

„Bildungsforschung in die Schulen!“. (Wie) kann das gelingen? Prof. Dr. Annette Leßmöllmann

LEAD Jubilee Retreat, 20.10.2022

Institut für Technikzukünfte | Department für Wissenschaftskommunikation



Späterer Schulanfang, wachere Kinder

Text: Christoph Dieffenbacher

» Vorlesen

Kinder und Jugendliche wissen es längst: Wenn die Schule morgens später beginnt, fühlen sie sich ausgeschlafener und fitter. Schon eine kleine Verschiebung des Unterrichtsbeginns macht einen Unterschied, wie Psychologen der Universität Basel herausgefunden haben. Ihre Erkenntnis hatte Folgen.

Wissenschaftskommunikation?

■ Lehrer 1:

„Es gibt da diese Studie, die besagt, dass pubertierende Jugendliche früh morgens nicht richtig lernen können.“

Wieso verschieben wir nicht endlich den Schulanfang auf später am Morgen?“

■ Lehrer 2:

„Ich glaube das nicht.“

- Weil ich auf mein Erfahrungswissen vertraue.
- Weil ich der Wissenschaft skeptisch gegenüber stehe.
- Weil ich nicht glaube, dass sich ein Studienergebnis auf unsere Schulsituation übertragen lässt.
- Weil ich schlechte Erfahrungen mit der Psychologie gemacht habe („die einen sagen so, die anderen sagen so“)
- Weil „eine Studie → keine Studie“.
- Weil ich mir von Lehrer 1 nichts aufdrücken lassen will.

Schlussfolgerungen zum Aufwärmen

- Wissenschaftskommunikation findet häufiger statt, als man denkt.
- Sie hat viel mit Dialogfähigkeit zu tun.
- Sie kann ständig und sehr leicht scheitern.
- Wissenschaftskommunikation ist keine Durchreiche für wissenschaftlichen Ergebnisse.

Agenda heute

- Problemlage
- Mediensystem heute
- Wissenschaftskommunikation heute
- „Bildungswissenschaft in die Schulen!“

Agenda heute

- Problemlage
- **Mediensystem heute**
- Wissenschaftskommunikation heute
- „Bildungswissenschaft in die Schulen!“

Vermittlungs- gespräche

Camp David

Washington

Teheran

ALGERIEN

IRAN



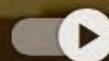


Petra Gerster

Genau darüber müssen wir
jetzt mal ernsthaft sprechen.



0:10 / 13:38 • Intro >



Was ist anders geworden?

- Persönlichkeit zählt (und ist gleichzeitig sehr angreifbar geworden)
- Parasoziale Interaktion sorgt für Publikumsbindung
- Neue mediale Trampelpfade und Marken können von Einzelfiguren erzeugt werden, nicht (nur) von Institutionen
- Starke Stimmen auch jenseits des Journalismus hörbar

