

LEHRKONZEPTE UND -INNOVATIONEN IN DER GESUNDHEITSKOMMUNIKATION

Dominik Daube^a, Alexander Ort^b, Freya Sukalla^c, Anna Wagner^d & Doreen Reifegerste^d

^a Friedrich-Schiller-Universität Jena, Deutschland

^b Universität Luzern, Schweiz

^c Universität Leipzig, Deutschland

^d Universität Bielefeld, Deutschland

SETTING

Wie die Kommunikationswissenschaft ist auch die angegliederte Disziplin der Gesundheitskommunikation traditionell **inter- und zumeist transdisziplinär** ausgerichtet (Abb. 1). Nicht nur das Forschungs- und Anwendungsgebiet Gesundheitskommunikation zeichnet sich durch diese kooperative Mentalität aus, auch die **universitäre Lehre** wird maßgeblich beeinflusst.

Die Gesundheitskommunikation ist gerade im deutschsprachigen Raum eine vergleichsweise **junge Forschungsdisziplin**, die erst auf einige wenige Jahrzehnte Tradition blicken kann, noch **jünger ist das Lehrgebiet**, welches mittlerweile zunehmend in der **Grundausbildung** (z.B. Kommunikationswissenschaft, Health Sciences) integriert und in **ersten Studiengängen** akkreditiert ist und durch neu geschaffene, **spezialisierte Professuren** zunehmend sichtbar und etabliert wird (z.B. *Master Gesundheitskommunikation*, Uni Erfurt • *Master eHealth & Communication*, FSU Jena • *Bachelor Health Communication*, Uni Bielefeld). Betrachtet man die unterschiedlichen Studienordnungen, wird auch das **unterschiedliche Verständnis** von Gesundheitskommunikation deutlich, welches in verschiedensten Strömungen mündet und durch **unterschiedliche Schwerpunkte** gesetzt wird. Genauso **divers sind die Studierenden**, die aus unterschiedlichsten Studiengängen mit verschiedenen Vorkenntnissen kommen.

Zu den mit diesen Rahmenbedingungen verbundenen **Chancen** und **Herausforderungen** gab es im August 2022 im Rahmen eines **Fachgruppen-Workshops** in Luzern einen ersten konstruktiven Austausch, die Ergebnisse werden hier präsentiert.

KONZEPTION

- ◆ **Einbettung Studiengang**
 - ◆ Abschluss **Arts vs. Science**
 - ◆ **Berufsbegleitend** (bezahlpflichtig?)
 - ◆ **Konsekutiv** (Voraussetzungen?)
- ◆ **Bewerbung** neuer Studienangebote
 - ◆ Online (Ads)
 - ◆ Konferenzen/Messen
 - ◆ Verbände
 - ◆ Später: Mund-zu-Mund
- ◆ **Evaluation:** Studierende **Hintergrund** (fachlich, Vorwissen, Begriffsverständnis)
- ◆ **Kooperationen** mit Unternehmen und Praxispartner*innen (Orientierung: **Forschung vs. Praxis**)
- ◆ **Universitäre Struktur/Kompetenznetzwerke** **Infrastruktur** evaluieren und Lehrangebote auf **Institute/Fakultäten aufteilen**

CURRICULARE STRUKTUR

- ◆ **Inhalte** (Auswahl, **Schwerpunkte setzen**)
 - ◆ Wissenschaftskommunikation
 - ◆ Risikokommunikation/Krisenkommunikation
 - ◆ Journalismusforschung
 - ◆ Öffentliche Gesundheitsversorgung
 - ◆ Medizinische Grundkenntnisse
 - ◆ **Konsekutiv** (Voraussetzungen?)
- ◆ **Ansätze** (beispielhafte Auswahl mit kommunikationswissenschaftlichem Bezug): News Values, Framing, Priming, Mis- und Desinformation, Kultivierung, Campaigning
- ◆ **Umsetzung**
 - ◆ **Grundlagen** lehren (einheitliche Begriffsdefinitionen/-verständnis)
 - ◆ **Anwendungsbezug** herausarbeiten (Praxis)
 - ◆ **Methodenlehre** („von der Pike auf“)
- ◆ Berücksichtigen: **Erwartungs- und Unsicherheitsmanagement** (Studierende und Dozierende)

DISZIPLINEN



Abbildung 1
Übersicht beteiligter Disziplinen in der Lehre.

TOOLS & TECHNIKEN

- ◆ **Grundlegendes**
 - ◆ Inter-/Transdisziplinäre **Kooperationsformate** (über Institute/Fakultäten, inkl. außeruniversitär)
 - ◆ Verfügbarkeit von Tools/Technik an Universität abklären (Rahmenverträge, Schulungen)
- ◆ **Chancen**
 - ◆ **Metakommunikation** (Feedback)
 - ◆ „**Voneinander lernen**“ – diverses Vorwissen/Berufserfahrung/Blickwinkel der Studierenden als Stärke, **Synergien nutzen**
- ◆ **Herausforderungen**
 - ◆ Zeitkontingent berücksichtigen (aufwändige Praxis Kooperationen) – **Zeitmanagement**
 - ◆ **Steuerung** der diversen **Kompetenzen** der Studierenden
 - ◆ **Management** Praxispartner*innen
 - ◆ **Finanzierung** (praktische Implementierung, empirische Seminare)

ZIELE

Folgende Ziele wurden im Rahmen des Workshops definiert:

- 🎓 Beitrag im Tagungsband, Schwerpunkt auf **Methoden** in diversen Lernsettings
- 🎓 **Didaktische Konzepte** und **Formate** für die Lehre in der Gesundheitskommunikation
- 🎓 Induktive **Onlinesammlung** von Lehrangeboten der Gesundheitskommunikation
- 🎓 **Literatur** zu Lehrinhalten über zentrale Datenbank zusammenstellen



Abbildung 2
Nächste Meilensteine.

Eine Kooperation von:

UNIVERSITÄT
LUZERN



UNIVERSITÄT
LEIPZIG



UNIVERSITÄT
BIELEFELD



FRIEDRICH-SCHILLER-
UNIVERSITÄT
JENA