

Review: Wissenschaftskommunikation

ZWISCHEN ÖFFENTLICHKEITSARBEIT UND KRISENKOMMUNIKATION

Aktuelle Forschungsdebatten zur Wissenschaftskommunikation



Foto: HoF

Dr. phil. Andreas Beer

ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Hochschulforschung Halle-Wittenberg (HoF).



Foto: HoF

Prof. Dr. Peer Pasternack

ist Direktor des Instituts für Hochschulforschung (HoF) an der Universität Halle-Wittenberg.

In der Wissenschaft nehmen die Kontaktaufnahmen mit der Nichtwissenschaft zu, zum Teil aus eigenem Antrieb, teils aufgrund politischer Forderungen wie etwa jüngst durch das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF): „Das BMBF wird die Wissenschaftskommunikation als integralen Bestandteil der BMBF-Förderung ausbauen“ (BMBF 2019, 3). Diese Kontaktaufnahmen werden unter dem Begriff der Wissenschaftskommunikation zusammengefasst (siehe auch den Beitrag von Manfred Ronzheimer, Seite 58).

Eine Durchsicht der jüngeren Literatur zum Thema zeigt, dass Wissenschaftskommunikation vornehmlich als organisationale Öffentlichkeitsarbeit von Hochschulen und Forschungsinstituten sowie Wissenschaftsmarketing verhandelt wird. Meist wird als Bestandteil der Öffentlichkeitsarbeit auch das sogenannte Scitainment oder Scintainment verstanden – eine spezifische Form des Edutainments in Gestalt wissenschaftsgebundener Bildung durch Unterhaltung. Es übersetzt qua Eventisierung und Festivalisierung Wissenschaft in andere Formate, um potenzielle, häufig bisher nicht wissenschaftsaffine Interessenten dort „abzuholen, wo sie stehen“. Eine völlig eigene Debatte dagegen gibt es zum Wissenstransfer und zu wissenschaftlicher Beratung, ob-

gleich diese strukturell ebenfalls Wissenschaftskommunikation sind.

Wissenschaftskommunikation und wissenschaftliche Kommunikation

Zugleich gibt es in der Forschung zur Wissenschaftskommunikation auch eine Tendenz, eine Art kommunikativer Allzuständigkeit zu beanspruchen: „Wir verstehen Wissenschaftskommunikation als alle Formen von auf wissenschaftliches Wissen oder wissenschaftliche Artikel fokussierter Kommunikation, sowohl innerhalb als auch außerhalb der institutionalisierten Wissenschaft, inklusive ihrer Produktion, Inhalte, Nutzung und Wirkung“ (Schäfer et al. 2015, 13). Hier wird Wissenschaftskom-

Es dürfte also weiterhin naheliegen, basal die wissenschaftliche Kommunikation von der Wissenschaftskommunikation zu unterscheiden.

munikation nicht nur im engen Sinne auf wissenschaftliche Außenkommunikation beschränkt, sondern steht als Sammelbegriff für „intra-, inter- und extrawissenschaftliche Kommunikation“ (Bauernschmidt 2018, 22, unter Bezugnahme auf Daum 1998, 27).

Allerdings muss man dieser Auffassung nicht folgen, denn sie wird auch durch die im zuletzt zitierten Text gelieferte Begründung sogleich dementiert. Demnach sei unter Wissenschaftskommunikation folgendes zu verstehen: „Das Ausbildungs- und Berufsfeld einer auf externe Wissenschaftskommunikation spezialisierten Gruppe (Wissenschaftsjournalisten, -manager), das Ausbildungs- und Berufsfeld einer auf interne Wissenschaftskommunikation spezialisierten Gruppe (akademischer Nachwuchs, der zunehmend Öffentlichkeitsarbeit ins Spektrum der genuin wissenschaftlichen Tätigkeiten zu integrieren hat)“ (Bauernschmidt 2018, 22 f.). Wie der Zusatz in der letzten Klammer zeigt, handelt es sich aber bei der beschriebenen „internen Wissenschaftskommunikation“ gerade nicht um interne Kommunikation, sondern um nach außen gerichtete, nämlich „Öffentlichkeitsarbeit“.

Auch werden für das Forschungsfeld drei Begriffe als „zentrale Begriffe“ genannt: Wissenschaftspopularisierung, Öffentliche Wissenschaft und externe Wissenschaftskommunikation (Bauernschmidt 2018, 23). Es ist offensichtlich, dass Wissenschaftspopularisierung und Öffentliche Wissenschaft gleichfalls externe Wissenschaftskommunikation sind, nämlich Varianten dieser. Sie werden im selben Text konsequenterweise als genau solche definiert: Wissenschaftspopularisierung sei (im Rückgriff auf Shinn/Whitley 1985, 3) die Übermittlung wissenschaftlichen Wissens von Wissenschaftlern an eine

Laien-Öffentlichkeit zum Zwecke der Erbauung, Legitimation und Bildung. Öffentliche Wissenschaft sei die Einbeziehung der Gesellschaft und das Informieren selbiger über Forschungsprojekte, -prozesse und -erkenntnisse (Bauernschmidt 2018, 26, 29).

