

TRØBBEL I TÅRNET

Om hvorfor akademia må tenke nytt om forskningsformidling

Ståle Wig stale.wig@sai.uio.no

Doktorgradsstudent i sosialantropologi, Universitetet i Oslo.

Henrik H. Svensen hensven@geo.uio.no

Forsker ved Senter for jordens utvikling og dynamikk, Universitetet i Oslo.

Forskningsformidling er i vinden. Likevel er det ofte uklart hva som er formålet, hvem som har ansvaret – og hva formidling egentlig dreier seg om. Selv om de fleste ledere i akademia deler et diffust engasjement for denne oppgaven, er formidlingen i økende grad overlatt til profesjonelle kommunikasjonsrådgivere. Vi argumenterer for en annen måte å tenke om, og drive, forskningsformidling. Å skrive og snakke så flere forstår styrker ikke bare offentligheten og demokratiet, men også selve forskningen. Beslutningstakerne bør derfor flytte makt og ansvar fra kommunikasjonsrådgiverne tilbake til forskerne.

«ALLE» HEIER PÅ forskningsformidling. Politikere vil ha «forskning viser at ...» og kritiserer samtidig motstandere for å drive politikk som ikke er «kunnskapsbasert». Beslutningstakere, både i Norges forskningsråd og ved universiteter og høyskoler, ønsker profesjonelle formidlere velkommen. Kommunikasjonsrådgivere finnes alle- rede på de fleste fakulteter og institutter rundt omkring i landet. Universitetene vil ha forskere som skriver i *Aftenposten* for å synliggjøre sin ekspertise, mens *Aftenposten* vil ha forskerne i spaltene og får penger fra Forskningsrådet for å hjelpe dem å komme på trykk. Forskere blir kurset i kronikkskriving, og forlagene gir ut bøker om hvordan man kan nå ut i mediene og score høyt på klikkstatistikken. Ved Universitetet i Oslo (UIO) åpnet i 2013 bachelor- og masteremnet Formidling og vitenskapsjournalistikk, der rektor Ole Petter Ottersen holdt første forelesning. Forskningsrådet deler ut en årlig formidlingspris, mens *Morgenbladet* nylig lanserte sin egen kåring av «fantastiske formidlere». I tillegg finnes populære show som Forsker grand prix, Forskningsdage-

ne, Brille og Big Bang. Norske medier publiserer mengder av forskningsbasert stoff, kanskje mer enn noen gang.

Likevel har vi et problem. Hva er egentlig formidling? Hvorfor er det viktig? Hvorfor skal unge akademikere og forskere bruke tid på å formidle når formidling ikke gir publiseringspoeng, ikke teller i kampen om faste stillinger og heller ikke er noe som kreves som en del av forskerjobben? Hvorfor bry seg? Kan ikke journalistene ta kontakt hvis de har spørsmål og la kommunikasjonsrådgiverne fikse resten?

Universitetenes opplæring av studenter og forskere i forskningsformidling er tilfeldig organisert, med kortvarige, små initiativer som avløser hverandre. De mest aktive formidlerne i academia er selvlærte og selvgående representanter for sine respektive fagfelt. Verken institusjoner for høyere utdanning eller bevilgende myndigheter har lagt frem gjennomtenkte visjoner om hvem som skal gjøre hva, og hva som egentlig er formålet.

Med bakgrunn i erfaringer fra det ovennevnte kurset i formidling og vitenskapsjournalistikk ved UIO, vil vi oppsummere sentrale momenter i debatten og skissere hvordan vi kan tenke nytt om forskningsformidling. Vi bruker eksempler fra Universitetet i Oslo, men argumentasjonen er relevant for hele universitets- og høyskolesektoren. Spørsmålet om hvorfor vi egentlig bør formidle står sentralt. For mange ledere i academia handler formidling først og fremst om markedsføring og rekruttering. Fra politisk hold knyttes formidling gjerne til innovasjon. Andre gir en mer idealistisk begrunnelse – det handler om å stige ned fra elfenbenstårnet og bruke litt tid, adskilt fra forskningen, for å bidra med kunnskap til et offentlig ordskifte og et opplyst demokrati. Vi skisserer en mer grunnleggende begrunnelse der forskningen selv er formålet: Formidling bidrar til å gjøre forskningen bedre. Ofte er det ikke publikum det er noe galt med, det er oss.

Toppstyrt forskningsformidling

Universitetene var lenge lukkede institusjoner: Det som foregikk der, ble der. Dette forsøkte tidligere rektor ved Universitetet i Oslo, Otto Bastiansen, å gjøre noe med. Under et møte med NRK i 1973 fastslo han: «Universitetet representerer en gullgruve av viten, og det er fra Universitetets side et ønske at NRK gjør bruk av denne viten» (sitert i Løvhaug 2011: 367). Dette ble startskuddet for en gradvis satsing på formidling ved UIO. Gullet er der fortsatt, men måten forskningsresultater blir spredt på har endret seg dramatisk. Før var det forskernes ansvar å formidle. Siden har kommunikasjonsrådgiverne overtatt.

