



# Wissenschaftliche Innovationen als narrativer Gegenstand

*Kommunikative Herausforderungen von biobasiertem Kunststoff an die Wissenschaftskommunikation*



HOCHSCHULE  
HANNOVER  
UNIVERSITY OF  
APPLIED SCIENCES  
AND ARTS

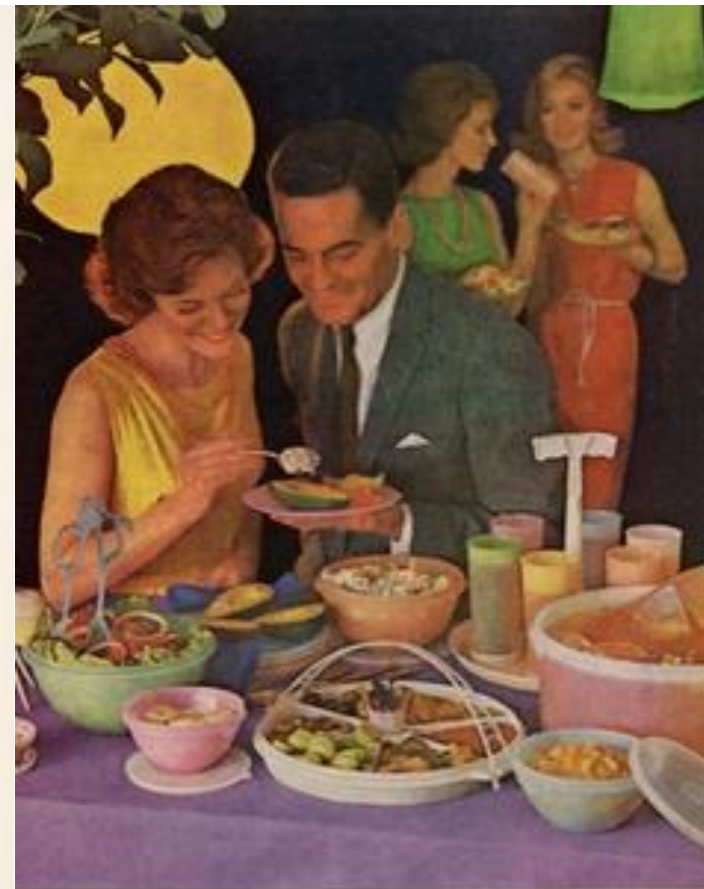
–  
*Fakultät III  
Medien, Information  
und Design*



# Das Material: Plastik als Konsumversprechen



**Kids help themselves; less work for you with a Dixie Cup Dispenser!**  
Now, your sink doesn't fill up with glasses. Instead of bothering you for every drink, the kids use Dixie Cups that can't spread colds. No broken glass, either. Refills everywhere. Get a Dixie Cup Dispenser!



*Take our garden.  
Sprinkle well with lanterns.*

**Add Tupperware.** Tupperware is so pretty at a garden party—or any party! Practical as can be, too, because these unbreakable plastic containers seal air-tight. Food stays garden-fresh till party time. Prepare, store and serve in Tupperware...avoid last-minute rush. Enjoy parties more...and enjoy a Tupperware Party soon. You'll see Tupperware demonstrated and get lots of party-planning and homemaking tips. Call the local Tupperware distributor for the name of your nearest dealer, or write Department B-7, Tupperware Home Parties, Orlando, Florida.



Bildquelle: siehe Anhang

GEFÖRDERT VOM  
 Bundesministerium  
für Bildung  
und Forschung



# Das Material: Plastik als Objekt der Ästhetik



Bildquelle: siehe Anhang



GEFÖRDERT VOM  
 Bundesministerium  
für Bildung  
und Forschung



# Das Material: Plastik als Überfluss



Bildquelle: siehe Anhang

„Die Hierarchie der Substanzen ist abgeschafft, eine einzige ersetzt sie alle:  
Die ganze Welt *kann* plastifiziert werden“

