NaWik

Wissenschaft.
Verständlich.

Symposium

MEHR ALS FAKTEN –

Wissenschaft heute kommunizieren

3. Mai 2017 in Karlsruhe

Mehr als Fakten
– Wissenschaft heute kommunizieren

Unter dem Motto „Mehr als Fakten“ haben wir am 03. Mai 2017 zum zweiten NaWik-Symposium nach Karlsruhe eingeladen. Dieses Mal sind wir in Workshops, Vorträgen und Diskussionen der Frage nachgegangen, was wir sachlichen Fakten und wissenschaftlichen Erkenntnissen an die Seite stellen können und müssen, wenn wir unterschiedliche Zielgruppen erreichen wollen. Eine verständliche Kommunikation über Wissenschaft bleibt dabei eine Grundvoraussetzung.

Werte. Mut. Wirkung. Wirkung erzielen wir erst dann, wenn wir Fakten auch bewerten, wenn wir Begeisterung und Enttäuschung mit der Öffentlichkeit teilen, wenn wir Darstellungsformen finden, die über ein verständliches Erklären von Sachverhalten hinausgehen. Wissenschaftliche Errungenschaften heute in unsere Gesellschaft zu transportieren, sie dort zu diskutieren, bedeutet in letzter Konsequenz eben genau dies: mehr als Fakten.

5 Jahre NaWik Mit diesem Symposium feiern wir das fünfjährige Bestehen des NaWik und damit fünf Jahre einer erfolgreichen Mission: Wissenschaftler dabei zu unterstützen, ihre Forschung verständlich, anschaulich und nachvollziehbar in der Öffentlichkeit zu vermitteln. Längst stellt das NaWik eine feste Größe in der Wissenschaftskommunikation dar. Und wir geben mit dieser Veranstaltung Ausblick auf die Zukunft unserer Aktivitäten.

Denn die Zukunft des NaWik ist gesichert. Beide Gesellschafter des NaWik, die Klaus Tschira Stiftung (KTS), Heidelberg, und das Karlsruher Institut für Technologie (KIT) haben ab 2017 eine unbefristete Förderung zugesagt. Wir hatten am 03. Mai 2017 daher Grund zu feiern und bedanken uns für das Vertrauen und die bisherige wie weitere Unterstützung durch unsere Gesellschafter.

Beatrice Lugger
Geschäftsführerin und Wissenschaftliche Direktorin

Glückwünsche prominenter Gäste

Prof. Dr. Holger Hanselka, Beatrice Lugger, Ministerin Theresia Bauer und Beate Spiegel (v.l.) feierten gemeinsam 5 Jahre NaWik.

Für **Wissenschaftsministerin Theresia Bauer** steht fest: „Wissenschaft muss Teil einer offenen Gesellschaft sein." Denn sie stelle die zentrale Kraft schlechthin dar, wenn es darum gehe, innovativ zu sein und zur Weiterentwicklung beizutragen. Dazu gehöre es, Forschungsthemen ergebnisoffen zu erarbeiten. Die Wissenschaft müsse sich allerdings fragen lassen, ob sie der Kommunikation in die Gesellschaft hinein möglicherweise zu wenig Rechnung getragen habe. Das Fazit des Geburtstagsglückwunsches der Ministerin: „Das NaWik ist auch in Zukunft unverzichtbar."

„Wenn man von Wissenschaftskommunikation spricht, kommt man an uns und am NaWik nicht mehr vorbei," blickte **Beate Spiegel, Geschäftsführerin der Klaus Tschira Stiftung**, im Interview mit Moderatorin Doro Plutte zurück. Die Stiftung verfolgt im Sinne ihres Gründers Klaus Tschira den Auftrag, den Dialog zwischen Forschenden in den MINT-Fächern und der Gesellschaft zu fördern. Vor diesem Hintergrund hat sie das NaWik 2012 ins Leben gerufen und seither als Gesellschafter mit fünf Millionen Euro gefördert.

Der **Präsident des Karlsruher Instituts für Technologie, Professor Dr. Holger Hanselka**, zeigte die Spannbreite der Herausforderung für Wissenschaftler auf, wenn diese sich aktiv in der Kommunikation beteiligen. Für ihn steht fest: „Wissenschaft will verstanden werden." Aber: „Je mehr man Spezialist ist, desto weiter entfernt man sich von der normalen Welt." Damit Entscheidungsträger auch die richtigen Entscheidungen treffen könnten, bedürfe es also gleichsam einer „Übersetzung" der Sprache der Wissenschaftler in unsere Alltagssprache. Genau diese wertvollen Fähigkeiten könnten Wissenschaftler am NaWik erwerben.

Inhalt

Eröffnungsvortrag

Mit Mut und Haltung – über Wissenschaft reden, sich austauschen, zuhören 8

Paneldiskussion

Wissenschaftskommunikation im Spiegel politischer Debatten und Entscheidungen – am Beispiel Künstlicher Intelligenz 14

Workshops

Raus aus der Wohlfühlecke – warum Fakten nicht reichen 21

Ist Rationalität nur eine Fiktion? – Wissenschaftskommunikation und Bauchgefühl 25

Ohne Worte überzeugen – die Kraft der nonverbalen Kommunikation 29

Die Geschichtenfabrik – Wissenschaft spannend erzählen 33

Social Media – vom Umgang mit der Online-Meute 37

Mobile Reporting – Wissenschaft per Smartphone vermitteln 41

In dieser Dokumentation werden Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler, Dozentinnen und Dozenten u.a. der Einfachheit halber als Wissenschaftler, Dozenten usw. bezeichnet.

Mit Mut und Haltung – über Wissenschaft reden, sich austauschen, zuhören

Die Geschäftsführerin des NaWik, Beatrice Lugger, regte in ihrem Eröffnungsvortrag zu mehr Mut und Transparenz in der Wissenschaftskommunikation an.

Da ist es also, das Ende des Aufklärungszeitalters, das anti-intellektuelle Zeitalter, die postfaktische Zeit?

Wir wollen uns heute indirekt mit diesen Schlagworten auseinandersetzen. Schlagworte, die uns im Wortsinne wie ein Schlag treffen. Die wir eigentlich schon nicht mehr hören können. Wir fragen uns: Wer ist eigentlich schuld an der aktuell kritischen Wahrnehmung von Wissenschaft? Was bedeutet der Niedergang des Faktischen für die Kommunikation? Was können wir tun?

Fangen wir beim Internet und seinen Folgen an. Dort haben wir es mit Fake-News, Filterblasen, Chat-Bots und Algorithmen zu tun. Algorithmen beispielsweise machen im Netz nicht nur Buchvorschläge. Sie entscheiden auch, welche Top-Themen die Sozialen Netzwerke für mich bereithalten, welche Nachrichten ich darin zu lesen bekomme. So entstehen Echokammern für Gleichgesinnte.

Dieser Effekt wird verstärkt, weil wir Menschen per se immer nach Belegen für die eigene Weltsicht suchen. Und je komplexer Informationen sind, desto eher fällen Menschen Entscheidungen aufgrund von Werten und Einstellungen. Diese verstärkenden Effekte treffen zudem auf die bekannte Kommunikationsschwemme: Wir fühlen uns einer laut rauschenden Flut an Daten und Informationen ausgeliefert.