I 1997 bidro Norges forskningsråd til å sette forskningsformidling på den akademiske agendaen. Forskningsrådet hadde nylig delt ut sin første formidlingspris og ga nå ut en «Nasjonal strategi for allmennrettet forskningsformidling» (Norges forskningsråd 1997; jf. Løvhaug 2011). Ifølge strategien skulle forskningsformidlingen rettes mot tre målgrupper: allmennheten, profesjonelle brukere og andre forskere. Forskningsrådet viet mest plass til formidlingen som retter seg mot allmennhe-



ten. Fordi de hadde et særlig ønske om å rekruttere flere unge til naturvitenskapene, definerte de allmennheten som barn og unge, lærere og journalister. Men hvem mente de skulle stå for selve formidlingen?

I rapporten skriver Forskningsrådet om ansvaret som hviler på «sentrale offentlige aktører». Vi får vite at ulike departementer skal sette de overordnede finansielle og politiske rammene, og at universitetene, inkludert universitetsmuseene, høyskolene og de offentlige forskningsinstituttene, skal planlegge og utføre forskning og formidle direkte fra forskningsfronten. Også skoleverket, bibliotekene og de øvrige museene skal være med på å spre forskningsresultater (Norges forskningsråd 1997). De sentrale aktørene blir med andre ord definert som *institusjoner*, ikke som individer. Dermed er de tradisjonelle forskningsformidlerne, de som opptrer i mediene eller som holder foredrag på biblioteker og skoler, viet bemerkelsesverdig liten plass. Forskningsrådets strategi har ingen klare svar på hvilken rolle disse skal ha. Alt i alt er det vanskelig å lese strategien på annen måte enn at forskningsformidlingen skal være toppstyrt.

Konsekvensene av strategien ser vi i dag. Siden 1997 har ansvaret for formidlingen ved universitetene i stadig større grad blitt delegert til profesjonelle aktører, som i motsetning til forskernes formidling driver kommunikasjon på vegne av institusjonen og ledelsen.

UIO har riktignok til tider også vektlagt at forskerne selv må bidra til offentlig samsfunnsdebatt, for eksempel i universitetets egen formidlingsstrategi fra 1999, utformet av det såkalte Kalleberg-utvalget (UIO 1999), men i det store og hele har ressurser og ansvar blitt flyttet fra forskere til et voksende antall kommunikasjonsarbeidere i og utenfor instituttene. I UIOs strategi for 2010–2020 ble forskernes rolle og egen motivasjon for å drive formidling tonet ned igjen, samtidig som formidling ble innlemmet i innovasjonsbegrepet. Som idéhistoriker Johannes W. Løvhaug har påpekt: «Det tradisjonelle formidlingsbegrepet er blitt innsnevret til å dreie seg om nytenkning primært for næringsliv og offentlig virksomhet» (Løvhaug 2010). Omtrent samtidig påpekte fagsjef i forskningskommunikasjon ved Handelshøyskolen BI, Audun Farbrot, at det har «skjedd en dreining de siste årene i retning av at PR, omdømme og studentrekruttering har blitt et stadig viktigere motiv for å drive forskningsformidling, sett fra institusjonenes ståsted» (Farbrot 2010). Sentrale beslutningstakere som Forskningsrådet og Universitetet i Oslo har altså flyttet ansvar fra forskeren til institusjonen, samtidig som begrepet formidling blir erstattet med innovasjon og kommunikasjon. I 2010 ble også navnet på Informasjonsavdelingen ved UIO endret til *Kommunikasjonsavdelingen*.

Vi har ikke sikre tall på hvor mange som jobber med kommunikasjon ved universiteter og høyskoler i Norge i dag, men det dreier seg trolig om flere hundre.¹ Mange har som oppgave å spre forskernes arbeider til en bredere allmennhet, blant annet for å få flere til å ønske å studere ved deres institusjoner og å bidra til å gjøre faget mer synlig.² Politikere og universitetsledere setter nok pris på fagformidlere som Dag O. Hessen, Sunniva Rose og Thomas Hylland Eriksen, gode ambassadører for UIO og

sine fagfelt. Men pengene til å drive formidling tilfaller ikke slike folk; de går til kommunikasjonsarbeiderne og PR-rådgiverne. Det dreier seg om ikke-vitenskapelig fast ansatte, innleide frilansjournalister og private kommunikasjonselskaper som Gambit, som UIO benytter. Et universitet skal i teorien huse noen av landets beste retorikkeksperter, medievitere og professorer i journalistikk, men høsten 2015 gikk UIO utenom all denne ekspertisen og betalte 68 000 kroner for hjelp til å skrive to juletaler til sine ansatte. Årlig går rundt tre millioner kroner til slike formål ved UIO (*Uniforum* 2016).

Ofte er det ikke publikum det er noe galt med, det er oss.

Begrepene som brukes om forskningsformidling har også blitt mer lik kommunikasjonsbransjens talemåter. Man snakker ikke lenger nødvendigvis om «populærvitenskap» eller «formidling», men om «forskningsskommunikasjon» – eller bare «kommunikasjon». ³ Farbrot er blant dem som mener vi må bytte ut begrepet forskningsformidling med forskningsskommunikasjon: «Ikke bare som en lek med ord, men også som en endring som vil utfordre institusjonene til å tenke nytt om hvordan de formidler» (Farbrot 2010) I pressearkivet Retriever kan bruken av «forskningsskommunikasjon» spores tilbake siste halvdel av 2000-tallet. I dag er ordet like mye brukt i mediene som «populærvitenskap».

