Kommunikation av lärarexcellens

Cecilia Mark-Herbert, Roger Herbert & Cecilia Johansson

Pedagogiska meriteringsmodeller finns vid cirka hälften av Sveriges lärosäten, men hur synliggörs pedagogisk meritering enligt dessa modeller? I en jämförande fallstudie med marknadsföringsinriktning har vi fokuserat på hur pedagogiska meriter synliggörs på webbplatserna för Sveriges lantbruksuniversitet (SLU), Umeå universitet (UmU) och Uppsala universitet (UU). Syftet med projektet var att jämföra synliggörandet av pedagogisk meritering från ett lärar- och universitetsperspektiv. Resultaten visar att det är lätt att hitta vem som utnämnts till excellent eller meriterad lärare, men att informationen om pedagogisk meritering ofta inte är samstämmig med vad som presenteras på lärarens personliga webbsida på lärosätets webbplats. Vid SLU och UU saknades informationen på nära hälften av de personliga webbsidorna.

Den information som lärosätena kommunicerar externt på webbplatser om excellent lärare handlar om att de har en meriteringsmodell som leder till meriterad eller excellent lärare, hur man söker utnämning och vilka som utnämnts. Vår studie visar på att det finns stor potential att lyfta fram lärarexcellens både på individ- och på lärosätesnivå. Kommunikation om lärarexcellens borde vara en självklar unique selling point för lärosätena.

**Nyckelord/nyckelbegrepp**: Pedagogisk meritering, synliggörande, varumärke, unique selling point

# System för pedagogisk kompetens

Vetenskaplig meritering är väl etablerat med docenttitel som en erkänd kompetensmarkör, men för pedagogisk meritering saknas väl etablerade system (UKÄ, 2022). Utvärdering av pedagogisk skicklighet är ett område som är under utveckling (Bolander Laksov m.fl*.*, 2023). Utvecklingen styrs i Sverige lokalt, av varje universitet, genom ett arbete med anpassade ansöknings-, bedömnings- och kommunikationssystem. Skillnader mellan universitet i Sverige (Winka & Ryegård, 2019; Winka & Ryegård, 2021) i termer av hur pedagogisk meritering beläggs, bedöms, belönas och visualiseras kan illustreras i flera dimensioner, bland annat skillnader i:

* pedagogiska meriteringsmodeller (till exempel en- eller två steg)
* bedömningsprocess och lärosätenas bedömningskriterier
* traditioner kring synliggörande av pedagogisk meritering.

Dessa variationer beskrivs mer i detalj i kapitel 1 i antologin.

Synliggörande av pedagogiska meriter kan beskrivas i termer av varumärkesbyggnad, både på individ- och lärosätesnivå. Det här kapitlet utgår från lärares och lärosätens perspektiv där lärosätet utgör enheten för en jämförande fallstudie. Empiriskt fokus ligger på information från personliga webbsidor för lärare samt lärosätens beskrivning och belöning av pedagogisk meritering på sin webbplats vid de valda lärosätena.

*Syftet med kapitlet är att klargöra skillnader i kommunikation av lärarexcellens vid tre svenska lärosäten.* Vi definierar lärarexcellens som en resurs för lärare att bygga sitt personliga varumärke, och för ett lärosäte att bygga ett institutionellt varumärke (vidareutvecklad förklaring ges nedan i *avsnittet Bedömning av pedagogisk skicklighet och kompetens*). För att kunna använda lärarexcellens i marknadsföringssyfte förutsätts ett system för att bedöma, belöna och belysa pedagogisk kompetens och färdighet.

I den här studien är lärarexcellens baserad på utnämningar av meriterade och excellenta lärare. Fokus i studien ligger på användningen av de utnämnda lärarna i en pedagogisk positionering av en individ och lärosäte. Begreppet lärarexcellens kan även användas på lärosäten som saknar formella pedagogiska meriteringsmodeller. Då blir grunderna för lärarexcellens och synliggörande av detta baserade på ett alternativt system som på ett strukturerat och transparent sätt utvärderar pedagogisk kompetens och skicklighet (i till exempel kvalitetscertifiering, pedagogiska priser och organisation av utbildning).

Frågor av speciellt intresse i den här studien, handlar om individuell och institutionell kommunikation av lärarexcellens.

* *Hur synliggör lärare sin utnämning till meriterad eller excellent lärare på sin personliga webbsida? Hur lyfter individen fram sin lärarexcellens?*
* *Hur synliggör och använder lärosäten lärarexcellens på sin webbplats?*

Frågorna diskuteras i ljuset av marknadsföring av personliga respektive lärosätenas varumärken. Fokus ligger på kommunikation av pedagogisk meritering (meriterad eller excellent lärare) och inkluderar inte andra pedagogiska utnämningar (priser).

Kapitlet börjar med en allmän beskrivning av de pedagogiska meriteringsmodellerna som tillämpas idag i Sverige för bedömning och bekräftelse av pedagogisk skicklighet och kompetens. Vi utvecklar sedan konceptet pedagogisk skicklighet och kompetens som både ett individuellt och ett institutionellt varumärke. Vår studie är en jämförande fallstudie mellan tre lärosäten och vi granskar synliggörandet av lärarexcellens på personliga webbsidor och lärosätenas webbplatser. Empirin diskuteras sedan utifrån en varumärkesbyggnadsmodell.