Wenn in diesem Strom jedes Argument gleich viel wert erscheint – egal ob es sich um eine Meinung oder wissenschaftliche Erkenntnis handelt – dann ist das wissenschaftliche Weltbild am Ende eben nur ein Modell unter vielen.

Dazu kommt, dass Wissenschaft nicht bequem ist. Sie liefert keine eindeutigen Antworten, stattdessen Wahrscheinlichkeiten, die für viele Menschen schwer zu verstehen sind. Das Wesen der Wissenschaft liegt im Zweifeln und Hinterfragen. Widersprüchliche Theorien und Aussagen irritieren Menschen zusätzlich, denn sie werden so wahrgenommen, als wüssten es die Wissenschaftler ja selbst nicht so recht.

Wenn wir also Wissenschaft vermitteln, müssen wir es schaffen, dass Leser, Zuhörer, Mitdiskutanten nachvollziehen können, dass wissenschaftlich etablierte Erkenntnis häufig auf einem Konsens unter Wissenschaftlern beruht. Dass es die eine Wahrheit, die eindeutige Erkenntnis nicht gibt. Das ist für viele Menschen ein äußerst ungewöhnliches Modell.

Mit reinen Fakten, die als solche auch besser nicht gehandelt werden sollten, ist es also nicht getan. Sie sind pur schwer verdaulich und nicht

wirklich förderlich für eine gelingende Kommunikation. Das ist nicht erst so, seit wir das Schlagwort des Post-faktischen in der Welt haben. Fakten sind kalt und langweilig. Fakten alleine genügen nicht.

Nun stellt sich die Frage: Was tun? Worum müssen wir uns kümmern? Evidenz ist wichtig. Sachlichkeit ist zentral. Nur werden wir mit … zwar verständlicher, aber rein sachlicher Argumentation kaum jemanden begeistern. Es geht also darum, wie wir Wissenschaft authentisch, anschaulich und damit begreifbar vermitteln können. Wir sollten den Fakten etwas zur Seite stellen – „Mehr als Fakten" lautet deshalb auch das Motto unseres Symposiums.

Es ist möglich, den Fakten eine persönliche Bewertung oder die eigene Begeisterung und Überzeugung zur Seite zu stellen. Es ist möglich, den Entdeckergeist der Menschen zu wecken und zu nutzen. Wissenschaft ist faszinierend. Sie ist nicht staubtrocken, sonst würden sich die Forscher selbst nicht dafür begeistern. Das können wir stärker vermitteln. Gerne auch mit Humor und Geschichten.

Das sollte eigentlich gelingen. Wer je die Geschichten von Nobelpreisträgern wie Stefan Hell oder Dan Shechtman gehört hat, weiß von ihrer Leidenschaft als Wissenschaftler. Sie erzählen Wissenschaftskrimis im Kampf um Theorien. Echte Geschichten.

Einen Wandel kann außerdem die große Fülle an neuen wie alten Dialogformaten bewirken. Hier sind auch die Wissenschaftler direkt angesprochen. Sie sollten öfter den Mut haben, sich in solche Dialoge einzubringen. Die Forschenden selbst können durch ihre Haltung und Überzeugung das Vertrauen in die Wissenschaft stärken.

Ebenso ist es wichtig, dass Forschende, Journalisten und Kommunikatoren die Stimme der Wissenschaft erheben, Falschaussagen kommentieren und bei Fake-News beständig dagegenhalten. Dort wo falsche Behauptungen aufgestellt werden oder Wissenschaft in unsinniger Weise angegriffen

wird gilt es, Stellung zu beziehen, streitbar zu sein. Dabei braucht man Frustrationstoleranz, Mut und Haltung. Das ist anstrengend, aber wer schweigt überlässt die Arenen den anderen.

Zudem gilt es, Stakeholder, Endverbraucher und Bürger schon frühzeitig in Forschung und Innovationsprozesse einzubinden. Was wollen die Bürger? Wie schätzen sie die Forschungsziele ein? Solche Fragen können dazu führen, Akzeptanzprobleme von Anfang an zu vermeiden. Für Vertrauen in die Wissenschaft ist Transparenz wichtig. Das heißt auch: Einblick geben in wissenschaftliche Prozesse. Nicht immer nur Erfolge verkünden, sondern auch von Rückschlägen berichten.

Es gibt viele Möglichkeiten, den Fakten etwas zur Seite zu stellen. Wir sollten sie nutzen.

Diese stark gekürzte Zusammenfassung gibt den Eröffnungsvortrag nicht im Wortlaut wieder.

NaVik

Ziel
Zielgruppe
Medium
Stil

MEHR ALS
FAKTEN

Wissenschaftskommunikation im Spiegel politischer Debatten und Entscheidungen – am Beispiel Künstlicher Intelligenz

Wie und wann müssen Wissenschaftsthemen kommuniziert werden? Das Thema Künstliche Intelligenz führte zu einer spannenden Abenddiskussion. Im Bild : Die Wissenschaftsministerin des Landes Baden-Württemberg und Moderator Carsten Könneker.

Künstliche Intelligenz erobert alle Lebensbereiche

Ob Übersetzungshilfe im Internet oder Bankgeschäfte in Echtzeit: „Künstliche Intelligenz ist in unserem Alltag angekommen," kommt der Moderator der Paneldiskussion Carsten Könneker gleich auf den Punkt. In immer mehr Disziplinen gewinne die Maschine gegen den Menschen, und so zeigt sich

Könneker überzeugt: „Was noch kommt, wird alles bisher Dagewesene in den Schatten stellen."

Auch für Baden-Württembergs Wissenschaftsministerin Theresia Bauer ist Künstliche Intelligenz (KI) eines der „Megathemen" – schon deshalb, weil sie alle Lebensbereiche erfassen werde. Es gelte, Spitzenforschung weiter voranzutreiben, dabei Grundlagenforschung, Anwendungsorientierung, Gründermilieus sowie Wirtschaftsunternehmen enger in einem innovativen Umfeld zusammenzubringen. Als Beispiel verwies Theresia Bauer auf die gezielte Förderung des „Cyber Valley" im Raum Stuttgart/Tübingen durch die Landesregierung.

Eine Förderung, die Matthias Hein ausdrücklich begrüßt. Dies sei umso wichtiger, so der Experte für maschinelles Lernen, weil Deutschland den hohen Stellenwert des Themas Künstliche Intelligenz ein Stück weit verschlafen habe. In den USA hätten alle großen Universitäten schon vor einigen Jahren Millionen in dieses Zukunftsthema investiert, ähnlich engagiert zeige sich auch China in der KI-Forschung. KI bleibe ein Megathema, auch wenn der augenblickliche Hype einmal abgeflaut sei.

Den engen Bezug zur Politikberatung zeigte Michael Decker auf. Er verwies auf die mit jedem technologischen Fortschritt verbundene Frage: „Wie wird KI verwendet, welche gesellschaftlichen Veränderungen gehen damit einher?" Diese Frage stelle sich immer dann, wenn es um die Anwendungsbereiche gehe, etwa um Autonomes Fahren, Energiewende, Gesundheitswesen. Zweifellos finde das Thema KI Gehör. Auch dies belegt Decker mit einem Beispiel: „Von humanoiden Robotern geht eine Faszination aus, die unser Menschenbild noch einmal ganz anders anregt und herausfordert." – vergleichbar mit einem Computer, der Großmeister im Schach oder im Go-Spiel besiege.

