



Donnerstag, 17. September 2020

Landhaus Solothurn

ScienceComm '20

**Schweizer Jahreskongress
der Wissenschaftskommunikation**

«Emotion in Science is...»

Informationen

Plenumsveranstaltung



Talk Session/Vortrag



Workshop



Dialogue Session



Sprache

Deutschsprachige (d) und französischsprachige (f) Keynotes sowie die Preisverleihung und das Podiumsgespräch im Plenum werden in die jeweils andere Sprache simultan übersetzt (Ω).

Nicht übersetzt werden Workshops, Dialogue Sessions und Talk Sessions sowie englischsprachige (e) Beiträge: diese werden in der Sprache der Ausschreibung durchgeführt, Ausnahmen sind aufgeführt.

Twitter

#ScienceComm20

WLAN

Landhaus by Solnet
Passwort: 1878616588

COVID-19



Das Schutzkonzept der ScienceComm'20 (www.sciencecomm.ch) orientiert sich an den Vorgaben des BAG sowie des kantonalen Gesundheitsamtes. Maskenpflicht am Kongress. Bitte bringen Sie Ihre Schutzmasken mit.

Formate

Workshop

75-minütige Session, in der die Teilnehmenden mit Unterstützung der Workshopleitung ein Thema vertieft bearbeiten und eine Lösung erarbeiten. In Workshops werden verschiedene didaktische Methoden und Formate angewendet. Im Programm sind sie näher beschrieben.

Dialogue Session

In der Dialogue Session erhalten jeweils etwa 5 Projekte eine Plattform. Alle Dialogleitenden haben im Plenum zunächst 2 Minuten Zeit, das Publikum von ihren Projekten zu überzeugen. Die Teilnehmenden entscheiden sich danach für ein Projekt und diskutieren dieses mit anderen Interessierten (5–10 Personen) an einem Tisch. Nach rund 15 Minuten können die Teilnehmenden nach Belieben zu einem anderen Projekt rotieren.

Networking Session

Die Networking Session findet an verschiedenen Orten in Kleingruppen und moderiert statt.

Talk Session

In der Talk Session hören die Teilnehmenden Kurzvorträge, die höchstens 15 Minuten dauern. Nach jedem Talk können die Teilnehmenden 10 Minuten über das Thema diskutieren.

Vorwort

Im Zentrum der neunten Ausgabe der ScienceComm stehen die Emotionen in der Wissenschaft und ihrer Kommunikation. Als das Programmkomitee im Dezember 2019 das Motto «Emotion in Science is . . .» definiert hat, haben wir noch nicht geahnt, dass die Emotionen in der Wissenschaftskommunikation nochmals an Aktualität gewinnen würden: COVID-19 berührt uns alle und führt uns vor Augen, «wie wichtig eine kompetente Wissenschaftskommunikation ist – und dass es unabhängigen und kritischen Wissenschaftsjournalismus braucht» (Mike S. Schäfer). Denn selten war die Wissenschaft so stark im Zentrum der Aufmerksamkeit wie jetzt. Momentan sehen wir auch, wie wichtig eine gute Kommunikation von Wissenschaft ist – und wie eine solche von den Leuten auch geschätzt wird. Die aktuelle Situation zeigt uns, dass bei emotionalen Themen die Wissenschaftskommunikation sachlich bleiben muss, um glaubwürdig und ehrlich zu wirken, denn der Dialog ist verwundbar – pflegen wir ihn!

An der ScienceComm'20 gibt es spannende Inhalte und viele interaktive Formate zu entdecken. Am Mittwochabend laden wir zudem die Bevölkerung und die interessierte ScienceComm-Community zu einem öffentlichen Anlass ein! Vor der COVID-19 Pandemie war das Klima in aller Munde. Es bleibt weiterhin aktuell und erhitzt die Gemüter. Mit Beiträgen von Prof. Thomas Stocker, von Lernenden und lokalen Organisationen entsteht ein interaktiver Abend.

Das Schutzkonzept der ganzen Veranstaltung orientiert sich an den Vorgaben des Bundesamtes für Gesundheit sowie des kantonalen Gesundheitsamtes. Wir beobachten die Entwicklung der Pandemie genau und passen das Schutzkonzept laufend an. Über die definitive Ausgestaltung werden wir zeitnah informieren: www.sciencecomm.ch. An der ScienceComm'20 gilt die Maskenpflicht und es werden keine Masken von der Organisation zur Verfügung gestellt. Zudem empfehlen wir allen Teilnehmenden die SwissCovid App zu installieren.

Ausserdem verleihen die Akademien der Wissenschaften Schweiz wiederum den a+ Prix Média für eine journalistisch exzellente Arbeit über Forschung und Wissenschaft sowie den a+ Prix Média Newcomer, mit welchem junge Talente mit innovativen Ideen für den Wissenschaftsjournalismus ausgezeichnet werden. Und der Schweizerische Nationalfonds überreicht den Preis SNF Optimus Agora an ein herausragendes Kommunikationsprojekt. Im Anschluss an diese Preisverleihungen geht ein hochkarätig besetztes Podium der Frage nach «Wie emotional ist Wissenschaft?».

An dieser Stelle dankt Science et Cité ganz herzlich für das Engagement und Commitment: Dem Programmkomitee, das jährlich das Programm diskutiert und immer wieder die Formate neu denkt; den Akademien der Wissenschaften Schweiz, dem

Schweizerischen Nationalfonds und der Stiftung Mercator Schweiz, ohne deren substantielle finanzielle Unterstützung die ScienceComm nicht stattfinden könnte; schliesslich unserer langjährigen Partnerin LerNetz AG sowie den diesjährigen Partnern Swisscom, der Krebsforschung Schweiz, der Gebert Rüt Stiftung und der Stadt Solothurn.

Wir wünschen Ihnen eine einzigartige ScienceComm'20 mit vielen inspirierenden Begegnungen!

Ihr ScienceComm Team

Tiina Stämpfli, Nicole Lachat und Nima Liebetrau

Öffentliches Vorabendprogramm

**Mittwoch,
16. September
18:00–20:00**

Die Uhr tickt – Über heisse Luft, coole Visionen und mutige Schritte

Wir laden alle Interessierten zu einer öffentlichen und interaktiven Veranstaltung mit dem renommierten Klimaforscher Thomas Stocker ein.

Vor der COVID-19 Pandemie war das Klima in aller Munde. Es bleibt aber weiterhin aktuell und erhitzt die Gemüter. Auch wenn in den letzten Jahren wichtige Entscheide getroffen wurden, rinnt die Zeit und schmilzt das Eis. Die 2015 beim Klimagipfel in Paris getroffene Begrenzung auf unter 2 Grad Erderwärmung ist äusserst schwierig zu erreichen.

