

Call for Participation für die *konferenz n* 2020

“Kommunikation für den Wandel”

5.-7.11.2020

Unsere nächste *konferenz n* zum Thema „Kommunikation für den Wandel“ findet vom **05.-07.11.2020** in Kooperation mit dem *forum n* digital statt

Nachhaltigkeitskommunikation – also die Frage, *wo* und *wie* Nachhaltigkeit kommuniziert wird und ob *über* oder *für* Nachhaltigkeit gesprochen wird – beinhaltet viele spannende Themen und Diskussionspunkte, aber auch Herausforderungen, besonders in Zeiten von COVID-19. Wir wollen Schnittstellen, Konflikte und Spannungsfelder im Hochschulkontext aus interdisziplinärer Perspektive betrachten und diskutieren. Um möglichst partizipativ ein facettenreiches Workshopangebot zusammenzustellen, spannende Akteur*innen kennenzulernen und zu vernetzen und neuen Aspekte innerhalb der Nachhaltigkeitsdebatte eine Plattform zu bieten, **rufen wir zur aktiven Mitgestaltung des Programms auf**. In den folgenden Bereichen habt ihr die Möglichkeit, euer Herzenthema in Form eines interaktiven **Workshops** einzubringen.

Die Zielgruppe der *konferenz n* sind alle Interessierten und Engagierten im Bereich der Nachhaltigkeit an Hochschulen - studentische Initiativen, Nachhaltigkeitsbeauftragte und weitere wichtige Akteur*innen in der Hochschullandschaft.

Am **Freitag, 06.11. (17:00-19:00)** ist das Überthema “Zugänge zu Nachhaltigkeitskommunikation”. Dafür gibt es folgende Themencluster, zu denen ihr Workshops (Dauer: 90-120 min.) einreichen könnt. Wir werden aus den eingereichten Workshops insgesamt 5-6 auswählen.

- Cluster I: Klima, Fake News & Verschwörungsmymen - Ursachen und Umgang
- Cluster II: Machtstrukturen in der Nachhaltigkeitskommunikation
- Cluster III: Kunst & Nachhaltigkeit
- Cluster IV: Kommunikation in der Wissenschaft

Die Workshops am **Samstag Nachmittag, 07.11. (14:45-16:30)** finden zum Thema “digitaler Aktivismus” statt, wo ihr ebenfalls einen Workshop/Skill-Sharing (Dauer: 60 min.) geben könnt.

Ausführliche Beschreibungen der einzelnen Cluster für die Workshops findet ihr am Ende des Dokuments.

Wenn ihr einen Workshop anbieten möchtet, dann meldet euch bitte **bis zum 30.08.2020** mit eurem Vorschlag über das [Online-Formular](#) an. Uns ist bewusst, dass Workshops im digitalen Format eine große Herausforderung darstellen. Wenn ihr euch bezüglich der Umsetzung unsicher seid, Unterstützung möchtet, Fragen oder Wünsche habt, wendet euch gerne an konferenz@netzwerk-n.org.

Wir freuen uns auf eure Ideen und auf eine spannende *konferenz n* Anfang November mit euch!

Euer *konferenz n*-Team

Kurzbeschreibungen der Workshop-Cluster

Zugänge zu Nachhaltigkeitskommunikation (Freitag, 06.11.2020 17:00-19:00, 5-6 parallele Workshops)

Workshop Cluster I: Klima, Fake News & Verschwörungsmmythen - Ursachen und Umgang

Die weite Verbreitung von Verschwörungsmmythen, Fake News und Wissenschaftsskepsis ist besonders während der COVID-19-Pandemie ins öffentliche Bewusstsein gerückt. Doch bereits in den vergangenen Jahren haben Verschwörungsmmythen auch rund um die Klimakrise stark zugenommen. Woher kommt diese Tendenz - und wie lässt sich damit umgehen?