Det finnes få insentiver for forskere til å drive med formidling. Når universitetene ansetter til vitenskapelige stillinger, premierer de ikke søkere som har erfaring fra å utveksle kunnskap med andre enn sine fagfeller. Formidling gir heller ikke publikasjonspoeng. Spørsmålet om forskere bør få belønning for å formidle, har blitt utredet flere ganger. For eksempel har Formidlingsutvalget til Universitets- og høyskolerådet levert to rapporter om temaet, i 2005 og 2006. Den første utredet spørsmålet om forskere bør få publikasjonspoeng for å formidle, den andre undersøkte hvordan dette kan bli gjennomført i praksis (UHR 2005, 2006). Kritikere har påpekt at rapportene gikk bort fra idealet om allmennrettet formidling, og heller la vekt på at formidling kan skape innovasjon og blest om academia. Og til tross for den opprinnelige ambisjonen har ikke beslutningstakere klart å få på plass ordninger som støtter opp om forskningsformidling (Elvebakk og Enebakk 2005, 2006).

Hva mener så forskerne selv? Ønsker de å formidle mer? Savner de støtte til å gjøre det? I en undersøkelse fra november 2015 som ble gjort på vegne av Forskningsrådet, svarte hele 58 prosent av de spurte (5183 personer, de fleste forskere) at de ville ha prioritert formidling høyere hvis det var meritterende. En tredjedel svarte at de ikke har tid til å formidle (Steen 2015). ⁴

I tillegg til at forskerne ikke har tid, er det et problem at de har få steder å søke støtte til å formidle. Slik støtte kunne for eksempel være å lønne personer for å formidle fra pågående forskningsprosjekter, eller å la ph.d.-studenter bruke et år på formidling som en del av studiet eller etter disputasen. Forskningsrådet har gjort noe finansiering tilgjengelig som støtte til enkeltarrangementer, blant annet for å rekruttere flere studenter og sikre tilgangen på kandidater til oljeindustrien. Men slike midler er stort

sett begrenset til aktiviteter som retter seg mot barn og unge.⁵ Forskningsrådet har riktignok lansert planer om å starte et nytt program for forskningsformidling, men målet for dette er å forske på formidling, ikke å støtte formidling fra forskningsprosjekter. Også denne satsingen har blitt redefinert som en satsing på «forskningskommunikasjon» (Forskningsrådet 2013).

Den gode viljen

Høsten 2013 ønsket ledelsen ved Universitetet i Oslo å flytte noe av ansvaret og ressursene tilbake til forskerne, og det første norske professoratet innen forskningsformidling ble derfor utlyst. Dette skulle være en disiplinuavhengig stilling, etter modell av stillingen til Richard Dawkins ved universitetet i Oxford. Rektor ved UIO omtalte initiativet som sin «kongstanke» (*Uniforum* 2014). 28 søkere fra Norge, Frankrike, Nederland og USA meldte seg.⁶ Fire måneder senere, i mars 2014, kom den overraskende beskjeden: Professoratet ble skrinlagt. Forklaringen fra nominasjonskomiteen var at de ikke hadde vurdert godt nok hvilke kriterier som skulle ligge til grunn for å bedømme hvem som var best skikket til jobben. Dermed ble det ikke noe formidlingsprofessorat ved UIO.

Utfallet er symptomatisk, og oppsummerer dagens situasjon. Både blant politikere og universitetsledere finnes det gode intensjoner og et reelt engasjement for forskningsformidling, men samtidig råder forvirring om hva formidling egentlig bør dreie seg om og hvem som har ansvaret. «Formidling» har vokst frem som en aktivitet som de fleste kan være enige om er bra, uten helt å reflektere over hvorfor og hvordan. I det diffuse engasjementet for temaet har ledere innen høyere utdanning heller rekruttert kommunikasjonsrådgivere til å trene forskere og bygge merkevaren til institutter og fagfelt.

Er det egentlig noe i veien med en slik utvikling? På den positive siden har det trolig aldri vært flere forskere representert i mediene. Og hvis vi skal dømme etter tonen i den offentlige debatten, har vi som er opptatt av forskningsformidling aldri hatt flere venner og færre motstandere. Likevel – og kanskje nettopp derfor – er situasjonen kritisk.

Utsikten fra gølv

Lokalet var lyst og åpent, ute ventet våren. Foreleseren, en av landets dyktigste og mest kjente forskningsformidlere, ruslet frem og tilbake ved tavla. I håp om at flere studenter skulle dukke opp, lot vi klokken bli 10:18 før vi ga signal om at han kunne starte. Nei, det ble med de fire ph.d.-studentene spredt utover i det store lokalet. Foreleseren snakket begeistret om nye måter å formidle teoretisk naturvitenskap på, noe som var direkte relevant for de rundt femten andre som var påmeldt, men ikke dukket opp.