Es dürfte also weiterhin naheliegen, basal die wissenschaftliche Kommunikation (wissenschaftsinterne Kommunikation oder *scholarly communication*) von der Wissenschaftskommunikation (wissenschaftsexterne Kommunikation oder *science communication*) zu unterscheiden. Die Anforderungen an die (externe) Wissenschaftskommunikation sind auch hinreichend umfangreich, dass sich die einschlägige Forschung und Praxis darauf konzentrieren kann. Die Befrachtung des Aufgabenprofils von Wissenschaftskommunikatoren mit der Organisation interner wissenschaftlicher Kommunikation würde davon nicht nur ablenken. Sie würde vor allem auch erhebliche Akzeptanzprobleme bei den Wissenschaftler:innen produzieren, die ihre Kommunikation vor allem als eigene und nicht delegierbare Aufgabe begreifen.

Dass die Begrifflichkeiten „in der Regel noch unreflektiert und undifferenziert“ verwendet werden (Knoblauch et al. 2018, IX), macht vor allem eines deutlich: Es besteht für die Wissenschaftskommunikation weiterhin „großer Bedarf an empirischer Überprüfung und theoretischer Erkenntnisfindung“ (Gantenberg 2018, 18). Es bleibe daher weiterhin „anzuraten, grundlegende Begriffsarbeit zu leisten“ (Schedifka 2013, 87), zumal in der Praxis zumeist „eine theoretische (kommunikationswissenschaftliche oder pädagogische) Fundierung der Formate ebenso wie eine klare Fokussierung“ fehle (Pansegrau et al. 2011, 3).

Akteure der Wissenschaftskommunikation

Die große Bandbreite an definitorischen Ansätzen bedingt, dass je nach Wortmeldung unterschiedliche Aspekte analysiert werden:

- Einige Autoren argumentieren für eine bewusst strategisch ausgerichtete Wissenschaftskommunikation durch Hochschulen (Raupp 2017). Andere sehen solch eine Interessengeleitetheit kritisch und möchten die verschiedenen Machtpositionen explizit sichtbar machen. So beschreibt Bauer (2017, 24), unter Rückgriff auf Ludwik Fleck, Wissenschaftskommunikation als „Übersetzung von Fakten in eine Sprache, die der Selbstlegitimation dient und somit maßgeblich interessengeladen ist“. Dies solle jedoch nicht strategisch eingesetzt, sondern reflexiv offengelegt werden, sodass Wissenschaftskommunikation als vertrauensvolle Maklerin zwischen der Sphäre der Wissenschaft und der außerwissenschaftlichen Öffentlichkeiten agieren könne.
- Weitere Unterschiede bestehen im Hinblick darauf, wer die entscheidenden Akteure der Wissenschaftskommunikation sind oder sein sollten: Entweder „Forschungseinrichtungen, Universitäten und andere Wissenschaftsorganisationen“ (so zum Beispiel Leopoldina/acatech/Union 2014, 9), die dafür dann professionelle Wissenschaftskommunikator:innen benötigen, weshalb Wissenschaftskommunikation genuines Berufs- oder Ausbildungsfeld sei (Bauernschmidt 2018), oder individu-

Mit einer gleichrangigen Einbeziehung auch außerwissenschaftlicher Akteure wird der Blick auf wechselseitige Austauschprozesse zwischen wissenschaftlichem und außerwissenschaftlichem Wissen möglich.

elle Forschende (Rödter 2017, Schäfer 2017, vergleiche auch Könniker 2012 sowie Trepte et al. 2008, die sich explizit an Wissenschaftler:innen richten) oder Wissenschaftsjournalist:innen. Der „Siggener Kreis“ (2014, 2 f.), ein Arbeitskreis im Rahmen von „Wissenschaft im Dialog“, identifiziert Wissenschaftler:innen als „Hauptakteure“ der Kommunikation, während professionelle Kommunikator:innen lediglich „priorisieren, akzentuieren und moderieren“ und Journalisten „beobachten, kommentieren und bewerten“, also nachgelagert sind.

- Andere Ansätze sehen außerwissenschaftliche Akteure als treibende Kräfte von Wissenschaftskommunikation: Maier (2008, 130) analysiert die „intentionalen“ Popularisierungsprozesse, die Wissenschaftler:innen durchführen müssen, um den Ansprüchen anderer gesellschaftlicher Akteure gerecht zu werden. Rhombert (2017, 409–412) identifiziert eine erweiterte Zugänglichkeit außerwissenschaftlicher Akteure zu interner wissenschaftlicher Kommunikation (zum Beispiel durch digitalisierte Archivierung), die als Triebkraft für außerwissenschaftliche Anfragen an die Wissenschaft wirksam werde.

Positiv bleibt festzuhalten, dass die oftmals starke Zentrierung auf wissenschaftliche Akteure oder Strukturen als alleinig treibende Kraft der Wissenschaftskommunikation zunehmend überwunden wird (zum Beispiel Bonfadelli et al. 2017). Mit einer gleichrangigen Einbeziehung auch außerwissenschaftlicher Akteure wird der Blick auf wechselseitige Austauschprozesse zwi-

schen wissenschaftlichem und außerwissenschaftlichem Wissen möglich. Damit werden zugleich Überlegungen nachvollzogen, die im anglophonen Sprachraum (mit Fokus auf USA und UK) bereits seit den 1980er-Jahre diskutiert worden sind (als inzwischen klassisches Beispiel Gregory/Miller 1998; zur deutschsprachigen Rezeption zum Beispiel Rödter et al. 2012 und Neun 2018; vergleiche auch zur Analyse der Kommunikation der Wissenschaft in Industriegesellschaften in historischer Perspektive Sommer et al. 2017, 6, 324–341).

