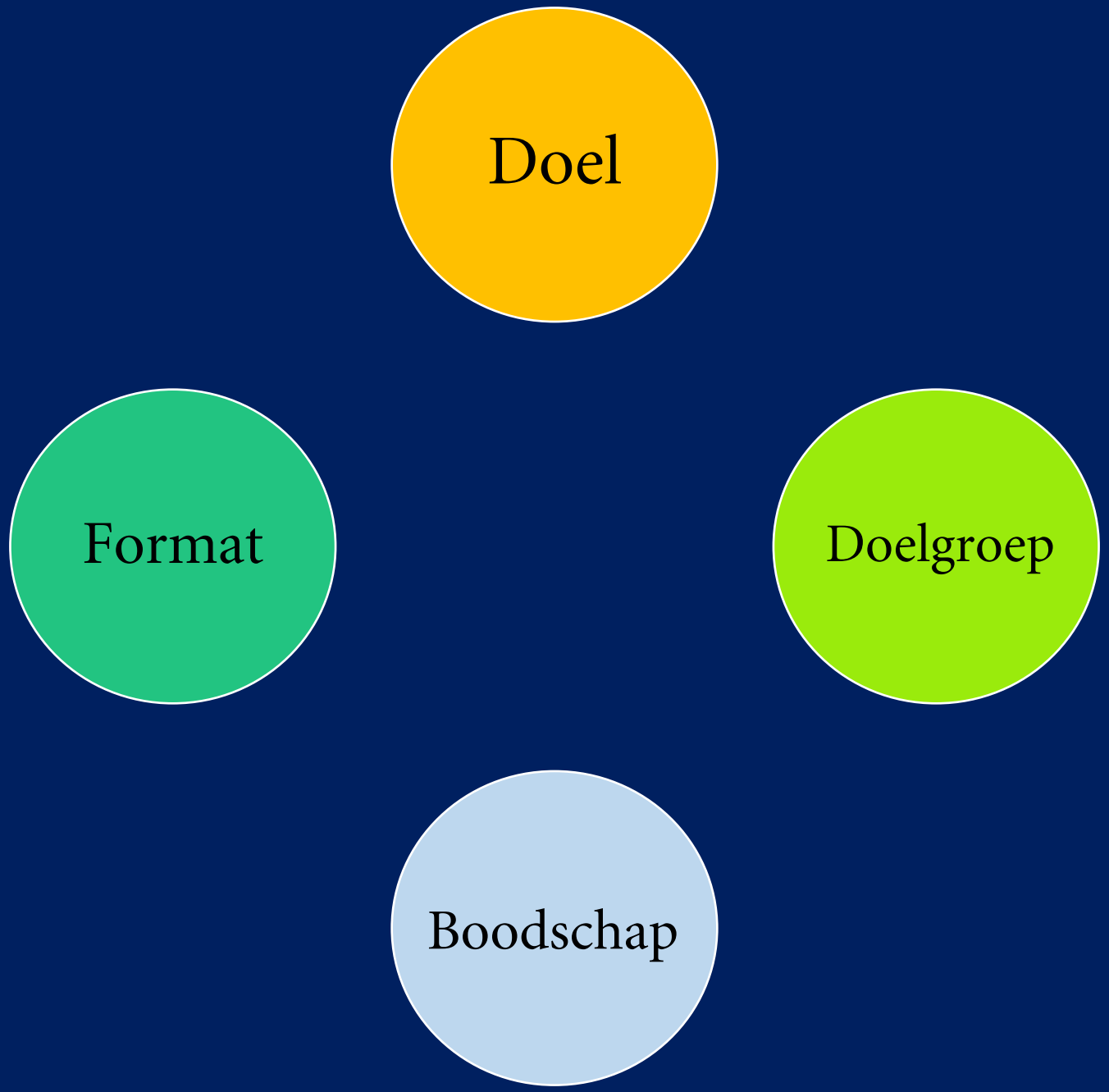
wetenschapscommunicatie

DCRM-congres 13 november 2026

Marieke Drost & Wing-Sam Lam

Universiteit Leiden


SCIENCE NEWS
MIRACLE CURE FOR EVERYTHING!
WHICH ANIMAL IS THIS?
SCIENCE
COMMUNICATION
&SOCIETY
RESEARCH
JOURNAL OF SCIENCE COMMUNICATION
DOING
REAL
RESEARCH


Doel
Format
Doelgroep
Boodschap

1. welk publiek of welke doelgroep wil je bereiken?