Roland Barthes, 1957



GEFÖRDERT VOM  
 Bundesministerium  
für Bildung  
und Forschung



# Das Material: Plastik als Müll



Bildquelle: siehe Anhang

GEFÖRDERT VOM  
 Bundesministerium  
für Bildung  
und Forschung



# Das Material: Plastik als Bedrohung



Bildquelle: siehe Anhang

GEFÖRDERT VOM  
 Bundesministerium  
für Bildung  
und Forschung



# Das Material: Biokunststoff als Lösung?



Bildquelle: siehe Anhang

GEFÖRDERT VOM  
 Bundesministerium  
für Bildung  
und Forschung



# Das Material: Biokunststoff als Lösung?



Bildquelle: siehe Anhang



GEFÖRDERT VOM  
 Bundesministerium  
für Bildung  
und Forschung





# Wissenschaftskommunikation: Ein Wandel

Ziele	Konzepte	Dekontextualisierte Wissenschaft, >mode 1<	Defizitmodell, PUSH, Defizitmodell	Medialisierung, >mode 2<, Citizen Science
	Forschende	Wissenschaftlicher Austausch	Wissensvermittlung und Akzeptanzsteigerung	Dialog, Austausch & Gesellschaftliche Legitimation
	Publikum	Wissenschaftler als isolierte Forscher	Wissenschaftler als Lehrer und Berater	Wissenschaftler als Wissensanbieter, Konfliktpartei, Stakeholder
	Wirkung	Keine Wirkung außerhalb der Wissenschaft	En détail Information ohnehin Interessierter	Große Reichweite, themenspezifische Wirkung von intensiven Lerneffekten bis zu anhaltenden Kontroversen

Quelle: Eigene Darstellung nach Schäfer, Kristiansen & Bonfadelli, 2015:15



# Biokunststoff: Kommunikationsoutput

Abfallvermeidung Wegwerfgesellschaft

ökologisch Versorgungssicherheit Landuse

Feedstock Marine Littering Plastikpartikel Ökobilanz

Zwei zentrale Vermittlungsmuster:

