

Exzellenz entdecken und kommunizieren

Sensibilisierung und Kompetenzentwicklung zum Thema Exzellenz und Gender für Postdocs und Akteur*innen der Hochschulkommunikation



UNIVERSITÄT
DUISBURG
ESSEN

Offen im Denken

Lara Altenstädter, Maren Jochimsen,
Ute Klammer, Anja Mallat, Eva Wegrzyn

Universität Duisburg-Essen: Institut für Soziologie & Essener Kolleg für Geschlechterforschung

Ausgangspunkt

Erforschung des Gender Bias in der Leistungs- und Exzellenzwahrnehmung

- Unterschiedliche Wahrnehmung der wissenschaftlichen Leistungs- und Innovationsfähigkeit je nach Geschlecht der Forschenden
- Wissenschaftler sind gegenüber weiblichen Kolleginnen im Vorteil, da ihnen tendenziell eine größere Kompetenz und Exzellenznähe zugeschrieben wird
- Dies kann sich nachteilig auf die Sichtbarkeit von Frauen auswirken

Mögliche Folge: Wissenschaftlerinnen verlassen vorzeitig das Hochschulsystem

- Verlust ihres vielfältigen Potenzials für Forschung und Lehre
- ... sowie der qualitativen Weiterentwicklung der Wissenschaftslandschaft

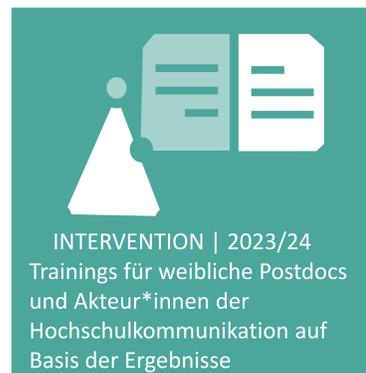
Ziele

Wie lässt sich ein geschlechtergerechtes Leistungs- und Exzellenzverständnis entwickeln?

Wie kann die Sichtbarkeit von Wissenschaftlerinnen gestärkt werden?

- Generierung von Erkenntnissen darüber, was es heißt, als Wissenschaftlerin mit der eigenen Leistung und Innovationskraft sichtbar zu sein
- ... und welche Hindernisse ggf. zu überwinden sind
- Reflexion des Begriffs der wissenschaftlichen Exzellenz
- Abbau struktureller Barrieren für Frauen im Wissenschaftssystem
- Stärkung der Zusammenarbeit von Wissenschaftler*innen und Personen aus dem Bereich der Hochschulkommunikation
- Verbesserung der Sichtbarkeit der Leistungen von Wissenschaftlerinnen

Methodik/ Vorgehen



Erste Ergebnisse der Interviewstudie (Stand: März 2023)

- **Exzellenz** ist ein vager, vielschichtiger Begriff und zugleich eine umstrittene Maxime im Wissenschaftsbetrieb. Exzellente Leistung objektiv zu messen, stellt eine Herausforderung dar: In der Wissenschaft zählen Publikationen in prestigeträchtigen Fachzeitschriften, Beiträge auf Konferenzen und die Einwerbung von Fördergeldern als Marker für Exzellenz.
- Gleichzeitig wird dies von den befragten Nachwuchswissenschaftler*innen, Professorinnen aber auch Akteur*innen der Hochschulkommunikation kritisch bewertet: Einige Befragte sehen durch den Fokus auf Zahlenwerte sogar die Gefahr, dass der Blick verengt werde und nun mehr „Quantität statt Qualität“ zähle. Gerade dies kann aus Sicht der befragten Postdocs zu einer „Verwässerung des Tiefgangs in der Wissenschaft“ führen. Zudem sei wissenschaftliche Forschung voraussetzungsvoll (es zählten v. a. Netzwerke, Teamarbeit, ein „Quäntchen Glück“). Die Postdocs sehen wissenschaftliche Exzellenz auch darin, dass eine Person bereit ist, innovativ zu sein, andere zu fördern und die Forschung der Gesellschaft verständlich zugänglich zu machen (Wissenschaftstransfer).
- **Sichtbarkeit** innerhalb der Fachcommunity hat eine hohe Bedeutung für die Wissenschaftskarriere. Insbesondere zählt hier die Sichtbarkeit in Form von Veröffentlichungen, die Teilnahme an Konferenzen, aber auch das (informelle) Netzwerken sowie die Außendarstellung und Selbstpräsentation.
- Dadurch, dass Frauen in der Wissenschaft nach der Promotion in vielen Fächern unterrepräsentiert sind, werden sie dort als Minderheit wahrgenommen und im positiven wie auch im negativen Sinne hervorgehoben und kritisch begutachtet („Quotenfrau“).
- Aufgrund der gängigen Exzellenzkriterien und begrenzten Zeitressourcen bei hoher Arbeitsbelastung in der Wissenschaft spielt die Wissenschaftskommunikation eine marginale Rolle für viele Wissenschaftler*innen. Sichtbarkeit von Frauen als Forscherinnen und Innovatorinnen ist ein Ausdruck einer geschlechtergerechten Wissenschaftskultur. Jedoch sollte „Sichtbarkeit“ keinen Imperativ darstellen, der zu neuen Vermessungs- und damit verbundenen Schließungsprozessen führt.

Potentiale einer geschlechtergerechten Hochschulkommunikation:

- Redakteur*innen in den Kommunikationsabteilungen der Hochschulen geben zu bedenken, dass sie die Wirklichkeit der Geschlechterverhältnisse, etwa in der Besetzung von Professuren, nicht „besser darstellen können“, als sie ist. Zugleich sehen sie bei sich große Handlungs- und Gestaltungspotentiale in der Art und Weise wie über Wissenschaft kommuniziert wird und welche Forschungspersönlichkeiten in den Fokus gerückt werden: Hochschulkommunikation bewegt sich damit im Spannungsfeld, Inhalte „zu selektieren“, zu „verstärken“ und zu „unterdrücken“.
- Sie heben hervor, dass sie auf eine geschlechterparitätische und diverse Text- und Bildsprache achten – es sind also Reflexionsprozesse über die Repräsentation von Diversität in Gang gesetzt worden. Gleichzeitig verändert sich die organisationale Praxis, wie etwa die Neubesetzung von Professuren und Leitungspositionen mit Frauen, nur sehr langsam.

Team: Prof. Ute Klammer ute.klammer@uni-due.de | Dr. Maren Jochimsen maren.jochimsen@uni-due.de | Eva Wegrzyn, M.A. eva.wegrzyn@uni-due.de | Anja Mallat, M.A. anja.mallat@uni-due.de
Lena Braunisch, B.A. lena.braunisch@stud.uni-due.de | Silvie Haarmann, B.A. silvie.haarmann@uni-due.de



Partnerhochschulen



Linkedin

