

Campus sentrum ved UiO – utkast til prosjektskisse

1. UiO:Sentrum - en vesentlig del av en helhetlig campusstrategi ved UiO

Oslo er en kompakt kunnskapsby med institusjoner lokalisert nær sentrum og nær hverandre. Dette gir potensial for økt interaksjon og samhandling mellom kunnskap, næring og byliv. (Oslo kommune: Campus Oslo, Strategi for utvikling av kunnskapshovedstaden, s.22)

UiOs campus i sentrum er med sin unike plassering midt i Oslo sentrum en viktig arena for synliggjøringen av Universitetet i Oslo som en del av bybildet, og en hovedarena for synliggjøringen av Oslo som en attraktiv universitetsby.

Innsamling av grunnlagsmateriale for Strategi 2030 (UiO sett utenfra) har avdekket at Campus sentrum er en underekspontert ressurs for UiO som i langt større grad kan brukes til strategisk profilering av universitet i byen.

I Oslo kommunes campusstrategi er Innovasjonsdistrikt sentrum både presentert som det området i byen som har størst tetthet av kunnskapsintensiv næring, og dermed også et område med et stort samarbeidspotensial, – men også som det innovasjonsdistriktet (av tre) som har mest uklar profil, og som derfor får minst distinkt omtale.

Potensialet for samarbeid med tjeneste-, kultur- og opplevelsesnæringer er svært stort i sentrum, men svakt utviklet i Oslo kommunes strategi. UiO har derfor en unik mulighet til å ta ansvar for utviklingen av sentrum, ikke bare på vegne av universitetet, men også gi føringer på hva Innovasjonsdistrikt sentrum som helhet kan være. I tillegg kan Campus sentrum fungere godt som utstillingsvindu for regjeringens ambisjoner for Kunnskap i bruk.

Dersom UiO ikke griper denne muligheten, vil andre interessenter definere potensialet og forståelsen av hva Campus sentrum kan være.

Tiltak:

- a. *Campus sentrum* utvikles som en tydelig UiO-arena og til å bli en sentral arena for forskningsformidling (kunnskap i bruk) gjennom publikumsrettede debatter og samarbeid med kultur, politikk, forvaltning og næringsliv.
- b. Sentrumsbygningene åpnes for bruk etter normal kontortid og i undervisningsfrie perioder som et ledd i det å øke universitetets synliggjøring i bybildet.

2. Campus sentrum som arrangementsarena – en mulighetsskisse

Campus sentrum bør brukes både til å gjøre studentene og ulike studentaktiviteter mer synlige i bybildet, og til å synliggjøre forskningen som foregår ved UiO.

Arrangementene skal speile forsknings- og undervisningsaktiviteten ved UiO, noe som avgrenser og tydeliggjør vår aktivitet i forhold til andre synlige og sammenlignbare formidlingsarenaer i sentrum som Litteraturhuset, frokostmøter på Nationaltheateret, Nasjonalbiblioteket og nye Deichman i Bjørvika.

Konferanser: Campus sentrum gir UiO en unik mulighet til å arrangere konferanser midt i Oslo by i de periodene hvor undervisningen ligger nede. Bygningene i sentrum har et vidt spekter av auditorier og undervisningsrom, og med hotell- og bispisingstilbud i overflod i umiddelbar nærhet. Konferanser kan kombineres med kulturopplevelser, både UiOs egne (museet, de gamle universitetsbygningene, Observatoriet) og i samarbeid med andre kulturinstitusjoner i sentrum.

Større kulturarrangementer: Kulturnatt på Tullinløkka, Hagefest (eventuelt i samarbeid med Akademihagen) i Frederiks gate 3, markering av universitetsåret på Universitetsplassen.

UiO som kulturbærer: Campus sentrum har arealer som kombinerer kunnskap/akademia med opplevelser. UiO kan bruke de historiske bygningene, bibliotekene, kunsten og museene aktivt til å formidle kulturopplevelser og vitenskapshistorie i sentrum.

