

Impulspapier Zukunftsdiskurs

Wissenschaftsvermittlung in der Informationskrise um die COVID-19-Pandemie WInCO

Dieses Impulspapier fasst die wesentlichen Positionen und Erkenntnisse zusammen, wie sie im Projekt WInCO erarbeitet wurden. Das Projekt wurde im Rahmen der Ausschreibung „Zukunftsdiskurse“ vom Niedersächsischen Ministerium für Wissenschaft und Kultur aus Mitteln des Niedersächsischen Vorab gefördert. Der Text hat das Ziel, die Ergebnisse des Projektes allgemeinverständlich zu formulieren. Zitate aus wissenschaftlichen Werken werden im Text auf ein nötiges Minimum beschränkt, wenngleich auf weiterführende Literatur verwiesen wird.

1 Einführung: Die Coronapandemie als Informationskrise

In der Coronakrise war und ist es von großer Bedeutung, dass sich die Bevölkerung über das Coronavirus informiert und den Empfehlungen der Expert*innen bzw. den angeordneten Maßnahmen folgt. Gerade zu Beginn der Krise war durch die Neuartigkeit des Virus und den akuten Handlungsbedarf ein erhöhter Bedarf an Informationen gegeben, der mit der Verbreitung von sehr vielen – zum teils widersprüchlichen – Informationen auf verschiedenen Kanälen einherging. So steht das **Informationsbedürfnis** dem Gefühl eines **Information Overload**, also einer Informationsflut, gegenüber.

Der Wissenschaft kam und kommt in der Pandemie eine besondere Bedeutung zu: So sollen einerseits wissenschaftliche Informationen an die Allgemeinheit vermittelt und gleichzeitig die Politik bei der Entscheidungsfindung beraten werden. Neben dieser stärkeren Aufmerksamkeit für die Wissenschaft zeigt sich in der Coronakrise erneut die Polarisierung der Gesellschaft, denn Hasskommentare und Falschinformationen im Netz nehmen im Coronadiskurs zu. Aus diesem Grund wird im Rahmen der Coronapandemie auch zunehmend der Begriff **Infodemie** angeführt. Die Coronakrise hat mehr als vorangegangene Krisen die Aufmerksamkeit darauf gelenkt, wie **Wissenschaftskommunikation** in Krisenzeiten betrieben werden

sollte, und gezeigt, wie wichtig fachlich korrekte Informationen in derartigen Situationen sind. Im Rahmen des Projekts Wissenschaftsvermittlung in der Informationskrise um die COVID-19-Pandemie (WInCO) wurde daher im Dialog mit Bürger*innen und verschiedenen Expert*innen diskutiert, wie Wissenschaftskommunikation in Krisenzeiten adressatengerecht, adäquat und modern umgesetzt werden kann.

2 Wissenschaftskommunikation

Unter Wissenschaftskommunikation verstehen wir „alle Formen von auf wissenschaftliches Wissen oder wissenschaftliche Arbeit fokussierter Kommunikation, sowohl innerhalb als auch außerhalb der institutionalisierten Wissenschaft, inklusive ihrer Produktion, Inhalte, Nutzung und Wirkungen“ (Schäfer et al. 2015: 13). Seit einigen Jahren sorgt die **Digitalisierung** dabei dafür, dass die Grenzen zwischen inner- und außerwissenschaftlicher Kommunikation verschwimmen und sich der wissenschaftliche Diskurs einem breiteren Publikum öffnet. Dies geht von Seiten der Wissenschaft mit dem vermehrten Wunsch einher, das **Verständnis** der Wissenschaft im Allgemeinen und der eigenen Forschung im Spezifischen innerhalb der Bevölkerung zu fördern.

Letzteres ist auch deshalb von Bedeutung, da Wissenschaftskommunikation „die Öffentlichkeit [...] in den Stand setzt, politische Entscheidungen vor dem Hintergrund verfügbaren, verlässlichen und zuweilen auch unsicheren Wissens kritisch zu beurteilen“ (Weingart 2017: 31) und somit die Entwicklung einer modernen Gesellschaft befördert. Neben der informierenden, beratenden und aufklärerischen Absicht verfolgt Wissenschaftskommunikation zudem das Ziel, die Bedeutung von Wissenschaft hervorzuheben, das **Interesse** an wissenschaftlichen Sachverhalten zu fördern und das **Vertrauen** in wissenschaftliche Erkenntnisse zu stärken (Wissenschaftsrat 2021: 9-11).

Natürlich spielt im Bereich Risikokommunikation und Wissenschaftskommunikation im Allgemeinen auch das – nicht ganz einfache – Verhältnis zwischen **Wissenschaft und Politik** eine wichtige Rolle. Die Komplexität dieses Spannungsfeldes setzt dabei „ein Mindestmaß an Kenntnis wissenschaftlichen Denkens und wissenschaftlicher Methoden in der Bevölkerung voraus“ (Weingart 2017: 31). Wird dieses nicht sichergestellt, droht die Distanz zur Gesellschaft oder relevanten Teilen der Gesellschaft größer zu werden und das Vertrauen in die Wissenschaft zu sinken – eine Entwicklung, die gerade in Krisensituationen wie der Coronapandemie fatale Auswirkungen haben kann.

Forschung zu Wissenschaftskommunikation

Wissenschaftskommunikation wurde lange Zeit über sogenannte **Wissensdefizitmodelle** untersucht, also unter der Prämisse, dass ein in der Gesellschaft vorhandenes Wissensdefizit durch die unidirektionale Kommunikation von Informationen ausgeglichen wird. Diesem Ansatz liegt allerdings die fälschliche Annahme zugrunde, dass Menschen mit nicht-wissenschaftlichem Hintergrund durch die simple Rezeption wissenschaftlicher Fakten eine eigene *scientific literacy* (Wissenschaftskompetenz) ausbilden. Mittlerweile wandelt sich das Kommunikationsmodell durch die Interaktionsmöglichkeiten der **digitalen Medien** und den zunehmenden Anspruch an die Wissenschaft, **Dialoge** zu öffnen und gesellschaftliche **Partizipation** zu ermöglichen, vom einseitigen Transfer zum wechselseitigen Austausch bis hin zur *Citizen Science* (Wissenschaftsrat 2021: 8, 10).

