

Neujustierung – Ziele und Zielgruppen in der Wissenschaftskommunikation

Workshop „Navigating the Infodemic“
Philipp Schrögel, KIT (@schroep)



Bild von Pexels auf Pixabay

➔ Wer hat überhaupt Ziele und wählt vermeintlich Zielgruppen aus? Wer kommuniziert?



Carsten Könneker, Schematische Übersicht über das Feld und die Akteur*innen der Wissenschaftskommunikation, CC BY-SA 4.0

Thesen zur Neujustierung



Die Akteur*innen in der Wissenschaftskommunikation müssen sich über die Selbst- und Fremdwahrnehmung ihrer Rolle im gesamten Kommunikationskontext klarer werden.

Kommunikator*innen müssen die neue medialisierte Kommunikationsrealität erkennen und anerkennen.

➔ Ziele und Motive

Gestaltungsdimension	Einstellungsdimension	Motive
Vermittlung von Information	Kognitive Einstellungen beeinflussen (z. B. Wissen, Verständnis)	Nutzen für einzelne Forschende (z. B. Ansehen)
Einen Dialog ermöglichen	Evaluative Einstellungen beeinflussen (z. B. Meinungen, Ansichten)	Nutzen für wissenschaftliche Institutionen (z. B. Sichtbarkeit)
Beteiligung an Wissenschaft ermöglichen	Konative Einstellungen beeinflussen (Verhaltensabsichten)	Nutzen für Wissenschaft und Forschung (z. B. Legitimität)
	Konative Einstellungen beeinflussen (Verhalten)	Nutzen für die Gesellschaft (Gemeinwohl)

Ziegler, R., Fischer, L. (2020). Ziele von Wissenschaftskommunikation – Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse. Wissenschaft im Dialog (Impact Unit)

Thesen zur Neujustierung



Verschiedene Akteur*innen innerhalb eines Prozesses oder einer Organisation können gleichzeitig verschiedene Ziele und Motive verfolgen – von „dem Ziel“ eines Formates zu sprechen, bildet die Wirklichkeit nicht ab.

Eine ehrliche und transparente Verständigung über Ziele auf allen „Seiten“ wäre hilfreich.

Es gilt, das trotz aller öffentlicher Bekundungen immer noch weit verbreitete „Defizit-Modell“ der Kommunikation in der Breite zu Gunsten einer partizipativen Wissenschaftskommunikation abzulösen.

„Zielgruppen“

„P.M. hat mit fast 80% einen der höchsten Anteile männlicher Leser im gesamten Wissenssegment. Die Leserschaft verfügt über ein überdurchschnittlich hohes Haushaltsnettoeinkommen in Höhe von 3.429 € und über die Hälfte besitzt die (Fach-)Hochschulreife.

(...)

Aufgrund dessen, dass die aktive Leserschaft sich gerne weiterbildet, verbringt diese Ihre Urlaubszeit auch häufig mit Studien-, Kultur- und Sprachreisen sowie Sport- und Wanderurlauben.“

Gruner & Jahr P.M. Mediadata – Leserschaft: <https://www.gujmedia.de/print/portfolio/pm-magazin/leserschaft/>

Wen erreicht Wissenschaftskommunikation nicht?

Dies kann man nicht anhand einer Gruppe beantworten. Es gibt viele Faktoren, die zu einer Exklusion führen können.

- Individuelle Faktoren
- Soziale Faktoren
- Strukturelle Bedingungen

Dies ist aber nicht immer trennscharf. Faktoren können sich überlappen und auch verankern. (Weitere Informationen dazu siehe Folie 2)

13 Sprache - in Bezug auf Verstand und Fachsprache.

14 Zeitliche Ressourcen - weniger Freizeit.

15 Geschlecht - beeinflusst die gesellschaftliche Konstruktion von Gender. Die fehlende Präsenz von Rollen Modellen in mehreren Aspekten (nicht nur in Bezug auf die Rollen der Wissenschaftskommunikation - hier veranschaulicht am Beispiel Gender).