En bevisst spissing av UiOs formidlingsprofil gjennom UiOs aktører i sentrum, kan bidra til økt synlighet for UiO generelt. Det skaper større grad av åpenhet mot omgivelsene og utvider UiOs samarbeidsmuligheter med andre interessenter og aktører i sentrum.

(se vedlegg 1 med oversikt over lokalene)

Tiltak:

a. Flere offentlige UiO-arrangementer legges til bygningsmassen i sentrum

Sentrumsaktørene (JUS, KHM, UB) vil være aktive pådrivere for å profilere mulighetene som finnes for å legge faglige arrangementer for både forskere og et bredere publikum til Campus sentrum

b. Etablere et samarbeid med Oslo kommune og OsloMet

UiO bør etablere et tettere samarbeid med Oslo kommune og OsloMet slik at en i fellesskap kan finne måter å profilere Oslo som universitetsby. Universitetsplassen og bygningsmassen i sentrum brukes aktivt i dette arbeidet, ikke bare som symbolbygg slik de gjerne brukes i dag.

3. Campus sentrum som arena for Livslang læring

Campus sentrum har ellers en perfekt beliggenhet med tanke på UiOs satsing på livslang læring. Nærhet til ulike transportmuligheter og nærhet til ulike virksomheter kan gi UiO en fordel i EVU-markedet. Juridisk fakultet og Kulturhistorisk museum kan vise vei ved å tilby ulike kurs innen justis og museumssektoren.

4. Campus sentrum – profilering av UiO - Sentrumsenhetenes bidrag

Juridisk fakultet, Kulturhistorisk museum og Universitetsbiblioteket er gjennom sin lokalisering i sentrum viktige ambassadører for synliggjøringen av UiO. Dette potensialet må utnyttes bedre:

4.1. Samarbeidspartnere – Hvilke aktører/interessenter ser vi i våre særskilte omgivelser.

Juridisk fakultet vil utnytte sin plassering i sentrum til å skape et tettere nettverk med omkringliggende institusjoner innen justissektoren, både blant private og offentlige aktører.

Det være seg Storting og domstoler, departementer og andre offentlige instanser, de store advokatkontorene eller kommunale etater. Dette nettverket vil også gavne synliggjøringen av UiO som en viktig samfunnsaktør. UiO vil gjennom dette kunne bruke fakultetet til å få et bedre inngrep med viktige samfunnsaktører og fakultetet vil gjennom et slikt samarbeid sikre at forskning og utdanning svarer til de behovene som samfunnet og bransjen står overfor. Fakultetets geografiske plassering er et stort pluss i dette arbeidet, og **Rett i Sentrum** kan bli et begrep både rent fysisk og i overført betydning. (Liste med aktuelle aktører: se vedlegg 5)

Gjennom et slikt samarbeid med offentlige institusjoner i sentrum, kanskje særlig om arrangementer, kan det skapes en unik møteplass mellom UiO, lovgivende, utøvende og dømmende makt, og offentligheten.

Universitetsbiblioteket utgjør en tverrfaglig møteplass for studenter, forskere og et allment publikum. Samtidig er biblioteket en åpen arena som synliggjør kunnskap gjennom samlinger og tjenester, tilgjengelig for alle.

Arealene og ressursene er del av en større infrastruktur på UiO. I sentrum har UB fakultetsnære integrerte bibliotek (HumSam og Juridisk fakultet). Dette etablerte samarbeidet kan utnyttes enda bedre i felles utvikling av formidling. I 2018 gjennomførte UB samlet 285 foredrag, faglige seminarer, bokpresentasjoner, radiosendinger, utstillinger mm i de forskjellige avdelingsbibliotekene. Alle UBs arrangementer har tilknytning til UiOs forskning og undervisning. Gjennom en tydeligere formidlingsstrategi for Campus sentrum er det et stort potensiale for videreutvikling av DB, samt å involvere andre aktører i sentrum på en mer aktiv måte enn det som gjøres i dag.