Damit dieser Austausch funktionieren kann, muss Wissenschaftskommunikation „relevant, nachvollziehbar, verständlich und transparent“ (BMBF 2021: 5) sein und die Vielfalt der Akteure und Perspektiven einbeziehen. Nennenswert ist in diesem Zusammenhang die Initiative #FactoryWisskomm des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (2021), in der mit zahlreichen Fachleuten Strategien zur Entwicklung der Wissenschaftskommunikation erarbeitet wurden. Wissenschaftskommunikation ist dabei ein stark interdisziplinär ausgerichtetes Feld, das bereits in vielen Einzeldisziplinen mitgedacht wird. Sie wird allerdings als eigenes Forschungsfeld (*Science of Science Communication*) besonders dort mitgedacht und erforscht, wo es um kommunikative Praktiken und Herausforderungen (z. B. Politik, Journalismus, soziale Medien etc.) geht (Hagen et al. 2018). Ein Schwerpunkt liegt in der angewandten Wissenschaftskommunikation, die sich insbesondere mit der **Risikokommunikation im Umwelt- und Gesundheitsbereich** auseinandersetzt.

Dabei stehen vor allem die **Vermittlung von Wissen** und die **Rolle wissenschaftlicher Expertise** im Mittelpunkt, die besonders in der **Medienwissenschaft** und **Multimodalitätsforschung** Aufmerksamkeit erfahren. Multimodalität bedeutet, dass nicht nur Text, sondern auch weitere Bedeutungsressourcen berücksichtigt werden. Dabei kann es sich beispielsweise um Bilder (gedruckte Magazine, Posts auf Instagram, bebilderte Texte auf Webseiten etc.) handeln oder auch um Ressourcen auditiver *und* visueller Natur (Farbe, Kameraeinstellung, Musik etc.), wie es in zahlreichen Videoformaten (TV-Dokumentationen, YouTube etc.) der Fall ist.

Gerade im Bereich der **sozialen Medien** besteht weiterhin großer Forschungsbedarf, aber auch ein hohes Forschungsinteresse angesichts der zahlreichen Herausforderungen in der „fast unüberblickbare[n] Form- und Rollenvielfalt“ (Maasen/Wenninger 2017: 297). Diese Art

der Kommunikation geht mit Veränderungen der Wissenschaftskommunikation einher und birgt sowohl Gefahren als auch neue Möglichkeiten, wie zum Beispiel mit bisher unerreichten, größeren und komplexeren **Zielgruppen** ins Gespräch zu kommen (Mehlenbacher 2019).

Wissenschaftskommunikation im Dialog

„In der Öffentlichkeit besteht oft Unklarheit darüber, was es heißt, wenn in der Wissenschaft Dissens über die Bedeutung von Ergebnissen besteht“ (Weingart et al. 2017: 23) – ein Punkt, der gerade in der Coronapandemie im Zuge der Neuartigkeit des Virus und der Dringlichkeit der Maßnahmen eine wichtige Rolle gespielt hat. So sorgte unzureichende **Transparenz** über die internen wissenschaftlichen Prozesse dafür, dass die stetig neuen Informationen zum Coronavirus nicht immer als natürlicher Aspekt der wissenschaftlichen Forschung, sondern als widersprüchlich und zum Teil unglaubwürdig wahrgenommen wurden. Ebenfalls relevant für die Kommunikation ist natürlich das **Verständnis** der vermittelten Inhalte. Hier ist besonders die Heterogenität der Zielgruppe(n) und die Notwendigkeit von differenzierten Kommunikationsstrategien zu beachten. Bromme (2020: 130) spricht von *informiertem Vertrauen*, das neben dem Wissen über die Wissenschaft als System und ihrer vermittelten Sachverhalte auch die Urteilsfähigkeit in Bezug auf **Expertentum** umfasst.

Um das Interesse an wissenschaftlichen Inhalten zu wecken und damit die Informiertheit der Bürger*innen zu stärken, auf deren Basis diese u. a. politische Entscheidungen treffen, bedarf es nicht mehr nur eines *Public Understanding of Science*, sondern auch einer *Public Participation in Scientific Research*, bei der die Bürger*innen stärker in die Wissenschaft eingebunden werden (Seethaler/Beaufort 2018: 59-60). Wissenschaftler*innen sollten also Räume für einen **gemeinsamen Dialog** öffnen, um wissenschaftliche Erkenntnisse mit Blick auf deren gesellschaftliche Relevanz und die spezifischen Bedürfnisse der jeweiligen Zielgruppe zu kommunizieren. Durch die Partizipation wird wissenschaftliche Forschung nicht nur transparenter und profitiert vom Erfahrungspotenzial der Menschen, sondern stellt auch einen Bezug zur Alltagswelt der von der Forschung Betroffenen her und erweckt so das für die öffentliche Legitimation notwendige Interesse an Wissenschaft. Dabei bieten sich vor allem interaktive Plattformen und Formate an.

Weiterführende Literatur zu Wissenschaftskommunikation allgemein

Bucher, Hans-Jürgen/ Boy, Bettina/ Christ, Katharina (2022): *Audiovisuelle Wissenschaftskommunikation auf YouTube. Eine Rezeptionsstudie zur Vermittlungsleistung von Wissenschaftsvideos*. Wiesbaden: Springer.

Könneker, Carsten (2020): Wissenschaftskommunikation und Social Media: Neue Akteure, Polarisierung und Vertrauen. In: Johannes Schnurr/ Alexander Mäder (Hg.), *Wissenschaft und Gesellschaft: Ein vertrauensvoller Dialog. Positionen und Perspektiven der Wissenschaftskommunikation heute*. Berlin und Heidelberg: Springer, 25-47.

Passoth, Jan-Hendrik/ Tatari, Maryam/ Mede, Niels G./ Weingart, Peter (2021): *Wissenschaftskommunikation in der digitalen Welt. Kartierung der Forschungslandschaft in zwei Themenfeldern*. Berlin: Berlin-Brandenburgische Akademie der Wissenschaften.

Rauchfleisch, Adrian/ Schäfer, Mike S. (2018): Wird die "Science of Science Communication" eine Disziplin? Bibliometrische Analyse des Status Quo und der Entwicklung eines wachsenden Forschungsfeldes. In: Lutz Hagen/ Corinna Lühje/ Farina Ohser/ Claudia Seifert (Hg.), *Wissenschaftskommunikation. Die Rolle der Disziplinen*. Baden-Baden: Nomos, 29-53.

Scheufele, Dietram (2017): The Science of Science Communication. Forschungsergebnisse aus den USA und ihre Übertragbarkeit auf Deutschland. In: Peter Weingart/ Holger Wormer/ Andreas Wenninger/ Reinhard F. Hüttl (Hg.), *Perspektiven der Wissenschaftskommunikation im digitalen Zeitalter*. Weilerswist: Velbrück Wissenschaft, 331-336.

Schmidt, Jan-Hinrik (2017): Soziale Medien als Intermediäre in der Wissenschaftskommunikation. In: Peter Weingart/ Holger Wormer/ Andreas Wenninger/ Reinhard F. Hüttl (Hg.), *Perspektiven der Wissenschaftskommunikation im digitalen Zeitalter*. Weilerswist: Velbrück Wissenschaft, 82-115.

