

Trendstudie



Vorhang auf für Phase 5

**Chancen, Risiken und Forderungen
für die nächste Entwicklungsstufe
der Wissenschaftskommunikation**

Alexander Gerber

Gefördert vom:

Stifterverband
für die Deutsche Wissenschaft

edition innovare

Diese Trendstudie erscheint als Band 1 der Reihe *edition innovare*
des innokomm Forschungszentrums für Wissenschafts- und Innovationskommunikation.
Die Publikation wurde gefördert vom Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft,
der die vorliegende elektronische Fassung kostenfrei auf seinen Internetseiten bereitstellt.

Weitere Informationen unter www.wk-trends.de

Die Trendstudie Wissenschaftskommunikation ist als Buch im Handel erhältlich:
ISBN 978-3-9814811-0-5

Gerber, Alexander (2011): Trendstudie Wissenschaftskommunikation – Vorhang auf für Phase 5. Berlin: edition innovare / innokomm Forschungszentrum, Bd. 1, elektronische Ausgabe. ISBN 978-3-9814811-1-2.
--

Die Weitergabe dieser elektronischen Version als Ganzes oder in Teilen ist gestattet,
sofern keine kommerziellen Interessen mit der Weitergabe verfolgt werden.

Copyright © by innokomm GmbH, Berlin
Friedrichstraße 60, 10117 Berlin
www.innokomm.eu

Alle Rechte vorbehalten
1. elektronische Auflage 2011

Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	5
Grundlegende Trends und Forderungen	9
Der Trend zum Event.....	11
Print und Web	12
Der direkte Draht.....	14
Geringere Hürden im Internet	15
Kommunikation als Managementaufgabe.....	16
Grundfertigkeit Wissenschaftsverständnis	18
Akzeptanz durch Verführung?	19
Selbstverständnis von Forschern und Medien	20
Transparenz statt Verführung	22
Wissenschaftsverständnis als Grundfertigkeit	23
Wirtschafts- und Medienkrise	25
Ursachenforschung.....	26
Krise als Krisenthema	26
Chance zur Erneuerung nutzen	27
Wissenschaften sichtbar machen	29
Komplexität und Ambivalenz zulassen	30
Wie viel Spaß muss sein?	31
Bildung durch Faszination.....	32
Kommunikationspflicht oder nicht?.....	35
Forschung verpflichtet.....	36
Anreize statt Erwartungsdruck	37
Eine systemische Grundsatzfrage	39
Web 2.0 – Leitmedium und Katalysator	41
And the winner is: the web	42
Endlich echte Interaktion.....	43
Wissenschaftsjournalismus am Scheideweg	44
Verdächtiger Frieden an der PR-Front	47
Alles PR oder was?.....	48
Sonderweg als Sackgasse.....	50
Das Gleichgewicht kippt.....	51
Fazit und Ausblick	53
Expertenprofile.....	59
Anhang.....	65
Presseaussendungen wissenschaftlicher Einrichtungen	65
Entwicklung verkaufter Auflagen deutscher Printtitel.....	66
Nutzung der Onlineangebote klassischer Wissenschaftsmedien	71
Bewertungen der Delphi-Experten	73
Initiator und Projektleiter	75
Anmerkungen und Literatur	76

Fazit und Ausblick

Quid sit futurum cras, fuge quaerere!
Forsche nicht, was morgen sein wird–

Horaz (65-8 a.D.)

Albert Einstein soll einmal gescherzt haben, er denke grundsätzlich nie an die Zukunft, denn die komme ja wohl früh genug. Wir haben es trotzdem getan, haben unterschiedlichste Zukunftsvarianten für die Wissenschaftskommunikation analysiert und diskutiert, die größten Herausforderungen und Chancen herausgesiebt. Dass dieser Diskurs alles andere als abgeschlossen ist, sondern in etlichen Fragen gerade erst begonnen hat, liegt in der Natur der Sache, also werden wir genau diesen Diskurs in einer Folgestudie fortführen. Wie die vorliegende Untersuchung gezeigt hat, werden vier Trends und Herausforderungen die kommende fünfte Entwicklungsstufe der Wissenschaftskommunikation bestimmen:

1

In der Wissenschaft hält ein neues Leitmedium Einzug – etwas später vielleicht als in der marktgetriebenen Wirtschaft, aber doch unausweichlich. In diesem immer interaktiveren Internet greifen klassische Ansätze zur Vermittlung und Aufbereitung zu kurz.