16 Wermaltungen und themenspezifische Werte

17 Fehlende Ressourcen zur Umsetzung konkreter Konzepte - aus unterschiedlichen für einzelne Disziplinen.

18 Ort - insbesondere in Bezug auf Erreichbarkeit, Zugänglichkeit, Atmosphäre.

19 Fehlende Vertrautheit mit Wissenschaft - insbesondere mit dem akademisch geprägten Habitus (Methoden, Geopolis, etc.)

20 Kulturelle Barrieren - besteht in Bezug auf Wissenschaft an sich als auch auf Institutionen und Kommunikation.

21 Individuelle Seinerklärung - bzw. gesellschaftliche Behinderung.

22 Alter - sowohl Kinder/Jugendliche als auch Senioren.

23 Fehlrisikungen und schlechte Erfahrungen mit Wissenschaftskommunikation.

24 Sozioökonomischer Status - als Übergangswort Konzept der verschiedenen Faktoren (z.B. Bildung, Einkommen).

25 Ängste - insbesondere soziale Ängste.

26 Geringe Populationsgröße / große erschwert Zugang zur Zielgruppe.

27 Eingeschränkte Mobilität - Körperlich oder in Bezug auf Informationskanäle.

28 Desinteresse und fehlende Wertschätzung - durch den Arbeitgeber - über die Einzelkulturation hinaus durch fehlende Reflexion und Umgang mit Kritik.

29 Live- und Rechtschreibfähigkeiten - Anaphorasensitivität in Deutschland (Pressekonferenz, Stat 2000; Datenquelle: ICF 2018; Quelle: eigene Literatur).

30 Fehlende Serviceangebote - verpflichtet zu den etablierten Wissenschaftskommunikationsformen (z. B. Kinderbetreuung).

31 Fehlender Zugang zur Zielgruppe - insbesondere in Bezug auf soziale Medien und Kommunikationswege.

32 Komplettiert von Wissenschaftskommunikation in Bezug auf Inhalt oder Form.

33 Regionale Zugehörigkeit - z. B. im akademischen Raum oder in marginalisierten Stadtteilen.

34 Ethnische Herkunft / Nationalität.

35 Krankheiten - insbesondere chronische.

36 Zeitplanung - z. B. unregelmäßige polige Termine.

37 Desinteresse und fehlende Wertschätzung - durch den Arbeitgeber - über die Einzelkulturation hinaus durch fehlende Reflexion und Umgang mit Kritik.

38 Live- und Rechtschreibfähigkeiten - Anaphorasensitivität in Deutschland (Pressekonferenz, Stat 2000; Datenquelle: ICF 2018; Quelle: eigene Literatur).

39 Geringe Populationsgröße / große erschwert Zugang zur Zielgruppe.

40 Eingeschränkte Mobilität - Körperlich oder in Bezug auf Informationskanäle.

41 Desinteresse und fehlende Wertschätzung - durch den Arbeitgeber - über die Einzelkulturation hinaus durch fehlende Reflexion und Umgang mit Kritik.

42 Live- und Rechtschreibfähigkeiten - Anaphorasensitivität in Deutschland (Pressekonferenz, Stat 2000; Datenquelle: ICF 2018; Quelle: eigene Literatur).



Typologie von Exklusionsfaktoren (in der Wissenschaftskommunikation)

Schrögel, Philipp, Humm, Christian, Adler, Jona, & Färber, Markus. (2020). Wen erreicht Wissenschaftskommunikation nicht?. Zenodo. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3937517>

13 Sprache - in Bezug auf Verstand und Fachsprache.

14 Zeitliche Ressourcen - weniger Freizeit.

15 Geschlecht - beeinflusst die gesellschaftliche Konstruktion von Gender. Die fehlende Präsenz von Rollen Modellen in mehreren Aspekten (nicht nur in Bezug auf die Rollen der Wissenschaftskommunikation - hier veranschaulicht am Beispiel Gender).

16 Wermaltungen und themenspezifische Werte

17 Fehlende Ressourcen zur Umsetzung konkreter Konzepte - aus unterschiedlichen für einzelne Disziplinen.

18 Ort - insbesondere in Bezug auf Erreichbarkeit, Zugänglichkeit, Atmosphäre.

19 Fehlende Vertrautheit mit Wissenschaft - insbesondere mit dem akademisch geprägten Habitus (Methoden, Geopolis, etc.)

20 Kulturelle Barrieren - besteht in Bezug auf Wissenschaft an sich als auch auf Institutionen und Kommunikation.

21 Individuelle Seinerklärung - bzw. gesellschaftliche Behinderung.

22 Alter - sowohl Kinder/Jugendliche als auch Senioren.

23 Fehlrisikungen und schlechte Erfahrungen mit Wissenschaftskommunikation.

24 Sozioökonomischer Status - als Übergangswort Konzept der verschiedenen Faktoren (z.B. Bildung, Einkommen).

25 Ängste - insbesondere soziale Ängste.

