

Ny formidlingspolitikk for UiO – innspillsnotat

Dette notatet er utformet av en komité nedsatt av rektoratet ved UiO, for å legge grunnlag for en ny formidlingsstrategi ved institusjonen. Gruppens medlemmer har vært professor Einar Lie (leder), professor Grete Brohmann, forsker Henrik H. Svendsen, førsteamanuensis Arnt Maasø og phd-stipendiat Julie Sørli Paus-Knutsen, med Marianne Knarud som sekretær. Det ligger i gruppens mandat (vedlagt) å utarbeide forslag til handlingsrettede tiltak. Tiltak for å øke ferdighetene i formidling og å legge til rette for en sterkere formidlingskultur er nevnt spesielt.

Mandatet peker også på de nye utfordringene som ligger i endringer i mediebildet og i måten den offentlige samtalen foregår på, gjennom en bredspektret og tidvis flyktig mengde av digitale plattformer og sosiale medier. Dette gir rom for flere stemmer og oppfatninger. Men det gir også en mer oppsplittet offentlighet, der det er vanskelig å skille godt belagt kunnskap fra svakere belagt kunnskap, der det er krevende å spore kilder og bakenforliggende motiver, og å skille etablerte og forskningsbaserte innsikter og nyheter fra «fake news», også på kunnskapstunge områder.

Vi vet at formidlingsaktiviteten fra UiOs forskere er omfattende. UiOs ansatte er godt representert i store mediekkanaler og i offentlige utvalg. Vi har ikke noe uttømmende bilde av de ansattes samlede formidlingsaktivitet. Selv om medietreff er en ufullstendig indikator for formidling (formidling kan skje på mange vis) viser statistikken over dette at relativt få ansatte står for en stor del andel av medietreffene.

Komiteen mener at det er en sentral oppgave for UiO å styrke bredden og tyngden i UiOs formidling. Betydningen for institusjonens synlighet og omdømme er vel erkjent; god formidling av høy kvalitet er en viktig del av det bildet som skapes av universitetets samfunnsmessige betydning. Den prinsipielle begrunnelsen for en sterkere og bedre fordelt formidlingsaktivitet er likevel overordnet: Universitetet skal ikke bare skape innsikt og viten, men sørge for at denne spres og nås beslutningstakere og allmenhet. Vi har en sterk, grunnleggende forpliktelse til å bidra til innsikt og kunnskap, til gode beslutninger i politikk og samfunnsliv; men også til å bidra til informert kritikk av beslutningstakere og maktsentra. Rektoratet har i sine føringer for komiteens arbeid ønsket å legge et utvidet formidlingsbegrep til grunn, der formidling forstås som den kunnskap fra UiO som tas i bruk i samfunns- og arbeidslivet. I dette ligger det en erkjennelse av universitetet må være i fruktbart samspill med samfunnet for å ha legitimitet.

Rektoratet har således utfordret komiteen til å foreslå tiltak som i større grad reflekterer de ulike formidlingsoppdragene et universitet har.

Rektoratet brukt begrepet *Kunnskap i bruk*, som en overbygning over de ulike formidlingsoppdragene. Innovasjon kan således også plasseres under paraplyen Kunnskap i bruk. Innovasjonsrelatert virksomhet en viktig del av å sette UiOs kunnskap i virksomhet, men arbeidet

med dette fanges opp av en separat strategi og komiteen har derfor ikke sett på tiltak for å øke UiOs bidrag innenfor dette området.

Hva mener vi med formidling?

Formidling er i universitets- og høyskoleloven beskrevet som et av universitetenes samfunnsoppdrag, sammen med undervisning og forskning. Loven (§1-3 om institusjonenes virksomhet) gjør det klart at universiteter og høyskoler skal bidra til å spre og formidle resultater fra forskning og faglig og kunstnerisk utviklingsarbeid. Formidling er en nokså sammensatt kategori. Forskningsrådet definerer i sin formidlingspolicy (2008-2012) forskningsformidling slik:

«Forskningsformidling og -kommunikasjon kan defineres ut fra målgruppene aktivitetene er rettet mot. Den kan være allmennrettet mot det brede publikum, brukerrettet mot forvaltning, næringsliv, offentlig sektor og andre som har bruk for kunnskapen i utøvelsen av sitt yrke eller sin profesjon, eller forskerrettet, det vil si fra forskere rettet mot andre forskere i form av vitenskapelig publisering, fagbøker, forelesninger etc.»

