

# Kommunikation

## – Digert arbete som ger riklig belöning

Elisabeth Precht

Särtryck ur Magnus Henrekson (red.),  
*IFN 1939–2019 – 80 år av ekonomisk forskning*

 INSTITUTET FÖR  
NÄRINGS- OCH  
LIVSFORSKNING

# KOMMUNIKATION – DIGERT ARBETE SOM GER RIKLIG BELÖNING

ELISABETH PRECHT

”Det måste bli enklare för forskare att nå ut med sin forskning”, sa Sven Stafström, generaldirektör för Vetenskapsrådet när han deltog i den årliga konferensen Forum för forskningskommunikation i början av april 2019. En förhoppning som många före honom gett uttryck för men som svårligen låter sig förverkligas. Eller?

Tredje uppgiften är högskolornas och universitetens uppdrag att dela med sig av kunskap, vid sidan av de första två huvuduppgifterna, forskning och utbildning. År 1977 skrevs denna uppgift in i högskolelagen. Lärosätena skulle sprida kunskap om sin verksamhet och samverka med det omgivande samhället. Sedan 2009 ingår även nyttogörande av forskningsresultat i lagen. Lagtexten lyder: ”I högskolornas uppgift ska det ingå att samverka med det omgivande samhället och informera om sin verksamhet samt verka för att forskningsresultat tillkomna vid högskolan kommer till nytta.”<sup>1</sup>

## FORSKARENS UPPGIFTER

Hur ska man då förstå den tredje uppgiften och forskares syn på den? ”Den tredje uppgiften skulle kunna beskrivas i termer av skatteåterbäring, eller kanske snarare kunskapsåterbäring, till medborgarna och det omkringliggande samhället”, förklarade Therese Nilsson, IFN och Lunds universitet, i *Nationalekonomiska Föreningens* tidskrift *Ekonomisk Debatt* 2013.<sup>2</sup> Hon skrev vidare att ”incitamenten för att bemöda sig att försöka nå ut med ett budskap är ofta små” och pekar bland annat på det låga meritvärdet för en forskare att skriva populärvetenskapliga eller

---

1 Sveriges riksdag; [https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/hogskolelag-19921434\\_sfs-1992-1434](https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/hogskolelag-19921434_sfs-1992-1434).

2 Nilsson (2013).

andra icke-akademiska texter jämfört med att publicera akademiska arbeten och att undervisa. En allt högre grad av specialisering inom forskningen spelar också in. Med smala forskningsperspektiv blir den enskilde ekonomens kunskap om, intresse för och inflytande över samhällsdebatten relativt klen, vilket försvagar incitamenten att delta i debatten.

God vetenskaplig kommunikation stärker förtroendet för forskning, och därför är den tredje uppgiften en prioriterad del av IFN:s verksamhet. Inte därför att det är lagstadgat för statliga universitet och högskolor utan därför att kommunikation av forskningsresultat utanför akademien är vägen till att forskningsresultat ska komma till nytta – för samhället och för den enskilde. I förlängningen kan stöd till samhällsvetenskaplig forskning bara motiveras om den tar sig utanför akademins murar och bidrar till en bättre förståelse av hur världen fungerar.

Förtroendet för institutets forskning stärks genom en kombination av vetenskaplig kvalitet (garanterad genom sakgranskade publikationer av olika slag) och vederhäftig kommunikation, samt inte minst genom att väcka intresse för forskningens resultat hos ledande beslutsfattare, experter och opinionsbildare. Dessa för i sin tur forskningen vidare till maktens korridorer men även ut i samhällets många vindlande gångar. Även för den enskilde finns en morot: genom att kommunicera sin forskning till samhället i stort får forskaren återkoppling från allmänheten, vilket resulterar i bättre och mer relevant forskning. Och, förklarar forskaren Niclas Berggren, ”en inre känsla av tillfredsställelse kan infinna sig när man tagit fram ny kunskap som av andra bedöms som användbar”.

