

Siggen, WÖM und die Krise des Wissenschaftsjournalismus

Franz Ossing, Doris Wolst, Josef Zens *

Inhalt

1. Warum überhaupt gemeinsam diskutieren?

2. Klärung der Begrifflichkeiten: „Wissenschaftskommunikation“

3. Unterschiedliche Sichten auf die Krise

4. Arbeitsfelder

- Digitale Revolution
- Positionsbestimmung der Akteure
- Qualitätskriterien

5. Fazit: Saubere Wissenschafts-PR, sauberer Wissenschaftsjournalismus – eine Frage der Durchsetzung

6. Anhang

- Tab. 1: Vergleich der Verortung von PR und Journalismus bei Siggen
- Tab. 2: Vergleich der Verortung von PR und Journalismus bei WÖM
- Tab. 3: Geforderte Maßnahmen bei WÖM
- Tab. 4: Geforderte Maßnahmen bei Siggen
- Tab. 5: Übersicht über Regelwerke für gute Praxis in PR und Journalismus
- Tab. 6: (Veränderte) Rahmenbedingungen im Wissenschaftssystem

1. Warum überhaupt gemeinsam diskutieren?

Es steht außer Zweifel, dass die deutsche Medienlandschaft sich in einer grundlegenden und vor allem für die Printmedien krisenhaften Umwälzung befindet. Die aktuelle Krise des Wissenschaftsjournalismus ist eine Facette dieses tiefgreifenden Wandels. Der diesem Prozess zugrunde liegende Wandel im Informations- und Kommunikationsverhalten der Gesellschaft betrifft, wenngleich in anderer Weise, auch die gesamte Wissenschaftskommunikation, nicht nur in Deutschland. Die Herausforderung ist ähnlich groß wie in der ersten Hälfte der 1990er Jahre, als ähnlich umfassende Umbrüche dazu führten, dass die deutsche Wissenschafts-Community sich zur PUSH-Initiative zusammenfand, unter breiter Unterstützung der Medienschaffenden.

Die aktuell in Deutschland kreisende Diskussion um die Krise des Wissenschaftsjournalismus lässt sich paradigmatisch an den beiden Texten „Siggener Aufruf“ und der Akademienstudie „Zur Gestaltung der Kommunikation zwischen Wissenschaft, Öffentlichkeit und den Medien“ (kurz: WÖM)¹ ablesen. Beide Texte sind sich in der Beschreibung des aktuellen Zustands des Wissenschaftsjournalismus auf der einen und der Wissenschafts-PR auf der anderen Seite sehr ähnlich. Auch sind beide Texte in der Begrifflichkeit gleich unscharf und sprechen in diesem Zusammenhang von „Wissenschaftskommunikation“, wo es inhaltlich lediglich um die Schnittstelle Wissenschaft, Wissenschafts-PR und Medien geht.

Ein Diskussionspapier von Mrotzek et al.² weist darauf hin, dass die Wissenschaftskommunikation in Deutschland eine weite und ausgeprägte Szenerie mit einer Vielzahl von Formaten darstellt, in der der Wissenschaftsjournalismus zwar

¹ „Siggener Aufruf“ (<http://bit.ly/1ljzj7z>); WÖM (<http://bit.ly/1mZff8G>); last visit 21.11.2014

² Christian Mrotzek, Franz Ossing, Jan-Martin Wiarda, Thomas Windmann, Doris Wolst, Josef Zens: „Neubestimmung der Schnittstelle zwischen Wissenschaft, Wissenschafts-PR und Medien“, Sept. 2014, abrufbar unter: http://gfzpublic.gfz-potsdam.de/pubman/item/escidoc:612892:2/component/escidoc:612895/Neubestimmung_der_Schnittstelle.pdf ; last visit 21.11.2014

eine zentrale, keineswegs aber ausschließliche Rolle spielt. In der Quintessenz formuliert der Text von Mrotzek et al.: die Wissenschaftskommunikation in ihrer Gesamtheit ist in Deutschland recht gut entwickelt, sie befindet sich aber in einem starken Umbruch³, der denselben Ursachen geschuldet ist wie die aktuelle Krise des Wissenschaftsjournalismus. Die Arbeitsfelder sowohl der Wissenschafts-PR als auch des Wissenschaftsjournalismus sehen sich mit grundlegend veränderten Ansprüchen konfrontiert, die eine qualitätsgesicherte Wissenschaftskommunikation in die Gesellschaft hinein gefährden können.

Eine logische Folgerung ist daher die Forderung nach transparenten, qualitätssichernden Kriterien und Maßnahmen sowohl für die Wissenschafts-PR auf der einen als auch für den Wissenschaftsjournalismus auf der anderen Seite. Wohlgedenkt: es ist hier nicht die Rede von *gleichen* Kriterien für beide Seiten des Schreibtischs. Der Wissenschaftsjournalismus hat andere Aufgaben als die Wissenschafts-PR, dieser Tatsache muss Rechnung getragen werden.