Universitetsbiblioteket har allerede etablert møteplasser og samarbeid på enkelte konkrete områder med Nasjonalbiblioteket og Universitetsbiblioteket ved Oslo Met. Samarbeid knyttet til formidling har potensial til å videreutvikles. Deichman og UB er i dialog om muligheter som ligger i felles tenkning omkring formidlingsaktiviteter og økt samhandling i sentrum. I likhet med landets folkebibliotek utgjør også universitet- og høgskolebibliotek viktige ledd i et nasjonalt biblioteksystem og – samarbeid. Folkebibliotekene har til oppgave å fremme opplysning, utdanning og annen kulturell virksomhet, gjennom aktiv formidling, og skal være en møteplass og arena for offentlig samtale og debatt. Gjennom et mer formalisert

samarbeid mellom blant annet fire store ledende hovedstadsbibliotek, ligger det godt til rette for å bidra til økt synlighet for UiO i sentrum.

Kulturhistorisk museum vil utnytte sin plassering i sentrum til å skape et tettere nettverk med omkringliggende institusjoner innen kunst, kultur og kulturarv.

Relevante institusjoner er Riksantikvaren, NIKU, Nationaltheatret, Nasjonalmuseet for kunst, design og arkitektur, Nasjonalbiblioteket, Litteraturhuset, Ibsenmuseet (NFM), Forsvarsmuseet, Kunstnernes hus, Det norske teatret, Nobels fredssenter osv. Dette er institusjoner med stort nettverk og tydelig profilering som UiO kan ha mye utbytte av å samarbeide med – ikke minst dersom man ønsker å vektlegge breddeuniversitetet og HUMSAM-fagene.

4.2. **Campus sentrum - Viktig sted for å synliggjøre UiO for skoleverket.**

Det juridiske fakultet kan formidle om rettsstatlige prinsipper til elever i grunn- og videregående skole, og kan også tilby enkle forelesninger på aktuelle temaer innenfor jus, menneskerettigheter og kriminologi.

JussBuss og JURK kan være fine ambassadører i møter med skoleverket. Fakultetet vil arbeide for å få på plass en avtale med kommunen/skoleetaten om å etablere et fast tilbud for Oslo-skolen om noen tilrettelagte forelesninger som kan inngå i undervisningstilbudet, spesielt på videregående nivå.

Juridisk bibliotek kan ta imot skoleklasser, eksempelvis rettslæreklasser på videregående, og gi en innføring i hvordan finne og bruke juridiske kilder.

Dette kobles til fakultetets tilbud til skoleverket.

Oslo Peace Week er også noe som kan videreutvikles i dette samarbeidet mellom skoleverket og Juridisk fakultet.

KHM mottar omlag 600 skoleklasser i året. Et eget mottakssenter/rom for skolebarn og barnefamilier er under realisering i Historisk museum.

4.3. **Utstillingsfunksjoner - spesielt UB og KHM men i samarbeid med Jus**

KHMs utstillingslokaler har tradisjonelt vært benyttet til å vise museets egne samlinger. Ved etablering av nye utstillingslokaler i fjerde etasje, samt arealer for skiftende utstillinger, vil hele UiO samt andre samarbeidspartnere få mulighet til å presentere sin forskning og sine prosjekter.

Et utstillingsprosjekt rundt middelalderlovene vil være et nærliggende tema som kan involvere de tre enhetene i sentrum (JUS, KHM og UB) og kan også åpne for samarbeid både med Nasjonalbiblioteket, Nasjonalmuseet for kunst og Nationaltheatret.

Juridisk bibliotek har en stor og verdifull samling av eldre juridisk litteratur, samt en mengde grunntekster som også studeres innenfor samfunnsvitenskapelige- og humanistiske fag. Den eldste delen av boksamlingen består av rundt 22. 000 bøker og 750 folianter, og utgjør en av de største eldre samlingene av juridiske tekster i Nord-Europa.