Wenn nun KI absehbar zu vielfältigen Veränderungen in Alltag und Gesellschaft führen wird, so müssten Wissenschaftler die Gesellschaft in Dialoge und damit Entscheidungsprozesse frühzeitig einbinden, lautet eine

Forderung, die Beatrice Lugger erhob. Dafür, so die Geschäftsführerin und Wissenschaftliche Direktorin des NaWik, gebe es einen guten Grund: „Wissenschaftler können als erste erkennen, wo sich potenziell kritische und gesellschaftlich bedeutsame Themen auftun." Deswegen sei es zwar eine Herausforderung für die Wissenschaftler, aber eben auch deren Verantwortung, selbst aktiv zu werden und sich an der gesellschaftlichen Diskussion von Beginn an zu beteiligen.

Wie Menschen üblicherweise mit neuen Technologien umgehen, skizzierte Ministerin Theresia Bauer anhand der Optionen: ignorieren, verbieten, probieren, regeln. Dabei machte sie sich insbesondere für das Probieren stark, „um schneller Erfahrung zu sammeln." Diese Erfahrung könne man dann reflektieren, außerdem Regeln festlegen, Dinge weiterentwickeln. Deshalb sei es wichtig, möglichst früh den Menschen persönliche Erfahrungen zu ermöglichen, Berührung herzustellen.

Dies sind nach Ansicht der Ministerin besonders geeignete Möglichkeiten, um Ängste zu reduzieren. Für den Umgang mit Skeptikern und Kritikern bedeute dies gerade bei Sicherheitsfragen, dass sich die Experten nicht verstecken dürfen, sondern dass sie kompetent mitdiskutieren müssen.

Eine abschließende Gesprächsrunde, in die Könneker auch das Publikum einbezog, illustrierte das Thema Künstliche Intelligenz unter anderem am aktuellen Beispiel des Autonomen Fahrens. Dem übrigens steht eine Mehrheit der Deutschen skeptisch gegenüber. Gerade dieses hoch emotionale Thema eigne sich in besonderer Weise für ein Citizen Science Projekt, bei dem die Bürger selbst zu Forschenden werden und ihre Fragen und Erkenntnisse in die Forschung zurückfließen, so die Überlegung von Beatrice Lugger. Dem schloss sich Michael Decker mit dem Hinweis an, dass in Karlsruhe aktuell zum autonomen Fahren genau ein solches „Reallabor" existiere. Was letztlich bedeute: „Diejenigen, die dort wohnen, werden sich einbringen können." Matthias Hein signalisierte ebenfalls Zustimmung: „Transparenz und Information sind bei solch einem Projekt das Wichtigste." Hein: „Es geht darum, Dinge sicher zu machen – und Sicherheit hat viele

Matthias Hein, Theresia Bauer, Carsten Könneker, Beatrice Lugger, Michael Decker (v.l.)

Aspekte." Dies gilt es für die jeweiligen Neuentwicklungen in Dialogen frühzeitig zu thematisieren. (KW)

Prof. Dr. Carsten Könneker ist Lehrstuhlinhaber im Fachbereich Wissenschaft, Medien, Kommunikation am KIT, Chefredakteur der Zeitschrift „Spektrum der Wissenschaft" und Mitglied des NaWik-Aufsichtsrats.

Theresia Bauer MdL ist Ministerin für Wissenschaft, Forschung und Kunst des Landes Baden-Württemberg.

Prof. Dr. Matthias Hein leitet die „Machine Learning Group" am Institut für Mathematik und Computerwissenschaften der Universität des Saarlandes.

Prof. Dr. Michael Decker hat eine Professur für Technikfolgenabschätzung am Institut für Philosophie des KIT und ist Leiter des Bereichs Informatik, Wirtschaft und Gesellschaft am KIT.

Beatrice Lugger ist wissenschaftliche Direktorin des Nationalen Instituts für Wissenschaftskommunikation.

Ohne Bewertung
keine Bedeutung!

MEHR ALS
FAKTEN

MEHR ALS
FAKTEN
NaWik
ALS FAKTEN –
schaft heute kommunizieren
zum 5-jährigen Bestehen des NaWik

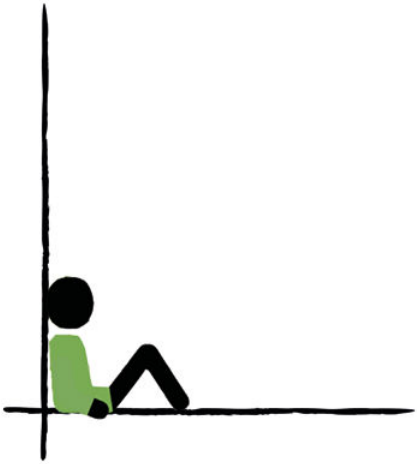
Raus aus der Wohlfühlecke – warum Fakten nicht reichen

Worldcafé

An vier großen Tischen suchten die Teilnehmer nach Möglichkeiten, nüchterne wissenschaftliche Tatsachen mit Emotionen zu verbinden.

Wer sein Publikum begeistern will, der muss auch seine eigene Begeisterung zeigen. Und wer zur Meinungsbildung beitragen möchte, der sollte auch seine eigene Einschätzung der Dinge erläutern. Gute Wissenschaftskommunikation braucht also mehr als nüchterne Fakten, selbst wenn viele Forscher die rein sachliche Argumentation als eine „Wohlfühlecke" der Kommunikation erleben. Dass es sich lohnt, diese Wohlfühlecke zu verlassen, war die Botschaft dieses Workshops. Denn Wissenschaftskommunikation entfaltet nur dann Wirkung, wenn ihre Protagonisten deutlich sichtbar sind: mit ihrer Begeisterung, ihrer Freude, oder auch mit ihrer Enttäuschung. Diesem Phänomen näherten sich die Teilnehmer unter der Moderation der NaWik-Dozenten Kristin Raabe, Axel Wagner, Uli Grünewald nach einem Impulsvortrag des Rhetorikers Professor Dr. Olaf Kramer (Universität Tübingen) in einem Worldcafé.

Zum Auftakt sahen die Teilnehmer ein einführendes Video des NaWik, das die „Wohlfühlecke der Wissenschaft“ – die Sachlichkeit – und ihre Vor- wie Nachteile verdeutlicht. Vorteil: In der reinen Sachlichkeit, ist man nicht so leicht angreifbar und bleibt der Wissenschaftlichkeit sehr treu. Nachteil: Man wird kaum gehört und wahrgenommen, wenn man sich nicht hinauswagt und Themen mit etwas Emotion oder Wertung vermittelt.