Weingart, Peter/ Guenther, Lars (2016): Science communication and the issue of trust. *JCOM* 15(05), C01. DOI: 10.22323/2.15050301.

3 Wissenschaftskommunikation in der Coronapandemie

Während Krisen wie der COVID-19-Pandemie verändert sich das **Informationsverhalten**, denn Menschen benötigen unmittelbar Informationen zu bedrohlichen Situationen. Der Internetverkehr und das Ausmaß der Online-Kommunikation in Deutschland haben daher stark zugenommen. Im Vergleich zu anderen untersuchten Krisen wie Erdbeben oder Fluten dauert die COVID-19-Pandemie sehr lange an und zeichnet sich durch eine Vielfalt an Themen aus, die unterschiedlich intensiv behandelt wurden (Virus, Ansteckung, Lockdown, Impfen etc.).

Positiv zu bewerten ist, dass aktuelle und seriöse Informationsquellen gerade zu Beginn der Krise stark nachgefragt waren und eher rezipiert wurden als fragwürdige und populistische Quellen. Medien berichteten von hohen Zugriffs- bzw. Zuschauendenzahlen fast aller Nachrichtenangebote (Boeff/Kirfel 2020).

Mit der Coronapandemie erleben wir das spektakulärste Wissenschaftskommunikationsexperiment der Geschichte (ALLEA 2022). Die Wissenschaftskommunikation wurde und wird weiterhin vor Herausforderungen gestellt und einige bereits etablierte Kommunikationsformate

konnten im Zuge der Kontaktbeschränkungen in ihrer ursprünglichen Form nicht mehr umgesetzt werden. Es wurden neue Formate¹ erprobt und der Rückgriff auf virtuelle und **(massen)-mediale Formate** nahm zu. Bisher in der Öffentlichkeit wenig beachtete Institutionen wie das RKI spielten eine wichtige Rolle bei der Wissenschaftskommunikation und Virolog*innen fanden vielfach Gehör.

Gleichwohl nahm zugleich auch die Verbreitung von Falschinformationen zu. Die Weltgesundheitsorganisation bezeichnete das vermehrte Aufkommen von Falschinformationen im Zuge der COVID-19-Pandemie als **Infodemie**. Nicht zuletzt als Reaktion darauf leiteten die Technologie-Giganten Facebook, Twitter, YouTube und TikTok Maßnahmen zum Schutz der Nutzenden gegen falsche und gefährliche Meldungen ein. Dazu gehörte unter anderem, seriöse Organisationen in Trefferlisten zu bevorzugen (Skopeliti/John 2020). Dies verhinderte aber die Verbreitung falscher Informationen v. a. durch Weiterleitung nicht. Hierbei spielten insbesondere soziale Medien ohne typische Gatekeeper-Funktionen wie Telegram eine Rolle. Die fehlende Qualitätskontrolle trug dazu bei, dass Verschwörungsmythen und Bewegungen wie die sogenannten Querdenker große Verbreitung fanden und teilweise von einer Spaltung der Gesellschaft gesprochen wurde.

Aufgrund der Heterogenität, die die Qualität der Inhalte in den digitalen Medien aufweist, werden die Bürger*innen vor die Herausforderung gestellt, Inhalte kritisch zu hinterfragen und selbst unsichere Informationen nach ihrer **Glaubwürdigkeit** zu beurteilen (Hendriks/Kienhues 2020: 30) – eine Aufgabe, die schwer bis unmöglich sein kann, wenn die Quelle der Informationen uneindeutig ist und sogenannte Echokammern und Filter Bubbles entstehen und **Desinformationen** verbreitet werden.

Die Coronakrise zeigt sehr deutlich die ambige Funktion sozialer Medien. Diese bergen zwar aufgrund der leichten Möglichkeit zur Verbreitung Gefahren wie Falschinformationen und Aufstachelung bis hin zur Hetze, andererseits bieten sie aber auch vielfältige Möglichkeiten für verbesserte Wissenschaftskommunikation. **Soziale Medien** eröffnen neue Kanäle und erlauben multimodale Kommunikate; neue Formate wie Podcasts mit ergänzenden Links haben sich gerade in der COVID-19-Pandemie als Form etabliert und bewährt, wie der Erfolg des NDR-Podcasts mit Christian Drosten und Sandra Ciesek zeigt. Zudem erlauben digitale Systeme durch vielfältige Kanäle den direkten Austausch zwischen Expert*innen und Bürger*innen und so auch **dialogische Formen** der Wissenschaftskommunikation. Diese können weiter zu neuen Formen der Partizipation ausgebaut werden. Die Interaktivität, beispielsweise

¹ Ein guter Überblick über die Vielzahl an Formaten der Wissenschaftskommunikation ist hier zu finden: <https://www.wissenschaftskommunikation.de/formate/>

auf die Nachrichten der Tagesschau in der Kommentarsektion auf Instagram zu reagieren oder an einer Diskussion unter einem Blogbeitrag teilzunehmen, bietet Bürger*innen die Möglichkeit, sich aktiv am Coronadiskurs zu beteiligen.

Die Bedeutung **klassischer Medien** darf jedoch nicht unberücksichtigt bleiben, denn gerade während der Krise griffen Bürger*innen auch auf bekannte Informationsquellen zurück. Etablierte Medienformate wie das Fernsehen, Onlinezeitungen und Webseiten erfreuen sich weiterhin großer Beliebtheit (Sandhagen 2022). Gleichwohl nutzen auch klassische Medien wie massenmediale Talk- und Nachrichtenformate zusätzliche digitale Komponenten wie beispielsweise Accounts auf sozialen Medien, um Informationen zu verbreiten, heterogene Zielgruppen anzusprechen und dialogische Formen der Wissenschaftskommunikation zu ermöglichen.

