

Mehr Kompetenz in Wissenschaftskommunikation: Prof. Centrone als Vorreiter!

Die TU München bietet innovative Kurse zur Wissenschaftskommunikation an, um Forscher in sozialen Medien zu stärken und zu unterstützen.

München, Deutschland - Der Bedarf an effektiver Kommunikation in der Wissenschaft wird zunehmend erkannt. Prof. Stefania Centrone von der Technischen Universität München hebt den ganzheitlichen Ansatz des Kurses „Personal Branding in Social Media“ hervor, den sie kürzlich besucht hat. Diesem Kurs zufolge wird ein Bewusstsein für die Herausforderungen gefördert, die entstehen, wenn Medien wissenschaftliche Aussagen aus dem Kontext reißen. Teilnehmer lernen nicht nur Strategien für eine starke Online-Präsenz, sondern auch praktische Techniken zur klaren Zusammenfassung ihrer eigenen Arbeit.

Nach ihren positiven Erfahrungen bei der Public Engagement Academy wurde Centrone für mehrere Konferenzen als Referentin eingeladen. Dazu zählen Veranstaltungen wie die Leibniz-Gesellschaft in Hannover, die Bad Homburg Conference „Wie KI unsere Zukunft verändert“, die Jahrestagung der Gesellschaft für Informatik sowie die Jahresversammlung von acatech. Diese Konferenzen wurden über gängige Kommunikationskanäle öffentlich übertragen, was Centrone das Gefühl gab, gut vorbereitet und sicher zu sein.

Die Bedeutung von Kommunikation in der Wissenschaft

Centrone betont, dass viele Professoren nicht ausreichend auf die Kommunikation ihrer Forschung geschult werden. Kommunikation wird als entscheidender Bestandteil wissenschaftlicher Arbeit angesehen, da ein mangelndes Verständnis für diese Aspekte anderen überlassen wird, die möglicherweise nicht über die notwendige wissenschaftliche Expertise verfügen. Ihre uneingeschränkte Empfehlung für das Training zeigt den großen Bedarf an solchen Programmen.

Der Kurs selbst, wie auf der Webseite des Aljazeera Media Institute beschrieben, richtet sich an Fachleute und aufstrebende Führungskräfte. Teilnehmer lernen, eine authentische persönliche Marke zu entwickeln, die ihren Werten und Stärken entspricht. Durch Storytelling und strategieorientierte Inhalte wird ein klarer Plan erarbeitet, um eine zielgerichtete und wirkungsvolle persönliche Marke zu gestalten. Bestandteil des Kurses sind außerdem Maßnahmen zur Marketing- und Promotion-Strategien, was das Wissen um soziale Medien noch weiter vertieft.

Wissenschaftskommunikation im Fokus

Ein weiteres bedeutendes Projekt in diesem Kontext ist das Teilprojekt „MeWiKo – Medien und wissenschaftliche Kommunikation“ am Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut (HBI). Gefördert mit 1,3 Millionen Euro vom Bundesministerium für Bildung und Forschung, zielt dieses Projekt darauf ab, die Einflussfaktoren von Wissenschaftskommunikation auf die Reputation wissenschaftlicher Publikationen zu erforschen. Dazu arbeiten Partner wie das Science Media Center, die Universität Kiel und das Institut für Angewandte Informatik der Universität Leipzig zusammen.

Im Rahmen dieses Projekts werden ethnographische Studien durchgeführt, um die Auswahlprozesse in einer Wissenschaftsredaktion und die Kriterien für die Einstufung von Inhalten als wissenschaftsjournalistisch relevant zu verstehen.

Ein zentrales Ziel ist es, Missverständnisse zwischen Wissenschaftler*innen und Journalist*innen auszuräumen und die Kriterien für redaktionelle Entscheidungen zu beleuchten.

Die Schnittstellen zwischen Wissenschaft und Medien sind also vital, da sie das Verständnis und das Vertrauen der Öffentlichkeit in wissenschaftliche Erkenntnisse beeinflussen. Solche Initiativen und Schulungsangebote sind notwendig, um die Qualität der Wissenschaftskommunikation zu verbessern und sicherzustellen, dass Forscher ihre Arbeit wirkungsvoll präsentieren können. Dies ist insbesondere in einer Zeit von großer Bedeutung, in der die Öffentlichkeit schnelle und präzise Informationen erwartet.

Für weitere Informationen zu den Programmen und Initiativen können Interessierte die Webseiten der Technischen Universität München **hier**, des Aljazeera Media Institute **hier** und des Hans-Bredow-Instituts **hier** besuchen.

Details	
Ort	München, Deutschland
Quellen	• www.tum.de • institute.aljazeera.net • leibniz-hbi.de

Besuchen Sie uns auf: n-ag.de