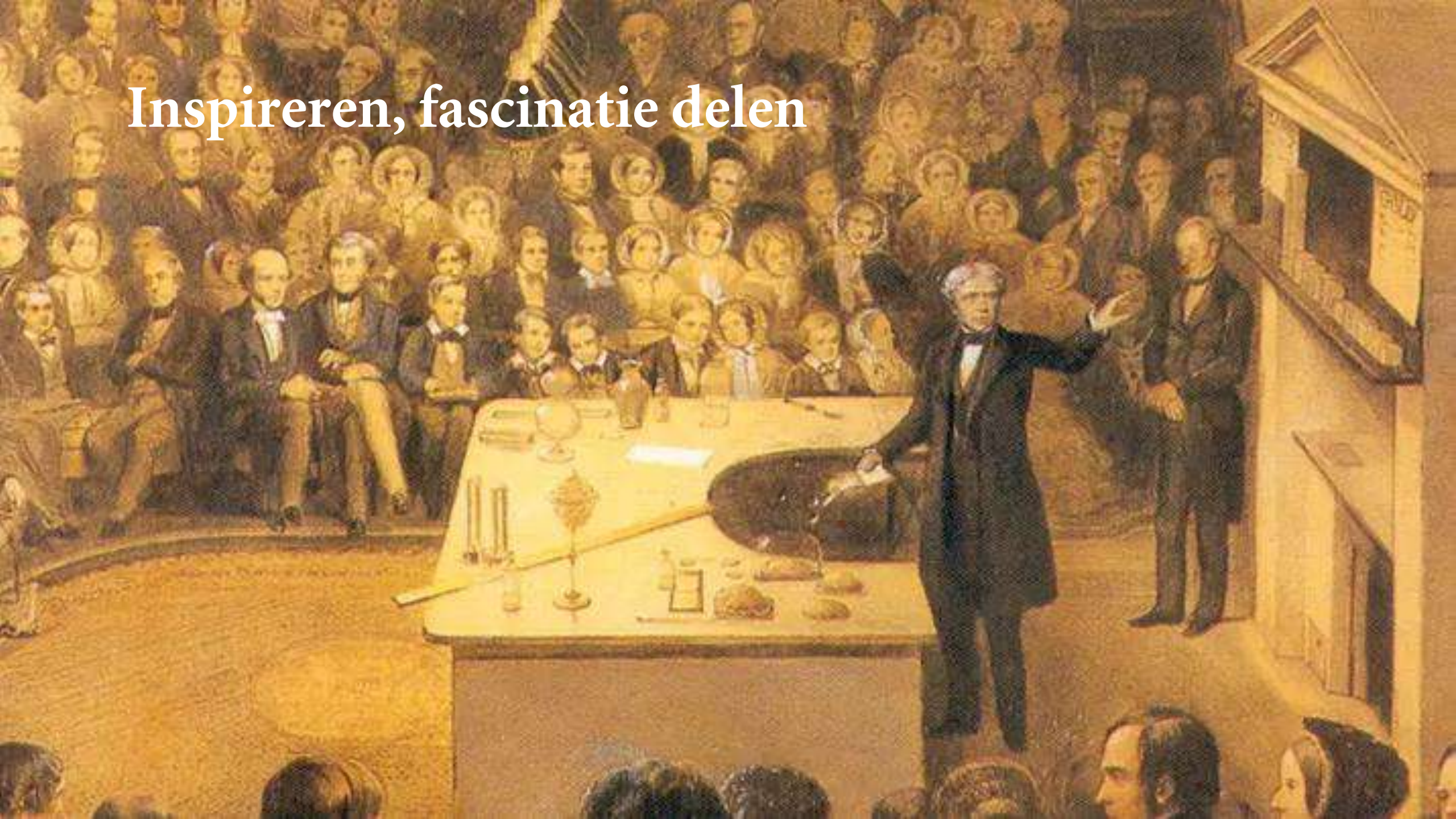
2. waarom?