26 Geringe Populationsgröße / große erschwert Zugang zur Zielgruppe.

27 Eingeschränkte Mobilität - Körperlich oder in Bezug auf Informationskanäle.

28 Desinteresse und fehlende Wertschätzung - durch den Arbeitgeber - über die Einzelkulturation hinaus durch fehlende Reflexion und Umgang mit Kritik.

29 Live- und Rechtschreibfähigkeiten - Anaphorasensitivität in Deutschland (Pressekonferenz, Stat 2000; Datenquelle: ICF 2018; Quelle: eigene Literatur).

30 Fehlende Serviceangebote - verpflichtet zu den etablierten Wissenschaftskommunikationsformen (z. B. Kinderbetreuung).

31 Fehlender Zugang zur Zielgruppe - insbesondere in Bezug auf soziale Medien und Kommunikationswege.

32 Komplettiert von Wissenschaftskommunikation in Bezug auf Inhalt oder Form.

33 Regionale Zugehörigkeit - z. B. im akademischen Raum oder in marginalisierten Stadtteilen.

34 Ethnische Herkunft / Nationalität.

35 Krankheiten - insbesondere chronische.

36 Zeitplanung - z. B. unregelmäßige polige Termine.

37 Desinteresse und fehlende Wertschätzung - durch den Arbeitgeber - über die Einzelkulturation hinaus durch fehlende Reflexion und Umgang mit Kritik.

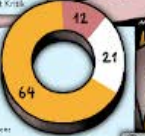
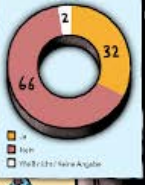
38 Live- und Rechtschreibfähigkeiten - Anaphorasensitivität in Deutschland (Pressekonferenz, Stat 2000; Datenquelle: ICF 2018; Quelle: eigene Literatur).

39 Geringe Populationsgröße / große erschwert Zugang zur Zielgruppe.

40 Eingeschränkte Mobilität - Körperlich oder in Bezug auf Informationskanäle.

41 Desinteresse und fehlende Wertschätzung - durch den Arbeitgeber - über die Einzelkulturation hinaus durch fehlende Reflexion und Umgang mit Kritik.

42 Live- und Rechtschreibfähigkeiten - Anaphorasensitivität in Deutschland (Pressekonferenz, Stat 2000; Datenquelle: ICF 2018; Quelle: eigene Literatur).



Thesen zur Neujustierung



Der „Zielgruppen“-Zuschnitt für Wissenschaftskommunikation ist weder homogen noch konstant und ebenso nur bedingt einseitig definierbar (-> Interaktionsgruppen)

Grundlage für eine diversere und breitere Aufstellung von Kommunikation ist eine fundierte Evaluation und Reflexion von Kommunikationsaktivitäten (jenseits fehlleitender KPIs wie Teilnehmendenzahlen).

Es bedarf sowohl einer zugänglicheren, inklusiveren Gestaltung von allen Kommunikationsformaten als auch parallel einer Implementierung spezifischer Formate zur Einbindung nicht erreichter Bevölkerungsgruppen.

