



Jeudi, 17 septembre 2020

Landhaus Soleure

ScienceComm '20

**Congrès annuel suisse
de la communication scientifique**

«Emotion in Science is...»

Informations

Conférence plénière



Talk Session/Exposé



Workshop



Dialogue Session



Langue

Les keynotes en allemand (d) et en français (f) ainsi que la remise des prix et la table ronde plénière seront traduits simultanément (Ω). Les Workshops, Dialogue Sessions, Talk Sessions et contributions en anglais (e) ne seront pas traduits, les exceptions seront mentionnées.

Twitter

#ScienceComm20

WIFI

Landhaus by Solnet
Mot de passe: 1878616588

COVID-19



Le concept de protection pour l'ensemble de la manifestation (www.sciencecomm.ch/fr) est basé sur les règles de l'OFSP et des autorités sanitaires cantonales. Masques obligatoires durant toute la durée du congrès. Les masques ne sont pas fournis par l'organisation.

Formats

Workshop

Session de 75 minutes au cours de laquelle les participants traitent un thème de manière approfondie avec l'aide de la direction du workshop et élaborent une solution. Diverses méthodes et formats didactiques sont utilisés dans les workshops. Une description détaillée est présentée dans le programme avec chaque workshop ou format interactif.

Dialogue Session

Cette session offre une plateforme pour présenter et discuter de projets en petits groupes. Chaque responsable de projet dispose de deux minutes pour convaincre les participants de la session de l'intérêt de son projet. Chaque participant choisit ensuite un projet et en débat autour d'une table avec les autres personnes intéressées (environ 5 à 10 personnes). Après environ 15 minutes, les participants ont la possibilité de changer de table pour discuter d'un autre projet.

Networking Session

La Session de networking se déroule dans divers lieux en petits groupes et fait l'objet d'une animation.

Talk Session

Dans la Session Talk, vous entendrez de brefs exposés de 15 minutes maximum. Après chaque exposé, vous pourrez discuter du thème pendant 10 minutes.

Avant-propos

La neuvième édition de ScienceComm met l'accent sur les émotions dans la science et sa communication. Lorsque le comité du programme a défini la devise « Emotion in Science is ... » en décembre 2019, nous n'avions aucune idée que les émotions dans la communication scientifique allaient devenir encore plus d'actualité: la crise du COVID-19 nous touche tous et nous montre « l'importance d'une communication scientifique compétente et la nécessité d'un journalisme scientifique indépendant et critique » (Mike S. Schäfer). La science a en effet rarement été autant au centre de l'attention qu'aujourd'hui. Nous constatons également dans cette période à quel point une bonne communication scientifique est importante, et à quel point les gens l'apprécient. Lorsqu'elle traite de sujets émotionnels, la communication scientifique doit rester factuelle pour paraître crédible et honnête; le dialogue est vulnérable, cultivons-le!

ScienceComm'20 vous propose un contenu passionnant avec de nombreux formats interactifs à découvrir. Le mercredi soir, nous invitons également le public et la communauté ScienceComm intéressée à un événement public! Avant la pandémie du COVID-19, tout le monde parlait du climat. Cette thématique reste d'actualité et continue d'échauffer les esprits. Avec la contribution du professeur Thomas Stocker, d'apprentis et d'organisations locales, nous avons mis sur pied une soirée interactive.

Le concept de protection pour l'ensemble de la manifestation est basé sur les règles de l'Office fédéral de la santé publique et des autorités sanitaires cantonales. Nous suivons de près l'évolution de la pandémie et adaptons constamment le concept de protection. Nous vous informerons rapidement des dispositions définitives: www.sciencecomm.ch/fr. Masques obligatoires durant toute la durée du congrès. Les masques ne sont pas fournis par l'organisation. Nous recommandons à tous les participants d'installer l'application SwissCovid.

Les Académies suisses des sciences décerneront le a+ Prix Média pour l'excellence d'un travail journalistique dans le domaine de la recherche et des sciences et le a+ Prix Média Newcomer, qui honore les jeunes talents ayant des idées novatrices pour le journalisme scientifique. Le Fonds national suisse de la recherche scientifique remettra quant à lui le prix FNS Optimus Agora à un projet de communication exceptionnel. Ces remises de prix seront suivies par une discussion au sein d'un panel réunissant des experts renommés qui tenteront de répondre à la question suivante: « La science est-elle émotionnelle? ».