3. wat is je boodschap aan hen?

vormen van wetenschapscommunicatie

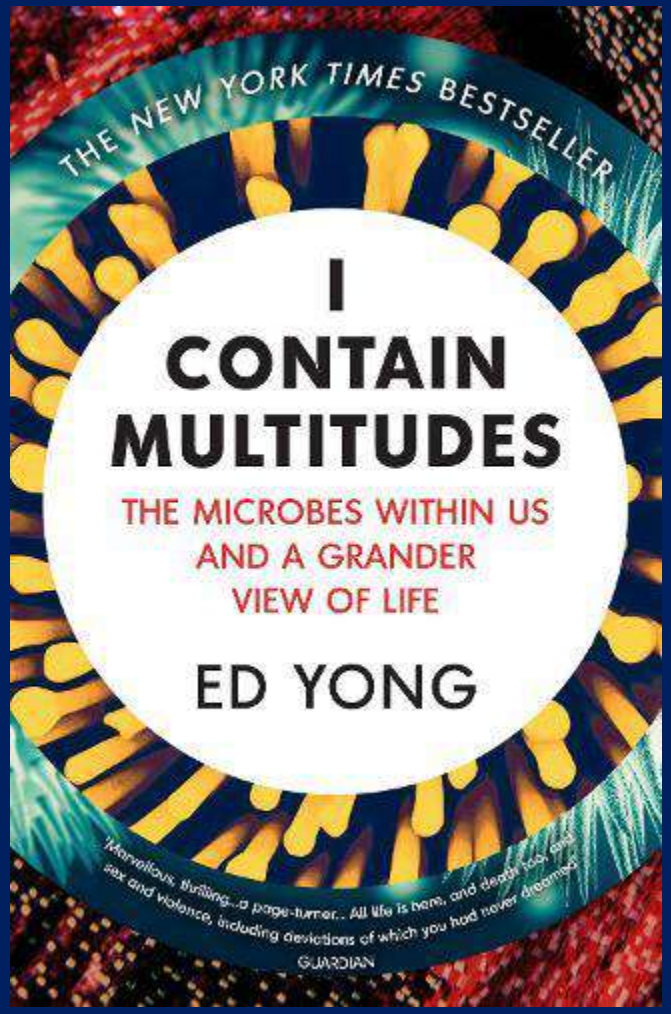
(let op doel, doelgroep, format, boodschap)