Den eldste boksamlingen har både faglig og bokhistorisk verdi, og brukes aktivt i tverrfaglig orienterte prosjekter, med tematiske nedslagsfelt i emner som menneskerettigheter, majoritet/minoritet, demokratisk deltakelse, utenrikspolitikk, rettslig internasjonalisering vidt forstått, og forholdet til EU og EØS spesielt.

Denne samlingen kan og bør formidles i mye større grad.

4.4. Citizen science - et allment publikum

Det er mye som kan gjøres for å profilere UiO og Campus sentrum og gjøre universitetet bedre kjent for et allmennheten:

- Etablering av en Juspris for videregående skole. For eksempel pris for beste essay om Jus og menneskerettigheter.
- Samarbeide med skoleetaten om å utarbeide et kurs i bruk av digital tilgang til rettskilder for skoleelevene. Et slikt kurs er også noe som kan utvikles til et lavterskeltilbud, der «vanlige» folk lærer seg å bruke de digitale rettskildene.
- Juridisk fakultet vil inngå tettere samarbeid med skoler/videregående skoler gjennom å engasjere f. eks elever som har rettslære som programfag i videregående skole. Dette kan bidra til en bredere forståelse for anvendelsen av faget gjennom ulike former for praksis i samarbeid med fagmiljøene.
- 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 (se vedlegg 6 Ny formidlingspolitikk for UiO)
- Ulike minoriteter inviteres i større grad inn til KHM for å jobbe med samlingene fra egne opphavsområder. Gjennom digitale portaler gjøres denne typen arbeid i større grad tilgjengelig globalt.
- Numismatikk og arkeologi har store amatørmiljøer som både arbeider med egne samlinger (numismatikk) eller som jobber aktivt med å kartlegge kulturminner i felt (metallsøking etc.).
- Ulike historielag engasjeres gjennom digitaliseringsprosjekter av KHM's fagarkiver.

4.5. Digitalisering - Campus sentrum som base for IT og digital læring

Juridisk fakultet har allerede et tett samarbeid med Lovdata for å lage nye og spennende digitale løsninger for rettsstudiet. Det kan ellers være av stor interesse å se på Entras nye satsing [Rebel i Universitetsgt. 2](#) (Tullin-kvartalet) som har som mål å bli en ledende møteplass for teknologer i hovedstaden: «Rebel blir et internasjonalt ledende kompetanse-HUB som fasiliterer deling av IT-kompetanse på tvers av bransjer, "communitites", organisasjoner og akademia, og som skal legge til rette for kunnskapsdeling og samarbeid mellom næringsliv, offentlige virksomheter, fagmiljø og akademia.»

- Synliggjøre ulike kilder i digitale flater.

- Digitale utstillinger av trykte verk. Eksempel: bygge videre på UB sitt prosjekt Visual Navigation Project:
<https://www.ub.uio.no/om/prosjekter/avsluttet/the-visualisation-project/>
- Utvikle nettkurs som gir innføring i gjenfinning og bruk av rettskilder, eksempelvis stortingsdokumenter.
- Videreutvikle det døgnåpne bibliotek (alltid tilgjengelig).

5. UiO:Sentrum – veien videre

For å få realisert tiltakene og mulighetene som skisseres i dette notatet foreslår vi at det opprettes et prosjekt som får i oppdrag å utrede og gjennomføre konkrete tiltak slik at UiO:Sentrum og bygningsmassen der kan fungere som utstillingsvindu for forsknings- og undervisningsaktiviteter ved UiO. Prosjektet bør rapportere til rektor.

Prosjektet må blant annet gjennomføre en kostnadsanalyse og utrede en organisasjonsstruktur for å kunne tilby brukerstøtte både teknisk og bygningsmessig utover «normal» arbeidstid. Vil dette innebære en annen modell for internhusleie og fordeling av kostnader slik for eksempel UiB har gjort i forhold til bruk av Bergen museum som formidlingsarena for hele UiB? (se vedlegg 7 - UiB og etablering av Universitetsmuseet i Bergen som arena).