# Bedömning av pedagogisk skicklighet och kompetens

De pedagogiska meriteringsmodeller som idag finns vid svenska lärosäten varierar i form. Hälften av Sveriges universitet och högskolor har någon slags meriteringsmodell (Winka & Ryegård, 2021). Skillnaderna påverkar såväl pedagogiska meriteringsvägar som pedagogiska befordrings-möjligheter. Förutom skillnader i antal nivåer finns även en skillnad i om två-nivå-systemet är *öppet* eller *additivt*. Ett öppet system innebär att den sökande kan bli meriterad eller excellent lärare vid ett ansökningstillfälle. Ett additivt system innebär att en sökande först blir meriterad lärare baserat på individuella pedagogiska färdigheter. Efter vidare meritering har läraren därefter möjlighet att meritera sig till excellent nivå. Förutsättningarna för att kunna söka pedagogisk meritering varierar också i termer av lärosätenas bedömningskriterier, exempelvis kurskrav, begränsningar i vem som kan söka och krav på undervisningserfarenhet.

Mellan lärosäten finns även skillnader i vilken information om pedagogiska meriteringsvägar och om pedagogisk skickligliga lärare som sprids till anställda, studenter och allmänhet. Det finns olika syften med denna informationsspridning, såsom att informera om ansökningsprocessen eller ge ett erkännande om lärarexcellens. Allt som kommuniceras öppet på internet kan anses påverka lärosätens varumärke.

Givet skillnader i pedagogiska meriteringsvägar och informationsspridning blir frågor om synliggörande som en del av lärarens personliga varumärke och positionering av lärosäten viktiga. Det personliga varumärket är baserat på meriter, uppdrag och färdigheter som läraren besitter. De utgör grund för framtida uppdrag, befordran och karriär inom akademin. Lärarexcellensbegreppet används som ett paraplybegrepp för att täcka kompetens och färdighet hos utnämnda individuella lärare och en pedagogisk resurs på ett lärosäte. Begrepp inom området lärarexcellens speglar fokus på läraren, lärargärningen och den institutionella pedagogiska resursen. Internationella perspektiv på näraliggande begrepp, till exempel teacher excellence, teaching excellence exemplifieras i Tabell 1.

Tabell 1. Begreppsöversikt med fokus på ”lärarexcellens”

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Begrepp | Tolkning av begrepp | Källa |
| Teacher excellence  Excellence in teaching | An individual having professional knowledge, inter- and intra-personal knowledge.  ”a judgment made about performance” | Collinson, 1999  Kreber, 2002 |
| Teaching excellence | …”investing in the branding process is the right way to create faculty excellence, which benefits the faculty and the direct users of its services and society as a whole”.  “Teaching excellence is one way of staying ahead of the competition and securing a good position in exercises which rank institutions…” ”Teaching excellence in the performative university can be measured through high-level achievements such as receiving institutional and/or national awards … “ | Marjanović m.fl., 2023, 77  Skelton, 2005, 5 |

I den här studien använder vi begreppet ”lärarexcellens” för att sätta individuella lärares pedagogiska meritering i relation till lärosätens pedagogiska resurs (i form av utnämnda meriterade och excellenta lärare). Vi tolkar således lärarexcellens som både ”Excellent teacher” och ”Teaching excellence” i tabellen ovan.

# Pedagogisk skicklighet och kompetens som varumärke

Lärares pedagogiska skicklighet och kompetens utgör både en nyckelresurs för undervisning och en strategisk resurs för pedagogisk utveckling vid lärosäten.

”Faculties compete with each other for the best students, professors, projects, discoveries and resources” (Marjanović m.fl., 2023, 75).

Lärare utnämnda till meriterade eller excellenta lärare kan utgöra en så kallad USP, *unique selling point,* för lärosäten som kommunicerar detta sin marknadsföring. Lärares ämnesmässiga och pedagogiska kunnande är en viktig del i marknadsföringen av lärosätet och utbildnings-programmens varumärke (Way, 2016; Marjanovic m.fl., 2023). En förutsättning för att ett lärosäte skall kunna profilera sig genom pedagogiskt värde i sitt varumärke är att lärarna är pedagogiskt sakkunniggranskade (till exempel utnämnda till meriterad eller excellent lärare), och kommunicerar det, i ett individuellt varumärke (Mantulenko m.fl., 2020).

I ett *individuellt varumärke* kommuniceras en unik identitet och kompetens (Shibankovam.fl.*,* 2019). Individuella varumärken används för att differentiera och positionera något specifikt på marknaden. Det kan vara en produkt, en tjänst, eller, som i det här projektet, en persons pedagogiska skicklighet och kompentens.

*Institutionens varumärke* omfattar lärosätets värderingar, kultur, och övergripande image på marknaden (Marjanović m.fl., 2023). En organisations varumärke sträcker sig bortom enskilda individer eller produkter/tjänster; det representerar organisationen som helhet. Det är ofta uppbyggt kring organisationens relation till viktiga intressenter som studenter, anställda och samhället i bred bemärkelse.

Lärosäten kan stärka sin organisations varumärke genom att kommunicera värdet i lärares pedagogiska kompetens. Det kan göras genom en oberoende part som granskar och jämför lärosäten, till exempel TEF, *Teacher Excellence Framework* i Storbritannien. Citatet nedan visar en text från en webbsida där ett lärosäte kommunicerar värdet av en TEF-ranking.

*”Professor Kathryn Mitchell, the university’s vice-chancellor, said: ‘We’re delighted that we have once again been awarded gold in the TEF and I am so proud of colleagues at the University of Derby for their hard work and commitment to excellence which has resulted in this fantastic achievement’” (Marketing Derby, 2024).*

I det nedanstående citatet lyfter en universitetsledare fram lärares kompetens och gärning som en förutsättning för lärosätets kvalitet i undervisning.