Vi vil i dette notatet i hovedsak se på formidling til allmenheten. De andre områdene faller normalt under forsknings- og undervisningsaktiviteten og dekkes i stor grad av strategier knyttet til disse samfunnsoppdragene. Likefullt er det ikke vanntette skott mellom de tre og det vil derfor være naturlig å se noe av dette i sammenheng.

Formidling til allmenheten kan skje på flere måter og det kan være hensiktsmessig å skille mellom:

- *Direkte formidling* av forskning man selv har utført. Et typisk eksempel er når en doktorgradsstudent gjerne vil ha noen til å skrive om det man har funnet i avhandlingen sin.
- *Formidling på vegne av faget*. Når vi ser på veldig gode og mye brukte formidlere, finner vi mye av dette. Dette er personer som behersker et bredt fagfelt, som gjerne snakker og skriver om det, i en kombinasjon av faglig innsikt og forståelse av hva som er relevant for mottakeren.
- *Deltakelse i offentlig debatt* fra et informert utgangspunkt. Her vil man ofte ikke kunne skille helt hva som faglig bidrag og synspunkter som ikke kan begrunnes faglig, men springer ut av i et generelt samfunnsmessig engasjement. En annen, men beslektet rolle, er å være deltakende *premissleverandør for produkt- og kunnskapsutvikling utenfor universitetet* gjennom samarbeidsprosjektet, deltakelse i ekspertgrupper og offentlige utredninger.

Det er viktig at UiO legger til rette for at studenter og ansatte for økt formidling av alle disse typene. Samtidig vil vi understreke at formidlingsvirksomhet må oppfattes som et kollektivt prosjekt. Den konkrete formidlingen gjøres ofte av den enkelte forsker. Men en vellykket satsing på sterkere formidling ved UiO må imidlertid være forankret i gode tiltak og initiativer, der vitenskapelig ansatte, ledelse, administrasjon og studenter sammen legger til rette for å bygge en sterkere formidlingskultur og videreutvikle ferdigheter for formidling.

Arenaer og kanaler for formidling

Det foregår mye og variert formidling på UiO, men det finnes ingen helhetlig oversikt over hva som gjøres hvor. En viktig del av UiOs formidlingsarbeid gjøres gjennom museene, universitetsbibliotekene og observatoriet. Realfagsbiblioteket ble i 2016 kåret til Norges beste bibliotek, og spiller en viktig rolle i formidling av realfagene. Samarbeidet med NRK Ekko gjennom Abels tårn gir mange hundre tusen lyttere tilgang til kunnskap om fenomener i hverdagen. Universitetsbibliotekets scene HumSam er av nyere dato, men har også rukket å sette opp et bredt tilbud. Til sammen har UiO om lag 2000 arrangementer i året, som er åpne og gratis for alle. I tillegg deltar UiO-forskere og studenter i mange arrangementer i regi av andre. Det er stor bredde i arrangementene, både i størrelse, form og grad av popularisering. Både arrangementer for voksne og barn er generelt godt besøkt.

UiOs museer har over en million besøkende hvert år og tilbyr omvisninger med forskningsbasert innhold. Observatoriet har et eget samarbeid med Oslo kommune der det tilbys et undervisningsopplegg for kommunens 4. og 7. klassinger. Til sammen mottar UiOs museer om lag 1000 skoleklasser hvert år.

Et annet stort og viktig formidlingsbidrag fra UiOs forskere gis gjennom deltakelse i Norges offentlige utredninger (NOU-er). Gjennom å delta i disse utvalgene bidrar forskere på ulike fagområder til å danne kunnskapsgrunnlaget for politisk debatt og beslutning. I perioden 2013 til i dag har 53 forskere fra UiO deltatt i 43 NOU-er (av 99 totalt). 19 av forskerne har ledet utvalgene de har sittet i. Det betyr at det er en UiO-forsker med i om lag annenhver offentlig utredning i Norge. Dette er et betydelig bidrag til en kunnskapsbasert debatt og politikktutøvelse og bør gis mer synlighet og annerkjennelse innad i institusjonen.