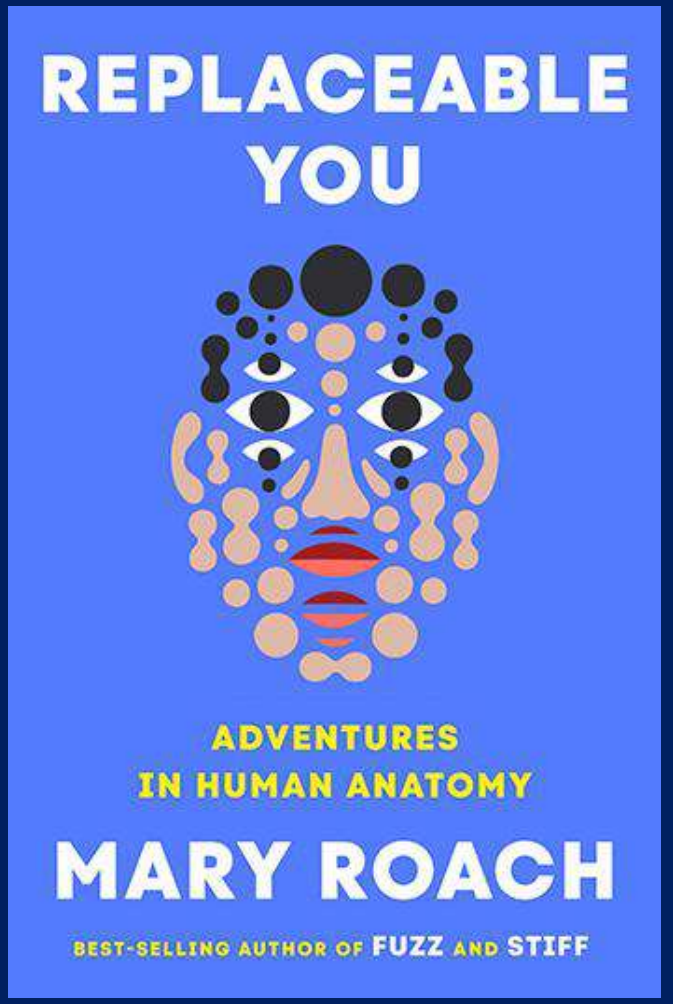
Inspireren, fascinatie delen

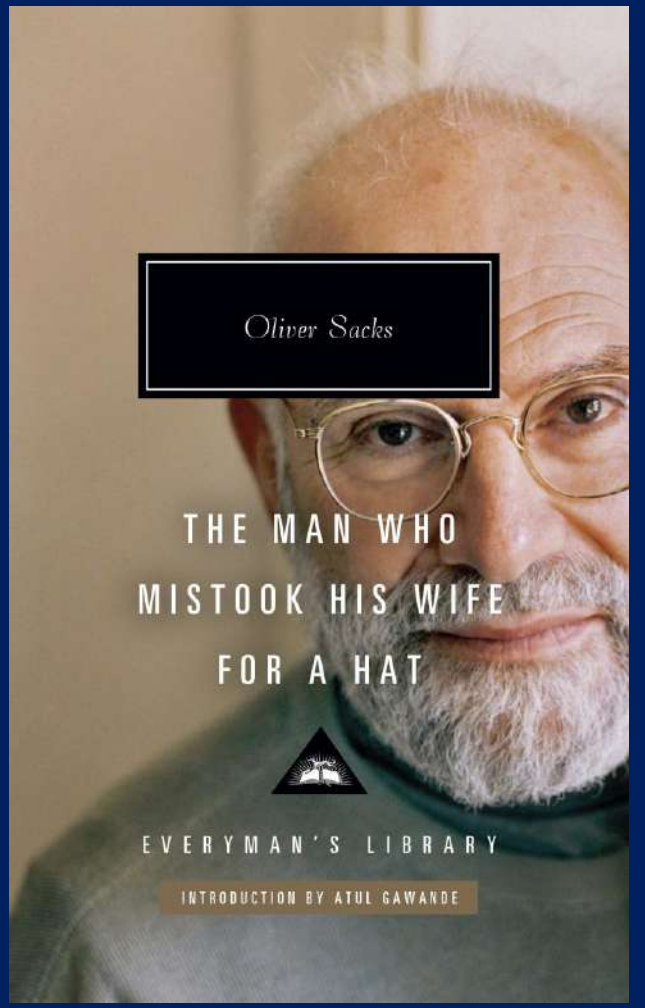



Ri
Inspireren, fascinatie delen
Ri
CHRISTMAS LECTURES
The Royal Institution
CGI

Inspireren, fascinatie delen







Educatie; wetenschap dichtbij brengen





In gesprek gaan, van je publiek leren



Activeren, empoweren, alarm slaan



Zomerinterview

Longarts Wanda de Kanter strijdt al bijna twintig jaar tegen de tabaksindustrie: 'Steeds meer kinderen hebben een eigen vape-dealer'

Longarts Wanda de Kanter zet zich al jaren in voor een rookvrije samenleving. © MATTY VAN WIJNBERGEN



