



Zeitschriftenartikel:

Begutachtet

Redaktion und Begutachtung:

Patricia Blume 

Universität Leipzig

Kai Matuszkiewicz 

Philipps-Universität Marburg / Institut für Medienwissenschaft

Marcel Wrzesinski 

Alexander von Humboldt Institut für Internet und Gesellschaft

Erhalten: 15. September 2025

Akzeptiert: 08. Dezember 2025

Publiziert: 02. März 2026

Lizenz:

© Monika Weiß

Dieses Werk steht unter der Lizenz Creative Commons Namensnennung 4.0 International (CC-BY 4.0)



Datenverfügbarkeit:

Alle relevanten Daten befinden sich innerhalb der Veröffentlichung.

Interessenskonfliktstatement:

Es liegen keine Interessenkonflikte vor.

Empfohlene Zitierung:

Weiß, M. (2026). Wissenschaft kommuniziert – audiovisuell. *Science-Videos als digitale Transformation des Publizierens. kommunikation@gesellschaft*, 26(1), doi: 10.15460/kommges.2025.26.1.1866

Wissenschaft kommuniziert – audiovisuell

Science-Videos als digitale Transformation des Publizierens

Monika Weiß^{a*} 

^aPhilipps-Universität Marburg - Institut für Medienwissenschaft

*Korrespondenz: monika.weiss@uni-marburg.de

Abstract

Der vorliegende Beitrag untersucht die Potenziale und Herausforderungen audiovisueller Formate im Kontext der wissenschaftlichen Publikationspraxis, vor allem in Bezug auf Open Access. Angesichts der zunehmenden Bedeutung digitaler Video-Plattformen und veränderter Mediennutzungsgewohnheiten wird erörtert, wie neben traditionellen Textpublikationen Science Videos zu etablieren sind. Dabei wird untersucht, inwiefern audiovisuelle Inhalte den Wissenschaftsdiskurs erweitern, die Qualitätssicherung sicherstellen und zur effektiven Vermittlung komplexer Forschungsthemen beitragen können. Der Beitrag diskutiert zudem die Rolle YouTubes im Vergleich zu speziellen Open Video Journals als Plattformen für die Wissenschaft. Abschließend werden Perspektiven für eine nachhaltige Integration audiovisueller Formate in die Wissenschaftspraxis im Sinne eines erweiterten Open Access Konzepts aufgezeigt.

Schlagnworte: Wissenschaftsvideos, Science-Video, Wissenschaftskommunikation, Wissenschaftsvermittlung, Audiovisuelle Kommunikation

1 Hinführung

Open Access in der Wissenschaft hat zum Ziel, Forschungsergebnisse frei und öffentlich zugänglich zu machen. Bisher stehen dabei vor allem textbasierte Publikationsformen im Fokus. Angesichts tiefgreifender Veränderungen in der Mediennutzung und einer zunehmenden Bedeutung digitaler Video-Plattformen müssen jedoch audiovisuelle Formate als Veröffentlichungsformen auch im wissenschaftlichen Kontext im Sinne von Open Access Berücksichtigung finden und diskutiert werden. Nicht erst, aber spätestens seit den Corona-Jahren finden sich unzählige Vorlesungs-, Vortrags-/Referats- und Erklärvideos mehr oder weniger frei zugänglich im Internet. Andrea Geipel (2018, S. 138f.) stellte diesbezüglich bereits 2018 fest, dass die YouTube-Suche nach „Wissenschaft“ fast 140.000 Beiträge und rund 2.000 Kanäle ergibt. Die internationalere Suche „Science“ ergibt sogar 19,5 Millionen Einzelbeiträge und knapp eine Millionen Kanäle. Erkennbar wird die Menge an wissenschaftlichen Inhalten – auch nach Bereinigung der Liste von falschen Treffern. Diese Entwicklung wirft somit grundlegende Fragen auf, einerseits nach den Standards wissenschaftlichen Publizierens und andererseits danach, wie sich audiovisuelle Wissenschaftskommunikation angesichts der den Markt dominierenden, sich durch geringes Gatekeeping auszeichnenden und kommerziell agierenden Veröffentlichungsplattformen wie YouTube sinnvoll gestalten lässt. Es handelt sich hierbei um ein Spannungsfeld, das durchaus auf umfassendere Transformationsprozesse in der digitalen Wissenschaftskommunikation verweist, die auch Christian Heise (2018) bei seiner Verortung von Open Access und Open Science in den Blick nimmt. Er kommt zu dem Schluss, dass sich diese einerseits auch aufgrund der Forderung nach einer Öffnung der Wissenschaft für die Gesamtgesellschaft letztlich in einer Übergangsphase befindet, die neue Möglichkeiten eröffnet, aber auch Herausforderungen mit sich bringt. Andererseits bleibt das „wissenschaftliche Kommunikationssystem [...] bisher stabil, die Kommunikationsformate wie Monografie und Journal behalten noch immer ihren hohen Stellenwert und die zunehmende Nutzung digitaler Werkzeuge führt bisher zu keiner strukturellen Veränderung“ (Heise, 2018, S. 184). Niels-Oliver Walkowski (2019) beschreibt in dieser Übergangsphase der wissenschaftlichen Publikationspraxis erkennbare Unsicherheiten, Heterogenitäten und Verwirrungen und untersucht, wie Strukturen im digitalen Zeitalter neu gedacht werden müssen. Digitale Innovationen geben zwar wichtige Impulse, dennoch bleiben weiterhin vor allem infrastrukturelle, finanzielle und kulturelle Herausforderungen an Open Access und Open Science bestehen (Walkowski, 2019, S. 251ff.).

Wie verändert sich also das gegenwärtige Verständnis der Öffentlichkeit von wissenschaftlicher Praxis?

Der vorliegende Beitrag geht diesen Fragen aus medienkulturwissenschaftlicher Perspektive nach. Es wird untersucht, inwieweit audiovisuelle Inhalte im Sinne einer offenen Wissenschaftspraxis verortet werden können und welche Potenziale sowie Herausforderungen sich daraus für Forschende, Institutionen und die Gesellschaft ergeben. Dabei wird insbesondere der Versuch unternommen, bestehende Open-Access-Standards auf audiovisuelle Veröffentlichungsformen zu übertragen und kritisch zu reflektieren. Ziel ist es, einen Beitrag zur theoretischen und praktischen Erweiterung des Open Access Begriffs zu leisten

und Wege aufzuzeigen, wie audiovisuelle Formate wissenschaftlich jenseits populärmedialer Vereinfachung verantwortungsvoll genutzt werden können. Grundsätzlich soll davon ausgegangen werden, dass sich Videos neben Podcasts (Kiss, 2020) dazu eignen, die Formen von Open Access zur Wissenschaftsvermittlung zu erweitern. Denn aktuelle Mediennutzungspraktiken belegen, dass ein Umdenken erforderlich ist: Die bevorzugte Informationsaufnahme ist nicht mehr lesend. Nach der *ARD/ZDF-Studie Massenkommunikation Trends 2023* (ARD/ZDF-Forschungskommission, 2023) liegen die Nutzungsanteile der über 14-Jährigen in Deutschland von Bewegtbild bei 48 %, von Audio bei 40 % und von textbasierten Formen, egal ob Druckerzeugnis oder digital, nur mehr bei 14 %.

