

2 Wissenschaftskommunikation: Theoretischer Rahmen und Forschungsstand

Anhand der Forschungsliteratur lässt sich ein großes Interesse am Verhältnis von Wissenschaft und Gesellschaft feststellen. Einen allgemeinen Überblick über das gesamte Feld der Wissenschaftskommunikationsforschung liefern z. B. Bucchi und Trench (2014), für den deutschsprachigen Raum Schäfer et al. (2015).¹ Es gibt zahlreiche Ansätze, die den Gegenstand Wissenschaftskommunikation wissenschaftlich beleuchten. Sie erstrecken sich nicht nur über unterschiedliche thematische Aspekte, sondern sind auch in verschiedenen wissenschaftlichen Disziplinen zu verorten, wie der Medien- und Kommunikationswissenschaft, der Wissenschaftssoziologie und der Publizistik. Das folgende Kapitel soll diejenigen Erkenntnisse wissenschaftlicher Forschung zur Wissenschaftskommunikation vorstellen, die als Kontextwissen für den vorliegenden Untersuchungsgegenstand relevant sind und wiederum helfen, diesen in den Forschungsstand einzuordnen.

Die dieser Studie zugrunde liegende Forschungsfrage nach der Umsetzung der Forderung von Maßnahmen zur Wissenschaftskommunikation in Forschungsverbünden und den damit verbundenen Konsequenzen für die beteiligten Akteure führt zur Theorie der Widerspruchsdynamiken, die – wie oben beschrieben – auf dem Akteursverständnis von Schimank (2003) sowie dem produktiven Potenzial eines sozialen Konflikts nach Simmel (1968) basiert. Zur theoretischen Kontextualisierung soll an dieser Stelle zunächst aufgezeigt werden, in welchem gesellschaftlichen Rahmen Wissenschaft und damit auch Wissenschaftskommunikation stehen (Kapitel 2.1). Denn um die Mechanismen zu verstehen, die zur Forderung von Wissenschaftskommunikation führen und dementsprechend die Umsetzung

¹Eine weiterführende Orientierung über die aktuellen unterschiedlichen Blickwinkel auf Wissenschaftskommunikation geben für die deutschsprachige Forschung z. B. Schäfer et al. (2015). Hier wird Wissenschaftskommunikation in die Felder und Perspektiven der innerwissenschaftlichen und außerwissenschaftlichen Kommunikation, die Kommunikation über Wissenschaft sowie Rezeption und Effekte der Wissenschaftskommunikation gegliedert; anhand dieser Struktur werden neueste Ansätze und Studien dargestellt.

dieser bedingen, muss auch betrachtet werden, welche Rolle die Wissenschaft in der Gesellschaft innehat, auf welche Weise sich die Wissenschaft der Gesellschaft gegenüber zeigt und dadurch positioniert. Die Rolle der Wissenschaft in der modernen Gesellschaft wird im Folgenden anhand ihrer Mediatisierung erläutert. Im Anschluss wird deren Einfluss auf das Berufsverständnis von Wissenschaftlern anhand theoretischer wie empirische Befunde aufgezeigt. Es folgt ein Überblick über das Verständnis von Wissenschaftskommunikation und die Darstellung verschiedener Konzepte, ausgerichtet an ihrer historischen Entwicklung (Kapitel 2.2). Zuletzt werden die im Rahmen der hier zugrunde liegenden Forschungsfrage relevanten drei Akteursgruppen der Wissenschaftskommunikation beschrieben und wird ihre Rolle anhand der vorhandenen Forschungsergebnisse untermauert (Kapitel 2.3).

2.1 Wissenschaft und ihre Rolle in der Gesellschaft

*Mediatisierung*² als gesellschaftliches Phänomen beschreibt nicht nur den Einfluss von (massen-)medialer Vermittlung, sondern grundsätzlicher „den Einfluss des Medienwandels auf menschliche Kommunikation und Interaktion, auf die soziale und kulturelle Realität und damit auf jedes soziale und kulturelle Phänomen“ (Lüthje, 2012: 114; vgl. Krotz, 2007, 2009: 24; Hjarvard, 2008: 108). Mediatisierung wird somit als „Metaprozess“ (Krotz, 2007: 33; vgl. Hepp und Hartmann, 2010: 9 ff.) verstanden und hat sowohl Einfluss auf die Kommunikationspraktiken der Wissenschaft als auch auf ihr „wissenschaftliches Selbstverständnis“ (Lüthje, 2012: 113). Dies gilt sowohl innerwissenschaftlich als auch – und dieser Aspekt ist im Kontext dieser Arbeit von Interesse – was die außerwissenschaftliche Kommunikation von Wissenschaft betrifft, und kann damit als relevant für die Beschreibung des Verhältnisses von Wissenschaft und Öffentlichkeit betrachtet werden. Daran anschließend wird ein Blick auf das Berufsbild der Wissenschaft geworfen. Es soll aufgezeigt werden, inwieweit die veränderten Bedingungen einer mediatisierten Wissenschaft auch Einfluss auf die Wissenschaft allgemein, wie Marcinkowski und Kohring (vgl. z. B. Marcinkowski und Kohring, 2014; Marcinkowski et al., 2013, 2014) konstatieren, und folglich auf das Berufsver-

²In der Forschungsliteratur wird teilweise unterschieden zwischen den Begriffen *Mediatisierung* und *Medialisierung*. Im Kontext dieser Arbeit wird ausschließlich der Begriff *Mediatisierung* nach dem o. a. Verständnis verwendet. Zur Unterscheidung von *Mediatisierung* und *Medialisierung* vgl. Couldry (2008), Hepp (2014), Hepp und Krotz (2012), Imhof (2006), Krotz (2009) und Meyen (2009).

ständnis von Wissenschaftlern haben. Dazu wird zunächst in Anlehnung an Bourdieus Verständnis der „Wissenschaft als soziales Feld“ (vgl. Bourdieu, 1992, 1998; Bourdieu und Wacquant, 1996) ein theoretischer Zugang vorgestellt, um diesen dann anhand der zuvor aufgezeigten gesellschaftlichen Entwicklungen zu reflektieren.

2.1.1 Mediatisierung von Wissenschaft

Das hier zugrunde liegende Verständnis der mediatisierten Wissenschaft entspricht begrifflich dem Konzept der *post-normalen Wissenschaft* (vgl. Funtowicz und Ravetz, 1993, 2003), wie u. a. Lüthje (2012) es in diesem Kontext definiert. Diese zeichnet sich vor allem aus durch ihre Annäherung an die Gesellschaft und ihre Öffnung gegenüber derselben. Wissenschaft, wissenschaftliche Forschung und der Kontakt zu Wissenschaftlern werden auf diese Weise für die Gesellschaft leichter zugänglich. Außerdem dringt das von der Wissenschaft generierte Wissen in immer mehr Lebensbereiche ein. Weingart (2001) beschreibt dies als „Verwissenschaftlichung der Gesellschaft“ bei einer gleichzeitigen „Vergesellschaftung der Wissenschaft“. Lüthje (2012: 121 f.) definiert die Merkmale der post-normalen Wissenschaft wie folgt: Grundsätzlich sind die Anforderungen an die Wissenschaft komplexer geworden. Dies zeigt sich sowohl an den vermehrten Interessengruppen, für die wissenschaftliches Wissen relevant ist, als auch daran, dieses teilweise kontrovers zu diskutieren. Ebenso haben auch die wissenschaftlichen Themen an Komplexität zugenommen. Dabei haben sich durch die Annäherung der Wissenschaft an Politik, Wirtschaft und Gesellschaft neue Forschungsaspekte entwickelt, die durch eine transdisziplinäre Ausrichtung gekennzeichnet sind. Eng damit verbunden ist auch der Einfluss des öffentlichen Interesses an wissenschaftlichen Themen, z. B. im Zusammenhang mit gesellschaftlich kontrovers diskutierten Themen und ihrer gesellschaftlichen Risikofolgenabschätzung. Die Nähe der Wissenschaft zur Gesellschaft wird auch durch eine verstärkte Anwendungsrelevanz der Forschung deutlich, deren Qualität „zusätzlich zu wissenschaftlichen Kriterien (...) an ökonomischen, politischen und sozialen Kriterien gemessen (wird)“ (Lüthje, 2012: 122; vgl. Weingart, 2003: 118 f.). Neben den Hochschulen existieren vermehrt auch andere Arten von Forschungseinrichtungen, die zur Wissensproduktion beitragen, sowie Politik und Öffentlichkeit als

„extended peer community“ (Lüthje, 2012: 121), die an wissenschaftlichen Entscheidungsprozessen partizipieren.³

Mediatisierte Wissenschaft als Forschungsgegenstand

Mit der Ausweitung und Spezifizierung von Wissenschaftskommunikation seit Ende des letzten Jahrhunderts⁴ ist auch eine wissenschaftliche Debatte über die Mediatisierung von Wissenschaft entstanden, die vor allem in der Medien- und Kommunikationswissenschaft, der Wissenschaftssoziologie, der Public-Relations-Forschung und der Wissenschaftspublizistik zu verorten ist (vgl. Jarren, 2001; Krotz, 2007; Peters et al., 2008a; Raupp, 2009; Schäfer, 2007; Weingart, 2001; Weingart und Schulz, 2014). Dabei wird in der Forschungsliteratur unter anderem das Verhältnis von Wissenschaft und Gesellschaft bzw. Wissenschaft und Politik unter dem Einfluss der Mediatisierung untersucht. So analysiert Weingart (2001: 16) die Auswirkungen der Mediatisierung auf die wissenschaftliche Wissensproduktion. Dabei macht er ein besonders enges Verhältnis der Wissenschaft zu den Bereichen Politik, Wirtschaft und Massenmedien aus, das er mit kritischem Blick beleuchtet (vgl. auch Weingart und Schulz, 2014). Die Mediatisierung von Wissenschaft äußert sich dabei auf zweierlei Weise: Einerseits sei eine veränderte Darstellung von Wissenschaft in den Medien erkennbar. Auf der anderen Seite wandle sich auch das Verhalten der Akteure der Wissenschaft, die versuchten, „sich medialen Selektions- und Präsentationsweisen anzupassen, um durch eine möglichst vorteilhafte Berichterstattung ihre gesellschaftliche Legitimation zu steigern“ (Schäfer, 2008: 207; vgl. Weingart, 2001). Marcinkowski et al. (2013) betonen darüber hinaus die zunehmende Ökonomisierung der Wissenschaft, wodurch wissenschaftliche Einrichtungen nach unternehmerischen Konzepten ausgerichtet werden und Kommunikation mit dem Ziel der Markenbildung betrieben wird. Sie thematisieren den starken Einfluss auf die Forschung, den sie mit diesen Entwicklungen verbinden (vgl. auch Höhn, 2011; Marcinkowski et al., 2014). Demnach hat die Mediatisierung der Wissenschaft nicht nur eine Professionalisierung der Öffentlichkeitsarbeit zur Folge, sondern beeinflusst darüber hinaus auch Entscheidungen im Forschungsprozess und „den Kern der Wissensproduktion“ (Weingart, 2001: 249). Was ursprünglich dazu gedacht war, die Transparenz der Wissenschaft nach außen zu verbessern, ist zum „Selbstdar-

³Eine tabellarische Gegenüberstellung von traditioneller/normaler und post-normaler Wissenschaft findet sich bei Lüthje (2012: 122), in Anlehnung an Weingart (2001).

⁴Siehe hierzu ausführlich Kapitel 2.2.

stellungsmandat der Wissenschaftler, ihrer Institutionen und individuellen Akteure korrumpiert“ (Weingart und Schulz, 2014: 11). Als Gefahr sehen Weingart und Schulz (ebd.: 12) dabei vor allem einen Autonomieverlust, dem die Wissenschaft nach Meinung der Autoren durch ihre Mediatisierung (und Politisierung) ausgesetzt sei.

Zu einem ähnlichen Ergebnis kommen auch Peters et al. (2009). Sie untersuchen den Einfluss medialer Berichterstattung auf das Verhältnis zwischen Wissenschaft und Politik mit der Fragestellung, „ob die Medialisierung der Wissenschaft lediglich die *öffentliche Darstellung* der Wissenschaft und des wissenschaftlichen Wissens beeinflusst, oder aber auch Rückwirkungen auf die Forschungspraxis sowie auf das produzierte Wissen hat“ (ebd.: 10, Hervorh. i. O.). In einer groß angelegten internationalen Befragung betrachten sie

„erstens die Anpassung der Wissenschaft an die Erfordernisse medialer Kommunikation seitens der Wissenschaftsorganisationen und Wissenschaftler, zweitens das mediale Konstrukt von Wissenschaft vor allem in Bezug auf die Legitimität wissenschaftlicher Geltungsansprüche als Grundlage politischer Regulation, und drittens die medialen Einflusspfade, über die Wissenschaft potentiell Eingang in den Politikprozess findet.“ (ebd.: 11)

Sie kommen zu dem Ergebnis, dass die Folgen der Mediatisierung von Wissenschaft und der damit verbundenen Professionalisierung der Wissenschaftskommunikation in den Forschungsorganisationen vor allem in der gesteigerten öffentlichen Darstellung von Wissenschaft als Relevanzindikator zu sehen seien (ebd.: 29 f., 40). Darüber hinaus identifizieren die Autoren die „Betonung potentieller Anwendungsrelevanz wissenschaftlicher Forschung“ (ebd.: 30) und damit „die Verwendung außerwissenschaftlicher Referenzrahmen in der Selbstdarstellung“ (ebd.). Dabei stellen sie fest, dass diese Entwicklung über die Selbstdarstellung der Wissenschaft hinaus auch Auswirkungen auf die wissenschaftliche Wissensproduktion mit sich bringt. Ihrer Befragung können sie zumindest Tendenzen dahingehend entnehmen, dass die mediale Resonanz als Entscheidungskriterium im Forschungsprozess eine Rolle spielt (vgl. ebd.: 33). Durch die bevorzugte Auswahl „medial attraktiver Forschungsthemen für die Selbstdarstellung der Organisation (...) geben (die Pressestellen) den Wissenschaftlern auf diese Weise ein informelles Feedback darüber, welche Art von Forschung der öffentlichen Legitimation und Profilierung der Organisation dient“ (ebd.).

Weitere empirische Studien zum medialen Einfluss auf die öffentliche Darstellung von Wissenschaft existieren u. a. von Peters und Heinrichs (2005), Post (2009), Rödder und Schäfer (2010) und Weingart et al. (2008).

Über die Veränderungen in der medialen Wissenschaftsberichterstattung besteht in Theorie und Empirie dabei weitgehend ein Konsens mit den o. g. Ergebnissen (vgl. auch Schäfer, 2008: 208). Demnach sind es vor allem drei Aspekte der Mediatisierung, anhand derer sich die Veränderungen in der medialen Wissenschaftsberichterstattung konstatieren (vgl. ebd.: 207 f.): 1. *Extensivierung*, d. h. Wissenschaft und wissenschaftliche Themen finden in der medialen Berichterstattung mehr und mehr Berücksichtigung. Mit diesem quantitativen Wandel einher geht auch eine Veränderung hinsichtlich der Qualität der Wissenschaftsberichterstattung. Dies insofern als dass wissenschaftliche Ergebnisse nicht länger im Stil einer „science du chef“ (Bucchi, 2014: 2) weitgehend unkommentiert und unreflektiert veröffentlicht werden, sondern im Interesse der rezipierenden Gesellschaft. 2. *Pluralisierung*, wonach neben wissenschaftlichen Akteuren und Argumenten auch nicht-wissenschaftliche Akteure – auch: „Gegenexperten“ (Peters, 1994; Van den Daele, 1996: vgl. z. B.) – und ihre Deutungen zu Wort kommen. 3. *Polarisierung* im Sinne kritischer, auch nichtwissenschaftlicher Bewertungen der Wissenschaft in der Berichterstattung (vgl. Gregory und Miller, 2000; Weingart, 2003: 118 f.).

Die gesellschaftliche Positionierung der Wissenschaft wird auch aus anderen Blickwinkeln wissenschaftlich betrachtet. Diese spielen zwar im Kontext der vorliegenden Arbeit eine untergeordnete Rolle, sollen aber aus Gründen der Vollständigkeit zumindest kurz dargestellt werden. So existieren empirische Analysen zu der Darstellung wissenschaftlicher Themen und Forschungsergebnisse in den Medien. Hier findet sich eine große Anzahl an Studien, die auf die Wissenschaftsberichterstattung in Massenmedien fokussieren und dabei inhaltsanalytisch untersuchen, inwiefern Wissenschaft bzw. einzelne Forschungsthemen öffentlich vermittelt werden (vgl. Herrmann-Giovanelli, 2013: 49; Schäfer et al., 2015: 23; Weingart et al., 2000). Auch der mediale Diskurs einzelner Ereignisse, die Rolle der Medien und speziell des Wissenschaftsjournalismus und dessen Selbstverständnis (vgl. Leßmöllmann, 2009b; Meier und Feldmeier, 2005) sind Gegenstand der Wissenschaftskommunikationsforschung. Ein Überblick über den Forschungsstand im Bereich der medialen Repräsentation von Wissenschaft und Forschung sowie Darstellungen zur Entwicklung des Wissenschaftsjournalismus findet sich u. a. bei Meier und Feldmeier (2005), Schäfer (2010), Schanne und Meier (2010) und Weigold (2001).⁵ Die Untersuchung öffentlicher Debatten über Wissenschaft und Forschung wird häufig anhand

⁵Herrmann-Giovanelli (2013: 49 f.) liefert in diesem Kontext Ausführungen zum Thema Gentechnologie.

einzelner wissenschaftlicher Forschungsthemen sowie damit zusammenhängender (gesellschaftlicher) Risiken erörtert. Hierzu geben Schäfer et al. (2015: 23) einen aktuellen Überblick über existierende Studien zu Themen wie Biotechnologie (u. a. Bonfadelli und Meier, 2010; Bonfadelli, 2002; Gerhards und Schäfer, 2006; Kohring und Matthes, 2002; Milde und Ruhrmann, 2006), Nanotechnologie (u. a. Donk et al., 2012; Kohring et al., 2011; Metag und Marcinkowski, 2014), Atomkraft (u. a. Arlt, 2015; Saxer et al., 1986) und Klimaforschung (u. a. Maurer, 2011; Neverla und Schäfer, 2012; Peters und Heinrichs, 2005; Schmidt et al., 2013; Weingart et al., 2008). Auch Studien zur Wissenschaft in der öffentlichen Wahrnehmung sind Teil der Wissenschaftskommunikationsforschung. Sie beschäftigen sich mit der Rezeption und Wirkung von Wissenschaftskommunikation (vgl. Arlt et al., 2011; Bauer et al., 2007; Eurobarometer, 2002; Schäfer et al., 2015; Taddicken und Neverla, 2011: 23). Hier geht es vor allem um „das Interesse der Öffentlichkeit an und deren Einstellung zu Wissenschaft und einzelnen Wissenschaftsdisziplinen bzw. Forschungsfeldern sowie das Wissen der Öffentlichkeit in Bezug auf wissenschaftliche Inhalte wie Wortschatz, Konzepte und Methoden“ (Herrmann-Giovanelli, 2013: 51; vgl. u. a. Gisler et al., 2004; Kim, 2007; Miller, 2004; Peters et al., 2007; Wynne, 2010). Auch durch das Eurobarometer der Europäischen Kommission werden regelmäßig repräsentative Daten zur Einstellung der Bevölkerung gegenüber Wissenschaft erhoben (vgl. hierzu Bauer und Gaskell, 2002; Gaskell et al., 2006). Peters (z. B. 1999, 2009) betrachtet die Rezeption der Öffentlichkeit von Wissenschaftsberichterstattung oder politische Entscheidungsträger als besondere Zielgruppe der Wissenschaftskommunikation (vgl. Herrmann-Giovanelli, 2013: 51 f.).