Ein näherer Blick zeigt allerdings, dass es bereits für beide Seiten Regelwerke in reichlicher Zahl gibt. Es dürfte daher das geringste Problem sein, für beide Seiten je einen Katalog mit passenden Kriterien zu entwerfen. Das größere Problem liegt in der Durchsetzbarkeit: *Journalisten* sind in der Mehrzahl von Wirtschaftsunternehmen bezahlte Beschäftigte (frei oder fest angestellt); die *Wissenschaftseinrichtungen* sehen sich in einen wissenschaftspolitisch gewollten, global wirkenden Wettbewerb gestellt. Beide Player in der Wissenschaftskommunikation stehen geänderten Ansprüchen und Verhaltensmodi der Gesellschaft gegenüber.

Es liegt auf der Hand, dass ein von einer kleinen Gruppe, von einer einzelnen Organisation oder einem einzelnen Medienunternehmen entworfener *Code of Conduct* wirkungslos bleiben wird. Es muss daher das Ziel sein, in einer größeren Gemeinschaftsaktion, unter Beteiligung der gesamten Community von Wissenschaft, Wissenschafts-Pressestellen und Wissenschaftsjournalismus, qualitätsgesicherte Wissenschaftskommunikation durchzusetzen, zu der verbindliches Regelwerk gehört. Wir sehen - wie Siggen, WÖM und der größte Teil der WPK - bedrohliche Tendenzen für die Wissenschaft und für den Journalismus in der Wissenschaftskommunikation. Die verbindende Klammer ist die Notwendigkeit, Wissenschaft als unabdingbares Gut für Gesellschaft, Politik, Staat und Wirtschaft zu kommunizieren, Wissenschaftskommunikation also als gemeinsame Aufgabe mit systemisch unterschiedlichen Funktionen und Funktionsträgern zu betreiben.

Voraussetzung für ein solches Vorgehen ist, dass man sich über die Akteure, ihre Rollen, vor allem aber auch über die Ursachen der derzeitigen Situation klar wird.

2. Klärung der Begrifflichkeiten: „Wissenschaftskommunikation“

Wissenschaftskommunikation ist ein Begriff, der nicht scharf definiert werden kann, weil er viele Facetten enthält, z.B. institutionelle Kommunikation von Wissenschaftsthemen durch professionelle Kommunikatoren, persönliche Kommunikation durch Wissenschaftler an ein breites Publikum (Science2Lay Communication), innerwissenschaftliche Kommunikation (Science2Science Communication), Berichterstattung über Wissenschaftsthemen durch Blogger oder Journalisten.

Teil der digitalen Revolution ist es, dass die Trennschärfe verschwindet. Im Prä-Internet-Zeitalter und in den ersten Jahren (bis etwa um die Jahrtausendwende) des WWW gab es recht scharfe Trennlinien, definiert durch Formate, Medien und Adressaten: ein Vortrag auf einer wissenschaftlichen Konferenz war klar S2S Communication, eine öffentliche Abendveranstaltung mit einem Vortrag S2L Communication. Ein Bericht, allgemein verständlich formuliert, war entweder für ein Medium (klassisches Beispiel für ein Medium, in dem Journalisten und Wissenschaftler gleichermaßen publizieren, ist in

³ Ein wichtiger Unterschied, der vielleicht auch zur Heftigkeit mancher Debatten beitragen mag, ist der Umstand, dass zwar beide Branchen – Wissenschaftsjournalismus und institutionelle Wissenschaftskommunikation – im Umbruch sind, dass aber die eine Branche eine tiefe Krise erlebt, während die andere noch recht auskömmlich finanziert und in ihrer Existenz nicht bedroht ist.

Deutschland Spektrum der Wissenschaft) oder für eine ganz spezielle Zielgruppe (z.B. Geldgeber, Politik, Schulen) formuliert. Innerwissenschaftliche schriftliche Kommunikation geschah über Fachjournale oder Poster. Jetzt ist alles online verfügbar, soziale Medien verbreiten Cartoons über das Laborleben ebenso wie Links zu Fachveröffentlichungen oder Stellungnahmen in einem Open-Peer-Review-Verfahren. Jahresberichte sind online ebenso abrufbar wie Flyer, Vorträge oder Powerpoint-Präsentationen. Die meisten Zeitungen und Zeitschriften bieten ihre Texte online an, Fernsehsendungen und Audiomitschnitte sind ebenfalls im Angebot.