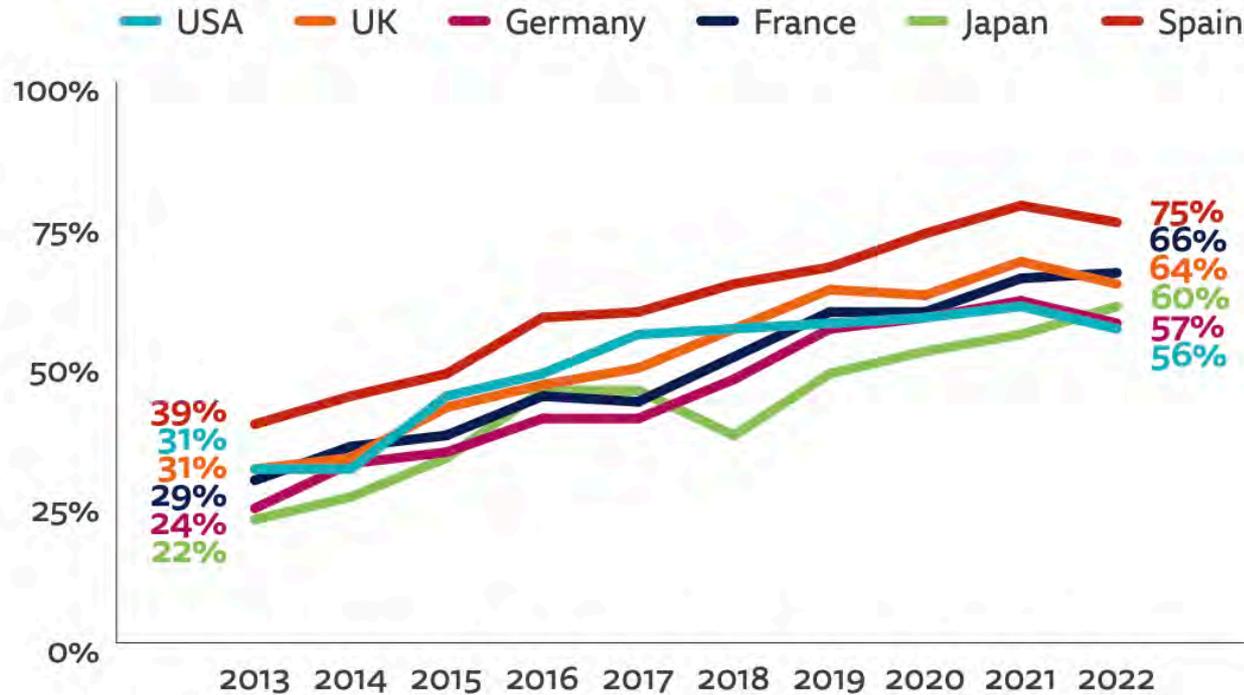


Coronavirus-Update: Der Podcast mit Drostén & Ciesek



Veränderte Mediennutzung

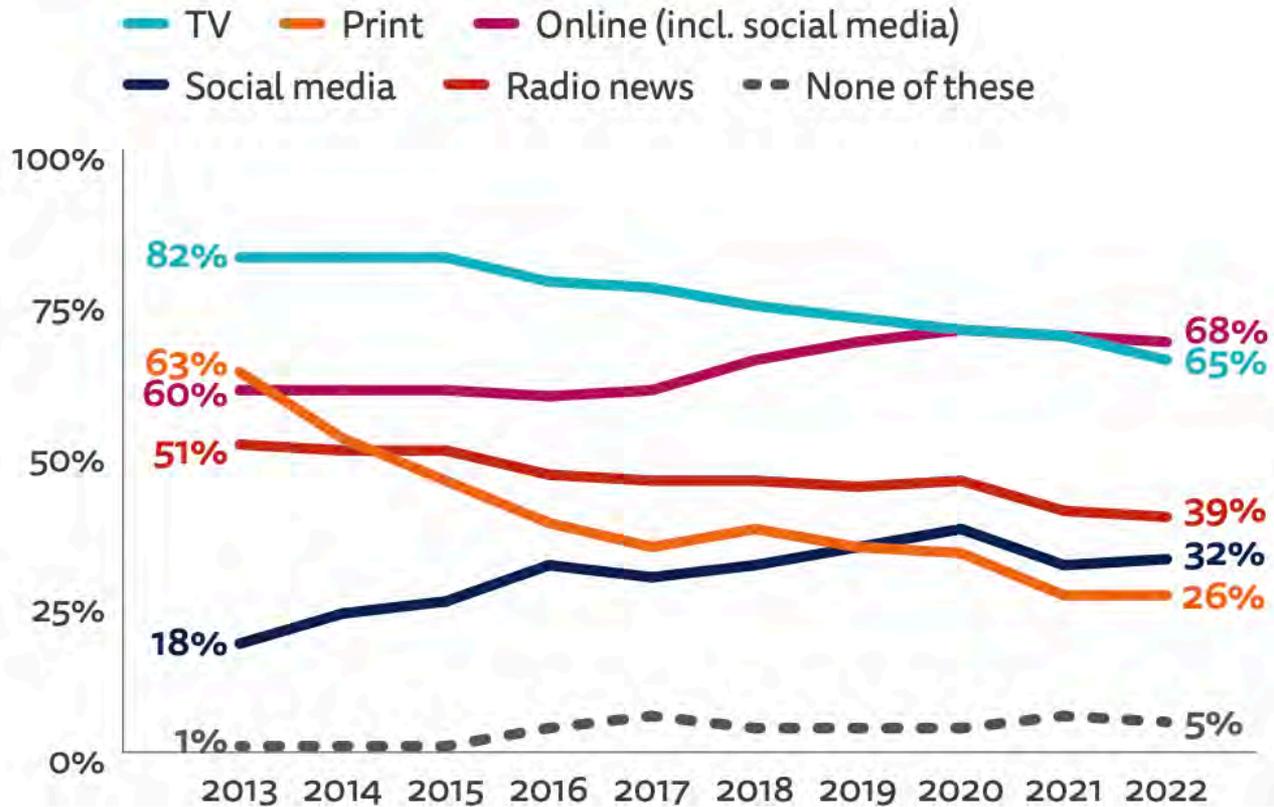
PROPORTION WHO USED A SMARTPHONE FOR NEWS IN THE LAST WEEK (2013-22) - SELECTED MARKETS