Mycket tyder på att kommunikation av forskningsresultat utanför akademien spelar en allt större roll även för finansiärer av forskningen. ”Kommunikation och samverkan mellan forskare och det omgivande samhället har kommit alltmer i fokus de senaste åren. Det är en tydlig del i den senaste forskningspropositionen *Kunskap i samverkan* och centralt i EU-kommissionens vision och Konkurrenskraftsrådets beslut 2016 om övergång till ett öppet vetenskapssamhälle”<sup>3</sup> skriver Vetenskap & Allmänhet, en ideell paraplyorganisation med ett 80-tal medlemsorganisationer, bland andra myndigheter, högskolor, företag, folkbildningsorganisationer och forskningsfinansiärer. Det är sannolikt att forskningskommunikation framgent kommer att bli ett allt viktigare konkurrensmedel i kampen om finansiering.

## NYTT MEDIELANDSKAP

Medielandskapet har under senare år förändrats. IFN:s webbplats (svenska och engelska) är navet i institutets kommunikation där i princip allt som produceras på IFN från 1939 och framåt finns att tillgå. I den mån det är tekniskt och

<sup>3</sup> Vetenskap & Allmänhet (2019).

praktiskt möjligt ska IFN:s kommunikation leda läsaren till artiklar och annat material på just webbplatsen.

Traditionella medier är fortfarande viktiga för att sprida forskningsresultat men långt ifrån lika viktiga som för bara tio år sedan. Till detta kommer att tidningarnas pappersupplagor tappar läsare relativt nätupplagorna. Sociala medier tar stegvis allt större del av IFN:s kommunikationsinsatser – *YouTube*, *Facebook*, *Twitter* (svenska och engelska konton) och *LinkedIn* har blivit centrala arenor för att sprida kännedom om forskning. Det gäller även film och annat rörligt material.

Organisationen Nordicom gör varje år en mediebarometer. Den visar att 80 procent av svenskarna läste minst en dagstidning en vanlig dag för tio år sedan. 2018 läste endast 55 procent en dagstidning en vanlig dag, oavsett plattform. Samtidigt var det drygt 70 procent av svenskarna i åldern 9–79 år som använde sociala medier och det blir fortfarande fler från år till år.<sup>4</sup> Vi använder även de sociala nätverken mer frekvent. *Facebook* är populärast, men tvåan *Instagram* och trean *Snapchat* växer snabbare. Och det dagliga Facebook-användandet har stagnerat. Detta är dock ett genomsnitt för samtliga åldersgrupper, och vi vet att de unga i stor utsträckning använder ”snabba” sociala medier som *Snapchat*, där innehållet bara är tillgängligt under en kortare tid och sedan automatiskt raderas.

Människor kan i dag ”skräddarsy” sitt nyhetsflöde på nätet. Nyhetsplattformar och kanaler som exempelvis *Omni* och *fPlus* låter läsarna anpassa vad de läser efter intresse och behov. Detta är en verklighet som forskningsbaserad kommunikation måste anpassa sig till.

Att fler och fler tar del av nyheter via sociala medier är ett faktum. Något som kan ses som positivt eftersom fler källor därmed blivit lättåtkomliga för fler människor. Samtidigt finns det nackdelar med det debattklimat som har uppstått i viktiga samhällsfrågor, inte minst på *Twitter*. Något som dock gör det ännu mer angeläget att seriöst framtagna kunskaper presenteras också i detta forum. Och självfallet får man inte alltid nyheter enbart genom sociala medier, utan mycket talar för att dessa fungerar som ett komplement till etablerade tidningar och etermedia.

## FILTER, BUBBLOR OCH KANALER

I slutet av 2018 var det 21,6 procent av alla svenskar som enligt ORVESTO Konsument ansåg att det är vanligt att etablerade medier inte rapporterar hela sanningen.<sup>5</sup> De som helt håller med om detta tar främst del av nyheter via sociala

4 Internetstiftelsen (2018).

5 Kantar Sifo (2019).

medier och gratistidningar, cirka 25 procent dagligen. Man talar om filterbubblor – ett fenomen som uppstår vid personligt anpassad sökning/information, exempelvis när någon använder en sökmotor på internet eller delar och gillar saker i sociala medier. Arvid Janson och Niklas Laninge förklarar i boken *Beteendedesign – psykologin som förändrar tankar, känslor & handlingar*<sup>6</sup> att filterbubblor är ”ett resultat av att tjänster som *Facebook* och *Google* försöker personalisera inläggen som visas baserat på vad dina vänner postar, vad algoritmerna tror att du gillar eller helt enkelt var du befinner dig. Resultatet blir en begränsad bild av verkligheten”.