Wissenschaftskommunikation wie wir sie hier verstehen, ist eine Kommunikation nach professionellen Standards von unterschiedlichen Akteuren mit unterschiedlichen Funktionen.⁴

Das heißt, Wissenschaftskommunikation kann von einer Pressestelle ebenso betrieben werden wie von einer Wissenschaftlerin, und sie kann von Journalisten und Bloggerinnen betrieben werden. Akteure sind demnach PR-Professionelle, Wissenschaftler selbst und Wissenschaftsjournalisten (incl. Blogger).

3. Unterschiedliche Sichten auf die Krise

In der Ursachenanalyse für die Krise des Wissenschaftsjournalismus sind Siggen und WÖM recht nah beieinander: Beider Argumentation folgend, stehen die klassischen Medien unter einem ökonomischen Druck, weil die bisherigen Geschäftsmodelle vor allem wegen des WWW nicht mehr gut funktionieren. Der daraus resultierende Spardruck führt dazu, dass sich die Redaktionen den Wissenschaftsjournalismus nicht mehr leisten wollen oder können. Das erzeugt dieser Ursachenanalyse zufolge die zweite Bedrohung: die Redaktionen greifen, um die (vor allem freien) Wissenschaftsjournalisten nicht mehr bezahlen zu müssen, zu den kostenlos verfügbaren Pressemitteilungen der Forschungseinrichtungen und Universitäten. Darin, so folgern beide Papiere, liegt eine weitere Gefahr: Die Pressestellen der Wissenschaft haben aufgerüstet, schreiben professionell und graben so dem Wissenschaftsjournalismus das Wasser ab. Zudem können dadurch die Wissenschafts-Pressestellen dem Publikum ihre Botschaften ungefiltert und ohne kritische Durchleuchtung unterjubeln. (Eine summarische Auflistung der Positionsbestimmungen von Wissenschaftsjournalismus und Wissenschafts-PR bei Siggen und WÖM findet sich im Anhang, Tab. 1, 2)

Diese Ursachenbestimmung für die Krise des Wissenschaftsjournalismus halten wir in unserem Diskussionsbeitrag (Mrotzek et al., a.a.O.) für zumindest unvollständig. Zwar teilt unser Diskussionspapier ebenfalls die o.a. *Symptombeschreibung* durch Siggen und WÖM. Es sieht aber die wesentliche *Ursache* der Krise im völlig veränderten Informations- und Kommunikationsverhalten der Bevölkerung, das durch das WWW ermöglicht wurde und das – in der Wechselwirkung – wiederum das Web prägt und fortentwickelt. Dieses neue Informationsverhalten bringt einerseits die klassische Aufstellung der Medienunternehmen ins Wanken und führt zu einer Erosion des Journalismus. Zum anderen erfährt die Wissenschafts-PR die neuen Informationsansprüche des Publikums durch direkte Nachfragen in einem Maße, wie es vor 15 Jahren niemand erwartet hätte. Die Pressestellen der wissenschaftlichen Einrichtungen stehen heute vor ganz anderen kommunikatorischen Aufgaben. Hinzu kommen unbestreitbar der wissenschaftspolitisch gewollte Konkurrenzdruck der

⁴ Um die Begriffsvermischung zu vermeiden, wie sie in den beiden Papieren und auf der Tagung der VW-Stiftung (<http://bit.ly/1u0pYCU>) endemisch war, benutzen wir den Begriff „Wissenschaftskommunikation“ übergreifend für verschiedene Formate des Wissenstransfers in die Gesellschaft, wozu u.a. auch die Tätigkeit von Wissenschafts-Pressestellen und die Berichterstattung im Wissenschaftsjournalismus zählt. „Public Relations“ (PR) steht in seiner deutschen Übersetzung bei uns für „Öffentlichkeitsarbeit“ und ist nicht zu vermischen mit „Marketing“. Die in allen drei oben genannten Arbeitszusammenhängen verwendete Begrifflichkeit „Kommunikatoren“ für die Pressestellen halten wir für wenig geeignet, zumal auch der Wissenschaftsjournalismus natürlich Kommunikation ist.

Forschungseinrichtungen und Hochschulen untereinander und die damit verbundenen veränderten Rahmenbedingungen in der Wissenschaft selbst.

Im Unterschied zu WÖM und Siggen halten wir die Erstellung eines *Code of conduct* für Wissenschafts-PR wie auch für Wissenschaftsjournalismus durchaus für sinnvoll, aber bei weitem nicht für ausreichend. Angesichts der grundlegenden Umwälzungen im System sehen wir vielmehr die Notwendigkeit einer „Neubestimmung der Schnittstelle zwischen Wissenschaft, Wissenschafts-PR und Medien“, um die unzweifelhaft vorhandene Krise zu bewältigen.