**➔ Finale These zur Neujustierung:
Weniger ist mehr -> Mehr Komplexität wagen!**



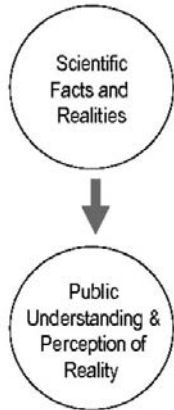
Bild von TheOtherKey auf Pixabay

Anhang

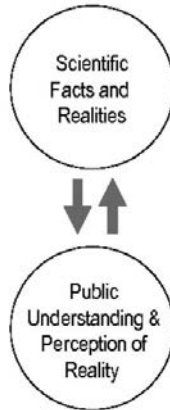


Wissenschaftskommunikation als Politische Kommunikation

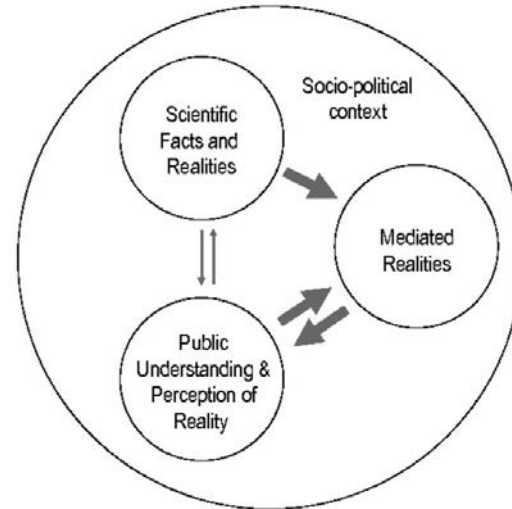
MODEL 1:
Knowledge Deficit



MODEL 2:
Public Engagement
with Science



MODEL 3:
Science Communication
as Political Communication

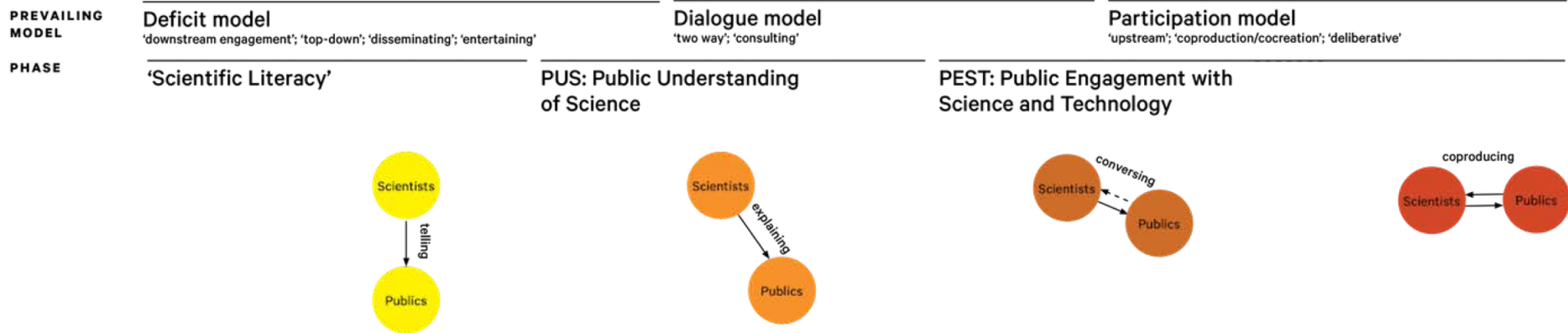


Scheufele, D. A. (2014). Science communication as political communication. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 111(Supplement 4), 13585-13592.

Paradigmen der Wissenschaftskommunikation

Science communication Models and phases over time*

*timescale does not mean no scicomm took place before 1980! This is a very UK-centric view of the scicomm landscape



Jo Bailey (2018) Science communication models and phases over time, adapted from Bowater & Yeoman (2013), Davies (2013) and Bucchi & Trench (2014) – modified

Ziele von Wissenschaftskommunikation

- Vermittlung wissenschaftlicher Inhalte und Ergebnisse
- Gewinnung wissenschaftlichen Nachwuchses
- öffentliche Rechtfertigung und Legitimation der eigenen Forschungsarbeit und Sicherung der Ressourcenbereitstellung
- Erhöhung von Akzeptanz für Wissenschaft
- Ermöglichung eines Dialogs und Austauschs mit der Öffentlichkeit (insbesondere mit Blick auf ethische Aspekte, gesellschaftliche Bewertungen und forschungspolitische Zielsetzungen)
- Einbindung von Erkenntnissen aus der Öffentlichkeit
- Wecken von Begeisterung

Eklektische Zusammenstellung nach Schrögel et al. (2018), Bucchi 2008; Schäfer, Kristiansen, und Bonfadelli 2015; Stocklmayer 2013

Ziele von Wissenschaftskommunikation

1. Improving the population's beliefs about science
2. Generating social acceptance
3. Generating public epistemic and moral trust
4. Collect citizens' input about acceptable/worthwhile research aims and applications of science
5. Generating political support for science
6. Collect and make use of local knowledge
7. Make use of distributed knowledge or cognitive resources to be found in the citizenry
8. Enhance the democratic legitimacy of funding, governance and application of science or specific segments of science