Kommunikasjonsplan for synliggjøring og profilering av UiO:Sentrum som formidlingsarena for hele UiO må utarbeides.

De tre enhetene som har sitt daglige virke i sentrum vil gjerne bidra i prosjektet, og vil gjennom sine nettverk og sine aktiviteter fungere som døråpnere for tilsvarende aktiviteter ved andre enheter. Lederne for de tre enhetene vil også stille seg tilgjengelige for å bli med i styringsgruppen for prosjektet.

Vedlegg:

1. Kartlegging og beskrivelse av fysiske muligheter - data på størrelse osv.
2. Historikk: Sentrum som symbolfunksjon - historiske linjer til våre roller mot samfunnet.
3. Hva kan vi med vårt særpreg gi til byen gjennom vår fysiske beliggenhet -hva er særpregt ved vår plassering.
4. Utdrag fra Oslo kommunes - Innovasjonsdistrikt sentrum.
5. Rett i sentrum - Oversikt over Juridiske institusjoner (mulige samarbeidspartnere) i nærområdet til Juridisk fakultetet.
6. Ny formidlingspolitikk for UiO – innspillsnotat (fra arbeidsgruppen ledet av Einar Lie).
7. UiB og etablering av Universitetsmuseet i Bergen som arena.
8. Eksterne lenker

Vedlegg 1:

Kartlegging og beskrivelse av fysiske muligheter - data på størrelse osv.

Tilgjengelige lokaler vil være:

Bibliotekslokalene i DB 1. etg. (ca 100 pers): Representasjon, utstillinger, seminarvirksomhet. Publikumsfasilitetene ble oppgradert 2017 med bl. a. AV-utstyr, stort lerret og en bibliotekskranke rett ved inngangen som fra 2020 kan brukes som velkomstpunkt/resepsjon ved arrangementer.

I universitetets første bibliotekbygg ligger det godt til rette for formidlingsaktiviteter samtidig som kulturarven forvaltes og synliggjøres.

Domus Media:

- Kjerka + Viggo Hagstrøms sal (50 pers): Representasjon, seminarer
- Universitetets aula (600 pers): Større arrangementer, konserter
- Aulakjelleren (kantineareale)

Domus Academica:

- Gamle festsal (320 pers) foredrag, disputaser og offisiell representasjon.
- 4 auditorier fra 50 – 120 pers.

Professorboligen:

- Stallen (80 pers), seminarer, representasjon,
- Stuene (14 + 16): representasjon
- Loftet (18 pers): seminarer

Frokostkjelleren (250 pers): pub, festligheter, bespisning

Domus Juridica:

- Auditorium 1 (254 pers)
- Auditorium 2 (239 pers)
- Auditorium 3 (100 pers)
- 25 undervisningsrom (25 – 40 pers)
- 24 kollokvierom
- 7 Møterom (10 – 40 pers)
- Kantineområde (250 pers) m/scene og eget chambre séparée. Med sin åpne løsning og store vinduer ut mot Tullinløkka/KAg vil dette arealet gi en unik synliggjøring av ulike UiO-aktiviteter.
- Bibliotek og felles førstelinje i 2. etg: mindre arrangementer, presentasjoner, utstillinger

Historisk museum (brutto 8.224 m²): Utstillings og publikumslokaler i fire etasjer, ca 4800m² publikumsarealer og plass til ca 700 besøkende samtidig (maks årsbesøk ca 300 000).

Foredragssal med tilhørende bar/lounge (ca 100 pers, ferdig i 2019)

Enormt utviklingspotensial

St. Olavs gate 29:

Seminarrom (40 pers)

Frederiks gate 3 (Domus Chemica)

2 Møterom (12-14 pers)

Kantine (30 pers)

Observatoriet: Undervisningslokaler for MATNAT, men også nøkkellokaler for formidling av vitenskapshistorie.

