslan av att känna sig som en del av en gemenskap:

"Att få känna mig som en del av en större gemenskap genom att få email från en expert och samtidigt få nya kontakter och samarbeten som nyhetsbrevet många gånger leder till."

Trygghet av att känna sig uppdaterad

Att hålla sig uppdaterad för att kunna få reda på fakta är avgörande i varje människas liv.

Deltagarna var medvetna om detta och många upplevde att informationen som nyhetsbrevet levererade var en viktig faktor för att de skulle kunna *hänga med* i vad som hände inom etikområdet.

"Hade jag inte haft ditt veckobrev skulle jag varit mycket mindre uppdaterad i de aktuella etiska frågeställningarna och det hade både varit tråkigt på ett personligt plan och dåligt i min yrkesroll"...

Att få möjligheten att hålla sig uppdaterade genom nyhetsbrevet gav deltagarna en känsla av lugn och trygghet:

"Jag känner mig mera lugn att jag inte kommer med gammal skäpmat som inte är relevant längre"...

"Sammanställningen gör att jag känner mig säkrare och tryggare med att jag "har koll"...

"Viktigt för mig att hänga med i vad som diskuteras inom etik, eftersom jag är ledamot i ett Etikråd i min egen Region"...

Tacksamhet till avsändaren

Deltagarna kände en stor tacksamhet att kunna få ta emot nyhetsbrevet om etik. De uttryckte uppskattning för mitt arbete:

"Jag är varje gång väldigt tacksam och imponerad över dina sammanställningar"...

"Jag tänker alltid på vilken tur att du finns och gör detta för oss andra!" ...

"Jag är tacksam att du erbjuder oss denna fina tjänst, helt gratis och alltid kryddad med fina bilder, vilket jag uppskattar jättemycket och vilket gör mig glad!" ...

"Jag så tacksam att jag kan få en dos av utvalda artiklar och ämnen att fundera över och diskutera vidare"...

Flera skrev att det betydde något för dem att det var jag som var avsändaren av nyhetsbrevet. De uppskattade att jag var någon de kände och att jag gjorde mitt arbete på ett annorlunda sätt:

"Det är en stor glädje att det är just du som är avsändaren, någon som jag känner till skillnad från anonyma sajter"...

En deltagare satt särskilt värde på att nyhetsbrevet höll en bra balans mellan det personliga och det professionella:

"Jag gillar att nyhetsbrevet har en personlig prägel, helt utan att det för den skull blir mindre professionellt"...

Oro att förlora nyhetsbrevet

Det uttrycktes en allmän oro för att nyhetsbrevets skulle försvinna och med det tillgången till en samlad, högaktuell information om etik. Respondenterna hade svårt att tänka sig hur det skulle bli om nyhetsbrevet lades ner och vad som skulle hända då. Många tyckte att det skulle kännas trist och tomt utan nyhetsbrevet.

"Kan inte tänka hur det blir om du slutar"...

"Det vore mycket trist om nyhetsbrevet upphörde" ...

"Det skulle bli ett tomt hål som jag själv inte kan fylla"...

Respondenterna hade inga egna förslag på hur nyhetsbrevets framtid skulle kunna säkras. De hade dock en stark önskan och en förhoppning att avsändaren skulle kunna och vilja fortsätta leverera tjänsten:

"Hoppas att du fortsätter serva oss med bra nyhetsbrev!" ...

"Hoppas du vill fortsätta länge framåt!" ...

"Hoppas du fortsätter så länge du orkar"...

Andra fynd

Två respondenter reagerade på att nyhetsbrevet byggde på ett ideellt arbete:

En chefläkare på ett universitetssjukhus skrev att man inte kunde förvänta sig att ett ideellt skulle fortsätta under en lång tid. *"Ett ideellt arbete kan inte pågå för alltid, förstås"...*

En ordförande i ett etikråd ifrågasatte om det var rätt att använda sig av ideellt arbete som arbetsform, om det skulle kunna vara oetiskt att göra så och om man genom detta riskerade att skicka felsignaler om det etiska arbetets värde:

"Ideellt borde det inte behöva vara tänker jag dock, oetiskt om inte annat. Om etiskt arbete ska bygga på ideellt arbete skickar det fel signaler om värdet"...