Dies führt zu der Frage: Wie weit können, wie weit sollen wir hier in der Kommunikation gehen? Darauf ging Olaf Kramer in seinem Impulsvortrag ein. Die Welt der Wissenschaft sei etwa sehr geübt darin, aus Daten Modelle zu erstellen. Deshalb sprächen Forscher selbst eher selten von eindeutigen Fakten, sondern von Modellen oder Wahrscheinlichkeiten, so Kramer. Diese neutrale Darstellung sei sachlich richtig und wichtig; in der Kommunikation aber nicht immer zielführend. Dabei könnten Wissenschaftler mit relativ einfachen, aber emotionalen Kommunikationswerkzeugen durchaus ein breites Publikum erreichen.

Als Beispiel diente der weltbekannte YouTube-Beitrag des singenden Astronauten Chris Hadfield an Bord der Raumstation ISS mit seiner persönlichen Version des bekannten Songs „Space Oddity“. Dieses Video erzielte einen unglaublichen Erfolg und ist bis heute bei einer Online-Suche nach dem Schlagwort „ISS“ Spitzenreiter – weit vor allen anderen NASA-Beiträgen. Kramer verwies zudem darauf, dass der Resonanzraum und die Bekanntheit eines solchen Beitrages genutzt werden könnten, um weiteres Wissen aus der Astronomie und der Raumfahrt zu vermitteln.

Was aber machte den Erfolg des Clips aus? Hilfreich scheinen dabei verschiedene Techniken gewesen zu sein: Die Verwendung von Musik, um Emotionen hervorzurufen; die Personalisierung durch einen Hauptprotagonisten, der eine Geschichte erzählt; oder das Einbinden von Farben als optisches Kontrastprinzip. Kramer betont, dass durch eine Emotionalisierung die Motivation der Rezipienten steige und sie somit Fakten eher annähmen.

Im an die offene Diskussion anschließenden praktischen Teil waren die Teilnehmer gefordert, Sätze wie „Ich brenne für…“ oder „Es hat mich total überrascht…“ mit Inhalten aus ihrem Forschungsumfeld zu ergänzen. Eine durchaus für manche anstrengende Übung. Aber es gelang den meisten, sich bewusst aus der Wohlfühlecke herauszubewegen, wie sich an den verschiedenen Diskussionen an den Tischen mit unterschiedlichen Thesen des Worldcafés zeigte. Statements wie „Sachlichkeit bremst Wissenschaftskommunikation“ und „Ohne Bewertung keine Bedeutung“ lieferten dabei die Grundlage für teils hitzige Debatten. Die Kleingruppen erwiesen sich als ausgezeichnetes Forum, um eigene Erfahrungen auszutauschen und anderen nachdenklich zuzuhören.

Weil die Gruppen an den Tischen mit unterschiedlichen Schwerpunkten immer wieder wechselten, kamen verschiedene Erfahrungen zusammen und damit unterschiedliche Bewertungen und Standpunkte – wie die abschließende Präsentation der Ergebnisse zeigte.

Fazit:
Wie können wir Fakten besser kommunizieren? Indem wir Emotionen und Wertungen nicht nur zulassen, sondern wenn möglich, sinnvoll und sogar bewusst einsetzen. Damit wird eine Haltung erkennbar, die einerseits eine erfolgreichere Kommunikation verspricht, die aber andererseits im wahrsten Sinne des Wortes „Sachlichkeit“ faktentreu „bei der Sache“ bleiben muss. (UBB)

MEHR ALS

Grünewald

Ohne Emotion keine
Wissenschaft!

Wissenschaftskommunikation und Bauchgefühl – ist Rationalität nur eine Fiktion?

Kamingespräch

Prof. Dr. Markus Knauff und Prof. Dr. Annette Leßmöllmann diskutieren im von Philipp Schrögel (r.) moderierten Kamingespräch über den Umgang der Menschen mit wissenschaftlichen Informationen.

Auch wenn das hehre Ideal der objektiven Wahrheit in der Wissenschaftstheorie schon lange demontiert worden ist, wird der Wissenschaftskommunikation eben dieser Anspruch immer noch zugeschrieben. Der Maßstab der Faktentreue steht dabei im starken Kontrast zu emotionalen oder gar polemischen Meinungsäußerungen. Doch warum treffen Menschen Entscheidungen jenseits einer evidenzbasierten, rationalen Einschätzung? Wie gehen die Menschen mit wissenschaftlichen Informationen um? Antworten auf diese Fragen suchte der von der Abteilung Wissenschaft, Kommunikation und Medien (WMK) des Karlsruher Instituts für Technologie als Kamingespräch aufgelegte und von Philipp Schrögel moderierte Workshop.

Eine interessante Frage an das Publikum im bis auf den letzten Platz besetzten Raum sorgte für die perfekte Einstimmung ins Thema: Wie viel Prozent der Befragten beim Wissenschaftsbarometer 2016 – einer von „Wissenschaft im Dialog“ durchgeführten repräsentativen Bevölkerungsbefragung – stimmten der Aussage zu „Die Menschen vertrauen zu sehr Wissenschaft und nicht genug ihren Gefühlen und dem Glauben.“? Es gab kaum zutreffende Schätzungen, und um die Frage zu beantworten: Es waren 38 Prozent. Dies führte zu der mit den Teilnehmern diskutierten Frage, wie rational diese Gesellschaft also eigentlich ist.

Drei Thesen steuerte zunächst Professor Dr. Markus Knauff bei. Der Psychologe leitet an der Universität Gießen ein DFG-Projekt zum Thema „New Frameworks of Rationailty“.

Zuerst, so Knauff, muss geklärt werden, was überhaupt als rational gelten soll. Darauf aufbauend zeige sich, dass Menschen oft in der Lage seien, recht sicher zwischen rational und irrational zu unterscheiden. Eine Studie belege, dass nur bei folgerichtigen Reaktionen eine ganz bestimmte Hirnregion aktiv sei. Die Menschen seien also oft rationaler als angenommen. Es gehe darum, diese Fähigkeit richtig einzusetzen. Knauff verwies auf ein Experiment mit Börsenhändlern. Deren Handeln erwies sich in einem Experiment mit simulierten Anlageentscheidungen auf Basis vorgegebener Informationen als irrationaler als das einer Vergleichsgruppe, die den Bevölkerungsdurchschnitt widerspiegelte. Der Rat des Wissenschaftlers: Man sollte sich bewusst Zeit zum Nachdenken nehmen, um so Denkfehler und kognitive Verzerrungen zu vermeiden, zu denen unser Gehirn sonst neige (Framing, Confirmation Bias etc.).

Professor Dr. Annette Leßmöllmann beschrieb Wissenschaftskommunikatoren als Wanderer zwischen den Welten, da sie verschiedene Rationalitätsverständnisse vermitteln müssten. Leßmöllmann leitet am Institut für Germanistik des KIT die Abteilung Wissenschaftskommunikation und den Studiengang WMK. Die Öffentlichkeit, so ihre These, fühle sich nicht notwendigerweise der wissenschaftlichen Rationalität verpflichtet.

Der Grund: Andere Rationalitätsvorstellungen konkurrieren mit der wissenschaftlichen Rationalität.

Sie verwies auf zwei Modelle der Wissenschaftskommunikation: Das Defizit-Modell beruhe auf der Annahme einer im Wesentlichen unwissenden Bevölkerung, die folglich von der Wissenschaft aufgeklärt werden müsse. Demgegenüber sehe das Dialog-Modell die Bevölkerung als (durchaus rationalen) Partner. Entstehe hier ein Dialog, so sei dies zum gegenseitigen Nutzen. Voraussetzung dafür sei jedoch, auf die jeweiligen Interessen des Gegenübers einzugehen.