2.1.2 Wissenschaftler – (öffentliche) Experten unserer Gesellschaft

Was bedeuten die oben beschriebenen Entwicklungen hinsichtlich einer gesteigerten Bedeutung von außerwissenschaftlicher Legitimation und Akzeptanz nun konkret für das Berufsverständnis von Wissenschaftler und dessen Ausgestaltung? Ihre Positionierung innerhalb der Wissenschaft sowie zur Öffentlichkeit als außerwissenschaftliches Publikum im Zuge einer mediatisierten Wissenschaft wird im Folgenden näher betrachtet.

Um einen ersten theoretischen Zugang zur Wissenschaft als Berufsfeld zu bekommen und zu verstehen, welche Motive die Handlungsentscheidungen von Wissenschaftlern beeinflussen, dieses zu gestalten und auszuüben, bietet sich Pierre Bourdieus Begriff des sozialen Feldes (vgl. Bourdieu, 1992, 1998) und die damit verbundenen Ausführungen zur Wissenschaft als eben-

solches an. Denn hier werden die Akteure in den Fokus gestellt, die ihre eigene (berufliche) Realität selbst konstruieren (vgl. Beaufaÿs, 2003: 51, 53). Bourdieu versteht Wissenschaft als „eigene soziale Welt“ (Barlösius, 2012: 125), in der eigene Regeln und Prozesse gelten, welche durch das Agieren der Akteure untereinander bestimmt sind und auf diese Weise das wissenschaftliche Feld als solches definieren. Dazu gehören „das wissenschaftliche Reputationswesen, wissenschaftstypische Rekrutierungsmodi oder die Unterscheidung in Disziplinen“ (ebd.: 125) bzw. „Promotions- und Habilitationsverfahren, *peer review*, Evaluationen, Begutachtungen von Drittmittelanträgen, Preise und Auszeichnungen, wissenschaftliche Beiräte“ für die „feldinterne Selbstkontrolle der wissenschaftlichen Qualität“ (ebd.: 127, Hervorh. i. O.). Aushandlungsprozesse zwischen den im Feld beteiligten Akteuren geschehen über das so genannte *wissenschaftliche Kapital*, „dessen jeweilige Verteilung die Struktur des wissenschaftlichen Feldes bestimmt – und damit die Beziehungen zwischen den wissenschaftlichen Akteuren“ (ebd.) sowie deren Position innerhalb des Feldes (vgl. Beaufaÿs, 2003: 53).

Dabei wird differenziert zwischen dem reinen und dem institutionellen wissenschaftlichen Kapital. Ersteres müssen sich Wissenschaftler durch ihre wissenschaftlichen Leistungen, d. h. Forschungsergebnisse und deren Publikation, erarbeiten: „Es besteht aus der Akkumulation von wissenschaftlichem Prestige und bildet die Voraussetzungen dafür, als guter oder sogar exzellenter Wissenschaftler anerkannt zu werden“ (Barlösius, 2012: 127). Erst nach dem Erwerb des reinen Kapitals wird Wissenschaftlern in der Regel auch institutionelles Kapital zuteil, das sich in Form von Leitungspositionen oder dem Sitz in Berufungskommissionen und anderen akademischen Entscheidungsgremien zeigt (vgl. ebd.: 127). Es „erhält und behält, wer Positionen innehat, mit denen sich andere Positionen und deren Inhaber beherrschen lassen“ (Bourdieu, 1992: 149). Nach dem Verständnis Bourdieus kann wissenschaftliches Kapital ausschließlich von der „Gesamtheit der gleichgesinnten Wettbewerber innerhalb des wissenschaftlichen Feldes gewährt“ (Bourdieu, 1998: 23) werden. Es handelt sich also um einen rein innerwissenschaftlichen Prozess.

Auch Merton (1985) liefert einen theoretischen Ansatz, um die Besonderheiten des wissenschaftlichen Wissens, der wissenschaftlichen Kommunikation und die daraus resultierenden innerwissenschaftlichen Kommunikationsregeln sowie deren Auswirkungen auf die Kommunikation mit außerwissenschaftlichen Institutionen zu beschreiben (vgl. dazu Weingart,

2003: 19). Merton (1985) definiert als idealtypische Beschreibung das „Ethos der Wissenschaft“ (ebd.: 88):

„Das Ethos der Wissenschaft ist jener affektiv getönte Komplex von Werten und Normen, der als für den Wissenschaftler bindend betrachtet wird. Die Normen haben die Gestalt von Vorschriften, Verboten und Grundsätzen, die bestimmen, was bevorzugt werden soll und was noch zulässig ist. Ihre Legitimität erwächst daraus, dass sie als Werte institutionalisiert sind. (...) Das Ethos der Wissenschaft ist nicht kodifiziert, es lässt sich jedoch aus dem moralischen Konsensus der Wissenschaftler erschließen, wie er im täglichen Umgang, in den zahllosen Schriften über den Geist der Wissenschaft oder in der moralischen Empörung angesichts von Verstößen gegen dieses Ethos zum Ausdruck kommt.“

Das Ethos der Wissenschaft⁶ konstituiert sich über vier Normen zur Sicherstellung der Objektivität wissenschaftlichen Wissens, die das Handeln von Wissenschaftlern beeinflussen (vgl. Herrmann-Giovanelli, 2013: 72). Merton postuliert dabei die Unabhängigkeit wissenschaftlicher Erkenntnisse von den sozialen bzw. persönlichen der Person der Wissenschaftlerin bzw. des Wissenschaftlers (*Universalismus*) sowie den Grundsatz, wissenschaftliche Ergebnisse durch Publikationen öffentlich zu machen (*Kommunismus*) (vgl. Merton, 1985: 90; Rödder, 2009: 31; Herrmann-Giovanelli, 2013: 72). Darüber hinaus sollte wissenschaftliches Wissen nicht dem eigenen Vorteil dienen, sondern „übergeordneten Zielen dienen, wie zum Beispiel dem Fortschritt der Wissenschaft“ (Herrmann-Giovanelli, 2013: 72 f.) (*Uneigennützigkeit*). Zuletzt sollte jede wissenschaftliche Wahrheitsbehauptung kritisch geprüft werden, bevor sie als neues, gesichertes Wissen anerkannt wird (*kritischer Skeptizismus*) (vgl. Rödder, 2009: 31 f.).

Nach dem traditionellen Verständnis spielt sich Wissenschaft als Beruf demzufolge unabhängig von öffentlichen Einflüssen ab (vgl. ebd.: 54). Hierzu LaFollette (1990: 18):

„Science is not a ‚visible‘ occupation. Ordinary people may readily observe carpenters, lawyers, or nurses at work; but even in a technologically advanced country such as the United States, few people ever watch scientists working in any stage of the research process.“

Und auch Weingart (2005: 21) beschreibt Wissenschaft als „sowohl institutionell als auch kommunikativ von der Gesellschaft separiert“. Doch was

⁶Auch wenn dieses Ethos der Wissenschaft von verschiedener Seite kritisiert wird (z. B. Heintz und Kiener, 1995; Stehr, 1985; Weingart, 2003), liefert es doch eine brauchbare Erklärungsgrundlage für das Selbstverständnis der wissenschaftlichen Akteure und ihrer Sicht auf die Wissenschaft als Berufsfeld.

vor zehn bzw. 25 Jahren noch anerkannt war, muss heute unter dem Einfluss einer zunehmend mediatisierten Gesellschaft differenzierter betrachtet werden.

Inwiefern ist die Wissenschaft frei von öffentlichen Einflüssen? Der Blick auf die historische Entwicklung zeigt, dass die außerwissenschaftliche Kommunikation mit dem Ziel der verständlichen Vermittlung wissenschaftlicher Ergebnisse durchaus kein neues Phänomen ist. Wohl aber eines, das spätestens mit den verstärkten PUSH-Bestrebungen seit den 1990er Jahren unter veränderten Bedingungen zurückgekehrt ist (vgl. dazu Kapitel 2.2). So existiert bereits im 17./18. Jahrhundert populärwissenschaftliche Vermittlung von Wissenschaft (vgl. Hochadel, 2003; Weingart, 2005). Die Bildung der Wissenschaftsakademien führt jedoch zu einer institutionellen Abgrenzung der Wissenschaft von der Öffentlichkeit, und „allmählich bildet sich die soziale Rolle des Forschers heraus, der mit einem festen Salär rechnen kann“ (Weingart, 2005: 14). Die dadurch neu gewonnene Autonomie wird gesehen als „Voraussetzung für die Freiheit von Forschung und Lehre, für innovative (...) Ideen“ (Günther, 2010: 11). Diese Distanz der Wissenschaft zur Gesellschaft ermöglicht das autonome Handeln der Forschenden und damit Leistungsfähigkeit und Erfolg von Wissenschaft (vgl. Herrmann-Giovanelli, 2013: 64; Rödder, 2009: 25). Dabei teilt sich die Kommunikation wissenschaftlicher Ergebnisse in eine primäre, die sich über Fachpublikationen an direkte Forschungskollegen richtet, sowie in eine sekundäre, die sich an die allgemeine wissenschaftliche Gemeinschaft richtet (vgl. Weingart, 2005: 15). Bis in das frühe 20. Jahrhundert existieren professionalisierte Wissenschaft und ihre Popularisierung nebeneinander, wissenschaftliches Wissen gilt als "nützlich, oft auch als unterhaltsam und spannend" (vgl. ebd.: 18).

Abgelöst wird dieses Verständnis von einem neuen, gegensätzlichen Publikumsbild:

„Jetzt wird die Öffentlichkeit auf einmal als unwissend und wissenschaftlich ungebildet vorgestellt. An die Stelle der aufgeklärten Öffentlichkeit der Amateure des 18. und 19. Jahrhunderts tritt die massendemokratische Öffentlichkeit des 20. Jahrhunderts, der von Seiten der Wissenschaft sowohl das Interesse als auch die Fähigkeit abgesprochen wird, wissenschaftliche Erkenntnisse verstehen zu können. Damit verliert aber auch die Popularisierung der Wissenschaft ihren anerkannten Status“ (Weingart, 2005: 18 f.; vgl. auch Fuhrin, 2013: 16).

Als Folge wird „die Tätigkeit der Popularisierung (...) aus der Sicht der Wissenschaft zunehmend als untergeordnet und marginal bewertet, weil sie zu der professionellen Forschungskommunikation nichts beiträgt“ (Weingart, 2005: 19). Als Grund dafür wird die „mangelnde Anschaulichkeit“ (ebd.: 19) vor allem naturwissenschaftlicher Forschung gesehen.

Erst wieder mit dem Vertrauensverlust der Gesellschaft in die Wissenschaft zu Beginn der 1970er Jahre und der damit verbundenen Legitimierungskrise, der damit angestoßenen Entwicklung der Wissenschaftskommunikation sowie gleichzeitigen Veränderungen der gesteigerten Forschungsfinanzierung durch Drittmittel werden auch wieder Publika außerhalb der Wissenschaft adressiert (vgl. dazu Kapitel 2.2). Seitdem hat die außerwissenschaftliche Kommunikation von Wissenschaftlern immer mehr an Bedeutung gewonnen. Über die damit verbundenen strukturellen Auswirkungen gibt Rödder (2009: 56 f.) einen internationalen Überblick:

„In vielen Ländern nehmen Organisationen des Wissenschaftssystems Sichtbarkeit als professionelle Pflicht in ihre Statuten auf und verpflichten jedes Mitglied auf die aktive Teilnahme an der Adressierung außerwissenschaftlicher Publika (vgl. für Deutschland Peters et al. (2008a), für Frankreich De Cheveigné (1997) und für Norwegen Kyvik (2005)). Als dritte Pflicht eines Wissenschaftlers neben Forschung und Lehre steht die Sichtbarkeit in den Hochschulrahmengesetzen aller skandinavischen Länder (...). In den USA sind entsprechende Verpflichtungen als ‚Criterion 2 – Broader Impacts‘ in den Förderrichtlinien der NSF verankert. Die deutschen Forschungseinrichtungen und Universitäten haben in den vergangenen Jahren Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und damit eine Dauerbeobachtung der Medien institutionalisiert. Sichtbarkeit gilt als Voraussetzung, um im zunehmenden Wettbewerb untereinander konkurrenzfähig zu sein. Auch von Seiten der Organisation wird an den einzelnen Wissenschaftler also die Erwartung herangetragen, sich an der Profilbildung seiner Institution zu beteiligen.“

Bedeutung außerwissenschaftlicher Kommunikation für Wissenschaftler

Das Berufsbild der Wissenschaft kann also nicht losgelöst von deren Rolle innerhalb der Gesellschaft und den damit verbundenen strukturellen Veränderungen betrachtet werden. So nimmt vor allem der sich wandelnde Stellenwert außerwissenschaftlicher Kommunikation Einfluss auf die Ausgestaltung der beruflichen Tätigkeit von Wissenschaftlern.

Als traditionelle Berufselemente eines Wissenschaftlers gelten Forschung, Lehre und akademische Selbstverwaltung (vgl. Stichweh, 1984: 70 ff.; Rödder, 2009: 195). Dabei sehen Wissenschaftler „die Produktion neuer Erkenntnisse als ihr primäres professionelles Ziel“ (Rödder, 2009: 195). Konkret wird ihre Rolle als Forscher ausgefüllt durch „das Generieren innovativer und origineller Ideen, das Durchführen von Versuchen, das Publizieren und Diskutieren von Ergebnissen auf Fachtagungen und in Fachjournals sowie die kritische Begutachtung der Arbeit anderer Kollegen im Rahmen der *peer review*“ (ebd.: Hervorh. i. O.). Hinzu kommen (institutionelle) Managementaufgaben, wie das Einwerben von Mitteln zur Forschungsförderung oder die Personalentwicklung (vgl. ebd.). Die beiden letztgenannten Aufgaben

gehören jedoch nicht zur innerwissenschaftlichen Forscherrolle, sondern sind vielmehr „Rollenerwartungen an den Wissenschaftler als Hochschullehrer, als Organisationsmitglied oder eben als sichtbarer Wissenschaftler“ (Rödder, 2009: 196). Die Sichtbarkeit von Wissenschaftlern definiert Rödder dabei über deren außerwissenschaftliche Anknüpfungspunkte, wie sich beispielsweise durch das Einwerben von Drittmitteln und der damit verbundenen Aufmerksamkeitserzeugung und Legitimierungsoption zeigt.

Um mit dieser „Doppelloyalität“ (ebd.) strukturell umzugehen, besteht entweder die Möglichkeit, die „Rolle des Forschers und anderer Rollen auf verschiedene Personen“ (ebd.) zu verteilen oder aber die hinzukommenden Rollen „als Teil des Rollen-Sets (...) zu etablieren“ (ebd.: 196 f.). „Diese Rollen können, wie die Lehre an der Universität, professionelle Pflicht aller dort angestellten Mitarbeiter sein oder auch nur von einigen Wissenschaftlern ausgefüllt werden, wie die Tätigkeiten in der wissenschaftlichen Selbstverwaltung“ (ebd.: 197). Auf institutioneller Ebene werden dazu einerseits eigene Presse- und Öffentlichkeitsarbeitsstellen eingerichtet mit dem Ziel, die einzelnen Wissenschaftler „in ihren Ressourcengenerierungs- und Legitimationsbemühungen“ (ebd.) zu entlasten und die außerwissenschaftliche Kommunikation von individuellen Wissenschaftlern zu kontrollieren (vgl. ebd.).⁷ Zudem bilden sich spezielle, an die Öffentlichkeit adressierte Formate heraus, die der „Kommunikation von Sachinformation (dienen), mit der *literacy* bzw. Meinungsdialog erreicht werden sollen“ (ebd.: 197, Hervorh. i. O.) und auf Nachwuchsgewinnung abzielen (vgl. ebd.: 198). Dabei stellt Rödder „als wichtigen Professionalisierungsschritt“ (ebd.: 197) die Einrichtung von Positionen für Wissenschaftskommunikation fest, die für diese Aufgaben spezialisiert sind und diese hauptsächlich übernehmen (vgl. ebd.: 197).

Außerwissenschaftliche Publika und deren Anerkennung werden für Wissenschaftler aus den o. a. Gründen also zunehmend relevant. Denn „als Steuerzahler und Privatinvestoren finanzieren sie Forschung, als (...) Anwender nutzen sie Wissensprodukte und Technologien und als Bürger beeinflussen sie über öffentliche Meinungsbildungsprozesse politische Entscheidungen wie die Regulierung von Forschungsgebieten“ (ebd.: 202). Es zeigt sich, dass „neben die wissenschaftliche Reputation in Form von Publikations- und Zitierhäufigkeit“ (Herrmann-Giovanelli, 2013: 67) die Öffnung hin zu Öffentlichkeit und Medien mit den ihnen zugrunde liegenden kommunikativen Regeln und Logiken tritt. Von Bedeutung für die

⁷Bucchi (2014: 147) spricht in diesem Zusammenhang von „deviation“.

Ausgestaltung ihrer beruflichen Tätigkeit sind im Sinne von Bourdieu wissenschaftlichem Kapital für Wissenschaftler nicht mehr länger nur *institutionelle Macht*, *wissenschaftliche Autorität*, *wissenschaftliches Prestige* und *intellektuelle Macht*, die wiederum als wissenschaftliche Reputation verstanden werden können. Fuhrin (2013: 179) benennt als fünften Aspekt die *Prominenz*, die im Gegensatz zu den vorherigen nicht innerwissenschaftlich, sondern öffentlich vergeben wird.⁸

Als Anerkennungskriterien der Wissenschaft gelten also einerseits innerwissenschaftlich die *Reputation* sowie außerwissenschaftlich die *Prominenz* (vgl. v. a. Fuhrin, 2013; Rödter, 2009). Beide sind demnach Bestandteil des beruflichen Verständnisses von Wissenschaftlern und nehmen Einfluss auf ihre Handlungsentscheidungen. Dabei ist das Verhältnis beider Anerkennungskriterien jedoch ambivalent. So existieren Unterschiede bei der Vergabe von Reputation und Prominenz:

„In der meritokratischen Reputationsordnung der Wissenschaft kommt Reputation durch die Anerkennung ihrerseits reputierter Personen zustande. Dagegen ist für das Erlangen von Prominenz die Fähigkeit entscheidend, öffentliche Beachtung zu finden. (...) Wissenschaftler (werden) in den Medien nicht nach der sachlichen Richtigkeit ihrer Darstellung, sondern nach der Aufmerksamkeitsorientierung ihrer Kommunikation beurteilt.“ (Rödter, 2009: 63)

Reputation erlangen Wissenschaftler also dadurch, dass ihre wissenschaftliche Arbeit, d. h. ihre Forschungsleistung, von Kollegen aus der wissenschaftlichen Gemeinschaft für gut befunden wird. Prominenz hat zwar auch eine Bewertungsfunktion, wird dagegen jedoch nach öffentlichkeits- bzw. medieninternen Kriterien vergeben. Diese stehen in Konkurrenz zu denen der Wissenschaft (vgl. ebd.: 204). Vor allem der Aspekt der Hervorhebung der eigenen Person, die in der medialen Darstellung häufig vorkommt, innerwissenschaftlich jedoch als Tabu gilt, führt zu einer Widersprüchlichkeit, mit der Wissenschaftler umgehen müssen.