-
- Wissenschaftskommunikation in der Coronakrise erfolgt primär über traditionelle Formate wie Fernsehen und Zeitungen.
 - Soziale Medien gewinnen aber ebenso an Bedeutung und versprechen diverse Vorteile, sind jedoch auch häufig für die Verbreitung von Falschinformationen verantwortlich.
 - Soziale Medien und digitale Plattformen ermöglichen neue Formate wie Podcasts, die auch innovative Formen der dialogischen Wissenschaftskommunikation und der Partizipation ermöglichen.
-

Weiterführende Literatur zu Wissenschaftskommunikation in der Coronapandemie

Risikokommunikation und Diskurse

Adler, David (2021): „Infektionstreiber“ im Corona-Diskurs: Der diskursive Kampf um die Lasten der Pandemiebekämpfung. *DiscourseNet Collaborative Working Paper Series* 4. <https://discourseanalysis.net/dncwps>

Abrams, Elissa M./ Greenhawt, Matthew (2020): Risk Communication During COVID-19. *The Journal of Allergy and Clinical Immunology: In Practice* 8(6): 1791-1794. DOI: 10.1016/j.jaip.2020.04.012

Corona und soziale Medien

Engelhardt, Kristin (2020): Digitale Krisenkommunikation: Learnings aus der Covid-19-Krise. *Interne Kommunikation mit digitalen Medien. Essentials*. Wiesbaden: Springer Gabler. DOI: 10.1007/978-3-658-31493-4_2

Hanson, Claudia/ Luedtke, Susanne/ Spicer, Neil/ Stilhoff Sörensen, Jens/ Mayhew, Susannah/ Mounier-Jack, Sandra (2021): National health governance, science and the media: drivers of COVID-19 responses in Germany, Sweden and the UK in 2020. *BMJ Global Health* 6:e006691. DOI: 10.1136/bmjgh-2021-006691

Informationsverhalten:

Link, Elena (2021): Information avoidance during health crises: Predictors of avoiding information about the COVID-19 pandemic among German news consumers. *Information Processing and Management* 58: 102714.

März, Sophie/ Mandl, Thomas/ Dreisiebner, Stefan (2021): Informationsverhalten während Krisen. Mediennutzung, Zufriedenheit mit der Informationsversorgung und Umgang mit Fake News. *Information. Wissenschaft & Praxis* 72(1): 31-40. DOI: 10.1515/iwp-2020-2135

Desinformation:

Alam, Firoj/ Dalvi, Fahim/ Shaar, Shaden/ Durrani, Nadir/ Mubarak, Hamdy/ [...] Nakov, Preslav (2021): Fighting the COVID-19 Infodemic in Social Media: A Holistic Perspective and a Call to Arms. *Proceedings of the Fifteenth International AAAI Conference on Web and Social Media (ICWSM2021)*. <https://ojs.aaai.org/index.php/ICWSM/article/view/18114/17917>

Benöhr-Laqueur, Susanne (2021): Verschwörungstheorien in Zeiten der Corona-Pandemie. In: Bernhard Frevel/ Thomas Heinicke (Hg.), *Managing Corona*. Schriften des Praxis- und Forschungsnetzwerks der Hochschulen für den öffentlichen Dienst 7: 203-216. DOI: 10.5771/9783748909323-203

Vertrauen in die Wissenschaft

Kaltenborn, Karl-Franz (2021): Vom Wert des Wissens und Vertrauens in Wissenschaftler und Wissenschaftlerinnen in Zeiten der Coronavirus-Pandemie. *Information – Wissenschaft & Praxis* 72(2-3): 81-99. DOI: 10.1515/iwp-2021-2149

Rothmund, Tobias/ Farkhari, Fahima/ Ziemer, Carolin-Theresa/ Azevedo, Flávio (2022): Psychological underpinnings of pandemic denial - patterns of disagreement with scientific experts in the German public during the COVID-19 pandemic. *Public Understanding of Science*. DOI: 10.1177/09636625211068131

4 Ergebnisse des Projektes WinCO

Projektvorstellung

Im Rahmen des Projekts wurden einige partizipatorisch ausgelegte Formate genutzt, um Wissenschaftskommunikation zu betreiben, eine möglichst breite Zielgruppe zu erreichen und mit den Bürger*innen in den Austausch zu treten. Das Herzstück stellt die **Webseite**² dar, auf der neben einem **Blog** auch Videoformate erprobt wurden: Während im Format „Stimmen zur Wissenschaftskommunikation“ einzelne Expert*innen in **Kurzvideos** über wichtige Kriterien für adäquate Wissenschaftskommunikation sprachen, diente die virtuell durchgeführte **Diskussionsrunde** zur Wissenschaftskommunikation dazu, das Thema dialogisch mit Wissenschaft, Praxis und interessierten Bürger*innen aus unterschiedlichen Perspektiven zu ergründen.

Eine zunächst eher fachlich ausgerichtete **Tagung** mit interdisziplinären Beiträgen zu Beginn des Projektes, die in Kürze in einem **Sammelband** veröffentlicht werden (Schmidt et al. 2022),

² <https://www.uni-hildesheim.de/winco/>

wird gefolgt von einer bürger*innennahen **Veranstaltung** mit Wissenschaftskommunikator*innen aus verschiedensten Bereichen, auf der auch dieses Impulspapier diskutiert werden soll. Neben dem kontinuierlichen Austausch auf den sozialen Netzwerken **Twitter und Instagram** wurden die Bürger*innen zudem in einer **Online-Umfrage** zu Informationsverhalten und Wissenschaftskommunikation in der Coronapandemie in das Forschungsprojekt eingebunden. Insgesamt 320 Teilnehmer*innen deutschlandweit beantworteten die Fragen, die von November bis Dezember 2021 zur Verfügung standen. Im Folgenden werden die Umfrageergebnisse zusammengefasst.

Informationsverhalten

Insgesamt gaben die Teilnehmenden an, sich in der Pandemie grundsätzlich eher gut informiert gefühlt zu haben (\bar{x} 2,46 mit 1= trifft voll und ganz zu, 5 = trifft überhaupt nicht zu). Auffällige Unterschiede gab es hierbei vor allem hinsichtlich des Bildungsniveaus. So zeigten sich Personen, die höchstens einen Realschulabschluss hatten, erkennbar unzufriedener als Personen mit einem höheren Abschluss. Dies könnte ein Hinweis darauf sein, dass die Informationen auf eine eher komplexe Weise vermittelt wurden. Allerdings haben sich dieser Gruppe der Teilnehmenden mit höchstens Realschulabschluss nur 21 Personen zugerechnet.

Als wichtigste Kanäle, über welche sich die Teilnehmenden in der Coronapandemie informierten, wurden Onlinezeitungen, Fernsehen und Webseiten genannt, eine genauere Übersicht hierzu ist in Abbildung 1 zu finden. Dabei waren Unterschiede hinsichtlich verschiedener demographischer Faktoren zu erkennen. Bis auf die Gruppe der Personen ab 60 und der Menschen mit einem Abschluss bis zur Realschule gaben alle Gruppen an, häufiger digitale als klassische Medien für Informationen über die Coronapandemie zu nutzen. Bei den genutzten Quellen nannten Männer vor allem **klassische Medien** wie Fernsehen und Printzeitungen häufiger, während Frauen eher **digitale Medien** nutzten und vor allem Instagram häufiger verwendeten als Männer. Bei Personen mit einem niedrigeren Bildungsabschluss waren Fernsehen und Radio im klassischen Bereich sowie YouTube und Facebook bei den digitalen Medien stärker vertreten, während die Vergleichsgruppen häufiger auf Onlinezeitungen, Webseiten, Twitter und Instagram zurückgriffen. Ebenfalls wurden klassische Medien von älteren Personen deutlich stärker genutzt als von jüngeren. Dem gegenüber steht die verstärkte Nutzung von sozialen Medien, wobei je nach Altersgruppe unterschiedliche Netzwerke im Vordergrund standen. So werden YouTube und Instagram vorwiegend von Menschen unter 35 genutzt, während Facebook und Twitter überwiegend bei Personen zwischen 35 und 59 Verwendung finden. Schließlich nutzten die Befragten, die einer Risikogruppe angehörten, im Gegensatz zu nicht erhöht Gefährdeten häufiger die klassischen Medien und Facebook, aber seltener Instagram und Onlinezeitungen.