Mit dem Internet ist somit auch für die Wissenschaft ein multimedialer Kommunikationsraum entstanden. Die Klaviatur des Möglichen muss erschlossen werden, um breite Sichtbarkeit zu generieren, die über die Schriftlichkeit hinausgeht. Ohne die Risiken zu verkennen, soll jedoch der Blick auch auf den Mehrwert und die Wichtigkeit einer audiovisuellen Open-Access-Veröffentlichungspraxis für Forschende, Lehrende und Lernende gerichtet werden, um nicht das öffentliche Bild von Wissenschaft dem Populären zu überlassen.

2 Science Videos und ihre Vermittlungspotentiale

Videos haben sich mittlerweile sowohl in der wissenschaftlichen Gemeinschaft als auch in der Öffentlichkeit als weitere Kommunikationsform etabliert. In vielen Disziplinen dienen audiovisuelle Formate zunehmend nicht mehr nur als ergänzende Dokumentationen (etwa aufgezeichnete Interviews oder Versuchsdokumentationen), sondern als eigenständige Medienform zur Archivierung, Distribution und Reflexion wissenschaftlicher Inhalte. Im Rahmen der öffentlichen Wissenschaftskommunikation bzw. der *Third Mission*¹ werden Videos dagegen gezielt eingesetzt, um komplexe Inhalte für ein breiteres, nicht fachgebundenes Publikum aufzubereiten. Hierzu zählen sowohl die lange Zusammenarbeit mit dem Rundfunk – etwa in Form wissenschaftsvermittelnder Fernsehsendungen – als auch Formate, die zielgruppenorientiert auf Laien zugeschnitten sind, wie beispielsweise Vorlesungsaufzeichnungen von Kinderuniversitäten oder populärwissenschaftliche Kurzvideos auf YouTube, in denen Expert:innen komplexe Sachverhalten allgemeinverständlich darstellen. Eine besondere Rolle fallen Fachdisziplinen wie der Medien- und Kommunikationswissenschaft zu, deren Gegenstände selbst im Gros audiovisuell sind. Spätestens seit Mitte der 1970er Jahre steht bei diesen die Frage im Raum, „ob es wirklich angebracht ist, sich dem filmischen Text über die Schrift anzunähern“ (Bellour, 1999, S. 16). Berg & Kiss (2016) fordern die Filmwissenschaft auf, Forschungsergebnisse „in motion“ zu setzen, und Keathley/Mittell sehen im „videographic essay“ eine überzeugende Form der Darstellung medienwissenschaftlicher Erkenntnisse (Canet, 2019, S. 2). So konstatierte Bellour bereits 1975, bezogen auf die Möglichkeit, Filmzitate in

¹ Unter der *Third Mission* wird die weitere Aufgabe von Hochschulen und Forschungseinrichtungen verstanden, eine aktive Öffnung hin zur Gesamtgesellschaft zu betreiben, etwa in Form von populärwissenschaftlichen Publikationen, öffentlichen Vorträgen, Bürger:innen-Beteiligungen und eben auch Medienkooperationen.

filmischer Form aufzugreifen: „Hier besteht keine Abweichung mehr und auch kein Bedürfnis nach Erzählung. Ein echtes Zitat in seiner völligen Offenkundigkeit. Die geschriebene Sprache könnte niemals Vergleichbares hervorbringen“ (Bellour, 1999, S. 17).

Doch auch er erkennt, dass diese spezifische Zitierbarkeit an andere Grenzen stößt als die Möglichkeiten des schriftsprachlichen Ausdrucks. Veränderungen in der Präsentation müssten in Kauf genommen werden (Bellour, 1999, S. 17). Denn audiovisuelle Formate weisen aufgrund der eigenen medialen Logik andere Vermittlungspotentiale auf als die auf Schriftlichkeit basierenden Texte. Sie vereinen in sich unterschiedliche Modi der Kommunikation: auf der Tonebene vor allem gesprochene Sprache, Sounds und gegebenenfalls Musik, auf der Bildebene hingegen Bewegtbilder, Animationen und Abbildungen, aber auch Textelemente oder Grafiken. Die wissensvermittelnde Wirkung entsteht dabei aus dem Zusammenspiel dieser unterschiedlichen Bestandteile, einer gezielten „multimodalen Orchestrierung“ (Bucher et al., 2022, S. 16). Das Potenzial liegt somit nicht in den einzelnen Elementen, sondern in ihrem Zusammenwirken. So wird durch die Kombination von Bild und Ton ein multisensorischer Zugang eröffnet, der neue Zielgruppen erschließen und gleichzeitig die Informationslogiken von wissenschaftlicher Forschung und Lehre modernisieren kann. Beispielsweise setzen MOOCs (Massive Open Online Courses) der akademischen Arbeits- und Vernetzungsplattform *iversity*² auf die Kombination aus visuellen Elementen wie Folien, Animationen und Simulationen und simultanen auditiven Erklärungen. Universitäten wie die Leuphana Universität Lüneburg oder die Ludwig-Maximilians-Universität München betreiben ähnliche Digital-School-Modelle, die Inhalte nicht nur für eigene Studierende und Lehrende anbieten, sondern ebenso für Interessierte außerhalb der Universitäten zugänglich machen.³

Die zentrale Herausforderung multimodaler Gestaltung besteht jedoch genau darin, die verschiedenen Modi in eine kohärente Gesamtkomposition zu überführen, sodass die Rezipierenden den präsentierten Inhalt als ein zusammenhängendes Wissensangebot erschließen können (Bucher et al., 2022, S. 28). Ansonsten kämpfen die verschiedenen Ebenen gegeneinander um die Aufmerksamkeit der Rezipierenden. Jeweils unterschiedliche Anordnungen der verschiedenen Elemente auf Bild- und Tonebene, deren Montage, Kombination und Kommentierung setzen jeweils eigene Dynamiken frei, die in der Argumentationsstruktur eingefangen werden müssen (Pantenburg, 2017, S. 5). So sind für eine erfolgreiche multimodale Wissensvermittlung vor allem zwei Faktoren zentral: einerseits eine modale Dichte – verstanden als Anzahl und Vielfalt eingesetzter Modi – und andererseits die modale Kohärenz – also die gelungene wechselseitige Abstimmung der einzelnen Modi aufeinander, was deren jeweilige Potenziale verstärkt. Entscheidend ist dabei neben der stringenten argumentativen Struktur, dass die Modi adressaten- und zielgerichtet ausgewählt sind (Bucher et al., 2022, S. 28).

² *iversity* ist eine europäische E-Learning-Plattform der Wissenschaftsverlagsgruppe Springer Nature für hochschulähnliche Online-Kurse, die kostenlos zur Verfügung gestellt und von verschiedenen Hochschulen und Lehrenden angeboten werden: <https://iversity.org/>.

³ *Leuphana Digital School*: <https://www.leuphana.de/digital-school.html>; *Online Study Programs* der LMU: <https://www.lmu.de/en/study/all-degrees-and-programs/online-study-programs/index.html>.