Forskere fra UiO er ofte i media, som både ekspertkommentatorer og bidragsytere i samfunnsdebatten. Tall fra 2015 viser at UiO-forskere i gjennomsnitt er i media om lag 45 ganger hver dag, men det er store forskjeller mellom fakultetene. Gjennomgående ligger HumSamsektoren i vid forstand (fakultetene samfunnsvitenskapelig, Humanistisk, Juridisk og Teologisk) høyere enn fakultetene Matematisk-Naturvitenskapelig, Medisin og Odontologi. Innad på fakultetene er det ofte enkeltforskere som trekker statistikken opp, og mange har ingen medietreff. Selv på de fakultetene som har høyest mediedeltakelse, er det ut fra foreliggende tall ikke mer enn én av fire som er registrert i media i løpet av et år.

Det kan være mange forhold som ligger bak dette, men en avgjørende faktor er at etterspørselen etter forskjellige kunnskap og synspunkter fra ulike fag og temaer er systematisk forskjellig, fra de som ligger tett på medias dagsorden, til de som ligger lengre unna. Noen forskere er slikt sett mer etterspurt fordi samfunnsdebatten som pågår, gjør deres kunnskap og synspunkter spesielt ettertraktet.

Det er viktig for både allmennheten og UiO at institusjonenes forskere har en tydelig tilstedeværelse i offentligheten og bidrar med sin kunnskap. Det er likevel ikke noe realistisk eller fornuftig mål at alle ansatte blir gjengangere i media. Men det er mange formidlingsoppgaver å ta av utenom mediedeltakelse og -tilstedeværelse. Alt fra de tradisjonelle formene som bøker og populærvitenskapelige artikler, samt å skrive for faglig baserte nettsteder og blogger. Det er en del av kunnskapens infrastruktur, der det mer enn noen gang er viktig, med godt etablert, «signert» kunnskap. Nettstedet Norgeshistorie.no ved Institutt for arkeologi, konservering og historie (IAKH) på Humanistisk fakultet er et eksempel på kunnskapsmessig infrastruktur som er svært mye brukt av allmennheten og skoleverket. Også andre fakulteter og institutter har gode nettressurser rettet mot allmennheten. Store Norske Leksikon er et annet eksempel på oppbygging av et kunnskapsmessig felleseie for allmennheten, der forskeres bidrag er avgjørende. Det ligger generelt et stort potensial for formidling i sosiale medier og blogger, særlig i kombinasjon med korte eller lengre forelesninger eller foredrag som podcast eller video. Det er derfor en realistisk ambisjon av alle ansatte deltar i en eller annen form for formidlingsarbeid.

På et breddeuniversitet som UiO finnes det ingen spesifisert «one-size-fits-all» oppskrift for sterkere synlighet og samfunnsbidrag innen formidling. Hva som vil være vellykkede strategier for formidling, vil variere fra fagfelt til fagfelt, med hensyn til de ansattes kompetanse, hvordan kunnskapsfeltet er strukturert og hva slags kanaler og samarbeidspartnere som kan etableres på feltet. Konkrete strategier bør utformes lokalt – men de bør etableres, og gjøres til en del av det alminnelige leder- og oppfølgingsansvaret for hver enkelt enhet. Vi kommer tilbake til dette nedenfor.

En endret kontekst for formidling

UiOs forskere og ansatte har på mange måter en mer krevende situasjon for formidling enn tidligere. Et endret medielandskap har gitt en eksplosjonsartet økning i mengden informasjon, mens tiden til å orientere seg i mediemangfoldet er omtrent den samme som før. Medielandskapet er også blitt fragmentert, og tradisjonelle medier som dominerte ordskiftet tidligere har fått en svakere rolle. Måten informasjon spres på, har også endret karakter gjennom at sosiale medier spiller en større rolle. En stor utfordring er at tilliten til medieinstitusjoner og nyhetsinnhold samtidig er satt under press, og «fake news» er blitt et tema for både forskning, regulering og bekymring blant vanlige mediebrukere.

Samtidig gir endringene nye måter å formidle på, både i form av kanaler og form. Det enkelte bruker har fått en viktig rolle i videreformidling av innhold i sitt nettverk, og mange flere har fått mulig til å produsere innhold som kan nå mange.

