

## **Selbstverständnis**

### **der Fachgruppe Wissenschaftskommunikation in der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft**

#### **Wissenschaftskommunikation als Forschungsfeld**

Information und wissenschaftliches Wissen bilden die Basis der (post-)modernen Wissens- und Mediengesellschaft. Deshalb hat die Relevanz medienvermittelter Kommunikation über Technikfolgen, ökologische Zusammenhänge, Klimawandel, Umweltrisiken, Katastrophen oder medizinische Fragestellungen stark zugenommen. Diese und weitere wissenschaftsbezogene Themen durchdringen nicht nur den Alltag vieler Menschen und wirken auf deren Meinungen, Entscheidungen und Verhaltensweisen. Sie prägen auch politische, wirtschaftliche oder gesellschaftliche Auseinandersetzungen zwischen Akteuren in der Öffentlichkeit sowie ihr Entscheiden und Handeln. Insbesondere Massenmedien wie Presse, Fernsehen oder Hörfunk, aber auch Online-Medien und Social Media sind von zentraler Bedeutung bei der Vermittlung wissenschaftlichen Wissens in die Öffentlichkeit; daneben spielt auch die Vermittlung wissenschaftlicher Themen in Museen und Science Centres sowie die Face-to-Face-Kommunikation zwischen Wissenschaftlern und Laien (z.B. im Rahmen von Wissenschaftsevents oder Citizen-Science-Formaten) oder die wissenschaftsbezogene Kommunikation nicht-wissenschaftlicher Akteure (etwa UmweltaktivistInnen, PolitikerInnen) eine Rolle. Diese Themen markieren das Feld der kommunikationswissenschaftlichen Wissenschaftskommunikationsforschung.

#### **Gegenstand der Fachgruppe Wissenschaftskommunikation**

Wir begreifen Wissenschaftskommunikation somit als weites, theoretisch und empirisch zu bearbeitendes, kommunikationswissenschaftliches Forschungsfeld, das sowohl in der Grundlagen- als auch in der anwendungsorientierten Forschung wichtige Impulse liefert. Zentrale Themenfelder sind externe und interne Wissenschaftskommunikation, darunter Wissenschaftsjournalismus, Formen der strategischen Wissenschaftskommunikation wie Wissenschafts-PR und Wissenschaftsmarketing sowie Wissenstransfer und Wissenskommunikation. Integriert sind kommunikationsbezogene Fragestellungen zu wissenschaftlichen Themen, u.a. Technikfolgen und Risiken, Technikkatastrophen und Krisen, Medizin und Gesundheit, Umwelt, Naturkatastrophen und Klimawandel sowie Nachhaltigkeit. Damit stehen gleichermaßen verschiedenen Disziplinen wie die Natur-, Ingenieurs- und Lebenswissenschaften, die Sozial- und Geisteswissenschaften sowie Kommunikationsprozesse in der interdisziplinären Zusammenarbeit im Fokus. Weiterhin ist

auch die kommunikationswissenschaftliche Selbstthematisierung Gegenstandsbereich der Wissenschaftskommunikation.

Die Fachgruppe versteht sich als methoden- und theorieoffen und integriert mit Kommunikator-, Medien-, Inhalts-, Nutzungs- und Wirkungsforschung alle Bereiche der Publizistik und Kommunikationswissenschaft, sofern sie sich auf den Gegenstandsbereich beziehen.

### **Zielsetzung der Fachgruppe**

Ziel der Fachgruppe ist es, WissenschaftlerInnen im deutschsprachigen Raum eine Plattform zum Austausch über Forschung im Feld Wissenschaftskommunikation zu bieten und damit auch an den internationalen Fachdiskurs anzuschließen. Mit der Fachgruppe Wissenschaftskommunikation kann sich die DGPK nach außen als wichtige und kompetente Kontaktadresse für diese durch die Gesellschaft (Politik, Wirtschaft, NGOs, Medien und Bürger) stark nachgefragten Forschungsfelder etablieren. Zudem eröffnet das Themenfeld der Wissenschaftskommunikation innerhalb der DGPK zahlreiche Querschnittsbereiche, die auch anschlussfähig für Mitglieder aus anderen Fachgruppen sind. Dadurch werden Integration, Kooperation und intradisziplinäre Zusammenarbeit gefördert. Die Fachgruppe verbindet sich damit mit folgendem Selbstverständnis:

- Die Fachgruppe ist ein Forum für Forschung und deren Evaluation im Feld der Wissenschaftskommunikation; sie ist der Ort, an dem Forschungsdesiderata artikuliert und bearbeitet werden; sie gibt Impulse für zukünftige Forschung und hilft, eine attraktive und gesellschaftlich relevante Forschungsagenda zu entwickeln.
- Die Fachgruppe bringt Forschende, Studierende und PraktikerInnen aus den Themenfeldern der Wissenschaftskommunikation zusammen und fördert den Austausch zwischen ihnen.
- Die Fachgruppe organisiert Tagungen und regelmäßige Zusammenkünfte ihrer Mitglieder, schafft Publikationsplattformen und fördert den kommunikations- und medienwissenschaftlichen Nachwuchs.
- Die Fachgruppe steht im Austausch mit anderen deutschen und internationalen Fachgruppen und Netzwerken der Kommunikations- und Medienwissenschaft.

Landau, April 2017