Neben der Form ist für Science Videos weiter die akademische Ausrichtung maßgebend. Nicht jedes Video zu wissenschaftlichen Themen kann als Teil des Wissenschafts- und Forschungsbetriebs gesehen werden. Auch sie müssen an den etablierten Standards von akademischen Printpublikationen gemessen werden (Bucher, 2017, S. 127). Das Video sollte – analog zu schriftlichen Werken – stets einen eigenständigen Beitrag zum Untersuchungsgegenstand leisten. Dazu sind nach wissenschaftlicher Praxis stets vorhandene Positionen, Theorien und Forschungsergebnisse zu berücksichtigen und sämtliche verwendete Quellen zu belegen. Wie bei schriftlichen Arbeiten genügt es auch in der Videoform nicht, ‚nur‘ Erkenntnisse zu präsentieren. Sie müssen in den bestehenden wissenschaftlichen Diskurs des eigenen Fachgebiets eingebettet werden (Canet, 2019, S. 7). Die wissenschaftliche Relevanz des Science Videos muss demnach ebenso erkennbar sein wie die Anbindung an die existente und aktuelle Forschung des Fachs.

3 Open Access, wissenschaftliche Standards und nicht-schriftliche Formen

Für die Entwicklung der wissenschaftlichen Publikationspraxis spielen digitale Formen und der Open-Access-Gedanke eine entscheidende Rolle. So sind nicht nur der freie Zugang zu Forschungsergebnissen von Relevanz, sondern auch die Fragen nach Sichtbarkeit und schneller Auffindbarkeit. Traditionell gedrucktes wissenschaftliches Publizieren ist scheinbar zu schwerfällig geworden. Der schnelle Zugriff wird durch die Verzögerung des Buchkaufs, Lieferungszeiten oder durch die Notwendigkeit der Ausleihe über Bibliotheken erschwert. Elektronische Publikationen sowie Fachrepositorien ermöglichen hingegen einen direkten, selbstorganisierten und breiten Zugriff auf (vornehmlich) Fachliteratur, der am eigenen Arbeitsplatz eine verzögerungsfreie Weiterverwendung und Nachnutzung gestattet. Dies entspricht dem Ziel der **Budapest Open Access Initiative** aus dem Jahr 2002 (*Budapest Open Access Initiative*, 2002) sowie der **Berliner Erklärung über den offenen Zugang zu wissenschaftlichem Wissen** (*Berliner Erklärung über den offenen Zugang zu wissenschaftlichem Wissen*, 2003), nämlich Forschungsergebnisse gemäß den FAIR-Leitprinzipien ohne finanzielle, technische oder rechtliche Barrieren für jede interessierte Person erreichbar zu machen. FAIR steht in diesem Sinne als Akronym für Findable (Auffindbarkeit), Accessible (Zugänglichkeit), Interoperable (technische Interoperabilität) und Reusable (Wiederverwendbarkeit), wodurch die Nachnutzbarkeit von Forschungsdaten substantiell verbessert werden soll. Dabei geht es nicht ausschließlich um die effiziente Verwendung durch andere Forschende, sondern ebenso um die automatisierte Verarbeitung und Integration in digitale Forschungsinfrastrukturen (Wilkinson et al., 2016, S. 5). Neben diesen Standards sind vor allem die langfristige Archivierung, die Einhaltung der Autor:innen-Rechte sowie eine transparente Qualitätssicherung von Relevanz (vgl. auch Video *TIB AV-Portal*, o. J. im TIB AV-Portal).

Die Idee ist, dass Open Access aufgrund der freien Zugänglichkeit zur Maximierung der wissenschaftlichen Informationsverbreitung beiträgt, zur Beschleunigung wissenschaftlicher Erkenntnisprozesse und zur optimierten Verwertung vorhandener Forschungsergebnisse. Dies alles kulminiert in

einer Steigerung der Forschungseffizienz insgesamt sowie in einer erhöhten Sichtbarkeit und Reichweite wissenschaftlicher Arbeiten. Gleichzeitig adressiert Open Access die Problematik des sogenannten ‚digital divide‘, indem nationale und globale Bildungschancen durch einen barrierefreien Zugang zu (internationaler) wissenschaftlicher Literatur verbessert werden können (Herb, 2012, S. 15).

Open Access umfasst demnach mehr als nur den freien Zugang zu Wissenschaft. Open Access steht vielmehr für eine tiefgreifende Veränderung der infrastrukturellen Kommunikations- und Publikationslogiken, was wiederum die Frage aufwirft, wie sich neuere Medienformate in diese Struktur denken lassen. Der klassische Fokus von Open Access auf Veröffentlichungen in Schriftform greift angesichts der digitalen Möglichkeiten zunehmend zu kurz. Angesichts der bereits erwähnten veränderten Rezeptionspraktiken und der vielfältigen medialen Chancen sollte sich auch die Wissenschaft den gegenwärtigen Seh- und Hörgewohnheiten eines breiten Publikums öffnen, um auch außerhalb der eigenen Disziplingrenzen sichtbar zu sein. Das Internet stellt dafür einen Kommunikationsraum dar, der nicht auf Schriftlichkeit beschränkt ist (Bucher et al., 2022, S. 2). In diesem Raum existieren bereits solche nichtschriftlichen Formate, die sowohl auf rechtlicher als auch auf funktionaler Ebene einen freien Zugang sowie eine bildungs- oder forschungsorientierte Nachnutzung erlauben (Wilkinson et al., 2016). Gemeint sind etwa Podcasts, die Anna Luise Kiss im Open-Media-Studies-Blog als „Open-Science-Instrument“ (Kiss, 2020) identifiziert, aber auch Science Videos, die hier im Fokus stehen und im vorherigen Abschnitt bereits in ihren Eigenschaften erläutert wurden.

Open Access muss demnach ein breiteres Spektrum an wissenschaftlichen Materialien umfassen, die aus unterschiedlichsten medialen Grundformen bestehen, darunter schriftliche, auditive und audiovisuelle, aber auch andere intermediale Mischformen. So gewinnen etwa Video-Vorträge, aufgezeichnete Vorlesungen und Podiumsdiskussionen oder auch Lehr- und analytische Videos stetig an Bedeutung, genauso wie Materialpakete (zum Beispiel Videos mit schriftlichem Begleitmaterial). Solche Beiträge sind häufig frei zugänglich, werden geteilt und damit weiterverbreitet, kommentiert, aber auch wissenschaftlich ausgewertet und erlauben so eine inhaltliche Nachnutzung. Die bereitstellenden Plattformen jedoch haben hier maßgeblichen Einfluss auf die Nachnutzungsmöglichkeiten. YouTube-Videos etwa sind oftmals nicht eindeutig mit einer freien Lizenz versehen.