4. Slutsats

Nyhetsbrevet om etik har skapat ett tillfälle att sätta fokus på ämnet *"praktisk etik/tillämpad etik"* och prenumeranterna har genom nyhetsbrevet fått möjligheten att ingå i ett nätverk med människor som också de är särskilt intresserade av praktisk etik i en bred mening. Forskning har visat att användningen av epost nyhetsbrev som kommunikationskanal kan hjälpa *nischade* specifika ämnen som tidigare haft svårt att nå en intresserad publik att komma fram i ljuset (Newman 2022). En sådan positiv effekt beskrivs också i svaren på enkätundersökningen och stämmer väl med vad forskarna observerat i andra studier.

Den aktuella undersökningen är den första i sitt slag som bidrar med empirisk kunskap inom det specifika fältet "*epost nyhetsbrev om etik*". Detta gör undersökningen värdefull även om den är begränsad.

Att jag inte skickade en förfråga till samtliga prenumeranter berodde på en beräkning jag gjorde om hur mycket arbete undersökningen skulle kräva av mig och hur mycket jag trodde att jag skulle orka med. Jag bestämde mig för att det var bättre att genomföra en liten studie än att inte göra någon studie alls. Undersökningens deltagare representerade endast en femte del av det totala antalet prenumeranter. Deras svar kunde ändå ge en rättvis bild av hur det förhöll sig i den större gruppen av prenumeranter gällande professioner, arbetsplatser, institutionstillhörighet och geografisk spridning.

Respondenterna visade sig vara engagerade och kunniga personer ofta med stor expertis inom etikområdet och deras svar på undersökningen innehöll värdefullt material som motsvarade mina förväntningar. Jag blev inte överraskad av resultatet. Jag visste redan att mottagarna av nyhetsbrevet allmänt hade ett stort intresse för ämnet och att många var inblandade i utvecklingen av etik i teori och i praktiken.

Den expertisen, de samlade erfarenheterna och det engagemanget som nyhetsbrevets mottagare äger borde ses som en viktig resurs för organisationerna de tillhör och för samhället i stort. Frågan är om de själva upplever att de ges möjligheterna att bidra i lika stor omfattning som det skulle behövas och som de själva önskar.

Mottagarna som deltog i undersökningen kom från olika verksamheter och brottades med olika etikutmaningar. Man kan tänka sig att de i första hand var intresserade av de särskilda etikfrågorna de behövde hantera. Deras svar visar dock att de var oväntat nöjda med att få en blandad information, även den utanför deras specifika område.

Att nyhetsbrevet blandade innehåll hade förmågan att väcka nyfikenhet och förundran var något som deltagarna i enkätundersökningen uppskattade och som gav dem återkommande trevliga *Aha-upplevelser*. Många nämnde *bredden* i sammanställningarna som något mycket positivt. Genom den stora blandningen och den stora bredden som nyhetsbrevet erbjöd kunde de hitta både den specifika informationen som de behövde i deras verksamhet och samtidigt låta sig lockas att ta del av information från andra områden som de själva spontant inte skulle ha sökt efter.

Deltagarna framförde inga önskemål om att få mer eller någon annan information än den som levererades i nyhetsbrevet.

Utifrån denna iakttagelse skulle man kunna fundera på om det skulle kunna löna sig att, när man undervisar om etik eller allmänt informerar om etik, i större omfattning än idag våga gå utanför de vanliga etikfrågorna. Det skulle kanske vara värdefullt att sikta på en större bred, en större blandning genom att ta in högaktuella etikfrågor från många olika håll, såsom jag gör i nyhetsbrevet. I så fall skulle innehållet i nyhetsbreven kunna vara en hjälp/resurs för lärarna. I den förändringstiden vi lever i, när allt går så fort, har det blivit nödvändigt att vara i fas med vad som händer i världen, med hur människor diskuterar och hanterar etikfrågeställningar och etikutmaningar de möter. Genom att breda det etiska perspektivet skulle man kunna minska risken att finnas kvar i gamla mönster. Diskussionen, samtalet och reflektionen om etik skulle då möjligen kunna bli mer dynamisk, intressant och nyttig.