Uteareal:

Universitetsplassen, ca 2500 m² - seremoniplass

Tullinløkka, ca 7000 m² – park/løkke med mulighet for å utvikle scene/byrom for store utendørsarrangementer samt ulike typer rekreasjonstilbud (uteservering, butikker osv).

Krever et tydelig UiO grep på arealet.

Frederiks gate 3, ca 3000 m² – bakhage som ikke er utviklet, men med stort potensial, særlig hvis sammenslått med Akademihagen, som vil gi parkareal på ca 7-6000 m²

Vedlegg 2.

Historikk: Sentrum som symbolfunksjon - historiske linjer til våre roller mot samfunnet.

De tre bygningene omkring universitetsplassen er de første universitetsbygningene i Norge. Den historiske betydning dette hadde for den nasjonale selvbevissthet og den norske nasjonsbygging, kan ikke overvurderes.

De tre byggene sto ferdig i 1852, og alle universitetets fakulteter, samt Universitetsbiblioteket flyttet inn.

De første 11 årene fungerte Gamle Festsal som møtesal for Stortinget.

Historisk museum sto ferdig i 1904 og er i dag landets viktigste Jugendstilbygg. Museets samlinger har vært hjørnesteiner i etableringen av det nasjonale prosjektet, ikke minst har samlingene fra middelalder og vikingtid vært viktige. I dagens multikulturelle og globaliserte verden utgjør KHMs samlinger av etnografika og objekter fra de antikke middelhavskulturene, en brobygger til mange ulike interessenter. KHMs vitenskapshistorikere kan tilrettelegge for en større forståelse av historien til sentrumsbygningene og skape arrangementer og opplevelser rundt disse.

Felles ansvar for historie, rett, demokrati –lange, historiske linjer inn i dagens samfunnsutfordringer.

Bygge på sentrale verdier for Universitetet i Oslo og for samfunnet. Tydeliggjøre denne sammenhengen.

Viktig med aktivitet og åpne arenaer i de historiske bygningene – sentralt i byen.

I tillegg bør MUV kontaktes for mulig bidrag til synliggjøringen av det univervitetshistoriske.

Vedlegg 3:

Hva kan vi med vårt særpreg gi til byen gjennom vår fysiske beliggenhet - hva er særpreget ved vår plassering.

Her kan en se for seg at både Biblioteket i Domus Bibliotheca (DB) og Gamle festsal brukes mer aktivt og at auditoriene i Domus Academica (DA) benyttes til kveldsarrangementer. Når Domus Juridica åpner vil auditorier og rom av ulik størrelse (fra 6 til 260) også kunne benyttes. Å bruke sentrumsbygningene etter normal kontortid vil øke universitetets synliggjøring i bybildet.

Internhusleiens nivå sammenlignet med andre eksterne lokaler bør imidlertid inngå i vurderingen, slik at ikke prisnivået som EA opererer med gjør at universitetet velges bort som formidlingsarena.

NOTE KHM:

Historisk museum har potensial til å ta imot mer enn 300 000 besøkende i året. I dag nærmer besøkstallene seg 100 000. Bygget har unike arkitektoniske kvaliteter og, dersom Tullinløkka utvikles som torg- og rekreasjonsareal, en optimal beliggenhet i sentrum for å formidle i skjæringspunktet mellom kultur og kunnskap. Museet har Norges fremste arkeologiske, numismatiske og etnografiske samlinger som gir innblikk i norsk forhistorie og verdenskultur (tidsdybde og global bredde). Arealer som kombinerer kunnskap/akademia med opplevelser. Suksesskriterier vil være at det etableres en ny inngang fra Tullinløkka og at kjellerarealene utvikles som serverings- og butikklokaler, nødvendig infrastruktur og opplevelsessenter for barn og unge.

Historisk museum og Observatoriet kan i større grad også eksponere hele UiO – både som del av nasjonsdannelsen og som levende forskningsmiljøer. Annen type inngang til akademisk kunnskap.

