



## Dokumentation zum Workshop

### Image statt Inhalt? – Warum wir eine bessere Wissenschaftskommunikation brauchen

am 30. Juni und 1. Juli 2014 in Hannover

Weitere Informationen finden Sie unter [www.volkswagenstiftung.de/wowk14](http://www.volkswagenstiftung.de/wowk14)

#### **Programmteil I: Drei Impulsreferate aus der Wissenschaft zur Qualität von Wissenschaftskommunikation**

Impulsreferat 1: **Frank Marcinkowski**, Institut für Kommunikationswissenschaft, Universität Münster, und **Matthias Kohring**, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft, Universität Mannheim:

##### **„Nützt Wissenschaftskommunikation der Wissenschaft? Anmerkungen zu einer ungestellten Frage“**

Sehr geehrte Veranstalter, sehr geehrte Damen und Herren,

wir möchten uns für die Einladung zu dieser wichtigen Veranstaltung bedanken und für die Gelegenheit, diese Konferenz eröffnen zu dürfen. Zu einem so frühen Zeitpunkt der Veranstaltung kann man es ja noch wagen, radikale Fragen zu stellen, weil es gewissermaßen noch keine Debattenhistorie gibt und damit noch keine Pfadabhängigkeiten des Diskussionsverlaufs. Also nehmen wir uns gleich einmal die Freiheit, das Tagungsthema selbst in Frage zu stellen – schließlich soll es ja bei diesem Eröffnungspanel um „Impulse“ gehen.

Das Tagungsthema lautet: „Brauchen wir eine bessere Wissenschaftskommunikation?“ Damit ist schon vorausgesetzt, dass wir überhaupt so etwas brauchen wie Wissenschaftskommunikation – nur eben „besser“ als bisher. Aber warum brauchen wir Wissenschaftskommunikation? Und wer ist mit diesem „Wir“ gemeint? Also *wer* braucht oder meint zu brauchen? Und *wozu*?

#### **1. Benötigt Wissenschaft Öffentlichkeit, um zu funktionieren?**

Für uns ist es keineswegs selbsterklärend und selbstverständlich, dass Wissenschaft sich veröffentlichen muss. Mit veröffentlichen meinen wir: sich an potenziell alle richtet, sich potenziell allen mitteilt, denn dieses „an alle“ ist ein Definitionsmerkmal von „Öffentlichkeit“, nämlich, dass man prinzipiell niemanden ausschließen kann und will. Wir gehen davon aus, dass dies mit Bezug auf wissenschaftliche Erkenntnis und deren Mitteilung eine einigermaßen überraschende Vorstellung ist, und deshalb meinen wir – in Umkehrung der heute üblichen Beweislast –, dass die Behauptung der *Notwendigkeit* von öffentlicher Wissenschaftskommunikation sich rechtfertigen muss, dass *sie* einer Begründung bedarf, nicht aber die gegenteilige Vorstellung, nämlich dass Wissenschaftskommunikation *innerhalb* der Grenzen von Wissenschaft stattfindet.

Wir begründen diese Prämisse im Hinblick auf die Funktion von Wissenschaft, wobei mit der Funktion der Beitrag der Wissenschaft zum Bestand von Gesellschaft gemeint ist. Die Funktion von Wissenschaft ist es offenbar, Sätze zu formulieren die – ein bestimmtes Verständnis von Wahrheit und akzeptierter Methoden ihrer Begründung unterstellt – als wahr gelten und daher als besonders geeignet, menschliches Handeln anleiten können. Fest steht dann: Der epistemische Prozess selbst, der Prozess der Zuschreibung von Wahrheitswerten auf Aussagen, bedarf weder der öffentlichen

Sichtbarkeit, noch bedarf er der Zustimmung Dritter – schon gar nicht aller denkbaren Dritten. Ob eine Aussage als wahr oder falsch gilt, wird innerhalb der Wissenschaft, in der Regel innerhalb der epistemischen Öffentlichkeiten, der sogenannten Scientific Communities, entschieden. Um diese funktionale Autonomie hat Wissenschaft sehr lange kämpfen müssen, etwa gegen die Ansprüche von Religion und Politik. Dieser Kampf ist beileibe nicht ad acta gelegt: Heutzutage kommen noch die Ansprüche von Ökonomie und – ja, auch: – Öffentlichkeit hinzu.