*“We are extremely proud of the recipients of this year’s awards for excellence in teaching,” says Vice-President Academic and Provost Reeta Tremblay. “On behalf of the university, I would like to congratulate and express our deep appreciation of these outstanding teachers who contribute so much to the lives of their students and to the value of a UVic education” (University of Victoria, 2012).*

I citaten ovan illustreras hur individuella lärares kompetens utgör grund för ett lärosätes varumärkesportfölj. Målet för lärosätets varumärkesportfölj är att kommande studenter uppfattar lärosätet som en attraktiv utbildningsmiljö men också för att arbetsmarknaden ska uppfatta att lärosätet erbjuder relevanta och starka utbildningar med kompetenta lärare. Lärosätenas kommunikation om lärarexcellens förutsätter att det finns pedagogiskt skickliga och kompetenta lärare, och i bästa fall att lärarna kommunicerar sin lärarexcellens.

# Metod - en empirisk studie

En jämförande fallstudie (Yin, 1989) är en metod som utgör en empirisk illustration för att belysa skillnader och likheter mellan analysenheter, i detta fall synliggörande av pedagogisk kompetens vid tre valda lärosäten. I denna studie har synliggörande redovisats i termer av:

* kommunikation på personliga webbsidor om lärarexcellens bland undervisande personal utnämnd till meriterad eller excellent lärare
* respektive lärosätes kommunikation om lärarexcellens på sin webbplats, där termen ”excellent lärare” används i texten

De utvalda lärosätena; Sveriges lantbruksuniversitet (SLU), Umeå universitet (UmU) och Uppsala universitet (UU), har valts som studieobjekt. Valet baseras dels på att författarna är verksamma vid två av dessa lärosäten som har meriteringssteget excellent lärare (SLU, UU), och dels för att ett av dessa (UmU) har ett tvåstegssystem (Tabell 2).

Tabell 2. Jämförelse mellan valda lärosäten 2023

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | SLU | UmU | UU |
| Departement i Regeringskansliet | Näring | Utbildning | Utbildning |
| Skolor/ fakulteter | 4 fakulteter | 4 fakulteter | 9 fakulteter |
| Anställda | 4 000 | 4 400 | 6 700 |
| Studenter (helår) | 4 400 | 18 000 | 28 000 |
| Campus | Umeå, Uppsala, Alnarp | Umeå | Uppsala, Visby |
| Pedagogisk meriteringsmodell | En-stegs-modell Infört 2015 | Två-stegs modell Infört 2014 | En-stegs-modell Infört 2013 |

Tabell 2 visar att antalet anställda ligger mellan 4 000 och 6 700 men antalet studenter vid respektive universitet varierar kraftigt (4 400-28 000).

Empiriskt underlag utgörs av respektive lärosätes webbplats. Den jämförande fallstudien för de tre lärosätena baseras på en samlad bild av innehållet på (1) individuella webbsidor för lärarexcellenta personer på lärosätets webbplats och (2) universitets webbplats med uppgifter om meriteringsmodellen.

För analys av synligheten av både excellenta och meriterade lärare på lärosätenas webbplatser har vi utgått från centralt publicerade listor över pedagogiskt utnämnda lärare (Uppsala universitet, 2023; Sveriges lantbruksuniversitet, 2023 och Umeå universitet, 2024). För UU har uppgifterna även delvis kompletterats med utnämnda lärare under hösten 2023 via kommunikation med fakultetskanslierna. Utifrån dessa har information om respektive lärare tagits fram via personalsöknings-funktionen på lärosätets webbplats. Strukturen på den personliga webbsidan på de tre lärosätena skiljer sig lite åt men samtliga ger förutsättningar för att nämna den pedagogiska meriteringen.

För den personliga webbsidan finns det vid UU möjlighet att lista utnämningen under rubriken *Akademiska meriter* och på UmU under rubriken *Pedagogisk meritering.* En personlig webbsida är den webbsida som är kopplad till sök-personal-funktionen på respektive lärosätes webbplats. SLU använder sig av en CV-webbsida för presentation av personen. För samtliga tre lärosäten finns även möjlighet att nämna utnämningen i fritext, antingen direkt på sidan/CV-webbsidan, i en biografi eller ett uppladdat CV. Information har tagits med från alla olika delar, men specifikt noterats om utnämningen finns med under den givna rubriken vid UU och UmU. Även utnämningsår och anställningsform har samlats in (professor, universitetslektor, universitetsadjunkt och övrig). Däremot hur uppgifterna läggs in, och av vem har inte undersökts.

För de tre lärosäten har följande information samlats in: utnämningsår/datum, anställningsform, om information nämns under specificerad rubrik och om utnämningen nämns i CV eller övrig text på webbsidan. Data på de personliga webbsidorna har inhämtats från oktober 2023 till januari 2024.

En innehållsanalys har genomförts av den insamlade informationen och sammanställts i förhållande till det totala antalet utnämnda lärare vid respektive lärosäte. Utnämnda lärare som saknar sökträff har inte tagits med i analysen. Resultaten har sedan grupperats med avseende på respektive anställningsform, för att kunna analysera eventuella skillnader beroende av den. För UmU har enbart en individs senaste utnämning tagits med i analysen.

För att undersöka hur respektive lärosäte kommunicerar lärarexcellens på sin webbplats har en sökning gjorts på internet. Sökmotorn Google användes i en sökning orden *excellent lärare* + lärosätets namn (t.ex. *Uppsala universitet*). Sökningen inbegrep inte ordet *meriterad lärare*. De första 50 träffar har granskats och grupperats utifrån tre primära upphovsmän; enstaka institutioner, fakulteter eller universitetet. Inom dessa grupperingar har träffarna uppdelats ytterligare utifrån avsedd mottagare av uppgifter; sökande till pedagogisk meritering, alla anställda på institutionen (intern kommunikation) eller till allmänheten (extern kommunikation). Totalt blev det 11 grupperingar eftersom två ytterligare grupperingar användes för icke relevanta träffar (exempelvis träffar på sociala medier och andra lärosätens webbplatser) och träffar där sidan inte fanns. Vissa träffar har dubbelklassats, särskilt om webbsidan är avsedd för anställda (exempelvis en medarbetarwebb) men där informationen är öppen och relevant för allmänheten.