Die Wetterfee Sandra Boner vom SRF Meteo-Dach trifft am 16. September im Landhaus in Solothurn auf den Klimaforscher Thomas Stocker und moderiert einen spannenden Anlass für die Öffentlichkeit. Stocker, einer der weltweit renommiertesten Klimaforscher, macht wissenschaftliche Fakten fassbar, geht auf konkrete Taten und Visionen im Gespräch ein und steht für Fragen Red und Antwort. Mit Beiträgen von Lernenden der Kantonsschule Solothurn, der Klimajugend des Kantons Solothurn, der RestEssbar, dem Start-Up Planted sowie der 2000 Watt Gesellschaft der Region entsteht so ein interaktiver Abend.

Die Fakten und drohenden Konsequenzen des Klimawandels sind bekannt. Die Wissenschaft bzw. die Wissenschaftskommunikation schafft es offenbar nicht, alle Zweifel aus der Welt zu räumen oder erreicht nicht alle Menschen gleichermaßen. Im Zusammenhang mit der COVID-19-Pandemie wurde «Flatten the Curve» zum geflügelten Ausdruck und hat Wirkung gezeigt. Zentral ist, dass viele mitmachen, damit letztlich wir alle profitieren. Individuelles Verhalten wirkt sich auf den Planeten und seine Bewohnerinnen und Bewohner aus.

Livestream auf Facebook @ScienceEtCite

Thomas Stocker hat an der ETH Zürich Umweltp Physik studiert und 1987 doktriert. 1993 wurde er Leiter der Abteilung für Klima- und Umweltp Physik am Physikalischen Institut der Universität Bern. Von 2008 bis 2015 war Thomas Stocker Co-Vorsitzender der Arbeitsgruppe I des Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC). Der Bericht, der unter seinem Vorsitz im September 2013 von allen Ländern verabschiedet wurde, bildet die wissenschaftliche Grundlage für das Klimaabkommen von Paris. Thomas Stocker hat für seine Arbeiten den Dr. Honoris Causa der Universität Versailles und der ETH Zürich sowie die Hans Oeschger Medaille der European Geosciences Union erhalten. Er ist Mitglied der Deutschen Akademie Leopoldina, der American Association of Arts and Sciences und der Italienischen Accademia dei Lincei. 2017 wurde ihm der Schweizer Wissenschaftspreis Marcel Benoist verliehen.



© Rene Essner, Bern

Sandra Boner hat ihre ersten Moderationserfahrungen beim Solothurnischen Lokalsender Intro TV gesammelt, wo sie durch die Wetter- und Nachrichtensendung führte. Wenige Jahre später wechselte sie zum Sender SRF1, wo sie seither die Wettersendung SRF Meteo moderiert. Es ist die Vielfalt und Komplexität des Wetters, die Sandra Boner dazu bewegen haben, sich mit Meteorologie auseinanderzusetzen. Nebst dem Wetter moderiert Sandra Boner auch andere Events. Sandra Boner ist eng mit Solothurn verbunden und somit die ideale Moderatorin für das öffentliche Vorabend-Programm der ScienceComm'20.



© zvg

Keynotes

**Donnerstag,
17. September
09:45–10:25**

**Landhaussaal
Keynote**



Über die Grenzen der Rationalität einer Gesellschaft, die auf das Rationale vertraut
Katja Rost, Institut für Soziologie, Universität Zürich (Ω)

Heutige Gesellschaften vertrauen auf die Rationalität. Sei es das dominierende Menschenbild in der Wissenschaft, der sogenannte homo oeconomicus, oder die dominierenden Auswahlverfahren für Amtsträger, beispielsweise Politikerinnen, Managerinnen, Professorinnen oder Richterinnen, welche suggerieren, dass sich stets die Besten im Wettbewerb durchsetzen und gewählt werden. Was aber wenn nicht Fähigkeiten darüber entscheiden, wer eine Spitzenposition in Gesellschaften erklimmt, sondern stattdessen Emotionen («gleich und gleich gesellt sich gern»), Matthäus-Effekten («wer hat dem wird gegeben») und Zufall (zum richtigen Zeitpunkt am richtigen Ort)? In der Tat zeigt die Forschung, dass mehr als die Hälfte des Erfolgs von Personen oder Organisationen gerade nicht über Entscheidungsrationalität erklärbar ist. Der Vortrag beleuchtet diese Thematik und diskutiert Alternativen.

Katja Rost ist Ordinaria für Soziologie und Privatdozentin für Wirtschaftswissenschaften an der Universität Zürich. Ihre Forschungsschwerpunkte liegen im Bereich der Wirtschafts- und Organisationssoziologie, der digitalen Soziologie, sozialer Netzwerke und Diversität. Sie ist Mitglied des Universitätsrats der Universität Luzern, Präsidentin der Gleichstellungskommission der Universität Zürich und stellvertretende Vorsitzende des «Center for Higher Education and Science Studies».



© PZ

**Donnerstag,
17. September
13:45–14:25**

**Landhaussaal
Keynote**



The Power of Instinct

Fabrice Leclerc, Entrepreneur and a life advocate (e)

Fabrice Leclerc's extraordinary innovativeness has made him an important partner to a number of Fortune 100 companies. How can a person innovate in 2020? What forms the basis of Leclerc's ground-breaking ideas that he has developed for companies such as L'Oréal Prestige, SKY, Google, Nespresso and Apple, and made him an innovation partner to Steve Jobs for many years? Fabrice Leclerc follows a clear method: «If you want to innovate successfully, human instinct has to be the central focus. Because there's no stronger approach than through knowledge and emotions that we have been perfecting around inside for millions of years.» The veterinary surgeon and management scientist has operated on this principle since his time as CEO of Häagen Dazs, Chief Innovation of L'Oréal Prestige international, whether as today innovation partner, angel and mentor at the EPFL and in Silicon Valley, or in his personal life.

More information (in French):

www.letemps.ch/economie/fabrice-leclerc-lausterite-heureuse

While scooping ice cream to finance his studies, Fabrice Leclerc ended up a few years later being the CEO of Häagen Dazs. He has founded and spearheaded the business Innovation Labs. Of Fortune 100 corporations including L'Oréal Prestige, SKY and Apple where he partnered with Steve Jobs. Fabrice is an angel of the Swiss Federal Institute of Technology and in the Silicon Valley, California. He has recently received the Patagonia award for the creation of the eternal valley, a wildlife sanctuary, dedicated to the quest for natural longevity and elements conservation.



© Lionel Hennig

Preisverleihung

**Donnerstag,
17. September
18:00–19:25**

a+ Prix Média und a+ Prix Média Newcomer

Anlässlich der ScienceComm'20 verleihen die Akademien der Wissenschaften Schweiz den a+ Prix Média für eine journalistisch exzellente Arbeit über Forschung und Wissenschaft sowie den a+ Prix Média Newcomer, mit welchem junge Talente mit innovativen Ideen für den Wissenschaftsjournalismus ausgezeichnet werden.