I denne medievirkeligheten har UiOs ansatte både flere muligheter til å nå ut, og samtidig flere utfordringer med å nå frem og bli trodd. Endringene gjør det nødvendig for UiOs formidlere å forstå hvordan de nye mediene fungerer, og hvordan bærer budskap til torgs når det ikke lenger er

tradisjonell presse og kringkasting som dominerer. Slik sett gir den nye muligheter og stiller krav om nye ferdigheter, som digitaliseringen gjør også i forskning og undervisning.

Samtidig er det ikke dermed gitt at den nye situasjonen innebærer en prinsipielt annen tilnærming til formidling. Det kan snarere understreke betydningen av tradisjonelle verdier som etterrettelighet, godt språk, klar argumentasjon og interessant innhold. Uansett krever det nok at flere mestrer flere typer kommunikasjon og kommunikasjonsformer enn før, tilpasset ulike situasjoner, kontekster og målgrupper. Dette bør den nye formidlingsstrategien for UiO gjenspeile.

Barrierer mot formidling: internkulturen

Komiteen mener det er viktig å skape en mer inkluderende formidlingskultur ved UiO. UiO er et stort sted og det finnes neppe noen enkel, oppsummerende beskrivelse av holdningene til formidling i institusjonen. Vi vet derimot at negative holdninger til formidling er utbredt og oppleves som begrensende og splittende for det felles prosjektet som formidling tross alt er.

Erfarne formidlere forteller at møtene med ikke-formidlende kollegaer kan være tunge. Som Dag O. Hessen skriver i boken *Sannhet til salgs* (Res Publica, 2018), frykter mange kritikk fra kollegaer etter å ha formidlet. Anine Kierulf har gitt uttrykk for liknende erfaringer (Nytt Norsk Tidsskrift 1/2017). Flere av medlemmene av komiteen kjenner seg også igjen i bildet som tegnes av Kierulf.

Denne typen kritikk er åpenbart tyngre å håndtere for de yngre og mindre erfarne ansatte. Undersøkelsen *Forskningskommunikasjon 2015* fra Norges forskningsråd (NFR), om holdninger til formidling, underbygget erfaringene. Ved UiO svarte syv prosent, den høyeste på landsbasis, at de var «helt enig» i påstanden «jeg opplever at forskere som er mye ute i media ofte blir uglesett av kolleger». 18 prosent av de spurte krysset av for at de «i stor grad» var enig i samme påstand. Personer med tilhørighet i gruppen doktorgradstudenter/vit.ass/rekruttering var på landsbasis mest enig i påstanden.

En annen årsak til følelsen av å være uglesett, kan være det overordnede synet på hva som bør formidles av hvem. Bør den største faglige autoriteten innen et felt alltid uttale seg? Kan andre slippe til, selv om de ikke har forsket like inngående på det aktuelle temaet? Kan forskere uttale seg om saker som omhandler aktuell politikk og omdiskuterte samfunnsproblemer, eller påvirker det ens troverdighet?

Et av de overraskende funnene til NFR-studien er at 34 prosent av de spurte ved UiO sa seg helt eller delvis enige i påstanden «forskere bør begrense seg til å uttale seg om sin egen forskning». Det legger en åpenbar og sterk begrensning på formidlingen hvis personer med bred og sterk allmenn fagkunnskap ikke skal kunne formidle denne, fordi det finnes forskere med sterkere fagintern merittering på samme felt. Det bør arbeides med en kulturendring med det mål å få færre til å si seg enig i disse påstandene.

Formidling er ikke omfattet av noe «tellekantsystem» ved UiO, og det gis ikke systematisk belønning til enkeltforskere eller deres enhet ved ulike former for formidling. Andre institusjoner i UH-sektoren

har imidlertid innført lokale belønningssystemer basert på ulike former for formidling. NFRs undersøkelse viser at 48 prosent av UiOs ansatte er helt eller delvis enig i påstanden om at formidling ville vært prioritert høyere hvis det var meritterende. Kun 18 prosent er «helt uenig» i dette.

