

Trendstudie beleuchtet Zukünfte der Wissenschaftskommunikation



Wo steht die deutsche Wissenschaftskommunikation heute, angesichts fundamentaler Veränderungen im Mediensystem, zwei Jahre nach der Finanz- und Wirtschaftskrise? Was sind aktuell die größten Herausforderungen, welches viel versprechende Lösungswege? Umfassende Fragen wie diese untersucht eine umfangreiche, vom [Stiferverband](#) für die Deutsche Wissenschaft geförderte [Trendstudie](#) des Forschungszentrums für Wissenschafts- und Innovationskommunikation ([innokomm](#)). Betrachtet werden dabei alle drei Perspektiven der Wissenschaftskommunikation sowie deren gegenseitige Einflüsse aufeinander – Journalismus, PR und innerwissenschaftliche Kommunikation.



Berlin, 14. Oktober 2011

Ausgehend von einer Bestandsaufnahme unter gut 300 befragten Wissenschaftskommunikatoren diskutierten 30 Experten aus Wissenschaft und Praxis im Rahmen einer Delphi-Studie mögliche Lösungsansätze. Demnach bricht – historisch betrachtet – gerade die fünfte Entwicklungsphase der Wissenschaftskommunikation an: von den Utopien der 50er Jahre (1) über die frühen Aufklärungskampagnen (2) und die mit zunehmender Kritik auch immer umfassendere Wissenschaftsberichterstattung (3) bis hin zum „Public Understanding of Science and Humanities“ (4).

Noch während der Vorhang fällt, beginnt der nächste, fünfte Akt mit der Suche nach neuen Konzepten, Formaten und Werkzeugen. Phase 5 sei gekennzeichnet vom Bedeutungszuwachs des immer interaktiveren Internets als neues Leitmedium der Wissenschaft. So erlebe die PR, wie ihre über Jahre hinweg professionalisierte „Verpackungsindustrie“ aus den Angeln gehoben wird. Grundlegend verändere das Web 2.0 auch die Kommunikation der Wissenschaftler untereinander, was einige etablierte Mechanismen des Wissenschaftssystems fundamental in Frage stelle. Der Studie zufolge sind es aber vor allem die klassischen Wissenschaftsmedien, die schmerzhaft zu spüren bekommen, wie die Grenzen zwischen Individual- und Massenkommunikation verschwimmen. Ob sie es schaffen, diesen Veränderungsdruck für eigene Innovationen zu nutzen, werde über die weitere Zukunft der Wissenschaftspublizistik entscheiden, so der Autor der Trendstudie.

Pressebildmaterial

4 Infografiken, 7 Roadmaps, Schmuckfoto, Buchcover, Autorenporträt

Quellenangabe: innokomm / Gerber

>> Download-Link: wk-trends.de/resources/Pressebildmaterial.zip (10 MB)

Hintergrund:

Zu den wichtigsten Ergebnissen der Trendstudie zählen die folgenden vier Trends und Bedarfsfelder:

1.) Das Netz als neues Leitmedium der Wissenschaft

Klassische Ansätze zur Vermittlung und Aufbereitung greifen immer öfter zu kurz. In der Wissenschaftspublizistik gibt es erste zaghafte Ansätze, diesen Veränderungsdruck für Innovationen zu nutzen – Recherchetechniken, interaktive Formate, Netzwerk-Distribution und angepasste Geschäftsmodelle sowie ansatzweise Investigation. In der PR ist ein immenser Beratungsbedarf entstanden, wie mit den durch das Web 2.0 entstehenden Chancen und Risiken umzugehen ist. Wissenschaftler müssen in Aus- und Weiterbildung deutlich besser auf den direkten Dialog vorbereitet werden. Außerdem stellen sich gesamtgesellschaftlich drängende Fragen der Informationskompetenz, denn die Kehrseite des Web 2.0 ist eine Verengung des wahrgenommenen Meinungsspektrums (Stichwort „Schweigespire“).

