
Hildrun WALTER | Helmut JUNGWIRTH

**WIE DIGITALISIERUNG
DIE KOMMUNIKATIONSROLLE
VON HOCHSCHULEN
AUF DEN PRÜFSTAND STELLT**

DOI 10.3217/978-3-85125-966-7-08

Die Wissenschaftskommunikation (WissKomm) verändert sich gleichsam mit der Beziehung von Wissenschaft und Gesellschaft und damit auch mit der Digitalisierung. Der vorliegende Artikel liefert eine Übersicht über die Inhalte und Outputs der DUH Lab Session *Digitalisierung & Wissenschaftskommunikation*. Die Partizipierenden teilten ihre Ansichten zur WissKomm an Hochschulen, dem Einsatz sozialer Medien und der Inklusion diverser Zielgruppen. Sie sehen Hochschulen und Wissenschaftler*innen in der Pflicht, mit der Gesellschaft in einen Dialog zu treten. Soziale Medien werden dabei für die Erreichung neuer Zielgruppen als Chance gesehen. Das Mitspracherecht von Hochschulen wird bei dieser Form der digitalen Kommunikation aber kontroversiell bewertet.

How Digitalization Forces Universities to Redefine Their Communication Roles

Science Communication (SciComm) is changing as the relationship between science and society changes, as well as its relationship with digitalization. This article provides an overview of the content and outputs of the DUH Lab Session on Digitalization & Science Communication. The participants shared their views on SciComm at higher education institutions, the use of social media, and the inclusion of diverse target groups. They indicated that they believed that higher education institutions and researchers have a responsibility to engage in dialogue with members of society. Social media is seen as a chance to reach new target audiences. However, the right of higher education institutions to express opinions via these forms of digital communication is a controversial topic.

Wissenschaft, Gesellschaft, Kommunikation

Die WissKomm unterliegt einem stetigen Wandel, denn sie entwickelt sich gemeinsam mit der sich verändernden Beziehung von Wissenschaft und Gesellschaft und mit den zur Verfügung stehenden kommunikativen Mitteln (vgl. Könecker & Lugger, 2013, Jungwirth & Walter, 2023). Durch die Entwicklung der Medien und damit der Etablierung des Wissenschaftsjournalismus konnte die Verbindung zur Gesellschaft gestärkt werden, wenn auch nur über den indirekten Weg der Massenmedien. Mit der zunehmenden Digitalisierung ergaben sich aber auch neue kommunikative Wege. Eine wesentliche Veränderung in der WissKomm kam mit der Etablierung des Internets. Dieses schuf nicht nur die Möglichkeit der eigenen Darstellung von Hochschulen, sondern auch die Präsentation der Wissenschaftler*innen selbst. Ein weiterer Schritt war die weitreichende Nutzung sozialer Medien, wodurch die technische Voraussetzung und potentielle Reichweite für die direkte Kommunikation mit diversen Zielgruppen gegeben waren (Weitze & Heckl, 2016). Nun gilt es, diese Möglichkeiten sinnvoll einzusetzen.

Die Digitalisierung hat mitunter zu einer steigenden Menge an verfügbaren Informationen, an zielgruppenspezifischen Kommunikationsformaten sowie größerer Diversität der am Diskurs teilnehmenden Akteur*innen geführt. Diese Effekte resultieren nicht automatisch in einem besseren Austausch. In gesellschaftlichen Krisen wie zuletzt der SARS-CoV2-Pandemie führt diese Informationsvielfalt auch zu verstärkter Verunsicherung (vgl. Achiam, Kupper & Roche, 2022). Diese Verunsicherung wird für politische Zwecke ausgenutzt, indem wissenschaftliche Themen zunehmend zur politischen Positionierung eingesetzt werden (Bogner, 2021).

Doch welche Faktoren der Kommunikation können von Wissenschaftler*innen und Hochschulen beeinflusst werden, um die Beziehung zwischen Wissenschaft und Ge-

sellschaft positiv zu gestalten? Wie die Erhebung des Vertrauensindex zu Institutionen Österreichs zeigt, ist das Vertrauen auch nach Ende der Pandemie in Universitäten gleichbleibend hoch, anders als bei Medien, die nach diesem Index einen größeren Vertrauensverlust hinnehmen mussten (vgl. OGM/APA, 2022). Somit kommt den Hochschulen in diesem Fall eine besondere Rolle zu. Doch wie nehmen universitäre Akteur*innen in der Digitalisierung diese Rolle wahr? Wie können sie aktiv zu einem digitalen Wandel mit effektiver und zielführender WissKomm beitragen? Im Sinne von *DIY: Change* gingen wir dieser Frage im Rahmen des DUH Lab nach.

Veränderung gestalten. Ein Stimmungsbild

Ziel des Workshops *Digitalisierung & Wissenschaftskommunikation* war es, Perspektiven auf das Thema *WissKomm im digitalen Wandel* von Personen, die im Bereich Digitalisierung an Hochschulen tätig sind, einzufangen.

