



# Wissenschaftlerinnen in die Medien

Chancen und Herausforderungen für Frauen durch die digitale Erweiterung klassischer Wissenschaftskommunikation



Leitung: Prof. Dr. Judith Ackermann, FH Potsdam

## Ausgangspunkt

Wissenschaftlerinnen sind in der Berichterstattung unterrepräsentiert. Das möchten wir ändern und kombinieren dazu Forschung und Anwendung.

Stereotype von Wissenschaftlerinnen dominieren noch immer die mediale Berichterstattung. Das zeigen unterschiedliche Studien, die ebenso zu dem Ergebnis kommen, dass Wissenschaftlerinnen in der Berichterstattung seltener als ihre männlichen Kollegen zu Wort kommen.

Digitale Wissenschaftskommunikation auf Plattformen wie Twitter, Instagram, TikTok oder YouTube erlaubt Wissenschaftlerinnen ihre eigene Forschung sichtbar zu machen. Chancen und Herausforderungen dieser digitalen Erweiterung klassischer Wissenschaftskommunikation sind das zentrale Thema des Projekts.

## Forschungsschwerpunkte

- Ist-Stand auf Medien- und Wissenschaftlerinnenseite: Vorkommen von Wissenschaftlerinnen in Wissenschaftskommunikation und Berichterstattung
- Sichtbarkeit und Auffindbarkeit von Wissenschaftlerinnen: Eigene Sichtbarkeitsaktivitäten, Präsentation von Wissenschaftlerinnen im Rahmen der Hochschulkommunikation
- Narrative zu Wissenschaftlerinnen in Sozialen Medien
- Anfragehandeln von Medienschaaffenden
- Evaluation unserer entwickelten Medienformate

## Ziele

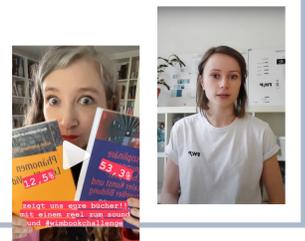
- Mehr Sichtbarkeit von Wissenschaftlerinnen als Expertinnen in klassischen und sozialen Medien
- Entwicklung einer bundesweiten modularen Open-Access-Unterstützungsstruktur für Wissenschaftlerinnen und Medienschaaffende



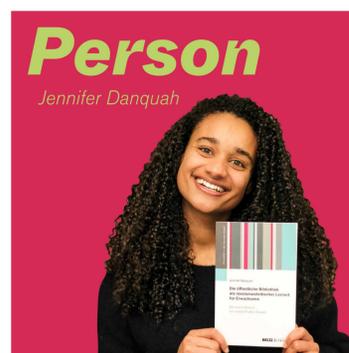
## Methodisches Vorgehen

Wir arbeiten mit einem Mix aus qualitativen und quantitativen Methoden, um die Perspektive von Wissenschaftlerinnen, Medienschaaffenden und Hochschulkommunikation zu berücksichtigen:

- Tiefeninterviews mit Wissenschaftlerinnen zu ihren Erfahrungen mit Medien und Wissenschaftskommunikation
- Onlinebefragung von Wissenschaftler\*innen zu klassischem und digitalem Wissenschaftskommunikationshandeln
- Medienpräsenzanalyse: Vorkommen von Expertinnen in Print, TV und Radio
- Social-Media-Diskurs-Analyse: Konstruktion von digitalen Narrativen zu Wissenschaftler\*innen
- Erforschung der Recherchestrategien zur Identifizierung wissenschaftlicher Expert\*innen von Journalist\*innen und Hochschulakteur\*innen: Think Aloud und Eyetracking
- Quantitative Inhaltsanalyse von Pressemeldungen im Bereich Hochschulkommunikation



## Social-Media-Formate



### Kontaktdaten

Fachhochschule Potsdam | Kiepenheuerallee 5 | 14469 Potsdam | [diewissenschaftlerinnen@fhpotdams.de](mailto:diewissenschaftlerinnen@fhpotdams.de)

GEFÖRDERT VOM

