

## YOSCIWEB Nieuwsbrief 4

Het YOSCIWEB consortium heeft de diepte-analyse van geselecteerde websites in de deelnemende landen afgerond.

Het eerste doel van deze diepte-analyse is een evaluatie van de 60 geselecteerde populair-wetenschappelijke websites, begin 2009, door de zeven partners in het project. U vindt hierover meer informatie in onze vorige nieuwsbrief nr. 3.

Nu deze analyse is afgerond kunnen we een overzicht bieden van de belangrijkste ontwikkelingen en *best practices* in de verschillende landen. De belangrijkste conclusies vindt u in deze nieuwsbrief. Zie meer op pag. 3.

Het YOSCIWEB consortium is op dit moment bezig met de organisatie van de focusgroep sessies. Onze eerstvolgende taak is om conclusies te trekken op basis van deze bijeenkomsten met jongeren en hun oordeel over wetenschappelijke websites .

---

De YOSCIWEB partners hebben de diepte-analyse van 60 geselecteerde websites in de deelnemende landen afgerond en zijn nu bezig met focusgroepen van jongeren tussen 12-17 jaar om hun voorkeuren en suggesties met betrekking tot die populair-wetenschappelijke websites in kaart te brengen.

---

### Inhoud

Over YOSCIWEB	1
Uitvoering van de sessies met de focusgroepen	2
Analyse van populair-wetenschappelijke websites door de partners	3
Activities of YOSCIWEB partners	4
YOSCIWEB komende activiteiten	5



## Over YOSCIWEB

Het YOSCIWEB project brengt in kaart hoe populair - wetenschappelijke websites het beeld van de wetenschap en haar beoefenaars bij jongeren vormgeven en beïnvloeden. Wij bieden kennis, praktische ervaring en *best practices* op het vlak van het imago van de wetenschap op het internet.

Meer informatie over het project: [www.yosciweb.eu](http://www.yosciweb.eu)

Het YOSCIWEB project wordt financieel ondersteund vanuit het [EU 7<sup>de</sup> Kader Programma](#) en loopt van januari 2008 tot december 2009



## De focusgroep sessies

Op dit moment zijn we bezig met de organisatie van focus groepen van jongeren van 12-17 jaar om in beeld te krijgen wat zij vinden van wetenschap en de wetenschappers en wat zij van de door ons geselecteerde populair-wetenschappelijke websites in hun landen vinden.

Elke partner organiseert acht focus groep sessies met elk negen kinderen. De groepen worden verdeeld in groepen met kinderen van 12-14 jaar en met jongeren van 15-17 jaar. In de eerste groep doen drie kinderen van 12 jaar, drie van 13 en drie van 14 jaar oud mee. In de tweede groep zitten drie 15-jarigen, drie 16-jarigen en drie 17-jarigen.

Alle negen jongeren zijn per groep van het hetzelfde geslacht en hebben een vergelijkbare sociaal-economische achtergrond (hoog of laag zoals gedefinieerd door elke partner afzonderlijk).

In de focusgroep discussiëren de jongeren *eerst* over wat wetenschap is en wat wetenschappers doen. Dit moet de jonge deelnemers op hun gemak stellen en het ijs breken in de focusgroep. Het geeft bovendien een eerste beeld van de perceptie over wetenschap bij jongeren. En deze vragen helpen de deelnemers natuurlijk ook om een visie op wetenschap en wetenschappers te vormen.

*Vervolgens* bekijken de focusgroepen een selectie van drie populair-wetenschappelijke websites. Geselecteerd door de organisator van de sessie ofwel de partner. De jongeren worden onderverdeeld in drie groepen met drie deelnemers elk die ongeveer 20 minuten de tijd krijgen voor een beoordeling van elke website. De deelnemers vullen een lijst in ter beoordeling van de websites.

De lijst of het schema is verdeeld in vier hoofdvragen of onderwerpen:

1. Hoe ziet website er uit?
2. Hoe kan je interacteren met de website?
3. Wat vind je van de site?
4. Wat laat de website je zien van wetenschap en hun beoefenaars?