- Je mehr die massenmedialen Konzepte an Bedeutung verlieren, beziehungsweise je mehr die tradierten Abgrenzungen zwischen Individual- und Massenkommunikation verschwimmen, desto stärker müssen klassische Wissenschaftsmedien den Veränderungsdruck für Innovationen nutzen – von neuen Recherche-Techniken über interaktive Formate bis zu neuen Formen der Distribution und natürlich angepassten Geschäftsmodellen. Indem das „Vermitteln und Erklären“ immer mehr von der professionalisierten Wissenschafts-PR übernommen wird – oder sogar vom zunehmend mediatisierten Wissenschaftsbetrieb selbst – muss der Wissenschaftsjournalismus seine Rolle neu definieren, beispielsweise stärker in Richtung Investigation.
- In der PR entsteht ein immenser Beratungsbedarf, wie mit den durch das Web 2.0 entstehenden kommunikativen Chancen und Risiken umzugehen ist. Allein durch kommerzielle Dienstleister wird dies nicht flächendeckend zu lösen sein. Standardisierte Orientierungsangebote könnten helfen.

- Wissenschaftler müssen in Aus- und Weiterbildung deutlich besser auf den direkten Dialog vorbereitet werden, nicht zuletzt auch, um im Sinne des Pluralismus die mediale Dominanz einiger Weniger zu vermeiden. Hierfür sind Curricula und Ausbildungsrichtlinien entsprechend anzupassen und Kommunikationsleistungen besser innerhalb der Scientific Community zu würdigen.
- Durch den Medienwandel und die zunehmende Vermischung von PR und Journalismus stellen sich Fragen der Informationskompetenz, und zwar nicht etwa nur für ältere Generationen, sondern gerade auch für junge Leute, die vermeintlich unbedarfte und intuitiv mit den Sozialen Medien hantieren. Denn die Kehrseite des Web 2.0 ist die Verengung des wahrgenommenen Meinungsspektrums, nicht zuletzt durch die automatische, intransparente Vorselektion von Information, die nach Noelle-Neumann zu einer „Schweigespирale“³¹ führen kann.

2

Transparenz in der Wissenschaft ist mehr als ein Gebot der Legitimation öffentlicher Mittelverwendung. Ziel sollte eine neue „Kultur der Kommunikation“ sein, die die ganze Bandbreite gesellschaftlicher Gruppen im Sinne einer „Scientific Citizenship“ einbezieht.

- Die Konzentration (vor allem der klassischen Massenmedien) auf Forschungs-Ergebnisse (und zudem meist ausschließlich auf Erfolge) führt nach wie vor zu einem Zerrbild wissenschaftlichen Arbeitens. Medien sollten Formate entwickeln, mit denen sich authentischer zwischen ergebnis- und prozessorientierter Perspektive hin- und herschalten lässt.
- Wissenschaftler und PR sind gefordert, die Sicherheit des von ihnen erzeugten Wissens transparenter zu machen als bisher – also dass wissenschaftliche Erkenntnisse immer relativ, begrenzt und somit nie endgültig sind. Dies sollte selbstbewusst auch Medienvertretern oder der hauseigenen Öffentlichkeitsarbeit gegenüber deutlich gemacht werden, selbst wenn diese nach wie vor auf Zuspitzung pochen mögen.

3

Eine nachhaltige Wissenschaftskommunikation geht schon heute weit über die „Verpackungsindustrie“ klassischer PR hinaus. Selbstverständnis und Anforderungsprofil des „Kommunikators“ wandeln sich somit in Richtung Moderator und Mediator.

- Vermittlungsleistung wird sich künftig immer stärker daran bemessen, ob es gelingt, auch innerhalb der eigenen Institution oder Organisation die einzelnen Puzzleteile transdisziplinär zusammenzusetzen und zum „big picture“ zu synthetisieren anstatt bloß Projektergebnisse zu verbreiten und Markenpflege zu betreiben.
- Wissenschaftskommunikatoren werden langfristig Teil der Forschungsstrategie, beziehungsweise des Innovationsprozesses ihrer Einrichtung und somit zu Moderatoren zwischen der Wissenschaft und anderen gesellschaftlichen Gruppen, was nicht zuletzt auch die so genannten bildungsbenachteiligten Gruppen mit einschließt. Auch die PR-Aus- und Weiterbildung hat die Moderatoren-Rolle noch weitaus stärker zu berücksichtigen als bisher.