4. Arbeitsfelder

Es erscheint sinnvoll, sich *zunächst einmal* über die radikal veränderten Bedingungen zu verständigen. Das hier sofort fallende Stichwort „Web 2.0“ lenkt in die falsche Richtung: wenn man Werkzeuge wie Social Media verwenden kann, heißt das noch lange nicht, dass man damit die digitale Revolution in ihren globalen Auswirkungen auf Gesellschaft, Wirtschaft, Politik und Wissenschaft erkannt oder gar verstanden hat. Insofern nützt uns eine Neuauflage der Diskussion über Twitter und Facebook nichts. Was bedeutet die **digitale Revolution** eigentlich wirklich, im praktischen Leben für Nachrichtenproduzenten und –konsumenten? Lassen sich da überhaupt schon Trends erkennen? Kernthese: Wir befinden uns erst am Anfang einer global wirkenden Umwälzung, keiner weiß, wo es hingeht. Handeln müssen wir aber trotzdem.

Zum *zweiten* folgt aus den etwas knappen Sichtweisen von WÖM und Siggen, dass man sich über die Rolle der personae dramatis verständigen müsste. Eine **Positionsbestimmungen der Akteure**: hier die Guten (Journalismus als watchdog, Vierte Gewalt im Staate), dort die Bösen (Pressestellen als hidden agenda setter) ist ja eher eine Karikatur der Wirklichkeit. Die Frage muss vielmehr lauten: Wie hat sich die Rolle von Journalisten/Medien und die Funktion der Pressestellen in den letzten 15 Jahren verändert? Dabei muss auch hinterfragt werden, wie sich das System Wissenschaft gewandelt hat und wie das die Arbeit der Journalisten und Pressestellen beeinflusst. Anders gesagt: Es gibt neben den Akteuren Journalist und Pressestelle einen dritten Akteur, den Wissenschaftler im Wissenschaftssystem.⁵

Drittens: Wenn man die Funktionsbestimmungen von Journalisten einerseits und die der Pressestellen andererseits geklärt hat, kann man beginnen, **Qualitätskriterien** für den Wissenschaftsjournalismus und für die Wissenschafts-PR zu entwickeln, möglicherweise gemeinsam als beste Voraussetzung für Transparenz und Verständnis, aber keinesfalls gleichartig: Was erwarten die Journalisten von der Wissenschafts-PR, was können die Pressestellen liefern, was erwartet die Wissenschafts-PR vom Journalismus, was kann der liefern unter welchen redaktionellen/verlegerischen Voraussetzungen?

- *Digitale Revolution*

Vorab zur Abschreckung: Volker Stollorz hielt fest, dass durch die digitale Revolution keiner wisse, wohin der Journalismus sich in Zukunft entwickelt und wer ihn bezahlt. Erweitert man dieses Argument dahin, dass wir nicht wissen, welche Medien in Zukunft wie worüber berichten, ist die *Angebotsseite* der Information hinreichend vage beschrieben. Die *Nachfrageseite* ist ähnlich diffus: Woher beziehen die Menschen – jung, alt, irgendwo dazwischen, wissenschaftsnah oder weiter weg, aber dennoch interessiert, beruflich bedingt, organisiert oder ganz individuell – in Zukunft welche Information zu welchem Zweck?

Bereits heute wird Information im Netz vorgefiltert durch die Suchmaschinen, Facebook, Twitter und deren inhärente „filter bubbles“. Diese Art der personalisierten Nachrichten (push) wird noch verstärkt durch die Möglichkeit, sich nur das rauszusuchen, was einen interessiert (pull). Ein solches vorproduziertes

⁵ Die explizit wissenschafts*politische* Kommunikation durch staatliche Instanzen (forschungspolitische Agenda; HighTech-Strategie; Förderungen, Finanzierungsempfehlungen etc.) spielt im hier diskutierten Zusammenhang nur eine untergeordnete Rolle und bleibt deshalb an dieser Stelle unberücksichtigt.

Wechselverhältnis von Angebot und Nachfrage ist weder gut für den Journalismus noch für die Informationssuchenden, denn beide werden mit Daten (nicht Information) in einer historisch nie dagewesenen Fülle zugeschüttet. Eine neue Diskussion über Web 2.0 interessiert deshalb hier überhaupt nicht, weil sie viel zu kurz greift: wir müssen nicht über Werkzeuge des Web diskutieren, sondern über die gesellschaftliche Umwälzung, deren Ursache wie Resultat diese Werkzeuge sind (man vergleiche die Entwicklung der Dampfmaschinenteknologie und deren Auswirkungen als „Industrielle Revolution“).

Zur Vertiefung dieses Themas fehlen uns allen die Kenntnis und die Arbeitskapazität. Möglicherweise könnte hier eine Akademiengruppe die geplante Fortsetzung der WÖM-Studie andocken, denn ein solch umfassendes Thema wäre ein echtes Akademiethema. Die bisher unter diesem Aspekt geübte Kritik an der WÖM-Studie („Ihr habt Web 2.0 vergessen!“) ist selbst ebenso oberflächlich wie kurzsichtig: die gerade erst beginnende globale, gesellschaftliche und technische (in dieser Reihenfolge!) Umwälzung durch die digitale Revolution ist in ihren Auswirkungen noch gar nicht absehbar; insofern stochern wir alle im Nebel.

