

Ripensare la comunicazione della scienza: consigli pratici per le iniziative di Citizen Science

Il rapporto tra scienza e società si sta evolvendo. Le istituzioni pubbliche e private puntano ad avvicinarsi ai cittadini per aumentare la loro legittimità, responsabilità e buona governance. Allo stesso tempo, nelle democrazie avanzate si stanno affermando le decisioni politiche basate su evidenze scientifiche.

Questi cambiamenti hanno un impatto sul modo in cui scienziati, decisori politici, comunicatori della scienza, giornalisti e altri professionisti lavorano. E anche sulle modalità con cui i cittadini si relazionano con la scienza e la comunicazione della scienza.

COSA

La Citizen Science

Il coinvolgimento dei cittadini nella scienza è una realtà di oggi. Molte persone partecipano come volontari alla ricerca scientifica, spesso nella raccolta dei dati, ma anche nelle fasi di controllo qualità, di analisi e interpretazione dei dati, nella definizione delle domande di ricerca e nella disseminazione dei risultati. L'obiettivo cruciale di ogni progetto di citizen science è sì contribuire alla ricerca scientifica, ma anche responsabilizzare i cittadini nel creare collaborazioni tra la loro comunità e gli scienziati. Inoltre, la citizen science promuove l'alfabetizzazione scientifica e il pensiero critico - elementi essenziali per una società consapevole -, aumenta la fiducia nella scienza e contribuisce a contrastare la disinformazione.

COME

NEWSERA e i #CitSciComm Labs

I #CitSciComm Labs sono il cuore del progetto NEWSERA, che ha l'obiettivo di esplorare il potenziale delle iniziative di citizen science come strumento per comunicare la scienza e la tecnologia. Ai #CitSciComm Labs partecipano comunicatori della scienza e data journalist, rappresentanti di progetti di citizen science e degli stakeholder che compongono la quadrupla elica dell'innovazione; questi attori lavorano insieme per co-progettare strategie di comunicazione innovative. Ciascun Lab prende il nome dallo stakeholder designato come obiettivo di comunicazione, ed è composto da un gruppo in Italia, uno in Spagna e uno in Portogallo.



Questo progetto ha ricevuto finanziamenti dal programma di ricerca e innovazione Horizon 2020 dell'Unione Europea nell'ambito del Grant Agreement n. 873125.



Cittadini e società civile



Comunità scientifica e università



Settore pubblico e decisori politici



Industrie e piccole e medie imprese



Data journalist e comunicatori della scienza

Data journalist e comunicatori della scienza



STAKEHOLDER

Giornalisti scientifici, cioè giornalisti specializzati nel settore dell'informazione scientifica, e data journalist, che usano i dati come principale fonte per i loro articoli. Professionisti che pubblicano contenuti scientifici o basati sui dati in media generalisti o specializzati, digitali o meno.

Le sfide

Mancanza di fiducia

Selezionate e condividete soltanto informazioni verificate e rilevanti, basate su dati ed evidenze scientifiche. Sviluppate un modello di comunicazione della scienza che sia bilanciata, diretta e basata sulle evidenze.

Mancanza di formazione

Promuovete laboratori di citizen science per i giornalisti e per i professionisti dell'informazione.

Consigli pratici

1. Costruite alleanze con i data journalist

I progetti di citizen science possono essere un'incredibile fonte di informazioni.

Coinvolgete la comunità nel lavorare assieme ai data journalist.

Collaborate con i data journalist a progetti comuni (le questioni scientifiche possono diventare dei temi caldi). I professionisti dell'informazione possono dare una spinta positiva al vostro progetto e aumentarne la visibilità.

2. Condividete i dati e sostenete il giornalismo basato sui fatti

Coinvolgete i mezzi d'informazione per incoraggiarli a pubblicare notizie basate sulle evidenze scientifiche. La citizen science può aiutare nel contestualizzare il modo in cui i dati vengono raccolti e combattere la disinformazione.

Siate consapevoli del fatto che i giornalisti devono sempre considerare fonti diverse ed essere in grado di verificare i dati che fornite loro (per rispettare la loro deontologia professionale).

Create materiali specifici per i giornalisti, che suggeriscano soluzioni a problemi pubblici sulla base delle vostre ricerche.

3. Raccontate le storie dietro ai dati

Mettete in evidenza le storie e "non chiamateli (solo) dati". Per i giornalisti, la narrazione è importante: assieme ai dati c'è bisogno di un taglio, di una storia e di una soluzione.

I dati scientifici possono essere visualizzati e raccontati attraverso il data journalism, ma siate pazienti! Ci può volere molto tempo per ottenere abbastanza dati da poter pubblicare un articolo (anche 1 o 2 anni).

Preparate materiali che siano utili per i giornalisti: video, tabelle con i dati, immagini, etc. Un pacchetto stampa è un'ottima idea!