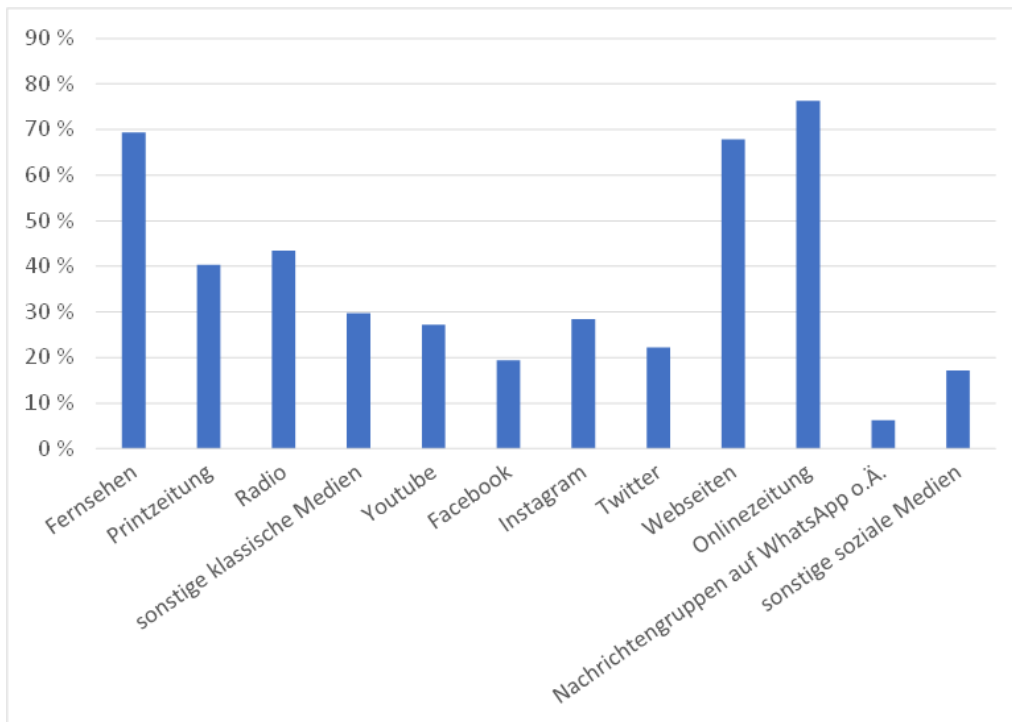


Abbildung 1: Verwendete Medien zur Information über die Coronapandemie

Ergänzend zu diesen grundsätzlichen Nutzungsangaben nannten die Teilnehmenden auch ihre wichtigsten Informationskanäle. Dabei wurden mit jeweils großem Abstand Webseiten (214 Nennungen), gefolgt von TV-Programmen (130 Nennungen) genannt. Bei den konkreten Medienformaten war besonders die häufige Erwähnung der Tagesschau (161 Nennungen) auffällig, wobei darunter nicht nur die TV-Sendung, sondern auch andere Kanäle dieses Formats, beispielsweise die Webseite oder Auftritte in sozialen Medien zählten. Darüber hinaus fanden auch das RKI (86 Nennungen) sowie weitere eher klassische Angebote wie Der Spiegel, Die Zeit oder die Süddeutsche Zeitung sowie Ministerien und andere Regierungsorgane häufig Erwähnung. Hieraus kann abgeleitet werden, dass vor allem bereits bekannte und **etablierte Quellen** genutzt werden, die jedoch zunehmend auch über neue, digitale Verbreitungskanäle abgerufen werden (siehe dazu auch Sandhagen 2022).

-
- Die Bürger*innen fühlen sich insgesamt gut informiert.
 - Bereits bekannte Quellen werden auch in der Krise genutzt.
 - Traditionelle Medien werden als häufigste Informationsquellen während der Coronakrise genannt, wobei Jüngere auch zunehmend soziale Medien nutzen.
 - Vor allem seriöse Quellen wie Tagesschau und RKI werden explizit genannt.
-

Ebenfalls gaben die Befragten an, wie sie ihre Informationen in der Coronapandemie bezogen und wie sie mit diesen umgingen. Dabei wurden eher selten Informationen aus dem persönlichen Umfeld bezogen oder über dieses verbreitet, was auf eine tendenziell eigenständige und aktive Suche nach Informationen hinweist. Insgesamt wurde eine Überforderung mit der großen Menge an Informationen und damit verbunden eine Informationsvermeidung eher verneint, jedoch zeigten sich hier große Unterschiede hinsichtlich des Alters der Befragten. Der Frage nach der **Informationsvermeidung** aufgrund des Übermaßes an Informationen wurde von Älteren ab 60 (\bar{M} 4,10 mit 1= trifft voll und ganz zu, 5 = trifft überhaupt nicht zu) deutlich stärker verneint als von Jüngeren unter 35 (\bar{M} 2,92). Eine mögliche Erklärung hierfür könnte im Konsum unterschiedlicher Medien liegen, müsste jedoch weiter untersucht werden.

Wissenschaftskommunikation

„Wissenschaftliche Zusammenhänge sollten so verständlich dargestellt werden, dass sie mit normaler Allgemeinbildung begriffen werden. Im Mittelpunkt sollten die Informationen stehen, die sich direkt auf das Leben der Menschen beziehen.“

Die Teilnehmenden wurden außerdem befragt, wie sie die aktuell durchgeführte Wissenschaftskommunikation hinsichtlich ihrer Komplexität und die dahinterliegenden Prozesse betrachten. Im Themenbereich Komplexität und Vereinfachung der Erkenntnisse ergab sich dabei ein insgesamt neutrales bis leicht positives Bild. So wurden die vermittelten Informationen als eher verständlich und die Sprache der Wissenschaftler*innen als tendenziell nicht zu komplex bewertet. Ebenfalls hatten die Befragten weniger das Gefühl, dass Informationen zu stark vereinfacht würden. Das Überbringen von Informationen durch Nicht-Wissenschaftler*innen wurde jedoch eher abgelehnt. Bezüglich der hinter Wissenschaftskommunikation verborgenen Prozesse zeigten sich vor allem hinsichtlich des Bildungsniveaus erkennbare Unterschiede, die vermutlich den unterschiedlich starken Kontakt mit wissenschaftlichem Arbeiten während des Bildungswegs der Beteiligten widerspiegeln. So stieg mit einem jeweils höheren Bildungsniveau auch das Verständnis für die Veröffentlichung von noch zu diskutierenden Ergebnissen sowie für wissenschaftliche Prozesse im Allgemeinen, wodurch die Qualitätsbewertung von entsprechenden Publikationen erleichtert wurde. Diese Erkenntnisse können als Hinweis darauf dienen, dass bei einer entsprechenden Zielgruppe verstärkt auf die Hintergründe von wissenschaftlichen Erkenntnissen eingegangen werden sollte, um den Umgang mit diesen Informationen und deren Verständnis zu erleichtern.