Was die gegenseitige Einflussnahme von Reputation und Prominenz betrifft, kann eine außerwissenschaftliche Wirkung von innerwissenschaftlicher Anerkennung festgestellt werden (vgl. z. B. Peters und Heinrichs, 2005: 117; Weigold, 2001: 172). So gilt wissenschaftliche Reputation als Indiz für Glaubwürdigkeit, was für Medienvertreter ein Entscheidungskriterium ist, reputierte Wissenschaftler als Experten auszuwählen (vgl.

⁸Auch Dernbach (2012) zeigt auf, wie Wissenschaftler mit dieser Erweiterung ihrer beruflichen Anforderungen umgehen, indem sie Gespräche mit Wissenschaftlern verschiedener Disziplinen über ihre Erfahrung mit ihrer öffentlichen Rolle führt. Hierbei handelt es sich um eine Reflexion persönlicher Erfahrungen ohne empirisch fundierte, inhaltsanalytische Auswertung.

Weingart und Pansegrau, 1998: 195; Weingart, 2005: 263, 266; Rödder, 2009: 28). Umgekehrt hat Prominenz nur dann eine positive Rückwirkung auf ihre wissenschaftliche Anerkennung, wenn diese als „angemessen“ (Rödder, 2009: 205) beurteilt wird.

Auswirkungen öffentlicher Sichtbarkeit auf das Berufsverständnis

Von Interesse im Kontext dieser Arbeit sind jedoch nicht nur die institutionellen Veränderungen, sondern ebenso, wie die Akteure selbst, also Wissenschaftler, mit diesen veränderten Bedingungen an ihr Tätigkeitsfeld umgehen und welche Rückschlüsse dadurch auf die Ausgestaltung ihrer Arbeit gezogen werden können. Das veränderte Berufsverständnis von Wissenschaftlern wird erst in jüngster Zeit intensiver empirisch erforscht (vgl. u. a. Grande et al., 2013; Herrmann-Giovanelli, 2013; Weingart und Schulz, 2014), während Rödder (2009) hier noch einen Mangel beklagt: „Wie die Selbstbeschreibungen vom Doktoranden bis zum Nobelpreisträger variieren und wie Wissenschaftler Sichtbarkeit, aber auch Nicht-Sichtbarkeit mit ihrem Berufsverständnis in Zeiten der Medialisierung vereinbaren, ist noch nicht untersucht“ (ebd.: 69). Die Selbstwahrnehmung des eigenen Tätigkeitsfeldes beeinflusst die Ausgestaltung desselben. Möchte man beschreiben, wie Wissenschaftler die Forderung nach Wissenschaftskommunikation in ihr tägliches Aufgabenspektrum integrieren und welchen Stellenwert sie ihr dabei zuschreiben, sind Erkenntnisse über die Sicht der Akteure auf ihren Beruf unter dem Einfluss der Mediatisierung von Bedeutung.

Indem sie die öffentliche Sichtbarkeit von Wissenschaftlern am Beispiel von Humangenomforschern untersucht, liefert Rödder (ebd.) einen empirisch fundierten Beitrag dazu, was die veränderten gesellschaftlichen Bedingungen für die Wissenschaft sowie die berufliche Ausgestaltung derselben bedeuten (vgl. ebd.: 194). Dabei kommt sie zu dem Ergebnis, dass „sichtbare“ (ebd.) Wissenschaftler mit Erwartungen umgehen müssen,

„die in sachlicher, zeitlicher und sozialer Hinsicht unterschiedliche Handlungsorientierungen nahelegen. In sachlicher Hinsicht zeichnet sich ein Spannungsfeld zwischen der Sachorientierung wissenschaftlicher und der Nachrichtenwertorientierung medialer Kommunikation, in zeitlicher Hinsicht zwischen der Dauer, Komplexität und kollegialen Begutachtung der Erkenntnisproduktion und der Aufmerksamkeitsspanne und den Formaten der Medien und in sozialer Hinsicht zwischen dem Verständnis sichtbarer Wissenschaftler als Mitglieder wissenschaftlicher Gemeinschaften und als prominente Individuen sowie mit Bezug auf Wechselwirkungen inner- und außerwissenschaftlicher Anerkennung.“ (ebd.)

Demnach müssen Wissenschaftler ihr Handeln einerseits nach den normativen Strukturen der Wissenschaft ausrichten, andererseits aufgrund der außerwissenschaftlichen Legitimations- und Ressourcenbeschaffung den dort geltenden Anerkennungsregeln anpassen (vgl. ebd.). Rödder liefert damit einen soziologisch fundierten Erklärungsansatz für die Handlungsentscheidungen von Wissenschaftlern in Bezug auf ihre öffentliche Sichtbarkeit (vgl. auch De Cheveigné, 1997: 132).

Die Anforderungen an die Berufsrolle von Wissenschaftlern haben sich durch die oben beschriebenen Veränderungen offenbar dahingehend gewandelt, dass „Forschungsförderer und die Organisationen der wissenschaftlichen Selbstverwaltung vom einzelnen Wissenschaftler aktive Teilnahme an der Sichtbarkeit der Wissenschaft (erwarten)“ (Rödder, 2009: 57). Wissenschaftler kommen dadurch in die Situation, einen weiteren Aspekt bei der Ausgestaltung ihrer Tätigkeit berücksichtigen zu müssen. Wie die Beschreibung des Verhältnisses von Reputation und Prominenz zeigt, existieren beide Anerkennungsformen nebeneinander, sind dabei jedoch weder als eindeutig komplementär noch als durchweg konfligierend zu verstehen.

Neidhardt (2002: 23 ff.) argumentiert in diesem Zusammenhang jedoch, die Wissenschaft könne dieser Forderung nach öffentlicher Sichtbarkeit nur eingeschränkt nachkommen, um sich ihre Unabhängigkeit und ihre Leistungsfähigkeit bewahren zu können. Auch Fuhrin (2013: 147) benennt vier Bereiche, für die mediale Präsenz von Wissenschaftlern ein Risiko darstellen kann: Problematisch wird es nach ihren Erkenntnissen in Bezug auf die Wissenschaft dann, wenn Inhalte „zum Zweck der Publicity“ (ebd.) reduziert werden. Gleiches gilt, wenn Wissenschaftler als Experten für Themen angefragt werden, die nicht zu ihrem Spezialgebiet gehören. Konkrete Forschungsprojekte können dann gefährdet werden, wenn sie durch starke mediale Präsenz als ausreichend erforscht wahrgenommen werden und deshalb nicht mehr als förderwürdig gelten, oder aber wenn es aufgrund zu großer Nähe zum eigenen, ggf. noch nicht innerwissenschaftlich publizierten Forschungsthema zu Interessenkonflikten zwischen Medien- und Forschungsarbeit kommt. Mit dem öffentlichen Auftreten als Experte und einer (von den Medien häufig geforderten) Positionierung werden Aussagen entgegen dem innerwissenschaftlichen Verständnis nicht als neutral empfunden und können dem eigenen Ruf schaden.

Ein Vorteil außerwissenschaftlicher Kommunikation liegt für Wissenschaftler dagegen darin, ihre Forschung auf diese Weise gegenüber politischen Entscheidern und potenziellen Geldgebern darzustellen (vgl. Rödder, 2009: 61; Weingart, 2003: 124). Denn: „Angesichts zunehmender Konkurrenz

und begrenzter öffentlicher Kassen können Wissenschaftler ihre Sichtbarkeit als politische Ressource nutzen“ (Rödder, 2009: 61; vgl. Bucchi, 2014: 147). Dagegen stehen strukturelle Gründe im Beurteilungssystem der Wissenschaft, die Wissenschaftler hindern, öffentlich sichtbar zu werden. Dazu Goodell (1977: 8 f.):

„The scientific community is as uncomfortable about the democratization of science communication as the rest of us about some of the other effects of technology. (...) The new visible scientists are seen by their colleagues almost as pollution in the scientific community – sometimes irritating, sometimes hazardous.“

Gegen die durch mediale Aufmerksamkeit gewonnen Prominenz steht der Verlust von Reputation. Weitere empirische Belege für diesen Effekt finden sich z. B. bei Rödder (2009: 64 f.), Leshner (2007) und De Cheveigné (1997). Auch auf individueller Ebene von Wissenschaftlern stellt Rödder (2009: 198) aus öffentlicher Sichtbarkeit resultierende mögliche Probleme fest. Dies vor allem deshalb, weil Wissenschaftler entweder „nicht bereit sind, ihre Kommunikation an den (außerwissenschaftlichen; JG) Bedingungen (...) zu orientieren“ (ebd.), oder aber „sie (passen) ihre Kommunikation an und dies wird wiederum im Wissenschaftssystem problematisiert“ (ebd.). Hinzu kommt der gegenseitige Vorwurf, durch das öffentliche Darstellen der eigenen Person „unangemessene Sichtbarkeitsmodi, egoistische Motive und politische oder aufmerksamkeitsorientierte Kommunikation“ (ebd.) zu verfolgen.

Rödder (ebd.: 65 f.) vermutet die Schwierigkeit sichtbarer Wissenschaftler deshalb in folgenden Aspekten: 1. *Verlust der Deutungshoheit* (Kontrollverlust ungeprüften, wissenschaftlichen Wissens durch außerwissenschaftliche Relevanzkriterien); 2. *unangemessenes Publikum* (die Öffentlichkeit gilt im Gegensatz zu Fachkollegen nicht als „relevantes Publikum“, das zur Anerkennung eines Wissenschaftlers und damit zu seiner Reputation beitragen kann); 3. *Konflikt mit Normen* (Öffentlichkeit bzw. die Hervorhebung der eigenen Person widerspricht geltenden Normen der Wissenschaft). Unter drei Voraussetzungen wird die außerwissenschaftliche Kommunikation dagegen als angemessen anerkannt. Dazu zählen „die Verankerung in wissenschaftlicher Substanz, die Art der Kontaktaufnahme zwischen Wissenschaft und Medien und der Bezug zu institutionellen Kontexten und Zielen“ (ebd.: 199). So wird es als bedeutsam angesehen, dass wissenschaftlicher Inhalt und nicht die Person des Forschers im Vordergrund steht und folglich nicht dieser von sich aus Kontakt zu den Medien aufnimmt, um sich öffentlich zu präsentieren, sondern umgekehrt die Medien auf ein relevantes wissenschaftliches Thema aufmerksam werden und sich an den

Wissenschaftler wenden. Demnach scheinen die o. g. Vorteile außerwissenschaftlicher Kommunikation von Wissenschaftlern dann einen positiven Einfluss zu haben, wenn diese mit entsprechend (innerwissenschaftlich) anerkannter wissenschaftlicher Leistung verbunden ist. Auf diese Weise kann öffentliche Präsenz – oder wie oben beschrieben Prominenz – zur Steigerung der Reputation beitragen. Fehlt diese oder ist sie nicht ausreichend vorhanden, kommt es zu Reputationsverlusten (vgl. ebd.: 206).

Festzuhalten bleibt, dass mit dem u. a. über Bourdieu erarbeiteten Verständnis von Wissenschaft ein Zugang geschaffen werden kann, wie Wissenschaftler ihren eigenen Beruf verstehen und mit den damit verbundenen Anforderungen umgehen. Dadurch wird auch deutlich, nach welchen Regeln berufliche Aktivitäten von Wissenschaftlern gemessen und bewertet werden. Als originäre Aufgabe der Wissenschaft und damit der Wissenschaftler gilt demnach offenbar nach wie vor die „Produktion von neuem, wahren und gesichertem Orientierungswissen“ (Herrmann-Giovanelli, 2013: 67; vgl. Dahinden und Schanne, 2009: 69; Weingart, 2003: 7). Durch den Anreiz, den das Erlangen außerwissenschaftlicher Ressourcen bietet, kommt die öffentliche Kommunikation hinzu. Diese Rolle scheint jedoch „nicht konstitutiv für das Berufsverständnis“ (Rödder, 2009: 200) zu sein. Eine nachhaltige Veränderung im Berufsverständnis jüngerer Wissenschaftler, wie Kyvik (2005) ihn konstatiert, kann Rödder (2009) dagegen nicht feststellen (vgl. ebd.: 200).⁹ Ihre Daten zeigen, dass aus Sicht der Wissenschaftler „nur die Forschungsleistung anerkennungsfähig sein soll“ (ebd.: 206), was auf „eine hohe Sensibilität für die Bedeutung der Reputationsautonomie“ (ebd.: 206) ihrerseits schließen lässt. Öffentliche Sichtbarkeit „bleibt ohne eindeutige Rückwirkung auf die innerwissenschaftliche Anerkennung, insbesondere besteht kein positiver Zusammenhang zwischen Prominenz und Reputation“ (ebd.: 206).

2.2 Phasen und Konzepte von Wissenschaftskommunikation

Die Ausführungen zur Rolle der Wissenschaft in der Gesellschaft und dem dadurch bedingten Berufsverständnis machen den gesteigerten öffentlichen Einfluss auf Wissenschaft und Forschung deutlich. Ein Indikator der

⁹Zur Priorisierung der Rollen eines Wissenschaftlers liefert Würtenberger (2007) eine Berechnung des jeweils eingesetzten Zeitaufwandes am Beispiel der Wirtschaftswissenschaften. Dabei kommt er zu dem Ergebnis, dass neben den anderen Tätigkeiten lediglich 8% der Zeitbudgets für die Forschung übrig bleiben – die jedoch für das Berufsbild des Wissenschaftlers die wichtigste Rolle darstellt (vgl. auch Rödder, 2009: 200).

mediatisierten Wissenschaft ist die Professionalisierung der Wissenschaftskommunikation. Nach dem hier zugrunde liegenden Verständnis befasst sich diese mit den Bestrebungen, aus der Wissenschaft heraus mit der Öffentlichkeit zu kommunizieren (vgl. Kapitel 1). Um zu verstehen, welchen Stellenwert Wissenschaftskommunikation sowohl gesellschaftlich als auch innerhalb des Wissenschaftssystems einnimmt und welche Auswirkungen dies auf die Ausgestaltung von Wissenschaftskommunikation hat¹⁰, sollen verschiedene Konzepte anhand ihrer historischen Entwicklung aufgezeigt werden. Dieser Überblick ermöglicht es, die heutige Positionierung von Wissenschaftskommunikation und ihre Relevanz für die Wissenschaft und deren Akteure nachzuvollziehen. Dies ist entscheidend dafür, die empirischen Ergebnisse dieser Forschungsarbeit zu kontextualisieren und zu bewerten.

Schäfer et al. (2015) begründen die Relevanz des Gegenstandes Wissenschaft und des von ihr produzierten Wissens dahingehend, dass wissenschaftliche Erkenntnisse den Menschen dabei helfen, Entscheidungen zu treffen, mit denen sie zeitlebens konfrontiert sind (vgl. ebd.: 11). Dabei habe wissenschaftliches Wissen den Vorteil, dass es „in systematischer Weise, methodisch kontrolliert und intersubjektiv nachvollziehbar gewonnen und (...) daher vergleichsweise verlässlich“ sei (ebd.). Fischhoff und Scheufele (2013: 14031) gehen noch einen Schritt weiter und bezeichnen wissenschaftliches Wissen als „das beste Wissen, das Individuen, Institutionen und Gesellschaften als Entscheidungsgrundlage zugänglich ist“. Da wissenschaftliche Erkenntnisse häufig komplex und für Außenstehende zunächst unverständlich sind, kommt auch der Kommunikation von Wissenschaft eine bedeutende Rolle zu und macht diese zu einem gesellschaftlich relevanten Forschungsgegenstand (vgl. Schäfer et al., 2015: 12). Ob Wissenschaftskommunikation überhaupt in der Lage ist, diese Entscheidungshilfe zu liefern, ist bislang jedoch noch unzureichend erforscht. Kontroverser beschreibt daher beispielsweise Herrmann-Giovanelli (2013) die Rolle von Wissenschaft und Forschung in der Gesellschaft. Sie thematisiert die durchaus auch kritische öffentliche Diskussion über den gesellschaftlichen Nutzen und die praktische Verwendung wissenschaftlicher Erkenntnisse und die daraus resultierende Relevanz von Wissenschaftskommunikation und ih-

¹⁰Wissenschaftskommunikation, ihre Ausrichtung und inhaltliche Ausgestaltung muss dabei immer als ideologisch-politisch geformt betrachtet werden. Sie entspricht der aktuellen Sicht auf das (öffentliche) Publikum sowie auf die gesellschaftliche Rolle der Wissenschaft und wird von dieser geformt.

rer wissenschaftlichen Untersuchung (vgl. Herrmann-Giovanelli, 2013: 13; ebenso Barth-Weingarten und Metzger, 2005: 3; Felt et al., 1995: 247).

Als Indikator für die Relevanz von Wissenschaftskommunikation sehen Schäfer et al. (2015: 13) vor allem die gesteigerte Präsenz wissenschaftlicher Themen in der medialen Berichterstattung (vgl. Kapitel 2.1 sowie Bauer und Jensen (2011), Bauer et al. (2007)), das vermehrte Aufkommen von einschlägigen Zeitschriften- und Fernsehformaten (vgl. dazu Felt et al., 1995: 244 ff.; sowie u. a. Lehmkuhl, 2013; Milde und Ruhrmann, 2006) sowie „die Zunahme wissenschaftsorientierter Themenöffentlichkeiten wie Bürgerkonferenzen bzw. ‚consensus conferences‘“ (Schäfer et al., 2015: 13; vgl. dazu Einsiedel, 2008; Einsiedel et al., 2001). Dahinden (2004) erklärt die zunehmende Bedeutung einer öffentlichen bzw. sich öffnenden Wissenschaft mit einer die Wissenschaft kennzeichnenden gegensätzlichen Entwicklung: „Einerseits steigt die massenmediale Präsenz von Wissenschaft, weil Wissenschaft für immer mehr Lebensbereiche relevant wird und deshalb auf ein erhöhtes Publikum zählen kann. Andererseits ist die soziale Anerkennung von Wissenschaft gesunken: Der Nymbus der Unfehlbarkeit wissenschaftlichen Wissens ist langsam, aber stetig am Zerfallen“ (ebd.: 160).