Überhaupt bestehen breite bidirektionale Verbindungslinien zwischen deutsch- und englischsprachiger Forschung zur Wissenschaftskommunikation: Artikel von Forschenden wie Bonfadelli und Fähnrich sind in Jamiesons et al. Standardwerk *Oxford Handbook of the Science of Science Communication* (2017) vertreten, und Themen (zum Beispiel Medialisierung, Digitalisierung, Polarisierung von Öffentlichkeit) sowie Grundstränge der Diskussion überspannen den Atlantik. Auf beiden Seiten wird auch kritisch wahrgenommen, dass empirische Daten zur Wissenschaftskommunikation (noch) vornehmlich in den USA erhoben werden und darauf aufbauende Aussagen nur mit Vorsicht auf außeramerikanische Gesellschaften übertragen werden sollten (stellvertretend Kirby 2017, 297 und Fähnrich et al. 2019, 11).

Digitalisierte Wissenschaftskommunikation

Bei der empirischen Erforschung der Wissenschaftskommunikation sind quantitative Ansätze stärker vertreten als qualitative (siehe überblicksweise Metag 2017), die besonders auf Chancen und Risiken digitaler Wissen(schaft)svermittlung fokussieren (Geipel 2018, Jütte/Lo-

be 2018, Schäfer 2017, Weingart et al. 2017, Zillien/Jäckel 2008) oder Eventisierungspraktiken evaluieren (Fähnrich 2017). Sie konzentrieren sich zudem vermehrt auf internationale Ländervergleiche (zum Beispiel Bentley/Kyvik 2010, Metag et al. 2018, Neresini/Bucchi 2010) oder nehmen zuvor peripher behandelte Länder in die Analyse auf (Jensen 2010, Kreimer et al. 2010, Torres-Albero et al. 2010). In praktischer Hinsicht argumentierte der Stifterverband in einer Reflexion zum zehnten Jahrestag der Veröffentlichung des PUSH-Memorandums (Stifterverband 1999), dass bisher Wissen – also: Ergebnisorientierung – im Vordergrund der Kommunikation gestanden habe, nun jedoch die Prozesshaftigkeit von Wissenschaft stärker gemacht werden solle (Stifterverband 2009).

Bei diesem Unterfangen könnte die digital vermittelte Wissenschaftskommunikation neue Anschläge liefern, insbesondere der Bereich der sogenannten Social Media beziehungsweise der responsiven Medien. Ob Facebook, Instagram, Twitter oder YouTube – diese Internetkanäle bieten bei allen Unterschieden stets zwei Möglichkeiten: Nutzer:innen können Inhalte ohne redaktionelle Bearbeitung nahezu in Echtzeit publik machen, und andere Nutzer können auf diese Inhalte ebenfalls nahezu in Echtzeit reagieren (mittels Text- oder Bild-Kommentaren, Verweisen auf andere Inhalte et cetera). Diese Eigenschaften eignen sich im Grundsatz auch für Wissenschaftskommunikation, wenn sie verstärkt auf die Präsentation von Individuen und Prozesshaftigkeit ausgerichtet ist.

Die Forschung zur Digitalisierung in der Wissenschaftskommunikation setzt daher Schlaglichter besonders auf diese „neuen“ Medien, unter partieller Ausblendung anderer Digitalisierungstendenzen. Letztere sind etwa

unterschiedliche Auffindbarkeit von wissenschaftlichem Wissen durch Suchmaschinenalgorithmen, Chancen und Risiken erweiterten Quellenzugangs durch digitale Archivierung oder Ent- und Neukontextualisierung von Forschungsergebnissen durch Volltextsuche, sodass nicht mehr ganze Texte gelesen werden müssen, sondern gezielt nach Schlagworten gesucht werden kann, wodurch die Gefahr besteht, Argumentationslinien nicht mehr nachzuvollziehen.

Zudem begeben sich Akteure mit der Nutzung responsiver Medien in eine Aufmerksamkeitsökonomie, die durch journalistische Zeithorizonte, Fragestellungen und Narrative geprägt ist. Diese These der Medialisierung von Wissenschaft wurde im deutschsprachigen Raum von Peter Weingart prominent gemacht (Weingart 2005, Weingart et al. 2007 sowie mit explizitem Fokus auf soziale Medien Weingart et al. 2017; siehe auch pointiert zusammenfassend Franzen et al. 2012). Diese neuen Anforderungen adäquat anzugehen, scheuen Wissenschaftler.innen bisher noch, „weil sie ohnehin enge Zeitbudgets haben, darin keinen klaren Nutzen erkennen, ihnen entsprechende Formate wenig vertraut sind und sie Schwierigkeiten mit der teils emotionalen, persönlichen Form von Online-Kommunikation haben“, wie Schäfer (2017, 279) zusammenfasst.