In einer offenen Frage gaben uns die Teilnehmenden darüber Auskunft, was sie künftig von guter Wissenschaftskommunikation erwarten. Diese Antworten heben direkt oder indirekt

auch noch einmal hervor, welche Charakteristika in der Coronapandemie als problematisch wahrgenommen wurden.

Besonders häufig lässt sich in den Umfragedaten der Wunsch nach **verständlicher Kommunikation** erkennen. Dieser Wunsch wird entweder indirekt oder direkt geäußert („verständlich“). In vielen Antworten schwingt Kritik in Bezug auf die Verständlichkeit der aktuellen Coronakommunikation mit. Dabei existiert ein Bewusstsein, dass Wissenschaftskommunikation nur mit einer gewissen **Vereinfachung** vonstattengehen kann („herunterbrechen“), um komplexe Informationen aufbereiten zu können. Einigen Befragten ist es jedoch auch wichtig zu erklären, dass eine Vereinfachung der Informationen nicht zu einer inhaltlichen Verflachung führen darf („Vereinfachen, ohne zu simplifizieren“). Daher geht es den Befragten vor allem um verständliche Sprache („Einfachheit in der Sprache“, „für Laien verständliche Sprache“, „ohne Fachchinesisch“), wobei insbesondere **Fachwörter erklärt** oder sogar vermieden werden sollen. Überdies wird mehrfach ein Bezug zum Lebensalltag der Befragten, zum Beispiel durch „**alltagsnahe Beispiele**“ und sinnvolle Visualisierungsstrategien in Form von **Grafiken** o. Ä. gewünscht. Uneins sind sich die Befragten darin, ob man als Maßstab der Kommunikation informierte Bürger*innen oder Menschen, die die denkbar geringsten Vorkenntnisse besitzen, ansetzen sollte. Diesem Problem der Heterogenität in der Gesellschaft könnte begegnet werden, indem man konsequenter **Informationsangebote für verschiedene Zielgruppen** erstellt, wie einige Befragte erläutern. Dies schließt explizit auch flächendeckende barrierefreie Angebote sowie Informationen in verschiedenen Sprachen mit ein. Dieser Wunsch spiegelt sich auch in einer der vorangehenden Fragen wider, in der die Befragten der grundsätzlichen Wichtigkeit zielgruppengerichteter Kommunikation besonders stark zustimmten (Ø 1,76 mit 1= trifft voll und ganz zu, 5 = trifft überhaupt nicht zu).

Ein Problem während der Pandemie war, dass sich die Menschen auf einmal damit konfrontiert sahen, dass die Wissenschaft ungesicherte und scheinbar widersprüchliche Informationen kommunizierte. Oft wurden Stimmen nach einheitlichen Äußerungen der Wissenschaftler*innen laut, wie man auch einer Reihe von Antworten in unserer Befragung entnehmen kann („weniger unterschiedliche Stimmen“). Auf der anderen Seite zeigen sich hier durchaus auch Forderungen, mit **wissenschaftlicher Unsicherheit** offen umzugehen („auch zugeben: wir wissen das jetzt einfach nicht“), ebenso wie mit fehlender individueller Expertise. Daran schließt sich der Wunsch an, mehr über wissenschaftliche Prozesse, Arbeitsmethoden sowie Publikationsverfahren (z. B. Peer Review) und Prinzipien der Drittmittelvergabe zu erfahren. Hierzu gehört auch die „Aufklärung, dass Wissenschaft ein stetiger Prozess ist“ und es in der Natur der Sache liege, dass neue wissenschaftliche Ergebnisse eine gewisse Vorläufigkeit besitzen.

Wissenschaftskommunikation geht häufig auch mit Unterhaltungsstrategien und Emotionalisierung einher. Da Unterhaltung aber mit dem Thema Corona schwer vereinbar scheint, ist es wenig verwunderlich, dass nur wenige Befragte explizit eine **unterhaltsame Aufmachung** forderten („je nach Format: unterhaltsam, interessant aufbereiten“, „mehr Storytelling“), auch wenn bei einer der skalar zu beantwortenden Fragen eine höhere Unterhaltsamkeit von vielen durchaus als wünschenswert angegeben wurde. Stattdessen wurde bisweilen der Trend zu Sensationalisierung und Dramatisierung bemängelt und hervorgehoben, dass Wissenschaftskommunikation keine Angst schüren soll.

Generell geht aus den Antworten hervor, dass sich deutlich mehr Menschen an der Befragung beteiligten, die an die Vorteile guter Wissenschaftskommunikation glauben und die Corona-Maßnahmen bzw. das Virus nicht grundlegend in Frage stellen, als Skeptiker*innen. Eine stark wissenschaftskritische Haltung lässt sich hier folglich nicht bestätigen. Dennoch finden sich in den Antworten einige Stimmen, die von Skepsis gegen Politik, Wissenschaft und Medien geprägt sind. Zum Teil wird der Eindruck kommuniziert, kritische Stimmen oder Bedenken würden nicht zugelassen, die Medienberichterstattung sei zu einseitig und tendenziös („Die Informationen sollten von den Medien nicht bewertet werden“). Manche Befragte wünschen sich daher mehr „Verständnis für Angst und Unsicherheit“ und Aufklärung „ohne Verunglimpfung von Zweiflern“. Doch auch über die Breite der Daten hinweg scheint vereinzelt Unzufriedenheit mit der Coronaberichterstattung durch. Kritisiert wird hier neben einer allgemeinen Informationsflut u. a. das sogenannte False Balancing und die Tatsache, dass Wissenschaftler*innen gedrängt werden, politische Handlungsempfehlungen zu geben. Eine weitere häufig genannte Forderung ist eine **ehrliche Kommunikation**, in der Irrtümer zugegeben werden. Als Glaubwürdigkeitskriterium wird von zahlreichen Befragten die **Angabe von Quellen** genannt.

