

Notat



Emne: **Konseptdokument**

Fra: **Forskningsdagens sekretariat**
Dato: **27.03.2017**

Forsker grand prix er et underholdende formidlingskonsept. Det er et show og en konkurranse hvor både forskningen, formidlingen og kandidatene tas seriøst. Det skal være gøy, både for deltakerne og publikum, men er altså en lek som tas på alvor.

Forsker grand prix er ett av hundrevis av arrangementer som foregår over hele Norge i de ti dagene Forskningsdagene pågår. Forskningsdagene er en festival i regi av Norges Forskningsråd og skal skape begeistring og forståelse for forskning.

Konseptet

Lokale arrangementer

Ti PhD-kandidater får i en innledende runde fire minutter hver til å presentere sin forskning foran et dommerpanel og publikum. Presentasjonene bedømmes ut fra fremførelse, struktur og innhold. Publikum avgir først sine stemmer med mentometerknapper eller ved hjelp av et online stemmesystem, iLike. Deretter gir tre dommere (fra akademia, journalistikk/media og scenekunst) sine poeng med utgangspunkt i sine respektive fagfelt. Egne manualer finnes for avstemming med mentometerknapper og for iLike.

Tre av kandidatene går videre til en finale, hvor de får fire nye minutter hver til å fordype eller utvide sin presentasjon¹. Vinneren blir premiert.

Nasjonal finale

Etter at de regionale konkurransene er avholdt, kan Forskningsrådet arrangere en nasjonal finale etter samme modell. Deltakerne i den nasjonale finalen skal være vinnerne fra hver region, evt. også nummer to og tre, avhengig av hvor mange regionale arrangementer som er gjennomført det aktuelle året.

Formål

Hovedformålet med Forsker Grand Prix er å bidra til å synliggjøre bredden i norsk forskning på PhD -nivå og samtidig gi forskningsformidling høyere prestisje og mer oppmerksomhet. Gjennom konkurransen kan man fange opp nye formidlingstalenter, gjøre dem enda bedre og

¹ Frem til og med 2016 var regelen fire kandidater og seks minutters presentasjon i finalen

motivere dem til å fortsette som aktive formidlere. Konkurransen kan også bidra til å skape nye rollemodeller innenfor forskning og forskningsformidling.

Kandidatene kommer normalt fra ulike forskningsmiljøer. Deltagelse i konkurransen kan dermed bidra til økt tverrfaglig samarbeid.

Arrangementet er ment å skape oppmerksomhet rundt deltagerne, institusjonene deres og Forskningsdagene. Gjennom konseptets underholdningsform tar man blant annet sikte på å nå fram til nye målgrupper med forskningsformidling.

Navn

Konseptets navn er Forsker Grand Prix. Både de lokale/regionale konkurransene og den nasjonale finalen skal benytte dette navnet. Normal skrivemåte i løpende tekst er Forsker Grand Prix². I logoen brukes kun store bokstaver: FORSKER GRAND PRIX.

Forkortelsen FGP skal aldri brukes annet enn internt.

Profil

Det er utarbeidet en grafisk profil for Forsker Grand Prix, med en egen logoen filmvignett med lydspor for konkurransen (jingle) og en egen film med lyd for nedtelling ved stemming til bruk under konkurransene samt diplom,. Disse elementene skal brukes av alle arrangører.

Se eget vedlegg med nærmere beskrivelse.

Nettside

Forskningsdagene eier domenet www.forskergrandprix.no. Arrangørinstitusjonene skal opprette egne nettsider for sine arrangementer, og er ansvarlige for at nødvendig og riktig informasjon finnes der.

Forskningsdagens sekretariat vil lenke fra forskergrandprix.no til de lokale Forsker Grand Prix-sidene, med egen url, for eksempel www.forskergrandprix.no/trondheim.

Lokal forankring

Første ledd i arbeidet for lokale arrangører bør være å forankre aktiviteten hos ledelsen ved institusjonen som skal stå for arrangementet. Ledelsen kan for eksempel være avsender av den første oppfordringen som sendes ut internt og eventuelt til andre institusjoner for å rekruttere kandidater. Personer i ledelsen kan også involveres som prisutdelere eller akademiske fagdommere.

Hvis det finnes en lokal interesseorganisasjon for doktorgradsstudentene, bør også denne involveres tidlig i prosessen.

Kandidater

Deltagerne i konkurransen er PhD-kandidater fra universiteter, høyskoler og forskningsinstitutter i regionen. De kommer normalt fra ulike forskningsmiljøer og deltagelse i konkurransen kan dermed bidra til økt tverrfaglig samarbeid.