Resultatene kan tolkes i flere retninger. Det er mulig, kanskje også sannsynlig, at merittering vil gjøre det mer akseptabelt ovenfor kollegaer og ledelse å prioritere formidling fremfor andre oppgaver. Komiteen vil likevel ikke anbefale et formelt tellesystem for formidling. Vi bruker allerede mye tid på å registrere, telle og måle hverandres innsats. De enkelte elementene i formidlingen, være seg bøker til allmennheten, kronikker, radio- og TV-deltakelse, blogginnlegg, leksikonartikler, foredrag for skoleelever, intervjuer og mye annet, er i tillegg høyst ulike former for bidrag som det kan ligge veldig varierende innsats og opplysningskraft i. Noen mediebidrag spres også til mange andre medier, der nyhetsverdien er vel så viktig som meningsinnholdet. Skillet mellom formidling av egen forskning, av fellesfaglige kunnskaper, av faglige baserte bidrag i samfunnsdebatten, og rent personlige synspunkter på aktuelle temaer, er tilsvarende vanskelig å trekke, selv med stor nøyaktighet i rapportering og etterprøving. Et tellekantsystem som skal være robust og rettferdig og ha stor legitimitet blant de ansatte hører neppe til blant de oppnåelige goder, uten at det legges svært mye administrativt arbeid i kategorisering og kontroll.

Styrkingen av formidlingskulturen kan og bør gjøres med andre midler. Vi mener det er et behov for større innsikt og ferdigheter i formidling blant ansatte, studenter og stipendiater. Formidling bør tillegges systematisk vekt ved ansettelse, professoroppykk og lønnsfastsettelse. Endelig bør formidling inngå i det ordinære ledelsesansvaret ved UiO, og inngå i alminnelige strategier, årsplaner og rutiner for oppfølging. I forlengelsen av dette er det sannsynligvis også mer å hente i samspillet mellom vitenskapelig ansatte og kommunikasjonsfolk i administrasjonen. Vi tror at en systematisk oppgradering av formidlingsarbeidet langs disse linjene, som vil bli begrunnet i de følgende avsnittene og i oppsummerende anbefalinger, vil bidra til å heve omfang, kvalitet og status på formidlingen ved UiO.

Barrierer mot formidling: ferdigheter i formidling

Som det fremgår ovenfor, har UiO både mange gode formidlere, og mange ansatte som ikke bruker tid på utadrettet virksomhet. Vi tror at dette i noen grad skyldes manglende ferdigheter i forskningsformidling. NFRs undersøkelse gir på dette punkt blandete indikasjoner. 44 prosent sier seg helt eller delvis uenig i at manglende ferdigheter begrenser deres forskningskommunikasjon. Vi vet imidlertid ikke hvordan disse er fordelt mellom det store flertallet der vi ikke kan registrere mediebidrag, og de som faktisk formidler. Uansett vil mye kunne oppnås ved å nå de gjenværende 56 prosentene.

Vi tror at økte formidlingsferdigheter vil bidra til kvalitet og omfang av formidlingen. La oss ta et konkret, men ikke tilfeldig eksempel: Gjennom artikler, blogger og kronikker har man som formidler normalt kontroll med helheten av det budskapet som formidles. I møter med brukere og medier har man det i hovedsak ikke, da blir budskapet forkortet og forenklet. Vi vet også at mange kolleger er

misfornøyde med mediernes forenkling av faglig stoff. Hele 78 prosent av de spurte ved UiO (NFR-undersøkelsen) sa seg helt eller delvis enige i at mediene overforenkler forskningsresultater.

I dette ligger en krevende dobbelthet: På den ene siden må forskere ta inn over seg at det er journalisten som i en slik sammenheng har kontroll med og er ansvarlig for det helhetlige produktet som kommer ut av møtet mellom de to. Forskeren verken kan eller bør forsøke å ta et slikt ansvar. Samtidig er ikke enhver forkortning og forenkling akseptabel. Journalister er ikke glad i usikkerhet og betingede utsagn. Men samtidig vil det være en helt vesentlig del av god formidling å forklare hva som er grensene for hva man vet og kan vite.

