

Thema und Relevanz des Workshops

In der #FactoryWissskomm Convention des Bundesministeriums für Bildung und Forschung im September 2022 wurde angemahnt, sich gezielter um Menschen zu bemühen, die sich von Universitäten und Hochschulen, Museen oder Volkshochschulen nicht angesprochen fühlen. Diese Gruppe wird hier als „wissenschaftsferne Menschen“ zusammengefasst.

Das Wissenschaftsbarometer attestiert Wissenschaftler:innen insgesamt ein hohes Ansehen. Es stimmt jedoch bedenklich, dass nur 44 % der Befragten mit niedrigem formalem Bildungsniveau Wissenschaft vertrauen und dass dieser Wert konstant unter dem von Befragten mit hohem und mittlerem Bildungsniveau liegt (Wissenschaftsbarometer 2022: 76 % und 68 %). Ergebnisse aus der Wissenschaft prägen jedoch auch den Alltag von Menschen, die von bisherigen Maßnahmen der Wissenschafts- und Technologiekommunikation nicht erreicht werden. Exemplarisch zeigen dies z.B. Studien zu den Folgen der Covid-19-Pandemie wie die des Instituts für Landes- und Stadtentwicklung (ILS) Dortmund. Als primäre Handlungsmöglichkeit benennt das ILS „zielgruppenspezifische Kommunikationsmaßnahmen“ (Manz et al. 2023).

Um die Demokratiefähigkeit zu erhalten und zu stärken, die Akzeptanz neuer Technologien zu begründen und das Treffen informierter eigener Entscheidungen zu ermöglichen, muss es Ziel sein, möglichst viele Bevölkerungsgruppen mit Wissenschaftskommunikation zu erreichen. Das gelingt nur zusammen mit allen beteiligten Gruppen (Betroffene, Journalist:innen, Wissenschaftskommunikator:innen, Politiker:innen, Wissenschaftler:innen, Vertrauenspersonen etc.). Zentral ist dabei, bisher nicht erreichte Gruppen an „ihren“ Orten aufsuchend über wissenschaftliche Erkenntnisse zu informieren und zugleich Wissen darüber zu gewinnen, welche Erwartungen diese in sich sehr heterogenen Gruppen an Wissenschaft haben. Dabei müssen diverse Einflussfaktoren wie nationale, kulturelle, religiöse oder wirtschaftliche Kontexte zugleich erfasst, beachtet und geachtet werden (Schrögel u.a. 2028). Das in der Unternehmens- und Wissenschaftskommunikation verbreitete Modell unterschiedlicher „Arenen“ der Kommunikation (z.B. Bonfadelli et al. 2017, Weingart et al. 2017, Zerfaß et al. 2022) macht das Problem anschaulich: Es geht um Gruppen, die (noch) nicht mit auf dem Platz stehen.

Workshopziel

Vor diesem Hintergrund soll der Workshop Orte identifizieren, an denen diese Gruppen „ohnehin“ anzutreffen sind. Ohne zu versuchen, Menschen an bestehende Orte zu „locken“, sollen „flexible und robuste alltägliche Kontaktzonen der Wissenschaftskommunikation“ (Griem 2022) für neue partizipative Angebote gefunden werden.

Zugleich soll der Workshop der Initiierung einer Community of Practice (Wenger 1998) aus Wissenschaftskommunikation und Forschung dienen.

Inhalt des Impulsreferats

Das Impulsreferat wird die Ergebnisse aus Workshops darstellen, die das Fraunhofer Center for Responsible Research (CeRRI), die Hochschule München und die Hochschule Esslingen durchgeführt haben:

- a) ein im Februar 2023 durchgeführter Workshop mit Intermediären, die Kontakte zu einzelnen dieser Gruppen haben;
- b) Workshops in unterschiedlichen Konstellationen, die anknüpfend an den ersten Workshop direkt mit Angehörigen der Gruppen an „deren Orten“ im Frühjahr und Frühsommer 2023 durchgeführt werden.

Aufgabenstellungen für die Gruppenarbeit

Aufgabenstellungen an die Gruppe beinhalten folgende Fragen:

- Wann und wo ist Wissenschaft für welche „wissenschaftsfernen“ Gruppen ein Thema?
- Wann und wo spielt Wissenschaft eine implizite Rolle, die adressiert werden kann?
- Welche Themen sind von Interesse?
- Was wird von Wissenschaft und Wissenschaftskommunikation erwartet?
- Welche ethischen Aspekte müssen reflektiert werden?
- Wann war Wissenschaftskommunikation erfolgreich?

Notwendige Materialien

- Projektionsmöglichkeit
- 4 Pinnwände
- 4 Flipcharts
- Moderationsmaterialien (Karten und Klebezettel in unterschiedlichen Farben, Stifte, Pinn-Nadeln)

Quellenangaben

Bonfadelli, H., Fähnrich, B., Lüthje, C., Milde, J., Rhomberg, M., & Schäfer, M. S. (Eds.). (2017). *Forschungsfeld Wissenschaftskommunikation*. Wiesbaden: Springer VS.

Griem, J. (2022). Wissenschaftskommunikation als Kontaktzone und Kontaktszene. *Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik*, 52(3), 423-441. doi:10.1007/s41244-022-00259-x

Manz, M., Liebig, S., Plöger, J., & Zimmer-Hegmann, R. (2023). COVID-19, Menschen mit Einwanderungsgeschichte und benachteiligte Quartiere – eine Pandemie als Katalysator räumlicher, sozialer und kultureller Differenzierungen. Studie gefördert durch das Ministerium für Kinder, Jugend, Familie, Gleichstellung, Flucht und Integration des Landes Nordrhein-Westfalen. Dortmund: ILS – Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung.

Schrögel, P., Humm, C., Leßmöllmann, A., & Weißkopf, M. (2018). *Nicht erreichte Zielgruppen in der Wissenschaftskommunikation: Literatur-Review zu Exklusionsfaktoren und Analyse von Fallbeispielen*. Berlin und Karlsruhe:

Weingart, P., Wormer, H., Wenninger, A., & Hüttl, R. (Eds.). (2017). *Perspektiven der Wissenschaftskommunikation im digitalen Zeitalter: Velbrück Wissenschaft*.

Wenger, Etienne (1998). *Communities of practice: Learning, meaning and identity*. CUP.

Wissenschaftsbarometer 2022. (2022). Berlin: Wissenschaft im Dialog.

Zerfaß, A., Piwinger, M., Üttger, U. R. (Eds.). (2022). *Handbuch Unternehmenskommunikation. Strategie – Management – Wertschöpfung* (3., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage ed.). Wiesbaden: Springer Gabler.