Science et Cité profite de l'occasion pour exprimer ses chaleureux remerciements pour son engagement au Comité du programme, qui sélectionne chaque année les résumés et repense constamment les formats. Aux Académies suisses des sciences, au Fonds

national suisse et à la Fondation Mercator Suisse pour leur précieux soutien financier, sans lequel ScienceComm ne pourrait avoir lieu. A notre partenaire de longue date également, LerNetz, ainsi qu'aux partenaires de cette édition, Swisscom, la Recherche suisse contre le cancer, Gebert Rûf Stiftung et la Ville de Soleure.

Nous vous souhaitons un ScienceComm'20 unique et plein de rencontres inspirantes!

L'équipe ScienceComm

Tiina Stämpfli, Nicole Lachat et Nima Liebetrau

Soirée public

**Mercredi,
16 septembre
18:00–20:00**

**L'heure tourne!
Réflexion sur l'air chaud, les visions cools et les mesures
courageuses (en allemand)**

La veille du congrès, nous invitons toutes les personnes intéressées à une manifestation publique et interactive en compagnie du climatologue Thomas Stocker.

Avant la pandémie COVID-19, le climat était au centre de l'attention. Cela reste une actualité brûlante qui enflamme les esprits. Même si des décisions importantes ont été prises ces dernières années, le temps presse et la glace fond. La limite de moins de 2 degrés de réchauffement climatique fixée lors du sommet sur le climat de 2015 à Paris est extrêmement difficile à atteindre.

La modératrice de l'émission SRF Meteo-Dach Sandra Boner rencontrera le chercheur en climatologie Thomas Stocker au Landhaus de Soleure le 16 septembre et présentera un événement passionnant pour le public. Stocker, l'un des chercheurs en climatologie les plus renommés au monde, rendra les faits scientifiques tangibles, parlera d'actions et de visions concrètes et répondra aux questions. Cette soirée interactive est créée avec les contributions des élèves de l'école cantonale de Soleure, de la Jeunesse climatique du canton de Soleure, du RestEssBar, le start-up Planted et de la Société 2000 Watt de la région.

Les faits et les conséquences imminentes du changement climatique sont bien connus. La science ou la communication scientifique ne parvient évidemment pas à dissiper tous les doutes ou n'atteint pas tous les gens de la même manière. Dans le contexte de la pandémie du COVID-19, « Aplanir la courbe » est devenu une expression courante et a eu un impact. Il est essentiel qu'un grand nombre de personnes participe pour qu'en fin de compte nous en tirions tous profit. Les comportements individuels ont un impact sur la planète et ses habitants.

Livestream sur Facebook @ScienceEtCite

Cette soirée interactive sera tenue en allemand sans traduction simultanée en français.

Thomas Stocker a étudié la physique environnementale à l'EPF de Zurich et a obtenu son doctorat en 1987. Après des séjours de recherche à Londres, Montréal et New York, il est devenu chef du département de physique climatique et environnementale de l'Institut de physique de l'Université de Berne en 1993. De 2008 à 2015, Thomas Stocker a été coprésident du groupe de travail I du Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat (GIEC). Le rapport, qui a été adopté par tous les pays sous sa présidence en septembre 2013, constitue la base scientifique de la Convention de Paris sur le climat. Thomas Stocker a reçu le titre de Dr. Honoris Causa de l'Université de Versailles et de l'EPF de Zurich ainsi que la médaille Hans Oeschger de l'Union européenne des géosciences pour son travail. Il est membre de l'Académie allemande Leopoldina, de l'Association américaine des arts et des sciences et de l'Accademia dei Lincei italienne. En 2017, il a reçu le prix suisse de la science Marcel Benoist.