Nach einem kurzen Abriss über die geschichtliche Entwicklung der WissKomm wurden Aufgaben von Hochschulen, der Einsatz Sozialer Medien und die Inklusion gesellschaftlicher Gruppen diskutiert. Als Tool wurde die 6-Hüte-Methode (angelehnt an De Bono (2017), (Kurzthals et al. 2022) angewandt: Jede Fragestellung wurde aus sechs unterschiedlichen Blickwinkeln – überblickend, analytisch, emotional, kreativ, kritisch, optimistisch – reflektiert.

WissKomm an Hochschulen

Die Session-Teilnehmenden sehen Hochschulen in der Pflicht, Wissenschaft und Forschung nach außen zu kommunizieren, da diese durch öffentliche Gelder finanziert werden („*Return of Investment*“). Als zentrale Aufgabe wird den Hochschulen eine Übersetzungsleistung zugeschrieben: (1) In Form einer Übertragung wissenschaftlicher Ergebnisse in eine allgemein verständliche Sprache. (2) In Form einer Kontextualisierung der Erkenntnisse in Bezug auf ihre gesellschaftlichen Bedeutung. Dabei sollte die Kommunikation auf eine positive Wirkung in der Gesellschaft abzielen. Die Teilnehmenden

sehen hier vor allem Wissenschaftler*innen selbst in der Pflicht, da nur sie ihre Forschung auf direktem Weg und damit unverfälscht wiedergeben können.

Weiters haben sich die Teilnehmenden für die Aufnahme von WissKomm in den Arbeitsvertrag ausgesprochen, was durch zwei Maßnahmen begleitet sein sollte: (1) Die Unterstützung der Wissenschaftler*innen durch die Presseabteilungen der Hochschulen. (2) Die Anerkennung von WissKomm-Aktivitäten als Leistung, indem das Rektorat messbare Metriken in die Forschungsbewertung aufnimmt.

Ein Stellhebel für eine DIY-Veränderung wäre die Einbindung von WissKomm in die Lehre, und zwar in jede geeignete Lehrveranstaltung in Form von kritischer Reflexion und Diskussion. Die Lehre würde so zur Kompetenzbildung von Studierenden als zukünftige Wissenschaftskommunikator*innen beitragen. Die Studierenden könnten dann aktiv am gesellschaftlichen Diskurs teilnehmen und so im Schneeballverfahren als Multiplikator*innen wirken.

Soziale Medien und ihr zielgerichteter Einsatz

Soziale Netzwerke wurden von den Partizipierenden durchwegs als Chance für Hochschulen im Bereich der WissKomm gesehen, um eine größere Reichweite und ein diverseres Publikum zu generieren. Sie bieten zudem die Möglichkeit, auch Emotionen zu vermitteln – ein wichtiges Tool in der WissKomm.

Einigkeit herrschte darüber, dass jede*r Wissenschaftler*in einen Social Media Account haben solle, die Hochschule diesen aber nicht zwangsläufig einfordern dürfe. Ein Mitspracherecht für Hochschulen in die Gestaltungsform der Posts wurde sehr emotional diskutiert. Ein Teil sprach sich dagegen aus, begründet durch Freiheit für Forschung und Lehre, geltende rechtliche Vorgaben (Dienst- und Strafrecht) und ethische Grundprinzipien. Andere sprachen sich klar für eine Reglementierung in Form von „Do's and Don'ts“, „Code of Conduct“ und Vorgaben in der Corporate Identity aus.

Inklusiv und partizipativ

Die Teilnehmenden wiesen darauf hin, dass auch durch digitale WissKomm-Formate nicht alle Zielgruppen erreicht werden, sondern oft nur die eigenen „Bub-

bles“¹. Als DIY-Handlungsempfehlung wurden Kooperationen mit Influencer*innen vorgeschlagen. Auch könne man selbst durch eine zielgruppengerechte Gestaltung der Beiträge und mit polarisierenden Kommentaren als „Bubble-Buster“² agieren. WissKomm sollte dabei auch emotional vermittelt werden, da Emotionen Aufmerksamkeit binden und Informationen effektiv transportieren können.

Conclusio

Es besteht Einigkeit unter den Teilnehmenden der Session, dass ein offener Dialog zwischen Wissenschaft und Gesellschaft dringend erforderlich ist. In diesem Zusammenhang sprechen sie sich dafür aus, dass Wissenschaftler*innen selbst aktiv an der Wissenschaftskommunikation beteiligt sein sollten, insbesondere über Social-Media-Kanäle. Dies soll vor allem auch die Ansprache bisher unerreichter Zielgruppen ermöglichen. Die Hochschulen spielen hierbei eine wichtige Rolle bei der Schaffung der notwendigen Rahmenbedingungen. Beispielsweise könnte die Integration der Wissenschaftskommunikation in die Leistungsbewertung sowie die Förderung der Zusammenarbeit mit den Pressestellen hierzu beitragen. Welche konkreten Aktivitäten können gesetzt werden?