Q8b. Which, if any, of the following **devices** have you used to access news in the last week?
 Base: Total 2013-22 sample in each market (most n ≈ 2000).

[Reuters_Digital News Report 2022, S. 22]

PROPORTION THAT USED EACH SOURCE OF NEWS IN THE LAST WEEK (2013-22) - GERMANY



Q3. Which, if any, of the following have you used in the last week as a source of news?
 Base: Total 2013-22 samples (most n ≈ 2000). Note: No data for 2014 due to a scripting error in the survey. The figure for no news would have been 4% without a methodology change where we previously excluded those who said they consumed no news in last month.

[Reuters_Digital News Report 2022, S. 12]

Vielstimmigkeit und laute Minderheiten

- Verstärkung der Extrema
 - „sehr wenig Vertrauen in Medien“ stärker,
 - „starkes Vertrauen in Medien“ stärker,
 - Mittelfeld (durchschnittliches Vertrauen) kleiner

Veränderte Qualitätskriterien

- Zugänglichkeit und Verständlichkeit sehr hoch gewichtet
- Erreichen der Zuhörerendenschaft auf den Kanälen, auf denen sich Nutzende bewegen



Bilder: Screenshots

Veränderte Rolle des Journalismus

- Aufmerksamkeitsökonomie
- Gatekeeper → Gatewatcher
- Nutzung der sozialen Medien

SZ | Meine SZ | SZ Plus | Coronavirus | Ukraine | Energiekrise | Politik | Wirtschaft | Reportage | Meinung

Teslas Kommunikation

"Elon Musk ist eine One-Man-Show"

20. Oktober 2020, 7:33 Uhr | Lesezeit: 4 min



Tesla-Chef Elon Musk während einer Besichtigung der Baustelle der neuen Tesla-Fabrik bei Berlin. (Foto: Getty)