Vedlegg 4:

Utdrag fra Oslo kommunes - Innovasjonsdistrikt sentrum

Et av innsatsområdene til Oslo kommune er å videreutvikle Oslo som en internasjonalt attraktiv by for utdanning, forskning og innovasjon:

- *Tiltrekke kompetanse gjennom internasjonal profilering og godt vertskap*
- *Utvikle og ta i bruk kunnskap og kompetanse som byen trenger*
- *Sikre areal og fysisk handlingsrom for utvikling av byens kunnskapsinstitusjoner*
- *Åpne opp og integrere de prioriterte campusområdene i byen*

(Oslo kommune: Campus Oslo, Strategi for utvikling av kunnskapshovedstaden, s.39)

- *Utnytte bibliotekenes funksjon som møteplass og arena for formidling av forskning og kunnskap*
(Oslo kommune: Campus Oslo, Strategi for utvikling av kunnskapshovedstaden, s. 41)

Oslo kommune har i sin plan pekt ut tre innovasjonsdistrikter der kommunen i samarbeid med kunnskapsinstitusjoner og næringsliv skal utnytte potensialet kunnskap har som driver for vekst og verdiskaping. Blindern og Gaustad er del av det de kaller Oslo Science City, mens Campus sentrum er en del av det de kaller innovasjonsdistrikt sentrum.

Innovasjonsdistrikt sentrum: Med utgangspunkt i kunnskapsinstitusjoner lokalisert i Oslo sentrum: Som byens nye, og landets tredje største universitet, vil OsloMet være en nøkkelaktør i et innovasjonsdistrikt i sentrum av Oslo. Domus Juridica – Universitet i Oslo sitt nye bygg for Det juridiske fakultet ved Tullinløkka innflytningsklart til studiestart høsten 2020) vil også inngå. Simula Research Laboratory flytter fra Fornebu og lokaliserer seg i dette området. I tillegg er Høykolen Kristiania sin største campus lokalisert i Kvadraturen. Noen av Oslos og Norges mest innovative teknologibedrifter og felles kontorarbeidsplasser (co-working spaces) er lokalisert i denne aksen fra Pilestredet til Kvadraturen. En styrking av samspillet mellom næringsliv, kunnskapsinstitusjoner, offentlig sektor og etablerte oppstartsmiljøer rundt kunnskap- og næringsaktører i sentrum, vil kunne innebære et potensial for vekst og flere arbeidsplasser. Potensialet for etablering av et innovasjonsdistrikt i sentrum på sikt vil bli utredet nærmere. (Oslo kommune: Campus Oslo, Strategi for utvikling av kunnskapshovedstaden, s.53)

Vedlegg 5:

Rett i Sentrum – Juridiske institusjoner i nærområdet

Private aktører (advokatkontorer)

Bahr AS

Hjort DA

Haavind

Osloadvokatene

Selmer AS

SANDS (gamle Stordrange)

Thommessen AS

Wikborg Rein AS

Wiersholm

osv – de fleste er medlemmer i Advokatforeningen

Kommunale aktører

Kommuneadvokaten

Offentlige instanser (domstoler, departementer, Stortinget)

Stortingets justiskomité

Høyesterett

Lagmannsretten

Tingretten

Oslo Byfogdembete

Fylkesnemnda for barn og sosiale saker

Riksadvokaten

Oslo statsadvokatembete

Regjeringsadvokaten

Justisdepartementet

Finansdepartementet

Utenriksdepartementet

Oslo Politidistrikt

Sivilombudsmannen

Andre

Juristforbundet

Advokatforeningen

Dommerforeningen

JURK

Jussbuss

Utlendingsdirektoratet

Medier

Juristen

Vedlegg 6:

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 er 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. Likefult 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 bidragsyttere 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 viderefremidling 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, professoropptrykk 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 misfornøyd med mediens 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 intervju trening, 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 innretting 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 oppgave 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 akademien¹.

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.