© Ramo Elzener, Bern

Sandra Boner a acquis sa première expérience de modératrice à la chaîne régionale de Soleure, Intro TV, où elle a dirigé l'émission de météo et d'informations. Quelques années plus tard, elle a rejoint la SRF1, où elle présente depuis lors l'émission SRF Meteo. C'est la variété et la complexité des conditions météorologiques qui ont poussé Sandra Boner à s'intéresser à la météorologie. En plus de la météo, Sandra Boner anime une grande variété d'événements. Sandra Boner a des liens étroits avec Soleure et est donc la présentatrice idéale pour l'événement publique de ScienceComm'20.



© zvg

Keynotes

**Jeudi,
17 septembre
09:45–10:25**

**Landhaussaal
Keynote**



Les limites de la rationalité dans une société qui fait confiance au rationnel
Katja Rost, Institut für Soziologie, Universität Zürich (Ω)

Les sociétés d'aujourd'hui font confiance à la rationalité. Que ce soit l'image dominante de l'homme dans la science, de l'homo economicus, ou les procédures de sélection dominantes pour les titulaires de fonctions, par exemple les politiciennes, les cadres féminins, les professeures ou les juges femmes, les deux suggèrent que les meilleurs l'emportent toujours dans la compétition et sont élus. Mais que faire si ce ne sont pas les capacités qui décident de l'ascension d'une personne vers un poste élevé dans la société, mais plutôt les émotions (« qui se ressemble s'assemble »), l'effet Matthieu (« car on donnera à celui qui a ») et le hasard (au bon endroit au bon moment) ? En fait, les recherches montrent que plus de la moitié du succès des individus ou des organisations ne peut s'expliquer par la rationalité des décisions. La conférence fera la lumière sur ce sujet et discutera des alternatives.

Katja Rost est professeure titulaire de sociologie et privat-docent d'économie à l'université de Zurich. Ses recherches portent sur la sociologie économique et organisationnelle, la sociologie numérique, les réseaux sociaux et la diversité. Elle est membre du Conseil universitaire de l'Université de Lucerne, présidente de la Commission de l'égalité des chances de l'Université de Zurich et vice-présidente du « Center for Higher Education and Science Studies ».



© PZ

**Jeudi,
17 septembre
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

Remise des prix

**Jeudi,
17 septembre
18:00–19:25**

a+ Prix Média et a+ Prix Média Newcomer

À l'occasion de ScienceComm'20, les Académies suisses des sciences décerneront le a+ Prix Média pour l'excellence journalistique dans la recherche et la science et le a+ Prix Média Newcomer, qui honore les jeunes talents ayant des idées novatrices pour le journalisme scientifique.

En raison de la transformation des médias, un journalisme scientifique indépendant et de qualité est particulièrement important. Avec ces prix, les Académies suisses des sciences reconnaissent le rôle important des journalistes, en particulier en période de pandémie. Les professionnels des médias développent des sujets complexes, regroupent des faits, interrogent et préparent leurs conclusions pour un large public.

FNS Optimus Agora

Le Fonds national suisse (FNS) remettra le prix FNS Optimus Agora à Dominique de Quervain et Carmen Sandi. Leur projet «Stress» vise à encourager l'interaction avec le public.

Le stress fait partie de notre quotidien. Mais nous pouvons améliorer notre qualité de vie si nous le comprenons mieux et savons comment prévenir les situations à risque. C'est en ce sens que Dominique de Quervain, de l'Université de Bâle, et Carmen Sandi, de l'EPFL, tous deux professeurs en neurosciences, ont lancé le projet Agora «Stress», soutenu par le FNS.

Table ronde

**Jeudi,
17 septembre
18:00–19:25**

Landhaussaal

«La science est-elle émotionnelle?»



Formuler des questions de recherche, analyser, rendre compte des résultats. La science est-elle sobre et objective ou émotionnelle? Des scientifiques et des journalistes discuteront de la production et de la communication des résultats de la recherche et du rôle de la science et du journalisme.

Marcel Tanner en conversation avec Huma Khamis, L. Suzanne Suggs et Daniel Probst (Ω).

