

Debatt

20



Debattredaksjonen i sommer:

Simen V. Gonsholt
Maj-Britt Aagaard
SEND INNLEGG TIL
debatt@dagbladet.no



KRONIKK: 6000 tegn inkl. mellomrom.
REPLIKK: 2000 tegn inkl. mellomrom.
Legg ved portrettfoto.

prosent av nordmenn som flyr ofte har flyskrekk, viser en studie gjort av Via Travel. Kronprinsesse Mette Marit (bildet) er altså ikke alene om å ha flyskrekk. 5 prosent av oss velger å ikke fly i det hele tatt, fordi vi rett og slett er for redde.



RETT FRA NETT

Forningsminister Rigmor Aaserud setter foten ned for flere prøveprosjekter med seks timers arbeidsdag.

” I Norge trenger vi å jobbe mer for å rettferdiggjøre den høye lønna vi tar ut. SVs Nirvana med lite jobb, høy lønn og lav pensjonsalder er en hildring blott.

Erik Pedersen

” Her er vi svært spesielle. Til og med søta bror jobber mer enn oss. Norge må snart innse at vi må begynne å produsere og ikke ligge halvbrakk og velte oss i olja vår. Arbeidsmarkedet trenger nerve og ikke putesying som reduksjon en av arbeidstimer er. Stikkordet er stimulans til å arbeide!

And Fra Land

” Og jeg vet jeg hadde brukt mer tid på å bruke penger i butikker. Hadde fort gitt et lite løft i økonomien. Mulighetene for mer stabilitet er faktisk ganske store hvis vi alle øker 20 prosent mer kjøp av diverse produkter i butikker. Mindre tid til jobb, men mer tid til å bruke penger. Blir ikke det vinn-vinn egentlig?

Superduper Langtborte

” Jeg er ikke noen miljøfanatiker, men å øke forbruket med 20 prosent høres litt drøyt ut i et samfunn der vi allerede forbruker for mye. Jeg er derimot åpen for idéen om sekstimersdag, men ut ifra en idé om at vi da kanskje vil ha ca. 90 prosent av produktiviteten fra i dag (siden produktivitet pr. time går opp), og da må vi redusere forbruket med ca 10 prosent. Om vi slutter å skulle være så motebevisste og heller bruker klærne til de er slitt, og forlenger garantitiden på elektronikk til 5 år (da slutter produsentene å levere dritt med levetid på 2,5 år), blir forbruket redusert samtidig som vi har samme levestandard.

Gjermund Larsen

” De rødgrønne trenger penger, alvorlig mye penger for å betale for multi-kulti eksperimentet sitt, så noen 6-timers dag kan man bare glemme.

Oppgitt Enda

DELTA I DEBATTEN PÅ DAGBLADET.NO

AKADEMIA: Det finnes mange eksempler på god forskningsformidling i norsk viser oss en arena og et format vi kan lære mye av.

Kunsten å spre

KRONIKK



Jan Grue
Ph. D-stipendiat i språkvitenskap

DENNE UKA avholdes konferansen TEDGlobal 2010 i Oxford i England, og jeg skulle svært gjerne vært der. Heldigvis vil jeg kunne se en rekke av foredragene seinere, på nettet, og hva mer er: Jeg kommer til å se mange av dem på nettet.

Hvorfor er dette så oppsiktsvekkende? Blant annet fordi TED (Technology, Entertainment, Design), som ble grunnlagt i 1984, ofte inviterer akademikere og andre spesialiserte foredragsholdere, og lar dem snakke om tekniske og faglige spørsmål. Alt vil riktignok ikke bli gjort tilgjengelig på www.ted.com – deler av programmet blir beholdt deltakere som kan betale tusenvis av dollar for fysisk deltakelse, eller noen hundre dollar for tilgang til hele arkivet. Men TED er likevel kanskje først og fremst kjent som en allmennrettet formidlingskonferanse, og det er dette aspektet som er mest relevant i norsk sammenheng.

HVIS JEG SITTER igjen med ett hovedinntrykk fra første halvdel av 2010, er det at vellykket akademisk formidling i norsk offentlighet er like sjeldent, og med et like utrydningstruet ressursgrunnlag, som belugakaviar i gastronomien. Samtidig forstår jeg godt hvorfor formidlingen lider, både fra avsender- og motakersiden. Jeg driver selv med forskning, og selv om jeg finner meg tidlig i løpet, ennå ikke ferdig med doktorgraden, finnes det allerede tydelige rammer for hva slags fagstoff jeg forholder meg til – og hva det er forventet at jeg med rimelighet skal forholde meg til. I og med at det utgis minst ti tykke kvartalsvise tidsskrifter jeg burde lese fast for å holde meg oppdatert innen retorikk og diskursanalyse, mine fagfelt, for ikke å snakke

om relevante bøker, rapporter og utredninger, blir det begrenset med tid både til det man tar inn og det man forsøker å formidle utover.

