



Social Media in der Wissenschaft

Zielgruppen:

- PostDocs
- Promovierende
- Wissenschaftliche Mitarbeitende
- Mitarbeitende aus wissenschaftsunterstützenden Bereichen

Sprachen:

- Deutsch
- Englisch

Mögliche Formate:

- Ein- oder zweitägiges Angebot mit Einzelcoaching
- Ein- oder zweitägiges Angebot
- Individuelles Arbeitsformat mit Coaching
- Kurzformat
- Interaktiver Vortrag

Darum geht es:

Social Media gehört mittlerweile zum Leben dazu. Auch diejenigen, die eher der Meinung sind, dass X (früher Twitter) und Facebook oder LinkedIn nicht ‚wissenschaftlich‘ und schon gar nicht ‚seriös‘ sind – haben vermutlich ein Smartphone und darauf sicher auch mindestens eine Social Media App.

WhatsApp zum Beispiel gehört oft selbst bei denen zum Standard, die sonst eher abwehrend auf Aktivitäten mit Sichtbarkeit im Netz reagieren. Warum dann nicht mal darüber nachdenken, einen oder mehrere Social Media Kanäle für eine passgenaue Wissenschaftskommunikation oder gar fürs Forschungsmarketing zu nutzen?

Hier bieten sich Forschenden viele Chancen, an öffentlichen Diskursen über Wissenschaft teilzunehmen und auch die eigenen Themen und (Forschungs)Interessen sichtbar zu machen und aktiv zu kommunizieren.

Die Teilnehmenden entwickeln eine persönliche Strategie im Umgang mit dem Thema.

Themenfelder

- Reflexion der eigenen Haltung zum Thema
- Reflexion der "gängigen Vorurteile" im eigenen Bereich
- Verschiedene Möglichkeiten für wissenschaftlichen Content bei Social Media für das persönliche Profil
- Entwicklung einer persönlichen Strategie mit Bezug zur eigenen Person und den individuellen Inhalten und Zielen
- Licht und Schatten: möglicher Umgang mit schwierigen Situationen (Hatespeech etc.)

Weitere Informationen:

Je nach Zielgruppe können einzelne Aspekte intensiver bearbeitet werden und Feedback auf produzierten Content mit eingeplant.