

Wetenschapscommunicatie

Julie De Smedt

WETENSCHAPS COMMUNICATIE

| OWL PRESS |

Inhoud

Voorwoord door Marjan Doom (directeur GUM & Plantentuin)	9
---	----------

Hoofdstuk 1 Laten we gewoon beginnen	17
---	-----------

Hoofdstuk 2 Wat is wetenschapscommunicatie?	23
--	-----------

Een poging tot definitie	25
Het vertrouwen in wetenschap	26
Wetenschap midden in de maatschappij	29

Hoofdstuk 3 Fundamenten van communicatie	33
---	-----------

Wie: jezelf en je team	37
Waarom: over het doel van communicatie	48
Met wie: over relevante doelgroepen en stakeholders	54
Waarover: over de inhoud van communicatie	65
Hoe: over communicatiekanalen en timing	79
Checklist: alles in een notendop	94

Hoofdstuk 4 Belangrijkste kanalen voor wetenschapscommunicatie	99
---	-----------

Bericht en gesprek	103
Website	110
App en game	117
Blogartikel	124
Evenement	130
Presentatie	141
Podcast	151
Sociale media	158

Brochure, flyer, affiche, sticker, banner	166
Perscontacten en media-aandacht	172
Opiniestuk	187
Boek	193
Expo en installatie	201
Programma, documentaire, film	209

Hoofdstuk 5 Negatieve ervaringen met communicatie	217
--	------------

Moeilijke of kritische vragen en opmerkingen	220
Discriminerende of intimiderende vragen en opmerkingen	224
Kritiek van binnen de eigen instelling	227

Hoofdstuk 6 Toekomst van wetenschapscommunicatie	231
---	------------

Enkele tendensen in wetenschap(sbeleid) en wetenschapscommunicatie	233
Enkele maatschappelijke tendensen	234
Twaalf adviezen voor de onderzoeker van vandaag en morgen	235
Pleidooi voor structureel ingebedde wetenschapscommunicatie	242

Hoofdstuk 7 Wat nu?	247
----------------------------	------------

Hoofdstuk 8 Ontdek verder	251
----------------------------------	------------

Dank dank dank	257
Eindnoten	259

Voor Lilia en Alex
en voor alle kinderen van vandaag en morgen
opdat ze in een meer open-minded wereld mogen leven.



VOORWOORD
DOOR MARJAN
DOOM

(DIRECTEUR GUM & PLANTENTUIN)

Dit boek vertrekt niet vanuit het idee dat onderzoekers te weinig communiceren, te slecht communiceren of dat ze dat doen uit plichtsbesef. Het vertrekt vanuit een ongemakkelijkere vaststelling: wetenschapscommunicatie draagt vaak een last aan verwachtingen met zich mee die onrealistisch, onuitgesproken of zelfs tegenstrijdig zijn. Er wordt gevraagd om helder te zijn zonder te vereenvoudigen, toegankelijk zonder geloofwaardigheid te verliezen, engagerend zonder te entertainen – en dat liefst allemaal tegelijk.

In 2009 stond ik als assistent diergeneeskundige anatomie op het strand van Sint-Anneke in Antwerpen, naast het gigantische kadaver van een gewone vinvis. Het dier was de haven binnengedreven op de bulbsteven van een schip. Ik wist het toen nog niet, maar dat moment zou een ijkpunt worden in mijn professionele leven. Om veel verschillende redenen, maar onder andere omdat het de eerste keer was dat er een microfoon van een nieuwsploeg onder mijn neus werd geduwd en ik die uit onzekerheid beleefd afwees.

We waren met een groep enthousiaste assistenten vertrokken, gedreven door wetenschappelijke nieuwsgierigheid. Eigenlijk was het een beetje tegen de zin van het hoofd van het labo. Het voelde als een gezamenlijke daad van rebellie. We kwamen uit een dissectiezaal waar dagelijks paarden, honden en katten werden opengesneden. Af en toe lag er ook een dier uit de dierentuin op tafel, zoals een tijger of zelfs een olifant (in stukken). Maar niemand van ons had ooit naast, laat staan in, een walvis gestaan.



