

SIGGENER KREIS



SIGGENER IMPULSE 2018

WALK THE TALK - Chefsache Wissenschaftskommunikation

WALK THE TALK - CHEFSACHE WISSENSCHAFTSKOMMUNIKATION

Um die Errungenschaften einer aufgeklärten, demokratischen Gesellschaft zu verteidigen, müssen alle gesellschaftlichen Kräfte an der Aufrechterhaltung eines sachlichen öffentlichen Diskurses mitwirken. Denn Einzelne oder Interessengemeinschaften können heute über gezielte Kampagnen große Teile der Gesellschaft erreichen und beeinflussen. Sie können auch die Aussagen der Wissenschaft über die Beschreibung der Welt in Frage stellen und neue, ihnen genehme "Wirklichkeiten" konstruieren. Mit populistischen Bewegungen finden sie Verbündete, die mehr und mehr in die Strukturen der demokratischen Gesellschaft vordringen. Wissenschaftskommunikation¹ kann denjenigen, die die Wissenschaft in Frage stellen, zu wenig entgegensetzen.

In dieser Situation wird ein Business as Usual in der Wissenschaftskommunikation, bei dem man im Wesentlichen auf Eigendarstellung bedacht ist, der Situation nicht mehr gerecht. Doch in den Vorstellungen vieler Entscheiderinnen und Entscheider in den Leitungsebenen von Forschungseinrichtungen und Hochschulen herrscht noch ein eher traditionelles Bild von Wissenschaftskommunikation. Das gilt auch für viele Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler. Sie nehmen institutionelle Kommunikation und mitunter sogar journalistische Berichterstattung häufig noch als Dienstleistung war. Sie sollen dem Zweck der Legitimation oder als Mittel zur Selbstdarstellung und Werbung für sich oder das eigene Haus dienen. Ein Rückkanal und Austausch sind nicht mitgedacht.

Vor diesem Hintergrund haben wir in Siggen 2018 an denjenigen Themen gearbeitet, die wir in den kommenden Jahren als besonders wichtig und dringlich erachten und für die wir auch ein Commitment seitens der Leitungsebenen benötigen. Gleichzeitig haben wir das Verhältnis der Kommunikationsabteilungen zu ihren Chefetagen thematisiert. Reden beide Seiten aneinander vorbei? Gibt es blinde Flecken im Verständnis von und im Selbstbild der Wissenschaftskommunikation? Wo gibt es Missverständnisse? Wie kann es besser gehen? Und was hat dies mit dem Wissenschaftsbetrieb selbst zu tun?

Diese Fragen haben wir zum Gegenstand unserer Tagung in Siggen vom 1. bis zum 5. Oktober 2018 gemacht.

¹ Unter Wissenschaftskommunikation verstehen wir hier die externe Wissenschaftskommunikation. Dazu zählen wir sowohl die institutionelle Wissenschaftskommunikation, die von professionellen Kommunikatoren, aber auch von den in den Wissenschaftsinstitutionen angestellten Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern betrieben wird, aber auch die „freie“ Wissenschaftskommunikation außerhalb dieser Organisationen sowie auch den Wissenschaftsjournalismus (vgl. auch <https://de.wikipedia.org/wiki/Wissenschaftskommunikation>).

WIR HABEN

- uns mit der Erosion des gesellschaftlichen Konsens auseinandergesetzt, dass Wissenschaft das nach möglichst objektiven Kriterien jeweils beste verfügbare Wissen über die Welt zur Verfügung stellt,
- die Zusammenhänge von Integrität und Kommunikation in der Wissenschaft analysiert,
- den Bedarf an Qualitätssicherung und Forschung in der Wissenschaftskommunikation aufgezeigt und
- Rahmenbedingungen für zukünftige Förderkriterien in der Wissenschaftskommunikation reflektiert,
- den Bedarf für eine engere Vernetzung identifiziert. Um weiter in die Öffentlichkeit und insbesondere zu Entscheidern in Wissenschaft, Medien und Politik vorzudringen, schlagen wir ein Bündnis der bestehenden Akteursgruppen rund um die Kommunikation in, aus und über Wissenschaft vor.

WISSENSCHAFT IN DER GESELLSCHAFT

Die Entwicklung Künstlicher Intelligenz, gezielte Eingriffe in das Erbgut von Lebewesen (Genome Editing) und Antworten auf den Klimawandel sind nur einige von vielen Themenfeldern, in denen wissenschaftliche Ergebnisse die Zukunft unserer Gesellschaft maßgeblich beeinflussen. Wie das genau geschieht und welche von vielen erarbeiteten Optionen Akzeptanz und Anwendung finden, ist kein wissenschaftsimmanenter Prozess, sondern wird gesellschaftlich verhandelt.