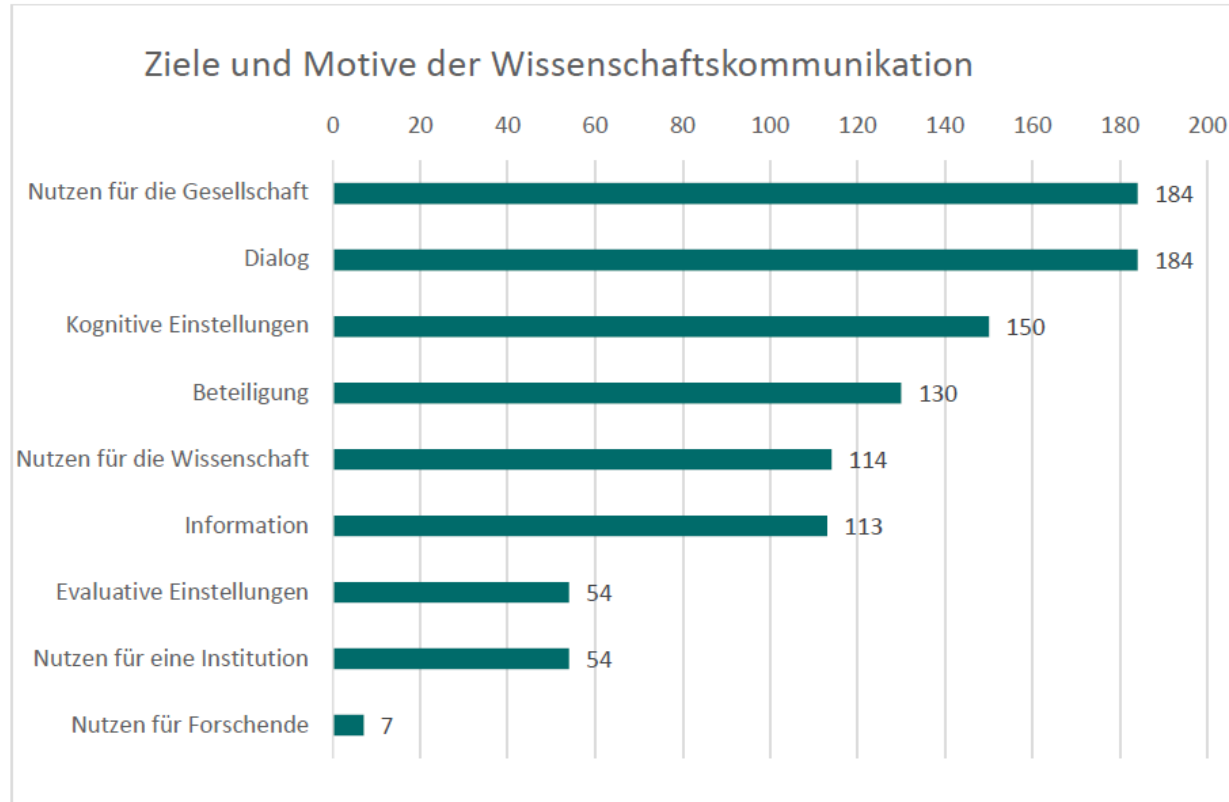
Kappel, K., & Holmen, S. J. (2019). Why science communication, and does it work? A taxonomy of science communication aims and a survey of the empirical evidence. *Frontiers in Communication*, 4, 55.

Partizipation und Wissenschaftskommunikation

Drei grundlegende Formen der partizipativen Gestaltung von Wissenschaft(-skommunikation) (Schrögel & Kolleck 2019, Davies et al. 2009):

1. Partizipation in Bezug auf Ziele, Agenda, Governance, Rahmenbedingungen von Forschung (z.B. Beteiligung in entsprechenden Gremien, Bürgerdialoge, Konsensuskonferenzen, Konsultationen)
2. Partizipation als direkte Beteiligung an Forschung (z.B. Citizen Science, Open Science)
3. Partizipation im Sinne von Erleben, Mitmachen, Mitdiskutieren als wechselseitiges Lernerlebnis für alle Beteiligten ohne verbindlichen Einfluss auf politische Entscheidungen oder wissenschaftlichen Erkenntnisgewinn (z.B. in Science-Centern)

Ziele in der Praxis



Nennungen von Ziel- und Motivformulierungen in einer Dokumentenanalyse (von 39 Akteur*innen, 120 Dokumente, 2014-2020)

Ziegler, R., Fischer, L. (2020). Ziele von Wissenschaftskommunikation. Wissenschaft im Dialog (Impact Unit).