Aufgrund des Wandels der Medien ist ein unabhängiger und qualitativ hochwertiger Wissenschaftsjournalismus besonders wichtig. Mit dieser Auszeichnung würdigen die Akademien der Wissenschaften Schweiz die wichtige Rolle von Journalistinnen und Journalisten, insbesondere in Zeiten einer Pandemie. Medienschaffende erarbeiten komplexe Themen, sammeln Fakten, hinterfragen und bereiten ihre Erkenntnisse für eine breite Öffentlichkeit auf.

SNF Optimus Agora

Der Schweizerische Nationalfonds (SNF) verleiht den Preis SNF Optimus Agora an Dominique de Quervain und Carmen Sandi. Ihr Projekt «Stress» zielt darauf ab, die Interaktion mit der Öffentlichkeit zu fördern.

Stress ist Alltag. Stress kann gut sein, kann aber auch schaden. Und wir können lernen, besser mit ihm umzugehen. Carmen Sandi von der EPFL und Dominique de Quervain von der Universität Basel und, Professorin und Professor für Neurowissenschaften, lancieren das Projekt «Stress», um den Austausch mit der Bevölkerung zu stärken. Sie gewinnen damit den diesjährigen Preis SNF Optimus Agora.

Podiumsgespräch

**Donnerstag,
17. September
18:00–19:25**

Landhaussaal

«Wie emotional ist Wissenschaft?»



Forschungsfragen formulieren, analysieren, über Ergebnisse berichten. Ist Wissenschaft nüchtern und sachlich oder emotional? WissenschaftlerInnen und JournalistInnen diskutieren über die Entstehung und Vermittlung von Forschungsergebnissen und die Rollen von Wissenschaft und Journalismus.

Marcel Tanner im Gespräch mit *Huma Khamis*, *L. Suzanne Suggs* und *Daniel Probst* (Ω).

Marcel Tanner ist Präsident der Akademien der Wissenschaften Schweiz und ist Leiter der Gruppe Public Health und im Beratungsgremium der Swiss National COVID-19 Science Task Force. Er ist emeritierter Professor für Epidemiologie und medizinische Parasitologie der Universität Basel. Seit 2017 ist er Präsident der Eidgenössischen Kommission für Sexuelle Gesundheit (EKSG). Von 1997 bis 2015 war er Direktor des Swiss Tropical and Public Health Institute, wo er bei der Entwicklung von Malaria-Impfstoffen eine führende Rolle spielte. Neben der Forschung standen der Aufbau von Kapazitäten und die Nord-Süd-Partnerschaft im Mittelpunkt seines Interesses, was sich in der Entwicklung des Ifakara Health Institute in Tansania widerspiegelt.



© zvg

Huma Khamis ist Wissenschaftsjournalistin und seit 2013 bei Radio RTS und zuständig für die Sendung CQFD, die sich mit Wissenschaft und Gesundheit befasst. Zudem ist sie Vizepräsidentin des Schweizerischen Klub für Wissenschaftsjournalismus (SKWJ/ ASJS). Nach ihrem Studium in Biologie und Mikrobiologie arbeitete sie in der Forschung am Kantonalen Institut für Mikrobiologie in Bellinzona. Erste Erfahrungen im Journalismus sammelte sie bei der Fédération romande des consommateurs (FRC), wo sie als PR-Journalistin arbeitete.



© ZVG

L. Suzanne Suggs ist Professorin für Sozialmarketing am Institut für öffentliche Kommunikation und am Institut für öffentliche Gesundheit an der Università della Svizzera Italiana. Zudem ist sie Vizepräsidentin der Swiss School of Public Health+, Vorstandsvorsitzende der European Social Marketing Association und Gastdozentin am Institute for Global Health Innovation am Imperial College London. Sie ist Mitglied der Swiss National COVID-19 Science Task Force und der Expertengruppe Wissenschaftskommunikation der Akademien der Wissenschaften Schweiz. Ihre Forschung konzentriert sich auf gesundheitsbezogenes Verhalten, Strategien zur Verhaltensänderung und wie Kommunikation das Verhalten beeinflusst.



© ZVG

Daniel Probst kreierte die Webseite corona-data.ch, die neben dem Bundesamt für Gesundheit zur wichtigsten Quelle für Informationen über die aktuellen Fallzahlen von Covid-19 in der Schweiz geworden ist. Vor seinem Studium der Bioinformatik an der Universität Bern absolvierte er eine Berufslehre als Informatiker und arbeitete danach einige Jahre bei der Mobilair als System Engineer. Während des Studiums arbeitete er bei Von Graffenried als Softwareentwickler. Heute ist er Research Scientist bei IBM in Zürich.



© ZVG

Marktstände, Videos und Poster

**Donnerstag,
17. September
09:00–18:00**

Säulenhalle

Akademien der Wissenschaften Schweiz (a+)

Mit über 100 000 Mitglieder vernetzen die Akademien die ganze wissenschaftliche Gemeinschaft und bieten optimale Rahmenbedingungen für die Bearbeitung gesellschaftlich relevanter Themen im Bereich Bildung, Forschung und Innovation. Sie setzen sich proaktiv für einen engagierten Dialog zwischen Wissenschaft, Gesellschaft und Politik ein und beraten in wissenschaftsbasierten, gesellschaftsrelevanten Fragen. Als Verbund vereinen sie die vier schweizerischen Akademien der Wissenschaften und die Kompetenzzentren TA-Swiss und Science et Cité.

SNF Wettbewerb für wissenschaftliche Bilder: Die Kulissen der Forschung in 180 Bilder

Die Wissenschaft wird oft als intellektuelle und objektive Tätigkeit dargestellt, aber die vielen von Forschenden gemachten Bilder widersprechen dieser engen Ansicht und zeigen, dass die Wissenschaft auch eine ästhetische, subjektive und emotionale Seite hat. Seit 2017 können Forschende mit einer Teilnahme am SNF-Wettbewerb für wissenschaftliche Bilder ihr Tun in Bildern und Videos präsentieren. Wir präsentieren eine Auswahl aus den über 1500 Beiträgen, die bisher eingereicht wurden und online verfügbar sind: ein mikroskopischer Blick auf abstrakte Oberflächen, intime Momente im Forschungsalltag, unkonventionelle Blicke hinter die Bühne der Wissenschaft und unerwartet verwirrende Animationen.

LerNetz AG

Die LerNetz AG ist spezialisiert auf die didaktische Konzeption und Umsetzung von elektronischen Lernmedien und Blended Learning-Angeboten. Von der Idee zum Lernerfolg – an unserem Stand erhalten Sie eine Übersicht unserer aktuellen Angebote und erfahren, wie medienbasiertes Lernen massgeschneidert, wirkungsvoll und zeitgemäss gestaltet werden kann.