Es gibt keinen Grund, anzunehmen, dass der wissenschaftliche Erkenntnisprozess dadurch befördert würde, dass möglichst viele zugucken oder im Begründungsverfahren mitreden. Die Möglichkeit der Mitwirkung ist grundsätzlich gegeben, aber an die Inklusion in Wissenschaft gebunden. Also: Man studiert ein Fach, qualifiziert sich akademisch, wird dadurch Mitglied einer Scientific Community und darüber an der Kommunikation von Wissenschaft beteiligt. So halten wir es auch in allen anderen funktional spezialisierten Sozialsystemen: Der Zugang zur Rechtskommunikation ist an Inklusion ins Rechtssystem gebunden usw. Wer dem skeptisch gegenüber steht, der möge sich einmal vorübergehend vorstellen, wie es wäre, in einer Welt mit „öffentlicher Rechtsprechung“ zu leben: Also alle reden mit bei der Beurteilung von Recht und Unrecht und bei der Strafzumessung... Im Gegenteil, es gibt gute Gründe für schädliche Einflüsse von öffentlicher Sichtbarkeit auf Rechtsprechung – weil Akteure auf die Tatsache des Beobachtetwerdens reagieren. Wir kommen darauf zurück.

Aber auch jenseits des unmittelbaren Begründungszusammenhangs im Forschungsprozess findet sich keine funktionale Begründung für *öffentliche* Wissenschaftskommunikation. Denn eine Erkenntnis wird offenbar nicht wahrer, wenn sie öffentlich mitgeteilt wird. Und sie wird nicht dadurch unwahr, dass sie den allermeisten unbekannt bleibt. Um nicht missverstanden zu werden: Wir leiten daraus nicht die Notwendigkeit einer generellen Nicht-Öffentlichkeit von Wissenschaft ab oder gar die Forderung nach Geheimhaltung; aber es gibt eben auch keine aus der Funktion von Wissenschaft, aus ihrer Eigenlogik ableitbare Notwendigkeit von Öffentlichkeit. Um es ganz deutlich zu formulieren: Die Idee und Praxis von Wissenschaftskommunikation, so wie der Begriff hier verstanden wird, ist im Prinzip **wissenschaftsfremd**. Das heißt: (1) Sie ist nicht systemimmanent, sondern bedarf der Begründung und zwar möglichst – damit man analytisch darüber reden kann – einer Begründung jenseits normativer Appelle, die man ja bekanntlich nur teilen kann oder auch nicht. (2) Wenn Öffentlichkeit aber ein wissenschaftsfremdes Element ist, dann kommen durch sie Motive, Kriterien und Dynamiken ins Spiel, die den ursprünglichen „Sinn“ von Wissenschaft potenziell herausfordern und ihn dabei auch behindern können. Im Folgenden gilt unser Interesse *allein diesen negativen Folgen von Sichtbarkeit* für die Autonomie und die Funktionsweise von Wissenschaft.

## 2. Woher kommt die Forderung nach öffentlicher Wissenschaft?

Wie also kommt die Forderung nach öffentlicher Wissenschaftskommunikation, d. h. nach *Kommunikation aus der Wissenschaft* in die Öffentlichkeit, in die Welt, wenn sie keinem Wissenschaftler von selbst einfallen würde? Bezeichnenderweise sind es bis heute ja ausgerechnet viele Wissenschaftler und Wissenschaftlerinnen selbst, die das partout nicht einsehen wollen und dieser Forderung bis auf Ausnahmen nur zähneknirschend bis ergeben nachkommen.