Wissenschaftsvideos entsprechen längst in vielerlei Hinsicht der Grundidee von Open Access und tragen zugleich zur Umsetzung der *Third Mission* von Forschungseinrichtungen bei, indem sie wissenschaftliche Erkenntnisse aktiv in die Gesellschaft transferieren. Sie eröffnen neue Chancen für eine diversere, inklusivere und wirksamere Wissenschaftskommunikation, die sich einerseits an den Bedürfnissen eines digital geprägten Publikums orientieren und andererseits ein sichtbares Gegengewicht zu solchen Formaten bilden können, die wissenschaftliche Themen rein populär-unterhaltend präsentieren. Gleichzeitig werden andere grundlegende Kriterien und Standards von Open Access noch wenig gewährleistet, darunter vor allem eine transparente Qualitätssicherung sowie die langfristige Archivierung und Zugänglichkeit. Viele Inhalte stammen zwar von fachlich qualifizierten Akteur:innen, entziehen sich jedoch häufig

klassischen Peer-Review-Verfahren, redaktionellen Überprüfungen und institutionellen Verankerungen. Dies soll am Beispiel von YouTube, der dominanten Videoplattform auf dem Markt, genauer betrachtet werden.

4 Open Access via YouTube?

YouTube ist die dominante frei zugängliche Internetplattform, auf der Videos kostenlos angeschaut, kommentiert und geteilt, aber auch selbst veröffentlicht werden können. Seit der Gründung 2005 und der Übernahme durch Google ein Jahr später ist es YouTube gelungen, jegliche direkte Konkurrenz in Nischenmärkte zu verdrängen und so zur erfolgreichsten Plattform für Webvideos jedweder Art zu avancieren (Lano, 2020, S. 8). Gleichzeitig fungiert sie – ähnlich wie Google – als Suchmaschine für audiovisuelle Inhalte. YouTube bietet neben einem vielfältigen Unterhaltungsangebot auch Raum für Bildungs-, Informations- und Wissenschaftskommunikation. Videos von professionellen Anbietenden stehen dabei denen von Privatnutzenden gegenüber. Diese Vielfalt an Themen, Genres, Inhalten und Veröffentlichungsinstanzen prägt die gesellschaftliche Wahrnehmung der Plattform und hat zu ihrer großen Beliebtheit beigetragen. So herrscht ein Nebeneinander von Anleitungen für die Bedienung elektronischer Geräte, Koch-Tutorials, Videospiele-Lösungswegen und Workout-Videos, Fernsehmitschnitten und anderen fanbasierten Videos zu Film- und Serienwelten, professionelle Werbe- und Musikclips, um nur einige wenige zu nennen. Gleichzeitig beherbergt die Plattform ein ebenso umfangreiches Angebot „über und aus der Wissenschaft [...]“. NutzerInnen finden Videos bekannter wissenschaftlicher Einrichtungen neben Nachhilfeformaten und Comedy-Sendungen“ (Geipel, 2018, S. 138). Die formenreichen YouTube-Videos werden sicher in erster Linie des Vergnügens und der Zerstreuung wegen genutzt, aber eben auch zur Aneignung von Wissen(schaft), sei es zur Nachhilfe in verschiedenen Schulfächern, zur Vorbereitung von Referaten an Schule oder Universität, als Gegenstand wissenschaftlicher Diskussion oder auch aus Interesse.

Qualitätsgarantie geben hier die Betreibenden der Kanäle, so etwa renommierte Wissenschaftsinstitutionen wie Universitäten, Forschungseinrichtungen oder Bildungsinstitute. Neben den Betreibenden ist es deren Auswahl an Vortragenden, die ebenso zur Qualitätssicherung beiträgt. Ein paar Beispiele: Der Kanal des *Sonderforschungsbereichs Transformationen des Populären* (@SFBTransformationendesPopulare) der Universität Siegen, gefördert durch die Deutsche Forschungsgemeinschaft, versammelt auf dem eigenen YouTube-Kanal aufgezeichnete Fachvorträge von Forschenden zum Schwerpunkt des Forschungsbereichs sowie geleitete audiovisuelle Interviews mit Wissenschaftler:innen. Auch der Kanal der *The British Academy* (@TheBritishAcademy) stellt ähnliche Science Videos zur Verfügung. *The British Academy for the Promotion of Historical, Philosophical and Philological Studies* ist die nationale Akademie für Sozial- und Geisteswissenschaften Großbritanniens und wurde im Jahr 1902 durch königliches Privileg gegründet. Die Harvard University (@harvard) und die Humboldt-Universität zu Berlin (@MosseLectures) betreiben eben solche Kanäle auf YouTube, die vor allem Wissenschaft über aufgezeichnete Vorlesungen bzw. Vortragsreihen präsentieren. All deren Videos bestechen dabei kaum durch ihre Innovation oder besonderen filmischen Ausdruck,

sondern verbinden vor allem Gesprochenes der Vortragenden auf der Ton- mit deren Vortragsperformance und Vortragsfolien auf der Bildebene. Dennoch bedienen sie die Logiken des Science Videos und eröffnen eine andere bzw. erweiterte Form der Rezeption. Vorträge und Vorlesungen etwa sind im Regelbetrieb flüchtig und eine Partizipation ist nur durch Präsenzteilnahme möglich – und bleiben dadurch einer breiten Öffentlichkeit verwehrt. Die Aufzeichnung und eventuelle Bearbeitung sowie das digitale Zur-Verfügung-Stellen führen zur langfristigen Archivierung und erweiterten Zugänglichkeit über das Vorort-Publikum hinaus. Aus einer einmaligen Präsentation für eine geschlossene Gruppe kann so eine dauerhaft nutzbare und für eine bereitere Masse zugängliche wissenschaftliche Quelle werden. Die Qualität formt sich dabei vornehmlich aus der Wahl der Vortragenden bzw. Interviewpartner:innen, der inhaltlichen Aufarbeitung und Präsentation sowie durch die Institution selbst als Veröffentlichungsinstanz.

Allen gemein ist dabei eine eher geringe Abonnement-Zahl und damit eine überschaubare Reichweite: *The British Academy* führt 16.500 Abonnent:innen, die Seite zu den *Mosse Lectures* der Humboldt-Universität hat gerade einmal 3.060 und der SFB *Transformation des Populären* sogar nur 65 (Stand jeweils Mai 2025). Harvard sticht mit knapp 2,7 Millionen Abonnements heraus, doch ist dies sicher auch ihrer gesamtgesellschaftlichen und internationalen Popularität geschuldet. Sucht man auf YouTube nach „Wissenschaftsvideo“ oder „Wissenschaft“, werden einem aber vor allem andere Kanäle empfohlen, darunter *Science Channel* (@sciencechannel), *Kurzgesagt – In a nutshell* (@kurzgesagt) oder *MrWissen2go* (@MrWissen2go) und *Maithink X* (@maithinkx). All diese haben mehrere Millionen Abonnent:innen (*Kurzgesagt* sogar über 24 Millionen) und zeichnen sich durch ansprechende multimodale Videoformate aus, die überzeugend Wissen transportieren. Sie alle entziehen sich jedoch – auch wenn inhaltlich verifizierbar und überzeugend – den etablierten Qualitätssicherungsmaßnahmen der Wissenschaft. Erfolgreiche Wissens- und Wissenschaftsvermittelnde auf YouTube betreiben nicht zwangsläufig selbst Forschung auf ihrem Fachgebiet. Sie müssen nicht einmal in der Wissenschaft tätig sein. Sie können ein Studium im Fach absolviert haben, dessen Themen sie in ihren Videos behandeln, müssen dies jedoch nicht einmal. Die Betreiber:innen der beiden letztgenannten Kanäle (Mirko Drotschmann als *MrWissen2go* und Mai Thi Nguyen-Kim von *maithinkx*) zeigen dies beispielhaft auf. Beide haben ein fachspezifisches Studium absolviert (bei Mai Thi Nguyen-Kim bis hin zur erfolgreichen Promotion), sind jedoch nicht (mehr) Teil des Wissenschaftsbetriebes. Ihre Arbeit auf YouTube wird noch dazu durch eine crossmediale Dimension gestärkt, denn beide sind für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk tätig und prägen dort durch Wissensformate die lineare und digitale Wissen(schaft)svermittlung. Dies verdeutlicht, dass ihre Arbeiten verstärkt im Wissenschaftsjournalismus zu verorten sind und den dortigen Qualitätsstandards entsprechen.