Die Stiftung Science et Cité hat Ende 2015 in der Funktion als Koordinations- und Anlaufstelle für Citizen Science in der Schweiz die Webseite schweiz-forscht.ch ins Leben gerufen, um den Schweizer Citizen Science Projekten eine Plattform zu bieten. Ziel ist es, die Anerkennung von Citizen Science in der Schweiz und den Austausch der Citizen Science Stakeholder zu fördern. ProjektanbieterInnen haben die Möglichkeit, sich im Netzwerk zu registrieren und selber Projekte einzugeben. Leute, die an Citizen Science interessiert sind, können Projekte finden.

Come visit the Science et Cité - SNIS Mobile Studio – and share your thoughts about emotion and science

As the special circumstances of this extraordinary year have highlighted the importance of communication about science and that of a wide outreach, we invite participants and speakers at this year's edition of ScienceComm to talk about their lessons learnt, impressions and contributions during the conference. The format? A capsule interview granted to members of our team. The interviews are meant as a memory of the event, to be streamed live online and posted on the relevant platforms. We look forward to hearing about your views on emotion in science!

Follow us life on #ScienceComm20 and @SNISGeneva

swissnex Network – Verbindet die Schweiz mit der Welt in Bildung, Forschung und Innovation

Swissnex ist das weltweite Schweizer Netzwerk für Bildung, Forschung und Innovation. Wir unterstützen unsere Partner bei der internationalen Vernetzung und ihrem Engagement im globalen Austausch von Wissen, Ideen und Talenten. Die fünf swissnex Standorte und ihre Aussenstellen befinden sich in den innovativsten Zentren der Welt. Gemeinsam mit den rund 20 Wissenschaftsrätinnen und -räten an den Schweizer Botschaften stärken sie die Ausstrahlung der Schweiz als Innovations-Hotspot. Das swissnex Netzwerk ist eine Initiative des Staatssekretariats für Bildung, Forschung und Innovation und ist Teil des Aussennetzes des Bundes, unter der Federführung des Eidgenössischen Departements für auswärtige Angelegenheiten.

Donnerstag,
17. September

Programm

09:30–09:45

Landhaussaal
Begrüssung



Philipp Burkard, Leiter Science et Cité, Bern (Ω)

09:45–10:25

Landhaussaal
Keynote



Über die Grenzen der Rationalität einer Gesellschaft, die auf das Rationale vertraut
Katja Rost, Institut für Soziologie, Universität Zürich (Ω)

Heutige Gesellschaften vertrauen auf die Rationalität. Sei es das dominierende Menschenbild in der Wissenschaft, der sogenannte homo oeconomicus, oder die dominierenden Auswahlverfahren für Amtsträger, beispielsweise Politikerinnen, Managerinnen, Professorinnen oder Richterinnen, welche suggerieren, dass sich stets die Besten im Wettbewerb durchsetzen und gewählt werden. Was aber wenn nicht Fähigkeiten darüber entscheiden, wer eine Spitzenposition in Gesellschaften erklimmt, sondern stattdessen Emotionen («gleich und gleich gesellt sich gern»), Matthäus-Effekten («wer hat dem wird gegeben») und Zufall (zum richtigen Zeitpunkt am richtigen Ort)? In der Tat zeigt die Forschung, dass mehr als die Hälfte des Erfolgs von Personen oder Organisationen gerade nicht über Entscheidungsrationality erklärbar ist. Der Vortrag beleuchtet diese Thematik und diskutiert Alternativen.

10:25–10:55

Landhaussaal
Networking Session

11:15–12:30

Landhaussaal
Dialogue Session



Storytelling: Wie erklären Jugendliche ihre wissenschaftlichen Erkenntnisse der breiten Öffentlichkeit?

Marianne Begré, Schweizer Jugend forscht

In unserer Stiftung begleiten wir junge, motivierte und wissensdurstige Menschen auf Entdeckungsreise in die Wissenschaft. Wenn sie in unseren Förderprogrammen ihre ersten Schritte in der Forschung wagen, haben sie jeweils die Möglichkeit, ihre Projekte und Ergebnisse einem breiten Publikum zu präsentieren. Die Art und Weise, wie sie dann diese Wissenschaft kommunizieren, begeistert und verblüfft uns immer wieder aufs Neue. In unserer Dialogue Session möchten wir dir einen Perspektivenwechsel anbieten und aufzeigen, wie Jugendliche, die selber gerade erst die Wissenschaft kennenlernen, diese ganz intuitiv emotional vermitteln. Lass dich inspirieren und tauche ein in die Zukunft der Wissenschaftskommunikation. Wir freuen uns auf eine rege Anschlussdiskussion.

Leidenschaft mal neun: Die Wissenschafts-Olympiade

Lara Gafner, science.olympiad.ch

Die Wissenschafts-Olympiade fördert interessierte Jugendliche, weckt wissenschaftliche Begabungen und schafft Begegnungen mit Gleichgesinnten. Jedes Jahr finden Workshops, Lager und Wettbewerbe statt für über 4000 Talente in Biologie, Chemie, Geographie, Informatik, Mathematik, Philosophie, Physik, Robotik und Wirtschaft. Die Organisierenden sind junge Forschende, Studierende oder Lehrpersonen, die freiwillig viele Stunden investieren. Die Freiwilligen und Teilnehmenden der neun Olympiaden treibt vor allem eines an: Die Leidenschaft für ihr Fach. Wie lässt sich diese Leidenschaft einsetzen, um die gebündelte Wirkung der Wissenschafts-Olympiade zu verstärken? Wie wird die Wissenschafts-Olympiade mehr als die Summe ihrer neun Teile, ohne aus den Augen zu verlieren, was an den einzelnen Fächern begeistert? Wie kommuniziert die Wissenschafts-Olympiade zugleich Einheit und Vielfalt? Diese Fragen bespricht Lara Gafner, stellvertretende Kommunikationsbeauftragte der Wissenschafts-Olympiade und Freiwillige der Philosophie-Olympiade.

Dramedy oder Ekel: Wie bringen wir Wissen mit Emotionen auf Instagram?

Alisa Zaugg, Nima Liebetrau, Science et Cité

Unsere Instagram Professorin Dr. Fuchs will die interaktiven Formate auf der Plattform umgestalten. Bisher haben wir vor allem mit spielerischem Charakter gearbeitet und über die Möglichkeit des Miträtens Wissen bei der Zielgruppe vermittelt. Wir möchten mit den Teilnehmenden der Session an Instagram-Stories arbeiten, wo die Emotion die Aufmerksamkeit fängt und das Wissen daraus aufgebaut wird. Es sollen über audiovisuelle Inhalte Gefühle bei der Zielgruppe ausgelöst werden, welche das Wissen nachhaltiger verankern und so zum Dialog mit der Professorin animieren. Habe Mut und spinn mit uns an Ideen rum, die «Prof. Dr. Fuchs» direkt ausprobieren kann. Dabei erzählen wir dir auch gerne von unseren bisherigen Erfahrungen mit dem Kanal, so dass alle Beteiligten mit Inspiration und neuem Wissen aus der Session gehen.