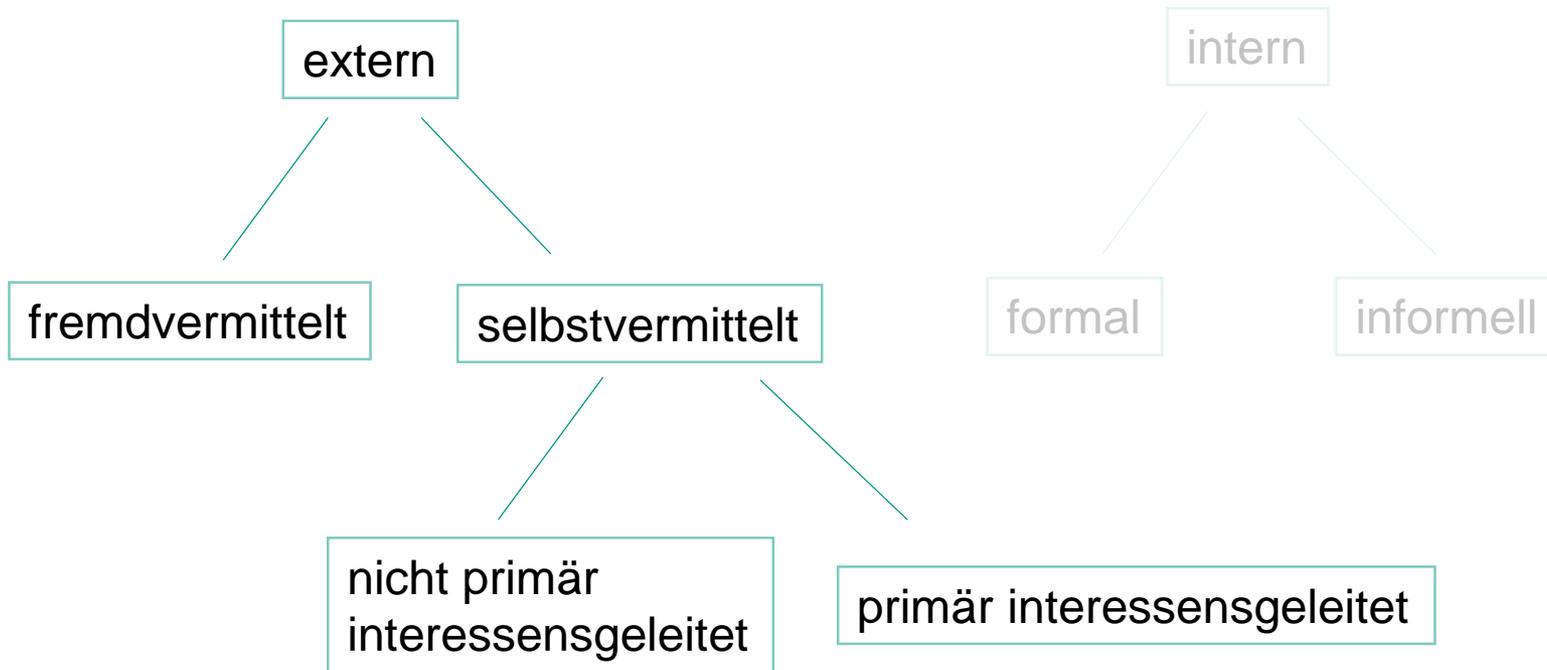
Tesla soll seine PR-Abteilung aufgelöst haben. Lutz Frühbrodt,

Agenda heute

- Problemlage
- Mediensystem heute
- **Wissenschaftskommunikation heute**
- „Bildungswissenschaft in die Schulen!“



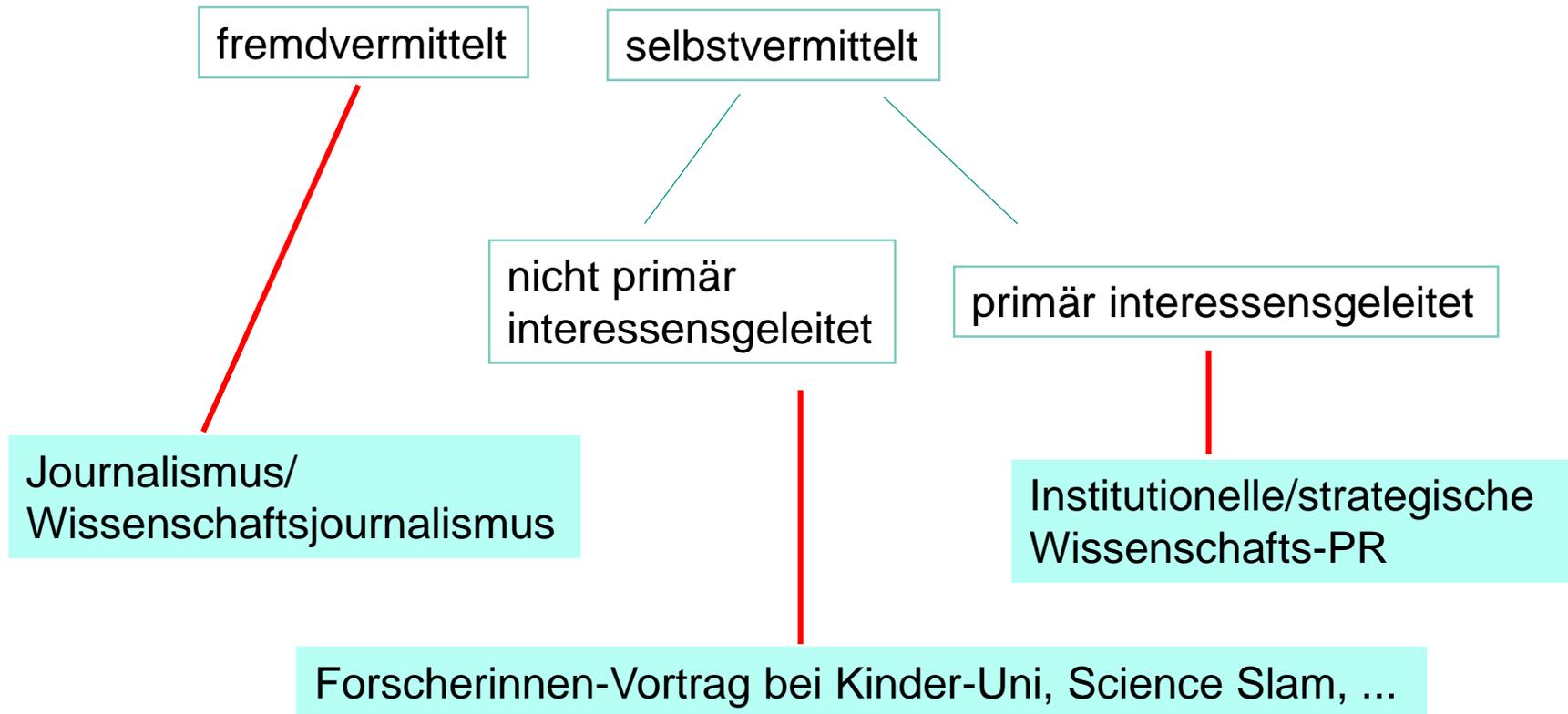
Was ist Wissenschaftskommunikation?