Andreas Bergh, IFN och Lunds universitet, skriver i boken *Två filter – varför du har fel om nästan allt, men ändå inte vill ändra dig*<sup>7</sup> att negativt tänkande historiskt sett har tjänat människan väl: ”Hoten har varit många och det har varit en fördel med att uppträcka dem snabbt. Men i takt med att världen blir allt bättre att leva i blir vårt instinktiva negativfilter allt sämre anpassat till verkligheten. Samtidigt diskuterar vi helst med likasinnade, vilket gör att en felaktig världsbild blir bekräftad och förstärkt.”

Sammantaget ger detta ett fragmenterat medielandskap där den som vill kommunicera ett budskap måste finnas i avsevärt fler kanaler jämfört med för tio, femton år sedan för att nå ut till en lika stor grupp människor. Då kunde det räcka med ett inlägg i *Dagens Nyheter* och detta spreds sedan vidare via andra medier och debatterades livligt i samhället. Regeringen Reinfeldts Framtidskommission skrev i sitt slutbetänkande att medielandskapets förändringar även innebär en framtida utmaning för den sociala sammanhållningen. Kommissionen förklarade: ”Om medielandskapets förändringar gör att skillnaderna i grundläggande verklighetsuppfattningar ökar riskerar det att underminera den demokratiska dialogen och öka polariseringen. Samtidigt som den sociala sammanhållningen i Sverige över lag är stark idag finns det grupper som känner sig utanför och på olika sätt orättvist behandlade. Detta är viktigt att se.”<sup>8</sup>

Närvaron i sociala kanaler är följaktligen ett måste, samtidigt som forskningen också behöver finnas med i traditionella medier som dagstidningar och radio/tv. IFN gör det senare bland annat genom att uppmuntra forskarna att skriva debattinlägg. Utbildningar i debattartikel-skrivande arrangeras med jämna mellanrum, liksom träning i hur en tv-intervju går till och hur en presentation anpassas till en icke-akademisk publik. Allt för att ge forskarna verktyg att presentera sin forskning i olika miljöer.

6 Janson och Laninge (2017).

7 Bergh (2017).

8 Ds 2013:19, s. 252.

## RESONEMANG OCH DIALOG

IFN arbetar helst med kommunikationskanaler och forum som ger utrymme för resonemang och dialog. Detta innebär att publika seminarier, som arrangeras av IFN, inte enbart består av en presentation av forskningen och kommentarer à la akademien, utan även en diskussion – ett samtal – som gör att publiken får en djupare förståelse för vad forskarna har att berätta samt forskningens plats i samhället. Formatet på IFN:s publika seminarier innebär att forskningen sätts in i ett sammanhang och i den vardag som åhörarna verkar i. För att sätta dialogen i centrum började IFN under 2018 att arrangera seminarier där intervjuer ersätter klassiska presentationer, och samtalen sker om möjligt i olika personkonstellationer under seminariets gång. Konceptet är rörligt och kan förhoppningsvis förfinas, anpassas och utvecklas med tiden.

Detsamma gäller alla de populärvetenskapliga och andra icke-akademiska texter som skrivs av IFN-forskare. Texterna behöver anpassas till den aktuella samhällsdebatten och hängas upp på en ”nyhetskrok”. Detta är ett arbete för forskarna som ju är experter på sina respektive områden, men även för IFN:s kommunikationsansvarige. År 2006 anställdes den första kommunikatören på IFN. Betydelsen av denna funktion apostroferades genom att positionen kom att benämnas kommunikationschef och att innehavaren ingår i institutets ledning tillsammans med vd och vice vd.

Satsningen på kommunikation och spridningen av forskningens resultat har i flera avseenden inneburit en mycket kraftig ökning av IFN-forskarnas närvaro i samhällsdebatten. Under åren 2000–2004 skrev IFN-forskarna (vd undantagen) i genomsnitt knappt sju artiklar per år i ledande tidningar. Under de senaste fem åren har det genomsnittliga antalet varit 58 (vd undantagen). Artiklarna publiceras främst i dagstidningar som *Dagens Nyheter*, *Svenska Dagbladet* och *Dagens Industri*, men även i specialtidningar som *Dagens Samhälle* och press utanför storstäderna. Många forskare intervjuas dessutom i tidningar men även i etermedia och då främst radio, som är ett utmärkt medium för samtal och diskussion.