Das im Prinzip bekannte Argument lautet: Die Forderung nach öffentlicher Wissenschaftskommunikation kommt durch die Organisationsförmigkeit von Wissenschaft, verbunden mit der Geldabhängigkeit von Organisation, in die Welt. Wissenschaft kann nur auf Dauer gestellt werden, wenn sie in Organisationen (Universitäten, Hochschulen, Forschungszentren etc.) betrieben wird, und Organisationen brauchen Geld, um Mitgliedschaft zu motivieren. Sie alle kennen den Mechanismus, der hinter diesem Zusammenhang steht – einschließlich der Veränderungen, den er in den letzten ein- und einhalb Jahrzehnten erfahren hat. In demokratischen Gesellschaften leisten wir uns öf-

fentlich finanzierte Organisationen der Wissenschaft. Der Staat sammelt das Geld in Form von Steuern ein und gibt es an Wissenschaftsorganisationen weiter, wofür er im Gegenzug weitgehende Mitwirkung bei der Verwendung und Kontrollrechte genießt. Für das Ergebnis muss er sich vor den Geldgebern, also den Wählern, verantworten. In dem Maße, wie das schwieriger und aufwendiger geworden ist, entlastet sich der Staat von der Detailverantwortung, indem er die Finanzierung an Leistungsvereinbarungen bindet, sich aus der Detailsteuerung zurückzieht und den Organisationen selbst mehr Autonomie bei der Budgetierung und Verwendung gewährt. Die Idee dieses *New Public Management* ist nun, dass im Gegenzug die Organisationen aber auch die Aufgabe der Rechtfertigung gegenüber den Geldgebern und den Leistungsabnehmern selbst zu managen haben. So soll die Bindung der reformierten Einheit an ihre externen (nicht-staatlichen) „Stakeholder“ enger werden, damit man direkter auf die Interessen der „Aktionäre“ eingeht und auch einen direkteren Rechtfertigungszwang gegenüber diesen „Stakeholdern“ verspürt (das nennt man dann „public accountability“).

Die Legitimationsarbeit findet also – angeblich, denn jeder weiß, dass die wissenschaftsinterne Rechenschaftspflicht gleichzeitig rapide zunimmt – nicht direkt gegenüber dem staatlichen Geldgeber statt, sondern gegenüber den Wählern und Wählerinnen bzw. Steuerzahlern und Steuerzahlerinnen. Das ist nur scheinbar ein Demokratisierungsprozess; tatsächlich zieht sich die Politik aus ihrer ureigenen Verantwortung zurück, verbindliche Entscheidungen zu treffen und hierfür angemessene Kriterien zu formulieren. Die Wissenschaft wird statt dessen zwei ihr fremden Regimen untergeordnet, die „Effizienz“ und „Qualität“ sichern sollen: Zum einen ist dies die ökonomische Rationalität, die dafür gesorgt hat, dass die der Wissenschaft ebenfalls wesensfremde Figur des Wettbewerbs propagiert wird. Zum anderen ist dies die Rationalität medialer Öffentlichkeit und das damit verknüpfte Streben nach Sichtbarkeit und Aufmerksamkeit. Das letztere ist nicht auf Wissenschaft beschränkt: Man könnte geradezu – durchaus bewusst in Anlehnung an Horkheimers und Adornos Begriff der Kulturindustrie – von einer Aufmerksamkeitsindustrie sprechen. Im Streben nach Sichtbarkeit werden beide Aspekte unauflösbar vermengt: Wettbewerb wird öffentlich vorgeführt und für Öffentlichkeit inszeniert – die prominentesten Beispiele hierfür sind die Exzellenzinitiative und die allgegenwärtigen Rankings.

Damit sind die wissenschaftlichen Einrichtungen mehr oder weniger gezwungen, nach außen zu kommunizieren. Zumindest *fühlen* sie sich dazu gezwungen – was passierte, wenn man es nicht täte, wagt keiner auszuprobieren. Man kann hier von einer regelrechten Autosuggestion sprechen. Hat man aber erst einmal diese Entscheidung getroffen, öffentlich zu kommunizieren, ist damit – egal, mit welchen Begriffen man dies dann verbrämt – der Zwang zur Eigenwerbung, zur Imagebildung und Imagepflege, zur Selbstvermarktung, zum Zustimmungsmanagement wissenschaftlicher Organisationen in der Welt.