Annette Leßmöllmann erinnerte an ein Plakat, das im April 2017 beim Science March in Frankfurt zu sehen war. Darauf wurde Carl Sagan zitiert: „Science is more than a body of knowledge. It is a way of thinking." Dies verdeutliche, dass es in der Wissenschaft um Prozesse und Methoden gehe. Es sei notwendig, von einem Wissenstransfer zu einem Denkdialog zu kommen. Also vom Defizit-Modell zum Dialog-Modell, das die Bevölkerung mit einbeziehe.

In der sich anschließenden angeregten Diskussion erachteten es die Teilnehmer und Teilnehmerinnen des Workshops als die eigentliche „Gretchenfrage", wie sich „schwierige Zielgruppen" am besten erreichen lassen.

Knauff blickte im Verlauf der Diskussion noch einmal auf die eingangs gestellte Frage zurück, um sie als gutes Beispiel für den „confirmation bias" heranzuziehen (Wir erinnern uns: Es ging darum, wie hoch wohl die Zustimmung zur These sei, dass die Menschen zu sehr der Wissenschaft vertrauen). Würden die Workshopteilnehmer nun nämlich an ihre eingangs vorgenommene Schätzung zurückdenken, dann sei die Wahrscheinlichkeit recht hoch, dass sie rückwirkend der Ansicht seien, näher am tatsächlichen, nun bekannten Ergebnis (38 Prozent) gelegen zu haben, als dies in Wirklichkeit der Fall gewesen sei.

Fazit:
Wir unterliegen zwar Verzerrungen in der Wahrnehmung, verhalten uns im Allgemeinen aber rationaler, als es mitunter den Anschein hat. Für die Wissenschaftskommunikation hat dies zur Folge, dass es nicht zu einem Wissenstransfer, sondern zu einem echten Dialog kommen sollte, der die Bevölkerung ausdrücklich einbezieht. (CH)

Ohne Worte überzeugen – die Kraft der nonverbalen Kommunikation

Workshop

Was unsere Körperhaltung mit dem zu tun hat, was wir sagen, machte dieser Workshop in Form spielerisch ernster Übungen bewusst.

Die Fakten stimmen, die Argumente sind schlüssig – aber welche Botschaft sendet der Körper? Wenn sich Menschen auf einen Vortrag oder ein Interview vorbereiten, widmen sie sich vor allem dem sachlichen Inhalt. Dabei ist nonverbale Kommunikation entscheidend dafür, wie wir beim Publikum ankommen! Mit dieser ältesten Form zwischenmenschlicher Verständigung untermauern wir unsere Werte und erzielen Wirkung. In einem Workshop mit den NaWik-Dozenten Doro Plutte und Ulrich Grünewald erfuhren die Teilnehmer, wie sie die Signale des Körpers bewusst wahrnehmen und einsetzen.

Es ist ein majestätischer Anblick: Voller Würde und Anmut schreiten gleich mehrere Königinnen und Könige durch den Workshop-Raum im sonst so nüchternen Mathematik-Gebäude des KIT in Karlsruhe. Im normalen Leben tragen viele der Damen und Herren die Verantwortung für die Kommunikation wissenschaftlicher Institute, jetzt tragen sie Gewänder aus edelstem Stoff.

Die Verwandlung ist perfekt. Der Workshop zur nonverbalen Kommunikation beginnt als fantastisches Kostümfest. Die Teilnehmer streifen sich als halbstarke Rocker ihre Lederjacken über, sie bekommen schwere Fußketten angelegt oder schlüpfen in die erwähnten königlichen Kleider. Zugegeben, all diese Kostüme und Utensilien existierten nur in der Vorstellung der fast vierzig Teilnehmer. Schade eigentlich, vor allem beim nächsten Accessoire, das aufgerufen wird: es sind Engelsflügel.

Doch, wie sich eindrucksvoll zeigt: Es braucht gar kein echtes, seidenes Königskleid, um sich königlich zu fühlen. Es genügt, wenn sich die Teilnehmer in Gedanken dieses oder jenes Kostüm anziehen. Und schon verändern sich Haltung und Ausdruck der Workshop-Teilnehmer. Doro Plutte erklärt: „Wir sind Naturtalente der Körperimitation. Unser Körper, unser vorgestelltes Körperbild und unsere Stimmung korrespondieren."

Das Ziel dieses Workshops ist es, das Bewusstsein für das Wechselspiel zwischen Körper und Psyche zu schärfen. Das geschieht in kleinen Übungen, in denen die Teilnehmer immer wieder neue Haltungen ausprobieren. Dazwischen erklären die NaWik-Dozenten die Hintergründe und geben immer wieder praktische Tipps. Dabei findet ein ums andere Mal Paul Watzlawicks berühmtes Credo eindrucksvolle Bestätigung: „Man kann nicht nicht kommunizieren." Genau darum geht es. Um die Sensibilisierung für all die Botschaften, die wir ständig transportieren ohne etwas gesagt zu haben.

Dies ist durchaus ein blinder Fleck der Wissenschaftskommunikation. Da wird an Vortragstexten gefeilt, die Interviewstatements sind präzise und jedem Peer-Review gewachsen. Doch Plutte bringt das Dilemma auf den

Punkt: „Das, was wir sagen, ist nur ein Bruchteil unserer Kommunikation. Nicht nur was wir sagen entscheidet, sondern wie wir es sagen."

Also weiter mit der nächsten Übungseinheit. Neunzig Workshop-Minuten erweisen sich als kurz, und es gibt noch so vieles auszuprobieren. Die Beschäftigung mit nonverbaler Kommunikation macht offenkundig Spaß. Die Teilnehmer bewegen sich erneut im Raum. Jetzt aber nicht mit einem vorgegebenen, sondern einem selbstgewählten (Vor-)Bild im Kopf. Ulrich Grünewald verrät, dass er sich vor Bühnenauftritten selbst gelegentlich vorstellt, ein Leuchtturm zu sein. Groß, stabil, mit festen Fundamenten. Keine Angst vor Unwettern und Stürmen, ausgestattet mit einem hellen Licht, das die Dunkelheit erleuchtet. Das Licht der Aufklärung als Leuchtturm in die Welt hinaustragen? Ein schönes Bild!

So spielerisch diese Übungen und kurzen Diskussionen auch daherkommen, im Kern zielen sie auf das professionelle Selbstverständnis. Wobei hier Selbstverständnis heißt, inneres Bild und äußere Wirkung in Einklang zu bringen. Es geht im umfassenden Wortsinn um die Haltung in der Wissenschaftskommunikation.

Inneres Bild und äußere Wirkung in Einklang bringen – die Moderatoren Ulrich Grünewald und Doro Plutte verdeutlichen, wie dies gelingen kann.

Haltung zeigen! In postfaktischen Zeiten ist dies wichtiger denn je. Wofür stehen wir als Akteure der Wissenschaftskommunikation? Eine große Frage, die freilich im Workshop-Rahmen nur kurz gestreift werden kann. Wir nehmen uns die Frage stattdessen in einer etwas harmloseren Variante vor. Nicht: „Wofür stehen wir?", sondern: „Wie stehen wir?"