Wissenschaftskommunikation hatte nicht immer den Stellenwert, den sie in unserer heutigen Gesellschaft hat. In der Fachliteratur wird die Entwicklung von Wissenschaftskommunikation in der jüngeren Vergangenheit anhand von drei Phasen bzw. Modellen¹¹ beschrieben, die auf konfligierenden Annahmen und Ausprägungen beruhen (vgl. ebd.: 172). Die erste Phase erstreckt sich bis in die erste Hälfte des 20. Jahrhunderts und zeichnet sich dadurch aus, dass sich das Wissenschaftssystem immer weiter ausdifferenziert und sich gleichzeitig von der Gesellschaft distanziert. Ab Mitte des 20. Jahrhunderts stand in der zweiten Phasen die öffentliche Wissenschaftsvermittlung zur Aufklärung und Vertrauensbildung der Gesellschaft im Vordergrund. Die dritte Phase beschreibt die Entwicklung ab Mitte der

¹¹Während Schäfer et al. (2015) und Herrmann-Giovanelli (2013) die unterschiedlichen Erscheinungs- bzw. Umsetzungsformen von Wissenschaftskommunikation anhand ihres zeitlichen Verlaufs beschreiben, bezeichnet Dahinden (2004: 172) sie als „Modelle“. Auf diese Weise möchte er deutlich machen, dass es sich nicht zwangsläufig um einen zeitlichen Ablauf handelt und die beschriebenen Ausgestaltungsformen der Wissenschaftskommunikation einander ablösen. Seiner Ansicht nach können sie ebenso parallel zueinander auftreten. Da die unterschiedlichen Konzepte von Wissenschaftskommunikation jedoch eng mit der zeitlichen Komponente verknüpft sind, wird im Rahmen dieser Arbeit der Begriff Phasen verwendet, um eben diesen Wandel zu beschreiben. Dies schließt jedoch nicht aus, dass Kennzeichen der einzelnen Phasen nicht auch Elemente nachfolgender Phasen sein können.

1990er Jahre, die davon geprägt ist, dass Wissenschaft und Gesellschaft aufeinander zugehen und in den gemeinsamen Dialog treten. Dahinden (2004)¹² und darauf aufbauend Herrmann-Giovanelli (2013) geben hier einen umfassenden Überblick über den historischen Verlauf der Wissenschaftskommunikation, ebenso wie Schäfer et al. (2015), ergänzt durch ihre aktuellen Entwicklungen.¹³

2.2.1 Wissenschaft im Elfenbeinturm

Auf die Zeit vom 18. Jahrhundert bis Anfang des 20. Jahrhunderts gibt es zwei unterschiedliche Blickwinkel auf die gesellschaftliche Positionierung der Wissenschaft und die damit verbundene Ausgestaltung von Wissenschaftskommunikation. So beschreiben Schäfer et al. (ebd.) die Wissenschaft zu dieser Zeit als einen „Ort der Abgeschiedenheit und Ruhe, der Kontemplation und Introspektion, an dem man sich ungestört von der Außenwelt geistiger Arbeit widmen kann“ (ebd.: 16). In dieser ersten Phase ist das Verhältnis zwischen Wissenschaft und Gesellschaft geprägt durch das Vertrauen der Öffentlichkeit in die Wissenschaft (vgl. Herrmann-Giovanelli, 2013: 23; Dahinden, 2004: 165). Die Wissenschaft sichert sich dadurch „eine institutionell garantierte Forschungsfreiheit und eine materielle Sicherheit“ (Dahinden, 2004: 165) und erhält dafür von der Gesellschaft die Freiheit, weitestgehend autark zu forschen, sowie die dafür entsprechenden finanziellen Ressourcen. Durch dieses etablierte Vertrauenskonzept ist eine öffentliche Kommunikation nur von geringer Bedeutung. Auf dieser Vorstellung basiert das Bild von der Wissenschaft im Elfenbeinturm. Dagegen steht das Verständnis von Wissenschaft und Öffentlichkeit zu dieser Zeit, wie vor allem Weingart (2005) es skizziert (vgl. dazu Kapitel 2.1.2). Populärwissenschaftliche Vermittlung ist Teil der Wissenschaftskommunikation und existiert u. a. in Form diverser Publikationen und öffentlicher Vorlesungen an Universitäten oder im öffentlichen Raum (vgl. Weingart, 2005: 14;

¹²Dahinden (2004) entwirft mit seiner Darstellung „Idealtypen“ (ebd.: 165), denen er eine „theoretisch-deskriptive“ (ebd.: 165) Funktion zuschreibt. Herrmann-Giovanelli (2013) und Schäfer et al. (2015) bereichern diese jedoch durch empirische Belege, so dass die drei Phasen als tatsächliche historische Entwicklungsphasen der Wissenschaftskommunikation betrachtet werden können.

¹³Auf der Basis von existierenden Beiträgen (u. a. Bonfadelli, 2006; Dahinden, 2004; Gerhards und Schäfer, 2009; Gregory und Miller, 1998; Lewenstein, 1995; Weingart, 2001) entwickeln Schäfer et al. (2015: 15) hierzu ein Schaubild der drei Hauptphasen der Wissenschaftskommunikation: 1. Wissenschaft im Elfenbeinturm, 2. Popularisierung von Wissenschaft, 3. Phase der Vergesellschaftung (Public Engagement with Science and Technology), die im Folgenden erläutert werden.

Hochadel, 2003: 27). Festzuhalten bleibt, dass für die Wissenschaft „Öffentlichkeit schon immer ein wichtiges Publikum gewesen (ist): ihr Interesse und ihre Zustimmung versprochen bereits in der Frühzeit der modernen Wissenschaft das Wohlwollen der absolutistischen Regime. In den modernen Demokratien ist das Kalkül der ‚öffentlichen Akzeptanz‘ noch direkter auf deren Umsetzung in Wählerstimmen gerichtet, die die Voraussetzung für die Finanzierung von Forschung sind.“ (Weingart/Schulz 2014:11). Zu Beginn dieser ersten Phase der Wissenschaftskommunikation handelt es sich demnach um eine andere Form der Öffentlichkeit und damit auch der öffentlichen Darstellung von Wissenschaftskommunikation als dies in den folgenden Phasen und aktuell der Fall ist.

Ausgelöst durch die Erlebnisse des Einsatzes chemischer Waffen im Ersten Weltkrieg zeigt sich Wissenschaftskommunikation in der Zeit danach fast ausschließlich als wissenschaftsinterne Kommunikation, die nach den internen Regeln der Wissenschaft funktioniert (vgl. Weingart, 2005: 18f.). Von Bedeutung ist vor allem die Anerkennung von Fachkollegen und die damit verbundene Reputation (vgl. Herrmann-Giovanelli, 2013: 23; Kretzenbacher, 1995: 16), die primär durch fachinterne Publikationen erlangt wird. Die externe Wissenschaftskommunikation mit einer Öffentlichkeit außerhalb des wissenschaftlichen Systems findet nur in Einzelfällen statt und ist nicht systematisiert (vgl. Schäfer et al., 2015: 16). Wird Wissenschaft öffentlich kommuniziert, so sind es meist unkontroverse Forschungsergebnisse, die „in einer alltäglichen Sprache und mit wenigen Fremdwörtern dargestellt werden, so dass es auch Laien verstehen“ (Herrmann-Giovanelli, 2013: 25; vgl. auch Felt et al., 1995: 249). Die externe Wissenschaftskommunikation dieser Phase beschränkt sich also auf die Popularisierung unkritischer Forschungserkenntnisse, die mit Hilfe von Wissenschafts-PR und Wissenschaftsjournalismus der Öffentlichkeit verständlich gemacht werden. Wissenschaft hat in dieser Phase demnach primär eine Aufklärungs- und Erziehungsfunktion (vgl. Felt et al., 1995: 249). Dahinden (2004: 166) spricht in diesem Zusammenhang von der „affirmativen Funktion“ der Wissenschaftskommunikation: „Die Erfolge in der Forschung und Technologieentwicklung sollen einer breiteren Öffentlichkeit bekannt gemacht werden, einerseits als Beleg, dass der Gesellschaftsvertrag zwischen Wissenschaft und Öffentlichkeit tatsächlich eingehalten wird, andererseits auch im Rahmen der Bildungsfunktion von Wissenschaft.“

2.2.2 *Popularisierung der Wissenschaft*

Ausgehend vom Sputnik-Schock Ende der 1950er Jahre und seinen Folgen für die Wissenschaftskommunikation im angelsächsischen Raum beschreiben Schäfer et al. (2015) die Veränderungen des Verhältnisses von Wissenschaft und Gesellschaft, die zur zweiten Phase der Wissenschaftskommunikation führen (vgl. auch Eichholz, 2008: 125; Lederbogen, 2004: 120; Kalb und Rosenstrauch, 1999: 5). Diese ist auch als Reaktion der Gesellschaft auf kontrovers angesehene neue Technologien zu betrachten, den daraus entstehenden Widerstand gegen und Vertrauensverlust in die Wissenschaft. Vor allem im Zusammenhang mit Atomkraft (vgl. Dahinden, 2004: 166; Peters, 1995: 31; Rothman und Lichter, 1987) und Gentechnologie (Brossard et al., 2007; Gaskell et al., 2004; Bauer und Gaskell, 2002: 146) geht das bis dato uneingeschränkte Vertrauen der Öffentlichkeit in die Wissenschaft zurück. Dahinden (2004: 166 f.) führt noch zwei weitere Indikatoren für eine zunehmende Entfremdung von Wissenschaft und Gesellschaft an. Zum einen nennt er den Mangel an wissenschaftlichem Nachwuchs als direkte Folge des Widerstands gegen bestimmte neue Technologien. Zum anderen stellt er die „zunehmend private Finanzierung von Wissenschaft“ heraus mit der gesellschaftlichen Folge, dass „Innovationen nicht mehr als öffentliches Gut der Allgemeinheit zur Verfügung stehen, sondern als geistiges Eigentum durch die jeweiligen Unternehmen (...) privatisiert werden“ (ebd.: 167).

Auf diese gesteigerten gesellschaftlichen Ansprüche an die Wissenschaft reagiert 1985 die britische Royal Society mit ihrem Bericht, in dem sie konstatiert, „dass die britische Bevölkerung wenig über Wissenschaft wisse, sich auch nicht sonderlich für selbige interessiere und sie obendrein für wenig unterstützenswert halte“ (Schäfer et al., 2015: 17; vgl. dazu The Royal Society, 1985). Eine verstärkte Information der Gesellschaft soll den mangelnden Kenntnissen über Wissenschaft entgegenwirken. Wissenschaftler werden deshalb angehalten, verstärkt mit der Öffentlichkeit und den Medien zu kommunizieren, um dem Wunsch der Öffentlichkeit nach Transparenz und Einblick in die wissenschaftliche Forschung entgegenzukommen. Die Wissenschaftskommunikation ist in dieser Phase von den so genannten „PUS“- (Public Understanding of Science) Konzepten geprägt. Ihnen zugrunde liegt die Annahme des Defizit-Modells der Wissenschaftskommunikation (Durant, 1999: 314). Hierbei wird davon ausgegangen, Wissensdefizite der Öffentlichkeit seien verantwortlich für die mangelnde gesellschaftliche Akzeptanz von Wissenschaft (vgl. Herrmann-Giovanelli, 2013: 26; Schäfer et al.,

2015: 18; Weitze, 2010: 18 ff.; Weingart, 2005: 18; Dahinden, 2004: 168). Durch kommunikative Maßnahmen wird eine verbesserte wissenschaftliche Bildung („scientific literacy“; vgl. Durant (1994) und Miller (1983)) angestrebt. Kennzeichnend für die inhaltliche Ausgestaltung dieser Maßnahmen ist eine möglichst wertfreie Übersetzung wissenschaftlicher Ergebnisse. Eine kritische Auseinandersetzung mit gegebenenfalls kontroversen Themen ist nicht vorgesehen (vgl. Herrmann-Giovanelli, 2013: 27; Gerhards und Schäfer, 2011: 22). Vielmehr geht es bei den PUS-Konzepten darum, Wissenschaftler zur Kommunikation mit der Öffentlichkeit zu bewegen und sie für diese zu schulen (vgl. Herrmann-Giovanelli, 2013: 27; Bauer und Gregory, 2007: 40; Gregory und Miller, 1998: 1; Zetzsche, 2004: 110). Dahinden (2004) beschreibt diese zweite Phase der Wissenschaftskommunikation deshalb als „Wissenschaft im Glashaus“. Sie komme zwar dem Anspruch nach mehr Transparenz, Einblick und Information nach, ein grundlegender Wandel innerhalb des Wissenschaftssystems oder eine Möglichkeit zur gesellschaftlichen Mitbestimmung an der Wissenschaftsentwicklung ist jedoch nicht vorgesehen (vgl. ebd.: 168 f.). Die Öffentlichkeit bekommt dadurch zwar ein größeres Gewicht, bleibt aber in der eher passiven Rolle des interessierten Publikums (vgl. ebd.: 160).

In dieser zweiten Phase der Wissenschaftskommunikation zeigen sich neue Kommunikationsformen. So beispielsweise Formate der interpersonalen Kommunikation, „angefangen beim traditionellen Tag der offenen Tür über Wissenschaftscafés, attraktiv gestalteten Wissenschafts- und Technikmuseen bis hin zu erlebnisorientierten Einzelereignissen, wie Wissenschaftsfesten, -tagen und -jahren“ (vgl. ebd.: 168). Darüber hinaus werden Wissenschaftler in der öffentliche Debatte verstärkt als Experten zu Rate gezogen, „um Situationen zu analysieren, Risiken zu beurteilen und Problemlösungen vorzuschlagen“ (Herrmann-Giovanelli, 2013: 28; vgl. Peters, 1994: 166). Hierbei handelt es sich zwar bereits um dialogische Formate, es ist aber (noch) nicht die Form von Wissenschaftskommunikation wie sie durch das Dialog-Modell beschrieben wird (vgl. Kapitel 2.2.3). Denn noch geht es nicht darum, die Öffentlichkeit an Wissenschaft partizipieren zu lassen, sondern vielmehr darum, die Wissenschaft der Öffentlichkeit zugänglich zu machen, in der Hoffnung, dadurch eine bessere gesellschaftliche Akzeptanz und mehr Vertrauen in die Wissenschaft erreichen (vgl. Herrmann-Giovanelli, 2013: 27; Weingart, 2005: 152; Miller, 2001: 116; Lewenstein, 1995).

Evaluierende Studien zeigen jedoch auch hier, dass wissenschaftlichen Themen zwar eine höhere mediale Aufmerksamkeit zugesprochen wird.

Eine Verbesserung wissenschaftlicher Kenntnisse in der Gesellschaft und eine damit verbundene positivere Einstellung zu Wissenschaft können jedoch nicht bestätigt werden (vgl. u. a. Miller, 2001: 116). Hauptkritikpunkt des Defizit-Modells und der damit verbundenen PUS-Aktivitäten ist die „naive“ (Durant, 1999: 315) Annahme, wissenschaftliches Wissen sei uneingeschränkt wahr und gesichert und könne in einem Top-Down-Prozess an ein nicht informiertes Publikum transferiert werden (vgl. Herrmann-Giovanelli, 2013: 33; Ireland et al., 2007: 87; Miller, 2001: 116). Diese kritische Auseinandersetzung mit dem Defizit-Modell (u. a. Felt, 2000; Gregory und Miller, 1998; Weitze, 2010; Wynne, 2010; Wynne und Millar, 1988; Yearley, 2000: 78) bezeichnen Schäfer et al. (2015: 18) als „Startpunkt für die verstärkte sozialwissenschaftliche Analyse der Wissenschaftskommunikation“.

2.2.3 Wissenschaftskommunikation als Dialog-Modell

Die kritischen Auseinandersetzungen mit dem Defizit-Modell und den damit verbundenen PUS-Aktivitäten führen zu den Veränderungen in der Wissenschaftskommunikation, welche den Ausgangspunkt für ihre dritte Phase beschreiben. Nun geht es darum, die vorherige unidirektionale Form der Wissenschaftskommunikation hinter sich zu lassen. Vielmehr sollen kommunikative Dialogformen mit der Öffentlichkeit angestrebt werden, damit Wissenschaft „auf Augenhöhe mit der Gesellschaft in Austausch treten“ kann (Herrmann-Giovanelli, 2013: 33; vgl. Buysse, 2007). Gesellschaftliche Bedürfnisse und Mitsprache sollen in der wissenschaftlichen Diskussion mit berücksichtigt „und damit in den gesellschaftlichen Kontext integriert“ (Herrmann-Giovanelli, 2013: 34; vgl. auch Nowotny et al., 2001) werden. Durch eine Öffnung des Wissenschaftssystems gegenüber der Gesellschaft wird die Wissenschaft in diese eingegliedert (vgl. Dahinden, 2004: 169). Die thematische Ausgestaltung der Forschung soll dadurch das Ergebnis eines „öffentlichen Aushandlungsprozesses sein“ (Gerhards und Schäfer, 2011: 23 f.). Diese Phase der Wissenschaftskommunikation ist geprägt von einer gesellschaftlichen Kontextualisierung der Wissenschaft (vgl. Nowotny et al., 2001: 96). Es geht darum, die Öffentlichkeit vermehrt an wissenschaftlichen Prozessen und Entscheidungen teilhaben zu lassen. Thematisch sollen verstärkt gesellschaftlich relevante Themen aufgegriffen werden bzw. soll die gesellschaftliche Rückwirkung bei Forschungsvorhaben miteinbezogen, Wissenschaft und ihre Kommunikation also problemorientiert betrieben werden. Dazu Dahinden (2004: 169): „Wissenschaft wird aus ihrer sozialen Isolation entlassen und in das alltägliche Geschehen integriert. Die

Wissensproduktion wird in den sozialen Kontext der Wissensverwendung integriert.“ Die gesellschaftliche Anschlussfähigkeit wissenschaftlicher Forschung nimmt also an Bedeutung zu, weshalb in diesem Zusammenhang auch vom „demand pull model“ (Landry et al., 2001: 335) sowie vom „problem solving model“ (Dewe, 2005: 366) der Wissenschaftskommunikation gesprochen wird. Anhand der Begriffe, welche die Wissenschaftskommunikation nun bezeichnen, ist diese Entwicklung ebenfalls erkennbar. Konzepte heißen nun „Public Engagement with Science and Technology“ (PEST), „Science in Society“ oder „Wissenschaft im Dialog“ (vgl. u. a. European Commission, 2007; Weingart, 2005: 115 ff.). Während in den vorherigen Phasen vor allem die Ergebnisse wissenschaftlicher Forschung kommuniziert werden, soll nun auch ihr Entstehungsprozess transparent gemacht werden (vgl. Herrmann-Giovanelli, 2013: 34; Miller, 2001: 117).