Wir sind der Ansicht, dass vieles von dem, was heute an Wissenschaftskommunikation aus dem Wissenschaftssystem selbst zu erwarten ist, unter diesem Primat der Eigenwerbung steht. Damit ist Wissenschaftskommunikation ein Einfallstor für außerwissenschaftliche Motive und Dynamiken, und das ist aus Sicht der Wissenschaft keine frohe Botschaft.

### **3. Warum kann der Gang in die Öffentlichkeit schädlich für Wissenschaft sein?**

Galt es vor nicht allzu langer Zeit noch als verpönt, auf die Bedürfnisse der Nachrichtenmedien einzugehen, kann es seit einigen Jahren aus Sicht der Hochschulen gar nicht genug öffentliche Aufmerksamkeit geben, und so arbeitet man nun mit allen Mitteln an der eigenen Sichtbarkeit. Dahinter steht keine Anerkennung einer öffentlichen Kontroll- und Kritikfunktion oder gar einer Partizipation der Laienöffentlichkeit. Im Gegenteil: Diese *Medialisierung der wissenschaftlichen Einrichtungen*, verstanden als die Anpassung an die Kriterien öffentlicher Aufmerksamkeit, ist eine PR-Strategie, um sich

in einem durch die Politik initiierten künstlichen Wettbewerb um finanzielle Ressourcen zu behaupten.

Früher glaubte man, durch die Aufklärung der Laienbevölkerung mittels Wissen auch Akzeptanz für den Wissensproduzenten zu erzielen. Das hat zwar im Großen nie geklappt, hat aber noch einen rationalen Zug, der heutzutage fast rührend wirkt. Das überzogene Streben nach Aufmerksamkeit löst sich nämlich völlig von der eben beschriebenen Eigenlogik der Wissenschaft, und es löst sich damit auch von ihrer funktionalen Ausrichtung – anders ausgedrückt: Wissenschaft tut nicht mehr das, wofür die Gesellschaft sie eigentlich bräuchte. Am sinnfälligsten wird das in scheinbar harmlosen und auf den ersten Blick sympathischen Forderungen, Wissenschaftler für die Wissenschaftskommunikation zu belohnen. Es gibt ja schon längst Zielvereinbarungen mit Professoren, in denen mediale Präsenz gefordert und bezahlt wird. Solche Anreize zielen darauf ab, die Wissenschaft so zu verändern, dass sie **über sich** selbst kommuniziert. Nicht die Wissenschaft hat dann den Primat, sondern die Kommunikation darüber. Erst kürzlich äußerte ein Repräsentant einer bekannten Wissenschaftsorganisation – natürlich kein Wissenschaftler – unverhohlen seine Sympathie für die Aussage, dass nur ein bloggrender Wissenschaftler ein guter Wissenschaftler sei, und dass man hier ja durchaus einmal mit dem Steuerungsmittel „Leistungszulage“ arbeiten könne. Was an solchen Beispielen deutlich wird, ist nicht nur die Verwechslung von Sichtbarkeit mit Relevanz; viel gravierender ist das, was wir als Austausch der Leitwährung bezeichnen: Die Leitwährung der Nachrichtenmedien – für diese wohlgernekt funktional und für die Gesellschaft notwendig – wird zur Leitwährung der Wissenschaft. Sie übt zumindest einen starken Einfluss auf den gesamten erkenntnisleitenden Prozess in der Wissenschaft aus: Man wählt seine Themen nach ihrem aktuellen Aufmerksamkeitspotenzial aus, man formuliert seine Hypothesen nach genau der gleichen Maßgabe, man produziert öffentlich darstellbare Ergebnisse oder kommuniziert nur solche Ergebnisse nach außen (man, das sind auch wissenschaftliche Zeitschriften), man verteilt Geld und andere Belohnungen an die, die dies besonders gut tun, und verstärkt damit diesen Prozess – im Endeffekt werden der Wissenschaftler und sein Werk danach bewertet, ob sie an eine *nicht*-wissenschaftliche Öffentlichkeit vermittelbar sind.