Wissenschaftliche Themen finden sich auch auf Kanälen, die von nicht fachlich ausgebildeten Personen betrieben werden. Es ist also nicht zwingend gegeben, dass das präsentierte Fachwissen aus dem Forschungsbetrieb heraus kommuniziert wird, denn die Plattform erlaubt erst einmal jeder Person die Veröffentlichung und Verbreitung von Informationen: „Anstatt entsprechend

dem Defizitmodell Wissenschaft an Laien zu kommunizieren, treten nun Laien selbst in diesen Kommunikationsprozess ein und beeinflussen so das Bild der Wissenschaft genauso wie die Wissenschaftskommunikation selbst“ (Geipel, 2018, S. 155).

Das von Geipel angesprochene Defizitmodell verortet die zentrale Aufgabe der Wissenschaftskommunikation in der einseitigen Vermittlung wissenschaftlichen Wissens, um bestehende Informationslücken in der Bevölkerung zu schließen und dadurch das „public understanding of science“ im Sinne einer besseren, individuellen und gesellschaftlichen Lebensbewältigung zu fördern (Bucher et al., 2022, S. 18). Dies ist verbunden mit dem paradigmatischen Bestreben, größtmögliche Kontrolle darüber zu haben, welche Erkenntnisse auf welche Weise an die Öffentlichkeit gelangen (Bucchi, 2008, S. 57). Gewährleistet wird diese Kontrolle in der Regel über die dreistufige Form der Wissenschaftskommunikation nach Bucchi (2008, S. 62ff.), der sich grundsätzlich auch Open Access verschreibt: Innerhalb der intraspezialistischen Kommunikationsstufe findet der Austausch von Informationen innerhalb einer wissenschaftlichen Disziplin in Form von Veröffentlichungen in Fachzeitschriften, Peer Reviews oder auf thematischen Konferenzen statt. Darauf folgt die interspezialistische Kommunikation, die die Diskussion der Themen über Disziplingrenzen hinweg fördert. Interdisziplinäre Zusammenarbeit soll hierdurch entstehen. Erst dann folgt die populäre Kommunikation und damit die Vermittlung dieser wissenschaftlichen Erkenntnisse an eine breite Öffentlichkeit, was meist durch etablierte Massenmedien (darunter das Fernsehen oder Zeitungen und Zeitschriften) erfolgt. Bucchi betont, dass diese Ebenen nicht strikt getrennt sind, sondern vielmehr ein Kontinuum bilden, in dem Informationen transformiert und angepasst werden, um unterschiedlichen Zielgruppen gerecht zu werden. Dabei können Inhalte von einer Ebene zur anderen übergehen, wobei sie je nach Kontext vereinfacht oder detaillierter dargestellt werden. Plattformen wie YouTube verändern dieses Schema der Wissenschaftskommunikation, denn Veröffentlichungen der populären Kommunikationsstufe können bereits am Anfang stehen und damit die wissenschaftliche Qualitätskontrolle (Gatekeeper-Funktion von intra- und interspezialistischer Kommunikation) umgehen.

Damit gehen weitere Herausforderungen einher. So belegen Studien, dass besonders bei gesellschaftlich kontrovers diskutierten Themen wie Impfen und Klimawandel diejenigen Videos nicht nur überdurchschnittlich häufig aufgerufen, sondern auch geteilt und geliked werden, die dem wissenschaftlichen Konsens widersprechen (vgl. Studien von Allgaier, 2019; Donzelli et al., 2018; oder auch Madathil et al., 2015). Dies führt zu einer verstärkten Sichtbarkeit irreführender oder wissenschaftsskeptischer Inhalte, deren Popularität auf peripheren Merkmalen wie Klickzahlen und Abonnements basiert. Eine wahrgenommene Authentizität der Produzierenden und der Videoform überschreibt dabei die inhaltliche Qualität (Bucher et al., 2022, S. 20).

Trotz – oder gerade aufgrund – der neuen Partizipationsmöglichkeiten auf YouTube sollte das Defizitmodell der Wissenschaft aufrechterhalten bleiben, vor allem wenn große Wissensunterschiede zwischen Wissenschaftler:innen bzw. Forschenden und dem Rest der Gesellschaft bestehen. Der epistemische Wert eines Science Videos hängt in solchen Fällen stark von den individuellen Medienkompetenzen der Rezipierenden ab sowie deren Fähigkeit, zwischen

glaubwürdigen und fragwürdigen Inhalten zu differenzieren (Bucher et al., 2022, S. 21).

Auch auf der Ebene der Plattform selbst ist die Wissenschaftskommunikation über YouTube problematisch: Nach Burgess und Green ist YouTube „a social network site produced by communities of practice; a chaotic archive of weird, wonderful, and trashy vernacular video;“ aber auch „a distribution platform for branded and Big Media entertainment“ (Burgess et al., 2018, S. 113), und das in einem Neben- und Ineinander institutioneller, professioneller und privater Sphären (Lano, 2020, S. 11). Dabei jedoch nimmt die Kommerzialisierung der Plattform stetig zu, was für den Open-Access-Anspruch an Wissenschaftsvideos kritisch zu thematisieren ist. Die Übernahme durch Google in 2006 sowie die Einführung von Werbung in 2007 markieren einen Wendepunkt hin zu einer stärker kommerziell ausgerichteten Nutzung YouTubes, die seither stetig zunimmt. Für Content-Produzierende, egal ob Privatperson, Bildungsinstitution oder auf Gewinnmaximierung ausgerichtete professionelle Unternehmen, ist es seither zunehmend essenziell, Reichweite durch steigende Abonnement- und Videoklickzahlen sowie durch eine lange Wiedergabezeit – also die tatsächliche Dauer der Videonutzung – zu generieren. Denn erst ab einem bestimmten Schwellenwert greifen die plattformeigenen Relevanzmechanismen, die über einen (geheim gehaltenen) Algorithmus gesteuert werden. Dieser bewertet Sichtbarkeit und wahrgenommenen Erfolg eines jeden Videos: Je erfolgreicher ein Video laut Algorithmus erscheint, desto höher fällt dessen Relevanzbewertung aus – und hier ist es gleichgültig, ob man mit seinem Video überhaupt interessant sein will für werbetreibende Akteur:innen oder nicht (Geipel, 2018, S. 141). Gleichzeitig ist Open Access in der Wissenschaft ebenso stark von großen Verlagshäusern geprägt, die ebenfalls profitorientiert agieren – ein anschauliches Beispiel für Deutschland ist der den aktuellen Open-Access-Markt dominierende *Springer Verlag*. Kommerzielle Interessen spielen auch hier eine zentrale Rolle, die teils mit wenig Wissenschaftsfreundlichkeit und problematischen Geschäftsmodellen verbunden sind. Wichtige Unterschiede bestehen jedoch in der Art der Finanzierung und Auffindbarkeit: Abonnement- und Klickzahlen spielen keine Rolle, denn auch wenn Veröffentlichungen vom Publikum nicht angenommen werden, bleiben sie weiter in gleichem Maße auffindbar wie solche mit hoher Nachfrage. Sie sind zumeist eingebunden in akademischen Repositorien sowie in bibliotheksbezogenen Discovery-Suchsystemen. Die freie Zugänglichkeit wird nicht durch Werbefinanzierung und Algorithmen bestimmt, sondern durch die Finanzierung der veröffentlichenden Institutionen bzw. Autor:innen. Verlage profitieren so direkt finanziell, nicht erst durch die Steuerung der Nachfrage.

