

At risikere at stå klar iført badebukser og ishockeyskjøtter



Torben Ingerslev Roug,
Grundskolekontakt, SCIENCE,
Københavns Universitet

Kommentar til "Få meget ud af lidt" MONA 2013-1

Hvor meget skal man egentlig investere af tid, penge og ressourcer i udvikling af formidlingskompetencer hos studerende for at skabe rimelig forudsætning for at der kan forekomme modtagerorienteret naturvidenskabelig formidling?

Ikke at være sin formidlingsopgave eller målgruppe helt bevidst kan hurtigt komme til at føles som at stille op til en ishockeykamp kun iført badebukser og skjøtter! Her taler jeg af egen erfaring.

De potentielle skrammer ovennævnte mundering ville medføre, kan dog reduceres betragteligt hvis man forbereder sig som forfatterne Stald og Søndergaard anbefaler, og med hvem jeg må sige at dele mange holdninger og værdier omkring det at skabe forudsætninger for et kvalificeret møde mellem formidler og målgruppe ved naturvidenskabsfestivaler.

Formidling i praksis

Den analyse forfatterne har begået i undersøgelsen, peger på at de fleste kursusedtagere efter seks timers kursus mener at de er klædt på til den aktuelle formidlingsopgave og har viden og værktøjer til at kunne konstruere et forløb på ca. 15 minutter.

Forfatterne går ikke så meget i dybden med den praktiske formidlingsramme som kurset skal forberede de studerende på. Den er, efter min mening, relativt udfordrende, men absolut også sjov, hvis man altså er godt forberedt. Det kan måske bedst beskrives som den mission en mobilabonnementsælger står med en travl dag på Strøget:

Du har maksimalt 30 sekunder til at vinde kundernes opmærksomhed – og når du har dén, så er opgaven først lige begyndt. Nu skal du, med alle forhåndenværende midler, kvalificere kundernes oplevelse af et produkt som du ved alt om, og som kun-

derne forhåbentlig fatter interesse for – uden at du kommer til at oversælge din vare, for det gennemskuer en teenager med det samme. Glem ikke at kunderne lige har talt med en anden “sælger” om et andet produkt der var mindst lige så overbevisende og interessant som dit. Og lige om lidt kommer de næste kunder, og så starter det forfra med samme energi og entusiasme. Ansvar er dit, ikke som abonnementsælger, men som formidler og som naturvidenskabelig rollemodel!

Fik for lidt ud af ingenting

For nogle år tilbage havde jeg en længere snak med en dybt frustreret ph.d.-studerende i mikrobiologi der formidlede efter samme koncept som Natur i Teltet – blot på Rådhuspladsen i København.

Han havde state of the art-mikroskoper på standen der bl.a. kunne få bakterier og gærceller til at fremstå fluorescerende. Mikrobiologen havde bare *ikke* nogen historie på rede hånd som elever i en 8.-klasse blev fanget af. Efter 10 minutter var der ikke mere at vise eller fortælle; desværre var der afsat 20 minutter i alt.

Oplevelsen af at vide så meget om sit fag som forskeren nu engang gjorde, og så samtidig ikke kende nok metode til at formidle al den fantastiske viden til gæsterne ramte ham relativt hårdt på selvtilliden.

Seks timers kursus eller endda mindre havde i dette tilfælde formentlig reddet en hel masse elever fra en lunken oplevelse og sparet en ung forsker for en masse unødigt frustration.

Det skal siges at alle formidlere til denne Naturvidenskabelige Landsby var blevet tilbudt et kort formidlingskursus som optakt, hvilket ovennævnte formidler tydeligvis ikke havde taget imod.

Bibeholdelse af erfaring i en studenterbaseret organisation

I det store hele viser den opfølgende interviewundersøgelse i artiklen at der efter to år stort set ikke er flere af de oprindelige studerende tilbage der gennemgik formidlingskurset. Altså er erfaringen i organisationen i princippet tilbage ved nul, medmindre selvfølgelig formidlingskurset er en tilbagevendende forberedelse til Natur i Teltet.

Jeg har i de sidste otte år været så privilegeret at arbejde tæt sammen med studentermedarbejdere der er ansat til at formidle naturvidenskabelige forskningshistorier og aktuelle naturvidenskabelige problemstillinger til grundskolens ældste elever. Meget få af de 75 medarbejdere der har været ansat under mig i den periode, har været der mere end to år i alt.

