

Kunnskapsdepartementet

humaniorameldingen@kd.dep.no

Dato: 23. mai 2016

Humaniorameldingen: Kort om medieforskningen¹

Spørsmålet Hva vil vi med humaniora? Lar seg enkelt besvare med en fiksjon: Om vi tenker oss mange individer på samme sted uten historisk og kulturell aktivitet og bevissthet har vi et bilde av en *masse* - et hjelpeløst og døende mareritt.

Spørsmålet Hva vil vi med humaniora? bør omformuleres til: Hvordan kan humaniora bli bedre? Vitenskapelig relevans (fagintern) henger tett sammen med samfunnsrelevans og begge deler styrkes gjennom faglig kvalitet.

Medieforskningen i Norge er både samfunnsvitenskapelig og humaniorafaglig forankret. Det er et faktum som vi hver dag prøver å hente faglig styrke ut av. Den viser at noe som vel er opplagt; at humaniora har mye å hente ved å samarbeide med samfunnsvitenskapene. Det bidrar til samfunnsrelevans.

Medieforskningen står sterk som forskningsfelt og undervisningsfelt: Noen fag opplever nedgang, men ved medievitenskap på UiO ser vi ikke dette. Forskningsmessig tåler vi sammenligning med de beste miljøene i Europa, ja, verden. Humaniora må være både en bredde- og en toppaktivitet. Medieforskningen har så langt maktet begge deler.

Medieforskningen studerer det offentlige rom. Dette rommet gjør gjenstand som speil for sektorer, organisasjoner og enkeltmennesker. I dette speilet (ofte kalt offentligheten) dannes oppfatninger av andre. I sum danner dette speilet samfunnets oppfatning av seg selv – historisk og i samtiden,

¹ Institutt for medier og kommunikasjon (IMK) ved HF/UiO har deltatt i utformingen av fakultetets innspill. Dette er instituttlederens korte respons, dels på basis av diskusjoner på instituttet og på basis av egne vurderinger. Det meste må derfor stå for hans regning.



bredt og smalt. Speilet opererer på egne premisser, og krever derfor utenforstående ekspertise til analysere hvordan det virker. Denne ekspertisen er medieforskningen. Når vi gjør dette godt, og det gjør vi, faller (som nevnt) vitenskapelig og samfunnsmessig relevans sammen. Det forhindrer selvsagt ikke at vi kontinuerlig lodder etterspørselen hos studentene og i arbeidsmarkedet.

Når de store samfunnsutfordringene adresseres vil medieforskningen alltid ha en beskjeden men viktig, og kritisk, rolle. Klima, migrasjon eller terror kan ikke forstås eller analyseres uten at man analyserer det offentlige bildet av slike fenomener, fordi det er det dette folk (grupper, partier mv.) agerer på basis av, politisk eller på annen måte.

Ikke minst digitaliseringen av medier for informasjon, fiksjon og orientering i verden har medieforskningen gjort til et særskilt gjenstandsfelt. Medieforskningen analyserer digitale og sosiale mediers virkemåte, både slik de brukes, og slik vi selv eksperimenterer med dem. Brukere vet en del om hvordan man skal bruke slike medier. Vi vet en del om hvordan slike medier bruker sine brukere. Om dette trenger vi å studere en hel del mer. Menneskevitenskapene må selvsagt omfatte personvernet.

Siden Norge vil fortsette å betrakte seg som en kulturnasjon kommer man ikke utenom humaniora. Men det må være en autonom, kritisk og reflekterende humaniora som har rom for originalitet – og originaler.

Noe av det som hemmer medieforskningens bestrebelser på å være av fremste kvalitet er forhold vi har felles med flere andre vitenskaper: Politisk definerte forskningsagendaer (særlig på EU.-nivå), strukturelle forhold mht. finansiering og publisering som gjør det vanskeligere å være original, dvs. å fremme nye gode ideer. Det bør overveies å opprette en avdeling i NFR (eller et nytt forskningsråd) med frie midler som gir mindre beløp til gode ideer på basis av meritter. Mye av vår forskning er rimelig: Bibliotekene arkivene og museene har alt gjort mye av jobben. Tunge søknadsprosesser er kontraproduktivt for store deler av humaniora-forskningen.

Beste hilsen

Terje Rasmussen

Professor, Instituttleder