- *Positionsbestimmung der Akteure*

Bei Siggen und WÖM gibt es die Heiligsprechung des Journalismus („Anwälte der Öffentlichkeit“) und die Verdammung der Wissenschafts-PR („interessengetrieben“). Diese Positionsbestimmung ergibt sich aus der beiden Texten zugrunde liegenden Ursachenerklärung für die aktuelle Krise des Journalismus. Wir hingegen gehen von der veränderten Informationsnachfrage der Wissens-Konsumenten aus, die zu veränderten Arbeitsfeldern bei Journalisten wie Wissenschaftspressestellen führt.⁶ Die Ansprüche des Publikums an die Medien und an die Wissenschafts-PR haben sich sehr verändert, ebenso aber auch die Möglichkeiten, diese Ansprüche zu formulieren und ggf. auch durchzusetzen. Dieser Arbeitspunkt ist verbunden mit den oben unter 3.) formulierten Veränderungen durch die digitale Revolution als der eigentlichen Ursache. Zudem haben weder WÖM noch Siggen die außeruniversitäre Forschung und deren Öffentlichkeitsarbeit als Teil der Wissenschaftskommunikation berücksichtigt und werfen die Wissenschaftskommunikation der Forschungseinrichtungen in einen Topf mit der wissenschaftspolitischen Kommunikation der Geschäftsstellen der Forschungsorganisationen (Helmholtz, Leibniz, Max Planck, Fraunhofer...). Erste Rückkopplungen mit dem Bundesverband der Hochschulpressestellen zeigen uns aber signifikante Unterschiede im Aufgabenfeld. Universitäre Wissenschafts-PR ist offenbar anders als die der außeruniversitären Forschungseinrichtungen.

Eine Auflistung der Sichtweisen von Siggen und WÖM zur Funktion der Pressestellen und der Wissenschaftsjournalisten findet sich im Anhang (Tab. 1, 2).

- *Qualitätskriterien*

Das Ziel soll sein, dass wir uns mit den Medienvertretern einigen, was ihre Ansprüche an uns und unsere Ansprüche an sie sind. Wohlgedenkt: Es geht nicht darum, dass die gleichen Maßstäbe für Journalisten wie für Wissenschafts-PR anwendbar sein sollen (außer ethische Grundwahrheiten wie „Du sollst nicht lügen und schlechtes Zeugnis ablegen wider Deinen Nächsten“), sondern dass die jeweiligen Kriterienkataloge miteinander entwickelt und mit- oder gegeneinander abgestimmt werden. Wir haben oben (sub 1.) bereits angemerkt, dass wir in der aktuellen Situation einen gemeinsam gestalteten Prozess für notwendig halten.

Im Anhang (Tab.3, 4) findet sich eine Auflistung möglicher Maßnahmen und Kriterienkataloge bei WÖM und Siggen.

Ein erster Überblick über bereits vorhandene Kriterien, Richtlinien etc. sowohl für die PR auf der einen als auch für den Journalismus auf der anderen Seite zeigt einen großen Katalog an Regelungen (vgl. Anhang, Tab. 5). Wir glauben, dass man sich schnell auf einen Katalog für den Wissenschaftsjournalismus und einen zweiten für

⁶ vgl. [Mrotzek et al.](#), a.a.O.

die Wissenschafts-PR einigen können wird. Das Problem scheint uns eher in der Durchsetzbarkeit zu liegen: Presserat und ein ggf. noch zu installierendes analoges Organ in der Wissenschafts-PR sind ohne Sanktionsmöglichkeit im Fall von Fehlverhalten ja eher wirkungslos.

Ein weiterer Punkt wird sein, dass der Wissenschaft und der Wissenschafts-PR abnehmende Glaubwürdigkeit vorgehalten wird (Stichworte Hochglanz-Broschüren und PR-agenturgesteuertes Marketing).

Die bekannte Allensbach-Studie ⁷ zeigt: der Journalismus hat ein größeres Glaubwürdigkeitsproblem als die Wissenschaft. Hier wird die tatsächliche Wichtigkeit des Kriterienkatalogs für beide Seiten deutlich. Dreht man die Allensbach-Zahlen nämlich um, heißt das: 2/3 der Befragten haben zu den Wissenschafts-Pressestellen keine Meinung oder misstrauen uns sogar. Als Journalist kriegt man das noch krasser serviert: 90 % der Bevölkerung trauen ihnen nicht über den Weg oder sagen "Weiß nicht".