Undervisningen var en del av et pilotemne i forskningsformidling for doktorgrads-studenter ved Det matematisk-naturvitenskapelige fakultet ved UIO. Målet med kurset var å bidra til å forme en ny generasjon forskningsformidlere. Vi underviser i et lignende emne for bachelor- og masterstudenter innen naturvitenskapene (MNKOM3000/4000), der studentene får trening i å skrive for et generelt publikum og å holde foredrag.⁷ Kursene kom på plass etter at en gruppe enkeltstudenter og fagformidlere – som inkluderte undertegnede – tok initiativ til det i 2012. Men da vi startet undervisningen for ph.d.-studenter, fikk vi en overraskelse: Forskerstudentene var ofte dårligere til å kommunisere enn bachelorstudenter. De hadde vanskeligere for å ta til seg kritikk og kunne ikke, eller ville ikke, prioritere å gå på forelesninger. Det var alltid noe som kom i veien – laboratoriearbeid, konferanser, gruppemøter eller utenlandsopphold. Formidlingen ble nedprioritert til fordel for viktigere aktiviteter.

Det råder forvirring om hva formidling egentlig bør dreie seg om og hvem som har ansvaret.

Studentene var med andre ord allerede blitt som modne forskere. En undersøkelse fra 2014 viser at omlag 30 prosent av de faste vitenskapelig ansatte i løpet av en treårsperiode ikke formidlet noe som helst (Thune m.fl. 2014). De resterende 70 prosent formidlet «minst en gang» i løpet av tre år. Til tross for at artikkelforfatterne brukte resultatene som et eksempel på at forskere formidler mye, leser vi undersøkelsen annerledes. Én telefonsamtale med en journalist i løpet av tre år kan ikke regnes som en suksess.

Ph.d.-kurset i formidling ble lagt ned av fakultetet etter to semestre. Samtidig er erfaringene fra master- og bacheloremnet gode. Våren 2016 gikk kurset for fjerde gang, og treningen inkluderer å holde foredrag og skrive essays, kronikker og populærvitenskapelig artikler. Undervisningen er organisert i grupper som ledes av undervisere med en annen fagbakgrunn enn studentene, og med erfaring fra studentmedier. Sammen gjennomgår de hverandres tekster og foredrag i detalj. Vi leser og gir tilbakemeldinger på språk og fag. En interessant observasjon er at studentene sliter med de samme tingene, uavhengig av fagbakgrunn: Det er vanskelig å forstå hva som gjør forskningen interessant for et bredere publikum. Språket er knotete, de har vanskelig for å velge tema, og argumentasjonen svikter. De færreste klarer å levere noe lesbart på første forsøk. Noen slutter i løpet av kursets første uker når de opplever hvor krevende det er å skrive og snakke så det engasjerer. Men undervisningen går over et helt semester, og fremgangen underveis er stor. Etter et halvt års trening holder studentene åpne foredrag og publiserer tekstene sine på egen hånd, enten det er essays eller kronikker, i *Aftenposten*, *Dagbladet*, *Dagsavisen*, *Harvest* eller andre medier. Treningen gjør også studentene tryggere faglig. De får bedre forståelse for hva de selv holder på med og hvilken relevans temaet de studerer kan ha for samfunnet.

Formålet med formidlingen

Det er lett å støtte slike initiativer. De fleste kan være enige i at akademikere bør skrive og snakke slik at flere forstår. UIO-rector Ole Petter Ottersen omtaler formidling som «en av universitetenes kjerneoppgaver og samfunnsoppdrag». Når en forsker får en tekst på trykk, legger kommunikasjonsansvarlige ut saken på instituttets nett- og Facebook-sider, og alle smiler tilfreds – fra redaktøren til rektoren til skribenten selv. *Enda en på trykk*. Formidling har blitt et mål i seg selv. Men hvilket større gode det bidrar til å oppnå, er uklart. Få spør *hvorfor* forskere og studenter bør gjøre seg forstått av flere. Er det ikke like greit at academia er et sted for de få? Kan vi ikke la noen diskusjoner få løpe uten at alle på død og liv skal være med? Hvorfor *bør* vi formidle? Mellom alle ballongene og brosjyrene, tv-seriene og aviskronikkene finnes det oppsiktsvekkende få gjennomtenkte svar.

Den intuitive begrunnelsen er at forskningsformidling bidrar til en opplyst allmennhet. Forskningsrådet bruker implisitt denne begrunnelsen når de peker på lærere og barn og unge som viktige målgrupper for forskningsformidling. Det populære NRK-programmet Folkeopplysningen bygger også på denne tankemåten. I et fast innslag i hvert program står formidleren Andreas Wahl på et torg eller gatehjørne i Oslo og forteller folk om hva forskning egentlig sier om homeopati, healing og andre former for alternativ medisin. Formidleren opplyser, folk lytter. Det er gode grunner til at forskere skal bli motivert til slik virksomhet. Det er en måte å dele på godene fra vår skattefinansierte forskning. Å dele kunnskap kan dessuten være med på å skape et levende folkestyre hvor folk får makt til å ta gode beslutninger. I beste fall kan det å spre innsikt fra forskning også gi de folkevalgte et bedre grunnlag for å ta riktige avgjørelser. Det er denne typen begrunnelser man ofte hører fra ledere i academia. Rektor Ottersen svarer slik på sin egen blogg når han blir oppfordret til å klargjøre *hvorfor* forskere egentlig bør formidle: Det handler om å «forebygge kriser skapt av desinformasjon og ekkokamre» (Ottersen 2013).