Økte ferdigheter kan formidles gjennom elementer i undervisning og organisert opplæring, og kurs til ansatte. Vi har ingen tro på å etablere selvstendige, obligatoriske formidlingskurs for ansatte. Det finnes allerede kurs i kronikkskriving og intervjutrening, og UiO bør bestrebe seg på å gjøre disse best mulig og spre kunnskapen om dem. Det obligatoriske kursinnslaget vi per i dag har for ansatte er det universitetspedagogiske kurset, som har full oppmerksomhet om undervisning (formidling til studenter), men ingen innslag av formidling til allmennheten. Her bør det legges inn en komponent med formidling til samfunnet. Ferdighetene som kreves, er sterkt overlappende med det som kreves for god formidling til studenter. Komponenten bør ha som hensikt å bevisstgjøre om formidlingsoppdraget og å peke på grunnleggende muligheter og utfordringer i formidling av kunnskap til allmennheten. Undervisningen i formidling må gis av personer med relevant kompetanse og erfaring fra formidling.

Kommunikasjons- og til dels forskningskonsulenter/rådgivere har en viktig rolle i å legge til rette for bedre formidlingsvirksomhet. UiO har omlag 100 kommunikasjonsrådgivere på ulike nivåer. Dette er en del av UiOs administrasjon som det er vanskelig å få eller gi et fullstendig bilde av: Det er store og åpenbare forskjeller i organisering, dimensjonering og innretning av kommunikasjonsfunksjonene ved UiOs enheter. Kommunikasjonsrådgiverne har flere oppgaver – støtte til ekstern og intern kommunikasjon for ledelsen, løpende oppgaver i drift av nettsider mv., støtte til forsknings- og undervisningsprosjekter, og støtte til enhetenes formidlingsvirksomhet, drevet av den jevne ansatte. Komiteen har ikke noe godt grunnlag for bastante vurderinger av hvordan ressurser og kompetanse er fordelt på disse oppgavene. Men vårt inntrykk av at den sistnevnte oppgave, som er den minst «ledelsesdrevne», ikke har tilstrekkelig oppmerksomhet. Vi tror ikke løsningen er å øke antall kommunikasjonsrådgivere fra dagens nivå, men sørge for at arbeidet med å understøtte den jevne formidlingsaktivitet fra fagmiljøene har tilstrekkelig prioritet og oppmerksomhet.

Formidling i utdanningen

Formidling av forskningen på universitetet, og faglige innsikter fra både studenter og ansatte, er blant UiOs viktige bidrag til en opplyst samfunnsdebatt og kunnskapsbaserte beslutningsprosesser. Selv om UiO har flere dyktige formidlere som er synlige i mediene, i avisspaltene og i museene, er det rom for forbedring. I NFR-undersøkelsen oppga 21 prosent av de spurte ved UiO (1041 midlertidig og fast ansatte) at det var «svært uviktig eller ganske uviktig» å sette av tid til forskningsformidling

sammenlignet med andre arbeidsoppgaver. Samtidig brukte 25 prosent av de spurte mer enn fem timer i måneden i snitt på formidling. Spørsmålet er hvordan UiO kan bidra til at flere formidler sin kunnskap, ikke minst hvordan UiOs 28 000 studenter kan involveres og selv bidra. Erfaringer fra både MNKOM3000/4000 og HIS4050 viser at bachelor- og masterstudenter kan bli gode formidlere og bidra i mer aktivt i samfunnsdebatten selv etter kun ett semesters kursing. Formidlingen ved UiO kan løftes ved å inkludere studentene, men dette er altså ikke gjennomført utover enkelte kurs med begrenset kapasitet (MNKOM-kurset tar inn 30 studenter hvert vårsemester). Ved å modifisere studieplanene kan studenter både på bachelor- og masternivå i større grad dra nytte av formidlingskomponenter i undervisningen.

Å legge bedre til rette for at formidling får en større plass i studieplanene handler ikke utelukkende å oppfylle UiOs lovpålagte samfunnsansvar. Det vil også bedre studentenes egen kompetanse. Formidling av vitenskap og forskning kan læres på lik linje med andre fag. Gjennom læringen vil studenter utvikle ferdigheter som ikke nødvendigvis er prioritert i dagens høyere utdanningssystem, som det å øke studentenes evne til å motta og gi konstruktiv kritikk, bedre den faglige modningen og refleksjonen, til å samarbeide, til å forstå andres perspektiver og til å se eget arbeid gjennom andres øyne. Den faglige modningen oppnås via forenkling av stoffet slik at det blir forståelig for utenforstående. Denne forenklingen av fagstoffet kan også fremme kreativitet og evne til kritisk tenking, noe som er erfart på MNKOM-kurset som MN-fakultetet organiserer. På denne måten har opplæring og beherskelse av formidling en verdi som kaster mer av seg enn den rent faglige videreformidlingen.