² Språkrådet anbefalte å skrive Forsker grand prix med bare stor F i løpende tekst, men det har vist seg vanskelig å gjennomføre dette, siden "alle andre", fra medier til lokale kandidater bruker stor bokstav i alle tre ordene. Fra og med 2017 velger vi derfor å bruke Forsker Grand Prix.

Hver konkurranse skal ha inntil ti PhD-kandidater som deltakere. Deltakerne trenger ikke å ha kommet så langt i sin forskning at de har trukket konklusjonene av arbeidet sitt, men skal minimum være i stand til å presentere forskningsprosessen sin på en god måte.

Deltakerne må regne med å bruke en god del tid på konkurransen. Derfor er det en fordel at de ikke skal disputere i nær framtid. Som en tommelfingerregel bør kandidatene tidligst disputere halvåret etter arrangementet. Kandidatene skal ikke ha disputert før konkurransen finner sted.

Utvelgelse/rekruttering

Alle institusjoner i regionen som har PhD-kandidater, bør inviteres til og involveres i arrangementet. Det vil sikre at bredden av forskning i området blir formidlet på en god måte. Samtidig gir det arrangementet større kontaktflate og bidrar positivt til profileringen.

Språk

Mange institusjoner har et stort antall engelskspråklige PhD-kandidater og konkurransen er åpen også for disse. Av hensyn til den allmenrettede formidlingen og den generelle hensikten med konkurransen bør likevel flertallet av deltakerne være norskspråklige. Erfaring tilsier at det er en fordel om kandidaten snakker norsk, selv om det er med en sterk aksent. Det aller viktigste er at det som sies er forståelig.

Hvis en eller flere av deltakende kandidater skal gjøre sin presentasjon på engelsk, må coach, konferansier og fagdommere forberedes på dette i god tid, for å kunne gi tilbakemeldinger på både norsk og engelsk.

Veiledning av kandidatene

Som en del av konseptet skal deltakerne få coaching samt veiledning/kursing før de skal holde sine presentasjoner for dommerpanel og publikum.

En fagperson fra skuespiller-/regimiljø skal coache kandidatene i opptreden og fremføring, slik at de føler seg trygge på scenen og kan gi en god presentasjon av forskningen sin. I tillegg skal kandidatene få hjelp med utformingen av selve presentasjonene og til forskningsformidling generelt av den samme coachen eller andre fagpersoner som kan bidra på dette området.

Deltakerne og andre som bidrar til arrangementet, skal få grundig informasjon om målet med Forsker Grand Prix, om sammenhengen med Forskningsdagene, og om hva Forskningsdagene er.

Kandidatene skal også gjøres oppmerksom på medieoppmerksomheten de kan møte rundt selve konkurransen og i en del tilfeller også rundt dem selv, men det er ikke alle som opplever dette.

Regler og resultater for selve showet

Konkurransen skal foregå på samme måte og være gjennomgående gjenkjennelig uavhengig av arrangementssted/-institusjon. Dette styrker merkevaren Forsker Grand Prix og sørger for at den forblir den samme fra år til år. Samtidig ivaretas de opprinnelige intensjonene med konkurransen. Lik gjennomføring er også viktig for at alle kandidatene skal bli behandlet rettferdig, og for at de skal ha en felles forståelse av opplegget før de eventuelt skal delta i en nasjonal finale. Det betyr at det ikke er rom for lokale variasjoner.

Det finnes et eget dokument som detaljert beskriver gangen i showet, inkludert reglene for tidtaking og annet.

Tid og rekkefølge

Et viktig poeng med konkurransen, og den største utfordringen for deltakerne, er tidsaspektet. Tidtakning og regler rundt dette er derfor vesentlig, og må ikke avvikes. Det skal være et tidssignal som klart markerer om kandidaten er gått over tiden. Når signalet lyder må kandidaten avslutte presentasjonen sin.

Kandidatenes rekkefølge på scenen avgjøres ved loddtrekning.

Avstemming

Både dommere og publikum stemmer med utgangspunkt i en skala der 1 er dårligste og 6 er beste score. Publikum stemmer først. Dommere stemmer etter at de har gitt sine kommentarer.

Den samlede poengsummen fra publikum beregnes som et gjennomsnitt per antall avgitte stemmer i forsamlingen, ikke per antall publikummere i salen. Dette sikrer rettferdig poengberegning dersom noen i publikum ikke skulle rekke å få stemt, eller dersom en av mentometerne ikke skulle virke. Dette betyr også at publikum må være aktive og avgi 1 poeng til den de liker minst slik at gjennomsnittet går ned, i stedet for å avholde seg fra å stemme.

Den samlede poengsummen fra dommerne beregnes som et gjennomsnitt av de enkelte dommernes avgitte poeng. Totalt skal dommergjennomsnittet og publikumsgjennomsnittet telle likt.