Während sich die Wissenschaft noch größtenteils aus öffentlichen Diskursen fernhält, suchen andere, zum Teil sehr wirkmächtige Interessengruppen, gezielt Raum zu gewinnen. Sie nutzen die Aufmerksamkeitsökonomie der digitalen Medien im Sinne strategisch gesetzter Desinformation. Mit großen, pseudo-journalistischen „Newsrooms“ und anderen Instrumenten versuchen sie zum Beispiel, Menschen zu verunsichern sowie ihre Einstellungen und ihr Verhalten zu beeinflussen. Ein Monitoring dieser Prozesse und ihrer Auswirkungen gibt es bisher nur in Ansätzen.

Die extreme Beschleunigung und Viralität im heutigen Medienalltag verkürzen die Zeitfenster und Aufmerksamkeitsspannen der Rezipienten. Den auf Genauigkeit und Abstimmung basierenden Wissenschaftsbetrieb stellt dies vor enorme Herausforderungen. Gerade auch Krisenthemen werden von der Wissenschaft häufig viel zu langsam und zu lückenhaft angegangen.

Wissenschaft kann und muss im öffentlichen und politischen Ringen um zukünftige Lösungen mehr denn je ihren Beitrag leisten: Wissenschaft ist politisch in dem Sinne, dass sie Einfluss auf die Gesellschaft hat, deren Teil sie ist. Demzufolge muss sie auch in der politischen Debatte aktiv sein und Positionen beziehen – (besonders) wenn wissenschaftliche Ergebnisse falsch interpretiert, aus dem Kontext gerissen oder gar missbraucht werden. Um zu verhindern, dass wissenschaftliche Ergebnisse von anderen kontrafaktisch politisiert werden, braucht es breitenwirksame, gegebenenfalls auch kontroverse Debatten über wissenschaftliche Erkenntnisse und über den Wert von Wissenschaft als solcher. Wissenschaft muss über ihren Wert und ihre Werte sprechen, damit nicht ausschließlich über sie gesprochen – und verhandelt – wird.

Eine wichtige Aufgabe der Wissenschaftskommunikation ist es, Plattformen zu stärken und zu schaffen, auf denen Forschungsentwicklungen und wissenschaftliche Werte öffentlich dargelegt, debattiert, angegriffen und verteidigt werden. Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler können auf solchen Plattformen, aber auch darüber hinaus, selbst „Influencer“ werden, indem sie persönlich über den Prozess des Forschens berichten, Begeisterung und Neugier auf neues Wissen wecken, aber auch durch wissenschaftlich fundierte Argumente zu einer aufgeklärten öffentlichen Debatte beitragen. Wikipedia ist dafür ein gutes Beispiel.

Gute Wissenschaft basiert auf Werten wie Überprüfbarkeit, Transparenz, Offenheit und Selbstkritik. Für die Zukunft der demokratischen Wissensgesellschaft müssen alle Akteure im Wissenschaftssystem und in der Kommunikation dort, wo diese Werte angegriffen werden, Haltung zeigen und Stellung beziehen.

Der Qualitätsjournalismus befindet sich in einer „Schicksalsgemeinschaft“ mit der Wissenschaft. Er teilt die gleichen Werte. So wundert es nicht, dass Populisten alter und neuer Schule die beiden Institutionen „Journalismus“ und „Wissenschaft“ gezielt angreifen.

Ein funktionierender, vielfältiger und kritischer Journalismus unterstützt die Wissenschaft darin, das beste verfügbare Wissen für die Gesellschaft zur Verfügung zu stellen. Er nimmt aber auch eine effektive Kontrolle des Systems Wissenschaft wahr. Bei aller Unterstützung, die die Wissenschaft dem Journalismus zukommen lassen sollte, gilt es also, eine Rollenverteilung zu wahren, die beiden Systemen die Erfüllung ihrer Aufgaben in einer demokratischen Gesellschaft ermöglicht.