# Likheter och olikheter

De studerade lärosätena har gemensamt att de erbjuder utbildningar på grundnivå, avancerad nivå och forskarnivå. Alla lärosätena behöver lärare som har både vetenskaplig och pedagogisk kompetens. Bakgrundsfakta presenteras i Tabell 3.

Tabell 3. Synliggörande av pedagogisk och vetenskaplig kompetens på lärosätets webbplats

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | SLU | UmU | UU |
| Övergripande nivå - Information om utnämnda meriterade eller excellenta lärare | | | |
| Pedagogisk meritering | En central lista finns. | En central lista finns. | En central lista finns, samt listas även på respektive fakultets webbplats. |
| Individnivå - Förutsättningar för kommunikation på personlig webbsida | | | |
| Vetenskaplig meritering | Varje lärare har en personlig CV-webbsida där meritering kan listas | Det finns en rubrik *Vetenskaplig meritering* där meritering kan listas, eller skrivas i fritext | Det finns en rubrik *Akademiska meriter* där meritering kan listas, eller skrivas i fritext |
| Pedagogisk meritering | Varje lärare har en personlig CV-webbsida där meritering kan listas | Det finns en rubrik Pedagogisk *meritering* där meritering kan listas, eller skrivas i fritext | Det finns en rubrik *Akademiska meriter* där meritering kan listas, eller skrivas i fritext |

Information om meriteringssystem och lärarexcellens finns att tillgå externt på lärosätes- och fakultetsnivå för alla tre lärosäten. Enligt Tabell 3 framgår även att lärosätena har en digital infrastruktur för att lärarna ska kunna kommunicera vetenskaplig och pedagogisk meritering på en personlig webbsida på respektive lärosätes webbplats.

## Synliggörande på personliga webbsidor

Vid SLU har 24 personer utsetts till excellenta lärare sedan 2015 och vid UU 147 personer sedan 2013. UmU har fram till 2023 utsett 323 personer till meriterad lärare, samt 119 till excellent lärare (totalt 442 utnämningar). UmU har en meriteringsmodell i två steg vilket innebär att antalet analyserade individer är lägre (363 personer). I Tabell 4 listas fördelningen av de utnämnda lärarna uppdelat på anställningsform för de som har en personlig webbsida.

Tabell 4. Antal lärare (meriterade eller excellenta) som har en personlig webbsida, totalt och uppdelat på anställningsform. \* För UmU tas enbart den senaste utnämningen för respektive individ med.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **SLU** | **UmU** | **UU** |
| Med personlig webbsida / Samtliga utnämnda\* | 24 / 24 | 334 / 363 | 141 / 147 |
| Professorer | 6 | 33 | 49 |
| Universitetslektor | 11 | 253 | 65 |
| Universitetsadjunkt | 2 | 31 | 16 |
| Övriga | 5 | 17 | 11 |

Antalet utnämnda lärare är högst vid UmU och lägst vid SLU. Vid UmU och SLU är det ett övervägande antal universitetslektorer som blivit utsedda, medan vid UU är andelen professorer och universitetslektorer mer lika. En sammanställning av informationen från de utnämnda lärarnas personliga webbsidor visas i Tabell 5.