Podcast

PCOS: het grootste hormoonprobleem waar bijna niemand van weet

Geranne Jiskoot
ErasmusMC

Voorlichten, vragen beantwoorden, debunken

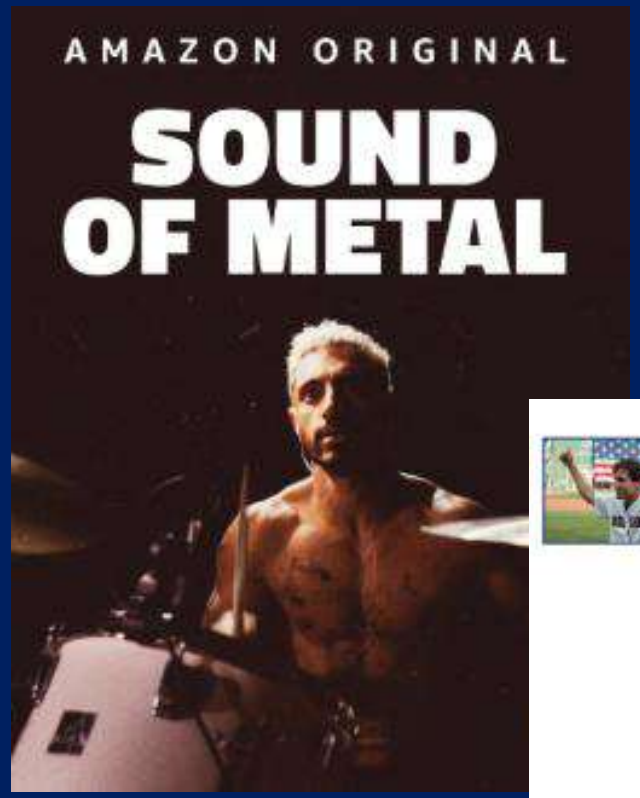


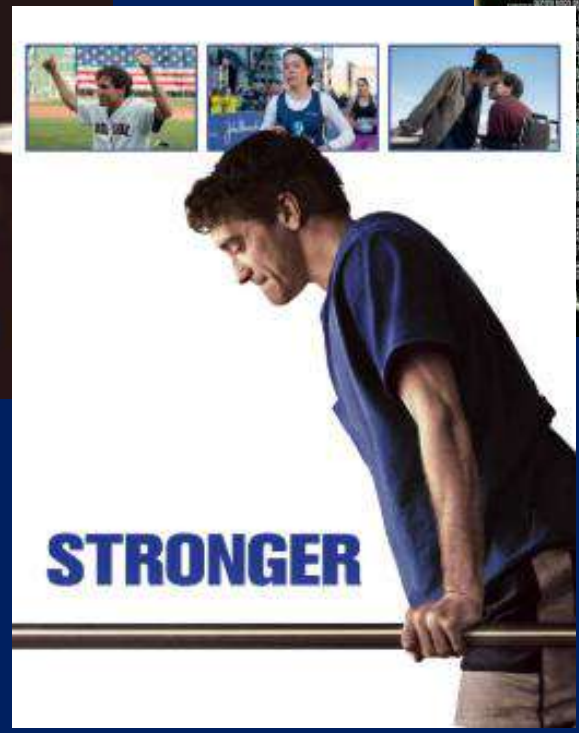




Andere formats: spellen en speelfilms









Doelgroep

Oefening: denken vanuit je doelgroep

Hoe verhoudt de doelgroep zich tot jouw onderwerp?

1. Kies doelgroep (wees zo specifiek mogelijk!)
2. Schrijf op hoe deze doelgroep zich verhoudt tot jouw onderwerp (a.d.h.v. vragen) **– 5 min**

Hoe verhoudt de doelgroep zich tot jouw onderwerp?

- KENNIS - wat weten ze er al van?
- ERVARING - welke ervaringen raken aan jouw onderwerp?
- IDEEËN - welke associaties, aannames, vooroordelen, roept het op?
- RELEVANTIE - (hoe) raakt het hun dagelijks leven?
- EMOTIES - denk aan zorgen, hoop, angst, ontkenning ...
- WAARDEN - raakt het aan hun overtuigingen?
- INTERESSE - welk aspect prikkelt hun nieuwsgierigheid?
- AMBITIE - willen ze iets praktisch bereiken met jouw informatie?