Auch die Kommunikationsformen ändern sich dadurch: Popularisierung von Wissenschaft steht nicht mehr im Vordergrund, es existiert vielmehr eine Pluralität von Kommunikationsansätzen. Dieses einseitige Erscheinungsbild von Wissenschaftskommunikation wird ersetzt durch ihre Betrachtung „als einem vielgestaltigen Phänomen, das unter bestimmten Bedingungen zwar durchaus popularisierend sein kann, in anderen Kontexten aber dialogisch-partizipativ oder auch konfrontativ und kontrovers ablaufen kann“ (Schäfer et al., 2015: 19). Durch diese veränderte Ausrichtung der Wissenschaftskommunikation erweitern sich die öffentlichen Rollenerwartungen an Wissenschaftler. Diese werden nicht mehr als die unnahbaren Wissenserzeuger und Lehrende betrachtet. Hinzu kommen neue Rollen als „Leitende, Projekt-Koordinierende, Manager, Supervisoren, Mentorinnen und Mentoren, Karriereberatende oder eben als Wissenschaftskommunikatorinnen und -kommunikatoren“ (Herrmann-Giovanelli, 2013: 35; vgl. auch European Commission, 2007: 5; Dahinden, 2004: 170). Mit diesem Zusammenrücken von Wissenschaft und Gesellschaft und dem verstärkten Austausch untereinander ist ebenso die Erfordernis neuer, vor allem sozialer und kommunikativer Kompetenzen verbunden (vgl. Herrmann-Giovanelli, 2013: 37; Dahinden, 2004: 170; Weingart, 2005: 155). Ebenso erweitert sich das Rollenbild auf der Seite der Rezipienten von Wissenschaftskommunikation: Sie sind „nicht nur passiver Empfänger von Informationen oder gelehriger Schüler, sondern auch betroffener und mitbestimmender Bürger, zufriedenstellender Kunde oder auch Konfliktpartei“ (Dahinden, 2004: 170).

All diese Tendenzen führen auch zu einer zunehmenden Institutionalisierung von Wissenschaftskommunikation: Studiengänge des Wissenschaftsjournalismus und der Wissenschaftskommunikation werden eingerichtet

(vgl. Trench, 2012; Zetzsche, 2004: 154 f.), und Wissenschaftskommunikation wird zu einem eigenen Förderschwerpunkt zahlreicher Wissenschaftsstiftungen. So verpflichten sich die führenden deutschen Wissenschaftsorganisationen, den Dialog mit der Öffentlichkeit zu verstärken, und verabschieden 1999 das PUSH-Memorandum „Wissenschaft und Gesellschaft“ mit dem Ziel, Aktivitäten der Wissenschaftskommunikation zu koordinieren und innovative Ideen zu fördern. In diesem Zusammenhang wird auf Initiative des Stifterverbandes für die Deutsche Wissenschaft auch die bundesweite föderale Initiative „Wissenschaft im Dialog“ gegründet. Ihr Ziel ist es, Wissenschaft und wissenschaftliche Erkenntnisse für Nicht-Wissenschaftler verständlich zu machen und deren Interesse für beides zu wecken. Auch die Robert Bosch Stiftung initiiert ein Förderprogramm, die „Initiative Wissenschaftsjournalismus“. Diese Entwicklungen führen wiederum zu einem verstärkten öffentlichen Engagement der Wissenschaftler (vgl. u. a. Herrmann-Giovanelli, 2013: 37 ff. sowie Kapitel 2.3.1).

In der Bilanz wird dem Dialog-Modell neben der Institutionalisierung von Wissenschaftskommunikation vor allem ein verstärktes Bewusstsein der Wissenschaft für die Gesellschaft und deren Belange positiv angerechnet. Doch auch wenn das Dialog-Modell als Reaktion auf das Defizit-Modell und die Wirkungslosigkeit des letztgenannten gedacht ist, wird es als ebenso folgenlos kritisiert. So würden „auch zehn Jahre nach dem ‚PUSH-Memorandum‘ viele Aktivitäten der Wissenschaftskommunikation immer noch mehrheitlich aus einer unidirektionalen Kommunikation (bestehen) und sich nicht von den Aktivitäten im Defizit-Modell unterscheiden“ (Herrmann-Giovanelli, 2013: 42; vgl. dazu Weitze, 2010: 35). Das Dialog-Modell strebe zwar neben mehr Transparenz auch eine verstärkte gesellschaftliche Partizipation an wissenschaftlichen Belangen an, doch sei es fraglich, ob dadurch auch tatsächlich das Verhältnis zwischen Wissenschaft und Öffentlichkeit verbessert und existierende Kommunikationsbarrieren verringert werden könnten (vgl. Herrmann-Giovanelli, 2013: 42; Weingart, 2005: 156). Hier wird deutlich, dass es sich auch bei der Modellbezeichnung ‚Dialog‘ in erster Linie um einen Begriff der inhaltlichen Ausrichtung handelt, die nicht automatisch eine Aussage über ihre Wirkung impliziert. So ist es durchaus möglich, es auch mit defizitären Dialogformaten zu tun zu haben.

2.2.4 Wissenschaftskommunikation im aktuellen Wandel

Über diese drei Phasen hinaus beschreiben Schäfer et al. (2015) den aktuellen Wandel der Wissenschaftskommunikation vor allem anhand von zwei Kennzeichen. Hier nennen sie zum einen eine maßgebliche Verschiebung der Kräfteverhältnisse in der Wissenschaftskommunikation. Dabei werde auf der einen Seite der Wissenschaftsjournalismus deutlich geschwächt – erkennbar an Kürzungen in den medialen Wissenschaftsressorts sowie sinkenden Auflagenzahlen populärwissenschaftlicher Printmagazine – bei einer gleichzeitigen „Ausweitung und Professionalisierung der Außenkommunikation wissenschaftlicher Institutionen“ (Schäfer et al., 2015: 24; vgl. dazu auch Bauer und Gregory, 2007: 33,47; Bubela et al., 2009; Göpfert, 2007; Ruß-Mohl, 1999: 171). Als zweites Merkmal des aktuellen Wandels der Wissenschaftskommunikation wird die Digitalisierung und dabei vor allem der Einfluss von Social Media bezeichnet (vgl. Brossard und Scheufele, 2013; Leßmöllmann, 2012; Schäfer et al., 2015: 24). Demnach habe die zunehmende Bedeutung von Onlinequellen für den Wissenserwerb zwar den Vorteil, dass Informationen in großem Umfang schnell für viele Menschen verfügbar seien (vgl. Neuberger, 2014; Schäfer, 2014) und neue, interaktive Darstellungsformen realisiert werden könnten (vgl. Leßmöllmann, 2009a). Demgegenüber stünden jedoch folgende Risiken der Digitalisierung: Erstens werfe „die Vielfalt des Onlineangebots Selektions- und Glaubwürdigkeitsproblematiken auf“ (Schäfer et al., 2015: 25; vgl. dazu Trench, 2012; Westphal et al., 2015: 195). Hinzu komme, dass nur wenige Personen „intensiv“ an Wissenschaft interessiert seien und die technische Möglichkeit von Voreinstellungen zu Nutzerpräferenzen eine Vermeidung von wissenschaftlichen Themen als Onlineangebot erleichterten. Dies könne laut Schäfer et al. (2015) zu einer „wachsenden Zugangs-, Nutzungs- und Wissenskluft zwischen Wissenschaftsinteressierten und Nicht-Interessierten“ (ebd.: 25) führen und sich dadurch – vor allem im Zusammenhang kontroverser Wissenschaftsthemen – eine „Segmentierung des Publikums verfestigen, deren langfristige Wirkungen auf die Legitimation wissenschaftlichen Wissens und darauf basierter Entscheidungen bedenklich sind“ (Schäfer et al., 2015: 25; vgl. Bonfadelli, 1994).

2.3 Akteure der Wissenschaftskommunikation

Auch die akteurszentrierte Sicht ist Teil der wissenschaftlichen Debatte über Wissenschaftskommunikation. So existieren zahlreiche Studien zum

Verhältnis zwischen Medien und Wissenschaft bzw. ihren jeweiligen Vertretern, Universitäten und sonstigen Forschungseinrichtungen. Gleiches gilt für die Rolle der Gesellschaft bzw. des Publikums von Wissenschaftskommunikationsmaßnahmen. Zur Beantwortung der dieser Arbeit zugrunde liegenden Fragestellung nach der Konzeption und Umsetzung von Wissenschaftskommunikationsmaßnahmen in Forschungsverbünden ist vor allem die Betrachtung dreier Akteursgruppen von Bedeutung: Forschungsförderer, Wissenschaftskommunikatoren sowie Wissenschaftler. Die Forderung nach Wissenschaftskommunikation existiert ganz grundsätzlich von gesellschaftspolitischer Seite aus. Durch den im Vorfeld beschriebenen Bedeutungszuwachs wissenschaftlichen Wissens für die Gesellschaft und die damit verbundene verstärkte Nähe der Wissenschaft zur Gesellschaft und umgekehrt, ist auch die Forderung nach einem entsprechend intensiven kommunikativen Austausch gegeben. Dieser gesellschaftspolitische Anspruch wird über die *Forschungsförderer* an die wissenschaftlichen Einrichtungen weitergetragen. Sie werden im Folgenden als Akteursgruppe vorgestellt. Mit der Umsetzung von Wissenschaftskommunikation betraut sind die *Wissenschaftskommunikatoren*, die sich an Hochschulen und Forschungseinrichtungen generell professionalisiert haben. Sie bilden daher die zweite relevante Akteursgruppe. In den Fokus dieser Arbeit werden die *Wissenschaftler* selbst und ihr Umgang mit der Umsetzung von Wissenschaftskommunikation gestellt. Sie sind die dritte Gruppen von Akteuren, über die an dieser Stelle die existierenden wissenschaftlichen Erkenntnisse in Bezug auf Wissenschaftskommunikation vorgestellt werden.

2.3.1 Förderer und Forderer von Wissenschaftskommunikation

Deutschlandweit existiert ein „breites Spektrum an Vertretern aus Zivilgesellschaft, Interessenverbänden, Bildungs- und Kultureinrichtungen, Wirtschaft sowie fördernde Akteure aus der Politik und von Stiftungen“ (Ostertag, 2015: 15). Dies kann als Ergebnis des oben beschriebenen gesellschaftlichen Stellenwertes von Wissenschaftskommunikation gewertet werden. Die Förderung und Finanzierung von Wissenschaftskommunikation in Deutschland ist ein weiterer Aspekt, der für die Fragestellung dieser Forschungsarbeit von Relevanz ist. Aus diesem Grund wird im Folgenden ein Überblick über diejenigen Institutionen und Organisationen gegeben, die sich die Förderung von Wissenschaftskommunikation zur Aufgabe gemacht haben.

Wissenschaftlich ist die Förderung von Wissenschaftskommunikation in Deutschland bislang noch weitgehend unerforscht. Über die Selbstbeschreibungen der Organisationen hinaus existieren lediglich einzelne Berichte über die Arbeit von Wissenschaft im Dialog (WiD) (vgl. Kleinert, 2012) und dem Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft (vgl. Stäudner, 2012) oder aber Erhebungen und Auswertungen einzelner Formate, wie beispielsweise den *Wissenschaftsjahren* (vgl. Weingart et al., 2007) oder *Stadt der Wissenschaft* (z. B. Wesselmann und Meyer, 2012). Außerdem haben die Verantwortlichen zehn Jahre nach dem PUSH-Memorandum in einem Perspektivenpapier eine Zwischenbilanz gezogen, in der sie ihrerseits neue Ziele und Herausforderungen für die Förderung von Wissenschaftskommunikation in Deutschland benennen (vgl. WiD et al., 2009).

Mit der Förderung von Wissenschaftskommunikation sind in Deutschland Organisationen und Einrichtungen von unterschiedlichem Status betraut. Es soll nun ein jeweils kurzer Blick auf die Hauptakteure im Zusammenhang mit der Förderung von Wissenschaftskommunikation geworfen werden. Diese sind das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF), Wissenschaft im Dialog (WiD) sowie private Stiftungen und Akademien. Die Deutsche Forschungsgemeinschaft (DFG) ist als Forschungsförderer auch hinsichtlich Wissenschaftskommunikation auf Seiten der Wissenschaft positioniert. Wie einleitend bereits beschrieben, fördert sie Wissenschaftskommunikation in ihren Forschungsprogrammen. Im Rahmen dieses Kapitels wird auch sie als Förderer von Wissenschaftskommunikation vorgestellt; eine ausführliche Darstellung zu den Förderansätzen und -optionen seitens der DFG erfolgt im Analyseteil dieser Arbeit (vgl. Kapitel 4.3.1).

Auf politischer Ebene hat das *Bundesministerium für Bildung und Forschung* (BMBF) ein eigenes Referat eingerichtet, das sich neben Wissenschaftsanalysen und Forschungs koordinierung auch die Wissenschaftskommunikation zur Aufgabe gemacht hat. Seine wichtigste Initiative im Bereich Wissenschaftskommunikation sind die seit dem Jahr 2000 stattfindenden *Wissenschaftsjahre*, die das BMBF gemeinsam mit dem WiD initiiert (BMBF, 2015a). Diese wurden von Weingart et al. (2007) als Teil eines internationalen Vergleichs von verschiedenen Wissenschaftskommunikationsformaten evaluiert. Des Weiteren unterstützt das BMBF mit den Projekten *Bürgerdialog* und *Citizen Science* Formate der Bürgerbeteiligung im Rahmen der Wissenschaftskommunikation. Bei der *Falling Walls Conference* sind Spitzenforscher aufgefordert, ihre aktuellen Forschungsansätze in einem 15-minütigen, allgemeinverständlichen Vortrag zu präsentieren. Ein weiterer Schwerpunkt

sind die so genannten *BMBF-Foresight-Projekte*, in denen Forschungs- und Technologieperspektiven mit hoher gesellschaftlicher Relevanz gesammelt werden (vgl. BMBF, 2015b). Die fachliche und organisatorische Umsetzung der BMBF-Projekte obliegt den so genannten Projektträgern, die bei Forschungseinrichtungen und anderen Organisationen angesiedelt sind. Für die unterschiedlichen Projekte des BMBF zuständig sind das *Deutsche Elektronen-Synchrotron DESY*, das *Deutsche Zentrum für Luft- und Raumfahrt e.V. DLR Projektträger*, das *Forschungszentrum Jülich GmbH (FZJ)*, die *Gesellschaft für Schwerionenforschung mbH (GSI)*, der *Projektträger Karlsruhe im Karlsruher Institut für Technologie (KIT)*, die *VDI Technologiezentrum GmbH* sowie die *VDI/VDE Innovation + Technik GmbH*. Neben diesen fest zugeordneten Projekten unterstützen die Projektträger das BMBF darüber hinaus bei der Organisation von Fachtagungen und Workshops sowie bei Aktivitäten der internationalen Zusammenarbeit (vgl. ebd.). Zum aktuellen Zeitpunkt lässt das BMBF durch den DLR Projektträger ein (bis dato unveröffentlichtes) Recherchepapier zum Status der Wissenschaftskommunikation in Deutschland ausarbeiten. Hierin wird u. a. ein Überblick über den Forschungsstand und die Gestalter von Wissenschaftskommunikation in Deutschland aufgezeigt (vgl. Ostertag, 2015).

Mit der Gründung von *Wissenschaft im Dialog (WiD)* wird 1999 die Idee hinter den angelsächsischen PUS-Bestrebungen auch im deutschen Wissenschaftssystem verankert (vgl. hierzu Stäudner, 2012: 55 ff. sowie Kapitel 2.2). Diese gemeinnützige GmbH stellt eine koordinierende Plattform für Wissenschaftsaktivitäten dar, unter deren Dach sich im Prinzip alle deutschen Wissenschaftsorganisationen zusammengefunden haben (u. a. Max-Planck-Institute, Helmholtzzentren, die Forschungszentren der Leibniz-Gemeinschaft, die durch die Hochschulrektorenkonferenz vertretenen Hochschulen) (vgl. Kleinert, 2012: 49 f.). Aus dieser Gemeinschaftsinitiative entstehen Dialogformate zwischen Wissenschaft und Gesellschaft, wie der *Wissenschaftssommer*, die *Lange Nacht der Wissenschaften* und das *Wissenschaftsschiff*. Neuere Formate der Wissenschaftskommunikation, die WiD vorantreibt, sind Konsenskonferenzen und Bürgerdialoge (Stäudner, 2012: 60). Hier ist auch das Projekt *Wissenschaft debattieren!* angesiedelt, in dem durch unterschiedliche Dialogformate Wissenschaft und Gesellschaft deutschlandweit ins gemeinsame Gespräch gebracht werden. In einem Abschlussbericht untersucht der WiD gemeinsam mit der Projektgruppe ZIRN der Universität Stuttgart, wie die Partizipation von Bürgern am Wissenschaftsdiskurs am besten umzusetzen ist (vgl. WiD, 2011). Unter dem Dach des WiD findet außerdem die Fachtagung *Forum Wissenschaftskommunikation*

tion statt. Hiermit soll ein Ort des „Diskurses über systematische Fragen, neue Herausforderungen und alte Probleme“ (ebd.: 61) geschaffen werden. Damit bietet WiD allen beteiligten Institutionen eine gemeinsame Plattform, „die sie allein bereitzustellen nicht in der Lage (...) wären“ (Kleinert, 2012: 50). Diese Bündelung von Einzelinteressen ist es, was die Besonderheit von WiD als Förderinstitution in Deutschland ausmacht: WiD „organisiert (...) Wissenschaftskommunikation, bündelt Angebote und schafft die notwendigen Rahmenbedingungen für ihre Durchführung und sichert damit die Kampagnenfähigkeit (...). Somit sind die Forschungsinstitute die zentralen Akteure, die Forschungseinrichtungen und ihre Zentralen die Vermittler und WiD Organisator der Plattform“ (ebd.: 51).

Außerdem existieren noch einige private *Stiftungen*, die sich die Förderung von Wissenschaftskommunikation zur Aufgabe gemacht haben. Dazu zählen vor allem der *Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft*, die *Klaus Tschira Stiftung*, die *VolkswagenStiftung* und die *Körber-Stiftung*.