YouTube kann nicht als neutrale Veröffentlichungsplattform angesehen werden, sondern hat als solche einen indirekten, aber nachhaltigen Einfluss auf die audiovisuelle Wissenschaftsvermittlung und -Wahrnehmung. Es gibt keine direkte Kontrolle der Inhalte, Themen, Argumentationslinien oder Dramaturgien. Die algorithmischen und auf Kommerzialisierung ausgerichteten Vorgaben jedoch beeinflussen diese dennoch. Somit lenkt die Plattform selbst die auf ihr stattfindende Wissenschaftskommunikation, denn Videos müssen anhand solcher Daten strategisch geplant und im Inhalt umgesetzt werden,

um für den Algorithmus überhaupt sichtbar und für die suchenden User:innen auffindbar zu sein.

YouTube als Ort für audiovisuelle Open-Access-Publikationen zu nutzen, erweist sich somit als ambivalent und überzeugt nicht uneingeschränkt. Zwar bieten die multimodalen Darstellungsmöglichkeiten von Videoformaten – insbesondere in ihrer multisensorischen Ansprache – ebenso wie die hohe Reichweite und der nahezu barrierefreie Zugang zu wissenschaftlichen Inhalten beachtliche Potenziale für eine zeitgemäße Wissenschaftskommunikation. Gleichzeitig führen jedoch die zunehmende Kommerzialisierung der Plattform sowie der damit einhergehende Kontrollverlust des Wissenschaftssystems über die Präsentation, Kontextualisierung und Rezeption seiner Inhalte zu erheblichen Problemen. Es stellt sich daher die Frage nach möglichen Alternativen.

5 Alternativen zu YouTube – Online Video Journals und Plattformen für die Wissenschaft

YouTube dominiert zwar den Markt und erscheint aufgrund der Reichweitenstärke, des kostenfreien Zugangs sowie der scheinbar unkomplizierten Veröffentlichungslogik als notwendige Plattform, will man mit den eigenen Videos gesehen werden. Doch dürfen die Problematiken dieser kommerziellen Videoplattform nicht ignoriert werden, durch die sie für die wissenschaftliche Kommunikation nur bedingt geeignet erscheint. „Kommerzielle Interessen in Gestalt willkürlicher Werbeeinblendungen, kaum überschaubare Nutzungs-Datenschutzbestimmungen sowie Content-Fluidität (Netzphänomen „404 Not Found“) sind kontraproduktiv,“ meint auch Stöhr (2024, o.S.): *„Denn komplexe Forschung – charakterisiert durch dynamischen Fortschritt ‚auf den Schultern von Riesen‘ – ist grundsätzlich auf Zitierbarkeit und langfristige Zugänglichkeit der Ergebnisse angewiesen.“* Hieran ist die zentrale Bedeutung von persistenten Identifikatoren (PIDs) für Open Access erkennbar: DOI-Systeme oder ORCID iDs sorgen für dauerhafte Zugänglichkeit und Zitierbarkeit wissenschaftlicher Inhalte.

Stöhr (2024) stellt in seinem Blogbeitrag *Warum die Wissenschaft eine Alternative zu YouTube braucht* aus dem Jahr 2024 das öffentlich finanzierte und damit kostenfreie TIB AV-Portal⁴ vor, welches sich auf die Veröffentlichung von Wissenschaftsvideos spezialisiert hat. Es erscheint als sinnvolle Alternative zu YouTube, denn es erfüllt zentrale Anforderungen der wissenschaftlichen Kommunikation sowie der Open-Access-Prinzipien. Die bereitgestellten Videos sind vielfältig, abwechslungsreich, aber vor allem multimodal gestaltet, durchweg rechtskonform, frei zugänglich, barrierefrei, weiterverwert- und nachnutzbar und werden langfristig archiviert. Inhaltlich finden sich Lehr- und Lernvideos auf der Plattform ebenso wie einfache Visualisierungs- und Erklärvideos, audiovisuell aufbereitete Vorstellungen von Forschungsergebnissen und Experimenten, Video-Abstracts und Video-Essays sowie Interviews, Vorlesungs- und Vortragsaufzeichnungen. Ein weiterer Vorteil ist (auch gegenüber YouTube), dass die Videos aufgrund der Zuweisung eines Digital Object Identifier (DOI) dauerhaft zitierbar bleiben sowie in Bibliotheksdaten-

⁴ AV-Portal des Leibniz Informationszentrum Technik und Naturwissenschaften und Universitätsbibliothek: <https://av.tib.eu/>.

banken aufgenommen sind, was sie wissenschaftlich anschlussfähig macht. Eine redaktionelle Kuratierung sorgt für inhaltliche Qualitätssicherung (Stöhr, 2024, o.S.). Besondere Relevanz bezogen auf eine barrierefreie Nutzung kommt laut Stöhr auch den KI-basierten Audiotranskriptionen und Untertitelungen zu, ebenso den frei verfügbaren Transkripten (auch in englischer Übersetzung).

Das TIB AV-Portal ist keine Konkurrenz für YouTube, sondern vielmehr ein komplementäres Angebot im nicht-kommerziellen Wissenschaftskontext. Das Portal ergänzt institutionelle Mediatheken sinnvoll und kann durch Synergien mit sozialen Medien eine breitere Wirkung entfalten (Stöhr, 2024, o.S.). Das TIB AV-Portal stellt sich selbst als Open-Access-Plattform „für wissenschaftliche Videos und Audios mit dem Schwerpunkt auf Technik sowie Architektur, Chemie, Informatik, Mathematik und Physik [sowie] Geistes- und Sozialwissenschaften, Wirtschafts- und Rechtswissenschaften sowie Medizin“⁵ vor.

Auch Fachrepositorien können Anteil haben an dieser Entwicklung. In Form der Online-Datenbank für wissenschaftliche Publikationen fördern sie die Open-Access-Praxis und ermöglichen es Forschenden, ihre Arbeit sichtbarer zu machen. Auch sie nehmen bereits vereinzelt AV-Publikationen auf.