Marcel Tanner est président des Académies suisses des sciences et responsable du groupe Santé publique et membre de l'organe consultatif scientifique au sein de la Task Force nationale suisse sur le COVID-19. Il est professeur émérite d'épidémiologie et de parasitologie médicale à l'Université de Bâle. Depuis 2017 il est président de la Commission fédérale pour les questions liées aux infections sexuellement transmissibles (CFIT). De 1997 à 2015 Il a été directeur de l'Institut Tropical et de Santé Publique Suisse où il a joué un rôle déterminant dans le développement de vaccins antipaludiques. A côté de la recherche, le renforcement des capacités et l'établissement de partenariats Nord-Sud étaient primordiaux, comme en témoigne le développement de l'Ifakara Health Institute en Tanzanie. A ce jour, il agit encore à titre de conseiller pour la recherche sur la lutte contre les maladies transmissibles et le renforcement des systèmes de santé au niveau national et international.



© 2023

Huma Khamis est depuis 2013 journaliste scientifique et animatrice radio pour CQFD, l'émission sciences et santé de la RTS. Elle est par ailleurs vice-présidente de l'Association suisse du journalisme scientifique (SKWJ/ASJS). Après des études en biologie et en microbiologie, elle a travaillé dans la recherche pour l'Institut cantonal de microbiologie de Bellinzone. Elle a fait ses premières armes dans le journalisme au sein de la Fédération romande des consommateurs (FRC).



© JRG

L. Suzanne Suggs est professeure de marketing social à l'Institut de communication publique et à l'Institut de santé publique de l'Università della Svizzera Italiana. Elle est par ailleurs vice-présidente de la Swiss School of Public Health+, présidente du comité de l'European Social Marketing Association et professeure invitée à l'Institute for Global Health Innovation de l'Imperial College de Londres. Elle est membre de la Swiss National COVID-19 Science Task Force ainsi que du groupe d'experts communication scientifique des Académies suisses des sciences. Ses recherches se concentrent sur les comportements liés à la santé, les stratégies pour les modifier et sur la manière dont la communication les influence.



© JRG

Daniel Probst a créé le site web corona-data.ch, qui est avec l'Office fédéral de la santé publique devenu la plus importante source d'information sur le nombre de dossiers en cours concernant le COVID-19 en Suisse. Avant d'étudier la bioinformatique à l'Université de Berne, il a effectué un apprentissage d'informaticien, puis a travaillé pendant plusieurs années à la Mobilière en tant qu'ingénieur système. Pendant ses études, il était employé chez von Graffenried en tant que développeur de logiciels. Il est aujourd'hui chercheur chez IBM à Zurich.



© JRG

Stands du marché, vidéos et posters

**Jeudi,
17 septembre
09:00–18:00**

Säulenhalle

Académies suisses des sciences (a+)

Comptant plus de 100 000 membres à son actif, les Académies mettent en réseau l'ensemble de la communauté scientifique et offrent des conditions cadres optimales pour travailler sur des thèmes sociétaux touchant aux domaines de la formation, de la recherche et de l'innovation. Elles encouragent d'une manière proactive le dialogue entre la science, la société et la politique tout en donnant des conseils sur des questions scientifiques et sociales d'importance. En tant qu'association, elle regroupe les quatre Académies suisses des sciences et les centres de compétences TA-Swiss et Science et Cité.

Concours FNS d'images scientifiques : Les coulisses de la science en 180 images

La science se présente souvent comme une activité cérébrale et objective, mais les nombreuses images qu'elle produit démentent une telle vision réductrice. Elles démontrent à quel point la recherche nous parle également sur le plan de l'esthétique, de la subjectivité et de nos émotions. Depuis 2017, le Concours FNS d'images scientifiques invite les chercheuses et les chercheurs de Suisse à montrer les images et courtes vidéos produites durant leur activité. Nous présentons ici une sélection issue des plus de 1500 œuvres spectaculaires reçues à ce jour et disponibles en ligne : prises de vue microscopiques aux textures abstraites, moments d'intimité issus du quotidien de la recherche, coups d'œil décalés sur les coulisses de la science, animations déroutantes qui questionnent nos sens.

LerNetz AG

LerNetz AG est spécialisée dans la conception didactique et la mise en œuvre de supports d'apprentissage électroniques et d'offres de formation mixte. De l'idée au succès de l'apprentissage – notre stand vous offrira un aperçu de nos offres et vous permettra de découvrir comment l'apprentissage basé sur les médias peut être personnalisé, efficace et d'actualité.