Afbeeldingen 1 en 2: Autopsie en berging van de aangespoelde potvis 'Theofiel' in Knokke-Heist (2012). Marjan Doom staat de pers te woord. Foto links: Lobke De Bels, Foto rechts: Bart De Pauw.

Niemand van ons zag zich dan ook als expert in de zaak. We waren eerder ervaringsdeskundigen in het betere snijwerk: mensen die hun diensten kwamen aanbieden om de klus te klaren. Want het kadaver moest zo snel mogelijk geruimd worden, wegens gevaar voor de volksgezondheid. En de civiele bescherming ter plekke stond wat te dralen. Weliswaar met een mes in de aanslag, maar niet wetend waar te beginnen.

We keerden uiteindelijk terug naar huis met een meer dan twee meter lange onderkaak van het dier en vooral: een ervaring rijker. Dat moment bleek achteraf de start van een verdere verdieping in de morfologie van walvisachtigen en ook van de aanleg van een verzameling skeletten en andere specimens binnen de onderzoeksgroep. Maar voor mij persoonlijk was het óók het begin van een andere manier van verzamelen, onderzoeken en erover spreken.

Toen ik achteraf enthousiast vertelde over die dag, aan vrienden én collega-onderzoekers, merkte ik dat ze niet alleen geweldig geboeid waren (en sommigen ook een beetje jaloers). Wat me vooral opviel, was dat mijn kennis over walvisachtigen in hun ogen veel ruimer bleek dan ik zelf had gedacht. Toch zeker relatief gezien. Voor hen was ik wél de expert.

Dat voorval heeft me veel geleerd als wetenschapscommunicator. Bijvoorbeeld dat graag willen communiceren een noodzakelijke voorwaarde is. Dat je niet op een congres staat tegenover peers die je wetenschappelijk beoordelen. Dat in publiek spreken bijna altijd gepaard gaat met dat knagende impostergevoel. En vooral dat je om een goede wetenschapscommunicator te worden een traject moet afleggen dat, net zoals onderzoek zelf, gepaard gaat met twijfel, falen en opnieuw proberen.

Een traject dat je alleen volhoudt als je het ook echt graag doet.

Dit boek is bedoeld voor iedereen die nog moet beginnen of al onderweg is. Ik heb intussen veel omwegen gemaakt, verschillende richtingen uitgeprobeerd, tegen obstakels aangelopen en soms even stilgestaan langs de kant. Maar gaandeweg heb ik mijn eigen pad gevonden en me deze vaardigheid eigen gemaakt. In mijn stijl, waar ik me goed bij voel.

Ik kom nu vaak in contact met onderzoekers die zelf graag hun werk communiceren. En ik stuit daarbij vaak op eenzelfde soort misvattingen.

Een van de hardnekkigste is dat iedereen geïnteresseerd is, of zou moeten zijn, in jouw onderzoek. Dat is niet zo – en dat is geen falen. Interesse is nooit vanzelfsprekend; het ontstaat in relatie tot een publiek. Weten tot wie je spreekt en je communicatie daarop afstemmen, is geen verraad aan je werk. Het is een vorm van respect, voor je publiek én voor jezelf. In die zin is marketing geen vies woord, al merk ik vaak weerstand wanneer ik het woord uitspreek bij onderzoekers. Het is een erkenning van het feit dat aandacht voorwaarden heeft.

Tegelijk volstaat enthousiasme alleen niet. Passie kan aanstekelijk zijn, maar alleen wanneer het niet ontaardt in versimpeling of betutteling. Toegankelijk communiceren betekent niet dat je moet infantiliseren. Populariseren is niet hetzelfde als trivialisieren. Een publiek ernstig nemen betekent ook vertrouwen hebben in de intelligentie van dat publiek, zelfs – of juist – wanneer het geen specialistisch publiek is.