[nach Schäfer 2017 u.ö.]



Externe Wissenschaftskommunikation



Neue Akteure: NGOs, Initiativen | Prosument:innen | Social Bots

[Bonfadelli et al. 2017, Könniker 2017]



Wissenschaft und Gesellschaft

„Elfenbeinturm“

- Black box
- Defizitmodell
- Kommunikation nicht genuine Aufgabe der Wissenschaft
- Popularisierung (Public Understanding of Science)

„Glashaus“

- Transparenz
- Überwiegend Defizitmodell
- Strategische Kommunikation/ Deutungshoheit
- Popularisierung (Public Understanding of Science)

„Marktplatz“

- Tuchfühlung, Zuhören
- Dialogmodell
- Umfassender Dialog mit allen Zielgruppen
- Engagement (Public Engagement with Science)

[\[nach Dahinden 2004\]](#)

Was heißt „Marktplatz“?

- Sie müssen potentiellen Kund:innen klarmachen, wo es den besten Käse gibt. Und dass es hier überhaupt Käse gibt.
- Sie müssen selbst wissen, wo es den besten Käse gibt.
- Niemand hört Ihnen nur deshalb zu, weil Sie „ich bin aber Wissenschaftlerin!“ rufen.
- Viele Regeln auf dem Marktplatz sind ungeschrieben.
- Sie werden Konkurrenten um “die Wahrheit“ bekommen.

Scientists, Stop Thinking Explaining Science Will Fix Things

It won't. Try this instead.

By Tim Requarth

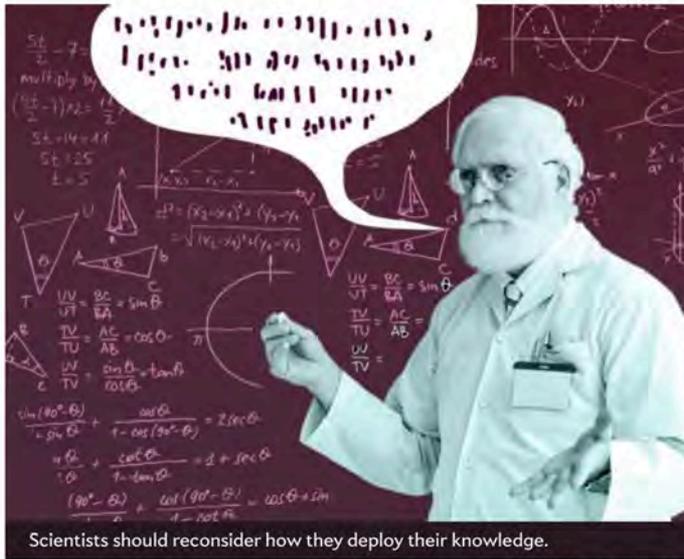


Photo illustration by Slate. Photo by Dragonima

WHY FACTS DON'T CONVINCe PEOPLE
(AND WHAT YOU CAN DO ABOUT IT)

NEW IDEA

NEW IDEA

NEW IDEA

SOCIAL GOOD NOW

our worldview and sense of identity.