Mit Spielen wissenschaftliche Fakten kommunizieren

Marc Widmer, LerNetz AG

Spiele werden gerne als das Leitmedium des 21. Jahrhunderts bezeichnet. Längst ist das Klischee von gamenden Nerds im Keller bei Pizza und Cola überholt und das Medium Computerspiel hat die Gesellschaft durchdrungen und prägt sie.

Durch Games lassen sich nicht nur Geschichten vermitteln, ob zugunsten der Story oder zu Marketingzwecken. Mit Computerspielen lassen sich auch wissenschaftliche Fakten auf verständliche und emotionale Weise transportieren. Keinem anderen Massenmedium gelingt es dabei, die Konsumierenden derart zu involvieren wie dem Computerspiel.

In der Dialogue Session sollen ausgewählte Aspekte von Computerspielen und deren Potential in der Wissenschaftskommunikation anhand konkreter Beispiele analysiert und beleuchtet werden.



Hate Speech

Michael In Albon, Schulen ans Internet, Corporate Responsibility, Swisscom AG

Unter «Hate Speech» wird der gezielte Einsatz von Worten als Waffe verstanden. Mit unsachlichen, falschen und verletzenden Aussagen gehen Hate-Speaker bewusst und gezielt gegen eine bestimmte Gruppe oder einzelne Menschen vor. In der Schweiz werden Jugendliche auf offenen Plattformen wie auf Social Media-Kanälen oder in Kommentarspalten zunehmend Hassreden ausgesetzt, wobei die Berichterstattung auf Personen des öffentlichen Lebens fokussiert.

Wie begegnet man «Hate Speech»? Welche Handlungsmöglichkeiten gibt es, um «Hate Speech» erfolgreich zu bekämpfen? Davon berichtet Michael In Albon, Jugendmedien-schutz-Beauftragter bei Swisscom.

«So schützen wir uns»: Wie trifft man den richtigen Ton in der Corona-Krise?

David Schärer, Rod Kommunikationsagentur

Adrian Kammer, Bundesamt für Gesundheit, Sektion Gesundheitsinformation und Kampagnen

Die Kampagne zur Eindämmung des neuen Coronavirus stellte das Kampagnenteam des Bundesamts für Gesundheit (BAG) vor grosse Herausforderungen. Wie trifft man mit einer Kampagne den richtigen Ton in einer Zeit, in der das Informationsbedürfnis der Bevölkerung riesig ist? Wie muss eine Kampagne konzipiert sein, die sich laufend an die Dynamik des Ereignisses anpassen muss? Adrian Kammer, Leiter Kampagnen des Bundesamts für Gesundheit BAG und David Schärer, Co-Gründer der Agentur Rod Kommunikation in Zürich, geben Einblick hinter die Kulissen der Entwicklung der Kampagne im Umfeld der grössten Krise seit dem 2. Weltkrieg und erzählen, was sie dabei gelernt haben.

Understanding the impact of COVID-19 on Science Reporting & Communication

Sebastien Hug, swissnex India

Science reporters and communicators all over the world face an unprecedented situation with the pandemic of COVID-19. Amidst an explosion of mis- and disinformation, high public scrutiny and great time pressure, the pandemic exerts unprecedented influence on the production of scientific knowledge as well as its dissemination among decision-makers and to the general public. In a joint initiative, swissnex India and Boston, in partnership with Science and Cité and the Swiss Academies of Arts and Sciences, aim to explore the impact of this pandemic on science communication and reporting. During ScienceComm, we will set the context and launch the cross-border survey aimed at communication practitioners, with specific focus on Switzerland, India and the USA.



Emotionen als Türöffner für Wissenschaftsthemen

Jenny Casetti, Claudia Weik, catta gmbh

Emotionen sind in der Wissenschaftskommunikation nicht immer gern gesehen, denn in der Wissenschaft geht es um Fakten. Aber wer sich bisher nicht für Wissenschaft interessiert hat, den erreiche ich mit einem Aufzählen von Fakten nicht. Ich packe ihn mit Verwunderung, mit Witz, mit Wut, mit Freude. Und wenn sie oder er sich dann für ein Thema interessiert, kann ich (muss ich) danach immer noch die Fakten auftischen.

Wie ihr wissenschaftlichen Inhalt emotionalisiert, probiert ihr in unserem Workshop aus. Ihr schlüpft in die Rolle der Pudel-Oma oder des Lamborghini-oder-Ferrari-Singles. Aus trockenen wissenschaftlichen Headlines formuliert ihr einen kurzen Inhalt für euer Lieblingsmedium: Glückspost oder Auto Motor Sport TV.

Zu Beginn erläutern wir, warum Emotionen in der Wissenschaftskommunikation wichtig sind (5 Min.). Danach sammeln wir gemeinsam mit den Teilnehmenden mögliche Emotionen, die sie später für die Gruppenarbeit verwenden können (5 Min.). Wir stellen verschiedene von uns vorgegebene Charaktere vor und teilen jedem Charakter drei bis vier Personen zu (max. 8 Gruppen, 5 Min.). Um etwas tiefer in die Rolle zu schlüpfen, erzählt jede Gruppe kurz, wo ihre Persona wohnt, was sie am liebsten einkauft und wer ihre Freunde und Feinde sind (10 Min.).

Nun bekommt jede Gruppe eine trockene wissenschaftliche Schlagzeile sowie zugehörige Bilder und Fakten zugeteilt. Jeweils zwei Gruppen bearbeiten dieselbe Schlagzeile. Praxistipps zur Emotionalisierung von Inhalten werden aufgezeigt (5 Min.).

Aus den vorgelegten Informationen erstellt jede Gruppe einen kurzen emotionalen Beitrag für das Lieblingsmedium ihrer Persona (20 Min.). Die Beiträge werden präsentiert (20 Min.), verglichen und die gewonnen Erkenntnisse miteinander besprochen.



Science and Emotions on Stage – Pitching Science in 3 Minutes
Silvie Cuperus, Life Science Zurich, University of Zurich & ETH Zurich
Dmitry Kopelyanskiy, Swiss FameLab Winner 2018
Farida Khali, Rédaction Unicom Communication & Média, Université de Fribourg
Denis Billotte, Conférence universitaire de Suisse occidentale (CUSO)

Over the last decade, a number of public presentation events involving young researchers have bloomed in academia. This workshop will give an introduction on FameLab and Ma Thèse en 180 Secondes, two annual science communication competitions in Switzerland. The concept for both competitions is simple: on stage, in front of a mixed audience young researchers present a scientific topic with minimal props or just one slide. All this happens in less than three minutes. For candidates, it is a question of getting to the heart of the matter on the objective and interest of their research. But it is also an opportunity to share their passion for research, and to show that scientists are indeed human beings and hard workers. And beyond the entertainment and the promotional aspects, such competitions also have great value for doctoral education. After the introduction, the practical part will be divided in two tracks.