Tabell 5. Synliggörande av lärarexcellens på den personliga webbsidan

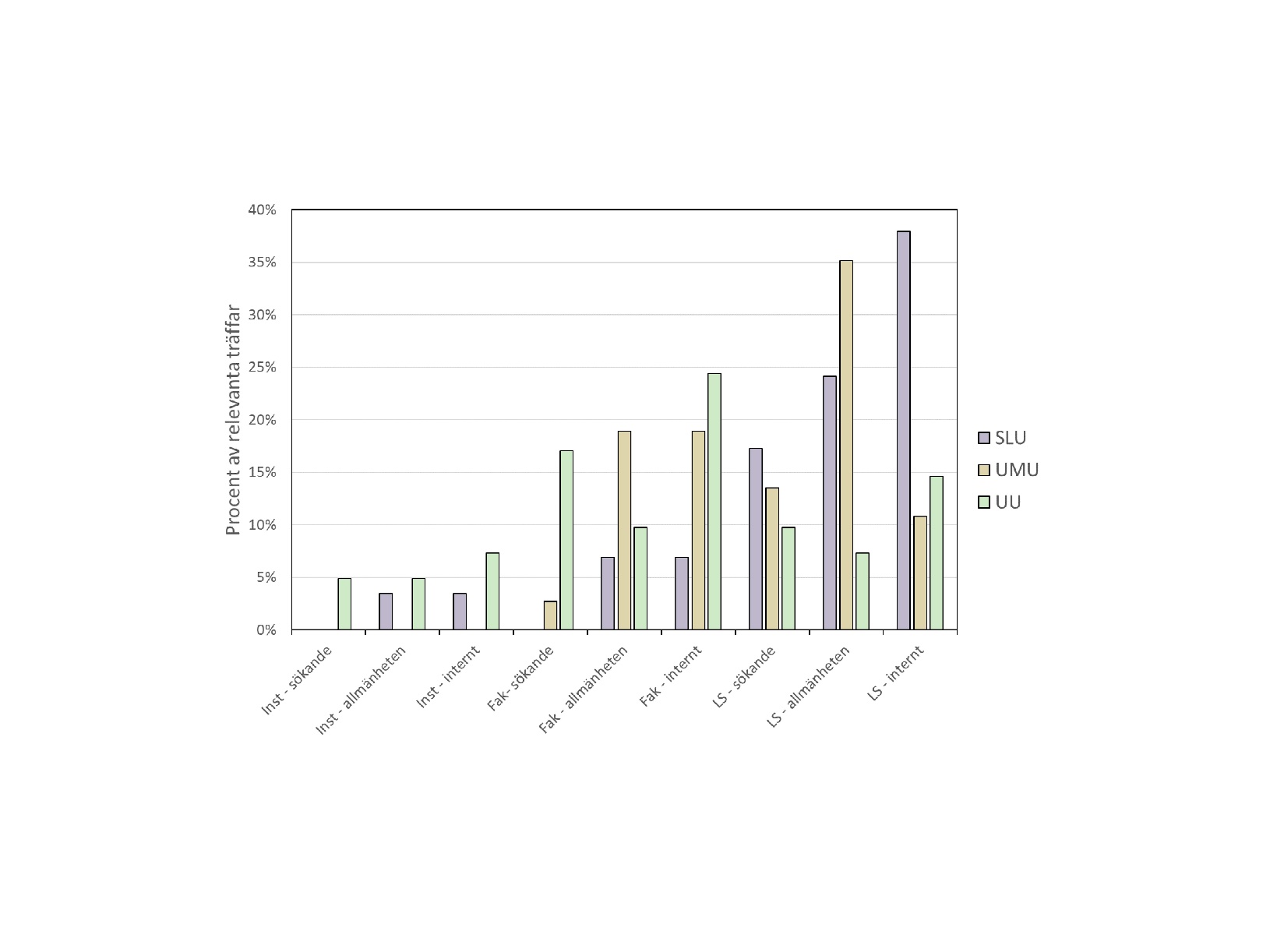
|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | SLU | UmU | UU |
| Anställning | Andel som nämner att de är excellenta lärare på sin CV-webbsida | Andel som nämner att de är meriterade/excellenta lärare på sin personliga webbsida (inom parentes de som listat det under rubriken *Pedagogiska meriter*) | Andel som listat att de är excellenta lärare på sin personliga webbsida (inom parentes de som listat det under rubriken *Akademiska meriter*) |
| Alla | 46% | 88% (86%) | 55% (31%) |
| Professor | 33% | 91% (91%) | 47% (26%) |
| Universitets-lektor | 46% | 90% (74%) | 62% (38%) |
| Universitets-adjunkt | 0% | 87% (81%) | 56% (25%) |
| Övriga | 80% | 71% (35%) | 46% (18%) |

Resultaten i Tabell 5 visar att vid SLU och UU finns information om utnämningen på den personliga webbsidan för runt 50% av de utnämnda lärarna, medan det vid UmU finns med för nästan 90%. Vid UmU är det också tydligt att de allra flesta använder rubriken *Pedagogisk meritering,* medan det vid UU endast är 31% (44 lärare) som tar upp sin utnämning under rubriken *Akademiska meriter*.

Från Tabell 5 framgår det att vid UU och SLU är störst andel universitetslektorer som lyfter fram att de är excellenta lärare på sina personliga sidor. Vid UmU är generellt informationen om utnämningen mycket hög (runt 90% för alla kategorier förutom övriga). Resultatet för meriterad eller excellent lärare vid UmU särredovisas inte då de båda visade sig vara ganska lika.

## Synliggörande av lärarexcellens på lärosätenas webbplatser

Internetsökningen kopplad till lärosätenas kommunikation av orden *Excellent lärare* visade att majoriteten av träffarna kom från webbsidor som fakultet eller lärosäte är ansvariga för, inte från institutioner (Figur 1). På SLU visar webbsidorna mest information avsedd för anställda, men är även öppen för allmänheten. De fem första träffarna visar nyheter om utnämning från olika år. Likaså har UmU mycket information till allmänheten på lärosätets webbplats men även information från deras fakulteter som är mest avsedd för sökande och som intern kommunikation. De första fem träffarna består av listor över meriterade och excellenta lärare samt information till sökande. På UU kommer mest information från fakulteter och är avsedd för anställda eller sökande till pedagogisk meritering. Om alla träffar läggs samman från SLU, UmU och UU är det ungefär lika många träffar på lärosätets webbplats på webbsidor avsedda för allmänheten som på webbsidor för intern kommunikation (exempelvis medarbetarportaler) samt från fakulteternas webbsidor för intern kommunikation.



Figur 1. Sammanställning över de första 50 träffarna från en Google-sökning (januari 2024) på ”*Excellent lärare*” + *lärosätets namn* för SLU, UmU respektive UU. Träffarna har grupperats enligt upphovsman för webbsida, institutioner (Inst), fakulteter (Fak) eller hela lärosätet (LS) och sedan utefter avsedd mottagare av information på webbsidan; sökande, allmänheten, eller anställda (internt).