**Storytelling und Framing**

biobasiert Nachhaltigkeit Umweltschutz

Ressourcenverschwendung Ressourcenschonung

Greenwashing kompostierbar Zukunftslösung

GEFÖNDERT VOM  
 Bundesministerium  
für Bildung  
und Forschung



# Biokunststoff – Ein Stoff für Narration?



Quelle: Eigene Darstellung nach Früh, 2014



# Biokunststoff – Gegenstand von Framing

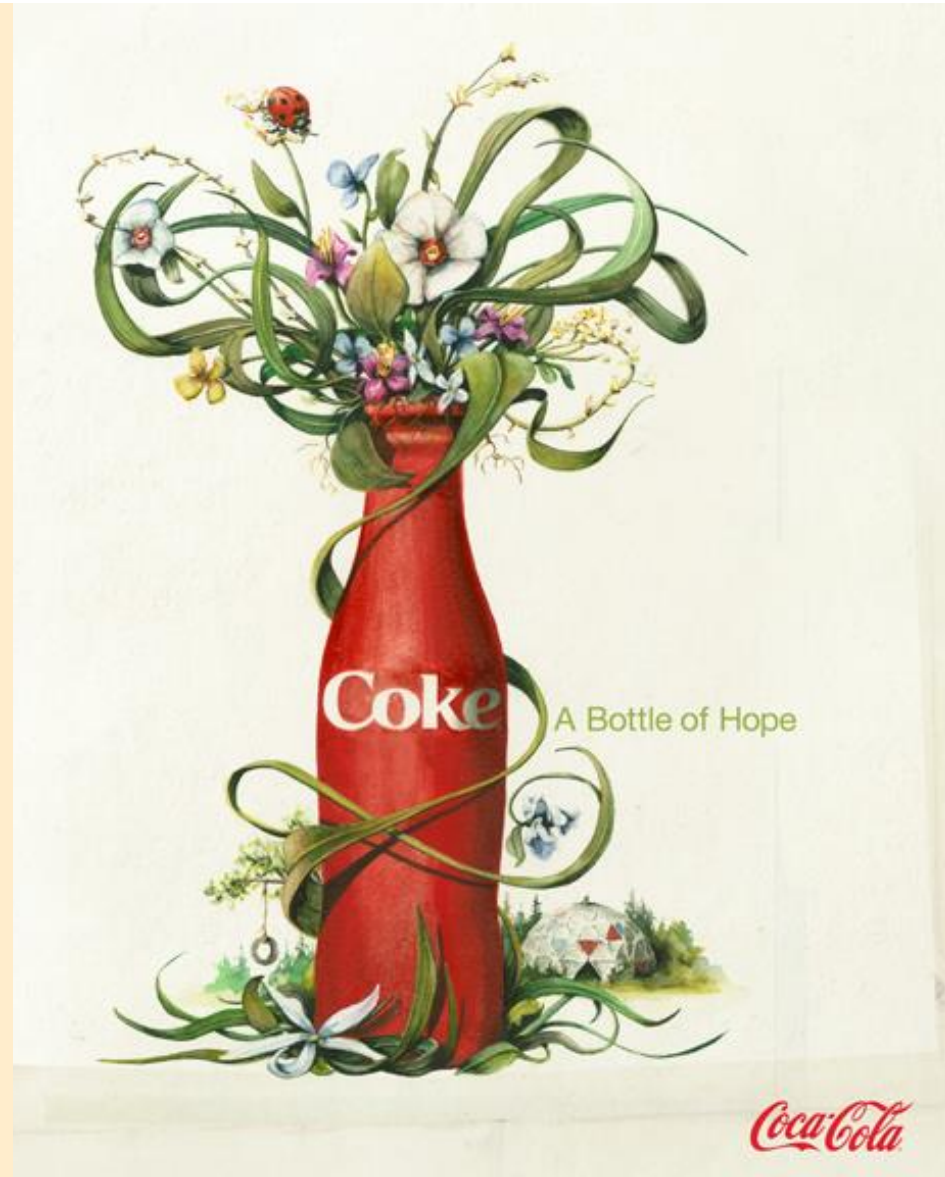
## Framing

Naheliegen eines bestimmten Deutungsmusters (Frame) durch Auswahl und Betonung bestimmter Aspekte eines Sachverhaltes.

## Frameelemente

- Problemdefinition
- Verantwortungszuschreibung
- moralische Bewertung
- Handlungsempfehlung.

*„The PlantBottle is a better bottle – made up of 30 % plant-based materials...“*