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

Vedlegg 7: UiBs bruk av Bergen museum som sin formidlingsarena

UiB og etablering av Universitetsmuseet i Bergen som arena

Bakgrunn

UiB har de siste årene satset stort på å utvikle og oppgradere Universitetsmuseet i Bergen (UMB). Det er gjort store investeringer i museumsbygningen. Signalbygningen fra 1866 med de naturhistoriske samlingene, er fullstendig renoveret og det er etablert en ny, stor aula og cafe. Museet er gjenskapt som en storstue for hele UiB og en hovedarena for kontakt med byen. UiB har som følge av dette også gitt museumsbygget spesiell driftsstatus med andre rammebetingelser enn undervisningsbyggene.

For å få mer innsikt i UiBs strategiske prioriteringer bak denne satsningen ble museets direktør, Henrik von Achen bedt om å utdype begrunnelse for og hovedgrep ved satsningen. Etterfølgende tekst baserer seg på notatene fra samtale med ham.

Universitetsmuseet i Bergen og UiB

Med UiBs satsning har universitetets forskningskommunikasjon blitt lagt til museet og museet fungerer dermed som en *arena* for forskningskommunikasjon for hele organisasjonen. På UMB er det opprettet en egen avdeling, finansiert med midler fra UiB som arbeider med forskningskommunikasjon for hele universitetet. Denne avdelingen er ikke koblet til museets egen formidlingsavdeling, men jobber i direkte kommunikasjon med museumsdirektøren og universitetsledelsen/fakultetene. Det er satt av egne arealer i museumsbygningen som er øremerket denne aktiviteten, hvor alle enheter får anledning til å presentere sin forskning. Formidlingsstrategien svarer ut fire grunnleggende, vitenskapelige spørsmål, nemlig

- *Hva er dette?*
- *Hvorfor er dette viktig?*
- *Hvordan vet vi dette?*
- *Hva må vi vite mer om?*

Som forskningsinstitusjon står UMB ansvarlig for og gir legitimitet til denne formidlingsaktiviteten. Det som skiller formidlingsarenaen fra et vitensenter er at UMB selv er en forskningsinstitusjon og ikke kun et kommunikasjonsmedium. Formidlingsaktiviteten involverer også studenter som trenes i forskningskommunikasjon, hvor de fire spørsmålene over hjelper til å strukturere formidling og budskap.

Arenaen skal også tydeliggjøre hvorfor faglig bredde er viktig for moderne samfunn. Den historiske dimensjonen ved universitetet og de akademiske institusjonene skal løftes fram som en av de viktigste kulturarvene som Norge i dag forvalter. Kommunikasjonsplattformen baserer seg på samtale *med* folk, ikke monolog *til* eller *for* publikum. Det var uklart hva som eksakt lå i denne siste formuleringen. Det som imidlertid var klart, at samtalen løses økonomisk ved at fakultetene setter av midler i årsplanlegging for tiltak på museumsarenaen.

Som strategisk posisjonering ovenfor byen Bergen, la UiB vekt på to argumenter: Museene skaper livskvalitet og kunnskapsbasert kulturopplevelser for byens befolkning. Bergen museum er *Alma Mater* for UiB og Bergen som kunnskapsby og utdanningssted. Revitaliseringen av museet er dermed også en revitalisering av Bergen som attraktiv studentby og som kunnskapssentrum på Vestlandet.

Vedlegg 8: Lenkesamling

- [Litteraturhuset](#),
- [Nationaltheateret \(frokostmøter\)](#)
- [Kulturnatt Oslo](#)
- [Nasjonalbiblioteket](#)
- Nye [Deichman](#) i Bjørvika.
- [UiBs formidlingsstrategi](#)
- [Oslo kommune: Campus Oslo, Strategi for utvikling av kunnskapshovedstaden](#)
- [Advokatforeningen](#)
- [Jurstforbundet](#)
- [Riksantikvaren](#)
- [NIKU](#)
- [Rebel](#)
- [Lovdata](#)