Es wäre wichtig, hier eine Differenzierung zu entwickeln zwischen den einzelnen Sparten/Ressorts des Journalismus: Wissenschaftsjournalismus hat vermutlich eine höhere Glaubwürdigkeit als der Boulevard oder Yellow Press. Aber auch innerhalb des Wissenschaftsjournalismus müsste die Glaubwürdigkeit noch nach Sparten (Technikjournalismus, Medizinjournalismus,...) unterschieden werden.

5. Fazit: Saubere Wissenschafts-PR, sauberer Wissenschaftsjournalismus — eine Frage der Durchsetzung

Wie erwähnt, nützt der beste Katalog zur Qualitätssicherung in Wissenschafts-PR und im Wissenschaftsjournalismus nichts, wenn er nicht durchsetzbar ist. Es liegt auf der Hand, dass ein von einer kleinen Gruppe, von einer einzelnen Organisation oder einem einzigen Verlagshaus entworfener *Code of Conduct* wirkungslos bleiben wird. Es muss daher das Ziel sein, diesen Verhaltenskodex in einer größeren Gemeinschaftsaktion, am besten mit der **gesamten Community von Wissenschaft, Wissenschafts-Pressestellen und Wissenschaftsjournalismus** durchzusetzen. Das beinhaltet zwei Kataloge, einen für die Wissenschaft, einen für den Journalismus. Die verbindende Klammer ist die Notwendigkeit, Wissenschaft als unabdingbares Gut für Gesellschaft, Politik, Staat und Wirtschaft, auch in den Ressorts der Medien, zu kommunizieren, Wissenschaftskommunikation also als gemeinsame Aufgabe mit systemisch unterschiedlichen Funktionen und Funktionsträgern zu betreiben.

27. November 2014

* *Franz Ossing (Deutsches GeoForschungsZentrum GFZ)*
Doris Wolst (Helmholtz-Zentrum für Umweltforschung – UFZ)
Josef Zens (Max-Delbrück-Centrum für Molekulare Medizin, MDC)

Wir danken für viele hilfreiche Hinweise und Anmerkungen aus dem Umfeld der Wissenschaftskommunikation.

Quelle:

<http://gfzpublic.gfz-potsdam.de/pubman/item/escidoc:709889>

(last visit 21.11.2014)

⁷ Allensbacher Archiv, IfD-Umfrage 10082 (2011),
http://www.ifd-allensbach.de/uploads/tx_reportsdocs/Nov11_Interventionen.pdf (last visit 21.11.2014)

6. Anhang

Tab. 1: Vergleich der Verortung von PR, Journalismus und Wissenschaft bei Siggen

Siggen

Wissenschafts-PR	Journalisten
Manager der Wissenschaftskommunikation (2) immer institutionell gebunden (2) Vermittler zwischen Wissenschaft, Öffentlichkeit und Institution (3) Hohe Erwartung richten sich an Wiss.-PR (3) Aus- und kontinuierl. Weiterbildung erforderlich (3)	Anwälte der Öffentlichkeit (2) kritische Beobachter (2) bewerten die Qualität der Wissenschafts-PR (2) einordnende Stimme (2)

Anmerkung dazu:

Die einseitige Sichtweise auf die Wissenschafts-PR wird in dieser Gegenüberstellung erst recht deutlich, wenn man berücksichtigt, dass auf S. 3 des Siggener Denkanstoßes zwar „Qualität in der Wissenschaftskommunikation“ (soll hier heißen: Wissenschafts-PR) gefordert und textlich unterfüttert wird, ein gleichartiger Absatz „Qualität im Wissenschaftsjournalismus“ sich im Papier aber nicht findet.

Zudem wird an diesen Passagen die Unschärfe der hier (wie bei WÖM) verwendeten Begrifflichkeit „Wissenschaftskommunikation“ deutlich: „*Es ist eine wichtige Aufgabe der Wissenschaftskommunikation, die im Rahmen der wissenschaftlichen Politik- und Gesellschaftsberatung erarbeiteten Handlungsoptionen im Dialog mit der Gesellschaft zugänglich und verständlich zu machen.*“ (4) Wenn man – wie hier – „Wissenschaftskommunikation“ mit der Arbeit der Wissenschafts-Pressestellen gleichsetzt, wird die Schiefelage deutlich: „zugänglich und verständlich“ machen ist ganz offenbar sowohl Aufgabe der Wiss.PR als auch der Medien. *Wissenschaftskommunikation* ist offenbar die gemeinsame Schnittstelle.