Een andere aanname die het verdient om bevraagd te worden, is het idee dat onderzoekers communicatie ‘verschuldigd’ zijn aan de belastingbetaler. Die framing maakt van communicatie een morele schuld, in plaats van een bewuste keuze. Productiever is het om andere vragen te stellen: communiceer je over wetenschap in het algemeen of over je eigen onderzoek? Wil je informeren, kaderen, uitnodigen tot reflectie of een bepaalde houding stimuleren? Communicatie heeft altijd een intentie, expliciet of impliciet. Die intentie benoemen is een essentieel onderdeel van goed communiceren.

Veel onderzoekers vrezen dat minder woorden gelijkstaan aan minder diepgang. Vaak is het omgekeerde waar. Reduceren verarmt je denken niet, het scherpt het aan. Helderheid is niet de afwezigheid van complexiteit, maar het resultaat van bewuste keuzes. Beslissen wat je weglaat, vraagt minstens evenveel intellectuele inspanning als beslissen wat je meeneemt.

Het helpt ook om iets ogenschijnlijk eenvoudigs te erkennen: communicatie is een vak. Het feit dat dit boek bestaat en dat je het vastneemt, is een goed teken. Het erkent dat wetenschapscommunicatie niet iets is dat je er intuïtief of in je eentje bij moet nemen. Net als onderzoek zelf wint communicatie aan kwaliteit door samenwerking, reflectie, feedback en begeleiding.

Tot slot: geen enkel medium is neutraal of eenvoudig. Een boek is geen blog, geen video en geen tentoonstelling. Elk medium heeft zijn eigen logica,

beperkingen en mogelijkheden. De keuze voor een medium is op zich al een communicatieve daad. Het bepaalt wat gezegd, getoond of ervaren kan worden. Er bestaat geen universele snelweg.

Dit boek belooft geen perfecte communicatie en ook geen ene juiste manier van werken. Wat het wel biedt, zijn inzichten, tools en praktijkervaringen die helpen om bewustere keuzes te maken. En misschien nog belangrijker: het herinnert eraan dat onzekerheid, twijfel en experiment geen tekenen van mislukking zijn, maar wezenlijke onderdelen van zowel onderzoek als de communicatie daarover.

Twijfel mag, moet zelfs. Geniet van de rit.

Marjan Doom, directeur GUM & Plantentuin



HOOFDSTUK 1

LATEN WE GEWOON BEGINNEN

Juni 2010. Drieëntwintig jaar was ik, net afgestudeerd. Klaar om de ‘volwassen wereld’ te betreden.

Mijn thesispromotor vroeg me of ik gedurende zes maanden op een onderzoeksproject wilde werken. Het ging over de inhoud van ons nieuws. Ik zag er wel iets in en zes maanden werden zes jaar. Een betere eerste job kon ik me niet inbeelden. De academische wereld, daar was ik dus in terechtgekomen. Drieëntwintig jaar en blij was ik, maar ook: geschokt. Die machinerie van data, analyses en publicaties die maar bleef draaien.

Publicaties stapelden zich op. ‘En... wat nu?’ vroeg ik mijn collega’s na enkele maanden. ‘Wat te doen met al die publicaties die in vaktijdschriften verdwijnen? Moet dat niet verder verspreid worden naar de mensen en organisaties waarover jullie schrijven? Neen?’ Nogmaals: gechoqueerd was ik.

Communiceren met daarbuiten? Daar was meestal geen tijd voor. Het rendeerde niet. Het interesseerde de meesten ook niet echt. En daarbij: ‘we weten niet hoe eraan te beginnen.’

Vanaf dat moment wist ik: als anderen het niet doen, doe ik het. Sindsdien associëren mensen mij met ‘wetenschapscommunicatie’. Jarenlang heb ik de communicatie verzorgd voor mijn eigen en andermans projecten. Veel geleerd, veel gefaald, veel gegroeid. Sinds enkele jaren voel ik me rijp(er) om onderzoekers te helpen om zelf het verschil te maken door communicatie. Dat doe ik enorm graag. Het is echt mijn ding.