## SPRÅKETS AVGÖRANDE BETYDELSE

På tal om att det måste bli enklare för forskare att kommunicera sin forskning, som Vetenskapsrådets gd Sven Stafström betonade, så krävs det av forskarna att de förenklar sin forskning när den kommuniceras utanför akademien. Det vill säga språket, inte innehållet. Visst går det, men kräver övning. ”Vi borde alla skriva sammanfattningar av våra working papers på 140 tecken”, föreslog IFN-forskaren Joacim Tåg för några år sedan när ett inlägg på *Twitter* som längst fick vara just 140 tecken (senare har den maximala längden dubbletats). Han tillhör gruppen

forskare som inte är främmande inför ny teknik och nya medier och därmed nya uttrycksformer. Hans förslag att träna på att uttrycka sig enkelt och kortfattat är en säker väg till framgång i det snabbt föränderliga medielandskap som vi i dag lever i.

Redan 2006 var ledningen på det klara med att det är ”en tränings sak” att lära sig kommunicera. Något som sedan dess genomsyrat IFN:s kommunikation. Forskarna tränas i att skriva, tala och framträda. De får träffa representanter för olika medier för att lära sig förstå mediernas villkor och tänkesätt, för att förstå hur forskningen kan passa in i den världen, allt för att på effektivast möjliga sätt sprida kunskap om forskningsresultat.

Språket men även textformatet är alltid en central fråga när forskning ska presenteras utanför akademien (en akademisk text skrivs från ”ax till limpa”, medan ”limpan” kommer först i en text för media, och därefter beskrivs hur den tillkommit). Förtättningsgrammatikens konster kan kapa många tecken. Och att arbeta med en faktisk eller digital synonymordbok (något som en av mina första chefer, dåvarande skolministern Britt Mogård, krävde av mig och andra medarbetare) är ett utmärkt sätt att förenkla.

Ett tips till den som vill uttrycka sig kort, men även begripligt, är att tänka på hur hon eller han skulle beskriva sin forskning för bordsgrannen på en middag. Vad arbetar du med, är ju en vanlig fråga när vi träffar nya människor. Och när vi talar faller det sig naturligt att förenkla, så att utgå därifrån är en bra början.

Hur viktigt språket kan vara visar en studie från Regionalt Cancercentrum Stockholm Gotland: ”Effekten på deltagarfrekvens av SKL:s mall för kallelse till gynekologisk cellprovtagning”. Det visar sig att en ny rubrik ledde till att 11 procent (ökade från 28,1 procent till 31,2 procent) fler kvinnor deltog i provtagningen då de i ett brev *kallades* till provtagning mot tidigare då de endast *välkomnades/ inbjöds*.<sup>9</sup>

Språket är definitivt ett verktyg som kan hjälpa eller stjälpa. Är en text som beskriver forskningsresultat tekniskt komplicerad så att den bara kan förstås av ”in vigda” så stjälper den definitivt forskningen, i så motto att den inte sprids till fullo utanför akademien och det egna forskningsfältet. Och det beror inte på att människor i allmänhet är ”korkade” eller obildade, utan på att forskare liksom många som är specialister på ett avgränsat område använder precisa fackuttryck som är begripliga för den invigde men gör texten obegriplig för alla andra. Beroende på var en sådan text publiceras så kan den till och med förstärka bilden av att ”forskarna håller på med obegripliga saker” och därmed få till följd att viktiga forskningsresultat avfärdas.

9 Regionalt Cancercentrum Stockholm Gotland (2015).

## ATT VILJA KOMMUNICERA MERA

Men det handlar inte bara om att rätta don efter person; det handlar också om viljan att kommunicera till andra än kollegorna i akademien, att övervinna sin osäkerhet och rädsla för att tala med journalister eller skriva debattinlägg i tidningar, att bejaka det faktum att ”friskt vågat är hälften vunnet”.

Debattören, skribenten och entreprenören Thomas Gür, med stor erfarenhet av att mediaträna forskare, uppmanar forskare att förenkla: ”Det är bättre att du själv förklarar din forskning med ett begripligt (läs: förenklat) språk. Gör du inte det så kommer någon annan (läs: journalist) som inte kan ämnet lika bra som du att förklara och resultatet blir helt säkert sämre!”