Tab. 2: Vergleich der Verortung von PR, Journalismus und Wissenschaft bei WÖM**WÖM**

Wissenschafts-PR	Journalisten
<p>beständige und aktive Information der Öffentlichkeit durch die Forschungseinrichtungen, Universitäten und andere Wissenschaftsorganisationen über Erkenntnisfortschritte der Wissenschaft sowie über deren gesellschaftliche und politische Implikationen (9)</p> <p>Erwartungen der Öffentlichkeit (fokussiert durch NGO und Medien) (9)</p> <p>Verwenden von PR-Firmen entwickelte Werbeformate mit Kampagnencharakter zur Erhöhung von Akzeptanzbereitschaft (9)</p> <p>Eigenwerbung tritt auf Kosten einer sachgerechten Darstellung in den Vordergrund (13)</p> <p>Grenzen zwischen Marketing und Kommunikation verschwimmen (13)</p> <p>umgehen den Journalismus ... täuschen den Konsumenten (16)</p>	<p>tragende Rolle auf dem Weg der Informationen von der Wissenschaft zur Öffentlichkeit und deren Einordnung (10)</p> <p>stehen unter großem Ökonomisierungsdruck (10)</p> <p>Krise der Erlösmodelle, (mögliche) Krise des Publikumsinteresses (14)</p> <p>Wissenschaftsjournalismus ist Spartenangebot (15)</p> <p>„Gee-Whiz!“-wissenschaftsjournalistischer Berichterstattungsbias (16)</p> <p>Journalismus als zwischengeschaltete und kritische Instanz (16)</p> <p>watchdog-Funktion (16)</p>

Anmerkung:

Auch WÖM hat eine inhaltliche Trennungsschärfe in der Begrifflichkeit „Wissenschaftskommunikation“; dies tritt hervor in Formulierungen wie „Trend zur Vermischung von Wissenschaftsjournalismus und Wissenschafts-PR“ (hier wird korrekt differenziert, wenn auch mit interessierter Intention), während die Eingangsdefinition von S.9 Kommunikation mit PR gleichsetzt.

Generell wird der Wissenschaft abnehmende Glaubwürdigkeit (z.B. S.11) attestiert; auf seiten des Journalismus findet sich keine analoge Formulierung.

Tab. 3: Geforderte Maßnahmen bei WÖM

neue Finanzierungsmodelle, Unterstützung durch Politik, Stiftungen, Wissenschaft (17)

Wissenschaft:

Sicherung guter Wissenschaftskommunikationspraxis (20)

honest broker und ethische Grundsätze zusammen entwickeln (20)

PR und Journ.: Qualitätslabel für vertrauenswürdige Wissenschaftskommunikation entwickeln (20; Schnittstelle zu ‚Politik und Gesellschaft‘?)

Akademienpreis (21)

Verstoß gegen Regeln (Hype) muss als Verstoß gegen gute wissenschaftliche Praxis sanktioniert werden (21)

Teil der universitären Ausbildung (21)

Forschungseinrichtungen müssen ihre Leistungsmaßstäbe überprüfen (21)

Politik und Gesellschaft:

Überprüfung der Leistungsanreize (z.B. Exzellenzinitiative) (21)

Nicht-Instrumentalisierung der Wissenschaft für politische Ziele (22)

Ausbau der Stiftungsfinanzierung für Journalismus (22)

Anreize und Fördermittel setzen für die Wissenschaft zur redlichen Kommunikation (22)

Qualitätslabel entwickeln mit unabhängiger Jury (22)

Steuervergünstigungen für Qualitätsjournalismus (22)

ÖR-Rundfunkräte mehr Augenmerk auf Bildung und Wissen, mehr Wissenschaft in ÖR-RR (22)

mehr Forschung zu politischen Steuerungsinstrumenten im Wissenschaftssystem (23)

Stiftungen sollen Modelle für unabhängigen Journalismus in Deutschland erarbeiten (23)

Verbesserung im Schulsystem: Erlernen von wissenschaftlichem Erkenntnisprozess und Medienkompetenz (23)

Medien:

Ausbau der Wissenschaft in allen Redaktionen nötig (23)

gemeinsame Vermittlung der zentralen Bedeutung des Journalismus (24)

Entwicklung neuer Finanzierungs- und Erlösmodelle (24)

Entwicklung von Qualitätskriterien für Wissenschaftsthemen, Aus- und Weiterbildung wieder stärken (24)
 Einrichtung eines Wissenschafts-Presserats (25)
 Science Media Centre, angesiedelt auf Seiten des Wissenschaftsjournalismus *ohne* Koop. mit der Wissenschaft (24)
 neue Finanzierungsmodelle unter Einbezug der neuen Medien (25)
 die ÖR-Sendeanstalten sollen ihren Informationsauftrag wieder stärken zuungunsten des Unterhaltungsteils (25)

Tab. 4: *Geforderte Maßnahmen bei Siggen*

Wissenschaft:

bedarf anderer, neuer Vermittler zwischen Wissenschaft und Öffentlichkeit, Gründung neuer intermediärer Organisationen (2)
 Qualifikation der Wissenschaftler zur Kommunikation muss Teil des Curriculums sein und zur Personalentwicklung gehören (2)
 Kommunikation muss sich in Entgelt niederschlagen (3)

Wissenschafts-PR:

muss selbst verstärkt erforscht werden (3)
 muss besser international vernetzt werden, um internationale Standards auszuarbeiten (3)

Leitlinien:

der Siggener Aufruf hat – anders als WÖM – einen ersten Entwurf für Leitlinien für gute wissenschaftliche Praxis in der PR entwickelt (5)
 Analoge Leitlinien für guten Wissenschaftsjournalismus fehlen hier (noch?).