Det finnes imidlertid en annen årsak til hvorfor beslutningstakere og forskere bør være opptatt av forskningsformidling. Den handler verken om hengivenheten for et opplyst demokrati eller å gi valuta for skattepengene, men om selve forskningen og den akademiske utdannelsen.

Makten i de små ord

Det er ikke nok bare å spørre hvorfor forskere bør interessere seg for å bli forstått av flere. Vi må også spørre hvorfor forskere i det hele tatt skal bruke et språk som bare spesialistene forstår. Hvilken rett har vi, som har jobber som ofte er betalt av fellesskapet, til å stenge andre ute? Kriminolog Nils Christie beskrev det som sitt livsprosjekt å «utvide det språklige fellesskapet» (Christie 2009). Hvordan kan vi forsvare å gjøre det motsatte: å snevre inn den allerede smale kretsen av folk som kan forstå, utfordre og kritisere hverandre?

Spørsmålet er ikke ment retorisk. For det finnes gode grunner til å tillate forskere å bruke et språk som utelukker de fleste. Spesialuttrykk kan være mer presise enn dagligspråket. I geologien snakker man for eksempel om «høytemperatur metamorf bergart», ikke «stein». I antropologien diskuterer man «etniske grupper» og «matri-lineære slektskapssystemer», og ikke hele «kulturer», fordi slike ord er upresise og bærer ugreie konnotasjoner. Dessuten kan det å la spesialister diskutere i små fora noen ganger være nødvendig for å gjøre fremskritt i forskningen.⁸ Innen enkelte fagfelt, som for eksempel historie, kan forskere lettere skrive fagtekster på en måte som gir mening for utenforstående – og dermed fungere godt som forskningsformidling – mens i naturvitenskapene er dette nærmest utenkelig. Ved å gå omveien om innforstått sjargong, skaper vi innsikt som i det lange løp kommer flere til gode. Da Albert Einstein publiserte sin relativitetsteori, skal fysikeren Arthur Eddington ha sagt at det bare var to mennesker i verden som forstod den – han og Einstein. I dag er kretsen av de som forstår og diskuterer den berømte teorien mye større, og en hel verden av teknologi og nyskapninger står i ubevisst gjeld til Einstein.

En annen mulig grunn til å hegne om snever kommunikasjon er at formidling gjør krav på tid og penger, ressurser som allerede er knappe blant forskere. Lars Nyre, professor i medievitenskap ved Universitetet i Bergen, har argumentert for at formidling forstyrrer forskernes hovedaktivitet. «Journalistikkens verdysin koloniserer i særlig grad samfunnsvitenskapene og humaniora» (Nyre 2012). Nyre mener det finnes uoverkommelige forskjeller på forskere og journalister. Mens journalistikken angivelig bare er konfliktskapende, er forskningen nyanserende. Mediene vil personifisere virkeligheten og skriver raskt med korte frister, mens vitenskapen er langsom, langsiktig og søker generelle sannheter.

Vi mener likevel at det dypest sett er et sammenfall mellom journalistikk og forskning som er sterkere enn motsetningene. Grunnleggende dreier begge virksomheter seg om å finne treffende måter å beskrive virkeligheten på. Dessuten foregår forskningsformidlingen på en rekke andre arenaer og i mange sjangre, for eksempel sakprosa-bøker, der formidlingen ikke går veien via journalistikken. Det er ikke så enkelt som å si at «[f]orskarane lagar kunnskapen, så får resten av samfunnet bruka den så godt dei kan» (Nyre 2012). Forskingen er også nødt til å bruke språk for å stemple tingene de beskriver og forklarer. Målet er å beskrive og forklare på en treffende måte. Og for å oppnå det, er det ikke alltid dagligspråket, men noen ganger heller måten vi skriver på i academia som står i veien.⁹ For å fremstå vitenskapelig, bruker forskere store begreper som «moderniteten» og «reifisering» som om de var personer som handler i verden. En klassisk tekst fra sosiologien hevder at «reifisering opererer i samfunnet ved å gi ontologisk status til roller og institusjoner», istedenfor å skrive om hvordan folk behandler andre folk og menneskelige handlinger som om de var ting (Berger og Pullman 1965: 206; jf. Billig 2013: 107).

De spesialiserte begrepene kan i seg selv gjøre verden vanskeligere å forstå. Samfunnsforskningen er full av moteord som «assemblage», «governmentality» og «cosmopolitanization» – ord som er så store at det vanskelig å fatte hva de sikter til.¹⁰ Som

unge akademikere lærer vi å godta og bruke dem. Men vi bør heller spørre, som en fast test for akademisk sjargong: Hvilken ny innsikt oppnår vi etter en omvei inn i det spesialiserte språket? Enhver som vil utelukke andre fra samtalen bør kunne svare.