I deltagarnas svar på undersökningen beskrevs nyhetsbrevet som något unikt och nödvändigt som de inte kunde få någon annanstans. Det var enda sättet för dem att få tillgång till en samlad kvalitetssäkrad aktuell information om etik. De tog upp allt de skulle sakna om nyhetsbrevet inte längre fanns. Det blev en lång lista som blottade en rad befintliga brister som deltagarna mötte i vardagen i deras respektive organisationer. Dessa brister var sedan länge kända men hade aldrig blivit åtgärdade. Respondenterna syftade på bristen på information om etik och bristen på tid allmänt för etiken. De berättade att det var ont om tid för att hinna skaffa sig den information de behövde men även ont om tillfällen för att initiera spontana etiksamtal samt vid behov eller för att anordna regelbundna stunder för att tillsammans och på djupet diskutera aktuella lokala etikfrågeställningar.

I svaren på undersökningen fanns en rad exempel som illustrerade på vilket sätt nyhetsbrevet kunde underlätta etikarbetet och på vilket sätt de använde det i praktiken för sig själva och tillsammans med andra inom respektive organisation, etikgrupp eller annan gruppering. Genom att nyhetsbrevet kontinuerligt levererade nya texter som tog upp etiska frågeställningar från hela världen fick deltagarna en mängd varierad material som gav tillfälle att träna sig i att identifiera och analysera etiska problem. Artiklarna i nyhetsbrevet gav stöd och detta hjälpte läsarna att ta initiativet att bjuda in andra för en stund etiksamtal eller etikreflektion. Några respondenter noterade att tack vare stödet från nyhetsbrevet hade det kunnat ske fler och kanske även mer professionella etiksamtal.

Utöver nyhetsbrevets funktionella fördelar skulle respondenterna sakna de personliga positiva intryck som nyhetsbrevet genererade. Nyhetsbrevet kändes som något särskilt värdefullt. Hos de flesta kunde nyhetsbrevet framkalla en rad positiva upplevelser, bland annat en känsla av glädje när veckans nyhetsbrev anlände och en känsla av trygghet då deltagarna kunde vara säkra på att de ständigt var ordentligt uppdaterade på allt som hände i etikområdet och i andra relevanta områden. En respondent skrev att nyhetsbrevet kändes som att få en gåva, en annan skrev att det gav en *guldkant* i vardagen. Att få uppleva sådana positiva känslor var något speciellt.

Flera deltagare uttryckte stor tacksamhet över att det var en människa och inte en robot som stod som avsändare, någon som de flesta lärt känna, som de kunde interagera med, få stöd av och lita på. Att det var viktigt för många att nyhetsbrevet hade som avsändare en engagerad människa med expertis inom ämnesområdet är något som observerats i tidigare forskning och som stämmer väl med enkätundersökningens resultat. Deltagarna i enkätundersökningen som fick tillfälle att läsa ett första utkast av min text berättade att det var först genom att läsa min rapport som de blivit medvetna om hur mycket tid och arbete jag behövde lägga ner för att ta fram nyhetsbrevet varje vecka och att denna nya insikt gjorde att de uppskattade nyhetsbrevet och mitt engagemang ännu mer.

Undersökningens resultat visade att det går att komma åt bristen på information om etik genom att använda sig av ett epost nyhetsbrev som kommunikationskanal. Mottagarna av nyhetsbrevet hade snabbt vant sig vid att regelbundet få information om etik via epost och för denna grupp hade informationsbristen under lång tid inte längre varit ett problem. Svaren på undersökningen vittnade om att arbetet med nyhetsbrevet som jag gör av hela mitt hjärta hade potential att förändra läget till det bättre.

Genom att delta i enkätundersökningen blev dock deltagarna också medvetna om att nyhetsbrevet någon gång kunde behöva läggas ner, att det kunde ske även utan att jag själv ville det. Detta var troligen något som få mottagare hade funderat på tidigare. Denna nya insikt skapade en oro att förlora något värdefullt. Denna oro uttrycktes tydligt i många deltagares svar. Deras starka reaktioner lämnade mig inte oberörd och det ledde till att jag kände ett ännu större ansvar att värna om nyhetsbrevets existens och att vara värdig uppgiften jag hade tagit på mig.