I. What does the website look like?		
Can you easily see what this website is about?	Yes	No
Is this website easy to read?	Yes	No
Is this site is cool to look at?	Yes	No
	Why?	
Are there things that distract you from reading the site properly?	Yes	No

**Figuur 1. Een deel van de vragenlijst.**

Tot slot is er een afrondende discussie waarin de jonge deelnemers van de sessie in groep discussiëren over wetenschap op het internet in het algemeen. Ze kunnen bijvoorbeeld praten over websites die ze het leukst vinden en welke ze vaak bezoeken en waarom ze de een leuker vinden dan de ander.

Kijk voor meer informatie over de opzet en uitvoering van de focusgroep sessies op <http://www.yosciweb.eu/d9.pdf>

## Analyse van populair-wetenschappelijke websites door de partners

De YOSCIWEB partners hebben de populair-wetenschappelijke websites in hun landen geanalyseerd. Enkele resultaten presenteren we in deze nieuwsbrief.

Wij hebben de populair-wetenschappelijke websites aan de hand van vier criteria geanalyseerd:

- Content
- Visuele aantrekkelijkheid
- Gebruiksgemak
- Interactiviteit

De belangrijkste conclusies:

### Beelden van wetenschap en wetenschappers

De meest opmerkelijke bevinding is dat in ongeveer 25% van de geselecteerde populair-wetenschappelijke websites er geen of bijna geen plaatjes zijn van 'wetenschappers in actie'.

Wel geeft een aantal websites een vaste plaats aan wetenschappers. Drie websites bieden bijvoorbeeld beschrijvingen van wetenschappers met CV en dagelijkse activiteiten echter zonder dat er foto's bij zijn geplaatst. Twee websites bieden verslagen van interviews met wetenschappers en drie (andere) websites geven duidelijk aan van welke deskundigen zij regelmatig wetenschappelijke achtergrondinformatie ontvangen.

### Content

"De grotere organisaties hebben meer geavanceerde websites" is de algemene conclusie voor Britse websites. In kleinere landen als Estland ziet men dat "de ruimer gefinancierde sites hun informatie meer kunnen bijhouden en ook beter gebruik maken van moderne technieken om de wetenschap en haar beoefenaars beter voor het voetlicht te brengen". Onze Franse collega's stelden bij één website, dat tot een bekend tijdschrift behoort, de retorische vraag: "Waar is de wetenschap?" De website promoot vooral de laatste editie van dat tijdschrift zonder de inhoud van de artikelen prijs te geven en laat veel video's zien die niet in de eerste plaats over wetenschap gaan maar meer bedoeld zijn om jongeren aan te trekken met populaire onderwerpen als muziek, humor, film, enz.

Deze vraag geldt natuurlijk voor elk land waar wetenschap en wetenschapscommunicatie te geïnstitutionaliseerd en vercommercialiseerd zijn. Daarmee verworden de websites tot virtuele etalages van de instituten die zichzelf willen promoten zonder al te veel (wetenschappelijke) inhoud.



Figuur 2. Is dit een moderne wetenschapper?

## Visuele aantrekkelijkheid

De meeste populair-wetenschappelijke websites in Spanje, Frankrijk en Groot-Brittannië worden door de onderzoekers als visueel aantrekkelijk beoordeeld, met een goede keuze aan kleuren, originele ontwerpen, veel foto's, plaatjes en *graphics*. In Bulgarije daarentegen is het gebrek aan financiering van *on line* wetenschapscommunicatie duidelijk zichtbaar in amateuristische website ontwerpen bij het grootste deel van geanalyseerde websites.

## Gebruiksgemak

De meeste Spaanse, Nederlandse, Franse en IJslandse websites zijn professioneel opgezet in termen van navigatie, eenvoud en efficiëntie van content management. Een belangrijke uitzondering is een Franse website met een *home page* die veel te lang is door (te) nauwezette classificering van de zeer grote hoeveelheid content. En één van de onderzochte Spaanse websites is gebruiksonvriendelijk omdat het te weinig "downloading en afdruk opties" biedt.