Noen ganger skyver de snevre samtaleene vår felles kunnskap og forestillingsevne fremover. Men det er ikke alltid slik. Ofte er det ikke noen fordel for akademiske miljøer at de får være isolert. Avsløringer fra forskere som har fått parodiartikler på trykk i høyt rangerte tidsskrifter, viser hvor galt det kan bære av sted. Ekkokamrene som Ottersen vil til livs finnes ikke bare der ute hos flertallet, men også i selve forskningen. For unge akademikere kan det å lykkes som forsker handle om å sitere de rette navne-

Hvilken rett har vi, som har jobber som ofte er betalt av fellesskapet, til å stenge andre ute?

ne, si de rette ordene eller finne på sine egne. Resultatet er lite ny kunnskap – bare flere store ord som sirkulerer rundt små akademiske planeter. Uten uavhengige blikk på forskningen utenfra kan diskusjoner som man fullt og helt tror gir mening, i verste fall henfalle til noe som minner om hekseri. Antropologer har skrevet om hvordan hekseri får kraft når hele trossystemer synes å stemme med virkeligheten og blir immune mot motstridende bevis (se f.eks. Evans-Pritchard og Gillies 1976). Litt på samme måte kan akademikere bli så vant med uklare uttrykk at de blir ute av stand til å kritisere eller egentlig forstå dem. Psykologer har vist hvordan folk kan tolke det de egentlig ikke forstår som uttrykk for en dypere innsikt. Dette kan skje i møte med akademiske guruer. Nesten uansett hvor mye tøv de sier, blir de ansett for å være kilder til dyp innsikt (Sperber 2010).

Antropologer har skrevet om hvordan hekseri får kraft når hele trossystemer synes å stemme med virkeligheten og blir immune mot motstridende bevis (se f.eks. Evans-Pritchard og Gillies 1976). Litt på samme måte kan akademikere bli så vant med uklare uttrykk at de blir ute av stand til å kritisere eller egentlig forstå dem. Psykologer har vist hvordan folk kan tolke det de egentlig ikke forstår som uttrykk for en dypere innsikt. Dette kan skje i møte med akademiske guruer. Nesten uansett hvor mye tøv de sier, blir de ansett for å være kilder til dyp innsikt (Sperber 2010).

Dette handler ikke nødvendigvis om vond vilje. Det finnes kanskje noen som er utydelige for å dekke over at de egentlig ikke har noe viktig å si, som grumser til vannet for å få det til å virke dypt. Men et større problem er fagfeller som mener det beste, og likevel ikke klarer annet enn å skrive enda en upresis setning. Det fører ikke bare til at folk flest slutter å bry seg om hva man har å si; det er vel så alvorlig at andre fag, ja, selv egne kollegaer sliter med å forstå hva man driver med (se f.eks. Dreier 2016 og Krøger 2016). Dermed blir samarbeid om felles temaer vanskelig, og gode ideer kan gå tapt.

God formidlingsevne motvirker slike tendenser. Vi har sett hvordan master- og bachelorstudenter i vår egen formidlingsundervisning blir tryggere som akademikere. De blir bedre rustet til å samarbeide innad og mellom miljøer. Når vi forlater de anonyme akademiske avkrokene hvor alle antar at de forstår hverandre, og retter oss mot et levende publikum – en avisleser ved frokostbordet, en skoleklasse med elever – blir det umulig å gjemme seg bak vante ord. Med Nils Christie: Tankene blir klarere i eget hode når de skal over i andres. For å vekke folks interesse må vi dessuten befolke tekster og foredrag med virkelige mennesker som gjør virkelige ting. Rundt middagsbordet nytter det ikke å snakke om effektene av «moderniteten». Det holder ikke å oppsummere sammensatte fenomener med ord som «individualisering» eller «re-*ifisering*». Forskningsformidling tvinger oss til å beskrive verden slik den er og blir opplevd av ekte mennesker, og blir dermed en motgift mot akademisk hekseri.

Dette forstyrrer ikke forskernes hovedaktivitet. I beste fall hjelper det oss til å forstå virkeligheten bedre.

En ny start

Forskningsformidling har tilhengere i mektige kretser: i Forskningsrådet og på Stortinget, blant dekaner, rektorer og redaktører. Det er på tide at de vurderer på nytt hva de egentlig heier på. Å støtte generell «formidling» er like meningsløst som å støtte «fotball» under VM. Hvem støtter vi? Hva ønsker vi å oppnå? Hvorfor skal vi formidle?

Vi har argumentert for at det er nødvendig å snu perspektivet når vi snakker om forskningsformidling. Forskere bør forsøke å bli forstått av flere, men det må ikke bare være en gest til publikum. Vi må gjøre det av hensyn til selve forskningen og den faglige modningen som hører med til en akademisk utdanning. De fleste forskere er enige i dette. I den nevnte spørreundersøkelsen fra Forskningsrådet (Steen 2015) sier 68 prosent av forskerne at en viktig motivasjon for å formidle er å øke kvaliteten på forskningen.

Et mer alvorlig problem enn forskerne som ikke *vil* nå ut til et bredere publikum, er alle de som ikke *kan*. Universiteter og høyskoler må sørge for at studentene mestrer klar muntlig og skriftlig kommunikasjon. Studenter, særlig innen naturvitenskapelige fag, kan gå gjennom et helt studieløp uten å få trening i å skrive gode tekster på norsk eller å få grundige språklige tilbakemeldinger – for ikke en gang å nevne taleferdigheter. Innen samfunnsvitenskapene rapporterer noen undervisere om at det i bachelorløpet dukker opp en idé om at det finnes en egen, gåtefull akademisk skrivemåte som studentene tror de ikke behersker, men prøver å tilegne seg.¹¹ Sakte, men sikkert lærer de å skrive dårlig. På sikt blir resultatet en akademisk verden som er unødvendig mystisk og innforstått. For å motarbeide en slik utvikling bør formidling og skrivetrening bli en del av studentenes utdanning på bachelor- og masternivå. Starter man på ph.d.-nivå, er det trolig for sent.