Nyhetsbrevet är resultatet av ett ideellt arbete. Jag förstår att man kan se som problematiskt att hela projektet med nyhetsbrevet är beroende av att jag arbetar ideellt och att jag har en anknytning på KI som behövs för att täcka driftkostnaderna. Det är nog riktigt att dessa omständigheter är orsaken till att nyhetsbrevet bär på en *inbyggd skörhet* som på sikt kan göra dess existens lite mer osäker än det man skulle önska.

Allt detta hade jag funderat på och övervägt redan innan projektet startat. Jag bedömde dock att det var värt att ge projektet en chans. Man bör kanske fråga sig varför det behövde bli så. Många vet eller har själva fått erfara att det vanligtvis är svårt om inte omöjligt att få ledande personer i verksamheter av olika slag att satsa pengar på organiserat etikarbete och även att låta etiken få ta plats som en självklar del av arbetet. En sådan attityd kan möjligen botten i ett missförstånd om vad etik egentligen är och i en svårighet att föreställa sig vad det kan finnas för nytta att satsa resurser på att integrera etiken i organisationen.

Det är inte bra att etiken vanligen inte prioriteras lika högt som andra områden i en organisation och att ett sådant förhållande ofta för med sig negativa konsekvenser.

Etik borde få kosta. Jag håller fullständigt med om det. Men när man trots stora ansträngningar inte lyckas få resurser och det inte finns någon annan möjlighet, då kan ibland valet att arbeta ideellt ändå vara en (nöd)lösning för den som verkligen vill försöka åstadkomma en förändring. Jag och många andra har spenderat många timmar att arbeta med etik utan att få betalt. Jag valde att göra det i en större skala och under ett stort antal år eftersom jag alltid har varit övertygad om att det verkligen är viktigt att bry sig om etiken i organisationen. Jag ville hela tiden hitta enkla sätt att väcka intresse för etik i praktiken dvs etik som alla kunde ta till sig, kunde lära sig använda och kunde direkt dra nytta av det i det dagliga arbetet och i det dagliga livet.

Innerst inne har mitt hopp alltid varit att om det ideella etikarbetet kunde ge ett gott resultat skulle detta synliggöra allt det positiva som kan bli av att arbeta med etik i praktiken. Det konkreta goda resultatet skulle då möjligen kunna leda till att man därefter fick de resurser man behövde för att fortsätta ett påbörjat och då dessutom beprövat etikarbete. Så blev det för mig när sjukhusledningen på Karolinska sjukhuset 1997 inrättade en ny och första tjänst som etiksamordnare efter att jag i flera år hade arbetat ideellt med att organisera etikarbetet på sjukhuset i Solna. Det hände då och kan hända igen.

När jag nu arbetar ideellt med nyhetsbrevet är det inte med en förhoppning att det ska leda till ett betalt arbete – för min egen del. Det skulle däremot glädja mig om mitt arbete kunde leda till att andra etikengagerade personer, helst sådana som idag är mottagare av mitt nyhetsbrev, någonstans i landet fick till uppgift att i sin tur förmedla information om etik via epost lokalt på arbetsplatsen eller centralt inom respektive organisation. Till exempel som en del i en tjänst som de redan har.

Avslutande ord

I rapportens inledande text berättade jag om hur lustfyllt och meningsfullt det alltid känts att arbeta med etik. Med nyhetsbrevet blev det speciellt eftersom jag visste att detta skulle bli mitt sista projekt. Det har varit fantastiskt att arbeta med nyhetsbrevet och nu var det spännande att skriva om det. Jag tycker om att skriva även om det är en övning full av utmaningar. Varken svenska eller engelska är mitt modersmål. Detta kan göra det svårare att få rätt balans och rätt känsla i en text på främmande språk och att lyckas med korrekt grammatik. I några fall förblir jag ovetande att jag kan ha gjort sådana fel.

Rapporten gav mig tillfälle att bekanta mig med nya områden som journalistik, nyhetsförmedling, kommunikation och att upptäcka nya svenska och engelska ord. Jag har envist sökt efter det *rätta* ordet. Jag har ansträngt mig för att *äga* texten för att kunna forma den så att läsaren inte bara skulle lära sig nytt men också få inspiration och en behaglig läsupplevelse. Genom att skriva rapporten kunde jag få ett bättre perspektiv på vad mitt arbete med nyhetsbrevet om etik innebär, en bättre förståelse för vad jag *håller på med*.

