

Einreichung eines Extended Abstracts zum Tagungsthema der

69. Jahrestagung der DGPK 2024 in Erfurt:

„Visionen für ein besseres Leben –

Medien und Kommunikation in der Gesellschaft von morgen“

Hiermit bestätigen wir: Diese Einreichung wurde bisher noch nicht in schriftlicher Form veröffentlicht und noch nicht bei einer wissenschaftlichen Tagung als Vortrag eingereicht, akzeptiert oder präsentiert, deren Publikum sich mit dem der Jahrestagung maßgeblich überschneidet.

„Motivieren, begeistern, fröhliche Gesichter, leuchtende Augen“:

**Die subjektive Relevanz von Public Engagement in der Wissenschaftskommunikation
von Hochschulkommunikator*innen**

Nicht zuletzt haben globale Krisen der letzten Jahre Stimmen laut werden lassen, die für eine gelingende Wissenschaftskommunikation (Wisskomm) eine Einbindung der Gesellschaft in wissenschaftliche Prozesse postulieren (Scheufele et al., 2021). So fordert u. a. das Bundesministerium für Bildung und Forschung (2019) von Forschenden und wissenschaftlichen Organisationen, regelmäßig partizipative Wisskomm-Formate durchzuführen – in der Wisskommforschung häufig als *Public Engagement* (PE) gefasst (Weingart et al., 2021). Eine der hier wichtigsten Akteursgruppen sind professionelle Hochschulkommunikator*innen (HK), die eine Schnittstellenfunktion zwischen Wissenschaft und Gesellschaft einnehmen (Rödter, 2020). Diese sind jedoch selten Gegenstand empirischer Studien (z. B. Fürst et al., 2022). Da gezeigt wurde, dass individuelle Vorstellungen von Wisskomm die Art und Weise ihrer Ausführung prägen (Kessler et al., 2022), fragen wir:

FF1: Welches subjektive Verständnis haben HK von Wisskomm?

FF2: Welche Relevanz schreiben sie PE-Formaten in ihrer eigenen Wisskomm zu?

Zwischen April und Juli 2023 wurden Leitfadenterviews mit 29 deutschen HK eines der größten deutschen Bundesländer geführt. Bewusst ausgewählt wurde von jeder ansässigen Universität ($n = 10$) mind. ein*e hauptberufliche*r Kommunikator*in. Die Auswahl berücksichtigt sowohl zentrale ($n = 16$) als auch dezentrale ($n = 13$) HK sowie unterschiedliche Karrierestufen und konkrete Positionen. Der Leitfaden enthält u. a. Fragen zum *Wisskommverständnis*, zu *subjektiven PE-Vorstellungen*, zur *Einbindung von PE* sowie zu *Barrieren bei PE*. Die Auswertung erfolgte mittels thematischer Analyse (Braun & Clarke, 2006). In einem deduktiv-induktiven Ansatz wurden entlang des Leitfadens zunächst

Überkategorien vorgegeben und dann an 30% des Materials eine induktive Bildung von Subkategorien durchgeführt. Die Intercoder-Übereinstimmung liegt für fast alle Hauptkategorien bei zwei Codierenden im akzeptablen Bereich (mind. 70% Übereinstimmung im Test von Codeüberlappungen an Segmenten in MAXQDA).

Die fallübergreifende Auswertung zeigt unterschiedliche Wisskommverständnisse unter den Interviewten (FF1): Während die Mehrheit Wisskomm als *einseitige Vermittlung wissenschaftlicher Inhalte* versteht (Defizit-Modell), begreifen wenige sie als *wechselseitigen Austausch* zwischen Wissenschaft und Gesellschaft (Dialog-Modell). Tendenziell *schätzen dezentrale HK den Stellenwert von Wisskomm in ihrer Arbeit höher ein* als zentrale, oft weil es explizit in ihrer Stellenbeschreibung steht. Bei den Zentralen führen *differenzierte Zuständigkeiten innerhalb der Abteilung* zu unterschiedlicher Relevanz von Wisskomm, je nach spezifischer Position. Zudem konkurrieren durch *Angliederung zur Universitätsleitung* bei ihnen häufiger organisationale Ziele mit gemeinwohlorientierten Wisskomm-Zielen.

