

PHILOSOPHY

SCIENCE PR

20.10.2020

[Lutz Frühbrodt](#) “- der Begriff Öffentlichkeitsarbeit ist ein typisch deutscher”

Der Begriff Öffentlichkeitsarbeit ist ein typisch deutscher. Er suggeriert, dass Unternehmen gegenüber der Öffentlichkeit eine Arbeit zu leisten hätten, zu deren Bedingungen. Aber, wenn es denn jemals überhaupt so war, dann stimmt das schon längst nicht mehr ...Im Verhältnis von Unternehmen zu Journalisten gibt es seit einiger Zeit einen Umschwung von Pull- zu Push-Kommunikation. Anfragen werden immer später bearbeitet, stattdessen versuchen die Unternehmen, selbst Themen zu setzen. Sie betreiben stärker Content Marketing, also “Unternehmensjournalismus”, etwa mit Online-Magazinen und Web-Themenseiten. Es geht darum, in Abwandlung eines Begriffs des marxistischen Philosophen Antonio Gramsci, kommunikative Hegemonie zu erlangen. Themen zu setzen. Sich eigene Kanäle zu schaffen.

Die Entwicklung gibt es im übrigen auch in der Wissenschaft, allenfalls die amerikanischen [Hochschulsport Mannschaften](#) fehlen uns noch. Das Geld [dafür ist ja schliesslich da](#) und mit der Privatisierung wird das dann auch noch kommen. [Zitat SZ](#)

Vom neuen “Hochschulinnovationsgesetz” versprechen sich Staatsregierung wie Hochschulchefs viel: Weniger Bürokratie soll den Unis Freiheit, Flexibilität, Innovation und Schnelligkeit bringen. So sollen sie mithalten mit Harvard oder Cambridge, eigene Talente fördern und Spitzenforscher nach Bayern locken ... Der Staat hätte nur die Rechtsaufsicht inne – und eine lange Leine: Die “Gestaltungsorganisation übergeordneter Art” werde das Ministerium behalten, sagte Siblinger. Die Zielvereinbarungen des Freistaats mit jeder Hochschule sollen eine “stärkere Ergebnisorientierung” haben. Themen wie Ökologie, Geschlechtergerechtigkeit oder die Pflege kleiner Fächer werden festgelegt. Sind Ziele nicht erfüllt, gibt es weniger Geld.

Wissenschaft zu wenig ergebnisorientiert? Ich kenne niemand den Ergebnisse nicht interessieren würde. Spitzenforscher? Ich kenne Multifunktionäre die große Arbeitsgruppen haben. Aber was ist daran Spitze, wenn "ergebnisorientiert" immer noch mehr Artikel produziert werden?

Lesenswert auch der Twitter Thread in diesem Zusammenhang



Erfrorener Distler

@EchteFreiheit

Follow

Jüngst hat [@maithi_nk](#) dargelegt, dass ihr bewusst geworden sei, dass mehr Wissenschaftler in den Medien nicht zu mehr Aufklärung, sondern Verwirrung geführt hätten. Sie plädiert für Standards für wiss. Komm. ähnlich zum Peer Review.

Warum ich das für nicht richtig halte:
(1/18)

11:08 PM - 15 Oct 2020

64 Retweets 468 Likes



21 64 468



Erfrorener Distler @EchteFreiheit · Oct 15

Zunächst ist der Vergleich mit dem Peer Review (PR) und der Kommunikation in der Wissenschaft nicht ideal. Bei Fachartikeln (Papern) schreiben Fachleute über Fachthemen für Fachleute. Diese Artikel werden von anderen Fachleuten begutachtet. 2/18

1 1 118



Erfrorener Distler @EchteFreiheit · Oct 15

Diese Paper sind daher auch kaum für Outsider interessant. Leute (nicht Mail) unterschätzen, wie spezialisiert solche Artikel und damit uninteressant sie für die Masse sind. Nur deshalb funktioniert ein PR auch: Die „Peers“ arbeiten oft seit Jahrzehnten hochspezialisiert. 3/18

1 1 118