Man sagt, dass künstliche Wettbewerbe – also Wettbewerbe ohne einen funktionierenden Nachfragermarkt, auf dem ein Preismechanismus eine Anpassung des Angebots an die Leistung erzwingt – zur Pervertierung von Anreizsystemen führen. Unsere These geht noch einen Schritt weiter: Wir behaupten, dass eine übertrieben forcierte öffentliche Wissenschaftskommunikation – und zwar *weil* sie öffentlich ist – die Qualität von Wissenschaft systematisch zu verschlechtern droht. Wie ist das zu begründen? Der Wettbewerb um mediale Aufmerksamkeit, in den sich die Wissenschaft begibt – übrigens nicht mehr als *die* Wissenschaft, sondern als nur noch scheinbare Einheit in Wahrheit konkurrierender Organisationen – verlangt nach Kriterien, die eine Vergleichbarkeit zumindest suggerieren. Sichtbarkeit, und die damit verknüpfte unterstellbare Aufmerksamkeit, ist ein solches Kriterium. Solange der Journalismus diese Sichtbarkeit nach seinen Kriterien herstellt, ist dies nicht nur unproblematisch, sondern sogar gesellschaftlich wünschenswert: Journalismus beobachtet so die Relevanz von Wissenschaft für die Gesellschaft (und dass er das überraschend autonom und sehr vielfältig tut, haben wir kürzlich in einer Studie nachweisen können). Wenn er dabei nur darauf aus wäre, im wissenschaftlichen Sinne wahre Aussagen zu produzieren, würden wir ihm ein falsches Aufgabenverständnis vorwerfen. Wenn Wissenschaftsakteure darauf aus sind, vor allem *öffentlich publizierbare* Aussagen zu produzieren, müsste man eigentlich genauso ungläubig reagieren. Stattdessen wird der Stellenwert eines wissenschaftlichen Akteurs immer mehr danach bemessen, ob er möglichst viele Einheiten der Währung Aufmerksamkeit angesammelt hat.

Um möglichen Einwänden vorzubeugen: Was wir hier beschreiben, ist kein vollständiges Abbild der heutigen Wissenschaft. Es ist aber ein Mechanismus, der sich zunehmend auf alle, auch auf die epistemischen Abläufe der Wissenschaft auswirkt und schon ausgewirkt hat, ja, der sich mehr und mehr in diese Erkenntnisprozesse im Kern

der Wissenschaft hineinfrisst. Kurzum: Wenn es dazu kommt, dass Aufmerksamkeit zum dominanten Kriterium wird, halten wir die Forderung nach mehr Öffentlichkeit für die Wissenschaft, also nach mehr Kommunikation aus der Wissenschaft in die Öffentlichkeit, nicht nur für wissenschaftsfremd; wir halten sie für nachgerade wissenschaftschädlich.