Dass die Bürger*innen eine stärkere Einbeziehung der Bevölkerung befürworten, wird in einer der skalaren Fragen deutlich. Wie aber stellen sich die Befragten in Zukunft die Interaktion zwischen Wissenschaft und Bürger*innen im Sinn einer **partizipativen, bürgernahen Wissenschaftskommunikation** vor? Besonders auffällig ist hier der mehrfach geäußerte Wunsch, dass die Fragen der Bevölkerung beantwortet werden. Daraus lässt sich die vorsichtige Vermutung ableiten, dass sich die Bürger*innen während der Coronapandemie nicht immer ernst genommen fühlten. Sie möchten von der Wissenschaft als „mündig“ angesehen werden, als „wichtiges Zielpublikum [...], das durchaus in der Lage ist, komplexe Zusammenhänge zu begreifen“. Die Befragten forderten eine dialogische Kommunikation auf Augenhöhe („nicht von oben herab“ und mit „weniger Arroganz“).

Als **Vorbilder** in der Pandemie werden von einigen Befragten der Virologe Christian Drosten und die Wissenschaftsjournalistin Mai Thi Nguyen-Kim mit ihrem YouTube-Format MaiLab

genannt, vereinzelt auch der SPD-Politiker und mittlerweile amtierende Gesundheitsminister Karl Lauterbach.

5 Kriterien für adressatengerechte, adäquate Wissenschaftskommunikation

In diesem Kapitel möchten wir die Erkenntnisse zusammenfassen, die wir primär aus der Umfrage, aber auch aus den anderen Elementen der Kommunikationsaktivitäten des Projektes gewinnen konnten. So lieferten beispielsweise auch die Sicht der Wissenschaftskommunikationspraxis im Rahmen der o. g. Podiumsdiskussion sowie Kurzvideos („Stimmen zur Wissenschaftskommunikation“) ebenso wie die erste Fachtagung weitere Einsichten.

Deutlich wird, dass die Wissenschaftskommunikation für **alle Gruppen der Bevölkerung** kommunizieren muss und folglich verschiedene Zielgruppen mit verschiedenen Wissensbeständen, verschiedenen Bildungsniveaus, verschiedenen sprachlichen und kognitiven Voraussetzungen berücksichtigen muss. Dies bedeutet natürlich nicht, dass jede*r Einzelne alle diese Gruppen berücksichtigen kann, dass aber ein generelles Bewusstsein für die Heterogenität der Rezipient*innen aufgebaut und versucht werden muss, auch für Zielgruppen, die von Wissenschaftskommunikation häufig nicht erreicht werden, Informationsangebote bereitzustellen (z. B. für Kinder oder Menschen, die ein barrierefreies Angebot benötigen). In Analogie zur Heterogenität der Zielgruppen berücksichtigt gute Wissenschaftskommunikation auch, dass sich Bürger*innen in Krisen auf sehr individuellen Wegen informieren. So informieren sich beispielsweise Menschen mit einem niedrigeren Bildungsniveau, die von Wissenschaftskommunikation ebenfalls eher seltener erreicht werden, häufiger als andere Bevölkerungsgruppen über die sozialen Medien. Zur Erreichung dieser Gruppen sollte daher neben der Kommunikation über traditionelle Medien auch ein vertrauenswürdiges und überzeugendes Angebot über die sozialen Medien zur Verfügung gestellt werden.

Die Schwierigkeit erfolgreicher Wissenschaftskommunikation besteht unter anderem darin, komplexe wissenschaftliche Sachverhalte **verständlich** zu machen. Dies ist besonders dann von großer Bedeutung, wenn das Verstehen der Sachverhalte mit konkreten Handlungsaufforderungen einhergeht, wie es insbesondere in Krisen der Fall ist. Gleichzeitig droht eine zu starke Vereinfachung den Effekt zu haben, dass sich die Rezipient*innen in ihren kognitiven Fähigkeiten nicht ernstgenommen fühlen und den Eindruck einer unzureichenden Durchdringung der Thematik erhalten. Daher ist es hier besonders wichtig zu überlegen, wie man die hochkomplexe Wissenschaftssprache für die Zielgruppe(n) anpassen kann, insbesondere wann Fachterminologie überhaupt nötig ist und wie diese erklärt werden kann. Allerdings muss auch klar sein, dass eine passgenaue Ausbalancierung zwischen Verständlichkeit und

Vollständigkeit aufgrund der Heterogenität des Publikums nicht für jede*n Einzelne*n umsetzbar ist.

Besonders in Krisenzeiten muss das Vertrauen in die Wissenschaft hoch sein, um eine Akzeptanz für vorgeschlagene Lösungen zu erreichen. **Vertrauenswürdigkeit** wird jedoch durch ein komplexes Zusammenspiel verschiedener Faktoren erreicht. Hierzu gehört unter anderem, dass ehrlich und transparent kommuniziert wird, welche Erkenntnisse bereits gesichert vorliegen, welche Erkenntnisse vorläufigen Charakter haben, wo noch Unsicherheiten bestehen und wann die Grenze wissenschaftlicher Expertise erreicht ist. Hierzu gehört auch zu vermitteln, was wissenschaftliches Arbeiten bedeutet, um ein langfristiges Verständnis dafür zu schaffen, warum die Kommunikation einer einheitlichen wissenschaftlichen Position, die informationsökonomisch und gut verdaulich wäre, von Natur aus faktisch ausgeschlossen ist.

Außerdem möchten wir für eine **dialogische Wissenschaftskommunikation auf Augenhöhe** plädieren, die bislang jedoch häufig noch nicht als solche wahrgenommen wird. Nur so können konstruktive Diskurse unter Einbezug der Gesellschaft entstehen, die Bedürfnisse und Fragen der Bürger*innen wahrgenommen und Berührungspunkte abgebaut werden. Gerade hier stellen innovative Social-Media-Formate eine Chance dar – auch dadurch, dass durch sie Gruppen erreicht werden können, denen es häufig nicht möglich ist, innerhalb der Universität Wissenschaft zu begegnen. Insbesondere durch solche und weitere digitale Formate kann es auch gelingen, moderne, ansprechende Informationsangebote zu schaffen, die das Interesse an Wissenschaft allgemein fördern. Hierbei sollte jedoch die Dosierung von Emotionalisierung gründlich abgewägt werden, um die affektive Ebene anzusprechen, nicht aber zu sensationalisieren.