Aus interdisziplinärer Perspektive wollen wir Ursachen aktueller Phänomene zu dieser Thematik verstehen - und zugleich alltagsnahe Möglichkeiten des Umgangs damit - im Internet, auf der Arbeit oder im hochschulpolitischen Engagement - kennenlernen.

Die Leitfragen lauten daher:

Welche Ursachen - psychologisch, kulturell, politisch - hat die weite Verbreitung von Verschwörungsmmythen und Fake News, was sind die Zwecke und Ziele dahinter? Und welche Strategien, Skills und Maßnahmen können helfen, sie als solche erkennbar zu machen und ihnen argumentativ und faktenbasiert entgegenzutreten?

Mögliche Themen eures Workshops könnten sein:

- selektive Wahrnehmung durch individuelle Informationsbeschaffung,
- Rolle von Emotionen und uneindeutigen, komplexen Zusammenhängen in der Informationsverarbeitung
- Herausforderungen bei der Vermittlung von komplexen Inhalten, besonders in Bezug zu Nachhaltigkeit
- Kultureller und historischer Hintergrund des Themas
- Umgang mit Verschwörungsmmythen (z.B. Leugnung des Klimawandels)
- Rolle von Social Media und Internet

Workshop Cluster II: Machtstrukturen in der Nachhaltigkeitskommunikation

Machtstrukturen wirken immer und überall, und das in komplizierten, subtil ineinander verwobenen Formen. Dabei kann sich „Macht“ ganz unterschiedlich artikulieren: (Zugang zu) Wissen ist Macht, Sichtbarkeit ist Macht, Mitgestaltungs- und Kommunikationsmöglichkeiten sind Macht. Darin implizierte Diskriminierungen, Ausgrenzungen und Benachteiligungen bleiben jedoch häufig unsichtbar für Nicht-Betroffene.

Im Rahmen der 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung (SDG), die von den Vereinten Nationen (UN) als politische Ziele zur Sicherung einer nachhaltigen Entwicklung auf ökonomischer, sozialer sowie ökologischer Ebene formuliert wurden, sollen eben solche Formen von Ungleichheiten überwunden werden.

In Zeiten von COVID-19 und der Klimakrise spielen Fragen, welche Gruppen in der öffentlichen Debatte (nicht) repräsentiert sind (Gender, globaler Süden vs. globaler Norden, nicht-Akademiker*innen) und wer als Expert*in in einer Krise kommuniziert, aber auch, welche Zielgruppen mit (Nachhaltigkeits-)Kommunikation damit erreicht werden sollen.

Die Leitfragen des Clusters II lauten daher:

Wie verhält sich (Nachhaltigkeits-)kommunikation zu den oben beschriebenen Problemstrukturen? Wie können Zugänge und die Repräsentation marginalisierter Gruppen verbessert werden, besonders in der Nachhaltigkeitskommunikation?

Vorschläge für Themenbereiche, zu denen ihr einen Workshop anbieten könnt, wären u.a.:

- Gender
- Globale Ungleichheit
- Rassismus
- Menschen mit vs. ohne körperliche oder geistige Einschränkung
- Zugänglichkeit/ Bildungsabhängigkeit
- Wie erreicht man neue Zielgruppen in der Nachhaltigkeitskommunikation?

Cluster III: Kunst & Nachhaltigkeit

Kommunikation ist nicht nur Geschriebenes oder Gesprochenes. Im Gegenteil, denn während wir gerade mal 11% unserer Umgebung auditiv wahrnehmen, nehmen wir fast 80% unserer Umgebung mit den Augen wahr. Grund genug, sich auch mit nonverbaler Kommunikation zu beschäftigen! Für sozial-ökologische Bewegungen und gesellschaftliche Veränderungen sind starke, aussagekräftige Bilder und Symbole unerlässlich und haben einen festen Platz in der Strategie ihrer Öffentlichkeitsarbeit. Auch künstlerische Formate für eine sozial-ökologische Transformation spielen eine immer größere Rolle, beispielsweise bei den Themen Umweltverschmutzung oder Wassermangel. In diesem Cluster wollen wir verschiedenen Formen wirksamer Kommunikation jenseits von langen Texten und endlosen Redebeiträgen nachgehen.

