

Mennesker er smartere enn rotter



Espen Walderhaug
psykolog og PhD.

... viser forskning. Hvordan kan journalister og forskere få til interessant forskningsformidling?

«FORSKNING VISER AT ...» heter intervjuet med professor Jørgen G. Bramness i siste nummer av *Psykologi* (nr. 10, 2015). Bramness er aktuell med utgivelsen av boken *Hva jeg snakker om når jeg snakker om forskning*. Boken problematiserer kløften mellom forskning og journalistisk formidling (*Journalistisk selvtilitt*, Per Olav Solberg, nr. 10, 2015), og denne kløften kan tidvis være stor.

På mitt første kurs i forskningsformidling ble vi oppfordret til å samarbeide med journalister, men også advart. Den gang var professor Alan Parkin den mest profilerte forskeren på vårt institutt (Experimental Psychology, University of Sussex, UK), og han hadde preget forsiden på en av Englands største aviser med følgende overskrift: «Forskning viser at mennesker er smartere enn rotter.» Dette har jo aldri vært en nyhet, så hva var årsaken til denne snodige vinklingen? Enkelt forklart var både prof. Parkin og journalisten drittsekker. Prof. Parkin hadde behandlet journalisten respektløst og blant annet latterliggjort journalistens forsøk på å forstå forskningen ved å forklare som til et barn at «mennesker er smartere enn rotter.» Den fornærmede journalisten publiserte en artikkel for å hevne seg, og brukte det han kunne av sitater løsrevet fra sammenhengen. Resultatet gavnet ingen.

Her kommer et av poengene fra intervjuet med Jørgen Bramness til sin rett: «... forskningsformidling er altså noe du [forskeren] og journalisten skal få til sammen.» Dette tolker jeg ikke som at journalister er «nyttige idioter» for forskernes interesser, men at forskningsformidling bør etterstrebe et samarbeid preget av respekt og tillit mellom journalist og forsker. Dette er ikke noe som gir seg selv siden arbeidsformene er temmelig forskjellige. Journalister har press på leveranser, og skal i høyt tempo levere gode nyhetssaker som gir solide lesertall. Publisering av forskningsfunn pleier å ta godt over et år, og det som blir publisert kan i all ettertid granskes og kritiseres.

Det er et problem at forskning blir oversolgt, men det er også problematisk at svært mange forskere ikke ønsker kontakt med media. Forskere har en plikt til å formidle sine resultater i vitenskapelige tidsskrift, men også i media som er lett tilgjengelig for folk flest. Her synder mange. Det kan se ut som at et lite antall forskere er «media-grossister», mens et flertall unngår denne typen publisitet. Årsaken kan være at forskerne belønnes for internasjonale publikasjoner ved ansettelse, men i liten grad for mediehåndtering. Mange forskere vil også være redde for at arbeidet deres skal bli fremstilt feil. Her dukker det opp et spennende forslag fra tidligere fagredaktør Katharine Cecilia Williams i: «For mange ville bistand til forskningsformidling utvilsomt gjort et samarbeid med *Psykologtidsskriftet* mer attraktivt» (augustutgaven av *Psykologtidsskriftet*). Det er mange måter tidsskriftet kan bistå forskere på, og mitt ønske er et fokus på de uten mediaerfaring. Unge og/eller ukjente forskere kan inviteres til et samarbeid med en journalist der målet er å sampublisere en kort artikkel av høy kvalitet. Journalisten kan her ta en «mentor»-rolle, og forskeren burde få forsikringer om at ingen ting blir trykket før begge er enige om innholdet.

Journalister og forskere bør også jobbe med langsiktig relasjonsbygging. En journalist med godt nettverk i forskningsmiljøene, vil lettere kunne produsere en artikkel der et forskningsfunn blir belyst av forskjellige fagpersoner, noe som vil høyne kvaliteten. Om journalisten får fram områder der forskerne strides, kan det være både lærerikt og underholdende for leseren. Forskerne tar ikke skade av å være uenige, men de skal ikke føle seg lurt når de leser den publiserte saken. Forskere kan bruke

journalister som sparringspartnere for å avklare om man har en sak som kan vekke interesse i media, samt få hjelp til å forenkle presentasjonen av resultatene, metoden, den vitenskapelige sammenhengen og budskapet.