Het boek dat jij nu in handen hebt, is een **bundeling van meer dan zestien jaar ervaring** als wetenschapscommunicator. De inzichten uit mijn bachelor in Communicatiemanagement, mijn master in Politieke Communicatie, mijn aanstellingen aan Universiteit Antwerpen, Karel de Grote Hogeschool en Conservatorium Antwerpen, de tientallen boeken die ik verslond, de honderden workshops en trainingen die ik heb gevolgd én gegeven, de vele gesprekken die ik dag in dag uit voer. Dat alles zit in dit boek. Dit boek wordt mee gedragen door achttien ervaringsdeskundigen die ik sprak tijdens mijn schrijfproces. Door het hele boek heen verschijnen hun anekdotes en ervaringen.

Wat lees je in dit boek?

Lange uren, dagen, weken en maanden heb je eraan gewerkt. En dan is die ene publicatie of dat rapport ein-de-lijk klaar! Halleluja! Maar wie gaat die hele brok lezen, behalve je leidinggevende en die twee reviewers? Hoe ga je dat nu communiceren zonder je publiek murw te slaan? Of liever: hoe ga je dat communiceren zodat je publiek er écht iets aan heeft?

Ik help je een antwoord te formuleren op de vragen: wie zal communiceren, waarom, met wie, waarover en hoe? De antwoorden op die vragen zijn de essentie, de basis van een communicatiestrategie. Dankzij de inzichten en oefeningen in dit boek zal jij beter kunnen focussen door heel gericht te communiceren naar relevante doelgroepen en stakeholders. Zo wordt je tijd voor communicatie nuttig besteed, omdat je beter dan ervoor weet wat écht belangrijk is. Vaak hoor ik onderzoekers waarmee ik heb samengewerkt, zeggen: 'We investeren nu tijd op korte termijn om op lange termijn tijd te besparen.' Je maakt met je onderzoek écht het verschil door doordacht te communiceren op een manier die past bij jou én je beoogde doelgroepen.

Dit boek focust niet op de communicatie *binnen* de onderzoekswereld. Wel gaat het over de communicatie met mensen *buiten* de muren van onderzoeks- en kennisinstellingen. Hoe jij best communiceert met je collega-onderzoekers in binnen- en buitenland weet jij beter dan ikzelf. Toch zal jij de inzichten in dit boek ook kunnen toepassen op je communicatie met *peers*.

Voor wie is dit boek bedoeld?

Ben je ingenieurswetenschapper of artistiek onderzoeker, letter- of sterrenkundige? Werk je eerder fundamenteel of praktijkgericht? Werk je aan een hogeschool, universiteit, onderzoekscentrum, overheidsinstelling, bedrijf, non-profitorganisatie of elders? Of ben je werkzoekend, of weet je het even niet meer? Je bent van harte welkom om dit boek verder te lezen. Ik beperk me niet tot één discipline of organisatievorm. In dit boek spreek ik je aan met 'je' of 'onderzoeker'. Ook al ben je geen onderzoeker, weet dat ik het wel degelijk over jou heb ☺.

Dat jij dit boek in handen hebt, is niet toevallig. Op de een of andere manier denk je dit te kunnen gebruiken. Ik waag een gokje:

- Je bent een onderzoeker die het belang inziet van wetenschapscommunicatie. En je weet niet goed hoe te beginnen.
- Als onderzoeker doe je al wat aan communicatie, maar je kan wel wat hulp, inspiratie of bevestiging gebruiken.
- Je bent verantwoordelijk voor de communicatie van een organisatie of een project, en je wilt het gestructureerd aanpakken.
- Je hebt ontdekt dat 'wetenschapscommunicator' een baan kan zijn en wilt er alles over leren.