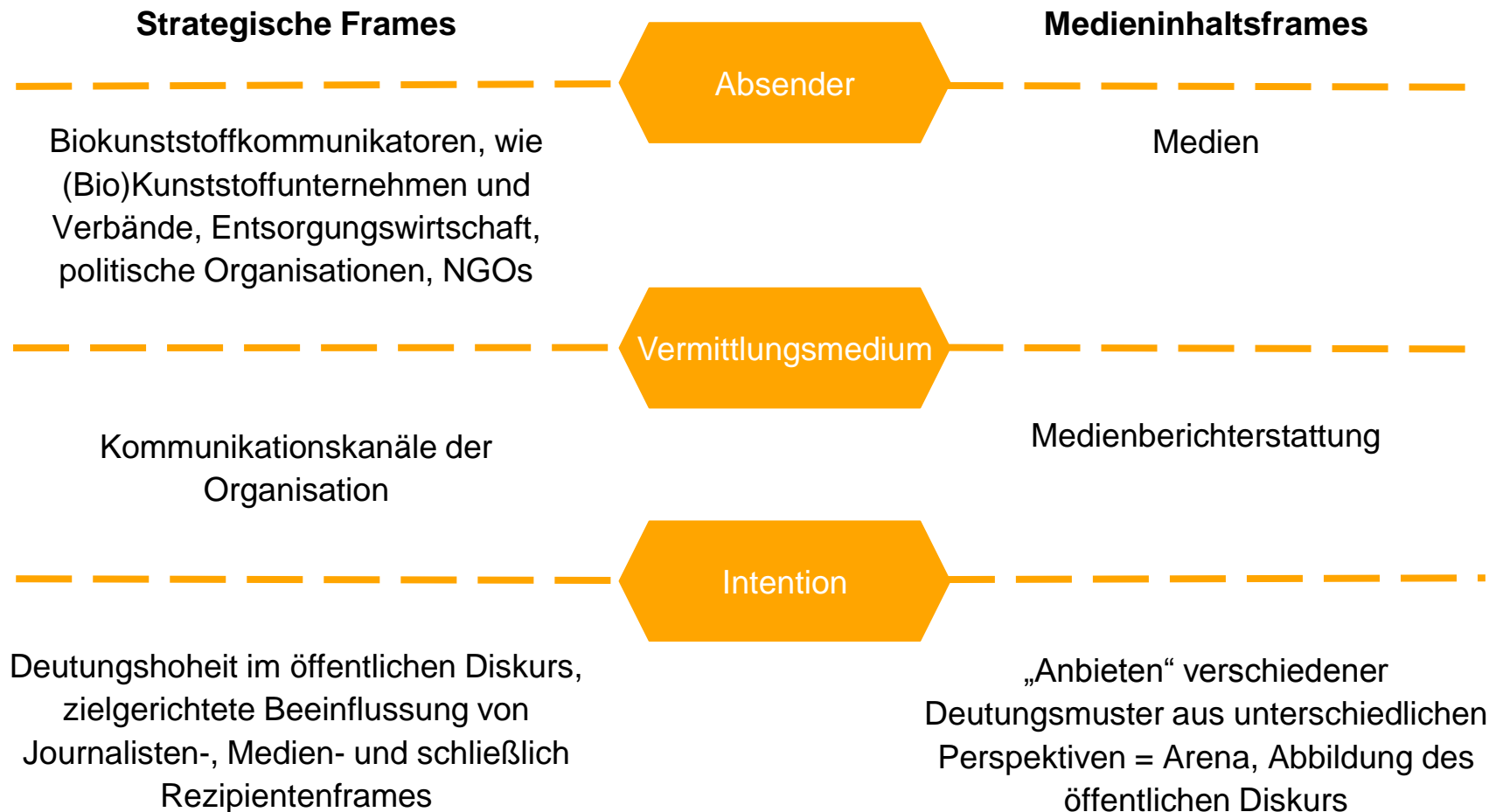


Bildquelle: siehe Anhang

GEFÖRDERT VOM  
Bundeministerium  
für Bildung  
und Forschung



# Biokunststoff – Gegenstand von Framing



# Biokunststoff: Verbraucherbetrug vs. Umweltrettung

## – Ergebnisse einer Medienframe-Analyse



Abb.: Exemplarische Frames der quantitativ-qualitativen Inhaltsanalyse „Das Bild von Bioplastik in den Medien. Eine medieninhaltsanalytische Untersuchung am Beispiel der Wochenzeitung „Die Zeit“. (Blesin, 2014)



# Fazit: Biokunststoff – Ein Stoff für Narration?

- Storytelling bietet sich aus Perspektive von Biokunststoff Kommunikatoren an, um den **komplexen technisierten Erzählgegenstand greifbarer** zu machen.
- Die anschließende **journalistische Vermittlung aber folgt eigenen narrativen Gesetzen und Deutungsmustern.**
- Fakten und Konsequenzen aus verschiedenen Perspektiven zu beleuchten und den **Erzählgegenstand als Ganzen zu betrachten, ist die zentrale Herausforderung für Wissenschaftskommunikation.**