Etiken ska inte vara reserverad till några få. De allra flesta människor har kapacitet att reflektera, tänka och agera etiskt. Att utbilda människor i ämnet etik en gång i livet under yrkesutbildningen för att de ska kunna ha med sig en grund att stå på är nödvändigt och bra. Det räcker dock inte för att ett systematiskt etiktänkande sedan ska kunna integreras i vardagen, både i arbetet och i livet. För att hantera etikproblem och de många etikutmaningar man konstant står inför behövs en regelbunden träning och då är det bra att ha *verktyg* av olika slag till hands.

Att ta fram verktyg för etikarbetet var en viktig del av mitt uppdrag etksamordnare på Karolinska universitetssjukhuset. Allt jag kunde komma på för att främja *etiken i praktiken* ville jag också försöka prova i praktiken.

2005, för exakt 20 år sen gav Karolinska universitetssjukhuset en liten bok om etik, "*Etik och konsten att vara en medmänniska*", till samtliga anställda. Sjukhusets ledning och sjukhusets etikråd var initiativtagare och jag var medförfattare. I boken beskrivs bland annat ett antal *etiska verktyg* som varje människa har inom sig redo att användas för att hantera de etiska problem som hon konfronteras med. Boken var så liten att den kunde få plats i arbetsskjortans bröstficka (så att man alltid kunde ha den med sig). Den lilla etikboken finns än idag kvar på sjukhusets webbsida. Nyhetsbrevet om etik kan ses som ännu ett verktyg som skulle kunna ta plats i *verktygslådan* för etiken. Ett enkelt verktyg som ger ett kontinuerligt stöd och som gör att etiken känns mer nära, mer tillgänglig och användbar. Att få några välfungerande verktyg och att ha någon stödjande person att vända sig till kan ofta vara det som behövs, det som gör skillnad för att etiken ska fungera i praktiken.

En deltagare i enkätundersökningen skrev följande omtänksamma ord till mig: "*TACK för det du gör! Jag hoppas det ger dig själv mycket positiv energi och glädje!*".

Det är inte svårt eller ansträngande för mig att arbeta med nyhetsbrevet. När jag använder min expertis och min tid för att underlätta för andra att få den information om etik som de behöver får jag en stark känsla av att jag just nu och då gör det jag bör göra.

Jag är glad att fortfarande kunna ge något, glad att återigen lyckas engagera andra människor, glad att få projektet att fungera under en lång period, glad att skapa något nytt, att ännu en gång få tillfälle att anstränga mig för att bli bättre på det jag gör. Min största glädje är dock att mottagarna

sedan vill visa uppskattning för mitt arbete med nyhetsbrevet både genom att ge mig kontinuerlig återkoppling och genom att de år efter år stannar kvar som prenumeranter.

Min ambition inför framtiden är att få fortsätta med nyhetsbrevet på samma sätt som jag har gjort hittills. Nyhetsbrevet kommer då som vanligt att informera om det som händer, det som är högaktuellt. I den omvälvande period vi lever i blir det oundvikligen mycket nytt att rapportera om i fortsättningen. I en sådan kontext är det onödigt tror jag att redan nu lista ut ett antal områden som borde prioriteras inför andra. Jag kan bara lova att fortsätta försöka finslipa bevakningen så att ingenting viktigt missas. Jag kan behöva hjälp med detta. Jag vågar hoppas att mottagarna vill fortsätta ställa upp genom att skicka tips och genom att ge återkoppling. Allt för att göra nyhetsbrevet om etik ännu bättre.

Slutligen kan man fråga sig om Artificiell Intelligens (AI) kommer att ta över arbetet med att framställa nyhetsbrevet om etik? Denna fråga går inte att svara på ännu. AI utvecklas i en sådan takt att vi har svårt att föreställa oss vad som i en nära framtid blir möjligt eller inte. I en artikel i den brittiska tidningen The Guardian läste jag att det kan vara svårare för AI att handskas med information om nyheter, om det som är högaktuellt:

"Leading artificial intelligence assistants create distortions, factual inaccuracies and misleading content in response to questions about news and current affairs, research has found. More than half of the AI-generated answers provided by ChatGPT, Copilot, Gemini and Perplexity were judged to have "significant issues", according to the study by the BBC. The findings prompted the BBC's chief executive for news, Deborah Turness, to warn that "Gen AI tools are playing with fire" and threaten to undermine the public's "fragile faith in facts" (Weaver M. 2025).