<https://www.youtube.com/watch?v=S74C-XF9kYY>

Mediensystem heute: Herausforderung für die Wissenschaft

- Wissenschaft und Forschung haben keine eingebauten Relevanzmarker.
- Die epistemische Autorität ist kein Automatismus.
- In der Vielstimmigkeit gehört werden?
- Aufmerksamkeit von relevanten Zielgruppen erlangen
- Glaubwürdigkeitsmarker vergeben („glaubt mir, nicht dem da“)

Agenda heute

- Problemlage
- Mediensystem heute
- Wissenschaftskommunikation heute
- **„Bildungswissenschaft in die Schulen!“**

Problemlage

- Forschung wird in der Praxis nicht gehört
- Forschung forscht (vermeintlich?) an Fragestellungen der Praxis vorbei
- Forschung forscht, ist auch irgendwie relevant, aber dann doch für die Praxis nicht nutzbar

Kommunikationsstrategie

- Eigene Institutionsanalyse – wie kommuniziert meine Institution, oder ich, und was wird damit erreicht?
- Der Resonanzraum
 - Wie polarisiert und politisiert ist der Diskurs?
 - Wie tickt meine Zielgruppe?
- Eigene Zielanalyse – wozu will ich kommunizieren?
 - Aufmerksamkeit und Interesse
 - Offenheit
 - Einstellungsveränderung
 - Handlungsveränderung
 - Veränderung des Entscheidungsverhaltens

Kommunikationskriterien

- Sich über die eigene Rolle klarwerden
- Das Kommunikationsziel sehr genau analysieren und eine klare Entscheidung treffen
- Alle relevanten Kanäle verwenden – und sich schützen
- Expertentum in den Medien [Bromme et al.]:
 - Integrität
 - Benevolenz
 - Kompetenz

Forschungsstrategie

- Theorie-Praxis-Lücke überwinden
 - Partizipative Forschungsformate
 - Zugang zu Zielgruppen über Mittler, z.B. Verbände

- Rollendefinition / Profession
- Abgrenzung von Erwartungen
- interne Argumentationshilfe für Organisationsentwicklung
 - ◀#> Standards für Stellenbeschreibungen / Zentral/dezentral
- Von einander lernen



Workshop | Jahrestagung
Bundesverband Hochschulkommunikation
Duisburg 2015

Fazit

- Zuhören.
- Den Resonanzraum analysieren.
- Die eigenen Kommunikationsziele sehr genau formulieren.
- Gemeinsam forschen.
- Scheitern einpreisen.



Prof. Dr. Annette Leßmöllmann

Lehrstuhl Wissenschaftskommunikation mit
dem Schwerpunkt Linguistik

annette.lessmoellmann@kit.edu

<https://www.wmk.itz.kit.edu/3164.php>

Twitter: @annetteless

■ Advocacy

Eine eigene Agenda in die Politik bringen
Empfehlungen geben

■ Advice

Politik beraten ohne Agenda,
keine Empfehlungen,
nur wissenschaftliche Expertise
präsentieren

4 Modelle der advocacy/advice

■ Pure Scientist

Politikberatung ist unmöglich.
Die beiden Welten Wissenschaft
und Politik sind inkompatibel

■ Technocratic Model

role model: the issues advocate
Politik und Verwaltung tut, was
die Wissenschaft sagt.
Deliberation ist außer kraft
gesetzt.

■ Decisionist Model

role model: the science arbiter

Politik ist „irrational“ (Max Weber)
und muss daher eigene
Entscheidungen treffen.
Sie hört die Wissenschaft, aber
die Entscheidung liegt bei ihr.

■ Pragmatic-enlightened Model

role model: the honest broker

Gegeben: Wissenschaft und
Politik nehmen sich gegenseitig
wahr (Medialisierung) →
Gegenseitige, iterative
Beeinflussung.
Wissenschaft spricht über ihre
Wertentscheidungen, sofern sie
diese trifft.

[Roger Pielke Jr.]