En formidlingskomponent i utdanningen kan også åpne opp for samtaler som går ut over det fagspesifikke. Gjennom formidling må studentene forholde seg til samfunnsdebatten og til reaksjoner fra verden utenfor UiO. Dette gir rom for samtaler og diskusjoner om vitenskapsteori, filosofi, etikk, politikk og samfunn. Det kan også bidra til å løfte studentens forståelse og kunnskap om retorikk og hvordan det kan brukes. Denne kunnskapen er spesielt relevant i dagens tidsalder der sosiale medier gir mennesker mulighet til å skjule seg bak digitale identiteter.

Både de muligheter som kommer med digitale identiteter og massespredning av usanne nyheter gjør at det er behov for kunnskapen studentene kan formidle. Det er en etterspørsel etter mennesker som kan rette opp i misforståelser og formidle kunnskap fra forskningen i tradisjonell media og på internett. Gjennom opplæring i forskningsformidling må målet være at kandidater utdannet fra UiO har retorikktreningen, selvtilliten, formidlingskompetansen og målgruppeforståelsen som behøves for å være en opplysende stemme i samfunnsdebatten og i samfunnet generelt. Til slutt sitter studentene igjen med økt språklig kompetanse via skrivetrening og språklige tilbakemeldinger, noe som styrker norsk som fagspråk både i og utenfor academia¹.

¹ I løpet av 2017 har 11.000 studenter vært på kurs på akademisk skrivesenter (i regi av universitetsbiblioteket). Interessen og ønsket fra studentene om å utvikle sine skrive- og formidlingsferdigheter gir støtte til argumenter om at denne type trening i større grad bør integreres i studieløpet

Vurderinger og anbefalinger

Komiteen mener at formidling bør få en større plass i UiOs bevissthet og virksomhet. Vi trenger å ruste opp ferdighetene i formidling blant studenter, stipendiater og ansatte, styrke formidlingskulturen og heve formidlingens status.

- Vi vil ikke forslå eksplisitte, individbaserte belønningssystemer («telleanter»). Men formidling bør tillegges vekt ved tilsetninger, lønnsfastsettelse og professoroppykk.
- For å styrke formidlingskompetansen på sikt og å bygge en bedre formidlingskultur vil vi forslå en styrket opplæring på dette området:
 - Kunnskaper i formidling *bør* legges inn i undervisningen på bachelornivå og *skal* legges inn på masternivå. Studenter må trenes i å forstå og fortolke hvilken plass deres fagbaserte kunnskap har i samfunnsdebatten, og hvordan de selv kan bidra med den kunnskapen de lærer og er med å utvikle.
 - På phd-nivå skal det også være obligatorisk å ha gjennomført en formidlingsaktivitet. Det skal også være kurs og veiledningstilbud i forskningsformidling i de enkelte phd-programmer.
 - Det *bør* legges inn en komponent i forskningsformidling i det eksisterende universitetspedagogiske kurset for nyansatte.
- Formidling må være en del av linjeansvaret. I hele styringsaksen (institutt/sentre, fakultet/museer/bibliotek) bør det formuleres strategier og konkrete handlingsplaner der formidling inngår. Fagspesifikke forhold vil være bestemmende for innholdet i strategien, dvs. for hvordan den faglige virksomheten på best mulig måte skal formidles til det omkringliggende samfunnet. Kommunikasjonsrådgiverne har en viktig oppgave i å understøtte den løpende formidlingsaktiviteten. Dette arbeidet må gis tilstrekkelig prioritet, og det bør arbeides med å utvikle samarbeidet mellom de vitenskapelige og administrativt ansatte kommunikatører.
- Ledelsesansvaret må presiseres. Det må være klart i alle ledergrupper i styringsaksen, hvem i instituttledelsen/dekanatet/rektoratet som har ansvar for formidling og formidlingsstrategi. Det er det ikke i dag.