Referenser

Ahmadi A. *Le retour en force des newsletters. L'avenir des médias et de l'influence repose-t-il sur les newsletters ?* The Conversation (2024).

Andersson E. *Rum och Plats i didaktiken. Om VAR-frågan i svensk didaktisk forskning och undervisning – exemplet digitala medier.* Utbildning och Lärande (2012).

Andersson V. *Sparpaket och nedlagda tidningar – så förändras det svenska medielandskapet.* Dagens Nyheter (2025).

Andringa P. *Email Newsletters and the Changing Journalist-Audience Relationship.* Oxford Internet Institute. University of Oxford. (2022).

Baydar Y. *Vi snabbspolar oss rätt in i mediemörkret.* SvD (2024).

Boulonne S et al. Rapport. *L'exode informationnel.* Fondation Jean Jaurès avec Arte et la société de conseil L'ObSoCo (2024).

Braun, V. & Clarke, V. *Toward good practice in thematic analysis: Avoiding common problems and be(com)ing a knowing researcher.* International Journal of Transgender Health, 24(1), 1–6. (2022).

Burnes B. *The Origins of Lewin's Three-Step Model of Change.* The Journal of Applied Behavioral Science, 56(1), 32-59. (2020).

Breig J. *Early American Newspapering.* The Colonial Williamsburg Official History and Citizenship Site. (2003).

Byrne D. *A worked example of Braun and Clarke's approach to reflexive thematic analysis.* Qual Quant 56, 1391–1412. (2022).

Chenik M, Einhorn S, Hellström Lindberg E, Kumlien C, Ringertz B, Tibell A. *Etik och konsten att vara en medmänniska.* Karolinska Universitetssjukhuset. (2005).

Frey R. G., Heath Wellman C. *A Companion to Applied Ethics.* (2005).

Guerrini F. Reuters Institute Fellow's Paper. *Newsroom Curators and Independent Storytellers: Content Curation as a New Form of Journalism.* Reuters Institute for the study of Journalism. Oxford University. (2013).

Hendrickx J. et al. *Innovating journalism by going back in time? The curious case of newsletters as a news source in Belgium.* In *Journalistic metamorphosis.* Springer Nature. (2020).

Hastö D. *Ideellt arbete – varför? En kvalitativ studie om vad som motiverar individer till att arbeta ideellt.* (2018).

Infomedia. Digital plattform. Nordisk ledare inom medieintelligens

Internetstiftelsen. *Svenskarna och Internet. Rapport Källkritik i Sverige 2025.*

Karlsson N. *Fakta eller Åsikt – Vet du skillnaden?* Bloggpost 2023.

Karolinska Institutet. *Föreskrifter och anvisningar för anknäytning*. Dnr 1-683/2019.

Ketchell M. Editor & Executive Director. Have you used the articles from The Conversation to do any of the following? Reader survey results. (2024).

Knowledge Base. Marketing Plattform

Lalander P. *Observationer och etnografi*. Kapitel i Handbok i kvalitativa metoder. Liber (2011).

Lynöe N, Juth N. *Tillämpad etik* i Medicinska etiken ABC. S.366. Liber (2009).

Ormrod, J.E. *Educational Psychology: Developing Learners*. 5th Edition. New Jersey: Pearson/Merril, Prentice-Hall. (2016).

Marreiros, C. G. et al. *Information Ethics Among College Students – Selected Countries Analysis*. Journal of Global Information Technology Management, 27(1), 8–36. (2024).

Maunder A, Florén H. *Generativ AI och undervisning – råd för lärare*. Enheten för undervisning och lärande. Karolinska Institutet. 2024).

Mailmojo. Norsk plattform för epostnyhetsbrev

Mediekompas. Publicistguiden. Kapitel 2: *Press- och nyhetshistoria*. (2018).

NE. Nationalencyklopedin. Upplagsverk.