Chancen und Risiken

Die potenziellen Chancen und Risiken der Digitalisierung werden in einem Positionspapier der acatech von 2017 resümiert. So sei die Kommunikation einerseits direkter und schneller, meist wechselseitig, und es seien erweiterte Experten- und Experten-Laien-Dialoge möglich. Andererseits würde auch die „Finanzierungskrise von Teilen eines unabhängigen Journalismus“ (acatech 2017, 37) verschärft, es gäbe mitunter ein Glaubwürdigkeitsproblem, und das Abgleiten wissenschaftlicher Debatten in persönliche Angriffe sei jederzeit möglich. Es komme also leichter zu emotionalisierter Kommunikation sowie der Verbrei-

terung von Fehlinformationen. Letzteres werde vor allem durch einen Umstand begünstigt: Viele Endnutzer seien „oft kaum in der Lage ..., die Quellen verschiedener Angebote exakt auseinander zu halten und zwischen deren eigentlicher Funktion (Information, strategischer Kommunikation et cetera) präzise zu differenzieren“, so Wormer (2017, 432) mit Blick auf den Facebook-Stream.

Neben vereinzelt sehr positiven Einschätzungen internetgestützter Wissenschaftskommunikation (siehe Metag 2017, 258, die bescheinigt, dass Wissenschaftsinformationen im Internet dazu beitragen würden, Wissensklüfte zwischen unterschiedlichen sozialen Schichten abzubauen) überwiegt derzeit die Einsicht, dass es erst weiterer empirischer Erhebungen bedarf – sowohl zu Anbietern, Verbreitungsprozessen, Unterschieden zwischen Kanälen als auch zu Endnutzern. Als prägnantes Beispiel lässt sich Geipel (2018) zitieren. Sie erinnert daran, dass die Abwesenheit geeigneter empirischer Datenerhebungswerkzeuge (bisher) Aussagen über die wichtigen audiovisuellen Formate digitaler Wissenschaftskommunikation stark einschränkt:

„Im Gegensatz zu YouTube gibt es zu Twitter und Facebook vergleichsweise viele wissenschaftliche Publikationen, die relativ einfach auf von sogenannten Web-Crawlern und anderen digitalen Methoden extrahierte und ausgewertete Daten zurückgreifen können. Für die Untersuchung von YouTube spielen allerdings nicht nur die dem Video zugeordneten Texte, zum Beispiel in Form von Kommentaren oder Informationen, eine Rolle, sondern eben auch das Video als solches. Bislang gibt es allerdings vor allem textbasierte Tools. Eine (bewegt)bildbasierte Suche oder sogar eine kombinierte Suche nach Bild und Text ist aktuell noch nicht durchführbar“ (Geipel, 150 f.).

Wissenschaftskommunikation als Gegenstand der wissenschaftlichen Lehre wird bisher nur sehr vereinzelt untersucht. Es existieren (reflektierte) Erfahrungsberichte (zum Beispiel Himmelrath 2018a, 2018b), jedoch

Der Diskussionsstand zur digitalen Wissenschaftskommunikation ist bisher von einer Suchbewegung gekennzeichnet, die den Punkt grundlegender Debatten oftmals bereits überschritten hat, nun aber empirisches Material benötigt, um in anwendungsrelevanten Kontexten wirksam werden zu können.

wenige gezielt experimentell angelegte und ausgewertete Untersuchungen. Knauf (2017) bietet solch eine Untersuchung über wissenschaftliches Bloggen aus einer Lehrveranstaltung heraus. Sie kommt dabei einerseits zu einer sehr positiven Einschätzung der Qualität, Sichtbarkeit und Kommunikationsfähigkeiten der teilnehmenden Studierenden. Andererseits benennt sie Probleme, die einer Anwendung im Wege stehen, so besonders noch fehlende didaktische Konzepte, in die dieses Lehrmittel produktiv eingepasst werden könne. Zudem vollzieht ihre Untersuchung *en miniature* die Unwägbarkeiten einer potenzierten Autorschaft in der Wissenschaftskommunikation *en gros* nach: Knauf bescheinigt bloggenden Studierenden eine verbesserte Fähigkeit zum autonomen Lernen; gerade diese stärkere Autonomie und Prozesshaftigkeit mache jedoch die Bewertung der Leistung für die Lehrenden schwieriger.

Das grundsätzliche öffentliche Vertrauen in die Arbeit der Wissenschaft wird durch Skandalisierungen erschüttert, und diese Erschütterung wiederum kann nur durch angemessene und souveräne Krisenkommunikationen der Wissenschaft selbst ausgeräumt werden.

Der Diskussionsstand zur digitalen Wissenschaftskommunikation ist bisher von einer Suchbewegung gekennzeichnet, die den Punkt grundlegender Debatten oftmals bereits überschritten hat, nun aber empirisches Material benötigt, um in anwendungsrelevanten Kontexten wirksam werden zu können.