- Statt die eigenen Themen durch verengte Informationskanäle zu zwingen, ist ein „Agenda Surfing“ auf gesellschaftlich-politischen Wellen gefragt. Das Themenradar künftiger PR muss also mindestens ebenso viele sozio-ökonomische Trends und regulatorische Entwicklungen zurück in die eigene Organisation spiegeln wie Informationen aus der Organisation nach außen getragen werden.
- Als Kehrseite der PR-Professionalisierung ringt inzwischen jede Disziplin oder gar Institution als Einzelkämpfer um mediale und politische Aufmerksamkeit, was wiederum zu einer vergleichsweise geringen Konsonanz³² auf der medialen Wissenschaftsagenda führt. Allein die einschlägige acatech-Datenbank³³ listet eine wahre „Kakophonie“ von mehr als 1000 Einzelinitiativen auf. Es wird deshalb künftig immer weniger darum gehen, *mehr* Kommunikation zu betreiben, sondern *wirksamer* und besser koordiniert zu kommunizieren. Auch diese Rolle der Konsolidierung und Kooperation fällt zunächst den bisherigen Kommunikationsverantwortlichen zu.

4

„Dicke Bretter“ wie die drei beschriebenen Herausforderungen sind ohne politische Hilfestellung nicht zu bohren. Gewisse systemische Veränderungen sind deshalb für die nächste Entwicklungsstufe der Wissenschaftskommunikation unumgänglich.

- Die geltenden Kriterien für Mittelvergabe, Evaluation und Berufung berücksichtigen die Kommunikation der Forscher mit einer breiten Öffentlichkeit kaum. Mit Ausnahme der einen oder anderen anerkannten Auszeichnung gibt es nahezu keinerlei Anreizsysteme, die den oben geforderten Wandel zu einer „Kultur der Kommunikation“ als Katalysatoren auf breiter Basis fördern könnten. Aufgrund der oft sehr intrinsischen Motivation von Forschern werden allein pekuniäre oder formale Anreize vermutlich nicht ausreichen.
- Ein Mindestmaß an öffentlicher Vermittlung der eigenen Forschung wird inzwischen zwar immer häufiger direkt mit der Mittelzuwendung gefordert; es besteht allerdings keinerlei Konsens zur Mess- und somit zur Vergleichbarkeit der jeweiligen Kommunikationsleistung. Erwogen werden sollten deshalb Mindestanforderungen oder sogar Normen und standardisierte Ergebnismessungen bis hin zu speziellen Audits. Ansätze hierfür finden sich im Kommunikations-Controlling.
- Öffentliche Förderung und Personalentscheidungen an den individuellen Kommunikationserfolg zu koppeln, ist regulatorisch schwierig, da beispielsweise unterschiedliche Disziplinen auch unterschiedlich bewertet werden müssten. Die derzeit noch als alleiniges Kriterium herangezogene wissenschaftliche Exzellenz könnte zu einer Grundvoraussetzung gemacht werden, damit die anderen, „weichen“ Kriterien nicht gegeneinander ausgespielt werden. Kommunikationsfähigkeit würde damit zu einem „Zünglein an der Waage“.

Themen für die weitere Forschung

Der größte Teil der deutschen F&E-Ausgaben erfolgt längst in Unternehmen und nicht etwa an Universitäten oder öffentlichen Instituten, wo zudem ebenfalls Drittmittel eine immer größere Rolle spielen. Dies spiegelt jedoch der bisherige Fachdiskurs zur Wissenschaftskommunikation nicht wider. In unserer Folgestudie werden wir deshalb auch die speziellen Kommunikations-Fragen der (meist deutlich anwendungsorientierteren und marktnäheren) Forschung durch und für die Industrie betrachten.

Stärkerer berücksichtigt werden sollen außerdem die grundlegenden Veränderungen der innerwissenschaftlichen Kommunikation, angefangen von Open Access und Public Peer-Review über die Suchmaschinenoptimierung für Fachpublikationen und Citation Sharing bis hin zu den vom Web 2.0 getriebenen neuen Formen der Open Science.