Ben ik juist of zit ik er helemaal naast? Laat me gerust iets weten: mijn contactgegevens vind je achteraan dit boek. Benieuwd wie jij bent als lezer van dit boek.

→ ZIE
HOOFD-
STUK
7

Hoe dit boek te gebruiken?

Dit boek is je buddy in communicatie. Een houvast als jij er nood aan hebt. Stel: je wordt gevraagd om tegen vanavond een opiniestuk te schrijven. Hoe pak je de verspreiding het beste aan? Huppakee, pak er eventjes dit boek bij en blader naar Opiniestuk in Hoofdstuk 4. Of: een collega vraagt je een post op sociale media na te kijken. Je neemt dit boek uit je boekenkast en bent er als de kippen bij om Sociale media in Hoofdstuk 4 te bekijken. Het is zo gelezen en de post is gauw aangepast. Je kan dit boek dus openen op een willekeurige bladzijde en er iets praktisch en relevant uithalen, precies wat jij op dat moment nodig hebt.

Natuurlijk kan je dit boek ook van A tot Z verslinden. Dan heb je ineens mijn hele visie en manier van werken en denken mee.

Dit is een praktisch boek, een echt doeboek. Download de template achter deze QR-code die bij dit boek hoort, en ontwikkel zo je eigen communicatiestrategie. Achterin vind je een 'Ontdek verder'-lijst met boeken, podcasts en links om je in te verdiepen. De kracht van dit boek zit erin dat jij probeert, experimenteert, een eerste of een tiende stap zet. Laat dit boek dus ook een schop onder je kont of een schouderklopje zijn.





HOOFDSTUK 2

WAT IS WETENSCHAPS- COMMUNICATIE?

Een poging tot definitie

Gangbare termen die we met wetenschapscommunicatie associëren zijn onderzoekscommunicatie, outreach, *public engagement*, valorisatie, disseminatie, popularisering en nog veel meer. Soms krijg ik de vraag om het verschil uit te leggen tussen de ene of de andere term. Ik doe dan een poging om een zinnig antwoord te formuleren, waarna ik stevast zeg dat die labels eigenlijk niet zoveel uitmaken. In essentie gaat het over: hoe zorg je ervoor dat je onderzoek, inzichten en data betekenisvol zijn voor hen die ertoe doen? Welke term jij erop plakt, is voor mij minder van tel.

Net zoals Besley en Dudo,¹ twee onderzoekers in strategische wetenschapscommunicatie, vermijd ik definities die suggereren dat wetenschapscommunicatie enkel gaat over het communiceren of het ‘overbrengen’ van wetenschappelijke feiten, processen en resultaten. Dat suggereert eenrichtingsverkeer en een wat betuttelende houding, alsof je publiek kennis mist die jij moet aanreiken.

Wil je toch een definitie? Hier gaan we: wetenschapscommunicatie is, in de breedste zin, communicatie die gebeurt in de context van wetenschap en onderzoek.² Deze eenvoudige definitie is dus heel breed, ongeacht disciplines, manieren van communiceren, doel... In die zin doe je waarschijnlijk meer wetenschapscommunicatie dan je beseft. Heb je bijvoorbeeld een discussie met een vriend over je onderzoek, dan is dat een vorm van wetenschapscommunicatie.

Om de term ‘communicatie’ etymologisch te bekijken, maken we een ommetje langs de Latijnse taal. Het Latijnse ‘communicare’ betekent niets meer of minder dan ‘iets gemeenschappelijk maken’. Het gaat om het uitwisselen van informatie, ideeën of gevoelens tussen mensen. Je zou het in dit digitaal hypergeconnecteerde tijdperk bijna vergeten dat communiceren eigenlijk in essentie zo eenvoudig, zo fundamenteel is.

Let op, communicatie is geen doel op zich. Wel is het een middel om een bepaald doel te bereiken. Bijvoorbeeld: een post op sociale media is op zich niet het doel. Wel wil jij met die post bijvoorbeeld verbinden met een doelgroep. We zullen het er nog uitgebreid over hebben.