INTEGRITÄT

Wissenschaftskommunikation kann nur dann gut und redlich sein, wenn die Wissenschaft, um die es geht, selbst gut und redlich ist. Das ist trotz des vorhandenen Wertekanons in der Wissenschaft weder auf der institutionellen noch auf der Ebene der Projekte und Personen immer der Fall. Fördermechanismen und Berufungskriterien, Publikationsdruck und weitere gesellschaftliche und kulturelle Rahmenbedingungen führen zu hohen Erwartungen an die Beteiligten, deren Erfüllung mitunter nur schwer mit den Regeln guter wissenschaftlicher Praxis vereinbar ist. Die Mehrheit aller Forschenden hält diesen Druck aus und bleibt integer. Trotzdem: Mögliche Konsequenzen einer Überhitzung des Wissenschaftsbetriebs sind das bewusste Brechen wissenschaftlicher Regeln, aber auch unbewusste, zum Teil sogar kaum vermeidbare Fehler, die zu selbstverursachten Akzeptanzproblemen führen können.

In diesem Umfeld findet Wissenschaftskommunikation statt. Ziel dabei ist es, in der Öffentlichkeit realistische Erwartungen zu wecken, Möglichkeiten und Grenzen der Forschung aufzuzeigen und die Mechanismen der Selbstkritik in der Wissenschaft zu veranschaulichen.

Um dabei glaubwürdig zu sein, muss Wissenschaftskommunikation in den wissenschaftlichen Prozess hinein zurückwirken und bei Bedarf Probleme ansprechen, die im Kommunikationsprozess sichtbar werden. Sie kann und sollte Integrität ganz bewusst zum Thema machen (zum Beispiel durch Transparenz über Interessenkonflikte, Tierversuche, militärisch relevante Forschung, Finanzierungsquellen). Vor dem Hintergrund der Erwartungen der Öffentlichkeit kann sie sich in laufende Forschungsprozesse einbringen, diese begleiten und Probleme und mögliche Fragen bei Bedarf schon im Vorfeld adressieren. Sie kann neben dem Gelingen auch die Irrwege und Fehler kommunizieren.

Eine solche Wissenschaftskommunikation seitens der Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler, der PR-Verantwortlichen und auch der Journalisten erfordert Ressourcen und Freiräume. Sie benötigt auch Schutz, der nur durch Regeln und Maßstäbe gewährleistet werden kann. Sowohl für Ressourcen und Freiräume als auch für den Schutz sind die Leitungsebenen verantwortlich.

Geeignete Maßnahmen sind die Verankerung der guten wissenschaftlichen Praxis nicht nur im Forschungsalltag, sondern bereits in den Curricula der Hochschulen bei der Ausbildung des wissenschaftlichen Nachwuchses. Die Leitlinien zur guten Wissenschafts-PR bieten einen Bewertungsansatz für die Integrität von PR-Maßnahmen, der inzwischen auch international Beachtung findet. Sie sollten von allen Wissenschaftsorganisationen anerkannt und – bei Bedarf – zuvor gemeinsam weiterentwickelt werden.

QUALITÄT UND ERFORSCHUNG DER WISSENSCHAFTSKOMMUNIKATION

Je mehr sich die Wissenschaftskommunikation professionalisiert, je mehr Formate entstehen, sich verstetigen und je mehr Projekte gefördert werden, desto stärker wächst der Bedarf an ihrer Evaluation und an der Analyse ihrer Wirkungen. In Deutschland sind in den vergangenen Jahren in unterschiedlichen Fachdisziplinen zahlreiche Projekte zur Wissenschaftskommunikationsforschung (WKF, Science of Science Communication) entstanden. Es gibt erste Ansätze zum Praxistransfer und Best practice-Beispiele von Wissenschaftskommunikationsprojekten mit integrierter Begleitforschung. Gleichwohl ist die systematische Evaluierung nach wissenschaftlichen Standards wenig entwickelt, die Kluft zwischen Forschung und Praxis noch groß.

Wir empfehlen daher die Förderung von grundständigen und praxisrelevanten Forschungsprojekten sowie von Begleitforschung für laufende Kommunikationsprojekte. Weiterhin sollte es einen verstärkten Austausch von Forschung und Praxis beispielsweise im Rahmen der Plattform “wissenschaftskommunikation.de”, auf Konferenzen und in Form von Publikationen geben. Eine Themenbörse für Abschlussarbeiten könnte Studierenden in für die Wissenschaftskommunikation relevanten Studiengängen verstärkt auf die WKF als Forschungsfeld aufmerksam machen. WKF kann auch dazu beitragen, dass wenig wirksame oder gar unbeabsichtigt kontraproduktive Kommunikationsmaßnahmen im Sinne einer Fehlerkultur zur Sprache kommen und verworfen werden, um die vorhandenen Ressourcen effizienter einzusetzen.