Der Fokus auf die „Vermittlungsleistung“, also auf Verständlichkeit, Anschaulichkeit und Anschlussfähigkeit ist ein verengter Blick auf die Wissenschaftskommunikation. Weitaus stärker sollte deshalb auch die Bedeutung von Qualitätskriterien wie Ethik, Neutralität und Integrität thematisiert werden. In diesem Zusammenhang stellt sich auch die Frage, wie politisch Wissenschaft eigentlich sein soll und darf. Sie könnte beispielsweise stärker auf ihr „Monopol der Wahrheit“ pochen, um das Feld der Politikberatung nicht allein den großen kommerziellen Beratungshäusern zu überlassen. Dies abzuwägen, soll ebenfalls Teil der Folgestudie sein.

Methoden-Fazit

Das Studiendesign der kombinierten Branchenumfrage und mehrstufigen Delphi-Untersuchung hat sich zwar aus unserer Sicht bewährt, führt allerdings auch zu verhältnismäßig hohen Aufwänden und einer dementsprechend langen Laufzeit der Untersuchung.

Das Spektrum der Fragen war im Sinne einer umfassenden Synthese in der ersten Trendstudie bewusst sehr weit gefasst, wodurch sich nur wenige der Experten in ausnahmslos allen Fragenkomplexen sicher fühlten. Die Themenaspekte in der Folgestudie werden deshalb stärker fokussiert. Außerdem soll künftig ein Teil der Experten frühzeitig in die Entwicklung der Fragen mit einbezogen werden. Bei den aus der ersten Delphi-Phase herausgearbeiteten Thesen soll noch stärker selektiert werden, um in den einzelnen Thesen keine zu weit auseinander liegenden Aussagen miteinander verknüpfen zu müssen. So konnten einzelne Experten bei einzelnen Thesen nur einem Teil der Aussage zustimmen.

Die forschungspolitische Dimension etlicher Trends und Forderungen wirft die Frage auf, ob der Experten-Diskurs über die Studie hinaus nicht auch in Form eines kontinuierlichen öffentlichen Veranstaltungs- oder Medien-Formats institutionalisiert werden sollte. Erfolgsentscheidend hierbei dürfte eine neutrale Plattform sein, so dass bereits eine Kooperation mit Journalistenverbänden wie WPK, TELI, DMJV und DFJV sowie Grassroots-Organisationen wie Euroscience und BdW erwogen wird.

Die Diskussion der Zwischenergebnisse mit der gesamten Community der Wissenschaftskommunikatoren blieb trotz Nutzung der reichweitenstärksten deutschsprachigen Plattform für Scienceblogging sowie zeitlicher Verknüpfung mit der größten Branchenveranstaltung (November 2010 in Mannheim) hinter den Erwartungen zurück. Da die Zugriffszahlen sowohl auf den Blog als auch auf die Ergebnispräsentation bei Slideshare mehrere hundert Mal so hoch waren wie die Blog-Kommentare, ist zu vermuten, dass die Ursache für die geringe Diskussionsbereitschaft im Blog keinesfalls in der Themenrelevanz oder in der technischen Umsetzung zu suchen ist, sondern in der Zurückhaltung und der (sogar von einigen Experten artikulierten) Unsicherheit in Bezug auf die Abwägung der Entwicklungslinien im komplexen, spezialisierten Themenfeld der Wissenschaftskommunikation.

Ausblick

Noch stehen wir ganz am Anfang der fünften Phase der Wissenschaftskommunikation. In den nächsten Jahren werden wir eine Entwicklung vom Informieren zum Dialog, vom Ergebnis zum Prozess, vom Begreifen zum Begeistern und Staunen erleben. Hierfür werden wir nicht nur neue Konzepte, Formate und Werkzeuge entwickeln und erlernen, sondern auch einen systemischen und kulturellen Paradigmenwechsel in Richtung Open Science vorantreiben müssen, den die Praktiker der Wissenschaftskommunikation positiv als Herausforderung annehmen sollten. Oder um mit einem weiteren Einstein-Zitat zu schließen: „Das Schönste, was wir erleben können, ist schließlich das Geheimnisvolle!“