Im Sinne des DIY-Ansatzes lautet eine erste Handlungsempfehlung, persönlich die Erfahrung der Wissenschaftskommunikation zu erproben. Als Forschende*r besteht die Möglichkeit, passende Formate zur Vermittlung der eigenen Forschung zu suchen und auszuprobieren, indem man den eigenen Interessen, Stärken und Ressourcen folgt. Dies könnte beispielsweise über Social Media, in Form von Videos oder Blogs oder durch die Initiierung kritischer Diskussionen in Lehrveranstaltungen geschehen. Die Session verdeutlichte nämlich einmal mehr, dass die Teilnehmenden die Aufgabe, wissenschaftliche Erkenntnisse in eine allgemein verständliche Sprache zu übertra-

¹ Bezeichnung für einen Personenkreis, in dem alle dieselbe oder eine sehr ähnliche Meinung und/oder eine ähnliche soziale Positionierung vertreten. Bezeichnet ebenfalls eine Filterblase, die durch Filteralgorithmen einen nach außen abgeriegelten digitalen Raum auf Social Media Seiten kreieren und so programmiert sind, dass die Nutzer*innen Inhalte erhalten, die die Meinungen und Positionen der Nutzer*innen immer wieder mit ähnlichen oder verwandten Inhalten anreichern.

² Meint Personen, die spezifische „Bubbles“ jagen und mit Inhalten durchdringen.

gen und ihren Nutzen für die Gesellschaft zu verdeutlichen letztlich bei den Wissenschaftler*innen liegt. Digitale Formate ergänzen dabei interaktive Präsenzformate auf wichtige Weise.

In einer Zeit, in der Wissenschaftsthemen stark politisiert sind, können wir gezielt der Desinformation entgegenwirken, indem wir dem False-Consensus-Effekt³ und der False Balance⁴ entgegenreten (Lewandowsky, Ecker & Cook, 2017; Lusza & Mayr, 2021). Jede*r Einzelne kann hierzu beitragen, da wir alle als Sender*innen und Empfänger*innen in der Kommunikation wissenschaftlicher Themen agieren. Durch *Likes* und Kommentare können wir uns mit geringem Aufwand am Diskurs beteiligen und Unterstützung oder konstruktive Kritik äußern. Auf diese Weise können wir gemeinsam die Möglichkeiten der Digitalisierung nutzen, um die Verankerung der Wissenschaft im gesellschaftlichen Diskurs zu stärken.

Literaturverzeichnis

Achiam, M., Kupper, F. & Roche, J. (2022). Inclusion, reflection and co-creation: responsible science communication across the globe. *Journal of Science Communication*, 21(04), 1 – 8.

Bogner, A. (2021). *Die Epistemisierung des Politischen: Wie die Macht des Wissens die Demokratie gefährdet. Was bedeutet das alles?* Ditzingen: Reclam.

de Bono, E. (2017). *Six thinking hats*. London: Penguin.

Jungwirth, H. & Walter, H. (2023). Zeitenwandel – Eine Geschichte der Wissenschaftsvermittlung. *Denken + Glauben*, 204, 8 – 9.

Könnecker, C. & Lugger, B. (2013). Public Science 2.0 – Back to the future. *Science*, 342 (6154), 49 – 50.

³ Bezeichnet die durch Filterblasen empfundene Zustimmung zur eigenen Meinung

⁴ Bezeichnet die falsch gewichteten Darstellungen von Perspektiven

Kurzhaus, K., Uude, K. Sormani, E., Chioiwai M.C. & Banze, M. (2022). Co-Creation Tools für den Projektbeginn. In: Das Co-Creation Toolbook. Wiesbaden: Springer Gabler. https://doi.org/10.1007/978-3-658-36411-3_1

Lewandowsky, S., Ecker, U. K. H., & Cook, J. (2017). Beyond Misinformation: Understanding and Coping with the “Post-Truth” Era. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 6(4). <https://doi.org/10.1016/j.jarmac.2017.07.008>

Luzsa, R., & Mayr, S. (2021). False consensus in the echo chamber: Exposure to favorably biased social media news feeds leads to increased perception of public support for own opinions. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 15(1), Article 3. <https://doi.org/10.5817/CP2021-1-3>

OGM/APA (2022). OGM/APA-Vertrauensindex Institutionen Juli 2022. Wien: OGM research & communication GmbH.

Weitze, M.-D., & Heckl, W. M. (2016). *Wissenschaftskommunikation - Schlüsselideen, Akteure, Fallbeispiele*. Berlin, Heidelberg: Springer-Verlag.