Zuletzt möchten wir auf einen interessanten Punkt hinweisen, den unsere Befragung ergeben hat, nämlich den Wunsch, dass v. a. **Wissenschaftler*innen direkt kommunizieren** und Intermediäre ausgespart bleiben. Obgleich vermehrte Kommunikationsaktivitäten von Wissenschaftler*innen sehr begrüßenswert sind, sind Intermediäre an vielen Stellen dennoch sehr hilfreich (gerade wenn Mai Thi Nguyen-Kim als Positivbeispiel erwähnt wird, scheinen dies durchaus auch einige Befragten so zu sehen). Zum einen liegt die fachexterne Kommunikation nicht allen Forscher*innen gleichermaßen, zum anderen ist sie sehr zeitintensiv. Wir vermuten, dass die Befragten häufig nur wenig mit dem Beruf des oder der Wissenschaftsjournalist*in vertraut sind und sie Intermediäre generell als Kommunikator*innen wahrnehmen, die keine Fachkenntnisse besitzen. Daher wäre es auch wünschenswert, die Bekanntheit des Berufes Wissenschaftskommunikator*in in der Gesellschaft zu erhöhen.

Gute Wissenschaftskommunikation ...

- erreicht Zielgruppen mit verschiedensten Wissensbeständen
 - ist so barrierefrei wie möglich
 - berücksichtigt das individuelle Informationsverhalten der Bevölkerung
 - verwendet Fachwörter mit der nötigen Sorgfalt
 - vereinfacht, ohne zu verflachen
 - bietet Transparenz, was wissenschaftliche Prozesse angeht
 - ist ehrlich in Bezug auf wissenschaftliche Unsicherheiten und Widersprüche
 - bietet konstruktive Diskursräume und erfolgt auf Augenhöhe mit den Bürger*innen
 - fördert das Vertrauen in und das Interesse für Wissenschaft
 - geht verstärkt von Wissenschaftler*innen selbst aus
-

Zitierte Literatur

ALLEA (2022): *Science Communication Is How Society Talks About Science*. <https://allea.org/mas-simiano-bucchi-science-communication/>

BMBF (2021): *#FactoryWisskomm. Handlungsperspektiven für die Wissenschaftskommunikation*. https://www.bmbf.de/bmbf/shareddocs/downloads/files/factorywisskommpublication.pdf?__blob=publicationFile&v=2

Bromme, Rainer (2020): Informiertes Vertrauen: Eine psychologische Perspektive auf Vertrauen in Wissenschaft. In: Michael Jungert/ Andreas Frewer/ Erasmus Mayr/ Anna Braungart (Hg.), *Wissenschaftsreflexion. Interdisziplinäre Perspektiven zwischen Philosophie und Praxis*. Paderborn: mentis, 105-134.

Hagen, Lutz/ Lühje, Corinna/ Ohser, Farina/ Seifert, Claudia (2018): *Wissenschaftskommunikation. Die Rolle der Disziplinen*. Baden-Baden: Nomos.

Hendriks, Friederike/ Kienhues, Dorothe (2020): Science understanding between scientific literacy and trust: contributions from psychological and educational research. In: Annette Leßmöllmann/ Marcelo Dascal/ Thomas Gloning (Hg.), *Science communication*. Boston/Berlin: De Gruyter Mouton, 29-50.

Maasen, Susanne/ Wenninger, Andreas (2017): Schneller, bunter, informativer. Mit Social Media zu einer neuen Wissenschaftskommunikation? In: Peter Weingart/ Holger Wormer/ Andreas Wenninger/ Reinhard F. Hüttl (Hg.), *Perspektiven der Wissenschaftskommunikation im digitalen Zeitalter*. Weilerswist: Velbrück Wissenschaft, 297-330.

Mehlenbacher, Ashley R. (2019): *Science Communication Online: Engaging Experts and Publics on the Internet*. Columbus: The Ohio State University Press.

Sandhagen, Petra (2022, im Dr.): Verlockend oder vertraut? Zum Umgang mit Medien in der Corona-Pandemie. In: Franziska Schmidt/ Sylvia Jaki/ Thomas Mandl (Hg.), *Wissen um Corona: Wissenschaftskommunikation, Informationsverhalten, Diskurs*. Hildesheim: Universitätsverlag.

Schäfer, Mike S./ Kristiansen, Silje/ Bonfadelli, Heinz (2015): Wissenschaftskommunikation im Wandel: Relevanz, Entwicklung und Herausforderungen des Forschungsfeldes. In: Mike S. Schäfer/ Silje Kristiansen/ Heinz Bonfadelli (Hg.), *Wissenschaftskommunikation im Wandel*. Köln: Herbert von Hellem, 10-43.

Schmidt, Franziska/ Jaki, Sylvia/ Mandl, Thomas, Hg. (2022, im Dr.): *Wissen um Corona. Wissenschaftskommunikation, Informationsverhalten, Diskurs*. Hildesheim: Universitätsverlag.

Seethaler, Josef/ Beaufort, Maren (2018): Vom Verstehen zum Partizipieren? Wissenschaft und ihre Disziplinen in einer sich wandelnden Öffentlichkeit. In: Lutz Hagen/ Corinna Lühje/ Farina Ohser/ Claudia Seifert (Hg.), *Wissenschaftskommunikation. Die Rolle der Disziplinen*. Baden-Baden: Nomos, 59-78.

Skopeliti, Clea/ John, Bethan (2020). Coronavirus: How are the social media platforms responding to the "infodemic"? <https://firstdraftnews.org/latest/how-social-media-platforms-are-responding-to-the-coronavirus-infodemic/>

Weingart, Peter (2017): Wissenschaftskommunikation unter digitalen Bedingungen. Funktionen, Akteure und Probleme des Vertrauens. In: Peter Weingart/ Holger Wormer/ Andreas Wenninger/ Reinhard F. Hüttl (Hg.), *Perspektiven der Wissenschaftskommunikation im digitalen Zeitalter*. Weilerswist: Velbrück Wissenschaft, 31-59.

Weingart, Peter/ Wormer, Holger/ Wenninger, Andreas/ Hüttl, Reinhard F. (2017): Zwischen Euphorie und erster Ernüchterung. Social Media in der Wissenschaftskommunikation. In: Peter Weingart/ Holger Wormer/ Andreas Wenninger/ Reinhard F. Hüttl (Hg.), *Perspektiven der Wissenschaftskommunikation im digitalen Zeitalter*. Weilerswist: Velbrück Wissenschaft, 19-27.

Wissenschaftsrat (2021): *Wissenschaftskommunikation*. Positionspapier. https://www.wissenschaftsrat.de/download/2021/9367-21.pdf?__blob=publicationFile&v=10

Autor*innen:

Sylvia Jaki, Institut für Übersetzungswissenschaft & Fachkommunikation

Franziska Schmidt, Institut für Übersetzungswissenschaft & Fachkommunikation

Hannah Mitera, Institut für Informationswissenschaft & Sprachtechnologie

Thomas Mandl, Institut für Informationswissenschaft & Sprachtechnologie