Ett talande exempel på detta presenterades i *Svenska Dagbladets* avdelning Vetenskapskollen av Emma Frans, som är doktor i epidemiologi. Hon undersöker olika påståenden i press och TV samt ”snackisar” i sociala medier. Vetenskapskollen handlar mycket om myter, exempelvis om att den som bara övar i 10 000 timmar kan bemästra något fullt ut. Vetenskapskollen slår fast att det handlar om en missuppfattning. Vem som helst kan inte bli expert bara man övar tillräckligt. ”Denna idé är baserad på en missuppfattning av forskning som visat att personer som är experter på något ofta har övat väldigt många timmar på denna färdighet.” Tänk så lätt det är att missuppfatta något som man inte förstår sig på! Och desto viktigare är det därför att den som verkligen förstår sig på något deltar i samhällsdebatten.

Teknikutvecklingen med datorer, mobiltelefoner och läsplattor gör att de flesta av oss skriver mer i dag än för bara ett par årtionden sedan, både i arbetet och på fritiden. Och vi skriver kortare. Det bör med andra ord finnas utrymme för övning på att översätta och förenkla akademisk engelska till kortare versioner på tidnings- eller vardagssvenska. *Google Translate* är ett utmärkt digitalt verktyg och en bra början för en översättning. Att sedan, som tidigare nämnts, jobba med synonymer är en god hjälp. Och att göra pauser (underskatta inte en natts sömn) för att läsa texten en gång till. Med ”fräscha ögon” är det lättare att förenkla. Och kanske viktigast av allt: var öppen för att be andra att läsa och föreslå förbättringar, gärna någon som inte är forskare.

Effektivare kommunikation är logisk i ett samhälle där informationsutbudet steg för steg blivit större och i dag är mer omfattande än någonsin tidigare. Där organisationer och företag tävlar om uppmärksamhet samtidigt som medielandskapet har förändras. Även kommunikationen mellan medborgare och myndigheter sker ofta via webbtjänster och sociala medier. ”Sedan 1970-talet har det pågått en utveckling mot ett alltmer informellt språk, i både tal och skrift”, förklarar Svenska institutet och tillägger: ”Myndighetstexterna har blivit enklare och begripligare. Detta är delvis en del av den allmänna språkutvecklingen,



delvis ett resultat av ett medvetet språkarbete på många myndigheter, så kallat klarspråksarbete.”<sup>10</sup>

## ATT LÄRA AV TIDENS ANDA

Samhällsdebatten förs i tidens anda. Och debatten har under senare tid handlat en hel del om *fake news*, efter att ha blivit ett av amerikanske presidenten Donald Trumps favorituttryck. Svenska medier stämde i bäcken inför valrörelsen 2018 och engagerade bland annat forskare för faktakoll. En av dessa var Lars Calmfors, IFN, som faktakollade texter i *Dagens Nyheter*. Även andra IFN-forskare agerade faktagranskare inför valet. Richard Öhrvall bidrog till faktakoll av Ebba Busch Thors (KD) uttalande i en *DN*-intervju att ”tilliten till varandra går ned.” *DN* skriver: ”...den senaste upplagan av European Social Survey som genomförts vartannat år sedan 2002 visar på en marginell nedgång i mellanmänsklig tillit i Sverige sedan 2002, någonting statsvetaren Richard Öhrvall uppmärksammade i oktober 2017.” Per Skedinger, IFN, är ytterligare en forskare som lade fakta till rätta. Han faktakollade Stefan Löfvens uttalande i *SVT* om att en miljon svenskar riskerar att få sänkt lön om Alliansen får igenom sitt förslag om inträdesjobb. Han förklarade att forskningen inte ger tillräckligt stöd för Stefan Löfvens påstående. ”Det är svårt att dra slutsatser från amerikanska studier”, sa han.

Forskningskommunikation är inte något som sker av sig självt. Det är ett digt arbete som kräver förståelse, träning och engagemang. För den som omfattat konceptet är det dock givande – för den egna forskningen men även för den egna personen. ”Målet är inte att få människor att göra saker de inte vill, utan att sänka trösklarna för att få till en positiv förändring”, skriver psykologen Niklas Laninge och entreprenören Arvid Janson i sin bok *Beteendesign*. Så kan man också tänka om kommunikation av forskningsresultat. När forskare på ett lättbegripligt språk lyckas förklara behovet av att ta hänsyn till hennes eller hans forskningsresultat i samhällsbygget och makthavarna gjort resultaten till sina, då har forskningskommunikationen lyckats. Men, och sådan är verkligheten, målet är rörligt och det är även vägen dit. För effektiv kommunikation gäller det helt enkelt att i dubbel bemärkelse, på klar och koncis svenska, ”gilla läget”.