Het vertrouwen in wetenschap

We kunnen er niet omheen: de mazelen zijn terug in opmars en de klimaatverandering laat zich zelfs al voelen in de Lage Landen. Nuance en verdieping, wat ‘waar’ is, staat enorm onder druk. Generatieve AI,³ zoals Claude, Mistral, Copilot, ChatGPT en consoorten, spuwt de specifieke antwoorden die we zoeken op een dienblaadje. Zijn die antwoorden gebaseerd op bestaande literatuur of zijn het hallucinaties? Dat weten we niet. Samenzweringen, fake news en misinformatie tieren volop en verspreiden zich als vuurtjes via sociale media en obscure platformen. We horen liever of het nu zwart of wit is dan de vele tinten grijs. Voelt het als strijden tegen de bierkaai? Of dweilen met de kraan open? Je kan er moedeloos van worden.

Ondanks onheilspellende vermoedens of berichten heeft de burger vertrouwen in wetenschap – als we de rapporten over het vertrouwen in wetenschap mogen geloven toch. De Wetenschapsbarometer⁴ bevraagt jaarlijks 1.000 Vlamingen. De recentste cijfers (2024) geven aan dat maar liefst 79% van de Vlamingen expliciet vertrouwen heeft in wetenschap. Dat is een relatief hoog percentage, zeker als je dat vergelijkt met andere landen of als je het vergelijkt met het vertrouwen dat burgers hebben in de politiek en de media. Het vertrouwen in wetenschappers (personen) is 53%, het hoogste peil sinds het begin van de metingen van de Wetenschapsbarometer in 2018. In Nederland wordt het vertrouwen becijferd door het Rathenau Instituut, op een schaal van 1 (geen enkel vertrouwen) tot 10 (volledig vertrouwen). Van alle onderzochte instituties scoort de wetenschap het hoogst op vertrouwen: een 7,5 in 2025.⁵

Het lijkt een paradox: enerzijds tonen de data een stagnatie of stijging in vertrouwen. Anderzijds horen we overal en voelen we intuïtief aan dat het vertrouwen in wetenschap afbrokkelt. Hoe komt dat? Wel, het ene topic is het andere niet. De mate van vertrouwen hangt met andere woorden af van het onderwerp. Uit het onderzoek van het Rathenau Instituut blijkt dat het vertrouwen het hoogste is in onderzoek naar gezondheid (74%) en vaccinaties (68%). Veel minder vertrouwen is er in onderzoek naar klimaatverandering (56%), genetisch gemodificeerde organismen (gmo's; 46%), AI (44%) en discriminatie en ongelijkheid (39%). We kunnen dat relatief hoge globale vertrouwen in wetenschap dus enigszins nuanceren.

Om dat vertrouwen beter te begrijpen sprak ik met Bastiaan Rutjens, professor in wetenschapspsychologie aan de Universiteit van Amsterdam.⁶ Hij doet internationaal onderzoek naar het vertrouwen in wetenschap en hoe je dat kan voorspellen en verklaren. Zowel de Vlaamse als de Nederlandse rapportages beschrijven dat vertrouwen in de wetenschap samenhangt met het opleidingsniveau. Hoger opgeleiden zouden meer vertrouwen hebben in wetenschap dan lager opgeleiden. Toch blijkt uit veel internationaal onderzoek⁷ dat opleidingsniveau geen of slechts een minimale rol speelt.⁸ Wel is een consistente voorspeller voor vertrouwen in verschillende wetenschappelijke onderwerpen... tromgeroffel... de afstand tot wetenschap die iemand subjectief ervaart.⁹ Hoe kleiner de afstand, hoe groter diens vertrouwen in wetenschap. Die afstand uit zich volgens het PSYDISC-model (gebaseerd op de *Construal Level Theory*) op vier dimensies:

Hypothetisch (de sterkste van de vier dimensies)

In hoeverre is wetenschap maatschappelijk relevant? En kan ik het toepassen en gebruiken in mijn leefwereld?