Skoletjenestens medarbejdere har som samlet team udgjort ryggraden i det bered-

skab vi har haft til at løfte opgaver om deltagelse i diverse science-events ud af huset ved siden af de regulære besøg i Skoletjenesten på vores campusområder.

De erfaringer der gives videre for de faste aktiviteter *in campus*, gælder således også for de eksemplariske aktiviteter som formidles *ex campus*. Den sammenhængskraft har gjort det lettere at mobilisere og levere kvalificerede formidlere til naturvidenskabsfestivaler og Forskningens Døgn uden hver gang at skulle lave specifikke kurser eller oplæringsforløb i den forbindelse.

En investering i studerendes formidlingskompetencer kommer sjældent dårligt tilbage i det hele taget. Skoletjenesten har således ofte kunnet trække på tidligere medarbejderes formidlingserfaring hvad enten det er i form af ph.d.-studerende som oplægsholdere til gymnasieklasser og talenthold fra grundskolen, eller det er gymnasie- og grundskolelærere som indgår i et samarbejde med Københavns Universitet om udviklingen af tilbud.

Seks timer og en verden til forskel

Omindet et formidlingskursus på seks timer kan virke lidt som et *quickfix* på den meget store udfordring det er at formidle sit fag til udenforstående, så kan det i hvert fald være nok til at flytte kursisterne et langt skridt i den rigtige retning. Husk på at det stadig er relativt korte involverende præsentationer som de i dette konkrete tilfælde har ansvaret for at udvikle.

Den samme type tilbud vil kunne være berettiget til deltagere i fx ordningen "Bestil en forsker" hvor forskere og studerende stiller op til foredrag og øvelser ude på skolerne.

Det er min vurdering og erfaring at det både er realistisk og passende at introducere de mest basale formidlingsværktøjer til de studerende inden for en relativt kort tidsramme. Seks timer er meget tæt på den regulære kursustid vi investerer i vores egne medarbejdere i Skoletjenesten. Resten af oplæringen sker over tid efter mesterlæreprincippet og igennem løbende faglig sparring hvor kursusværktøjerne kommer i spil.

Det kursus de modtager, fokuserer blandt andet på kropssprog og personlig status i relationer med personer man ikke kender. Det er den kompetence som bliver vurderet umiddelbart mest værdifuld i omsætning til praksis i de efterfølgende evalueringer. Når man står i rollen som abonnementsælgeren som beskrevet tidligere, er det ganske hurtigt brugbart.

Mere end så mange andre!

Formidlingsprojektet Natur i Teltet sætter et flot ambitionsniveau i forhold til at ville gøre de uerfarne formidlere selvhjulpne og kvalificerede i refleksionen over planlægning og gennemførelse af egen praksis i det nære møde med målgruppen.

Det er en helt anden dagsorden at sætte end den formidlingspraksis der stadig fungerer i bedste velgående på mange tysktalende universiteter som fx i Tübingen og Wien. Her kan en børneuniversitetsbegivenhed også være at invitere 300 tiårige til at overvære en professors auditorieforelæsning. Eleverne er i bedste fald stille det meste af tiden, og ret mange spørgsmål fra det unge publikum er det i sagens natur meget svært at dække. Erfaringen fra Tyskland og Østrig er at de som regel forelæser for fulde huse. Valget af formidlingsform stiller dog forelæseren som rollemodel noget mere distanceret fra sin målgruppe. Til gengæld er der plads til mange flere ad gangen.

Via netværk som www.eucu.net og www.siscatalyst.eu kan man få et relativt godt indblik i hvad der rører sig i resten af Europa inden for naturvidenskabsformidling fra universiteter til børn og unge.

Her fylder handlekompetencebegrebet en del i diskussionen af universitetets rolle i samfundet og særligt i relation til børn af forældre der ikke selv har en akademisk uddannelse.

Natur i Teltet-kurset som redskab til at klæde formidlerne på er i min optik en ganske tidssvarende måde at skabe naturvidenskabelige rollemodeller på der tør møde børn og unge ansigt til ansigt uden at risikere at stå klar iført badebukser og ishockeyskjorter.