2.) Durch Transparenz zu einer neuen „Kultur der Kommunikation“

Die ganze Bandbreite gesellschaftlicher Gruppen soll künftig im Sinne einer „Scientific Citizenship“ einbezogen werden. Hierfür muss die noch immer vorherrschende mediale Konzentration auf Forschungsergebnisse mit neuen Formaten aufgebrochen werden, die authentischer zwischen ergebnis- und prozessorientierter Perspektive hin- und herschalten. Auch die Wissenschaft selbst ist jedoch gefordert, die Relativität des von ihr erzeugten Wissens transparenter zu machen.

3.) Selbstverständnis und Anforderungsprofil des „Kommunikators“ wandeln sich zum Mediator

Eine nachhaltige Wissenschaftskommunikation geht schon heute weit über die „Verpackungsindustrie“ klassischer PR hinaus. So wird sich Vermittlungsleistung künftig stärker daran bemessen, ob auch innerhalb der eigenen Institution die Puzzleteile transdisziplinär zusammengesetzt werden, anstatt bloß Projektergebnisse zu verbreiten oder Markenpflege zu betreiben. Dies ist vor allem eine Herausforderung für die PR-Aus- und Weiterbildung. Statt die eigenen Themen durch verengte Informationskanäle zu zwingen, ist ein „Agenda Surfing“ auf gesellschaftlich-politischen Wellen gefragt. Als Kehrseite der PR-Professionalisierung wird es künftig außerdem immer wichtiger, koordiniert und kooperativ zu kommunizieren.

4.) Grundlegende systemische Veränderungen

Die geltenden Kriterien für Mittelvergabe, Evaluation und Berufung berücksichtigen die Kommunikation der Forscher mit einer breiten Öffentlichkeit kaum. Neue Anreizsysteme müssen erwogen werden, die eine „Kultur der Kommunikation“ als Katalysatoren fördern. Eine der größten Herausforderungen liegt hierbei in der Mess- und somit Vergleichbarkeit von Kommunikationsleistung. Dies wird mittelfristig zu einer Debatte über Normen und standardisierte Ergebnismessungen führen sowie kurzfristig spezielle Audits erforderlich machen.

Da die Studienergebnisse und Prognosen eine ganze Reihe neuer Fragen aufgeworfen haben, versteht das innokomm Forschungszentrum die Trendstudie als Auftakt zu einem kontinuierlichen Zukunftsdiskurs, der u.a. bereits online bei [Scienceblogs](#) erfolgt („[sic] -- Science & Innovation Communication“).

Sämtliche Ergebnisse sind in **Buchform** erschienen (edition innovare, ISBN 978-3-9814811-0-5) und können [hier](http://wk-trends.de/6.html) versandkostenfrei bestellt werden (wk-trends.de/6.html).

Der Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft stellt außerdem eine kostenfreie, komprimierte **E-Book**-Version zur Verfügung: www.stifterverband.de/wk-trends

Zitierhinweis:

Trendstudie 2011: Vorhang auf für Phase 5 – Chancen, Risiken und Forderungen für die nächste Entwicklungsstufe der Wissenschaftskommunikation

Autor:

Alexander Gerber ist Geschäftsführer des innokomm Forschungszentrums für Wissenschafts- und Innovationskommunikation. Der 38-jährige Informationswissenschaftler ist von Hause aus Journalist und leitete von 2004 bis 2010 bei Fraunhofer die Kommunikation des IuK-Verbunds. Er ist Beirat und Gutachter in diversen Fachverbänden, lebt und arbeitet in Berlin.

Kontakt: a.gerber (o) innokomm.eu

Das Forschungszentrum:

INNOKOMM ist eine privatwirtschaftliche Forschungseinrichtung mit Sitz in Berlin. Als Transferzentrum bündelt es Erkenntnisse und Methoden aus den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften interdisziplinär und verwertet diese in Form von Auftragsforschung und Beratung für Unternehmen und wissenschaftliche Einrichtungen.