Bijvoorbeeld: een 50-jarige fabriekswerker in Rotterdam denkt dat AI ‘iets is voor techneuten en niet voor mij’. Hij ziet niet in hoe AI zijn werk of dagelijks leven zou kunnen beïnvloeden, en vindt het onderwerp te ingewikkeld om zich erin te verdiepen.

Geografisch

Dat gaat over de fysieke afstand tussen jezelf en wetenschappelijke instellingen of evenementen.

Bijvoorbeeld: een landbouwer in Zuid-Limburg voelt zich letterlijk ver verwijderd van het wetenschappelijk onderzoek naar duurzame landbouw dat plaatsvindt aan de Wageningen University. Zij heeft geen tijd of middelen om naar Wageningen te reizen voor lezingen, en weet niet hoe ze toegang kan krijgen tot de nieuwste onderzoeksresultaten die relevant zijn voor haar bedrijf.

Sociaal (met twee subdimensies)

Lijken wetenschappers op mij?

Bijvoorbeeld: een jongere uit een arbeidersgezin in Brussel denkt dat wetenschap 'niets voor haar is', omdat ze geen wetenschappers kent die op haar lijken. Ze ziet wetenschappers als mannen in witte jassen die moeilijk doen over onderwerpen die zij niet begrijpt.

Kan ik met wetenschappers in gesprek? Hoe toegankelijk zijn ze?

Bijvoorbeeld: een 60-jarige diabetespatiënt uit Antwerpen leest in *Gazet van Antwerpen* over een nieuw medisch onderzoek naar diabetes. Hij zou zich graag willen informeren over de nieuwste inzichten, maar weet niet hoe contact te leggen met de onderzoekers. De webpagina van de instelling is moeilijk leesbaar. Hij vindt ook geen duidelijke contactmogelijkheden en denkt: 'die wetenschappers zitten in hun ivoren toren, die hebben geen tijd voor gewone mensen zoals ik.'

Temporeel

Is de wetenschap relevant voor het hier-en-nu?

Bijvoorbeeld: een moeder van twee kinderen in Kortrijk maakt zich zorgen over klimaatverandering, maar denkt: 'Wat ik vandaag doe, gaat het klimaatprobleem niet direct oplossen. Mijn kleine bijdrage heeft geen effect.' Ze voelt zich overweldigd door de schaal van het probleem en ziet geen direct verband tussen haar acties vandaag en toekomstige resultaten.

Het PSYDISC-model is en blijft een model met hokjes, maar het kan wel helpen om ons perspectief op 'afstand' te verbreden. Zoals al eerder gezegd, is de afstand tot wetenschap die iemand ervaart een belangrijke voorspeller voor diens algemene vertrouwen in wetenschap. Ook als we dit per thema afzonderlijk bekijken, speelt afstand tot wetenschap een belangrijke rol. Daarnaast hangt het vertrouwen in wetenschap ook af van andere factoren zoals politieke ideologie, religiositeit, spiritualiteit en wetenschappelijke geletterdheid. Hoe groot hun rol is in het vertrouwen, hangt ook hier sterk af van het thema. Zo blijkt bijvoorbeeld dat het vertrouwen in klimaatonderzoek sterk afhangt van de afstand tot de wetenschap die iemand ervaart

én de mate van politiek conservatisme.¹⁰ Het vertrouwen in onderzoek naar de evolutietheorie hangt dan weer sterk samen met de afstand tot wetenschap die iemand ervaart én de religiositeit van deze persoon.¹¹ En zo varieert dat voor vele maatschappelijk relevante thema's.¹²

Dat niet opleidingsniveau, politieke overtuiging of religie, maar vooral de afstand tot wetenschap de meest consistente voorspeller is van vertrouwen in wetenschap, vind ik eigenlijk goed nieuws. Want hier heb jij als onderzoeker invloed op (op de andere variabelen niet). Jij kan die afstand verkleinen, onder andere via communicatie. Ook hoopvol is dat uit onderzoek blijkt dat deelname aan een burgerwetenschappelijk onderzoek de afstand tot wetenschap verkleint en het vertrouwen in wetenschap doet stijgen.¹³ Dus bij deze: heb je er al aan gedacht om bij te dragen aan een *citizen science*-project of om er een te initiëren?