Wissenschaftsbezogene Krisenkommunikation

Neben den oben genannten Blindflecken in der Betrachtung digitalisierter Wissenschaftskommunikation besteht in der Forschung zur Wissenschaftskommunikation eine weitgehende Leerstelle in einem Phänomen, das zunehmende Bedeutung erlangt: der Krisenkommunikation. Deren Auslöser können Skandalisierungen, öffentliche Angriffe oder Problematisierungen jeglicher Art, Whistleblowing, Plagiate, Risiken oder vermeintliche Risiken wissenschaftlicher Forschungen, ethisch umstrittenes (Forschungs-)Handeln, Datenfälschungen und so weiter sein. In solchen Fällen erzeugen tatbestandsgebunden hervorgerufene Krisenkommunikationskrisen, und diese erfordern eine souveräne Krisenkommunikation. Das grundsätzliche öffentliche Vertrauen in die Arbeit der Wissenschaft wird durch Skandalisierungen erschüttert, und diese Erschütterung wiederum kann nur durch angemessene und souveräne Krisenkommunikationen der Wissenschaft selbst ausgeräumt werden.

Immerhin wird das Defizit innerhalb der Forschungscommunity in letzter Zeit erkannt. Dass Wissenschafts- und Krisenkommunikation zusammen – und auch die Wissenschaftler:innen integrierend – zu denken seien, wurde

zum Beispiel auf der zweiten Jahreskonferenz des Wissenschaftskommunikations-Forschernetzwerks innerhalb der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft 2015 betont. Unterstrichen wurden aber auch die Abwesenheit empirischer Studien sowie die Notwendigkeit, Krisen- und Wissenschaftskommunikation nicht ausschließlich unter Prämissen der Organisationskommunikation zu verhandeln (Lüthje 2015).

Eine kritische Auseinandersetzung mit solch einem Primat der Organisation in der wissenschaftlichen Krisenkommunikation erscheint nachvollziehbar, denn die Krisenanlässe entstammen häufig der Arbeit in der *Fachgemeinschaft*, doch die Krisenkommunikation muss jeweils eine *Organisation* bewältigen. Die Folge ist, dass Krisenkommunikationen größtenteils zur Re-Legitimation der Organisation betrieben werden (Fährnrich et al. 2019, 2; Raupp/Dan 2013, 356-359). Skandalisierte Probleme werden als Organisationsproblem, nicht in ihrem wissenschaftssystemischen Zusammenhang bearbeitet, obgleich sie häufig die Integrität von Wissenschaft insgesamt in Frage stellen.

Das Kommunikationsziel ist dann die Vermittlung der Anstrengungen, welche die jeweilige Hochschule oder Forschungseinrichtung unternommen hat, um ihre kurzzeitig gefährdete Legitimation wiederherzustellen. Doch werden Tierversuche oder Plagiate zum Beispiel zwar immer am konkreten Fall verhandelt, der an einer konkreten Einrichtung angesiedelt ist. Der potenzielle Reputationsverlust indes trifft nicht nur diese Einrichtung, sondern die Wissenschaft insgesamt. Dem kann organisa-

tionsegoistisches Reputationsmanagement nicht gerecht werden. Es kann vielmehr mittel- bis langfristig eine (ungewollte) Beschädigung der Autorität des Systems Wissenschaft nach sich ziehen. Soll dies vermieden werden, müssen Krisenkommunikationen als solche der Wissenschaft und nicht nur solche einer wissenschaftlichen Einrichtung bearbeitet werden.

Bislang wird das Thema meist allgemein unter dem Thema „Vertrauen in die Wissenschaft“ subsumiert (Weingart/Guenther 2016). Darauf aufbauende konkrete Rezeptionsstudien (zum Beispiel Metag et al. 2018) beziehen aber Krisenkommunikationen lediglich praxisorientiert als Anwendungsfälle ein und theoretisieren diese nicht:

- Vornehmlich werden Fallstudien aus Wirtschaft oder Politik nachgezeichnet und Bearbeitungsstrategien zum Skandalmanagement („Strategien der Selbstverteidigung“, Becker 2016) angeboten. Typischerweise wird dabei auf Kriterien der Unternehmens(krisen)kommunikation zurückgegriffen, oft basierend auf der Situational Crisis Communication Theory (SCCT) von W. T. Coombs (Coombs/Holladay 2010; kritisch-zusammenfassend Fährnrich et al. 2019). Die SCCT rekurriert auf Reputationswahrungskonzepte, welche selbst wieder auf inzwischen klassischen soziologischen Konzepten wie dem „face-saving“ aufbauen (Goffman 1990 [1956]), weiterentwickelt von Brown/Levinson 2007 [1987]).
- Hochschulbezogen wird der Forschungsdiskurs zudem von Studien aus den USA bestimmt, welche nur stark eingeschränkt übertragbar sind – etwa wenn es

um Waffengewalt auf dem Campus oder öffentlich ausgetragene Konflikte kulturell definierter Gemeinschaften geht (Ruhrmann/Guenther 2017, 302 f., Schwarz/Büker 2019, 289, Fähnrich et al. 2019, 11).

Immerhin aber rufen Fähnrich et al. (2015, 20) mit Blick auf die Krisenkommunikationen während der „deutschen Plagiatskrise“ eindringlich dazu auf, weitere konkrete Fallstudien zur Risikokommunikation aus einem genuin wissenschaftskommunikativen Blickwinkel zu betreiben.