Hauptinitiator für die Etablierung der Initiative WiD als erste institutionell verankerte Gemeinschaftsinitiative von Wissenschaftskommunikation ist der *Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft*. Dieser sieht seine Rolle im Kontext der Wissenschaftskommunikation „als ‚Anstifter‘ nicht als dauerhafter Förderer“ (Stäudner, 2012: 57), und erreicht damit, alle führenden Wissenschaftsorganisationen zu vernetzen. „Der strategische Gedanke des Stifterverbandes war es dabei, in Form eines ‚proof of principle‘ beispielhafte Formate der Wissenschaftskommunikation zu fördern, damit sie als nachahmenswerte Beispiele dienen können“ (ebd.: 57). Drei Ziele werden in diesem Zusammenhang benannt: 1. Durch *Partnerschaften* soll das Geld des Stifterverbandes stets eine zusätzliche Förderung durch Dritte mobilisieren oder zumindest stabilisieren. 2. Die *exemplarische Förderung* von Ideen, Projekten und Initiativen, die als Leuchtturmprojekte dienen könnten und zur Nachahmung empfohlen wären. 3. Seine Förderung soll die *Aufmerksamkeit für vernachlässigte Aufgaben* wecken (vgl. ebd.: 57). Neben der Förderung nach außengerichteter Projekte und Aktionen, die Wissenschaft gegenüber der Öffentlichkeit sichtbar und verständlich machen sollen, verleiht der Stifterverband gemeinsam mit der DFG seit dem Jahr 2000 den *Communicator-Preis*. Dieser wird an Wissenschaftler vergeben, „die sich in hervorragender Weise um die Vermittlung ihrer wissenschaftlichen Ergebnisse in die Öffentlichkeit bemüht haben“ (DFG, 2015). Auch der vom Stifterverband geförderte Wettbewerb *Wissenschaft interaktiv* zielt darauf ab, (Nachwuchs-)Wissenschaftler zu ermutigen, ihre Themen öffentlich zu präsentieren. Mit der Auslobung beider Preise möchte der Stifterverband

erreichen, „die Milieubedingungen in der Wissenschaft behutsam zu verändern“, so dass "nicht mehr der Wissenschaftler sich rechtfertigen (muss), der sich für mehr Dialog engagiert. Sondern diejenigen, die es nicht tun“ (Stäudner, 2012: 58).

Ziel der *Klaus Tschira Stiftung (KTS)* ist es, die Fächer Naturwissenschaften, Mathematik und Informatik zu fördern und deren Wertschätzung in der Gesellschaft zu steigern. Einer von drei Förderschwerpunkten ist die Wissenschaftskommunikation. Hier hat es sich die Stiftung unter anderem zur Aufgabe gemacht, die Kommunikationskompetenz von Wissenschaftlern zu fördern. Dazu wird jährlich auch der *Klaus Tschira Preis für verständliche Wissenschaft* verliehen. Hier sind Nachwuchswissenschaftler aus den Disziplinen Biologie, Chemie, Informatik, Mathematik, Neurowissenschaften und Physik gefragt, ihr Promotionsthema in einem populärwissenschaftlichen Artikel verständlich aufzubereiten. Darüber hinaus verwirklicht die KTS eigene Projekte und vergibt auch Fördermittel. Im Jahr 2012 wurde das *Nationale Institut für Wissenschaftskommunikation (NaWik)* als ein Institut der Klaus Tschira Stiftung, assoziiert mit dem Karlsruher Institut für Technologie (KIT) und mit der Spektrum der Wissenschaft Verlagsgesellschaft, als Kooperationspartner gegründet. Ziel des NaWik ist es, Wissenschaftlern sowie Studierenden durch ein breites Seminarangebot die Grundlagen guter Wissenschaftskommunikation zu vermitteln, um sie auf diese Weise zu „Botschaftern ihrer Forschungsgebiete“ (NaWik, 2015) zu machen.

Auch die *VolkswagenStiftung* hat die Förderung von Wissenschaftskommunikation 2007 mit in ihr Programm aufgenommen. Mit ihrem vielfältigen Förderangebot „Wissenschaftsvermittlung und -kommunikation“ bietet die Stiftung ihren Bewilligungsempfängern Unterstützung bei der zielgruppenspezifischen Durchführung von Öffentlichkeitsarbeit. Dabei werden vor allem in drei Bereichen Fördermittel bereitgestellt: Im Rahmen von *Öffentlichkeitsarbeit zu geförderten Projekten und bestehenden Förderinitiativen* können finanzielle Mittel für „neue, kreative und ansprechende Wege der Wissenschaftskommunikation“ (VolkswagenStiftung, 2015) mit einer nachhaltigen Wirkung beantragt werden. Die Stiftung unterstützt die *Wahl der angemessenen Wissenschaftssprache* in Form von einer entsprechenden Übersetzung zu Publikationen geförderter Vorhaben sowie Dolmetschertätigkeiten im Rahmen wissenschaftlicher Symposien. Der dritte Förderaspekt betrifft die Unterstützung der Stiftung im Rahmen öffentlicher *Veranstaltungen*, welche die Stiftung für ihre bestehenden Initiativen mit dem Ziel der Vernetzung und öffentlichen Darstellung organisiert. Außerdem wird eine Teilnahme an den stiftungseigenen Veranstaltungsreihen ermöglicht sowie Unterstützung

bei eigenen Veranstaltungen zur öffentlichen Darstellung von durch die Stiftung geförderten Initiativen angeboten (vgl. ebd.). Beispiele für Formate der Wissenschaftskommunikation seitens der VolkswagenStiftung sind der Ideenwettbewerb für die *Herrenhäuser Konferenzen*, in deren Rahmen wissenschaftliche Themen mit einer hohen Aktualität, gesellschaftlicher Relevanz und großem Innovationspotenzial öffentlich präsentiert werden, der jährliche Förderpreis *Opus Primum*, mit dem verständliche Publikationen von Nachwuchswissenschaftlern ausgezeichnet werden, sowie die Ausschreibung *Wissenschaft und Datenjournalismus*, die sich an gemeinsame Forschungs- und Rechercheprojekte von Wissenschaftlern mit Journalisten richtet. Mit dem Workshop 2014 „Image statt Inhalt? – Warum wir eine bessere Wissenschaftskommunikation brauchen“ setzt sich auch die VolkswagenStiftung dafür ein, gemeinsam mit anderen Akteuren der Wissenschaftskommunikation die Ausgestaltung derselben zu diskutieren.

Bei ihrem Engagement im Bereich Wissenschaftskommunikation konzentriert sich die *Körper-Stiftung* „auf eine Wissenschaft, die nicht Selbstzweck ist, sondern sich gesellschaftlichen Fragen stellt“ (vgl. Körper-Stiftung, 2015). Ihre Projekte zielen deshalb darauf ab, Wissenschaftler mit anwendungsbezogenen und gesellschaftlich relevanten Themen zu fördern (u. a. *Deutscher Studienpreis*, *Körper-Preis für die Europäische Wissenschaft*) sowie die Nachwuchsförderung vor allem in den MINT-Fächern durch Kooperationen und Vernetzung zwischen Hochschulen und Schulen zu unterstützen (u. a. *Stadt der jungen Forscher*, *Lust auf MINT!*, *MINTforum Hamburg*, *Nationales MINT Forum*, *NAT – Initiative Naturwissenschaft & Technik*).

Des Weiteren sind die *Stiftung Mercator*, die *Robert-Bosch-Stiftung GmbH*, die *Schering-Stiftung* und die *Deutsche Telekom-Stiftung* zu nennen. Auch sie beteiligen sich mit verschiedenen Kommunikations- und Förderformaten an der Gestaltung von Wissenschaftskommunikation in Deutschland.¹⁴

Auch die deutschen *Wissenschaftsakademien* leisten einen Beitrag zur Förderung von Wissenschaftskommunikation. Hierzu zählen die *Leopoldina – Nationale Akademie der Wissenschaften* sowie die *Deutsche Akademie der Technikwissenschaften (acatech)*. Weitere Wissenschaftsakademien haben sich unter dem Dach der *Union der deutschen Akademien der Wissenschaften* zusammengeschlossen. Eine leider nur kurze und thematisch wenig informative Abhandlung über die Rolle der Akademien für die Wissenschaftskommunikation findet sich bei Stock (2012). Hier werden vor allem die grundsätzlichen Aufgaben der Akademien und allgemein existierende Schwierigkeiten

¹⁴Für einen weiterführenden Einblick in die einzelnen Tätigkeitsfelder der aufgeführten Stiftungen vgl. Ostertag (2015).

rigkeit bei der Vermittlung wissenschaftlicher Ergebnisse angesprochen. Im Zusammenhang mit Wissenschaftskommunikation haben die Wissenschaftsakademien vor allem eine beratende Funktion. Im Gegensatz zu den oben vorgestellten Organisationen initiieren sie keine eigenen Projekte, um Wissenschaft und Gesellschaft zusammenzubringen, sondern treten in erster Linie durch die Bildung von Forschergruppen und thematischen Stellungnahmen in Erscheinung. Auch Stock sieht den Beitrag der Akademien für die Wissenschaftskommunikation darin, „dass Erkenntnisse aus einer wissenschaftlichen Disziplin sowohl anderen Wissenschaftsdisziplinen als auch Teilen der Gesellschaft zur Verfügung gestellt (werden), damit diese ihre Aufgaben überhaupt oder besser erledigen können“ (Stock, 2012: 66). Die Rolle der Akademien liegt demnach in diesem Zusammenhang darin, „in einem interdisziplinären Diskurs Wissen (zu) vermitteln, Nutzen-Risiko-Abwägungen (zu) treffen und die Bürger im Sinne einer Gesellschaftsberatung in schwierigen Fragen nicht im Stich (zu) lassen“ (ebd.: 67). Die Wissenschaftsakademien können also in diesem Sinne als „Wegweiserinnen in einer durch Wissenschaft bestimmten und dominierten Welt“ und „Orte der Wissens- und Informationsvermittlung“ verstanden werden (vgl. ebd.: 68). Praktisch treten die Akademien im Zusammenhang mit der Förderung von Wissenschaftskommunikation in erster Linie durch öffentliche Beiträge und Stellungnahmen zu aktuellen gesellschaftlich relevanten Debatten über Forschungsthemen in Erscheinung. Zuletzt wurde 2014 eine solche Stellungnahme zur Gestaltung der Wissenschaftskommunikation publiziert (vgl. Leopoldina et al., 2014). Hier geben sie Wissenschaft, Politik, gesellschaftlichen Akteuren und Medien als Akteuren der Wissenschaftskommunikation entsprechende Empfehlungen. Gerichtet an die Politik und Förderer von Wissenschaftskommunikation geht es vor allem darum, gegenüber den Forschungseinrichtungen Anreize für Wissenschaftskommunikation zu setzen sowie den Erhalt des Qualitätsjournalismus zu unterstützen (vgl. Leopoldina et al., 2014; Ostertag, 2015: 6 f., 21 ff.).

Neben den oben vorgestellten Organisationen, die Wissenschaftskommunikation in Deutschland fördern, nimmt die *DFG* als größte Förderorganisation für deutsche Forschungseinrichtungen eine zentrale Rolle bei der Förderung von Wissenschaftskommunikation ein. Seit 2006 fördert sie Wissenschaftskommunikation in SFB, seit 2012 ist diese Förderung auch auf die meisten ihrer sonstigen Förderprogramme ausgeweitet. Als förderungswürdig gelten nach Angaben der *DFG* die unterschiedlichsten Vermittlungsformate (vgl. Ostertag, 2015: 15). Ausschlaggebend ist hier in erster Linie die Angemessenheit und Relevanz in Bezug auf das zu kom-

munizierende Forschungsthema. Mit den verschiedenen Ausführungen des DFG-Magazins *forschung* (bzw. *German Research* in der internationalen Ausgabe) sowie über das Videoportal *DFG-Science TV* bietet die DFG ihrerseits Formate, welche die von ihr geförderten Forschungsprogramme und -projekte nutzen können, um ihre Forschung öffentlich zu machen. Darüber hinaus organisiert die DFG eine Vielzahl von Ausstellungen, Gesprächs- und Vortragsreihen, welche den Dialog zwischen Wissenschaft und Gesellschaft intensivieren sollen.¹⁵ Da die DFG und ihre Initiativen zur Förderung von Wissenschaftskommunikation zentraler Gegenstand dieser Arbeit sind, erfolgt eine ausführliche Darstellung der Fördermöglichkeiten von Wissenschaftskommunikation in SFB mit den entsprechenden Details zum Beantragungs- und Bewilligungsverfahren von Fördermitteln für Wissenschaftskommunikationsmaßnahmen im Analyseteil dieser Arbeit (vgl. Kapitel 4.3.1).

Die Ausführungen zeigen einen Überblick über die nationalen Förderer von Wissenschaftskommunikation. Mangels fundierter wissenschaftlicher Studien und Analysen zu diesem Thema handelt es sich um eine stark deskriptive Vorstellung, die einer forschungsbezogenen Ergänzung bedarf. Mit der angestrebten Evaluation zum Umgang mit der Forderung nach Wissenschaftskommunikation in SFB kann die vorliegende Arbeit zumindest in Bezug auf die DFG als wissenschaftliche Förderinstitution einen Beitrag dazu leisten.

2.3.2 Wissenschaftskommunikatoren

Die Forderung von Wissenschaftskommunikation wird auf der nächsten Akteursebene von den wissenschaftlichen Institutionen und den hier tätigen Wissenschaftskommunikatoren umgesetzt. Die gesteigerten außerwissenschaftlichen Kommunikationsbestrebungen seitens der Hochschulen und Forschungseinrichtungen als Folge einer skeptischen und wissbegierigen Gesellschaft sowie einer zunehmenden Konkurrenz um Ressourcen werden in der Forschungsliteratur vielseitig analysiert (vgl. u. a. Dahinden und Schanne, 2009; Schäfer, 2011).

¹⁵ Auch zur DFG und ihrer Förderung von Wissenschaftskommunikation existieren bislang keine wissenschaftlich fundierten Studien oder eine Evaluation der entsprechenden Maßnahmen. Aus diesem Grund basieren die Informationen über die Förderung von Wissenschaftskommunikation seitens der DFG hier und im weiteren Verlauf dieser Arbeit vor allem auf Informationsmaterial, das die DFG über ihren Internetauftritt öffentlich zugänglich macht, sowie aus dem erhobenen Datenmaterial, d. h. aus Interviews mit der zuständigen DFG-Mitarbeiterin für das Programmelement Öffentlichkeitsarbeit.

In einer umfassenden Studie untersuchen Bühler et al. (2007) Ziele, Strategien und Perspektiven von Wissenschaftskommunikation an deutschen Hochschulen, für die sie 157 verantwortliche Wissenschaftskommunikatoren befragt haben. Dabei werden von den Akteuren vor allem mangelnde personelle Ressourcen und fehlendes Budget kritisiert (vgl. ebd.: 127). Deutlich wird auch, dass den meisten Hochschulen eine zielgerichtete Kommunikationsstrategie fehlt, ihnen die Notwendigkeit einer solchen jedoch bewusst ist (vgl. ebd.: 73 ff.). Inhaltlich zielt die Wissenschaftskommunikation an Hochschulen vor allem auf die Profilierung der eigenen Hochschule ab. Bei der Umsetzung von Wissenschaftskommunikation werden dabei vorrangig traditionelle PR-Instrumente wie Pressemitteilungen, Tage der offenen Tür und Imagebroschüren eingesetzt (vgl. ebd.: 111 ff.). Die Autorinnen können abschließend aufzeigen, dass eine schlüssige Strategie neuen Handlungsspielraum für Wissenschaftskommunikation eröffnet (vgl. ebd.: 129).

Eine empirische Untersuchung zu Kommunikationsstrategien, Kommunikationszielen sowie einzelnen Kommunikationsmedien deutscher Hochschulen liefern beispielsweise Kohring und Matthes (2001) am Beispiel des Hochschul-Journals als ein Instrument der Wissenschaftskommunikation. In der Übertragung ihrer Ergebnisse auf die generelle Öffentlichkeitsarbeit von Hochschulen stellen auch sie strukturelle Probleme fest. Sie beklagen, dass es den Akteuren der Hochschulen, die für die Umsetzung von Wissenschaftskommunikation zuständig sind, vor allem an „knappen personellen und finanziellen Ressourcen“ (ebd.: 49) fehle. Stattdessen zeige sich eine „konzeptionelle Unsicherheit (...) über die Funktion und den Stellenwert der Hochschulöffentlichkeitsarbeit selbst“ (ebd.: 49). Die Autoren attestieren wie Bühler et al. (2007) die Notwendigkeit von strategisch ausgerichteten Kommunikationskonzepten (vgl. Kohring und Matthes, 2001: 50).

Höhn (2011) untersucht das aktuelle Berufsprofil von Wissenschaftskommunikatoren an Hochschulen und anderen wissenschaftlichen Einrichtungen, d. h. mit Blick auf die Wissenschaftsorganisation bei der Umsetzung von Wissenschaftskommunikation. Er kommt zu dem Ergebnis, dass trotz einer nachweislichen Professionalisierung und Institutionalisierung von Wissenschaftskommunikation innerhalb dieser Akteursgruppe Verunsicherung hinsichtlich der Ziele und der Zusammenarbeit mit Wissenschaftlern auszumachen sind. Die strategische, marketinorientierte Ausrichtung von Wissenschaftskommunikation nimmt demnach im Vergleich zur klassischen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit einen immer größeren Stellenwert ein.

Den gezielten Blick auf die Akteure richten auch Peters et al. (2009) in ihrem Bericht zum Projekt INWEDIS (Integration wissenschaftlicher Expertise in medienvermittelte öffentliche Diskurse). Hier definieren sie folgende Aufgaben von Wissenschaftsorganisationen bzw. den zuständigen Wissenschaftskommunikatoren im Kontext der Wissenschaftskommunikation:

„(...) (1) sie produzieren und verbreiten eigene Angebote für Medienredaktionen und Journalisten in Form von Pressemitteilungen, Pressekonferenzen und Exklusivinformationen, (2) sie erhöhen die Sichtbarkeit ihrer Wissenschaftler für Journalisten und motivieren sie zu Medienkontakten, (3) sie managen Medienanfragen an die Organisation und leiten sie ggf. an geeignet erscheinende Wissenschaftler weiter, und (4) sie beobachten und regulieren – meist subtil – die direkten Kontakte zwischen Wissenschaftlern und Journalisten, die ohne ihr Zutun zustande kommen.“ (Peters et al., 2009: 21; vgl. auch Baerns, 1990; Peters, 1984)

Vorrangiges Ziel ihrer Tätigkeit ist die „allgemeine Legitimierung der Organisation gegenüber denjenigen, von deren Unterstützung in Bezug auf politische Rahmenbedingungen und finanzielle Alimentierung sie abhängen, die Behauptung auf verschiedenen Märkten (z. B. Ausbildungs- und Forschungsdienstleistungen/Drittmittel) sowie die Beeinflussung forschungspolitischer Entscheidungen“ (Peters et al., 2009: 21). Daraus definieren die Autoren folgende Kommunikationsziele, wobei sie „allgemeine“ und „spezielle“ Ziele unterscheiden (ebd.). Zu ersteren gehören eine „hohe Medienpräsenz, positives Image und Entwicklung eines charakteristischen Organisationsprofils bzw. Etablierung einer eigenen ‚Marke‘“ (ebd.); zweite sind „das Marketing von Dienstleistungen, die Vertretung von Organisationsstandpunkten in der öffentlichen politischen Diskussion („Issue Management“) sowie Einstellungs- und Verhaltensänderungen der Bevölkerung, z. B. durch ‚Aufklärung‘ über Gesundheitsrisiken“ (ebd.). Eine daraus resultierende Aufgabe der Wissenschaftskommunikatoren ist es, die Wissenschaftler zu öffentlichem Engagement zu motivieren (vgl. ebd.: 22). Die besondere Herausforderung für Wissenschaftskommunikatoren besteht nach eigener Aussage „in der internen Suche nach geeigneten Themen und Wissenschaftlern für die öffentliche Selbstdarstellung“ (ebd.). Durch diese Aufteilung in einerseits eine professionelle und spezialisierte Organisationseinheit bei gleichzeitiger enger Anbindung an die wissenschaftliche Tätigkeit beschreiben die Autoren sie als „in doppelter Weise institutionalisiert“ (ebd.). In diesem Zusammenhang schildern Peters et al. (ebd.) auch den Aufgabenbereich der Pressestellen wissenschaftlicher Einrichtungen. Sie versuchen, die antizipierten medialen Selektions- und Darstellungsregeln gegenüber den Wissenschaftlern verständlich zu machen. Doch

„nicht alle Wissenschaftler sind bereit, sich auf die medialen Regeln einzulassen. Pressestellen werben in der Regel unter Wissenschaftlern für die Akzeptanz der journalistischen Vorgehensweise und suchen Wissenschaftler für ihre Öffentlichkeitsarbeit u. a. danach aus, ob diese die medialen Spielregeln akzeptieren. Außerdem sehen sich die Pressestellen gelegentlich in der Rolle von ‚Anwälten‘ der Journalisten und versuchen, Wissenschaftler zu beschwichtigen, die über Medienberichte aufgebracht sind“ (Peters et al., 2009: 24).