De största skillnaderna i Google-träffar för de tre undersökta lärosätena härstammar troligtvis från lärosätenas organisation och rutiner kring informationstillgänglighet. Alla tre lärosäten organiseras i fakulteter men bedömnings- och beslutsprocessen ser olika ut. Beredning av ärenden till utnämning för excellent lärare görs på fakultetsnivå på UU (exempelvis Nämnden för antagning av excellenta lärare vid Tekniska-naturveten-skapliga fakulteten), som även beslutar om antagning. På UmU samordnas bedömning av meriterna på universitetsnivå (Nämnden för högskole-pedagogisk meritering) med ledamöter från de olika fakulteterna, medan beslutet om utnämning tas av respektive fakultets dekan. På SLU ansvarar en universitetsövergripande nämnd för bedömningsprocessen (Nämnden för antagning av excellenta lärare, Nex). De tre lärosäten baserar sin bedömning på externa pedagogiska sakkunnigutlåtanden.   
Det kan noteras att ingen information påträffades genom en Google-sökning om hur man söker till excellent lärare på SLU. Dessa uppgifter ligger inom en internportal som inte tillgängliggörsär öppen för allmänheten. Detta skiljer sig från UmU och UU där uppgifter om ansökningsprocessen läggs ut på webbsidor med anställda som målgrupp men som även görs tillgängliga för allmänheten.

# Diskussion

Synliggörande av lärarexcellens diskuteras här utifrån två perspektiv, lärarens respektive lärosätets. Diskussionen avslutas med en syntes av vilka konsekvenser synliggörandet av lärarexcellens kan få. Pedagogiska meriteringsmodeller på svenska lärosäten är inte harmoniserade (UKÄ, 2022). Vid de tre undersökta lärosätena har meriteringsmodellerna funnits nästan lika länge (SLU sedan 2015, UmU sedan 2014 och UU sedan 2014). Därför tolkas skillnaderna i resultaten som mindre beroende av tiden meriteringsmodellen har varit i bruk vid respektive lärosäte.

## Lärarperspektiv

Att kommunicera sin utnämning i en pedagogisk meriteringsmodell på sin individuella webbsida är ett led i att synliggöra en lärares pedagogiska meritering. Det bidrar även till synlighet av förekomsten av en pedagogisk meriteringsmodell på lärosätet. Resultaten av studien visar att vid UU och SLU är det runt 50% av utnämnda individer som tar upp sin utnämning på sin personliga webbsida (se tabell 4) medan vid UmU är det nästan 90%. Andelen som lyfter fram sin utnämning på sin personliga webbsida är vid UU och SLU högst inom gruppen universitetslektorer. En möjlig förklaring är att utnämningen väger tyngre tidigare i karriären, och en utnämning till excellent lärare skulle vara till gagn för universitetslektorn som ansöker om befordran till professor. En möjlig förklaring till att så få lärare vid SLU och UU skriver om sin utnämning är jantelagen, att läraren inte vill framhäva sin lärarexcellens.

Studien visar även på stora skillnader i hur olika rubriker på den personliga webbsidan används. Vid UU är det runt 30% som nämner sin utnämning under rubriken *Akademiska meriter*, medan drygt 85% listar det under rubriken *Pedagogiska meriter* vid UmU. Vid UU innebär det att en relativt stor grupp i stället skriver om sin utnämning i fritext.

Den arbetsinsats som ligger bakom en meriteringsansökan kan antas vara så stor att läraren skulle vilja kommunicera sin prestation. Likväl pekar resultaten i våra fallstudier på att alla lärarexcellenta inte säger något om utnämningen på sin personliga webbsida. Kan det bero på att läraren inte uppfattar att lärosätet ser det som något meriterande? Eller är det så att den administrativa rutinen som möjliggör att lärarexcellens kommuniceras på ett standardiserat sätt inte finns på plats?

## Universitetsperspektiv

Att synliggöra skickliga lärare på webben är ett sätt att marknadsföra lärosätet. Synliggörandet har också ett internt värde genom en bekräftelse av pedagogisk meritering. Enligt vår studie finns det ingen indikation på att lärosätena använder sig av lärarexcellens i sin marknadsföring. Detta kan vara ett medvetet eller omedvetet val eftersom, som Badersten (2014) menar,

Det är inte självklart att hävda att det är önskvärt att belöna duktiga lärare vid universitet och högskolor eller att skapa pedagogiska karriärvägar som komplement till våra sedan länge etablerade karriärvägar förknippade med rollen som forskare. (Badersten 2014, 148).

Han pekar på den process som pågår där lärarexcellens kan premieras och synliggöras.

Lärosätena i den genomförda fallstudien visar medvetenhet om vikten av intern kommunikation som fokuserar på information och stöd i den pedagogiska meriteringsprocessen. Det bör dock poängteras att vår studie inte innehåller material som kräver inloggning på respektive lärosätes interna webbplats, och det kan förekomma mer intern kommunikation om lärarexcellens än presenterats här. Den externa kommunikationen i form av information om pedagogiska priser och utnämnda meriterade och excellenta lärare återfanns främst på lärosätens webbplatser. Inga av de tre studerade lärosätena kommunicerade lärarexcellens som en USP, på det sätt som citaten från ledande personer vid universitet i Storbritannien respektive Australien gör (Marketing Derby, 2024; University of Victoria, 2012). Det är oklart om förklaringen till detta ligger i en jantelag eller i en allmän okunskap om vad lärarexcellens innebär för kvalité i undervisning och utbildningen som helhet.

Lärosätenas webbplatser är onekligen viktiga kommunikationskanaler för presumtiva studenter. Enligt Tucciarone (2009) är lärarkompetens en viktig faktor i val av lärosäte:

College Web sites affect college search to the degree that they either encourage or discourage prospective students’ college choice. Given that today’s students are technologically savvy and “plugged in,” the internet and college Web sites are bound to be influential in the college search process (Tucciarone 2009).