Fazit

Wissenschaftskommunikation wird noch vornehmlich als organisationale Öffentlichkeitsarbeit von Hochschulen und Forschungsinstituten sowie Wissenschaftsmarketing verhandelt. Alternativ, jedoch argumentativ nicht überzeugend, wird (auch) eine entgrenzende Definition vertreten, wonach Wissenschaftskommunikation auch wissenschaftliche Kommunikation um-

fasse. Häufig findet sich konstatiert, dass grundlegende Begriffsarbeit noch zu leisten sei. Wo die Wissenschaftskommunikation empirisch erforscht wird, geschieht das eher quantitativ als qualitativ, dabei nicht selten in Gestalt internationaler Ländervergleiche.

Digitalisierungstendenzen werden auch von der Forschung zur Wissenschaftskommunikation als enorme Veränderung wahrgenommen. Basale definitorische Fragen zum Verhältnis Wissenschaftskommunikation und Digitalisierung scheinen geklärt (Wissenschaft wird in digitaler Kommunikation „medialisiert“). Es bestehen jedoch noch große Defizite an empirischem Material, um valide Forschungsaussagen machen oder handlungsorientierende Empfehlungen formulieren zu können. Eine weitgehende Leerstelle ist die wissenschaftsbezogene Krisenkommunikation. Hier wird angemahnt, dass diese nicht allein als Organisationskommunikation verhandelt werden dürfe, da die Anlässe häufig die Integrität von Wissenschaft insgesamt in Frage stellen. Konkrete Rezeptionsstudien behandeln Krisenkommunikationen bislang praxisorientiert und theoretisieren diese noch nicht. ■



Kontakt:

Prof. Dr. Peer Pasternack

Institut für
Hochschulforschung (HoF)
an der Martin-Luther Universität
Halle-Wittenberg
Collegienstraße 62
06886 Wittenberg
Tel.: +49 3491 466 254
peer.pasternack@hof.uni-halle.de
www.hof.uni-halle.de

QUELLEN UND LITERATUR

acatech – Deutsche Akademie der Technikwissenschaften/Nationale Akademie der Wissenschaften Leopoldina/Union der deutschen Akademien der Wissenschaften (Hrsg.) (2014): Zur Gestaltung der Kommunikation zwischen Wissenschaft, Öffentlichkeit und den Medien. Empfehlungen vor dem Hintergrund aktueller Entwicklungen, München;
URL: <https://www.acatech.de/publikation/zur-gestaltung-der-kommunikation-zwischen-wissenschaft-oeffentlichkeit-und-den-medien-empfehlungen-vor-dem-hintergrund-aktueller-entwicklungen/> (22.11.2019).

acatech – Deutsche Akademie der Technikwissenschaften/Nationale Akademie der Wissenschaften Leopoldina/Union der deutschen Akademien der Wissenschaften (Hrsg.) (2017): Social Media und digitale Wissenschaftskommunikation. Analyse und Empfehlungen zum Umgang mit Chancen und Risiken in der Demokratie, München;
URL: <http://www.leopoldina.org/de/publikationen/detailansicht/publication/social-media-und-digitale-wissenschaftskommunikation-2017/> (22.11.2019).

Bauer, M. W. (2017): Kritische Beobachtungen zur Geschichte der Wissenschaftskommunikation. In: Heinz Bonfadelli et al., Forschungsfeld Wissenschaftskommunikation, Wiesbaden, 17-40.

Bauernschmidt, St. (2018): Öffentliche Wissenschaft, Wissenschaftskommunikation & Co. Zur Kartierung zentraler Begriffe in der Wissenschaftskommunikationswissenschaft. In: Stefan Selke/Annette Treibel (Hrsg.), Öffentliche Gesellschaftswissenschaften, Grundlagen, Anwendungsfelder und neue Perspektiven, Wiesbaden, 21-42.

Becker, K.-B. (2016): Politisches Skandalmanagement: Strategien der Selbstverteidigung in politischen Affären der Bundesrepublik Deutschland, Opladen.

Bentley, P./Kyvik, S. (2010): Academic Staff and Public Communication: A Survey of Popular Science Publishing Across 13 Countries. In: Public Understanding of Science 1/2010, 48-63.

BMBF, Bundesministerium für Bildung und Forschung (2019): Grundsatzpapier des Bundesministeriums für Bildung und Forschung zur Wissenschaftskommunikation, Berlin;
URL: https://www.bmbfde/upload_filestore/pub/Grundsatzpapier_zur_Wissenschaftskommunikation.pdf (12.11.2019).

Skandalisierte Probleme werden als Organisationsproblem, nicht in ihrem wissenschaftssystemischen Zusammenhang bearbeitet, obgleich sie häufig die Integrität von Wissenschaft insgesamt in Frage stellen.

Bonfadelli, H. et al. (Hrsg.) (2017): Forschungsfeld Wissenschaftskommunikation, Wiesbaden.

Brown, P./Levinson, St. C. (2007[1987]): Politeness: Some Universals in Language Usage, Cambridge.

Coombs, W. T./Holladay, S. J. (Hrsg.) (2010): The Handbook of Crisis Communication, Chichester.

Daum, A. (1998): Wissenschaftspopularisierung im 19. Jahrhundert: bürgerliche Kultur, naturwissenschaftliche Bildung und die deutsche Öffentlichkeit, 1848 – 1914, München.

Fährnich, B. et al. (2015): The German Plagiarism Crisis: Defending and Explaining the Workings of Scholarship on the Front Stage. In: Journal of Communication Management 1/2015, 20-38.