#### 4. Was heißt dann „bessere Wissenschaftskommunikation“?

Wie hat man sich dann aber bessere Kommunikation aus der Wissenschaft in die Öffentlichkeit vorzustellen? Wir konnten in dieser kurzen Zeit nicht mehr tun, als uns daran zu versuchen, diese Zielsetzung selbst in Frage zu stellen. Anfangs haben wir danach gefragt, **wer** eigentlich eine bessere Wissenschaftskommunikation braucht. Sind es wirklich die Wissenschaftler und Wissenschaftlerinnen selbst, die davon profitieren? Dies würden wir rundheraus verneinen. Ist es die Wissenschaftsorganisation, z.B. eine Universität, die davon profitiert (und mittelbar dann deren Wissenschaftler und Wissenschaftlerinnen)? Auf den ersten Blick ja, denn wer im Aufmerksamkeitswettbewerb vorne liegt, erhält mehr Ressourcen. Aber auch hier kommt es zu der eben geschilderten Beschädigung von Wissenschaftlichkeit, wenn nämlich Aufmerksamkeit zum Erfolgskriterium auch in der Wissenschaft wird. Diese Diagnose gilt auch für die, die man im wahrsten Sinne des Wortes nicht sieht – jeder Wettbewerb erzeugt viel mehr Verlierer als Sieger, und diese Verlierer haben sich ja ebenso verbogen, um sich zu ‚profilieren‘ (die Exzellenzinitiative liefert hier sehr anschauliche Beispiele). Interessanterweise hätte sogar derjenige mehr Vorteile, der es erst gar nicht versucht – er korrumpiert zumindest nicht seine Wissenschaftler. In der Aufmerksamkeitsindustrie gilt es aber jetzt schon als Makel, *nicht* zu kommunizieren und Öffentlichkeit *nicht* für ein Allheilmittel zu halten. Wer *gegen* Öffentlichkeit ist, macht sich verdächtig und gilt als zurückgeblieben. An solchen Argumenten erkennt man vor allem eines: die Ideologisierung des Begriffs. Man könnte ja auch mutmaßen, dass der am Anfang erwähnte Steuerzahler von mehr öffentlicher Kommunikation der Wissenschaft profitiert, da ihm ja direkt Rechenschaft abgelegt werde. Das ist ein sehr schwaches Argument. Es ist sehr zweifelhaft, ob in der Bevölkerung mehr als ein marginales Interesse an solcher Wissenschaftskommunikation besteht, was nicht mit mangelnder Akzeptanz der Wissenschaft zu verwechseln ist. Die ist nämlich vergleichsweise hoch. Hat es zudem je eine der großen Kommunikationskampagnen von Seiten der Wissenschaft wirklich ernst damit gemeint, wenn sie von „Dialog“ und ähnlichen hehren Begriffen sprach? Spätestens mit dem New Public Management sieht man, dass es im Großen und Ganzen gar nicht um den kleinen Mann auf der Straße oder den informierten Bürger geht. Es geht – ohne persönliche Motive von Wissenschaftskommunikatoren diskreditieren zu wollen – darum, über den Umweg medialer Aufmerksamkeit Eindruck bei denjenigen zu schinden, die über die benötigten Ressourcen verfügen, und das ist vor allem immer noch die Politik. Die Politik wiederum ist daran gewöhnt, ihre eigenen Entscheidungen über mediale Aufmerksamkeit zu evaluieren, weil sie so ihre Wähler erreicht; sie merkt aber nicht, dass das im Falle der Wissenschaft völlig unangemessen ist, weil es dieses wissenschaftsinterne Publikum gar nicht gibt.

Ziehen wir eine Bilanz:

- (1) Zum Ersten ist „mediale Aufmerksamkeit“ das falsche Kriterium für die Qualität wissenschaftlicher Erkenntnis; es führt zu einer fatalen Fehlinformation.
- (2) Zum Zweiten schadet die Anwendung dieses Kriteriums direkt der wissenschaftlichen Erkenntnisproduktion.
- (3) Zum Dritten gibt man dafür viel Geld aus, bindet die Zeit von Wissenschaftlern und Wissenschaftlerinnen und demotiviert sie zusehends, verschwendet also auch noch immense Ressourcen für diese falsche Strategie.

„Bessere Wissenschaftskommunikation“ hieße nach unserem Ermessen, diesen *Mechanismus der öffentlichen Aufmerksamkeit* und dessen unheilvollen Einfluss auf wissenschaftliche Erkenntnisprozesse mit allen Mitteln außer Kraft zu setzen. Damit ist

nicht gemeint – dies als Nachtrag zu der Diskussion dieses Vortrags –, dass wir die Außenkommunikation der Wissenschaft und mit ihr die Wissenschafts-PR generell für unnötig halten. Warnen wollten wir aber vor einer aus unserer Sicht fatalen Fehlorientierung von Wissenschaftskommunikation.