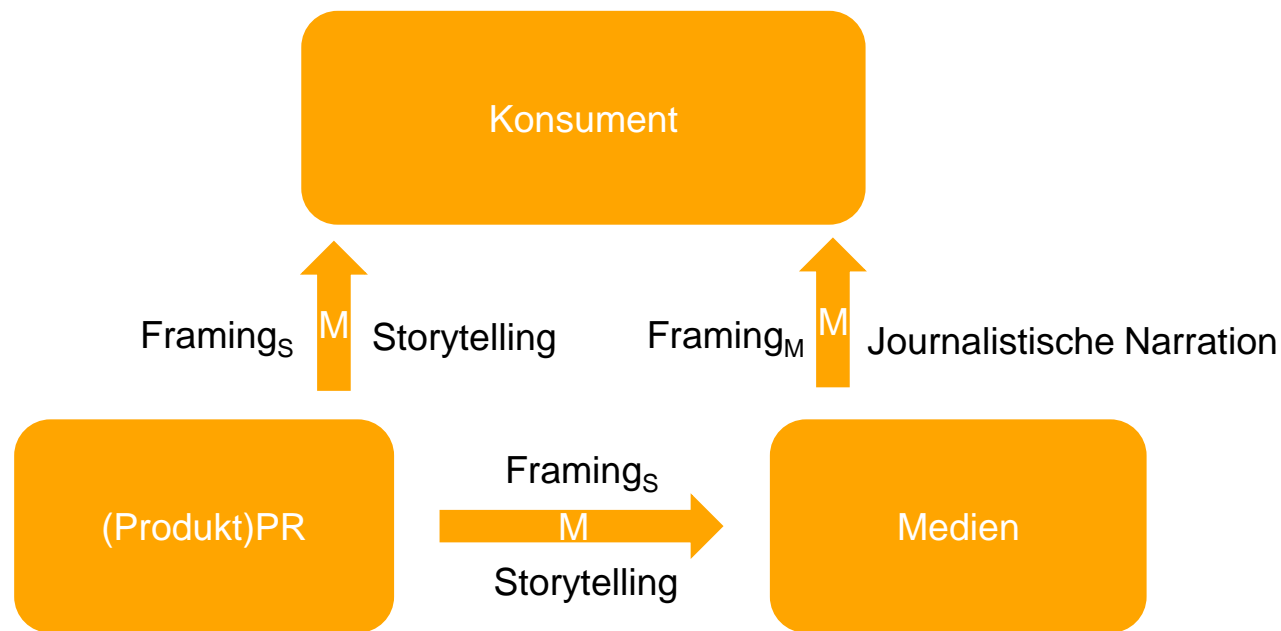


Abb.: Einfache Darstellung von strategischem Framing vs. Medienframes & Storytelling vs. Journalistische Narration



Wir danken für Ihre Aufmerksamkeit!

Prof. Dr. Wiebke Möhring

Julia Blesin, M. A

[julia-maria.blesin@hs-hannover.de](mailto:julia-maria.blesin@hs-hannover.de)

[www.biokunststoffe-nachhaltig.de](http://www.biokunststoffe-nachhaltig.de)

Hochschule Hannover

Expo Plaza 12

30539 Hannover





# Literatur

Barthes, R. (1957): *Mythologies*. Paris: Seuil.

Blesin, J.-M. (2014): *Das Bild von Bioplastik in den Medien. Eine medieninhaltsanalytische Untersuchung am Beispiel der Wochenzeitung "Die Zeit"*. Masterarbeit. Hochschule Hannover, Hannover.

Böcking, T. (2009): *Strategisches Framing. Gesellschaftliche Akteure und ihre Einflussnahmeversuche auf die mediale Debatte über die embryonale Stammzellforschung in Deutschland 2000 bis 2002*. Univ., Diss.-- München, 2009. Köln: Halem.

Bonfadelli, H.; Kristiansen, S.; Schäfer, M. S. (2015): *Wissenschaftskommunikation im Wandel*. Köln: Herbert von Harlem Verlag.

Entman, Robert M. (1993). Framing: Towards clarification of a fractured paradigm. In: *Journal of Communication* 43. S. 51-53.

Früh, W. (2014): Narration und Storytelling. In: Früh, W. & Frey, Felix (Hrsg.). *Narration und Storytelling. Theorie und empirische Befunde* (neue Ausg). Köln: Halem. (Unterhaltungsforschung, 10).

Krüger, F. (2015): *Corporate Storytelling. Theorie und Empirie narrativer Public Relations in der Unternehmenskommunikation*. Wiesbaden: Springer VS.



# Bildquellen

Folie 2:

- Links: <http://www.nwhm.org/blog/throwbackthursday-vintage-commercials-and-advertisements-part-2/>
- Rechts: <https://www.pinterest.com/pin/531213718526246187/>

Folie 3:

- Oben links: <http://www.decoist.com/2012-03-21/maximize-your-space-with-acrylic-furniture/kartell-louis-ghost-chair-png/>
- Oben rechts: <http://www.pantonworld.com/original-photos-new/1972-panton-binningen-house-005/>
- Unten: [http://img.archiexpo.com/images\\_ae/photo-g/contemporary-chair-polypropylene-charles-ray-eames-80422-3019841.jpg](http://img.archiexpo.com/images_ae/photo-g/contemporary-chair-polypropylene-charles-ray-eames-80422-3019841.jpg)

Folie 4: 99 Cent. 1999, Andreas Gursky unter <http://www.moma.org/interactives/exhibitions/2001/gursky/>

Folie 5: 7 Days of Garbage. 2014, Gregg Segal unter <http://www.greggsegal.com/>

Folie 6: Midway: Message from the Gyre (2009 – Current), Chris Jordan unter <http://www.chrisjordan.com/gallery/midway/#CF000313%2018x24>

Folie 7: PLA Rezyklat, Marina Mudersbach unter <http://ifbb.wp.hs-hannover.de/bina/>

Folie 8:

- Oben links: Kaffeeelöffel aus Biokunststoff, Julia-Maria Blesin
- Oben rechts: <http://www.developpp.de/de/content/biokunststoff-aus-pflanzenresten>
- Unten links: Eric Jacobsen Design unter <http://www.eric-jacobson-design.de/furniture/polster-baenke/bank-bioplastique-mod-mch/>
- Unten rechts: <http://www.plantbottle.info/chde/index.shtml>

Folie 12: <https://prezi.com/gjmdobcuha0b/the-lifes-of-a-plastic-bottle/>