Ziele in der Praxis

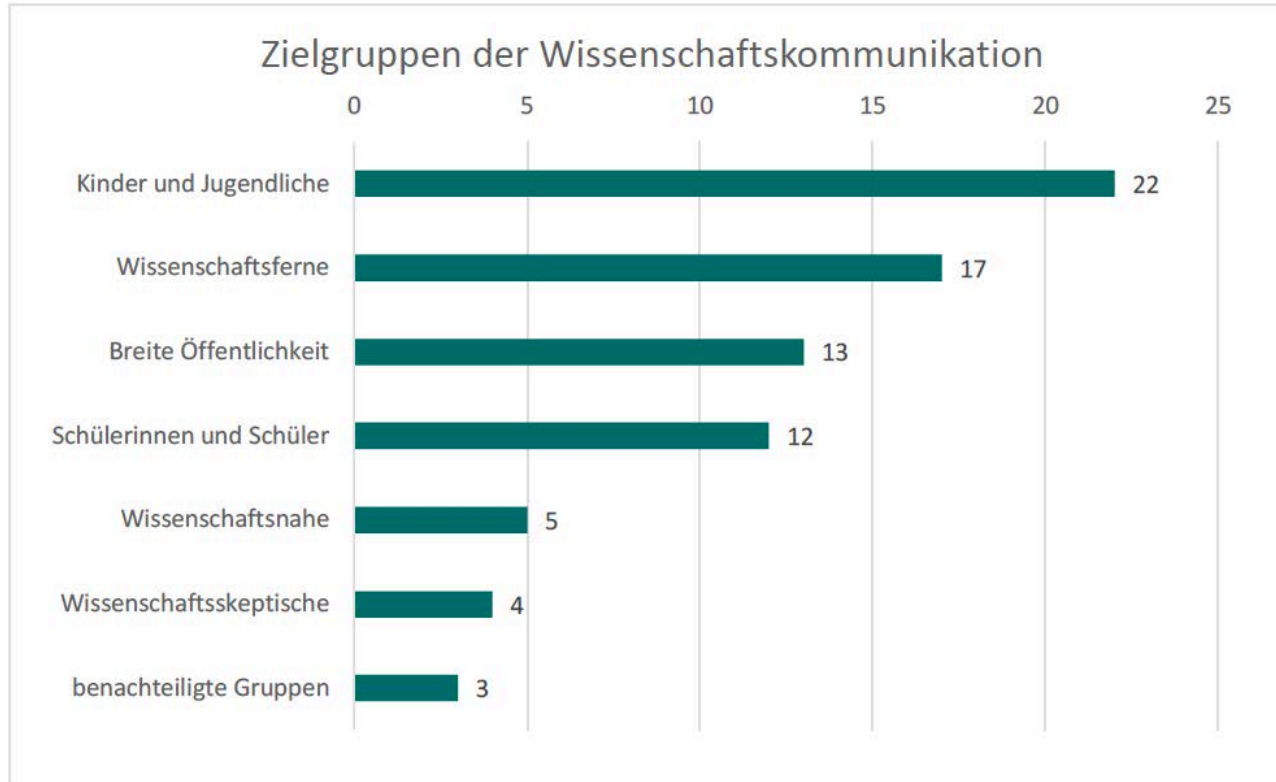
Ziele der Wissenschaftskommunikation in der Praxis



Nennungen bei einer Online-Community-Befragung von Wissenschaft im Dialog, November/Dezember 2019, N = 103

Ziegler, R., Fischer, L. (2020). Ziele von Wissenschaftskommunikation. Wissenschaft im Dialog (Impact Unit).