Track 1 – The making of a pitch: training the trainers

In this track, participants will discuss the training contents, but also the didactic modalities that can be put in place to realize a science communication competition. A particular focus will be made on the diversity of personal profiles, as it is essential to avoid excessive formatting and the alignment of performances on a few repetitive models, in order to guarantee both the authenticity of the performances and the interest of the public over time. Samuel Lagier, who has been accompanying candidates for MT180, FameLab and other performances in their preparation for several years, will facilitate the workshop

Track 2 – Pitching Science

Science is difficult. Explaining it is even harder. Famelab participants are faced with a very challenging task: On stage, in front of a large lay audience, no power point, limited props and only three minutes. Three minutes to educate, to entertain and to inspire . . . This requires a lot of careful preparation. Dmitry Kopelyanskiy, the winner of Famelab Switzerland 2018, experienced moderator and award-winning science public speaker will talk about the best ways to prepare for Famelab competition and communicate your science in a memorable way. Creation and polishing the content, mastering the delivery, preparation for questions and managing the stress levels are the main blocks of this workshop, addressed to future Famelab participants and everyone interested in science communication.

For more info on the science communications competition see the websites
FameLab Switzerland: www.britishcouncil.ch/famelab
Ma Thèse en 180 Seconds: www.mt180.ch/accueil

13:40–13:45

Landhaussaal
Begrüßung



Tina Stämpfli, Horace Perret, Science et Cité (Ω)

13:45–14:25

Landhaussaal
Keynote



The Power of Instinct
Fabrice Leclerc, Entrepreneur and a life advocate (e)

Fabrice Leclerc's extraordinary innovativeness has made him an important partner to a number of Fortune 100 companies. How can a person innovate in 2020? What forms the basis of Leclerc's ground-breaking ideas that he has developed for companies such as L'Oréal Prestige, SKY, Google, Nespresso and Apple, and made him an innovation partner to Steve Jobs for many years? Fabrice Leclerc follows a clear method: «If you want to innovate successfully, human instinct has to be the central focus. Because there's no stronger approach than through knowledge and emotions that we have been perfecting around inside for millions of years.» The veterinary surgeon and management scientist has operated on this principle since his time as CEO of Häagen Dazs, Chief Innovation of L'Oréal Prestige international, whether as today innovation partner, angel and mentor at the EPFL and in Silicon Valley, or in his personal life.

Landhaussaal
Agora Forum Dialogue Session



Breaking the ice between scientists and science communicators
Charles Roduit, Swiss National Science Foundation, SNSF (d/f/e)

Take the opportunity to meet with scientists and brainstorm ideas for new science communication projects! The Agora Forum connects scientists whose research is of societal relevance and who are interested in developing science communication projects with science communicators and outreach experts.

The Agora Forum starts with short presentations of successful Agora projects followed by a dialogue session in which scientists and communicators get in touch. Afterwards, participants can deepen the discussions they had, and start a collaboration to develop outreach projects.

The Agora Forum is organized by the team responsible for the SNSF's Agora funding scheme, which aims to foster dialogue between scientists and society. It encourages researchers to communicate their current research to an audience of lay people. Agora projects aim at starting a dialogue between researchers and the public in which they interact and listen to each other.

Wissenschaftskommunikation in der Filterblase

Mike S. Schäfer, Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung,
Universität Zürich

im Gespräch mit:

Judith Hochstrasser, Schweizerischer Nationalfonds

Nico Leuenberger, Podcaster

Urs Hafner, Journalist

Edda Humprecht, Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung,
Universität Zürich

Die Wissenschaftskommunikation ist auf dem Vormarsch. Die Schweizer Hochschulen bauten in den letzten Jahren ihre Kommunikationsstellen massiv aus, insbesondere im Bereich Social Media. Sie erhoffen sich davon die zielgenaue Kommunikation mit der Öffentlichkeit. Die Bürgerinnen und Bürger sollen besser über die Leistungen der von ihnen finanzierten Forschung informiert werden. Und die Kommunikation dient selbstverständlich der Bewerbung der eigenen Institution im Wettbewerb der Hochschulen. Auch immer mehr Forschende nutzen die sozialen Netzwerke, um sich ohne Umweg über die traditionellen Massenmedien direkt an ihre «Follower» zu wenden. So kann ein direkter Dialog stattfinden.

Erfüllen die neuen digitalen Möglichkeiten die Erwartungen, und wo liegen die Chancen, wo die Risiken? Wer leistet die kritische Einordnung der Forschung, der Wissenschaftsjournalismus allein oder auch die vielfältigen Vermittlungsformate jenseits der Social Media-Kanäle (Schulcamps, Ausstellungen, Festivals)? Und wie spricht man die unterschiedlichen Zielpublika am effektivsten an – indem sie emotionalisiert werden oder sollen vor allem die KommunikatorInnen ihre Emotionen zeigen?



En quête d'enchantement ... La science au prisme de l'Effet Père Noël
*Richard-Emmanuel Eastes, Segallis Sàrl / Haute École Spécialisée de Suisse
Occidentale, HES-SO/SADAP*

Julien Rastegar, Médiateur scientifique Segallis

Si les scientifiques ne doutent guère de la capacité d'émerveillement de la science, il n'est pas rare de la voir accusée de tuer l'un de nos besoins fondamentaux: le merveilleux. Entre science et société, la communication scientifique s'efforce de propager des connaissances fiables et des régimes de pensée rationnels. Mais comme des parents contraints de bouter le Père Noël hors des imaginaires de leurs enfants, les messages qu'elle porte l'amènent parfois à surmonter de véritables chocs émotionnels: c'est ce que nous nommons l'Effet Père Noël.

Comment concilier le besoin de merveilleux avec la nécessité de partager une information juste et une pensée critique? La perte du merveilleux causée par la connaissance peut-elle être compensée par l'émerveillement qu'elle procure?

Telle est la discussion que nous vous proposons de conduire dans cet atelier.

L'objectif de cet atelier est de prendre conscience, d'une part, du besoin de préserver au monde une part de mystère et de merveilleux qui prévaut de manières inégales chez chacun d'entre nous et, d'autre part, du risque de défiance qu'est susceptible d'engendrer une communication scientifique trop froide et trop rationnelle.

Après une introduction destinée à problématiser la discussion et à ouvrir quelques pistes de réflexion, les participant-es seront amené-es 1/ à réfléchir par petits groupes à diverses questions qui seront élaborées, négociées et choisies en commun et 2/ à appliquer ces réflexions à leurs propres pratiques de communication scientifique.

Des extraits de textes, des anecdotes et autres documents sonores et visuels viendront stimuler les réflexions en cours d'atelier.