Newman N. 2.4. *Email News : Its Contribution to Engagement and Monetisation*. (46-49). Reuters Institute for the study of Journalism. Digital News Report (2022).

Newman N. *Journalism, media, and technology trends and predictions for 2024*. Reuters Institute for the study of Journalism. Oxford University. (2024).

New York Times. *What is News Curation? Workflow, Skills and Steps to Get Started*. NYT Licensing. (2024).

Nielsen's Global Trust in Advertising Survey. *Reports and Insights*. (2012).

Olsson J. *Är det nu författaren slutligen dör?* SvD (2025).

Petersson O. *Opinionsbildning*. Danmark: Norhaven A/S. (2009).

Picha Edwardsson M., Al-Saqaf W. *Journalistiken i framtiden – trender och spaningar*. sida 125 i Vad är journalistik? En antologi. (2020)

Sarbacane. Email Marketing platform

Schibsted Media. Report. *Journalism needs a reinvention*. (2024).

Seely, N., & Spillman, M. *Email Newsletters: An Analysis of Content From Nine Top News Organizations*. Electronic News, 15(3-4), 123-138. (2021).

Segerdahl P. När "neuro-" mötte "-etiken". Etikblogg. 2017 Centrum för forsknings- & bioetik. Uppsala University.

Shoemaker P.J., Vos T. *Gatekeeping Theory*. E-book. (2009).

Sjöström T. *Om fakta och kunskap, vad är skillnaden?* Blogg. Novus (2018).

Socialstyrelsen. *Att arbeta evidensbaserat. Ett stöd för praktiskt arbete* (2020).

Solito L, Sorrentino C. *An Interweaving of Influences: How the Digital Environment Redefines Journalism*. (2023).

Styrelsen för psykologiskt försvar (ersattes av MSB). *Kampen om det kommunikativa rummet: informationskrigsföring under Kosovokonflikten* (2002).

Substack. Free newsletter platform

The Uehiro Oxford Institute. *What is Practical Ethics?* (2025)

Tillämpad etik. Forskningsämne. Stockholm Universitet. (2024).

Titan. Digital Platform for Email Services

Trilateral Research. Research company with a strong focus on data protection, ethics and emerging technologies.

Troullinou P. *Fighting misinformation: an ethical perspective*. Trilateral Research. Ethical AI. EUNOMIA Projekt. (2021)

Ungapped. Digital marknadsplattform. Verktyg för digital marknadsföring

VERO. Social media platform and mobile app company

Volontärbyrån. *Volontärbarometern. Rapport för volontär engagemang*. Issuu. (2024).

Weaver M. *AI chatbots distort and mislead when asked about current affairs*. The Guardian (2025).

Lagtexter (Sverige)

Lag (1960:729) om upphovsrätt till litterära och konstnärliga verk.

Tryckfrihetsförordning (1949:105).

Yttrandefrihetsgrundlag (1991:1469).

Övriga källor

Traditionell media

Svenska Dagbladet (egen tidningsprenumeration)

Dagens Nyheter (egen tidningsprenumeration)

The Guardian (egen tidningsprenumeration)

Le Figaro (egen tidningsprenumeration)

Nyhetsbrev via epost

Altinget. Dagligen

Amnesty International nyhetsbrev

American Philosophical Association (APA) Blog and Weekly Newsletter

Bergen Centre for Ethics and Priority Setting newsletter (start 12 Nov. 2024). Norge

Bioteknologirådet. nyhetsbrev Norge

Carver College of Medicine. Bioethics and Humanities monthly email newsletter

Centre for Biomedical Ethics Research Ethics Bulletin. National University Singapore (NUS)

Civil Rights Defenders nyhetsbrev

Ethox Center Oxford newsletter

Etikprövningsmyndigheten nyhetsbrev

EU AI Act Newsletter

EU. Publications Office Newsletter

Europaparlamentets kontor i Sverige. Vecko nyhetsbrev

European Association of Centres of Medical Ethics (EACME). Weekly email newsletter.