## Interactiviteit

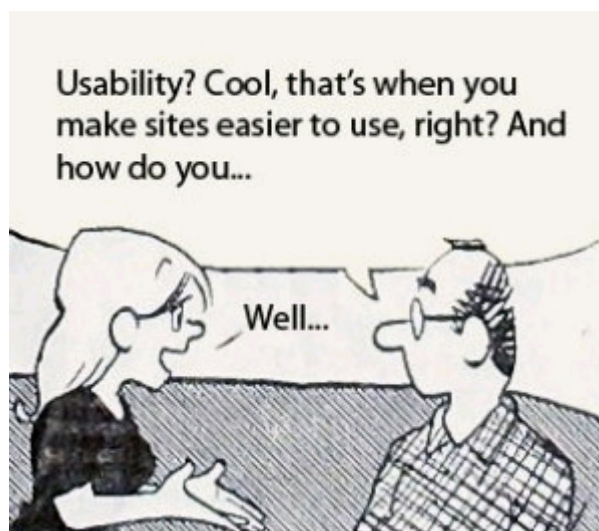
Een meerderheid van de onderzochte websites is laag tot gemiddeld wat interactiviteit betreft. In Frankrijk en Groot-Brittannië zijn de websites niet erg interactief en met weinig web 2.0 technologie en communicatie voornamelijk *top down*.

In het Nederlandse voorbeeld is er geen website die het hele aanbod van interactieve mogelijkheden kan aanbieden. In Spanje zijn de populair-wetenschappelijke websites evenmin erg interactief behalve enkele mogelijkheden voor feedback en insturen van eigen bijdragen.

In Bulgarije en Estland hebben de websites redelijk goed ontwikkelde fora en feedback opties maar is het algemene niveau aan interactiviteit ook laag.

In IJsland bestaat de interactiviteit voornamelijk uit vraag-/antwoordmogelijkheden die in enkele gevallen goed ontwikkeld zijn. Ongeveer de helft van de websites biedt gebruikers *link sharing* en de optie om materiaal op Facebook te plaatsen. De geselecteerde IJslandse websites bieden slechts een paar interactieve opties aan uit een grote hoeveelheid mogelijkheden.

Meer informatie over de analyses en uitkomsten zijn te vinden op: <http://www.yosciweb.eu/d11.pdf>.



Figuur 3. Een cartoon over gebruiksgemak

## YOSCIWEB partners

Kijk ook naar wat YOSCIWEB partners zelf doen op het gebied van wetenschapscommunicatie op het internet. Onze Franse partner *Conseil général de l'Essonne -CG91-* voert *Banque des savoirs* uit dat onlangs een Engelstalige nieuwsbrief heeft gepubliceerd die ook voor u interessant kan zijn.

Onderwerpen van de eerste nieuwsbrief:

- [An Ant 's life](#)
- [Teaching Science: not so neutral textbooks...](#)
- [The wild animals of Paris](#)
- [Spiderman... or is it Spidergoat?](#)
- [Philippe Bouveret, sculptures run by nature](#)

Kijk op [www.savoirs.essonne.fr/](http://www.savoirs.essonne.fr/) of op [http://www.yosciweb.eu/NL\\_Banque\\_des\\_savoirs\\_EN\\_01.pdf](http://www.yosciweb.eu/NL_Banque_des_savoirs_EN_01.pdf) en meldt u aan voor *Banque des savoirs* nieuwsbrieven!

## YOSCIWEB komende activiteiten

---

De eerstvolgende opdracht voor de leden van het YOSCIWEB consortium is de afronding van de focusgroep studies in de zeven deelnemende landen. Na deze afronding zal onze Schotse partner de *feedback* van de jongeren in kaart brengen en analyseren.

Daarna gaan de YOSCIWEB partners uit IJsland, Spanje en Schotland de resultaten van de studies beoordelen en trends in verschillende Europese landen in kaart brengen door vergelijkingen per leeftijdsgroep te maken. Het is de bedoeling om uiteindelijk op verschillende niveaus *best practices* voor populair-wetenschappelijke websites te ontwikkelen.

De YOSCIWEB nieuwsbrief 5 zal binnen vier maanden worden gepubliceerd en verzonden naar uw e-mail adres.

Het YOSCIWEB consortium hoopt dat u onze kennis en ervaring als waardevol en interessant ervaart. Eind dit jaar is het project afgelopen en dan zullen wij onze aanbevelingen en *best practices* over wetenschap- en techniekcommunicatie via het internet voor iedereen beschikbaar stellen.

Meer informatie over de achtergrond en tussentijdse resultaten van het project zijn te vinden op: [www.yosciweb.eu](http://www.yosciweb.eu)