Wie viel Emotion darf's denn sein? Beispiele der visuellen Vermittlung
Jonas Christen, Noemi Chow, Knowledge Visualization, Zürcher Hochschule der Künste ZHdK

Scientainment und Storytelling ist in aller Munde. Um wissenschaftliche Inhalte einem breiten Publikum zu vermitteln braucht es einen emotionalen Zugang – soviel ist unbestritten. Aber wie können wir verhindern, dass gleichzeitig die Glaubwürdigkeit und Seriosität der wissenschaftlichen Inhalte und der Forschung in Frage gestellt werden? Inwiefern stehen Emotionalität und Glaubwürdigkeit im Widerspruch und wie können sie in Einklang gebracht werden? In diesem Workshop erarbeiten Mitarbeitende der Forschungsgruppe Knowledge Visualization der Zürcher Hochschule der Künste ZHdK, gemeinsam mit den Teilnehmenden praxisnahe Konzepte der visuellen Wissensvermittlung im Spannungsfeld zwischen wissenschaftlicher Forschung und Wissensvermittlung an die Öffentlichkeit.

Anhand von Beispielen der Designforschung sowie der Praxis der visuellen Wissensvermittlung werden folgende Fragen diskutiert: Welche Medien – von der Visualisierung über den Wissensfilm bis zu den immersiven Medien – sind wie geeignet um Inhalte auf emotionale Weise zu vermitteln? Welche Bedeutung kommt Storytelling im Vermittlungsprozess zu? Und wie kann über die Art der Darstellung von Farbigkeit, Formsprache und Perspektive etc. die emotionale Nähe und Distanz der Betrachter*innen moduliert werden? Teilnehmende werden ihre eigenen Beispiele einbringen und deren Vermittlungskonzeption reflektieren, sowie eigenhändig Ideen anskizzieren wie sie ausgewählte Inhalte mit adäquater emotionaler Wirkung vermitteln können.

Landhaussaal Dialogue Session



Bilanz und Learnings aus der Förderstrategie Scientainment
Marco Vencato, Gebert Rüt Stiftung

Emotionen haben in der Wissenschaftskommunikation einen schweren Stand, sie sind mit dem vermeintlichen Makel subjektiver Relativität behaftet. Dabei spielen Gefühle eine zentrale Rolle, sowohl in der Forschung selbst als auch in der Kommunikation. Dort den Hebel anzusetzen und die Vermittlung von wissenschaftlichen Inhalten möglichst effektiv zu gestalten, ist das Versprechen von Scientainment.

Als Formel verweist «Scientainment» auf einen niederschweligen Ansatz des Kommunizierens, bei dem Unterhaltung und Wissensvermittlung klug verbunden werden, mit relevanten Themen, attraktiven Formaten und starken Kanälen. Für die Zielsetzung des gleichnamigen Förderprogramms ist entscheidend, dass Scientainment-Projekte ein schwer erreichbares, nicht wissenschaftsaffines Publikum ansprechen.

Die hier vorgestellten, von der Gebert Rüt Stiftung unterstützten Projekte stellen sich dieser Herausforderung auf unterschiedliche Weise. Die Dialogue Session geht der Frage nach, ob und wie diese Projekte einen modellhaften und zugleich skalierbaren Weg gefunden haben, die Aktivierung von Gefühlen für die Wissenschaftskommunikation fruchtbar zu machen.

Camp Discovery

Marion Alig Jacobson, Science et Cité

Juanita Schläpfer, Zurich-Basel Plant Science Center, Universität und ETH Zürich

Camp Discovery will Kinder und Jugendliche ermutigen, neugierig die Welt zu entdecken. In Ferienlagern schlüpfen sie in die Rolle von Forscherinnen und Forschern und begegnen Menschen, die sich beruflich mit Forschung und Wissenschaft beschäftigen.

Camp Discovery richtet sich speziell an Kinder und Jugendliche, die noch wenig Kontakt mit wissenschaftlichem Forschen gehabt haben. Für Kinder ist es eine Herausforderung, sich in einer Gruppe für wenige Tage einzufügen, wo sie niemanden kennen. Hinzu kommt, dass ihnen das Thema «Wissenschaft» fremd ist. Die Gefahr besteht, dass sie keinen Bezug aufbauen können und das Angebot schlussendlich mit dem Gefühl verlassen «Wissenschaft ist eben doch nichts für mich!»

Wie können wir dieser Herausforderung begegnen? In dieser Session tauschen wir uns darüber aus, wie wir mit Wissenschaftscamps positive Erlebnisse ermöglichen können, die Vertrauen bilden und Spass machen.

Digital Literacy anhand von 33 Schweizer Frühfilmen

David Bucheli, Hansmartin Siegrist, Seminar für Medienwissenschaft, Universität Basel

Wie lässt sich historische Film- und Medienbildung partizipativ und ergebnisoffen vermitteln? Im Vermittlungsprojekt «Digital Literacy anhand von 33 Schweizer Frühfilmen» werden Lernende ab der Sekundarstufe selbst zu Forscherinnen und Filmdetektiven: Mit digitalen Analysetools werden die ältesten Filmaufnahmen der Schweiz aus den Jahren 1896–1900 unter die Lupe genommen und zum Ausgangspunkt für eigene audiovisuelle Arbeiten. Einfache Open Source-Filmverarbeitungs-Software und Virtual Reality-Tools erlauben es, die Digitalisate von gut 120-jährige Filmaufnahmen spielerisch zu erkunden, als historische Quellen zu interpretieren oder experimentell zu manipulieren. Nicht zuletzt arbeitet das Projektteam daran, das exklusive Archivmaterial in einem Kino-Dokumentarfilm der Öffentlichkeit zugänglich zu machen.

Science Booster

Luc Henry, Mirko Bischofberger, Université de Lausanne

Comment convaincre le grand public de soutenir financièrement des projets de recherche ou de communication scientifique? C'est le défi que relève le canal Science Booster de la plateforme suisse de financement participatif wemakeit depuis janvier 2017. Pour piquer la curiosité de donatrices et donateurs potentiels, les chercheuses et chercheurs, professionnels ou amateurs, doivent communiquer leur passion et susciter une émotion. La motivation qu'ils partagent au travers d'un texte ou d'une vidéo est un facteur déterminant pour la réussite de leur campagne. Pour aider au lancement puis à la pérennisation du canal Science Booster, Gebert RUF Stiftung a apporté un soutien de CHF 550 000.– au travers de son programme «Scientainment», dont CHF 375 000.– distribués sous forme de bonus aux campagnes ayant atteint leur objectif de financement. L'équipe du Science Booster partagera son expérience des trois dernières années au cours desquelles 75 projets ont récolté plus d'un million de francs suisses auprès de 7000 personnes.

leonardo multimedial

Matthias Künzler, Institut für Multimedia Productio, Fachhochschule Graubünden

Jugendliche werden mit diesem Projekt von einer Zielgruppe zu Produzenten von Wissenschaftskommunikation. Mit ihren Alltagsgeräten (v. a. Smartphones) produzieren sie Videoreportagen über Forschungsprojekte an schweizerischen Hochschulen und werden dabei von Multimediaproduzenten und Studierenden gecoach.