Dabei gehen sie davon aus, dass Pressestellen umso aktiver eingebunden sind, je unbekannter und damit „austauschbarer“ (ebd.: 16) die gefragten bzw. beteiligten Wissenschaftler für Journalisten sind. Denn: „Wirklich prominente Wissenschaftler, die regelmäßig in den Medien auftauchen, werden von den Journalisten *ad personam* kontaktiert“ (ebd.).

Eine Studie über den Stellenwert der organisatorischen Integration von Wissenschaftskommunikation liefern Neresini und Bucchi (2011). Bei ihrer Analyse von 40 europäischen Forschungseinrichtungen kommen sie zu dem Ergebnis, dass die meisten Einrichtungen zwar über entsprechende Ressourcen verfügen, der Stellenwert von Wissenschaftskommunikation dort dennoch gering ist. Nach wie vor wird Wissenschaftskommunikation als Ergänzung, aber noch lange nicht als fester Bestandteil wissenschaftlicher Arbeit gesehen (vgl. ebd.: 5). Die Autoren können zeigen, dass die öffentliche Aktivität von Forschungseinrichtungen offenbar unabhängig von der Größe der Institution ist. Als möglichen Grund dafür nennen sie, dass Wissenschaftskommunikation häufig auf dem individuellen Level einzelner engagierter Wissenschaftler betrieben wird – auch ohne institutionelle Einbindung. Allerdings könnten feste institutionelle Strukturen dabei helfen, die Intention zu öffentlichen Aktivitäten auch in tatsächliches Verhalten zu überführen. Als starkes Indiz dafür, dass sich Wissenschaftskommunikation auf institutioneller Ebene noch nicht ausreichend etabliert hat, wird die fehlende Evaluation öffentlicher Aktivität gesehen (vgl. ebd.: 6). Die Unterrepräsentation der öffentlichen Aktivitäten sowie entsprechender Ansprechpartner für Medien und Öffentlichkeit auf den institutseigenen Webseiten wird als weiterer Beleg gesehen (vgl. ebd.: 7). So kommen Neresini und Bucchi (ebd.) schließlich zu dem Fazit, dass es den wissenschaftlichen Institutionen an einer entsprechenden *Wissenschaftskommunikationskultur* fehle:

„Despite increasing general emphasis on public engagement and remarkable performances by a limited number of institutions, it is a *culture of public engagement* that still seems to be lacking among most research institutions in Europe – meaning an organization culture in which PE (public engagement; JG) is appropriately recognized, evaluated and rewarded as part and parcel of the organization life, routine activities,

and identified as well as a relevant element of the broader institutional landscape in which the organization operates; an element (...) to be taken into account when relating to funders and policy makers or when assessing and benchmarking its performances vis-à-vis other organizations in the same area.“ (ebd.: 14, Hervorh. i. O.)

Ohne die Etablierung einer solchen Kultur, in der Wissenschaftskommunikation mehr als ein schmückendes Anhängsel ist, wird sie nach Ansicht der Autoren ein Defizit-Modell bleiben (vgl. ebd.: 14).

Ansonsten existieren vor allem ältere Untersuchungen, die Wissenschaftskommunikatoren thematisieren; dies vor allem im Kontext relevanter Bezugsgruppen von Wissenschaftskommunikation. Einen Schwerpunkt bildet das Verhältnis von Wissenschaftskommunikation und Wissenschaftsjournalismus. Meier und Feldmeier (2005) führen eine Berufsfeldanalyse mit Wissenschaftsjournalisten und Wissenschaftskommunikatoren in Pressestellen durch und befragen diese nach ihrer Zukunftseinschätzung für die Wissenschaftskommunikation (vgl. Herrmann-Giovanelli, 2013: 54). Sie legen zwar einen Schwerpunkt auf die Entwicklungen des Wissenschaftsjournalismus, kommen jedoch hinsichtlich des Berufsfelds von Wissenschaftskommunikatoren zu dem Ergebnis, dass ein zunehmender Ausbau entsprechender Abteilungen und eine damit verbundene Steigerung der Mitarbeiterzahlen zu verzeichnen ist (vgl. Meier und Feldmeier, 2005: 212). Dabei wird eine zunehmende „Gewichtsverschiebung“ (ebd.: 213) zwischen Wissenschaftsjournalismus und dem Ausbau der Wissenschaftskommunikationsabteilungen zugunsten letzterer prognostiziert (vgl. ebd.). Die Befragung liefert auch Erkenntnisse dahingehend, worin die befragten Pressesprecher im Wissenschaftsbereich ihre Aufgaben sehen (ebd.: 218): 1. „die Standpunkte ihres Unternehmens/ihrer Forschungseinrichtung in der öffentlichen Diskussion (zu) vertreten“, 2. „sich mit Forschungsergebnissen an die Medien (zu) wenden“, 3. „weiterführende Recherchehilfen für Journalisten sein und z. B. Kontakte zu Experten herstellen“, 4. „als Mittler zwischen Öffentlichkeit und Wissenschaft fungieren“ sowie 5. „zu Verständnis und Akzeptanz wissenschaftlicher Forschung in der Öffentlichkeit beitragen“. Auch vorherige Untersuchungen (u. a. Baerns, 1990; Engelhardt et al., 1993; Göpfert, 1990; Nietiedt, 1996; Peters, 1984) kommen zu dem zentralen Ergebnis, dass Wissenschaftskommunikation (im Sinne einer Wissenschafts-PR) und ihre institutionelle Etablierung zunimmt und dabei verstärkt den Wissenschaftsjournalismus beeinflusst und steuert (vgl. Herrmann-Giovanelli, 2013: 53). Lederbogen (2004) und Lederbogen und Trebbe (2003) (u. a.) betrachten die Umsetzung von Wissenschaftskommunikation unter Einfluss der neuen Medien. Sie liefern eine Bestandsaufnahme der Online-Kommunikation

von Hochschulen und Forschungsorganisationen und stellen in diesem Zusammenhang erheblichen Verbesserungsbedarf fest.

Die hier exemplarisch aufgezeigten Studien geben einen Überblick darüber, auf welche Weise Wissenschaftskommunikatoren Wissenschaftskommunikation umsetzen, welche Ziele sie verfolgen und mit welchen Schwierigkeiten ihre Tätigkeit verbunden ist. Hier werden vor allem mangelnde personelle wie finanzielle Ressourcen, fehlende strategische Konzepte sowie das existierende Spannungsfeld zwischen Hochschulangehörigen und Hochschulexternen festgestellt. Dabei wurden bislang vor allem Kommunikationsabteilungen von Hochschulen als Untersuchungsgegenstand gewählt. Wissenschaftlich fundierte Untersuchungen über Wissenschaftskommunikatoren und Akteure anderer organisatorischer Einheiten existieren bislang nur unzureichend. Hier kann die vorliegende Arbeit einen empirischen Anknüpfungspunkt dahingehend liefern, dass sie die Rolle der Wissenschaftskommunikatoren in SFB beleuchtet. Auf diese Weise kann beurteilt werden, inwiefern dadurch existierende Befunde zu anderen Organisationsformen gestützt werden, oder ob sich das Bild dieser Akteursgruppe auf Verbundebene differenziert zeigt.

2.3.3 *Wissenschaftler im Fokus*

Auch Wissenschaftler sind bedeutende Akteure im Wissenschaftskommunikationsprozess und für die Analyse der Umsetzung von Wissenschaftskommunikation von großer Relevanz. Denn ihre Arbeit ist Ausgangspunkt und inhaltliche Grundlage der Wissenschaftskommunikation, ihre Forschungserfolge dienen als „Basis des Leistungsnachweises der Forschungsorganisationen“ (Peters et al., 2009: 21). Während diese Akteursgruppe in der Forschung zur Wissenschaftskommunikation lange nahezu unberücksichtigt blieb, sind gerade in jüngster Zeit – und damit größtenteils zeitgleich mit dem Erstellen dieser Dissertation – einige erkenntnisreiche empirische Studien durchgeführt worden.

Einen Überblick über den aktuellen Forschungsstand zur Wissenschaftskommunikation mit Fokus auf Wissenschaftler liefert vor allem Herrmann-Giovanelli (2013).¹⁶ In Studien zur öffentlichen Sichtbarkeit von Forschenden werden Formen der öffentlichen Beteiligung, ihre Motive für das öffentliche Engagement sowie förderliche und hinderliche Faktoren für Wissenschaftskommunikation analysiert. Auch das gesellschaftliche Bild von

¹⁶Ergebnisse von Studien vor 2000 liefern u. a. Peters (1995) sowie Bauer und Jensen (2011).

Wissenschaftlern sowie ihre Sicht zur gesellschaftlichen Relevanz wissenschaftlicher Forschung werden untersucht. Das Gros der Studien kommt zu dem Ergebnis, dass „bei einer Mehrheit der Wissenschaftler das Bewusstsein für die Notwendigkeit von Kommunikation zwischen Wissenschaft und Gesellschaft sowie die Bereitschaft dazu vorhanden“ ist (Herrmann-Giovanelli, 2013: 55; vgl. Peters et al., 2009; Mori, 2000; Peters, 1995; The Royal Society, 2006: 2). Die meisten der Befragten gaben dabei an, (in unterschiedlichem Ausmaß) über eigene Erfahrungen mit Wissenschaftskommunikation zu verfügen (vgl. Mori, 2000).

Eine Befragung von knapp 1500 Wissenschaftlern durch die The Royal Society (2006) kommt zu dem Ergebnis, dass die Intensität ihres Engagements in öffentliche Maßnahmen stark von vorhandenen bzw. fehlenden Zeitressourcen abhängig ist (vgl. The Royal Society, 2006; Mori, 2000: 4). Bauer und Jensen (2011) können mit der wissenschaftlichen Position und der Tätigkeit zwei institutionelle Faktoren ausmachen, welche die wissenschaftsexternen Aktivitäten von Wissenschaftlern beeinflussen. So engagieren sich vor allem Wissenschaftler mit Leitungsfunktion sowie diejenigen öffentlich, die in die Lehre eingebunden sind (vgl. Jensen, 2011: 34).

Poliakoff und Webb (2007) befragen in ihrer Studie Wissenschaftler unterschiedlicher Karrierestufen und stellen Faktoren heraus, die ihr Kommunikationsverhalten beeinflussen. Demnach vermeiden Wissenschaftler Wissenschaftskommunikation vor allem dann, wenn sie eine ablehnende Haltung gegenüber öffentlichem Engagement einnehmen, über keine oder kaum Erfahrung verfügen und auch nur wenige öffentlich aktive Kollegen in ihrem Umfeld haben (vgl. auch Herrmann-Giovanelli, 2013: 56). Frühere Studien belegen, dass die geltenden Normen des Wissenschaftssystems die öffentlichen Kommunikationsbestrebungen von Wissenschaftlern tendenziell behindern (vgl. u. a. Dunwoody und Ryan, 1985; Jacobson et al., 2004). Poliakoff und Webb (2007) sehen hier keinen signifikanten Einfluss (vgl. auch Peters et al., 2009: 17; Jensen, 2011: 34; Herrmann-Giovanelli, 2013: 56). Gründe für ihr öffentliches Engagement sehen Wissenschaftler vor allem darin, „eine Pflicht zur Kommunikation zu haben, erstens weil sie über privilegierten Zugang zu Informationen verfügen würden, die auch der allgemeinen Öffentlichkeit zugänglich sein sollten, und zweitens, weil die Öffentlichkeit die Forschung über Steuern finanziert“ (Herrmann-Giovanelli, 2013: 57; vgl. Mori, 2000; Poliakoff und Webb, 2007).

Als Ergebnis einer Gruppendiskussion, in der sich vor allem Naturwissenschaftler über Nutzen und Formen von Wissenschaftskommunikation äußern, konstatiert Davies (2008), dass die verbreitete Ansicht nach wie vor

dem Defizit-Modell entspricht und nur einige Wissenschaftskommunikation als dialogisches Modell betrachten (vgl. Kapitel 2.2). Je mehr Erfahrung die einzelnen Wissenschaftler haben, desto komplexer sind auch ihre Konzepte von Wissenschaftskommunikation (vgl. Davies, 2008: 415, 426 ff.; vgl. Herrmann-Giovanelli, 2013: 57).

In ihrer groß angelegten quantitativen Studie befragen Peters et al. (2009) unter anderem über 1500 Stammzellenforscher und Epidemiologen aus Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Japan und den USA hinsichtlich der Mediatisierungstendenzen der Wissenschaft und den damit verbundenen Konsequenzen für die Ausgestaltung wissenschaftlicher Tätigkeit. Sie stellen dabei ein „hohes Ausmaß an medienbezogenen Kommunikationsaktivitäten“ (ebd.: 14) sowohl seitens der Wissenschaftsorganisation als auch auf individueller Ebene fest. Bezogen auf die Zugehörigkeit zu einer bestimmten Statusgruppe der Wissenschaftler kommen die Autoren zu dem Ergebnis, dass „die Häufigkeit von Medienkontakten mit der Position innerhalb der Organisation sowie mit der wissenschaftlichen Produktivität korreliert“ (ebd.: 15) und bescheinigen gleichzeitig eine „relative Unabhängigkeit von subjektiven Faktoren“ (ebd.: 17), d. h. von einer individuellen Kosten-Nutzen-Relation. Danach haben vor allem Wissenschaftler mit Leitungsfunktion und einer hohen Zahl an Publikationen auch einen verstärkten Medienkontakt. Allerdings verhalten sich Wissenschaftler unabhängig von diesen beiden Faktoren eher passiv, wenn es darum geht, in Kontakt mit den Medien bzw. Journalisten zu treten. Die Initiative kommt in den meisten Fällen von den Journalisten bzw. durch vorherige PR-Arbeit seitens der wissenschaftlichen Organisationen (vgl. ebd.: 16). Die Autoren untersuchen auch den Einfluss wissenschaftlicher Normen auf das öffentliche Kommunikationsverhalten von Wissenschaftlern. Anders als frühere Studien (z. B. Dunwoody und Ryan, 1985; Jacobson et al., 2004) können sie keine grundsätzliche negative Sanktionierung von Medienkontakten durch die Wissenschaftsgemeinschaft feststellen (vgl. Peters, 2009: 17). Auswirkungen sehen Peters et al. (2009) lediglich „hinsichtlich der Art und Weise, wie Wissenschaft öffentlich dargestellt wird, und hinsichtlich der Rolle, die Wissenschaftler im Verhältnis zum Journalismus dabei einnehmen“ (Peters et al., 2009: 21; vgl. dazu Rödder, 2009).

Auch Herrmann-Giovanelli (2013) rückt Wissenschaftler in den Fokus ihrer Studie. Zeitgleich mit dem Entstehen dieser Forschungsarbeit untersucht sie am Beispiel Schweizer Hochschulen „die tatsächlichen Kommunikationsaktivitäten (...) sowie deren Erfahrungen mit Wissenschaftskommunikation und deren Motive“ (ebd.: 238) unter Beachtung existierender Rahmenbedin-

gungen, d. h. Wissenschaftsdisziplinen, Forschungsbereiche und organisationalem Kontext, sowie förderlicher und hinderlicher Faktoren (vgl. ebd.: 238 f.). Dabei kommt sie zu dem Ergebnis, dass grundsätzlich alle Befragten Wissenschaftskommunikation als wichtige Aufgabe ansehen und bereits praktische Erfahrungen in der öffentlichen Kommunikation haben. Letztere sind jedoch mehrheitlich zufällig sowie auf Anfrage und nicht proaktiv, durch das Befolgen einer bestimmten Kommunikationsstrategie zustande gekommen. Wissenschaftskommunikation wird von Wissenschaftlern demnach zwar als wichtig, jedoch zweitrangig nach wissenschaftsinterner Kommunikation angesehen. Die Sorge um Reputationsverlust sowie fehlende zeitliche Ressourcen und Kompetenzen sind Faktoren, die ihr öffentliches Engagement behindern.

Auf der Basis der zwei Merkmale „Aktivität“ und „Zuordnung von Verantwortlichkeit“ entwickelt die Autorin eine Typologie der Wissenschaftskommunikation mit insgesamt sechs Typen, von denen sie vier im eigenen Datenmaterial finden kann (vgl. ebd.: 201 f.). So stößt Herrmann-Giovanelli (ebd.) bei ihrer Befragung von Wissenschaftlern auf Unterschiede und Gemeinsamkeiten in deren Kommunikationsverhalten. Insbesondere zwei Merkmale kann sie dabei als relevant zur Unterscheidung identifizieren: Intensität der individuellen *Aktivität* sowie *Zuordnung und Verantwortlichkeit* von Wissenschaftskommunikation auf individueller oder institutioneller Ebene (vgl. ebd.: 205). Aus der Kombination dieser beiden Merkmale ergeben sich demnach folgende sechs mögliche Kommunikationstypen: *Aktiv-individuelle Kommunikatoren*, *Teilweise aktiv-individuelle Kommunikatoren*, *Passiv-individuelle Kommunikatoren*, *Aktiv-institutionelle Kommunikatoren*, *Teilweise aktiv-institutionelle Kommunikatoren* sowie *Passiv-institutionelle Kommunikatoren*. Herrmann-Giovanelli beschreibt diese Typen zusätzlich anhand des *Einflusses wissenschaftlicher Normen und förderlicher oder hinderlicher Faktoren für öffentliches Engagement*. Dadurch wird deutlich, dass Wissenschaftlern kein einheitlicher Umgang mit Wissenschaftskommunikation unterstellt werden kann.