Det kan därför tyckas vara av stor vikt att lärosätena kommunicerar lärarexcellens på sina webbsidor som en del av sitt student-rekryteringsarbete. Det finns dock en motsatt ström som hävdar att kommunikation av USP:ar som lärarexcellens kan leda till så kallad *commodification* i marknadsföring av universitetsutbildningar (Saunders & Blanco Ramírez, 2017; Lažetić, 2019). Med ’commodification’ menar vi en samhällsprocess i vilken något blir en handelsvara, i det här fallet utnämning av meriterade och excellenta lärare.

## Synliggörande – konsekvenser

Lärosätens relativa unika fördelar, USP:ar, utgörs självklart av bland annat. forskningsrelaterad och pedagogisk kompetens. Dessa fördelar är grunden för ett lärosätes övergripande varumärke.

*“The process of branding in higher education has practical and scientific significance for all areas that directly or indirectly deal with adult education, adult education policy and the concept of lifelong learning. In addition, the brand's characteristics at the faculties are significant both for the entire academic community as the carrier of higher education and for the entire society as its end user. Namely, the branding of higher education institutions can contribute to the quality of educational results, be an example of excellence for the improvement of the adult education system, bring the quality that all educational institutions will strive for…”* (Marjanovic m.fl., 2023, 89).

En förutsättning för att ett lärosäte skall kunna stärka sitt varumärke genom lärarexcellens är att det finns ett system för att erkänna pedagogisk skicklighet och kompetens och att det kommuniceras med omgivningen. Här kan pedagogiska priser och utnämning till meriterade och excellenta lärare utgöra ett underlag. Ett lärosätes varumärke som till stor del grundas på individuella lärares pedagogiska excellens och forskar-kompetens är sårbart, om kompetensutvecklingen och synliggörandet av den inte byggs in i lärosätets normer, värdegrunder och belöningssystem (Marjanovic m.fl., 2023).

I Sverige skall vetenskaplig och pedagogisk skicklighet enligt högskoleförordningen (SFS 1992:1434) ägnas lika stor omsorg i anställningsförfarandet, vilket lyfts fram exempelvis i UKÄs rapport (UKÄ 2022, 50). Det finns ett väl etablerat system för bedömning (*ibid.,* 37) och synliggörande av vetenskapliga meriter, men vår studie visar att synliggörande av lärarexcellens varierar mellan undersökta lärosäten. Vad innebär det för lärarna och lärosätena när lärarexcellens inte synliggörs? Hur påverkas t.ex. tjänstetillsättning av denna olikhet? När lärarexcellens inte synliggörs går lärosätena miste om en viktig USP. Vår studie pekar på bristfälliga rutiner för synliggörande av lärarexcellens. Skillnaden i synlighet skulle kunna bero på hur väl administrativa rutiner för kommunikation följs eller en avsaknad av sådana rutiner.

# Rekommendationer för ökad synlighet av lärarexcellens

Det finns listor över utnämnda meriterade och excellenta lärare på de studerade lärosätena, vilket tyder på att de lägger vikt vid att kommunicera vilka som utnämnts. På motsvarande sätt finns information om lärosätenas pedagogiska meriteringsmodeller på respektive webbplats och det finns stödsystem för sökande individer.

Våra resultat visar även att lärosätena inte kommunikativt utnyttjar den potential som finns i de utnämnda individerna. Meriteringssystemen och lärarna i sig är en USP för lärosätena och det finns en förbättringspotential för de personliga webbsidorna. För att öka synligheten av lärarexcellens, både för utnämnda individer och själva meriteringssystemet, rekommenderar vi följande:

* Skapa administrativa rutiner för att säkerställa kommunikationen av lärarexcellens på de personliga webbsidorna. I dessa bör tydligt framgå vem som ansvarar och vilken information som förväntas under respektive rubrik.
* Använd lärarkompetens som en USP. Utvärdera konsekvenser av att marknadsföra lärosätet och dessa utbildningsprogram utifrån excellensen bland lärarkåren.
* Använd lärarexcellens-informationen vid rekrytering av lärare och i beskrivningen av universitetsmiljön.

Vår studie visar att de studerade lärosätena inte till fullo utnyttjar varumärkespotentialen som lärarexcellens skulle kunna utgöra. Fortsatt forskning och utvecklingsarbete bör inriktas på strategier för synliggörande av pedagogisk skicklighet och kompetens. En utveckling av ett harmoniserat meritsystem för pedagogisk skicklighet skulle kunna inspireras av motsvarande meritsystem för vetenskapligskicklighet.

# Referenser

Barab, S. MaCinster, J & Scheckle, R. (2004). Designing systems dualities; characterizing an online professional development community, in: Barab, S., Kling, R. & Gray J. (Eds.) *Designing for virtual communities in the service of learning*, New York, Cambridge University Press, 53-90.

Bolander Laksov, K., Elmgren, M., Olsson, T., Sjögren, E., Ryegård, Å. & Winka, K. (2023) Granskning av pedagogisk skicklighet – utmaningar för sakkunniga. *Högre utbildning,* 13:2, 1-16.

Broughan, C. Steventon, G. & Clouder, L. (Eds.) (2018). *Global perspectives on teaching excellence. A new era for higher education.* Routledge Taylor & Francis Group, NY, USA.