MEN SÅ HAR vi Bill Gates. Som kjent har grunnleggeren av Microsoft begynt å egne tiden og pengene sine til en ideell stiftelse med sykdomsbekjempelse som fremste mål. The Bill & Melinda Gates Foundation er verdens største i sitt slag, med over 33 milliarder dollar i kapital, og når Gates opptre offentlig er det i disse dager nesten alltid for å snakke om stiftelsens arbeid.

Han har snakket for TED-publikummet flere ganger, om malaria og vaksiner, om energi og det mer diffuse temaet *innovasjon*. Det mest overraskende er at mannen som i flere tiår ble beskrevet som blotet for karisma, framstår som en dyktig formidler på TED-scenen. Verst av alt: Han er blitt flink til å bruke PowerPoint. Man lærer om formidling når man ser og hører Bill Gates snakke – og om kommunikasjonsformer. Som retoriker sitter jeg med notatblokken klar.

DETTE ER DET kanskje mest spennende aspektet ved TED: Det er en arena og et format som er svært velegnet for formidling. Hvis vi skal vende tilbake til vårens og sommerens debatter om forskningsformidling – inkludert, men ikke avgrenset til ordskiftet rundt «Hjernevask»-serien – kan det virke som om det er nettopp dette vi leter etter. Alle er enige om at formidling bør finne sted; det er ikke før vi begynner å snakke om det praktiske at vi blir uenige.

Uenigheten handler ofte om sjangerkonvensjoner og kommunikative rammebetingelser. Tradisjonelle medier er gjerne, særlig når det gjelder intervjuer,

dominert av journalister og redaktører som har sine egne kvalitetskriterier, og sine egne sjangernormer. Selv kronikken, som ellers er et utmerket format, er basert på aktualitet – også teksten du nå leser er tydelig preget av dette kravet.

BLOGGING OG mikroblogging krever på sin side et stadig nærvær og en jevn arbeidsinnsats – la oss si en time eller to av hver arbeidsdag – som fort blir overveldende, og som forutsetter en rolle som minner mer om kommentatoren enn formidleren. Det er ikke rart at forskere som

blogger aktivt løper risikoen for å bli oppfattet som mindre seriøse, siden bloggformatets krav om stadige oppdateringer utgjør en permanent fristelse om å skrive om problemstillinger og temaer man ikke kjenner inngående.

Facebook, som stadig oftere blir nevnt som et interessant debattforum, har sine egne utfordringer. To av de viktigste er den anarkistiske overbygningen, der debattanter kan stenge hverandre ute etter eget forgodtbefinnende, og den kommersielle basisen. Å debattere viktige samfunnsprospørsmål på Facebook er ikke vesensforskjellig fra å dele ut flygeblad på Oslo City – moroa kan være over når som helst.

TED ER ET interessant mellomformat. Kombinasjonen av visuelle og verbale virkemidler – en person som går rundt og snakker foran et stort lerret, som på en universitetsforelesning – er velegnet for å legge fram store informasjonsmengder på kort tid. Og selv om arrangørene har et overordnet ansvar for konferansen er det enkeltpersoner som er avsenderne. Dette innebærer naturligvis at bidragene er ujevne; TED går iblant litt for langt når

” Alle er enige om at formidling bør finne sted; det er ikke før vi begynner å snakke om det praktiske at vi blir uenige.



HVIS BILL GATES KAN: «Mannen skriver innsenderen om Microsoft-TED, som denne uka finner sted i

det skal hentes inn foredragsholdere som har noe interessant og kontraintuitivt å fortelle. I så måte er alderdomsforskeren Aubrey de Grey er godt eksempel. På 22 minutter og 49 sekunder skisserer han sin teori om hvordan dagens mennesker, gitt riktig type behandling, kan bli godt over tusen år gamle. Det er ikke plass til motargumenter. Men like etter kan epidemiologen Elizabeth Pisani komme på

Dagbladet

Havnelageret, Langkaia 1, 0150 Oslo.
Postboks 1184, Sentrum, 0107 Oslo.
Sentralbord: **24 00 10 00**

Åpent man.-fre. 07.00–16.00
Stengt lør., søn. og helligdager.
Redaksjonen direkte: **24 00 03 10**
Vaktsjef direkte: **24 00 03 60**
Fotodesk direkte: **24 00 09 00**
E-post: pictures@dagbladet.no

Dagbladet.no direkte: **24 00 00 07**
E-post: nettred@dagbladet.no
Telefax: Dagbladet: **24 00 00 01**
Dagbladet.no: **24 00 01 01**
E-post: sentralbord@dagbladet.no
Tips og digitalfoto: 2400@db.no

Kundeservice: **800 30 100**
E-post: kundeservice@dagbladet.no AS
Dagblad-Trykk: **67 98 94 23**
Dagbladet forbeholder seg retten til å distribuere innsendte innlegg i elektroniske formater.