FÖRDERKRITERIEN

Fehlanreize können in der Wissenschaft wie in der Wissenschaftskommunikation zu Fehlentwicklungen, zu inhaltsleeren, wirkungslosen oder schlimmstenfalls interessengeleitete Eigendarstellungen, einseitiger Erfolgskommunikation, Übertreibungen bei der Darstellung von Forschungsergebnissen, zu mangelnder Transparenz und dem Verschweigen vermeintlicher Misserfolge führen. Um nachhaltige Wissenschaftskommunikation stärker in der Breite durchzusetzen, bedarf es mehr als Leitlinien. Notwendig ist ein Kulturwandel im Wissenschaftssystem.

Strategische Förderung von Wissenschaftskommunikation ist ein Hebel, um Veränderungen durchzusetzen und im Wissenschaftssystem Strukturen zu etablieren, die kommunikationsunterstützend sind. Entscheidend für ihren Erfolg ist, dass entsprechende Indikatoren und Förderkriterien von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern, Kommunikationsbeauftragten und von deren Leitungsebenen verstanden und akzeptiert werden. Bisher fehlen allerdings noch weitgehend wirksame und vor allem reputationsfördernde Anreize für Forschende, Wissenschaftskommunikation sinnvoll und leistbar in den wissenschaftlichen Arbeitsalltag zu integrieren.

Es ist wichtig, die politischen und gesellschaftlichen Motive und Ziele der Förderer von Wissenschaftskommunikation klar zu benennen und zu erklären. Motive können etwa sein, angesichts der umfangreichen Auswirkungen wissenschaftlichen und technologischen Fortschritts die Gesellschaft besser zu informieren, (aus-) zu bilden und einzubeziehen, oder wissenschaftlich gut aufgestellten Nachwuchs zu fördern. Auch sollte transparent gemacht und gegebenenfalls erläutert werden, welche Art von Maßnahmen nicht gewünscht sind (etwa Rechtfertigungs- und Imagekommunikation).

Förderwürdig sind insbesondere Konzepte und Maßnahmen, die

- die Kommunikations- und Medienkompetenz und die Verankerung guter wissenschaftlicher Praxis in den Curricula fördern,
- in der Lehramtsaus- und fortbildung, in allen Schulformen und in den Angeboten zu lebenslangem Lernen, Methodenkompetenzen und Wissen über wissenschaftliche Werte und Prozesse einbringen,
- das reflexive, also rückbeziehende Zuhören und die Rückkopplung gesellschaftlicher Fragen und Entwicklungen in den Wissenschaftsbetrieb stärken,
- die Etablierung einer Fehlerkultur in der Kommunikation ermöglichen,
- Prozesse, Momente des Scheiterns sowie die Komplexität und auch mögliche Grenzen der Vermittelbarkeit von Wissenschaft veranschaulichen und erklären.

Die Orientierung an den Leitlinien zur guten Wissenschafts-PR sollen dabei zur Bedingung gemacht werden.

Insgesamt ist in Deutschland die Förderung von Wissenschaftskommunikation im Vergleich zu den angelsächsischen und skandinavischen Ländern noch relativ wenig entwickelt. Eine Investition in diesem Bereich kann nun seitens der relevanten Förderinstitutionen genutzt werden, um strategische Anreize für eine gute Wissenschaftskommunikation im hier skizzierten Sinne zu generieren. Diese Situation bietet aus unserer Sicht somit eine große Chance hinsichtlich der zukünftigen Gestaltung des Feldes in Deutschland.

Wir empfehlen in einer künftigen, übergeordneten Förderung durch große Förderinstitutionen zwei Förderbereiche zu etablieren: die projektbezogene und die überinstitutionelle Förderung.

Die **projektbezogene** Förderung kann beispielsweise gute Kommunikation zur Voraussetzung für die Bewilligung von Forschungsprojekten machen. Sie ist besonders geeignet, um integrierte Kommunikation zu ermöglichen, die von Anfang an begleitend in wissenschaftliche Projekte involviert ist. Sie ist deutlich ressourcenintensiver, kann dabei allerdings erheblich mehr Wirksamkeit entfalten als die derzeit übliche Praxis, nur bei Erfolg zu kommunizieren. Eine frühe Rückkopplung von gesellschaftlichen Perspektiven auf Forschungsvorhaben kann zum Beispiel helfen, die künftige Akzeptanz von Maßnahmen zu antizipieren, Missverständnissen vorzubeugen oder Test- bzw. Anwendungsfelder zu erschließen.