Eine andere innovative Weiterentwicklung wissenschaftlicher Fachzeitschriften sind wiederum Online-Video-Journals (OVJ). Über sie werden Forschungsergebnisse primär in audiovisueller und nicht (mehr) in Schriftform zugänglich gemacht. Konzeptionell orientieren sie sich an den etablierten Standards peer-reviewter Online-Fachzeitschriften und gewährleisten damit wissenschaftliche Qualitätssicherung, Transparenz sowie die barrierearme Zugänglichkeit und Nachnutzbarkeit der Inhalte. Ein zentraler Mehrwert gegenüber traditionellen schriftbasierten Fachzeitschriften liegt in der erhöhten Anschaulichkeit und der didaktischen Wirksamkeit der audiovisuellen Darstellung wissenschaftlicher Prozesse und Erkenntnisse. OVJs sollten längst nicht mehr als wissenschaftliche Randformate verstanden werden, sondern als integraler Bestandteil des Publikationssystems, da sie – ebenso wie traditionelle Fachzeitschriften – institutionell verankert sind und an etablierte Wissenschaftsverlage angebunden sein können. Ein solches Journal ist *[in]Transition: Journal of Videographic Film & Moving Image Studies*⁶, das von der *Society for Cinema and Media Studies* (SCMS) nach Open-Access-Prinzipien herausgegeben wird und Teil der *Open Library of Humanities* (OLH)⁷ ist. Die Beiträge bestehen typischerweise aus einem videografischen Werk und einer begleitenden schriftlichen Erklärung der Autor:innen. Auch *Screenworks: the journal of practice research in film and screen media*⁸ ist ein solches Open-Access-Journal, das sich auf die Veröffentlichung von Beiträgen in Videoform spezialisiert hat. Herausgegeben wird sie von einem internationalen Redaktionsteam rund um Professorin Charlotte Crofts von der *University of the West of England* in Bristol. Ein zentrales Merkmal von *Screenworks* ist ebenso wie bei *[in]Transition* die Kombination von audiovisuellen Arbeiten mit begleitenden schriftlichen Forschungsstatements.

5 FAQ des TIB AV-Portals: <https://av.tib.eu/faq>.

6 *[in]Transition*: <https://intransition.openlibhums.org/>.

7 OLH: <https://www.openlibhums.org/>.

8 *Screenworks*: <https://www.screenworks.org.uk/archive>.

Das zentrale Kriterium zur Sicherung wissenschaftlicher Qualität und zur Anerkennung als vollwertige akademische Zeitschrift besteht bei den genannten OVJs in der Anwendung des Peer-Review-Verfahrens und damit in der wissenschaftlichen Begutachtung der Videobeiträge durch Fachkolleg:innen. Im Unterschied zum klassischen, anonymisierten Peer-Review-Verfahren verfolgen die Herausgebenden von *[in]Transition* und *Screenworks* eine offene Begutachtung (Open Peer Review), die über die konventionelle Praxis hinausgeht und über Open Access hinaus auf einen umfassenderen Open-Science-Ansatz abzielt. In beiden Fällen werden die Gutachten der Öffentlichkeit zugänglich gemacht, wodurch auch der Begutachtungsprozess transparent wird. *[in]Transition* geht dabei noch einen Schritt weiter, indem es nicht nur die Gutachten veröffentlicht, sondern auch die Identität der Reviewer:innen offenlegt. Dieses Verfahren betont nach eigenen Angaben der Zeitschrift die dialogische Struktur des wissenschaftlichen Austauschs und stärkt den akademischen Wert der Videoformate. Die Herausgebenden von *[in]Transition* und *Screenworks* verweisen explizit auf die Bedeutung dieser Qualitätssicherungsmaßnahmen, wodurch ihr Bestreben deutlich wird, sich an den etablierten Standards nicht nur wissenschaftlicher, sondern auch der Open-Access-Publikationspraxis zu orientieren, um akademische Legitimität zu erlangen und anschlussfähig an den ansonsten weiter schriftlich geführten wissenschaftlichen Diskurs im akademischen Feld zu sein (Canet, 2019, S. 5).

6 Fazit

Der verstärkte Einsatz audiovisueller Formate im Zuge der digitalen Transformation des wissenschaftlichen Publizierens eröffnet substanzielle Potenziale für eine offene, zugängliche und inklusivere Wissenschaftskommunikation. In einer medienkulturell geprägten Gesellschaft, in der audiovisuelle Inhalte zentrale Kommunikationsformen darstellen, können Science Videos einen niedrigschwelligen Zugang zu wissenschaftlichem Wissen bieten und so breitere sowie diversere Zielgruppen erreichen. Zugleich unterliegen sie – wie alle wissenschaftlichen Publikationsformate – der Notwendigkeit, etablierten Standards akademischer Qualitätssicherung zu genügen.

Kommerzielle Plattformen wie YouTube bieten zwar hohe Reichweiten und Interaktionspotenziale, werfen jedoch erhebliche Fragen hinsichtlich wissenschaftlicher Deutungshoheit, Datenschutz, Langzeitverfügbarkeit und inhaltlicher Qualität auf. Algorithmisch gesteuerte Sichtbarkeitslogiken und fehlende redaktionelle Kontrolle stehen in diesem Fall häufig einer verlässlichen Wissenschaftskommunikation entgegen. Demgegenüber etablieren Plattformen wie das TIB AV-Portal sowie Open-Video-Journals wie *[in]Transition* und *Screenworks* alternative Publikationsräume, die sich durch Peer Review, dauerhafte Archivierung, rechtliche Transparenz und klare Referenzierbarkeit auszeichnen – auch wenn sie im Vergleich zu YouTube geringere Reichweiten aufweisen.

So können Science Videos vor allem als sinnvolle Erweiterung des Open-Access-Prinzips verstanden werden, da sie über entsprechende Plattformen nicht nur einen weiteren freien Zugang zu Forschung ermöglichen, sondern auch durch ihre multimodale Form Anschluss an zeitgemäße Rezeptionsge-

wohnheiten finden. Sie steigern Sichtbarkeit, Wirkung und Transferpotenzial wissenschaftlicher Inhalte. Voraussetzung dafür ist allerdings die Etablierung formaler Kriterien für die wissenschaftliche Relevanz: Zugänglichkeit, Langzeitverfügbarkeit, rechtliche Klarheit und – zentral – eine qualitätsgesicherte inhaltliche Tiefe. Die Anerkennung videobasierter Beiträge als wissenschaftliche Arbeiten setzt voraus, dass sie methodisch fundiert, theoretisch reflektiert und nachvollziehbar argumentiert sind. Dies erfordert nicht nur Sorgfalt seitens der Autor:innen, sondern ebenso stringente Verfahren der redaktionellen Betreuung und des Peer Reviews.