Das Projekt richtete sich an nicht-wissenschaftsaffine Jugendliche, die wissenschaftlichen Themen eventuell mit Vorurteilen begegnen. Die Rekrutierung von Jugendlichen und das Zusammenbringen mit Forschergruppen erwies sich als anspruchsvoll. In dem die Workshops in unterschiedlichen «Settings» durchgeführt wurden (Schulen, Sommer-Ferienpass, offene Ausschreibung etc.), konnten Lehren gezogen werden, welche Erfolgsfaktoren für eine langfristige Institutionalisierung des Projekts zu beachten sind und welche Lücken in der Medienkompetenz von «Digital Natives» bestehen.

16:25–17:40

Gemeinderatssaal
Failure Session

Ihr
Projekt?

Hier könnte auch Ihr Projekt stehen – Bewerben Sie sich beim Call for failure session oder spontan vor Ort!

16:25–17:40

Seminarraum
Workshop V



Odeur de science

Giovanni Pellegrini, Alessio Lavio, L'ideatorio – Science et Cité Lugano

Le beau et le laid, le littéral et le métaphorique, le sain et le fou, le comique et le sérieux . . . même l'amour et la haine, tous sont des thèmes que la science aujourd'hui évite. (G. Bateson) La science est considérée comme une affaire sérieuse. En conséquence la communication scientifique aussi risque souvent d'utiliser un langage trop érudit et aseptisé. Nous avons toujours pensé que pour transmettre des connaissances scientifiques, sans biais subjectifs, il fallait séparer la science de l'humain, la connaissance des sentiments. Aujourd'hui, au contraire, nous savons que l'apprentissage passe par le partage humain des émotions. Voici donc un laboratoire pour sentir la science, une science qui se nourrit aussi de souvenirs et d'émotions, même si elle est basée sur de froides molécules odorantes et des récepteurs olfactifs.

Les odeurs évoquent les rencontres amoureuses passées, les peurs, les sourires et les moments précieux. En jouant avec votre nez, à travers des jeux de groupe et de petites expériences odorantes, le laboratoire vous fera découvrir un des sens les plus mystérieux et les plus fascinants: l'odorat. Mais elle nous rappellera aussi que si la science reste enfermée dans une rigueur logique et un langage apathique, elle ne peut pas dialoguer avec l'homme. Pour appartenir à l'homme, et donc pour être culture, en plus des contenus, elle doit proposer un voyage de découverte de soi-même.

Jurasaal
Workshop VI



Hass im Netz: Wie können junge Menschen damit umgehen?

Yvonne Haldimann, Nationale Plattform Jugend und Medien Bereich Kinder- und Jugendfragen

Nina Hobi, Bundesamt für Sozialversicherungen

Herkunft, Hautfarbe, Geschlecht, sexuelle Orientierung, Religionszugehörigkeit oder Weltanschauung – Diskriminierungen und Anfeindungen richten sich aufgrund verschiedener Aspekte gegen einzelne Personen oder ganze Gruppen. Das Internet und insbesondere die sozialen Medien bieten dafür eine besonders geeignete Plattform, da das Fehlen eines Gegenübers die Enthemmung fördert. Hasserfüllte Inhalte erhalten zudem mehr Aufmerksamkeit und werden daher auch mehr verbreitet.

Junge Menschen müssen lernen, wo die Grenze zu diffamierendem und diskriminierendem Verhalten überschritten wird und wie sie bei Beleidigungen, Anfeindungen, Hass und Shitstorms reagieren können.

Jugend und Medien als nationale Plattform für die Förderung von Medienkompetenzen richtet sich an Eltern und Fachpersonen, die Kinder und Jugendliche bei der Mediennutzung begleiten. Im Fokus des Workshops stehen daher Möglichkeiten, wie Erwachsene junge Menschen dazu ermutigen können, sich online respektvoll zu verhalten und Betroffene von Hassrede zu unterstützen.

Zunächst geht es im Workshop um das Phänomen der Hassrede. Gemeinsam mit den Teilnehmenden möchten wir über die Definition des Begriffs sprechen und Hassrede von anderen Begriffen wie Cybermobbing oder Shitstorm abgrenzen. Im Anschluss geht es um die Ausprägungen von Hassrede, die Täter*innen und die Betroffenen. Was charakterisiert Täter*innen, wer ist besonders betroffen? Und: wie können insbesondere Jugendliche vorgehen, wenn sie von Hassrede betroffen sind oder Betroffene unterstützen möchten? Mit Aktivitäten aus einem Tool Kit zur Sensibilisierung von Jugendlichen für die Hassrede-Problematik werden die Teilnehmenden anschliessend zu einem Perspektivenwechsel angeregt. Schliesslich möchten wir gemeinsam mit den Teilnehmenden darüber diskutieren, was Wissenschaftskommunikation konkret dazu beitragen kann, dem Hass im Netz entgegenzutreten.

Landhaussaal
Preisverleihung



Begrüssung durch *Claudia Appenzeller*, Generalsekretärin der Akademien der Wissenschaften Schweiz (Ω)

a+ Prix Média

für eine journalistisch exzellente Arbeit über Forschung und Wissenschaft

a+ Prix Média Newcomer

für eine innovative Idee (Projektskizze), die durch ein Public Voting für die Ausführung eines Beitrags über Forschung und Wissenschaft bestimmt wurde

SNF Optimus Agora

für ein wissenschaftliches Projekt mit grossem kommunikativem Potenzial

Landhaussaal
Podiumsgespräch: Wie emotional ist Wissenschaft?



Forschungsfragen formulieren, analysieren, über Ergebnisse berichten. Ist Wissenschaft nüchtern und sachlich oder emotional? WissenschaftlerInnen und JournalistInnen diskutieren über die Entstehung und Vermittlung von Forschungsergebnissen und die Rollen von Wissenschaft und Journalismus.

Marcel Tanner im Gespräch mit *Huma Khamis*, *L. Suzanne Suggs* und *Daniel Probst* (Ω).

Veranstalter, Trägerschaft und Partner

Veranstalter

science|**cité**
wissenschaft
und gesellschaft
im dialog

Trägerschaft

 akademien der
wissenschaften schweiz

 **FN-SNF**
SCHWEIZERISCHER NATIONALFONDS
ZUR FÖRDERUNG DER WISSENSCHAFTLICHEN FÖRSCHUNG

**STIFTUNG
MERCATOR
SCHWEIZ**

Partner

LERNNETZ
vernetzt lernen

 **swisscom**

krebsforschung schweiz
recherche suisse contre le cancer
ricerca svizzera contro il cancro
swiss cancer research

**WISSENSCHAFT.
BEWEGEN**
GEBERT RUF STIFTUNG

STADTSOLOTHURN