Slik trening kan gjøre forskning mer tilgjengelig for folk flest. Samtidig kan den sette flere forskere i stand til å bli forstått av andre enn sine fagfeller, og dermed flytte noe av makten i formidlingen fra kommunikasjonsrådgivere tilbake til vitenskapelig ansatte. Slik kan vi motvirke en kommersiell utvikling hvor formidling blir redusert til en akademisk skjønnhetskonkurranse der målet er å tiltrekke seg mest penger og flest studenter. I motsetning til kommunikasjonsrådgivere står forskere først og fremst til ansvar for sine resultater, og ikke en administrativ ledelse. Men også forskere har interesser som kan forstyrre formidlingen. I tillegg til forskere som kan gjøre seg forstått av flere og ta et standpunkt på vegne av sitt arbeid, er det behov for flere journalister og redaktører med kritisk blick på forskningsresultater (som påpekt av for eksempel Hornmoen 1999).

Et annet sett med tiltak bør ta utgangspunkt i hvilke forventninger universiteter og høyskoler bør ha til en moderne forsker. I dag krever reglementet at alle faste faglig ansatte tar en pedagogisk utdanning. Ledelsen ved universiteter og høyskoler ser

undervisning som en viktig aktivitet for forskere ved siden av selve forskningen. Formidling bør også inn i en slik videreutdanning, med vekt på å trene på å skrive bedre på norsk. Dermed kan de vitenskapelig ansatte på sikt være med på å heve nivået blant studentene. I dag foregår nesten all faglig skriving på engelsk, særlig innen naturvitenskapelige fag.

Det betyr ikke at forskere skal bruke all sin tid på formidling. Men det må finnes reelle muligheter for de som ønsker å drive med formidling ved siden av kjerneaktivitetene forskning og undervisning. For eksempel kan hvert fakultet opprette et eget professorat der undervisningsplikten kan brukes til å trene studenter i forskningsformidling. Forskningsrådet bør på sin side opprette programmer for formidling der forskergrupper kan søke midler til spesifikke tiltak.

Ved Universitetet i Oslo finnes allerede en rekke initiativer: Realfagsbiblioteket, U10-festivalen, Åpen dag, Faglig-pedagogisk dag, formidlingsemnet for bachelor- og masterstudenter. Disse kreftene trenger et hjem. Miljøet bak formidlingsemnet foreslo allerede i 2013 å etablere et tverrfaglig senter for forskningsformidling som kan være et samlingssted for eksisterende aktiviteter og utgangspunkt for nye initiativer (Wig og Eckbo 2013). Sammen med de andre tiltakene vi foreslår, kan et slikt senter på sikt erstatte det profesjonelle mellomleddet av kommunikasjonsrådgivere. Det skrinlagte formidlingsprofessoratet kan få en naturlig plass her, sammen med et akademisk miljø som også kan forske på forskningsformidling. Vi har antydnet noen svar på hvilke effekter formidling har, ikke minst for de som selv driver med det. Men fortsatt vet vi lite om hva som fungerer, og hvordan. Hva er god og dårlig formidling? Finnes det bortkastet formidling? Hvordan kan forskningsformidling påvirke utformingen av politikk?

Lite av det vi foreslår her er enkelt å gjennomføre. Det krever ledere i akademia som tør å prioritere mellom ulike interesser og er ærlige nok til å innse at tidligere fremgangsmåter kom til kort. Men resultatet kan bli storslagent: En mer klartenkt verden, både i og utenfor forskningen, hvor flere kan forstå, utfordre og kritisere hverandre. Det bør være motivasjon nok til å forsøke.

Artikkelen er fagfellevurdert

Noter

- 1 Thomas Evensen i Forskningsrådet anslår at antallet er omkring 300 personer. Personlig kommunikasjon.
- 2 Vi legger til at vi er klar over at kommunikasjonsavdelingens arbeidsoppgaver inkluderer mer enn tilrettelegging for forskningsformidling.
- 3 Se for eksempel Farbrot (2010) eller Farbrots blogg <http://forskningkommunikasjon.com/about>. Se også *Uniforum* (2013) og Hallén (2010).
- 4 Svarprosenten var imidlertid lav (27 prosent).