Leitfragen sind daher:

Wie hat sich die Kultur der Kommunikation verändert? Kann Kunst als Mittel in der Nachhaltigkeitskommunikation eingesetzt werden? Welche Funktion erfüllt visuelle Kommunikation?

Mögliche Workshopthemen sind:

- Wie fungiert Kunst als Vermittlerin z.B. in der Vermittlung von Normen, Lifestyles, etc.?
- Einsatz von Bildsprache und nonverbalen Kommunikationsmitteln
- kreative Kommunikationsformate
- Kunst und Wissenschaft
- Zusammenwirken visueller Kommunikation mit anderen Kommunikationsformen

Cluster IV: Kommunikation in der Wissenschaft

Die Kommunikation von wissenschaftlichen Ergebnissen und wissenschaftlichem Denken stellt Forscher*innen vor schwierige Aufgaben: Wie ist es möglich, Ergebnisse in ihrer Komplexität widerzuspiegeln und zugleich auch Fachfremden und Menschen mit nichtakademischem Hintergrund verständlich und attraktiv zu kommunizieren? Welche Form von Kommunikation braucht es dafür? Die gegenwärtig weit verbreitete Wissenschaftsskepsis und die Verbreitung von Verschwörungsmythen führt zur Frage der regionalen und globalen Verantwortung der Hochschulen und Wissenschaftler*innen, wissenschaftlich fundiertes Wissen als solches erkennbar und transparent zu kommunizieren und somit auch in Situationen wie der Klimakrise einen wertvollen Beitrag zum Diskurs zu liefern.

Leifragen für dieses Themencluster sind:

Was fehlt in der Ausbildung und Vermittlung von Forschungsergebnissen? Welche Spannungsfelder, Hindernisse und Chancen bringt Wissenschaftskommunikation mit sich? Und was soll eigentlich damit erreicht werden?

Mögliche Workshopthemen könnten u.a. sein:

- Wie schafft man Anreize, sich mit neuen Themen zu beschäftigen?
- Was braucht es, um Studierende, aber auch außeruniversitäres Publikum für eine sozial-ökologische Transformation vorzubereiten?
- Wie kann man komplexe Inhalte verständlicher machen?
- Nutzung neuer Technologien und Medien zur Wissenschaftskommunikation

Social Media und digitaler Aktivismus (Samstag, 07.11.2020 14:45-16:30 Uhr)

Dieser Slot besteht aus einem Input, Workshop/Skill-Sharing und Diskussionsteil. Das Cluster wird sich inhaltlich mit **digitalem Aktivismus für ökologische Nachhaltigkeit im Hochschul- und Wissenschaftssystem** beschäftigen. Dabei werden Potenziale und Möglichkeiten, Good Practices von Aktivist*innen und Erfahrungsberichte von Euren Social Media Aktivitäten beleuchtet werden. Und auch Kritische Perspektiven sollen eingebracht werden. (?)sollen jedoch nicht zu kurz kommen - wir freuen uns auf eine vielseitige Diskussion mit euch!

Für den **60-minütigen Workshop und Skill-Sharing-Slot** freuen wir uns über eure Einreichungen. Egal ob Erfahrungsaustausch zu einem bestimmten Onlinetool, Skill, eure Good Practices oder die Beleuchtung eines ganz bestimmten, hier noch nicht aufgeführten Bereichs des digitalen Aktivismus. Bisherige Workshops sind:

- How to Twitter als ehrenamtliche Gruppe/Einzelperson für mein Projekt
- Storytelling im digitalen Raum (angefragt)

[Hier geht's zur Einreichung für einen Workshop](#)

[Hier geht's zur Anmeldung für die Konferenz n](#)