Fährnich, B. (2017): Wissenschaftsevents zwischen Popularisierung, Engagement und Partizipation. In: Heinz Bonfadelli et al. (Hrsg.), Forschungsfeld Wissenschaftskommunikation, Wiesbaden, 165-205.

Fährnich, B. et al. (2019): Organisationsbezogene Theorien der Hochschulkommunikation. In: Birte Fährnich et al. (Hrsg.), Forschungsfeld Hochschulkommunikation, Wiesbaden, 61-94.

Fährnich, B. et al. (2019): Hochschulkommunikation aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive. In: Birte Fährnich et al. (Hrsg.), Forschungsfeld Hochschulkommunikation, Wiesbaden, 1-21.

Franzen, M. et al. (2012): Wissenschaft und Massenmedien: Von Popularisierung zu Medialisierung. In: Sabine Maasen et al. (Hrsg.), Handbuch Wissenschaftssoziologie, Wiesbaden.

Gantenberg, J. (2018): Wissenschaftskommunikation in Forschungsverbänden: zwischen Ansprüchen und Wirklichkeit, Wiesbaden.

Geipel, A. (2018): Wissenschaft@YouTube. Plattformspezifische Formen von Wissenschaftskommunikation. In: Eric Lettkemann et al. (Hrsg.), Knowledge in Action: Neue Formen der Kommunikation in der Wissensgesellschaft, Wissen, Kommunikation und Gesellschaft, Wiesbaden, 137-164.

Goffman, E. (1990 [1956]): The Presentation of Self in Everyday Life, New York.

Gregory, J./Miller, S. (2000): Science In Public: Communication, Culture, And Credibility, Cambridge.

Himmelrath, A. (2018a): Althochdeutsch via Youtube. In: Erziehung und Wissenschaft 10/2018, 28.

Himmelrath, A. (2018b): Wikipedia-Artikel statt Hausarbeit. In: Erziehung und Wissenschaft 10/2018, 29.

Jamieson, K. et al. (Hrsg.) (2017): The Oxford Handbook of the Science of Science Communication, New York.

Jensen, P. (2010): A Statistical Picture of Popularization Activities and Their Evolutions in France. In: Public Understanding of Science, 1/2010, 26-36.

Jütte, W./Lobe, C. (2018): Stichwort: Digitalisierung und wissenschaftliche Weiterbildung. In: Hochschule und Weiterbildung (ZHWB), 1/2018, 6-8.

Kirby, D. A. (2017): The Changing Popular Images of Science, in Kathleen Hall Jamieson et al. (Hrsg.), The Oxford Handbook of the Science of Science Communication, New York, 291-300.

Knauf, H. (2017): Lehre 2.0: Wissenschaftliches Bloggen mit (früh-)pädagogischen Fachkräften. In: HSW Das Hochschulwesen 6/2017, 192-197.

Knoblauch, H. et al. (2018): Einleitung. In: Eric Lettkemann et al. (Hrsg.), Knowledge in Action: Neue Formen der Kommunikation in der Wissensgesellschaft, Wissen, Kommunikation und Gesellschaft, Wiesbaden, IX-XXI.

Könneker, C. (2012): Wissenschaft kommunizieren. Ein Handbuch mit vielen praktischen Beispielen, Weinheim.

Kreimer, P. et al. (2010): Popularization by Argentine Researchers: The Activities and Motivations of CONICET Scientists. In: Public Understanding of Science 1/2010, 37-47.

Lüthje, C. (2015): Science Communication Between Risk and (Un)Certainty. In: Journal of Science Communication 1/2015, 1-3.

Maier, T. (2008): Wahrheit, Wissen, Wirklichkeit: Popularisierungsprozesse in Wissenschaftsmagazinen. In: Johannes Raabe et al. (Hrsg.), Medien und Kommunikation in der Wissensgesellschaft, Konstanz, 128-140.

Metag, J. (2017): Rezeption und Wirkung öffentlicher Wissenschaftskommunikation. In: Heinz Bonfadelli et al., Forschungsfeld Wissenschaftskommunikation, Wiesbaden, 251-274.