Folkhälsomyndigheten nyhetsbrev

Forska!Sverige nyhetsbrev

Harvard Medical School Center for Bioethics Newsletter

IAEA Weekly Newsletter

Institutet för Framtidsstudier nyhetsbrev

John Hopkins Berman Institute. Weekly newsletter Bioethics in the Academic Literature +

Berman Institute Bioethics Bulletin + Ethics & Emerging Biotechnologies + Global Food Ethics

Karolinska Institutets omvärldsrapport via epost (var tredje vecka)

Läkare utan Gränser nyhetsbrev

Myndigheten för vård- och omsorgsanalys nyhetsbrev

Myndigheten för psykologiskt försvar

Nationellt kompetenscentrum anhöriga NKA nyhetsbrev

New England Journal of Medicine

Nuffield Council on Ethics newsletter

Palliativ utveckling centrum i Lund nyhetsbrev

Region Stockholm nyhetsbrev

Regionalt Cancer Centrum Stockholm Gotland nyhetsbrev

Regeringens och Regeringskansliets dagliga utskick via email

Riksrevisionen nyhetsbrev

Röda Korset nyhetsbrev

SBU. Statens beredning för medicinsk och social utvärdering

Scientific American Newsletter

Sjukhusläkaren nyhetsbrev

SST. Myndigheten för stöd till trossamfund nyhetsbrev

Socialstyrelsen nyhetsbrev
Stockholms universitets email nyhetsbrev
Sveriges Tidskrifter nyhetsbrev. Branschorganisation i medievärlden.
Time Newsletters
The British Medical Journal (BMJ) Today. Daily news via email.
The Conversation. Daily email newsletter. Global edition (UK + France)
The Economist newsletter.
The Hastings Center (research institute Bioethics) newsletter.
The Journal of Medicine and Philosophy, Oxford Academic newsletter.
Tidningen Curie nyhetsbrev
Universitetsläraren nyhetsbrev

Social plattform X

Aftonbladet Ledare + Debatt
AMA Journal of Bioethics. US
Bergen Centre for Ethics and Priority Setting
Centre for Research Ethics and Bioethics Uppsala University Nyheter + Etikbloggen
Dagens Medicin
DN Debatt
Expressens Ledare + Debatt
Institute of Medical Ethics (IME). UK.
Institute for Ethics in AI. Oxford University. Philosophy Faculty.
International Association of Bioethics
JAMA Pediatrics
Journal of Medical Ethics
Läkarförbundet
Läkartidningen
Ministère de la Santé et de l'Accès aux soins. France
Nuffield Council on Bioethics. UK
Ordre des Médecins. France
Röda Korsets Högskola
Stanford Medicine. US
Stockholm War Ethics
The American Journal of Bioethics. US
The Ethics Center. Australia
The Hastings Center. US
The Lancet
Svenska Läkaresällskapet
Cambridge University. UK
UKCEN. UK Clinical Ethics Network.
UN Human Rights
University of Oxford. UK
Université Paris 1 Sorbonne. France
Venice International University. Italy



Bilaga

Informationsbrev till deltagarna. Juni 2024.

Hej! Jag har en fråga till dig. Har du möjlighet att svara är det bra men jag kan förstå ifall du inte har tid. Jag är medveten om att perioden precis innan sommaren inte är bästa val av tid för att få svar på frågor.

Min fråga: ***Vad skulle du sakna (om något) om mitt veckobrev med nyheter om etik inte längre fanns att tillgå?***

Ditt och andras svar kommer att användas som del i en rapport som jag planerar skriva under sommaren. I rapporten vill jag berätta om hur jag en gång kom på idén och bestämde mig att arbeta ideellt med ett nyhetsbrev om etik, hur jag praktiskt genomför nyhetsbevakningen (vilka källor jag använder m.m.), hur jag tänker när jag sedan väljer nyheterna och sammanställer veckobrevet, vad mottagarna ger för mig feedback och hur de interagerar med mig, hur veckobrevet och mitt sätt att arbeta utvecklats sedan 2016. Rapporten är i första hand avsedd till veckobrevets mottagare och kan också vara bra att ha till hands när någon frågar om vad jag egentligen gör här på Karolinska Institutet.

Om jag får och om jag kan fortsätter jag gärna med mitt annorlunda ideella arbete på Karolinska Institutet. Jag är dock medveten om att ingenting varar för evigt och därför känns det meningsfullt att ta mig tid att berätta om vad jag gör när jag nu har tillfälle.