Und es wird wieder ganz konkret. Anschaulich. Und lehrreich! Ein halbes

Ohne Worte überzeugen

Dutzend Teilnehmer wird ausgewählt und nimmt – nach kurzen Anweisungen durch die Dozenten – ganz typische Haltungen im Stehen ein. Die Klassiker sind alle dabei: der Typ mit den verschränkten Armen vor der Brust und natürlich der mit den Händen in den Hosentaschen. Wie wirkt das? Welche Signale senden diese Körperhaltungen an das Publikum? Nach Antworten müssen die Teilnehmer nicht lange suchen . . .

Fazit:
Nicht nur das, was wir sagen, ist von Belang. Sondern von ganz besonderer Bedeutung ist auch die Art und Weise, in der wir etwas sagen. Welche Körperhaltung wir dabei also einnehmen. Denn davon hängt in starkem Maße ab, welche Wirkung wir mutmaßlich erzielen. (MS)

Die Geschichtenfabrik – Wissenschaft spannend erzählen

Interaktiver Workshop

Wie bleiben Erkenntnisse aus der Wissenschaft länger im Gedächtnis? Wenn sie mit spannenden Geschichten verbunden werden, lautet die Erkenntnis aus diesem Workshop.

Wissenschaftler überwinden Hindernisse, erleben Abenteuer, knacken Geheimnisse – und teilen darüber nur selten etwas mit. Meist berichten sie lediglich vom Ergebnis ihrer Arbeit. Wo sie scheiterten, was sie inspirierte, was sie immer wieder motivierte: All dies erfährt die Öffentlichkeit nicht. Dabei lässt sich gerade mit diesen Zutaten und etwas Mut eine faszinierende Geschichte erzählen, die länger im Gedächtnis bleibt als das bloße Verkünden von Forschungsergebnissen. Wie aus Daten und Studien Geschichten entstehen, erkundeten die Teilnehmer in diesem von Kristin Raabe und weiteren NaWik-Dozenten* betreuten Workshop.

Die Hauptfigur: Jede Geschichte braucht Protagonisten, die durch die Handlung führen und uns die Handlung miterleben lassen. So gesehen setzte

sich dieser Workshop aus gleich 40 Hauptfiguren zusammen, nämlich aus den Teilnehmern selbst. Sie hatten sich frühzeitig zur Geschichtenfabrik angemeldet, um aus eigenem Erleben zu erfahren, wie sich Themen aus der Wissenschaft packend erzählen lassen. In vier Gruppen aufgeteilt standen sie vor einer herausfordernden Aufgabe. Sie sollten mithilfe einer vorbereiteten Faktensammlung zu einem Forschungsthema eine Geschichte entwerfen, die die Zuhörer vom ersten bis zum letzten Satz fesselt. Verständlich und auf eine zuvor definierte Zielgruppe zugeschnitten.

Thematisch ging es dabei zum einen um eine ungewöhnliche Methode, mittels derer die Faserstruktur einer Pflanze ergründet werden kann. Zum anderen ging es um die tatsächliche Urheberschaft des von den Brüdern Grimm überlieferten Märchens „Aschenputtel“. Doch das soll hier nicht näher interessieren. Viel mehr möchten wir wissen: Wie haben es die einzelnen Gruppen angestellt, um aus den recherchierten Fakten eine aufschlussreiche Forschungsgeschichte zu entwickeln?

Sehr schnell stand für alle Gruppen fest, dass unterschiedliche Zielgruppen auch unterschiedliche Erzählmuster bedingen. Kinder etwa können mit faktisch berichteten Erkenntnissen von Ingenieuren zu unterschiedlichen Faserstrukturen und Verbundstoffen wenig anfangen. Wenn aber die Zweige eines Drachenbaums in einem medizinischen Untersuchungsgerät auf ihre Faserstruktur hin durchleuchtet werden, nimmt dieses Thema für sie sehr plastisch Gestalt an.

Und wen deklarieren wir in der Märchenforschung zur Hauptfigur? Den so unermüdlichen wie akribischen Wissenschaftler oder die begnadeten Erzähler Jacob und Wilhelm Grimm? Oder vielleicht doch die längst dem Vergessen anheimgefallene Erstautorin? Bei den Teilnehmern dieses

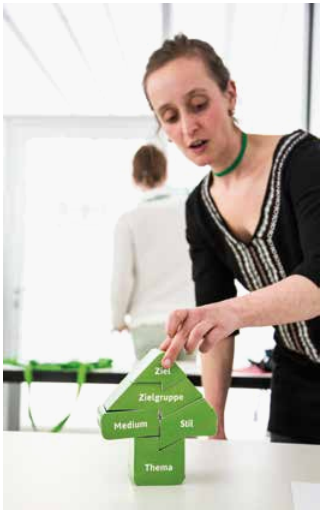
Workshops reifte schnell die Erkenntnis: Erst die Antwort auf solch eine nur scheinbar banale Ausgangsfrage bereitet einer spannenden Wissenschaftsgeschichte den Boden.

Auf diese Weise wurde den Teilnehmern deutlich, dass der Weg zu einer gut erzählten Geschichte steiniger ist als das reine Aneinanderreihen von Informationen und Ergebnissen. Doch was am Ende zählt, ist das Ergebnis: „Problem gelöst" signalisieren die Forscher, wenn sie am Ende einer Messreihe eine Annahme bestätigen und belegen können. „Problem gelöst", diese Botschaft vermittelten auch Teilnehmer des Workshops. Denn es gelang den meisten auf ganz unterschiedliche Art und Weise, aus den Puzzlesteinen unterschiedlichster Informationen ein stimmiges Ganzes zusammenzusetzen, das die Zuhörer alle Aufs und Abs der wissenschaftlichen Arbeit fast hautnah miterleben ließ. Wie es sich für eine gute Geschichte gehört: Wir möchten keinesfalls darauf verzichten zu hören, wie sie ausgeht!

Es lohnt sich also, Wissenschaft in Geschichten zu verpacken. Dazu gesellte sich für die Teilnehmer eine weitere wichtige Erkenntnis: Es geht weder um die Vollständigkeit aller zugrundeliegenden Informationen noch um eine chronologische Abfolge derselben. Eine gute Geschichte fesselt durch ihre Erzählstruktur. Wenn wir mitfiebern, wie die Hauptfigur die große Herausforderung angeht. Wenn wir uns mit den Wissenschaftlern freuen, wenn sie für die Mühen ihrer Arbeit belohnt werden. Wenn wir spüren, dass der Geschichte verlässliche Fakten zugrunde lagen, ihre dramatischen Elemente aber weit über nüchterne Fakten hinausreichen.

Fazit:
Wissenschaft begeistert! Das funktioniert mit Hilfe des Geschichtenerzählens besser. Dies bedeutet häufig, nicht nur über das Ergebnis einer Forschungsarbeit zu berichten, sondern auch über den mitunter steinigen Weg hin zu diesem Ergebnis. (TM, KW)

* Gorden Bolduan, Ingo Knopf, Klaus Wingen


Ziel
Zielgruppe
Medium
Stil
Thema

Social Media – vom Umgang mit der Online-Meute

Fishbowl-Diskussion und Fallanalysen

Wie sich die Fahne der Wissenschaft im argumentativen Schlagabtausch auf Twitter, auf Facebook oder in Blogs hochhalten lässt, verrieten Experten in dieser Runde.