Carter, C. (2012). Marketing Excellence in Higher Education. In: Olson, G.A., Worsham, L. (eds) Education as Civic Engagement. Education, Politics, and Public Life. Palgrave Macmillan, New York. DOI: 10.1057/9781137021052\_6

Collinson, V. (1999). Redefining teacher excellence. *Theory in Practice,* 38: 1, 4-11 (https://www.jstor.org/stable/1477201)

Kreber, C. (2002). Teaching Excellence, teaching Expertise, and the Scholarship of Teaching. *Innovative Higher Education,* 27: 1, 5-23. (<https://doi.org/10.1023/A:1020464222360> )

Lažetić, P. (2019) Students and university websites—consumers of corporate brands or novices in the academic community? *Higher Education*, *77*(6), 995–1013. DOI: 10.1007/s10734-018-0315-5

Mantulenko, V.V., Yashina, E.Z.& Ashmarina, S.I. (2020). Personal Brand of University Teachers in the Digital Age. In: Ashmarina, S., Vochozka, M., Mantulenko, V. (eds) Digital Age: Chances, Challenges and Future. ISCDTE 2019. *Lecture Notes in Networks and Systems,* vol 84. Springer, Cham. DOI: 10.1007/978-3-030-27015-5\_8

Marjanovic, J., Domanzet, I. & Miljkovic, J. (2023). Higher Education Branding through Instrumental Values. *Journal of Women’s Entrepreneurship and Education,* 3-4, 75-94. DOI: 10.28934/jwee23.34.

Marketing Derby (2024). *University and college awarded gold for teaching excellence*. Hämtad 2024-01-18 från <https://www.marketingderby.co.uk/news/university-and-college-awarded-gold-for-teaching-excellence/>

Olsson, T. & Roxå, T. (2013). Assessing and rewarding excellent academic teachers for the benefit of an organization, *European Journal of Higher Education*, 3:1, 40-61. DOI: 10.1080/21568235.2013.778041

Peruta, A., Hamula, S., & Gayeski, D. (2015). The Complex Challenge of Branding in Higher Education: Where’s The Pedagogy? *Advertising & Society Review* *16*(3), DOI: 10.1353/asr.2015.0016

Saunders, D.B. & Blanco Ramírez, G. (2017) Against ‘teaching excellence’: ideology, commodification, and enabling the neoliberalization of postsecondary education, *Teaching in Higher Education*, 22:4, 396-407, DOI: 10.1080/13562517.2017.1301913

Schön, D. (1983). *The reflective practitioner,* London, Temple Smith

Schön, D. (1987). *Educating the reflective practitioner,* San Francisco, CA, Jossey –Bass

SFS 1992:1434, Svensk författningssamling, Högskolelagen, Utbildningsdepartementet, Regeringskansliet. Hämtad 2024–04-12 från <https://www.riksdagen.se/sv/dokument-och-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/hogskolelag-19921434_sfs-1992-1434/>

Shibankova, L. Ignatieva, A., Belokon, I., Kargapoltsev, S. Ganaeva, E. Beroeva, E. Trubenkova, S & Koslova, E. (2019). Institutional mechanisms of university teacher professional development. *Humanities & Social Science Reviews*, 7:4, 1061-1068. DOI:10.18510/hssr.2019.74145

Skelton, A. (2005). *Understanding Teaching Excellence in Higher Education. Towards a critical approach*. Routledge, Taylor & Francis Group (ISBN 0-415-33327)

Sveriges lantbruksuniversitet. (2023). *Excellenta lärare*. Hämtad 2023-11-30 från <https://internt.slu.se/min-anstallning/kompetens-och-karriarutveckling/akademiska-karriaren/excellenta-larare/>

Trevitt, C. & Stocks, C. (2012). Signifying authenticity an academic practice: A framework for better understanding and harnessing portfolio assessment. *Assessment & Evaluation in Higher Education.* 37:2, 245-257. DOI: 10.1080/02602938.2010.527916

Tucciarone, K. M. (2009). Speaking the same language: Information college seekers look for on a college web site. *College and University*, 84(4), 22-31.<https://www.proquest.com/docview/225597388?sourcetype=Scholarly%20Journals>

UKÄ, Universitetskanslersämbetet, (2022). *Karriärvägar och meriteringssystem i högskolan. Redovisning av ett regeringsuppdrag 2022*. Rapport 2022:6. Hämtad 2024-02-10 från <https://www.uka.se/download/18.72ddc32918529b363f9d784/1675168187988/rapport-2022-03-15-karriarvagar-och-meriteringssystem-i-hogskolan-redovisning-av-ett-regeringsuppdrag.pdf>

Umeå universitet (2024). *Meriterade och excellenta lärare.* Hämtad 2024-02-01 från <https://www.aurora.umu.se/min-anstallning/kompetensutveckling/pedagogisk-meritering/>

University of Victoria (2012). *Celebrating excellence in teaching.* Hämtad 2024-01-16 från <https://www.uvic.ca/news/topics/2012+celebrating-excellence-in-teaching+ring>

Uppsala universitet (2023, 9 november). *Vill du ansöka om att bli excellent lärare?* Hämtad 2023-11-09 från <https://mp.uu.se/web/info/undervisa/pedagogisk-utveckling/excellenta-larare>

Way, C.J. (2016). ‘Hottest brand, coolest pedagogy’: approaches to corporate branding in Singapore's higher education sector, *Journal of Marketing for Higher Education*, 26:1, 41-63, DOI: 10.1080/08841241.2016.1146388

Winka, K. & Ryegård, Å. (2019). *Pedagogisk portfölj – för karriär och utveckling* (2nd ed.), Studentlitteratur, Lund (ISBN 9789144121765).

Winka, K. & Ryegård, Å. (2021). Pedagogiska meriteringsmodeller – vid Sveriges universitet och högskolor 2021. *Småskriftserie från Universitet och lärandestöd UPL*, Umeå universitet, nr 1:2021.

Wubbles, T. (2007). Do we know a community of practice when we see one? *Technology, Pedagogy and Education*, 16:2, 225-233. DOI: 10.1080/14759390701406851

Yin, R. (1989). *Case study research: design and methods*, Sage, Newbury park, Ca. (ISBN 0-8039-3470-X)