Anmerkung:

Der Siggener Aufruf klammert in seinen Leitlinien den Wissenschaftsjournalismus vollständig aus und bezieht sich ausschließlich auf die Wissenschafts-PR (die hier als „Wissenschaftskommunikation“ bezeichnet wird). Vgl. Anmerkung zu Tab. 1.

Tab. 5: Regelwerke (Auswahl) für gute Praxis in PR und Journalismus

(Wissenschafts)-PR	Journalismus
<p>Declaration of Principles (1906, Ivy Lee, Mitbegründer der modernen PR)</p> <p>DPRG</p> <ul style="list-style-type: none"> - Code d'Athène (1965; 13 Artikel; Kritik: zu ungenau, zu abstrakt, schlecht greifbar) - Code de Lisbonne (1978; von DPRG ohne Artikel 19 1991 übernommen; 19 Artikel) - Sieben Selbstverpflichtungen (1991) <p>DRPR (Deutscher Rat für Public Relations)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Träger: DPRG + Gesellschaft von Public Relations Agenturen (GPRA) + Bundesverband deutscher Pressesprecher (BdP) + Deutsche Gesellschaft für Politikberatung (degepol) - Grundlage: Kodizes oben - Eigene Ratsrichtlinien zu Lobbying und Product Placement - Aktuellste Richtlinie: Online-PR (2010) <p>Deutscher Kommunikationskodex (Bentele, Rosenthal)</p> <p>...</p> <p>(Quelle: Ethik in der PR: Selbstverpflichtung und Selbstkontrolle. Ein Überblick über in Deutschland relevante PR-Kodizes. Von Magdalena Tischer)</p>	<p>Pressekodex des Deutschen Presserats</p> <p>Ethik-Kodex des Deutschen Fachjournalisten-Verbandes (DFJV)</p> <p>DJV-Charta: Qualität im Journalismus</p> <p>Medienkodex des Netzwerkes Recherche</p> <p>Arbeitskreis Medizinspublizisten: Standards für Medizin- und Wissenschaftsjournalisten</p> <p>Leitlinien der journalistischen Unabhängigkeit bei Axel Springer</p> <p>...</p>

Tab. 6: *(Veränderte) Rahmenbedingungen im Wissenschaftssystem*

- Unübersichtliches Wissenschaftssystem mit mehr als 600 wissenschaftlichen Einrichtungen (80 Universitäten, mehr als 300 Hochschulen, 18 Helmholtz-Zentren + Helmholtz-Institute, 80 Max-Planck-Institute, 80 Leibniz-Institute, 60 Fraunhofer-Institute, mehr als 50 Ressortforschungseinrichtungen, außerdem Sonderforschungsbereiche, DFG-Forschungszentren, ...) → kaum noch Alleinstellungsmerkmale und Besonderheiten wahrnehmbar und darstellbar
- Wachsender Wettbewerb/Konkurrenzkampf um nicht wachsende (Dritt-)Mittel (EU, DFG; BMBF, Länder, ...) → öffentliche Aufmerksamkeit als neue Währung, um Geld einzuwerben
- Profilierungsdruck, Rankings
 - Wachsender Publikationsdruck (→ das erzeugt auch Forschungsmüll und viele kleine Erkenntniszuwächse, die als Quantensprünge in die Öffentlichkeit kommuniziert werden)
 - wachsender Druck, in großen Magazinen/Journals wie Nature oder Science zu publizieren (das verleitet dazu, eher „angesagter“ statt „wichtiger“ Forschung nachzugehen)
 - zum Teil auch „outreach“ als Kennzahl für Bewertung wissenschaftlicher Exzellenz
- Wachsender Mehraufwand für Forscher: Gremienarbeit, Lehrverpflichtungen, Evaluierungen, Berichtswesen, ...
- Wachsender Kampf um klügste/beste wissenschaftliche Köpfe
- Wachsende Zahl (kurzer) befristeter Arbeitsverhältnisse im Wissenschaftssystem (→ erzeugt Druck auf Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, damit Chefs die Leistungen der Wissenschaftler wahrnehmen und Entscheidungen pro Verlängerung und/oder Entfristung → interne und externe Selbstdarstellung)