Egal ob Facebook, Twitter, YouTube oder Blogs: Soziale Medien gehören inzwischen zum Standardrepertoire von wissenschaftlichen Einrichtungen und von Forschern selbst. Daher schadet ein kleines Trainingslager für den „argumentativen Nahkampf" in den Sozialen Medien nicht. Wer sich für erfolgversprechende Strategien im Umgang mit Hasskommentaren und Verschwörungstheorien interessiert, der war in diesem Workshop richtig. Erfahrene Social-Media-Profis verrieten, wie sie in kritischen Situationen kühlen Kopf bewahren und verhindern, dass Diskussionen bei Facebook oder in Blogs aus dem Ruder laufen. Anhand ausgewählter Beispiele analysierten die NaWik-Dozenten Dr. Tobias Maier und Marc Scheloske, wie sich die Online-Meute nötigenfalls ein wenig bändigen lässt. Dazu hatten sie versierte Online-Experten geladen: Julia Kuttner, Journalistin und Mitglied des Soci-

al-Media-Teams bei ARD-aktuell in Hamburg, Bernd Harder, Politikwissenschaftler und Blogautor sowie Michael Büker, Physiker, Science Slammer und ehemaliger Social Media Betreuer der Helmholtz-Gemeinschaft.

Unter rund 12.000 Kommentaren zu ARD-Nachrichtenmeldungen allein auf Facebook finde sich selbstverständlich „ganz viel Hass und Hetze", berichtet Julia Kuttner. Die zu erwartende erste Frage an die drei Experten lautete daher: Wie gehen Sie damit um? Auf „fast ausschließlich sein Bauchgefühl" verlässt sich Bernd Harder beim Umgang mit grenzwertigen Posts. Michael Büker berichtete im Rückblick auf seine Zeit bei der Helmholtz Gemeinschaft über eine dort entwickelte Social Media Strategie, bei der es sich allerdings bewusst um „kein sehr strenges Regelwerk" handelt. Und die ARD, so Kuttner, verfüge über eine Netiquette, dennoch gebe es auch dort jede Menge „Bauchentscheidungen".

Ob Beleidigung, Hetze, Diffamierung oder der Link auf eine obskure Website – als Betreiber eines Mediums steht man außerdem in der juristischen Verantwortung. Wenn eine Mitteilung nicht dem deutschen Recht entspricht, so muss sie zeitnah gelöscht werden.

Eher zurückhaltend reagierten die Experten auf die Idee, im Falle eines Ansturms der „Onlinemeute" externe Kräfte hinzuzuziehen. Am besten sei es stets, solche Dinge hausintern zu lösen – wobei man sich durchaus mit anderen beraten sollte. So schlug Harder vor, sich lieber innerhalb der eigenen Institution nach Mitstreitern umzuschauen, die sich aufgrund ihrer Zugehörigkeit gut im Innenleben der Einrichtung auskennen und die zudem Spaß am Umgang mit Social Media haben.

Parallel kam eine weitere Grundsatzfrage auf: Wie erreichen wissenschaftliche Institutionen überhaupt in Sozialen Medien Aufmerksamkeit und kommen so in den Dialog mit der Öffentlichkeit? Dazu gab Maier die Anregung, dass entsprechend der Sozialen Medien auch anders gedacht werden müsse, dass jedes Medium seine eigene Tonart habe und diese Netzwerke sicher keine Heimstatt der reinen Sachlichkeit seien. Eine klare Wertung

oder ein emotionaler Tweet führten also zu deutlich mehr Reaktionen als ein wertfreies Abwägen nach dem Motto „einerseits, andererseits".

In der offenen Runde wollte Moderator Maier von den Teilnehmern der Session deren Einschätzung erfragen. Dazu führte er ein reales Fallbeispiel ein: Ein Wissenschaftler hat einen frauenfeindlichen Tweet gezwitschert. Sofort folgte die vielfache Aufregung im Netz. Nun stellt sich dem Wissenschaftler und seinem Institut die Frage, was zu tun ist. Den Tweet einfach löschen und aussitzen? Sich öffentlich entschuldigen? Mit Ironie reagieren?
Ein Vorschlag von Büker wurde von den rund 40 Teilnehmern für gut befunden: Die Entschuldigung und das Löschen zu kombinieren. Keinesfalls, so war sich die Expertenrunde dieses Workshops einig, sollten sich die Urheber in solch einem Fall für den ursprünglichen Inhalt rechtfertigen. Umgekehrt sei es aber sinnvoll, Präsenz zu zeigen. Dies vermeide den Eindruck, dass die Diskussion unbeaufsichtigt dem freien Spiel der Kräfte überlassen werde.

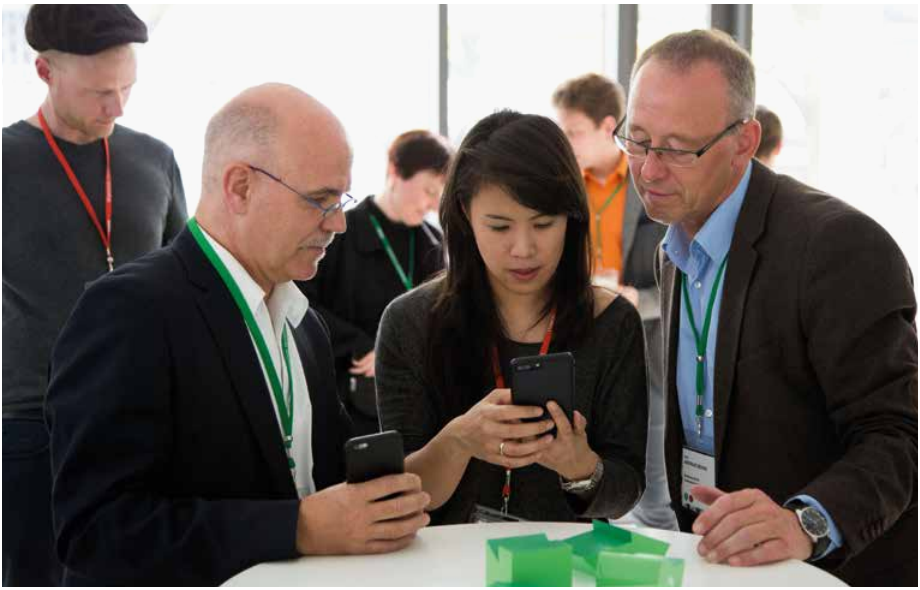
Gegen Ende der Diskussion kam noch die Frage auf, ob Social Media geeignet seien, um insbesondere bei kritischen Themen einen Perspektivwechsel beim Diskussionspartner zu initiieren. Der Tenor der Wortbeiträge: Entschiedene Gegner meiner Ansichten werde ich auch in den Social Media nur in den seltensten Fällen umstimmen können. Dennoch sei es wichtig, beständig die wissenschaftlich fundierte Position zu beziehen.