Bespreek in duo's – 5 min + wissel

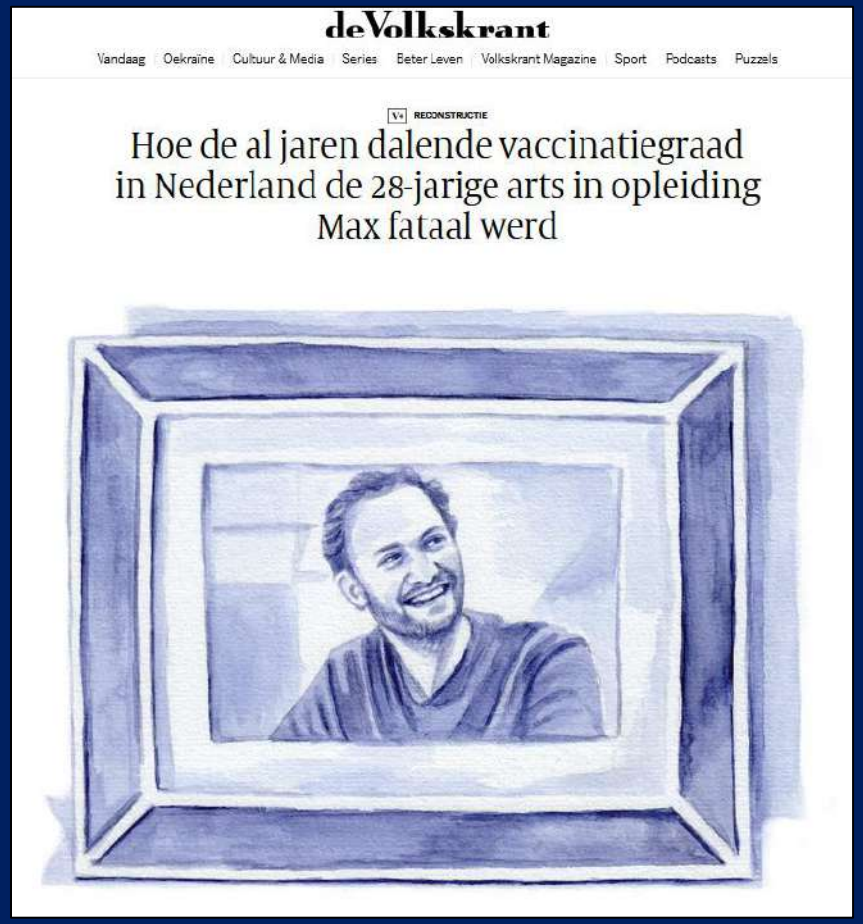
- Beschrijf je doelgroep
- Bespreek hoe deze mensen zullen reageren op je boodschap

  en hoe je kan aansluiten bij hun vragen, verwachtingen, ervaringen.