<sup>10</sup> Svenska institutet (2018).

## REFERENSER

- Bergh, Andreas (2017), *Två filter – varför du har fel om nästan allt, men ändå inte vill ändra dig*. Stockholm: Bertil Ohlin Förlag.
- Ds 2013:19, *Svenska framtidsutmaningar. Slutrapport från regeringens framtidskommission*. Stockholm: Regeringskansliet, Statsrådsberedningen.
- Internetstiftelsen (2018), ”Svenskarna och internet 2018”. En årlig studie av svenska folkets internetvanor. Online: <https://2018.svenskarnaochinternet.se/sociala-medier/> (nedladdad 3 juni 2019).
- Janson, Arvid och Niklas Laninge (2017), *Beteendedesign – psykologin som förändrar tankar, känslor & handlingar*. Stockholm: Natur & Kultur.
- Kantar Sifo (2019), ”Endast en femtedel källgranskar nyheter innan de delar på sociala medier”. Online: <https://www.kantarsifo.se/nyheter-och-press/endast-en-femtedel-kallgranskar-nyheter-innan-de-delar-pa-sociala-medier> (nedladdad 15 juni 2019).
- Nilsson, Therese (2013), ”Nya spelregler för den tredje uppgiften”. *Ekonomisk Debatt*, årg. 41, nr 7, 3–5.
- Regionalt Cancercentrum Stockholm Gotland (2015), ”Effekten på deltagarfrekvens av SKL:s mall för kallelse till gynekologisk cellprovtagning”. Online: <https://www.cancercentrum.se/globalassets/om-rcc/samverkan/kalender-och-nyheter/rapport-deltagande-relaterat-till-skls-nya-kallelsebrev.pdf> (nedladdad 10 juni 2019).
- Svenska institutet (2018), ”Så förändras språket?”, 18 april. Online: <https://svenskaspraket.si.se/hur-forandras-svenskan/> (nedladdad 12 maj 2019).
- Vetenskap & Allmänhet (2019), ”Vad tycker forskare om kommunikation och öppen vetenskap?”. Online: <https://v-a.se/2019/01/vad-tycker-forskare-om-kommunikation-och-oppen-vetenskap/> (nedladdad 1 juni 2019).

## FÖRFATTARPRESANTATION



Elisabeth Precht var kommunikationschef på IFN från 2012 t.o.m. augusti 2019. Hon har under drygt 35 år varit verksam som journalist och författare, bland annat som riksdagsreporter och senare som ledarskribent och chef för *Svenska Nyhetsbyråns* inrikesredaktion. En period var hon pressekreterare hos skolminister Britt Mogård (M). Under närmare 20 år som frilansskribent i Österrike och USA skrev Elisabeth Precht bland annat krönikor för *Svenska Dagbladets* ledarredaktion samt var redaktör för svensk-amerikanska handelskamrarnas engelskspråkiga tidning *Currents*. På 2000-talet har hon arbetat på *Balans*, branschtidningen för svenska revisorer, och i första hand skrivit om politikens avtryck på revisionsbranschen. Från 2008 arbetar Elisabeth Precht som kommunikatör: till att börja med på Jarl Hjalmarson-stiftelsen som utbildar främst ungdomar och kvinnor i länder med demokratiunderskott och sedan 2012 som kommunikationschef på IFN.

Elisabeth Precht har författat och varit medförfattare till ett antal böcker: *Texas störst och bäst* (Stockholm: Carlssons, 2003), *Moderata pionjärer* (Stockholm: Sällskapet för moderata kvinnors historia, 2004), *Emerich är mitt namn: Hatet, förnedringen, kärleken* (med Emerich Roth; Stockholm: Carlssons, 2005) och *Moderat föregångare, inspiratör och förebild. Britt Mogård till minne* (Stockholm: Sällskapet för moderata kvinnors historia, 2012).

Elisabeth Precht har en fil.kand. i modern historia från Uppsala universitet samt studier i historia vid University of Texas, Austin, och i ekonomi vid Union County College i New Jersey, USA.