- 5 Se for eksempel sluttrapporten til Profileringsprogrammet for Realfagene (PROREAL) (2012), som bevilget 27,3 millioner kroner i perioden 2007–2012.
- 6 Inkludert en av oss (Henrik H. Svensen). [NNT-redaktør Vidar Enebakk var også blant søkerne. Red.anm.]
- 7 Denne artikkelen diskuterer primært verbal formidling, men mye formidling skjer på andre måter – gjennom foto, kunst, teater og liknende.
- 8 På samme måte er det gode grunner til at det i hovedsak er forskere selv, og ikke politikere eller andre ikke-spesialister, som definerer hva som er interessante og nødvendige forskningstemaer.
- 9 Upreis tekst og tale er for øvrig et problem i journalistikken så vel som i academia. Fra norsk presse har vi eksempler som «fleksibelt arbeidsliv», «kostnadseffektive tiltak» og «grunnløse asylsøkere» – uttrykk som man er vant til å bruke, men som er utydelige og har sterke politiske konnotasjoner.
- 10 Begrepene er hentet fra henholdsvis Bruno Latour, Patrick Miller og Nicklas Rose, og Ulrich Beck og John Urry (Jf. Billig 2013: 143ff).
- 11 Førsteamanuensis Thorgeir Kolshus, personlig kommunikasjon.

Referanser

- Berger, P. og S. Pullman (1965). «Reification and the sociological critique of consciousness». *History and Theory* 4 (2), s. 196–211. <http://dx.doi.org/10.2307/2504151>.
- Billig, M. (2013). *Learn to write badly: How to succeed in the social sciences*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Christie, N. (2009). *Små ord for store spørsmål*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Dreier, P. (2016, 22. februar). «Academic drivel report». *American Prospect*.
- Elvebakk, B. og V. Enebakk, (2005). «Kunnskapsløst kunnskapsløft». *Samtiden* 114 (4), s. 34–44.
- Elvebakk, B. og V. Enebakk, (2006, 18. juli). «Formidling som teller». *Dagbladet*.
- Evans-Pritchard, E. E. og E. Gillies (1976). *Witchcraft, oracles and magic among the Azande*. Oxford: Clarendon Press.
- Farbrot, A. (2010). «Forskningsformidling – til hvem og hvorfor?». *Magma* 13 (4), s. 58–66.
- Hallén, A. (2010, 24. juni). «Forskningen trenger journalistene». Blogginlegg på <http://blogg.forskningsradet.no/arvidhallen/2010/06/24/forskningen-trenger-journalistene/>.
- Hornmoen, H. (1999). *Vitenskapens vakthunder. Innføring i forskningsjournalistikk*. Oslo: Tano Aschehoug.
- Krøger, C. (2016). «Et fag på ville veier». *Prosa*. 22 (3).
- Løvhaug, J. W. (2010). «UIOS strategi 2010–2020: Mangler forståelse for formidling». *Uniforum*. <https://www.uniforum.uio.no/leserbrev/2010/mangler-forstaelse-for-formidling.html>.
- Løvhaug, J. W. (2011). «Overlæreren i rampelyset: Universitetet i mediesamfunnet 1970–2011». I P. Anker m.fl. (red.), *Universitetet i Oslo 1811–2011*. Bd. 7, *Samtidshistoriske perspektiver*. Oslo: Unipub.
- Norges forskningsråd (1997). *Nasjonal strategi for allmennrettet forskningsformidling*. http://www.forskningsradet.no/bibliotek/publikasjoner/strat_allmenforskformidl_norsk/.
- Norges forskningsråd (2012). *Profileringsprogrammet for realfagene (PROREAL)*. Sluttrapport.

- Norges forskningsråd (2013). «Skisse til nytt program for forskningskommunikasjon». Hentet fra <http://arrangor.forskningsdagene.no/c65592/nyhet/vis.html?tid=1028200>.
- Nyre, L. (2012). «Journalistikken koloniserer universitetet». *Nytt Norsk Tidsskrift* 29 (3), s. 329–336.
- Ottersen, O. P. (2013, 24. januar). «Hvorfor formidling». *Rektors blogg*. Hentet fra <http://www.uio.no/om/aktuelt/rektors-blogg/arkiv/forskningsformidling-hvordan-og-hvorfor.html>.
- Sokal, A. D. (1996). «Transgressing the boundaries: Toward a transformative hermeneutics of quantum gravity». *Social Text* 46/47, s. 217–252.
- Sperber, D. (2010). «The guru effect». *Review of Philosophy and Psychology* 1 (4), s. 583–592.
- Steen, G. (2015). *Undersøkelse om forskningskommunikasjon*. Forskningsrådet. Future Present Group.
- Thune, T., P. O. Aamodt og M. Gulbrandsen (2014). «Forskere deler sin kunnskap». *Forskningspolitikk* 4, s. 4–5.
- Uniforum* (2013, 28. august). «– Formidling er gammeldags».
- Uniforum* (2014, 18. mars). «UiO skrinlegg formidlingsprofessorat».
- Uniforum* (2016, 28. januar). «Betalte 68 000 kroner for to taler: – Helt vilt».
- Universitetet i Oslo (1999). *En ny formidlingspolitikk for Universitetet i Oslo*. Innstilling fra en utredningsgruppe oppnevnt av Universitetsdirektøren.
- UHR (2005). *Sammen om kunnskap – Nytt system for dokumentasjon av formidling*. http://www.uhr.no/rad_og_utvalg/utvalg/formidlingsutvalget/rapporter. Universitets- og Høgskolerådets Formidlingsutvalg.
- UHR (2006). *Sammen om kunnskap II – Operasjonalisering av indikatorer for formidling*. Universitets- og Høgskolerådets Formidlingsutvalg.
- Wig, S. og N. Eckbo (2013, 18. januar). «Formidlingsrevolusjonen». *Aftenposten*.