„Zielgruppen“ in der Praxis

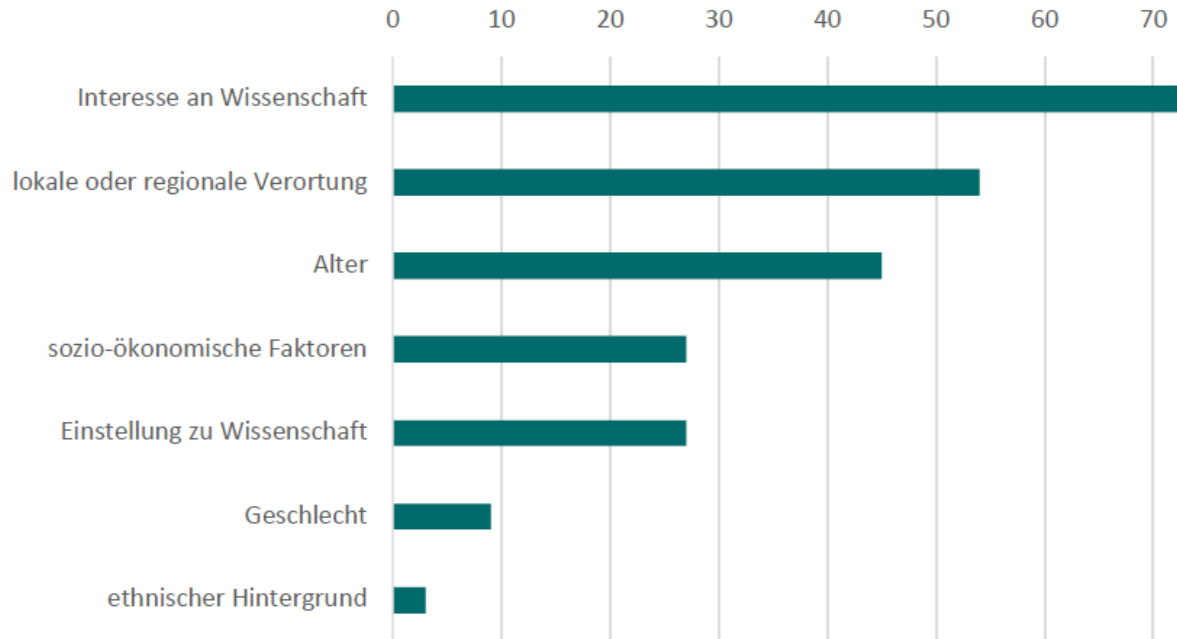


Nennungen von Zielgruppen in einer Dokumentenanalyse (von 39 Akteur*innen, 120 Dokumente, 2014-2020)

Ziegler, R., Fischer, L. (2020). Ziele von Wissenschaftskommunikation. Wissenschaft im Dialog (Impact Unit).

„Zielgruppen“ in der Praxis

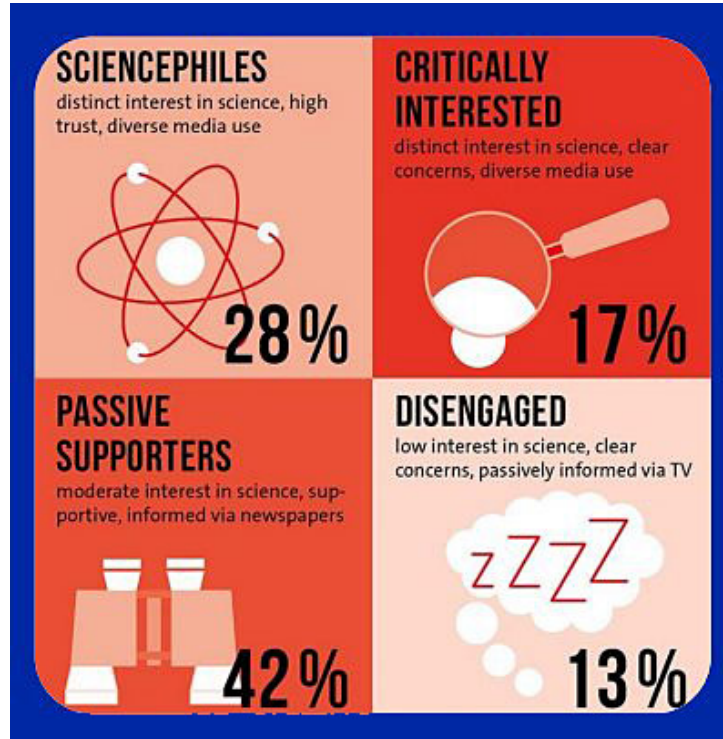
Zielgruppen der Wissenschaftskommunikation in der Praxis



Nennungen bei einer Online-Community-Befragung von Wissenschaft im Dialog, November/Dezember 2019, N = 103

Ziegler, R., Fischer, L. (2020). Ziele von Wissenschaftskommunikation. Wissenschaft im Dialog (Impact Unit).

„Zielgruppen“ als Bevölkerungssegmente



Schäfer, M. S., Füchslin, T., Metag, J., Kristiansen, S., & Rauchfleisch, A. (2018). The different audiences of science communication: A segmentation analysis of the Swiss population's perceptions of science and their information and media use patterns. *Public understanding of science*, 27(7), 836-856.