Wetenschap midden in de maatschappij

Wetenschappelijk onderzoek gebeurt niet op een eiland, in een vacuüm of in zogezegde ivoren torens, maar midden in de maatschappij. Welke fundamentele en/of maatschappelijk relevante onderzoeksvragen moeten we ons stellen? Wat is relevant om vandaag te onderzoeken? De maatschappij voedt onderzoek – en betaalt jou om dat te doen.

Maar ook: onderzoek voedt de maatschappij. Hoe kan onderzoek bijdragen aan de oplossing voor de kleine en grote wereldproblemen? Hoe ziet de toekomst eruit en hoe bereiden we ons erop voor? De maatschappij verandert continu en we gaan van crisis naar crisis. Meer dan ooit hebben we nood aan nuance, verdieping, oplossingen, houvast, ijkpunten, referentiepunten, aan wat betekenisvol is. Onderzoek en de communicatie erover kunnen die verdieping en nuance brengen.

Volgens Ignaas Devisch, professor in de medische filosofie en ethiek (UGent), is de plaats die wetenschap bekleedt in de maatschappij te vergelijken met de band van Möbius. Dat is een topologische figuur waarbij binnen en buiten in elkaar overgaan en onmogelijk van elkaar te onderscheiden zijn. Naar buiten stappen als wetenschapper zou in feite een contradictie moeten zijn. Zoals de band van Möbius is de rol van wetenschap in de maatschappij geplooid, speelt en lastig, complex en tegelijkertijd kinderlijk eenvoudig.



Figuur 2.1: De band van Möbius.

Heel wat onderzoekers die ik ontmoet, voelen schroom om zich buiten de academische muren te begeven, zich te mengen in het publieke debat of in gesprek te gaan met bepaalde doelgroepen, of industriële of politieke partners. Ik hoor verschillende redenen en drempels. Maar wat gebeurt er als onderzoekers zwijgen en dus niet betrokken worden?

→ ZIE
HOOFD-
STUK
3

Als jij je als onderzoeker niet mengt, dan kunnen de relevante mensen niet op de hoogte zijn van je inzichten. Als jij niet communiceert, zijn er anderen die gehoord worden. Lobbygroepen met een bepaalde agenda nemen de overhand in het informeren van beleidsmakers. De industrie werkt op basis van wat die al gewend is en niet op een *evidencebased* manier. Willen ze toch data? Dan besteden ze dat uit aan consultancybureaus.¹⁴

De volgende keer dat je gefrustreerd bent over wat je ziet verschijnen over je onderwerp in de media, erger je dan niet langer zwijgend, maar doe iets met die energie.



Ik heb respect voor de academicus in de ivoren toren. Maar een complete academicus is iemand die zijn nek uitsteekt.

Stefaan Walgrave, professor politieke wetenschappen (UAntwerpen)

Het is mijn missie om jou te inspireren de vlucht vooruit te nemen met de communicatie van je onderzoek en te doen wat wél kan. Verklein de afstand tot wetenschap: geografisch, sociaal, hypothetisch en temporeel. Wees daar waar je doelgroep is. Toon hoe divers je team is en laat iedereen een rol in het publieke domein spelen. Laat ervaren hoe wetenschap een impact heeft op ons dagelijkse leven: maak het tastbaar, hier en nu. Weet wat er speelt. Waar ligt je doelgroep van wakker? Waarin is je doelgroep teleurgesteld? Gooi dit boek in je rugzak, stap de wereld in en neem de rol op die de maatschappij van je nodig heeft.