Vertrauen in Wissenschaft

Medialisierte Wissenschaft

EXKLUSIV

Corona-Studie: der Plan hinter dem „Heinsberg-Protokoll“

Die Corona-Studie aus Heinsberg gilt als wegweisende Untersuchung im Kampf gegen das Virus. Ein internes PR-Konzept der Agentur Storymachine zeigt, wie die Studie des Virologen Hendrik Streeck inszeniert werden sollte

von Thomas Steinmann

17. April 2020



Der Bonner Virologe Hendrik Streeck (l.) ist in der Corona-Krise zu einer Schlüsselfigur aufgestiegen. Auf seinen Rat hört auch NRW-Ministerpräsident Armin Laschet (r.)

DPA

 POLITIK UND WISSENSCHAFT

Ein Alibi für politischen Dilettantismus

VON KLAUS FERDINAND GÄRDITZ - AKTUALISIERT AM 18.03.2021 - 09:22



Wissenschaft ist nur frei, wenn sie Distanz zur Macht hält. Will sie Büttel der Regierung sein, fällt das in der Pandemie besonders unangenehm auf. Ein Gastbeitrag.



Verschwörungstheorien haben mehr Zulauf in Belastungssituationen

Aus SRF 4 News aktuell vom 11.05.2020.

News > Panorama >

Demos gegen Corona-Lockdown

«Verunsicherte suchen etwas, an dem sie sich abarbeiten können»

Montag, 11.05.2020, 12:58 Uhr

nature

WORLD VIEW · 27 APRIL 2020

Pseudoscience and COVID-19 – we’ve had enough already



The scientific community must take up cudgels in the battle against bunk.

Timothy Caulfield 

← Vorheriger Beitrag

„Ein Kessel Schwurbel“: Die neue Aktion #allesaufdenTisch

3. Oktober 2021 von Bernd Harder | 8 Kommentare

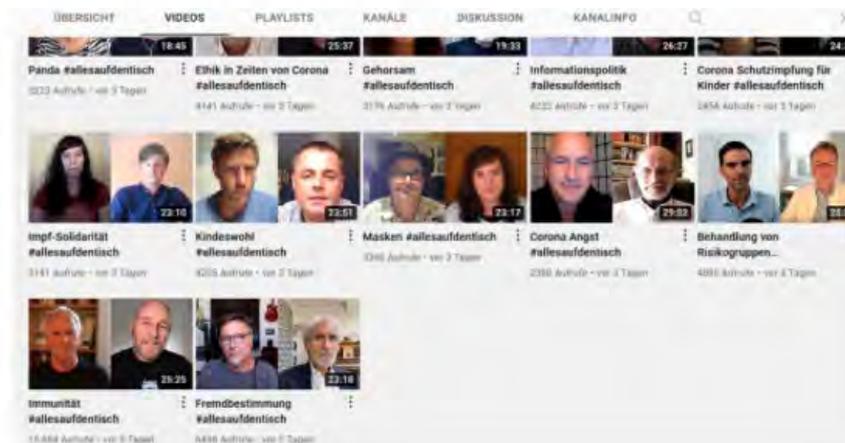
Die **umstrittene Aktion** #allesdichtmachen vom April diesen Jahres hat eine Fortsetzung gefunden:

Unter dem **Hashtag** #allesaufdentisch haben die Schauspieler Miriam Stein, Volker Bruch und Maxim Mehmet sowie die Regisseurin Jeana Paraschiva rund 50 Videos ins Netz geladen, in denen ein Künstler oder eine Künstlerin jeweils 20 bis 30 Minuten mit Kritikern der Corona-Maßnahmen diskutiert.

Eine Einordnung:

Die Reichweite

Gemessen an #allesdichtmachen ist die neue Aktion ein Flop.



Politisierung der Wissenschaft – Verwissenschaftlichung der Politik

- Verwissenschaftlichung der Politik
 - Statt politischer Debatte – Kampf um das „bessere Wissen“
 - Gefahr der „Alternativlosigkeit“
 - Auch Querdenker:innen zitieren Studien



- Politisierung der Wissenschaft
 - Beispiel Dänemark: Sehr hohe Impfbereitschaft – weil Impfung nie politisiert wurde?

Herausforderung Wissenschaftskommunikation

- Epistemisierung der Politik
- Verwissenschaftlichung der Gesellschaft – Vergesellschaftung der Wissenschaft
- Cultural Cognition und der Umgang mit „Information“
- Denialism
- Vielstimmigkeit