Überinstitutionelle (Verbund-)Projekte können zum Beispiel standortübergreifend Best practice-Projekte zu übergeordneten, gesellschaftlich relevanten Themen umsetzen, struktu-

relle Ressourcen bereitstellen, die Wissenschaft der Wissenschaftskommunikation und deren Übertragung in die Praxis unterstützen oder (mit aller gebotenen Vorsicht vor Einflussnahme) den kritischen Wissenschaftsjournalismus fördern. Wichtig ist nach unserer Überzeugung konkret u.a. die Etablierung einer Task-Force, die bei akuten Krisen oder Desinformationskampagnen bzw. Fake News die Wissenschaftseinrichtungen dabei unterstützt, ihre viel zu langen Reaktionszeiten zu verringern und schneller durch sprechfähige Vertreterinnen und Vertreter des Wissenschaftssystems im öffentlichen Diskurs vertreten zu sein.

Wie in anderen Ländern bereits üblich und im Wissenschaftsbetrieb längst Standard, sollten internationale Gutachterinnen und Gutachter bei der Auswahl von (zumindest mittleren und größeren) Förderprojekten zur Wissenschaftskommunikation hinzugezogen werden.

GEMEINSAM FÜR GUTE WISSENSCHAFTSKOMMUNIKATION

Um die Relevanz von Wissenschaftskommunikation dezidierter in forschungs- und bildungspolitische Entscheidungsprozesse einzubringen, sollten alle Stakeholder der Wissenschaftskommunikation ihre Kräfte bündeln. Bei Akzeptanz der spezifischen, zum Teil komplementären Rollen, Funktionen und Ziele der jeweiligen Akteure der Wissenschaftskommunikation in Deutschland gibt es auch gemeinsame Interessen. Vor allem wenn es darum geht, schneller und strategisch abgestimmt auf politische Fragen und auf manipulative Kampagnen zu reagieren.

Trotz der Relevanz des gemeinsamen Themas gibt es bislang jedoch nur wenig Abstimmung zwischen den Akteuren und nur punktuellen Wissenstransfer. Ein thematisch begründetes Bündnis und Informationsnetzwerk kann das politische Agenda Setting in Bezug auf die Wissenschaftskommunikation eher mitbestimmen und mitgestalten als einzelne Akteursgruppen. Es kann übergreifend die Kommunikation mit den jeweiligen Leitungsetagen fördern und sollte dabei gezielt auch die Generation der künftigen Entscheider adressieren. Es kann die gemeinsamen Anliegen auf der Länderebene ebenso wie im internationalen Austausch fördern. Ein Austausch zu Kriterien für gute Wissenschaftskommunikation aus der Perspektive verschiedener Akteure wird die Qualitätsdebatte intensivieren.

TEILNEHMERINNEN UND TEILNEHMER:

Andreas Archut	Universität Bonn
Florian Dehmelt	Pro-Test Deutschland e.V.
Bernd Halling	Bayer AG
Elisabeth Hoffmann	Technische Universität Braunschweig
Mirjam Kaplow	Leibniz Gemeinschaft
Cordula Kleidt	Bundesministerium für Bildung und Forschung
Christoph Koch	Stern
Markus Lehmkuhl	Karlsruher Institut für Technologie
Alexandra Lion	ZEIT-Verlag
Beatrice Lugger	Nationales Institut für Wissenschaftskommunikation gGmbH
Matthias Mayer	Körper-Stiftung
Susann Morgner	con gressa GmbH
Franka Ostertag	DLR Büro Wissenschaftskommunikation
Hannes Schlender	scienceRELATIONS – Wissenschaftskommunikation
Johannes Scholten	Universität Marburg
Philipp Schrögel	Karlsruher Institut für Technologie
Volker Stollorz	Science Media Center Germany
Markus Weißkopf	Wissenschaft im Dialog gGmbH
Josef Zens	Deutsches GeoForschungsZentrum
Ricarda Ziegler	Wissenschaft im Dialog gGmbH

GÄSTE:

Johannes Vogel	Museum für Naturkunde Berlin
Antje Boetius	Alfred-Wegener-Institut
Matthias Graf von Kielmansegg	Bundesministerium für Bildung und Forschung
Ulrich Schnabel	DIE ZEIT