- Metag, J. et al. (2018):** Between Active Seekers and Non-Users: Segments of Science-related Media Usage in Switzerland and Germany. In: *Environmental Communication* 8/2018, 1077-1094.
- Neresini, F./Bucchi, M. (2010):** Which Indicators for the New Public Engagement Activities? An Exploratory Study of European Research Institutions. In: *Public Understanding of Science*, 1/2010, 64-79.
- Neun, O. (2018):** „Public Sociology“ und „Public Understanding of Science“ (PUS) bzw. „Medialisierung“ der Wissenschaft. In: Eric Lettkemann et al. (Hrsg.), *Knowledge in Action: Neue Formen der Kommunikation in der Wissensgesellschaft*. Wissen, Kommunikation und Gesellschaft, Wiesbaden, 3-20.
- Pansegrau, P. et al. (2011):** Wissenschaftskommunikation in Deutschland. Ergebnisse einer Onlinebefragung (Untersuchung im Auftrag des Deutschen Fachjournalisten-Verbandes), Berlin.
- Raupp, J./Dan, V. (2013):** Wirkungsforschung in der strategischen Organisationskommunikation. In: Wolfgang Schweiger/Andreas Fahr (Hrsg.), *Handbuch Medienwirkungsforschung*, Wiesbaden, 353-367.
- Raupp, J. (2017):** Strategische Wissenschaftskommunikation. In: Heinz Bonfadelli et al. (Hrsg.), *Forschungsfeld Wissenschaftskommunikation*, Wiesbaden, 143-163.
- Rhomberg, M. (2017):** Forschungsperspektiven der Wissenschaftskommunikation. In: Heinz Bonfadelli et al. (Hrsg.), *Forschungsfeld Wissenschaftskommunikation*, Wiesbaden, 407-428.
- Rödder, S. et al. (Hrsg.) (2012):** The Sciences' Media Connection – Public Communication and its Repercussions, Dordrecht.
- Ruhrmann, G./Guenther, L. (2017):** Katastrophen- und Risikokommunikation. In: Heinz Bonfadelli et al. (Hrsg.), *Forschungsfeld Wissenschaftskommunikation*, Wiesbaden, 297-314.
- Schäfer, M. S. et al. (Hrsg.) (2015):** Wissenschaftskommunikation im Wandel: 1. Jahrestagung der Ad-hoc-Gruppe „Wissenschaftskommunikation“ der DGPK, Köln.
- Schäfer, M. S. (2017):** Wissenschaftskommunikation online. In: Heinz Bonfadelli et al. (Hrsg.), *Forschungsfeld Wissenschaftskommunikation*, Wiesbaden, 275-293.
- Schedifka, T. (2013):** Code zur Wissenschaft: Eine theoretische und empirische Aufarbeitung der Wissenschaftskommunikation in den Geistes- und Sozialwissenschaften in Deutschland, Utrecht; [URL: https://dspace.library.uu.nl/handle/1874/287108](https://dspace.library.uu.nl/handle/1874/287108).
- Schwarz, A./Büker, J. (2019):** Krisenkommunikation von Hochschulen. In: Birte Fähnrich et al. (Hrsg.), *Forschungsfeld Hochschulkommunikation*, Wiesbaden, 271-295.
- Shinn, T./Whitley, R. (1985):** Expository Science: Forms and Functions of Popularisation, Dordrecht.
- Siggenger Kreis (2014):** Siggenger Aufruf und Leitlinien für gute Wissenschaftskommunikation, [URL: https://www.bundesverband-hochschulkommunikation.de/fileadmin/user_upload/Siggen/Siggenger-Aufruf-und-Leitlinien_2014.pdf](https://www.bundesverband-hochschulkommunikation.de/fileadmin/user_upload/Siggen/Siggenger-Aufruf-und-Leitlinien_2014.pdf) (22.11.2019).
- Sommer, M. et al. (Hrsg.) (2017):** *Handbuch Wissenschaftsgeschichte*, Stuttgart.
- Stifterverband/Hochschulrektorenkonferenz (1999):** Memorandum Dialog Wissenschaft und Gesellschaft. [URL: https://www.hrk.de/positionen/beschluss/detail/memorandum-dialog-wissenschaft-und-gesellschaft/](https://www.hrk.de/positionen/beschluss/detail/memorandum-dialog-wissenschaft-und-gesellschaft/) (22.11.2019).
- Stifterverband/Deutsche Forschungsgemeinschaft (2009):** Wissenschaft im öffentlichen Raum. Zwischenbilanz und Perspektiven für das nächste Jahrzehnt. [URL: http://www.dfg.de/download/pdf/presse/das_neueste/das_neueste_2009/wissenschaft_im_oeffentlichen_raum_091208.pdf](http://www.dfg.de/download/pdf/presse/das_neueste/das_neueste_2009/wissenschaft_im_oeffentlichen_raum_091208.pdf) (22.11.2019).
- Torres-Albero, C. et al. (2010):** Dissemination Practices in the Spanish Research System: Scientists Trapped in a Golden Cage. In: *Public Understanding of Science* 1/2010, 12-25.
- Trepte, S. et al. (2008):** Wissenschaft in den Medien präsentieren: ein Ratgeber für die Scientific Community, Frankfurt/Main.
- Weingart, P. (2005):** Die Wissenschaft der Öffentlichkeit: Essays zum Verhältnis von Wissenschaft, Medien und Öffentlichkeit, Weilerswist.
- Weingart, P. et al. (Hrsg.) (2007):** Nachrichten aus der Wissenschaftsgesellschaft. Analysen zur Veränderung von Wissenschaft, Weilerswist.
- Weingart, P./Guenther, L. (2016):** Science Communication and the Issue of Trust. In: *Journal of Science Communication* 5/2016, 1-11.
- Weingart, P. et al. (Hrsg.) (2017):** Perspektiven der Wissenschaftskommunikation im digitalen Zeitalter, Weilerswist.
- Wormer, H. (2017):** Vom Public Understanding of Science zum Public Understanding of Journalism. In: Heinz Bonfadelli et al., *Forschungsfeld Wissenschaftskommunikation*, Wiesbaden, 429-451.
- Zillien, N./Jäckel, M. (2008):** Distinguierte „Allesfresser“: Statusdifferenzen der Internetnutzung. In: Johannes Raabe et al. (Hrsg.), *Medien und Kommunikation in der Wissensgesellschaft*, Konstanz, 227-237.