Herrmann-Giovanelli (ebd.) nimmt als Erklärungsansatz auch die organisationalen Strukturen in den Blick und konstatiert abschließend: „Anstrengungen auf verschiedenen Ebenen des Wissenschaftssystems sind nötig, wenn aus den breit vorhandenen positiven Intentionen konkrete Aktivitäten folgen sollen. Es bedarf klarer formulierter Anforderungen von Seiten wissenschaftlicher Institutionen und Geldgebern, aber auch der Bereitstellung von Schulungen und Anreizen, der Ermutigung und Unterstützung der Wissenschaftler durch ihre Institutionen und Geldgeber“ (ebd.: 240). Basierend

auf diesen Ergebnissen stellt die Autorin weiterführende Überlegungen für die Ausarbeitung eines konkreten Anreizsystems an, das die Bemühungen öffentlich aktiver Wissenschaftler honoriert, gleichzeitig aber auch ihren ambivalenten Umgang mit Wissenschaftskommunikation berücksichtigt (vgl. Herrmann-Giovanelli, 2013: 241). Hinsichtlich des Einflusses, den die Förderorganisation auf die Umsetzung von Wissenschaftskommunikation durch Wissenschaftler hat, kommt Herrmann-Giovanelli am Beispiel des Schweizerischen Nationalfonds zur Förderung der wissenschaftlichen Forschung (SNF) zu dem Schluss, dass durch die von Seiten der SNF gegenüber den Forschungsprogrammen deutlich gemachte strategische Bedeutung von Wissenschaftskommunikation sowie das explizit vorgegebene Berichtungsverfahren auf Akteursebene „ein starkes Bewusstsein und eine Sensibilität für das Thema“ festzustellen ist (vgl. ebd.: 243). Inwieweit diese Ergebnisse auf die DFG und die untersuchten SFB übertragbar sind, wird die vorliegende Arbeit zeigen.

Rödder (2009) untersucht am Beispiel von Humangenomforschern aus Deutschland, Frankreich, England und den USA den Einfluss der Medialisierung auf die Wissenschaft und ihr Berufsverständnis. Sie kommt zu dem Ergebnis, dass die befragten Wissenschaftler der erhöhten Sichtbarkeit von Wissenschaft zwar eine große Bedeutung zuschreiben (vgl. ebd.: 123), die „Sensibilität gegenüber einer Vermischung von Reputation und Prominenz“ (Weingart, 2009: 8) dabei jedoch erhalten bleibt. So zählt Forschung und die damit verbundene innerwissenschaftliche Kommunikation der Ergebnisse für das Erlangen von Reputation nach wie vor als Kern wissenschaftlichen Arbeitens (vgl. Rödder, 2009: 158). Öffentliche Sichtbarkeit gilt dagegen als „Merkmal mit geringer Verbreitung unter Wissenschaftlern allgemein“ (ebd.). Als wichtigster Grund für außerwissenschaftliche Sichtbarkeit wird dabei die „Sicherung der eigenen Finanzierung“ (ebd.: 124) genannt. Rödder beschreibt das Spannungsfeld, in dem sich Wissenschaftler in Bezug auf die öffentliche Sichtbarkeit befinden:

„In sachlicher Hinsicht (...) zwischen der Sachorientierung wissenschaftlicher und der Nachrichtenwertorientierung medialer Kommunikation, in zeitlicher Hinsicht zwischen der Dauer, Komplexität und kollegialen Begutachtung der Erkenntnisproduktion und der Aufmerksamkeitsspanne und den Formaten der Medien. In sozialer Hinsicht (...) zwischen dem Verständnis sichtbarer Wissenschaftler als Individuen und als Mitglieder wissenschaftlicher Gemeinschaften sowie mit Bezug auf Wechselwirkungen inner- und außerwissenschaftlicher Anerkennung.“ (ebd.: 159)

Doch es gibt auch Bedingungen, unter denen öffentliche Sichtbarkeit als angemessen gilt. Dies sind 1. „Sichtbarkeit in Folge guter wissenschaftlicher

Arbeit“ (ebd.: 160), 2. „ohne (persönliche; JG) Absicht sichtbar werden“ (ebd.), 3. „Sichtbarkeit mit Bezug zu institutionellen Kontexten und Zielen“ (ebd.). Unter den befragten Wissenschaftlern besteht dahingehend Einigkeit, dass „zwischen inner- und außerwissenschaftlicher Anerkennung getrennt und die Reputationsautonomie gewahrt werden soll“ (ebd.). Rödder kommt zu dem Schluss, dass auf individueller Ebene die Forschungsarbeit und die damit verbundene innerwissenschaftliche Kommunikation größte Priorität hat, nichtsdestotrotz die Wissenschaft an sich jedoch auf die außerwissenschaftliche Sichtbarkeit angewiesen ist (vgl. ebd.: 233).

Auf dieser Basis entwickelt Rödder eine Typologie anhand unterschiedlicher Ansätzen von Wissenschaftlern, „individuelle Sichtbarkeit in das eigene Berufsverständnis zu integrieren“ (ebd.: 192, siehe dazu auch Kapitel 5). Ihre „Typologie des Berufsverständnisses von Humangenomforschern“ (ebd.: 163) basiert entsprechend ihrer Befunde auf zwei Merkmalen: „die Konstruktion der Beziehung von Wissenschaft und Öffentlichkeit“ sowie „die Bereitschaft, aufmerksamkeitsorientierte Kommunikation zu tolerieren“ (ebd.: 162). Auf dieser Basis kann Rödder anhand ihrer Daten vier verschiedene Typen differenzieren: den *Geek*, den *Missionar*, den *Anwalt des Wissens* und den *öffentlichen Wissenschaftler*.

Auch Fuhrin (2013) unterscheidet verschiedene Typen und führt als deren Unterscheidungsmerkmale die individuelle *Aktivität* von Wissenschaftlern bezogen auf ihren Umgang mit Wissenschaftskommunikation sowie ihren persönlichen *Selbstbezug* im Rahmen öffentlicher Darstellung an. Danach lassen sich auf der Grundlage ihrer Daten *Aufklärer*, *emotionaler Aufklärer*, *Imagepfleger*, *Werber*, *Pragmatiker* und *Meinungsmacher* differenzieren. Auch wenn die Autorinnen zur Unterscheidung der Typen jeweils andere differenzierende Merkmale anführen, ist ihren Typen gemeinsam, dass sie eine jeweils eigene Strategie entwickeln, mit Wissenschaftskommunikation umzugehen.

Die Studien zur Rolle der Wissenschaftler im Wissenschaftskommunikationsprozess werden häufig am Beispiel konkreter Disziplinen bzw. Forschungsbereiche durchgeführt, dies vor allem aus dem naturwissenschaftlichen Bereich (z. B. Biomedizin, Genforschung, Nanotechnologie). Damit haben die Autoren jeweils einen Untersuchungsgegenstand gewählt, der qua Forschungsthema auf gesellschaftliches und damit verstärktes mediales Interesse trifft. Auch das Kriterium bereits vorhandener öffentlicher Sichtbarkeit (Rödder, 2009) bzw. Prominenz (Fuhrin, 2013) von Wissenschaftlern ist Ausgangspunkt der vorhandenen Ergebnisse. Mit Ausnahme dessen, was Herrmann-Giovanelli (2013) für die Schweiz herausfinden konnte, man-

gelt es an Untersuchungen, welche verschiedene Themenbereiche (disziplinär wie auch bezogen auf die mediale/gesellschaftlich Resonanz) liefern und dabei gleichzeitig unterschiedliche Statusgruppen unter den Wissenschaftlern berücksichtigen. Die Autorin vergleicht in ihrer Untersuchung exemplarisch Natur- und Sozialwissenschaft sowie auf organisationaler Ebene universitätsinterne und -externe Forschungseinrichtungen. Ob ihre Ergebnisse auch für Deutschland gelten und auf andere institutionelle Kontexte und/oder Disziplinen übertragbar sind, ist zu prüfen. Die hier angestrebte Analyse der Umsetzung von Maßnahmen der Wissenschaftskommunikation in interdisziplinären Verbünden, die – wie die ausgewählten drei SFB – zudem eine unterschiedliche thematische Ausrichtung haben, soll einen Ansatz liefern, diese Forschungslücke zu füllen. Dabei wird auch auf die jeweiligen bidirektionalen Erwartungen eingegangen, welche die unterschiedlichen Akteursgruppen aneinander richten, und deren Auswirkungen auf den Wissenschaftskommunikationsprozess (vgl. Kapitel 4.1).

2.4 Zwischenfazit

Die in Kapitel 2.1 exemplarisch vorgestellten Studien machen deutlich, dass die gesellschaftliche Positionierung der mediatisierten Wissenschaft vor allem durch eine größere Nähe zur Öffentlichkeit gekennzeichnet ist. Damit verbunden ist eine verstärkte Einflussnahme von außerwissenschaftlichen Akteuren – vor allem von Politik und Öffentlichkeit, aber auch anderen Interessengruppen – auf die Wissenschaft. Durch sie sieht sich die Wissenschaft verstärkt einer kritischen Beurteilung ausgesetzt. Wissenschaftliche Ergebnisse werden nach Kriterien bewertet, die den innerwissenschaftlichen Qualitätskriterien teilweise entgegenstehen. Wie Marcinkowski et al. (2013), Weingart (2001) und Peters et al. (2009) zeigen können, haben diese Veränderungen dabei offenbar auch Einfluss auf innerwissenschaftliche Prozesse. Als Konsequenz verändert sich auch das Kommunikationsverhalten der wissenschaftlichen Akteure: Um ihre gesellschaftliche Legitimation zu steigern, orientieren sie sich zunehmend an medialen Regeln. Damit einher geht eine Professionalisierung ihrer Öffentlichkeitsarbeit. Dabei wird besonders die Anwendungsrelevanz bzw. gesellschaftliche Anschlussfähigkeit wissenschaftlicher Forschung hervorgehoben. Ziel ist es, durch eine möglichst vorteilhafte Darstellung gesellschaftliche Legitimation zu erreichen, um dadurch vorhandene Ressourcen zu begründen und neue zu sichern. Forschungsergebnisse zu den Zielen von Wissenschaftskommunikation liefern u. a. Kessler und Kruse (2005), Peters (2009, 2012), Pfenning (2012) und

Weingart et al. (2007). Wie sich die hier beschriebene Entwicklung in der tatsächlichen Umsetzung von Wissenschaftskommunikation im Forschungsverbund darstellt, zeigt die Untersuchung der drei SFB im empirischen Teil dieser Arbeit (Kapitel 4 und 5), in dem auf die hier angeführten Ergebnisse Bezug genommen wird, um zu zeigen, inwiefern diese Erkenntnisse auch für die hier untersuchten Forschungsverbünden bestätigt werden können.

Bezüglich des traditionellen Berufsverständnisses der Wissenschaft kann in Anlehnung an Bourdieu (1992, 1998) zunächst eine Benennung der zugrunde liegenden Aufgaben bestimmt werden. Dies sind vor allem die Forschung und die entsprechende innerwissenschaftliche Darstellung derselben nach den geltenden innerwissenschaftlichen Anerkennungskriterien. Allerdings führen die beschriebenen gesellschaftlichen Entwicklungen dazu, dass Wissenschaft und damit auch ihr Selbst- bzw. Berufsverständnis zunehmend von außerwissenschaftlichen Strukturen beeinflusst wird. Als neue Aufgaben kommen für die Wissenschaftler die Kommunikation mit öffentlichen Publika sowie das Einwerben von Drittmitteln hinzu. Damit verbunden sind Bemühungen um gesellschaftliche Aufmerksamkeit und (dadurch) Legitimierung der eigenen Forschung. Wissenschaftler sind damit nach innen und nach außen verpflichtet; neben die wissenschaftliche Reputation tritt die außerwissenschaftliche Prominenz als Anerkennungskriterium. Diese zunehmende Beeinflussung der Wissenschaft durch öffentliche Einflüsse wird als problematisch für die Autonomie der Wissenschaft gesehen (Weingart, 2001; Weingart und Schulz, 2014). Von den wissenschaftlichen Akteuren wird dies als ambivalent, d. h. weder als eindeutig komplementär noch als durchweg konfligierend betrachtet (vgl. u. a. Rödder, 2009). Es lässt sich also festhalten, dass Wissenschaftler dem eigenen Berufsverständnis nach den traditionellen Aufgaben und Anerkennungsstrukturen noch immer Priorität einräumen. Dennoch nehmen die oben beschriebenen Bedingungen außerwissenschaftlicher Kommunikation zunehmend Einfluss. Das Ergebnis dieser Arbeit kann diese Tendenz weitgehend bestätigen (vgl. Kapitel 5.3) und darüber hinaus zeigen, welchen Einfluss die Verbundstruktur unter der Prämisse der institutionalisierten Forderung nach Wissenschaftskommunikation auf die (tagtägliche) berufliche Ausgestaltung von Wissenschaftlern hat.

Mit der Darstellung der drei bzw. vier Phasen von Wissenschaftskommunikation in Kapitel 2.2 wird aufgezeigt, welche Funktion Wissenschaftskommunikation im Laufe der Zeit gesellschaftspolitisch zugeschrieben wird und welche Form der Ausgestaltung damit verbunden ist. Die Entwicklung vom Bild des Elfenbeinturms, der Popularisierung hin zum Dialog-Modell

verdeutlicht den veränderten Anspruch an Wissenschaftskommunikation, den die Wissenschaft und ihre Akteure zu berücksichtigen haben (vgl. u. a. Dahinden, 2004; Schäfer et al., 2015; Weingart, 2005). Die empirische Analyse dieser Forschungsarbeit zeigt, dass bei der Ausgestaltung der Kommunikationsmaßnahmen in den untersuchten SFB, auf institutioneller Ebene sowohl PUS- als auch dialogische Formate realisiert werden (vgl. Kapitel 4.3). Auf der individuellen Ebene der Wissenschaftler zeigt sich, dass diese sich dessen, was hier als aktuelle Form und Funktion von Wissenschaftskommunikation benannt wird, in unterschiedlichem Maße bewusst und ihre Kommunikationsaktivitäten entsprechend differenziert gestaltet sind (vgl. Kapitel 5.2).

In dieser Arbeit geht es um die Forderung von Maßnahmen zur Wissenschaftskommunikation, die als gesellschaftspolitisches Anliegen ausgehend von Forschungs- bzw. Wissenschaftskommunikationsförderern an wissenschaftliche Einrichtungen, an die dort tätigen Wissenschaftskommunikatoren sowie schließlich an die Wissenschaftler weitergetragen wird. Die Betrachtung der drei Akteursebenen a) Förderer und Förderer von Wissenschaftskommunikation, b) Wissenschaftskommunikatoren von wissenschaftlichen Einrichtungen sowie c) Wissenschaftler in Kapitel 2.3 zeigt zunächst, dass neben der DFG – als im Rahmen dieser Arbeit für SFB relevante Förderinstitution von Wissenschaftskommunikation – zahlreiche weitere Einrichtungen existieren, die Wissenschaftskommunikation auf politischer, kultureller sowie privatwirtschaftlicher Ebene fördern (vgl. Ostertag, 2015). Sie alle unterstützen Konzepte und Maßnahmen und sind Ausrichter unterschiedlicher Kommunikationsformate. Sie nehmen auch Einfluss auf die Ausgestaltung von Wissenschaftskommunikation, indem sie entsprechende Empfehlungen aussprechen. Mit den so gesetzten Strömungen und Trends muss die DFG als Förderer und Forderer von Wissenschaftskommunikation umgehen. Die Analyse der von der DFG gesetzten Rahmenbedingungen für die Umsetzung von Wissenschaftskommunikation in SFB sowie der Kommunikation zwischen DFG und SFB zeigt, dass die Realisierung dieser Aufgabe mit Widersprüchen verbunden ist (vgl. Kapitel 4.3.1 und 4.3.5).

Gleiches gilt auf der nächsten Ebene auch für wissenschaftliche Einrichtungen. Festgestellt werden aufgrund einer gesamtgesellschaftlichen Mediatisierungstendenz folgerichtig gesteigerte außerwissenschaftliche Kommunikationsbemühungen von Hochschulen und sonstigen Forschungseinrichtungen. Damit verbunden ist die Etablierung entsprechender Kommunikationsabteilungen. Auf Basis des Forschungsstandes können weiter Aussagen über die Aufgaben der mit Wissenschaftskommunikation betrauten Akteu-

re wissenschaftlicher Einrichtungen sowie zu ihren Kommunikationszielen getroffen werden. Studien zur institutionellen Etablierung von Wissenschaftskommunikation zeigen, dass ein grundsätzliches Bewusstsein zwar vorhanden, der Stellenwert von Wissenschaftskommunikation jedoch nach wie vor vergleichsweise gering ist. Vor allem fehlt es häufig an einer zielgerichteten Kommunikationsstrategie und einer wirklichen institutionellen Einbindung. Die beauftragten Wissenschaftskommunikatoren sehen sich bei der Ausführung ihrer Tätigkeit in einem Spannungsfeld zwischen den jeweiligen Anforderungen seitens der wissenschaftlichen Einrichtungen und denen der Öffentlichkeit – vor allem der Medien – nach einer angemessenen Darstellung von Forschung (vgl. u. a. Bühler et al., 2007; Neresini und Bucchi, 2011). Dass auch die Wissenschaftskommunikatoren in den untersuchten SFB diesen unterschiedlichen Erwartungen ausgesetzt sind, zeigt Kapitel 4.1. Darüber hinaus verdeutlicht die Analyse, von welchen Bedingungen die strategische Ausrichtung von Wissenschaftskommunikation in SFB auch unter Einbeziehung von Wissenschaftskommunikatoren abhängig ist (vgl. Kapitel 4.3).

Die existierenden wissenschaftlichen Untersuchungen zu Wissenschaftlern als Akteure, die mit der Umsetzung von Wissenschaftskommunikation beauftragt sind, geben einen Überblick über deren Motive, die Ausgestaltung und Bewertung öffentlicher Kommunikation sowie den Einfluss von Position und existierenden Normen. Sie alle zeigen, dass Wissenschaftler offenbar in einem „Spannungsfeld zwischen medialer Prominenz und wissenschaftlicher Reputation“ (Herrmann-Giovanelli, 2013: 239) stehen. Grundsätzlich ist den Wissenschaftler die Anforderung öffentlich aktiv zu sein also bewusst, allerdings ist ihre tatsächliche Beteiligung abhängig von ihrer jeweiligen Statusgruppe, ihren Erfahrungen sowie vorhandenen Ressourcen. Existierende Typologien vor allem von Rödder (2009) und Herrmann-Giovanelli (2013) machen deutlich, dass die Akteursgruppe der Wissenschaftler in Bezug auf ihren Umgang mit Wissenschaftskommunikation offenbar differenziert betrachtet werden muss und ihnen kein einheitliches Handeln unterstellt werden kann. Auch auf Grundlage des erhobenen Datenmaterials können unterschiedliche Typen der Wissenschaftskommunikation identifiziert werden, was die o. g. Ergebnisse bestätigt (vgl. Kapitel 5).

Wissenschaftskommunikation in Forschungsverbünden

Zwischen Ansprüchen und Wirklichkeit

Gantenberg, J.

2018, XIV, 266 S., Softcover

ISBN: 978-3-658-18606-7