Poengsummene fra publikum skal ikke offentliggjøres som en del av det ordinære showet, men lagres, slik at resultatene kan etterprøves.

De to kandidatene med flest poeng til sammen går automatisk videre til finalen samme kveld.

Wild Card

Slik konkurransen er bygget opp, vil de første deltakerne på scenen ha mindre sjanse til å vinne, siden verken fagdommere eller publikum trolig vil gi "full pott" før de har sett flere kandidater. Fagdommerne med eller uten en overdommer skal derfor ha et såkalt wild card som brukes til å velge ut en tredje kandidat til finalen samme kveld.

Konferansier/programleder

Konferansieren er arrangementets "lim" og må velges med omhu. Kjøreplanen er stram med mange delaktiviteter og raske skift og krever en profesjonell person som kan skape gode overganger og håndtere situasjonen hvis noe ikke går helt etter planen. Konferansieren må ha myndighet og trygghet nok til å stramme inn hvis arrangementet for eksempel begynner å gli ut tidsmessig. Sekretariatet har en oversikt over tidligere brukte programledere som man kan få ved behov.

Fagdommere

Fagdommerpanelet er sentralt for konseptet. Panelet skal bestå av én fagdommer med kompetanse innen journalistikk, én med bakgrunn fra akademia og én med erfaring fra scenen, for eksempel en utøvende skuespiller, en regissør eller en instruktør.

Hver fagdommer skal med utgangspunkt i sitt eget fagområde vurdere kandidatens prestasjon i forhold til innhold og presentasjon. I tillegg til å gi poeng skal samtlige fagdommere gi hver enkelt kandidat en muntlig tilbakemelding på scenen.

Overdommer

Det er valgfritt om man vil ha en overdommer eller ikke. Hvis man velger å ha en slik funksjon, skal hovedoppgavene for den som får denne rollen være å passe tiden for hver av kandidatene, og påse at alt for øvrig går for seg i henhold til reglene for konkurransen. Hvis man ikke har en overdommer, må andre medarbeidere håndtere de tekniske sidene ved tidtakingen.

Overdommeren skal også velge ut en eventuell tredje kandidat til finalen (Se avsnittet om wild card). Hvis man ikke har en overdommer, skal et samlet dommerpanel velge ut den tredje kandidaten.

Premiering

Vinneren av hver konkurranse premieres. Premien for de lokale/regionale konkurransene er en pokal. Bergen har en vandrepokal hvor navn og institusjon samt årstall graves inn etter hver konkurranse. I tillegg får vinneren noe mer personlig, som et reisegavekort på 5.000 kroner. Lokal arrangør finansierer og ordner det praktiske rundt premieringen.

Premien i den nasjonale finalen er et reisegavekort på 20.000 kroner.

Diplom

Alle deltakerne skal få et diplom. Diplomene er laget ihht profilen, og klargjøres på forhånd av Forskningsdagens sekretariat. De lokale arrangøren er selv ansvarlig for trykk og distribusjon av diplomene.

Publikum

Det anbefales å ha en form for påmelding eller billettsystem til arrangementet for å holde oversikt over hvor mange som kommer. Oversikten er også nyttig for å kunne vurdere om størrelsen på arrangementslokalet er velegnet, eller om man bør flytte til noe større eller mindre.

Husk å reservere plasser i salen til media, VIP-er, kandidatenes familie og venner osv.

Media, profilering og annonsering

Forsker Grand Prix gir deltakernes institusjoner og arrangørinstitusjonen god anledning til profilering. Aktuelle kanaler kan være: Institusjonenes nettsider, lokale og regionale medier, lokalmedier på deltakernes hjemsteder og institusjonenes interne kommunikasjonskanaler (intranett osv.).

Andre muligheter som bør vurderes for å skape oppmerksomhet og trekke publikum: avisannonser, flygeblader, plakater på institusjonen og nærmiljøet og sosiale medier.

Foto

Den lokale arrangøren har ansvar for at det tas "offisielle" pressebilder av alle deltakere i konkurransen. Bildene skal brukes i forbindelse med pressearbeid og markedsføring internt og eksternt. Det bør også tas bilder under arrangementet og av vinner som kan brukes i etterkant.

Bakgrunn

Ideen til Forsker Grand Prix er utviklet av Bent Nørgaard og Center for Kunst og Videnskab ved Syddansk Universitet. I Norge har vi videreutviklet konseptet til å være en nasjonal formidlingskonkurranse som bidrar til å gjøre unge forskere gode til å formidle. De norske arrangementene er en del av Forskningsdagene og skal være i samsvar med det opprinnelige konseptet. Forskningsrådet og Forskningsdagene er eiere av konseptet her i landet.