Wichtig ist: Wissenschaftliche Praxis und kreative Gestaltung schließen sich dabei nicht aus – vielmehr liegt im multimodalen Zusammenspiel das besondere Potenzial des Formats. Gerade in der Fähigkeit, komplexe Sachverhalte anschaulich und mehrdimensional zu vermitteln, können Videos klassische wissenschaftliche Publikationsformen produktiv erweitern. Die Herausforderung besteht darin, mediale Ausdrucksformen und wissenschaftliche Standards in ein ausgewogenes Verhältnis zu bringen. Einerseits bedeutet dies, die Produzierenden stärker in die Verantwortung für eine qualitätsgesicherte Gestaltung zu nehmen, andererseits jedoch wird deutlich, dass ein zentrales Hemmnis für die nachhaltige Verbreitung und Rezeption in der unzureichenden Infrastruktur geeigneter Publikationsplattformen liegt. Die wenigen spezialisierten Portale wie das TIB AV-Portal und Fachrepositorien können den Bedarf nicht allein decken. Noch dazu wirken die zuvor betrachteten OVJs auf viele Forschende nach wie vor ungewohnt oder gar avantgardistisch. Es wäre daher erforderlich, den infrastrukturellen Ausbau und die Förderung solcher Publikationsplattformen im Sinne der Open-Access-Prinzipien für Wissenschaftsvideos voranzutreiben, um auch für sie eine langfristige Sichtbarkeit, Zugänglichkeit und Anerkennung im wissenschaftlichen Diskurs zu ermöglichen.

Medien

[in]Transition: Journal of Videographic Film & Moving Image Studies

<https://intransition.openlibhums.org/>

Iversity

<https://iversity.org/>

Leuphana Digital School

<https://www.leuphana.de/digital-school.html>

OLH

<https://www.openlibhums.org/>

Online Study Programs der LMU

<https://www.lmu.de/en/study/all-degrees-and-programs/online-study-programs/index.html>

Screenworks: the journal of practice research in film and screen media

<https://www.screenworks.org.uk/archive>

TIB AV-Portal

<https://av.tib.eu/>

YouTube-Kanäle

@SFBTransformationendesPopulare

<https://www.youtube.com/@SFBTransformationendesPopulare>

@TheBritishAcademy

<https://www.youtube.com/@TheBritishAcademy>

@harvard

<https://www.youtube.com/@harvard>

@MosseLectures

<https://www.youtube.com/@MosseLectures>

@sciencechannel

<https://www.youtube.com/@sciencechannel>

@kurzgesagt

<https://www.youtube.com/@kurzgesagt>

@MrWissen2go

<https://www.youtube.com/@MrWissen2go>

@maithinkx

<https://www.youtube.com/@maithinkx>

Referenzen

Allgaier, J. (2019). Science and Environmental Communication on YouTube: Strategically Distorted Communications in Online Videos on Climate Change and Climate Engineering. *Frontiers in Communication*, 4, 36. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2019.00036>

ARD/ZDF-Forschungskommission. (2023). *Massenkommunikation. Trends*. <https://www.ard-zdf-massenkommunikation.de/>

Bellour, R. (1999). *Der unauffindbare Text*. <https://doi.org/10.25969/MEDIAREP/50>

Berg, T. van den, & Kiss, M. (2016). *Film Studies in Motion: From Audiovisual Essay to Academic Research Video*. *scalar*. <http://scalar.usc.edu/works/film-studies-in-motion>.

Berliner Erklärung über den offenen Zugang zu wissenschaftlichem Wissen. (2003). https://openaccess.mpg.de/68053/Berliner_Erklaerung_dt_Version_07-2006.pdf

Bucchi, M. (2008). Of deficits, deviations and dialogues: Theories of public communication of science. In *Handbook of public communication of science and technology* (1. issued in paperback, S. 21). Routledge.

Bucher, H.-J. (2017). Multimodalität als Herausforderung für die Visuelle Kommunikationsforschung. In K. Lobinger (Hrsg.), *Handbuch Visuelle Kommunikationsforschung* (S. 1–28). Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-06738-0_31-2

Bucher, H.-J., Boy, B., & Christ, K. (2022). *Audiovisuelle Wissenschaftskommunikation auf YouTube: Eine Rezeptionsstudie zur Vermittlungsleistung von*

Wissenschaftsvideos. Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-35618-7>

Budapest Open Access Initiative. (2002). <http://www.budapestopenaccessinitiative.org/read>

Burgess, J., Green, J., Jenkins, H., & Hartley, J. (2018). *YouTube: online video and participatory culture*. Polity.

Canet, F. (2019). Changing times for scholarly communication: The case of the academic research video and the online video journal. *El Profesional de la Información*, 28(4). <https://doi.org/10.3145/epi.2019.jul.06>

Donzelli, G., Palomba, G., Federigi, I., Aquino, F., Cioni, L., Verani, M., Carducci, A., & Lopalco, P. (2018). Misinformation on vaccination: A quantitative analysis of YouTube videos. *Human Vaccines & Immunotherapeutics*, 14(7), 1654–1659. <https://doi.org/10.1080/21645515.2018.1454572>

Geipel, A. (2018). Wissenschaft@YouTube. In E. Lettkemann, R. Wilke, & H. Knoblauch (Hrsg.), *Knowledge in Action* (S. 137–163). Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-18337-0_6

Heise, C. (2018). *Von Open Access zu Open Science: zum Wandel digitaler Kulturen der wissenschaftlichen Kommunikation*. meson press. <https://doi.org/10.14619/1303>

Herb, U. (2012). Offenheit und wissenschaftliche Werke: Open Access, Open Review, Open Metrics, Open Science & Open Knowledge. In *Open Initiatives : Offenheit in der digitalen Welt und Wissenschaft* (S. 33). universaar. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-355578>

Kiss, A. L. (2020). *PODCASTS ALS OPEN-SCIENCE-INSTRUMENT (TEIL 1) — Anna Luise Kiss zur Definition von wissenschaftlichen Podcasts, zu ihrer Verbreitung sowie zu film- und serienbezogenen Audiopodcasts*. <https://doi.org/10.25969/MEDIAREP/20288>

Lano, C. (2020). *Was war YouTube? – Plädoyer für die historiografische Plattformforschung*. <https://doi.org/10.25969/MEDIAREP/13591>

Madathil, K. C., Rivera-Rodriguez, A. J., Greenstein, J. S., & Gramopadhye, A. K. (2015). Healthcare information on YouTube: A systematic review. *Health Informatics Journal*, 21(3), 173–194. <https://doi.org/10.1177/1460458213512220>

Pantenburg, V. (2017). Videographic Film Studies. In M. Hagener & V. Pantenburg (Hrsg.), *Handbuch Filmanalyse* (S. 1–18). Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-13352-8_32-1

Stöhr, M. (2024). *Warum die Wissenschaft eine Alternative zu YouTube braucht*. <https://www.wissenschaftskommunikation.de/warum-die-wissenschaft-eine-alternative-zu-youtube-braucht-76085/>

TIB AV-Portal. (o. J.). <https://av.tib.eu/>

Walkowski, N.-O. (2019). *Beyond the flow: scholarly publications during and after the digital*. meson press. <https://doi.org/10.14619/1600>

Wilkinson, M. D., Dumontier, M., Aalbersberg, Ij. J., Appleton, G., Axton, M., Baak, A., Blomberg, N., Boiten, J.-W., Da Silva Santos, L. B., Bourne, P. E., Bouwman, J., Brookes, A. J., Clark, T., Crosas, M., Dillo, I., Dumon, O., Edmunds, S., Evelo, C. T., Finkers, R., ... Mons, B. (2016). The FAIR Guiding

Principles for scientific data management and stewardship. *Scientific Data*, 3(1), 160018. <https://doi.org/10.1038/sdata.2016.18>