Inzichten

Storytelling

storytelling: personages

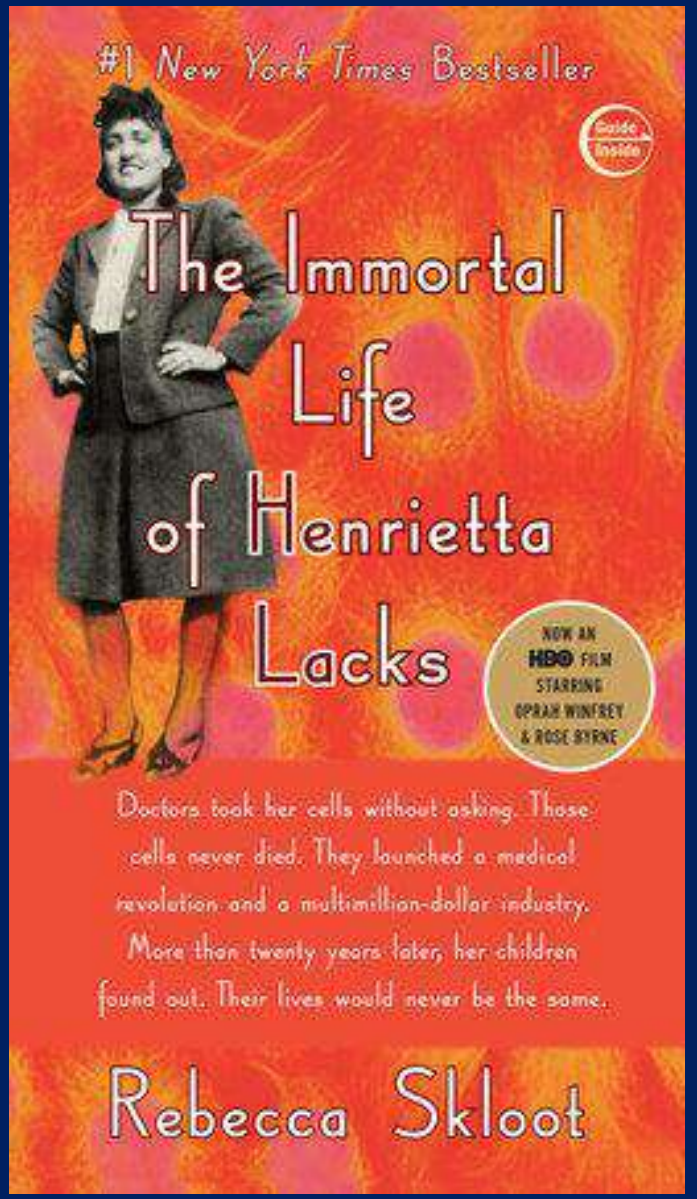


deVolkskrant

Vandaag | Oekraïne | Cultuur & Media | Series | Beter Leven | Volkskrant Magazine | Sport | Podcasts | Puzzels

V+ RECONSTRUCTIE

Hoe de al jaren dalende vaccinatiegraad in Nederland de 28-jarige arts in opleiding Max fataal werd



storytelling: (alledaagse) scenes



de Volkskrant

OPINIE RINSKE VAN DE GOOR

‘Jij denkt natuurlijk: daar heb je die ouwe zeikerd weer’ – er stond nog veel meer op haar briefje

Rinske van de Goor
van de Goor is huisarts.
20 juli 2026

Bewaren Delen

Ik loop naar de wachtkamer om Ans binnen te roepen. Vanuit de gang hoor ik haar al praten met de andere mensen in de wachtkamer. Ans ziet me en zegt: ‘Moet je mij hebben?’ ‘Nou en of’, zeg ik.

Moeizaam staat ze op van haar stoel en schuifelt achter me aan. ‘Sorry het duurt effe, hoor’, zegt ze. ‘Ja, ik dacht net: waarom springt Ans niet wat sneller op’, zeg ik. ‘Nee jij bent lekker’, zegt Ans.



Wat ik leerde van mensen die hun oksels scheren in de bibliotheek

Michelle van Tongerloo
Huiserts

illustratie: Jasmijn Jansen



waarom storytelling?

verhalen:

- maken het abstracte concreet, komt dichter bij de menselijke werkelijkheid
- zijn makkelijker te begrijpen
- laten zien wat er op het spel staat
- *raken* je publiek

beschrijf een scène
die je boodschap illustreert

- PLAATS — **waar zijn we?**
- PERSONAGE — **wie zijn betrokken?**
- MOTIVATIE — **wat willen ze bereiken?**
- OBSTAKELS — **welk probleem, tegenslag, conflict (etc.) speelt op?**
- HANDELING — **wat doen ze / gebeurt er?**
- ONTKNOPING — **met welk gevolg?**

Marieke Drost
t.m.drost@biology.leidenuniv.nl

Wing-Sam Lam
w.s.lam@biology.leidenuniv.nl

Universiteit Leiden