La Fondation Science et Cité abrite le Secrétariat général des sciences citoyennes en Suisse. En 2015, elle a créé le site internet www.tous-scientifiques.ch qui offre une plateforme aux projets de sciences citoyennes en Suisse. Le but est de les faire connaître et d'encourager les échanges entre acteurs des sciences citoyennes. Les organisateurs de projets ont la liberté de devenir membre du réseau et de poster leurs projets. Les citoyens scientifiques trouveront une variété de projets sur le site.

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 – Tisse des liens entre la Suisse et le monde dans les domaines de la formation, de la recherche et de l'innovation

Swissnex est le réseau mondial suisse chargé de tisser des liens dans l'éducation, la recherche et l'innovation. Notre mission est de soutenir le rayonnement international de nos partenaires ainsi que leur participation active à l'échange mondial de connaissances, d'idées et de talents. Les cinq sites swissnex et leurs antennes sont établis dans les régions les plus innovantes du monde. Ils contribuent, en collaboration avec la vingtaine de conseillères et conseillers scientifiques auprès des ambassades de Suisse, à renforcer la position de la Suisse en tant que pôle mondial de l'innovation. Le réseau swissnex est une initiative du Secrétariat d'Etat à la formation, à la recherche et à l'innovation et fait partie du réseau extérieur de la Confédération géré par le Département fédéral des affaires étrangères.

Jeudi,
17 septembre

Programme

09:30–09:45

Landhaussaal
Allocution de bienvenue



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

09:45–10:25

Landhaussaal
Keynote



Les limites de la rationalité dans une société qui fait confiance au rationnel
Katja Rost, Institut für Soziologie, Universität Zürich (Ω)

Les sociétés d'aujourd'hui font confiance à la rationalité. Que ce soit l'image dominante de l'homme dans la science, de l'homo economicus, ou les procédures de sélection dominantes pour les titulaires de fonctions, par exemple les politiciennes, les cadres féminins, les professeures ou les juges femmes, les deux suggèrent que les meilleurs l'emportent toujours dans la compétition et sont élus. Mais que faire si ce ne sont pas les capacités qui décident de l'ascension d'une personne vers un poste élevé dans la société, mais plutôt les émotions (« qui se ressemble s'assemble »), l'effet Matthieu (« car on donnera à celui qui a ») et le hasard (au bon endroit au bon moment)? En fait, les recherches montrent que plus de la moitié du succès des individus ou des organisations ne peut s'expliquer par la rationalité des décisions. La conférence fera la lumière sur ce sujet et discutera des alternatives.

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

Allocution



Tiina 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 Rüt 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

Votre
projet?

L'un de vos projets pourrait en faire partie. Postulez au Call for failure sessions ou spontanément sur place!

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.



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
Remise des prix



Allocution de *Claudia Appenzeller*, secrétaire générale des Académies suisses des sciences (Ω)

a+ Prix Média

Pour l'excellence d'un travail journalistique dans le domaine de la recherche et de la science

a+ Prix Média Newcomer

Pour une idée innovante (esquisse de projet), qui a été plébiscitée par un vote public pour l'exécution d'une contribution sur la recherche et la science

FNS Optimus Agora

Ce prix est décerné en fonction du potentiel communicatif du projet et choisi parmi les projets mis au concours

Landhaussaal
Table ronde : La science est-elle émotionnelle ?



Formuler des questions de recherche, analyser, rendre compte des résultats. La science est-elle sobre et objective ou émotionnelle ? Des scientifiques et des journalistes discutent de la production et de la communication des résultats de la recherche et du rôle de la science et du journalisme.

Marcel Tanner en conversation avec *Huma Khamis*, *L. Suzanne Suggs* et *Daniel Probst* (Ω).

Organisation, organes responsables et partenaires

Organisation

science|cité
sciences et société
en dialogue

Organes responsables

 académies suisses
des sciences

 **FNS-NE**
FONDS NATIONAL SUISSE
DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE

**STIFTUNG
MERCATOR
SCHWEIZ**

Partenaire

LERNETZ
vernetzt lernen

 **swisscom**

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

**WISSENSCHAFT.
BEWEGEN**
GEBERT RUF STIFTUNG

STADTSOLOTHURN