Fazit:
In den Social Media kann ein Gedankenaustausch schon einmal ausgesprochen unfreundlich werden. Überschreitet ein Beitrag die rechtlichen Rahmenbedingungen, so ist dieser Post zu löschen. Dies sollte jedoch nicht unkommentiert geschehen, raten Fachleute. Denn gerade bei „Aufregerthemen" ist es wichtig, das Löschen zu begründen und in der Moderatorenrolle Präsenz zu zeigen. (KW)

MEHR ALS
FAKTEN

Mobile Reporting – Wissenschaft per Smartphone vermitteln

Workshop mit Übungen



Ein Smartphone hat ja ohnehin fast jeder von uns. Warum setzen wir es dann nicht einfach ein, um im Handumdrehen kurze Videoclips aus der Welt der Wissenschaft zu erstellen?

Einen wissenschaftlichen Prozess visualisieren, über eine Konferenz berichten oder selber vor der Kamera zu Wort kommen: Mobile Reporting bietet genau dafür eine große Chance. Die Referentin Dr. Mai-Thi Nguyen-Kim, promovierte Chemikerin und preisgekrönte Wissenschaftsjournalistin, vermittelte mit Live-Demonstrationen wertvolle Einblicke in ihre Arbeitsweise. Die Teilnehmer dieses von den NaWik-Dozenten Dr. Ulrike Brandt-Bohne und Axel Wagner moderierten Workshops bekamen Gelegenheit, in spielerischer Atmosphäre den Umgang mit dem Medienwerkzeug Smartphone zu üben. Dazu gehörte natürlich auch, eigene Beiträge zu erstellen.

„Wer von Ihnen nutzt das Smartphone zur Wissenschaftskommunikation?“ So lautete die einleitende Frage dieses Workshops, und viele Teilnehmer signalisierten: „Tun wir“. Die perfekte Voraussetzung, um sich an das Thema Filme in der Wissenschaftskommunikation heranzuwagen.
Mai-Thi Nguyen-Kim zeigte, wie sie selbst ihre ersten Filmerfahrungen machte. Als Chemikerin hatte sie einer wissenschaftlichen Publikation zur Veranschaulichung eines experimentellen Teils einen Videoclip von einem erhärtenden Gel beigefügt. Dieses Video hätte mehr Aussagekraft als beschreibende Worte. Nguyen-Kim berichtete weiter, wie sie einen YouTube Kanal startete, den sie bis heute sehr erfolgreich betreibt. Ihre ursprüngliche Motivation war übrigens der Wunsch, das in der Öffentlichkeit sehr präsente Stereotyp vom kauzigen Wissenschaftler zu verändern.

Mit der richtigen App funktioniert das ganz prima, demonstriert Dr. Ulrike Brandt-Bohne den Teilnehmern des Workshops.

Gemeinsam gab sie mit Ulrike Brandt-Bohne und Axel Wagner in einer Live-Demonstration Tipps und Tricks zum Filmen verschiedener Mini-Projekte. Wie kann beispielsweise der Verlauf eines Experiments visualisiert werden? Wie lässt sich ein kurzer Beitrag zu einer Konferenz erstellen? Dazu waren die Teilnehmer mit eigenen Aktivitäten gefragt, denn ihre Aufgabe war es, mit den eigenen Smartphones alle Aufgaben und Ideen filmisch umzusetzen. Die anfängliche Zurückhaltung wich schnell, denn die Stimmung war bestens. Voller Tatendrang legten die Teilnehmer und Teilnehmerinnen los. Sie erfuhren, worauf es ankommt, sie diskutierten miteinander, und sie stellten ihre Filme zur finalen Besprechung zur Verfügung.

Das Ergebnis konnte sich im wahrsten Sinne des Wortes sehen lassen: Die „Drehs“ dokumentierten einen ausgesprochen kreativen Umgang mit der

Darstellung der verschiedensten Abläufe. Beispiele: In einem Beitrag wurde ein Getränk eingegossen und dieser Vorgang optisch ausgesprochen gut eingefangen. In einem anderen Beitrag wurde der NaWik-Pfeil (ein haptisches Element der NaWik-Lehre) umgeworfen und dann mit seinen fünf Bestandteilen in Szene gesetzt. Die einzelnen Beiträge zeigten deutlich, wie sehr es bei solch kleinen Drehs bereits auf den gewählten Bildausschnitt und die Art der Kameraführung ankommt.

Bei der Folgeübung sollten die Teilnehmer über eine Konferenz berichten – einmal rein sachlich und einmal im Selfiemodus. Im Vergleich beider Formate wurde schnell klar, was den Unterschied zwischen beiden Formaten ausmacht. Eine starke Nähe zum Publikum wird nur beim Selfieformat erreicht. Je nach Thema, das vermittelt wird, ist aber gerade dies besonders sinnvoll und gewünscht. Insbesondere solche Formate sind nach Ansicht von Mai-Thi Nguyen-Kim außerdem perfekt als Teaser für einen längeren Artikel oder Beitrag geeignet, auf den man die Aufmerksamkeit lenken möchte.

Fazit:
Mobile Reporting in der Wissenschaftskommunikation. Geht das? Ja, und wie gut! Technisch mittlerweile sogar sehr einfach und schnell, und zwar mit Hilfe eines Smartphones und einer kostenfreien App. Als Vorbereitung müssen sich die Filmemacher jedoch klar machen, welche Botschaft sie transportieren wollen. Gefolgt von der Überlegung, welche Bilderfolge und Kameraführung besonders passend ist, um diese Botschaft visuell untermauert zu vermitteln. (UBB, AD)

Seminar
raum
1.067
MEHR ALS
FAKTEN

Impressum

Moderation der Eröffnung und Abendveranstaltung:
Ingolf Baur, Doro Plutte
(Freie Wissenschaftsjournalisten und Dozenten des NaWik)

Musikalischer Rahmen:
„Amacord" – Tango, Musette, Chanson
(Angela Oberthür, Akkordeon und Gesang;
Marco Göhringer-Oberthür, Gitarre und Gesang)

Verpflegung:
Servicecenter Catering des KIT

Texte dieser Dokumentation:
Dr. Ulrike Brandt-Bohne (UBB)
Anna-Lena Dostalek (AD)
Christian Humm (CH)
Dr. Tobias Maier (TM)
Marc Scheloske (MS)
Klaus Wingen (KW)

Fotos:
© NaWik/Nikola Hauber
© NaWik/Chris Spatschek (S.42, S.44)

Redaktionelle Bearbeitung:
Beatrice Lugger
Klaus Wingen

Grafische Gestaltung:
Chris Spatschek

Das Nationale Institut für Wissenschafts-kommunikation (NaWik) wurde 2012 als gemeinnützige GmbH gegründet.

Das NaWik vermittelt Wissenschaftlern an Hochschulen und Forschungs-einrichtungen die Grundlagen guter Wissenschaftskommunikation.
In praxiserprobten Seminaren lernen sie Wissenschaft verständlich zu kommunizieren.

Gesellschafter sind die Klaus Tschira Stiftung und das Karlsruher Institut für Technologie.

Klaus Tschira Stiftung
gemeinnützige GmbH

KTS

KIT
Karlsruher Institut für Technologie