In ihrer Wisskomm nehmen PE-Formate bei den Interviewten *nur einen geringen Anteil ein* (FF2). Sie sehen *PE primär nicht als ihre Aufgabe*. Zwar können sie die *Infrastruktur bereitstellen*, aber sehen die *Forschenden in der Verantwortung, aktiv mit der Öffentlichkeit zu interagieren*. Zudem besteht die Sorge, *nicht erfüllbare Erwartungen bei Zielgruppen zu wecken*, z. B. indem der falsche Eindruck vermittelt wird, diese könnten regelmäßig an Forschungsprozessen mitwirken.

In ihrer Vorstellung findet PE vor allem bei Offline-Veranstaltungen statt (z. B. Informationstage, Dialogveranstaltungen). Durch die Möglichkeit *persönlicher Interaktion zwischen Forschenden und Bürger*innen, das direkte Erleben von Wissenschaft* durch Zielgruppen und einer *wahrgenommenen Kontrolle über das Kommunikationssetting* erscheinen diese aus ihrer Sicht besonders geeignet, um effektiv für Wissenschaft zu begeistern.

Überraschend sehen die Interviewten soziale Medien selten als Möglichkeit für PE. Ihrer Ansicht nach zeigen Zielgruppen dort *nur geringes Interesse für wissenschaftliche Themen*. Einige erkennen *Optimierungsbedarf in ihrer digitale Wisskomm-Strategie*, während die Mehrheit nicht über neue PE-Ansätze reflektiert. Die Plattformen dienen vorrangig anderen Zielen wie dem Studierendenmarketing oder der Imagepflege. *Sorgen vor Kontroversen* führen bei einigen zur Deaktivierung der Interaktionsmöglichkeiten, da aus ihrer Sicht notwendige Ressourcen zur Moderation fehlen.

Die Befunde zeigen Lücken im Verständnis und Anwendung von PE unter HK. Zudem unterstreicht die Studie die Notwendigkeit klar definierter Rollen- und Verantwortungsstrukturen zwischen HK und Forschenden. Die geringe Nutzung sozialer Medien für PE zeigt weiteres Optimierungspotenzial, gezielte Schulungen für HK könnten helfen, neue digitale PE-Möglichkeiten zu integrieren und so zu einer gelingenden Wisskomm beizutragen. Weitere Implikationen werden auf der Tagung diskutiert.

Referenzen

- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101.
- Bundesministerium für Forschung und Bildung (2019). Grundsatzpapier des Bundesministeriums für Bildung und Forschung zur Wissenschaftskommunikation.
- Fürst, S., Volk, S. C., Schäfer, M. S., Vogler, D., & Sörensen, I. (2022). Organizational and societal goals in tension? A survey of communication practitioners at Swiss higher education institutions. *JCOM*, 21(07), A06.
- Kessler, S. H., Schäfer, M. S., Johann, D., & Rauhut, H. (2022). Mapping mental models of science communication: How academics in Germany, Austria and Switzerland understand and practice science communication. *Public Understanding of Science*, 31(6), 711–731.
- Rödder, S. (2020). Organisation matters: Towards an organisational sociology of science communication. *JCOM*, 24(3), 169–188.
- Scheufele, D. A., Krause, N. M., Freiling, I., & Brossard, D. (2021). What we know about effective public engagement on CRISPR and beyond. *PNAS*, 118(22).
- Weingart, P., Joubert, M., & Connaway, K. (2021). Public engagement with science—Origins, motives and impact in academic literature and science policy. *PLOS ONE*, 16(7).