
Eigenart, Entwicklungen und Herausforderung in der Wissenschaftskommunikation – Ist und Soll beim Schweizerischen Nationalfonds

Marc Zbinden

Cours: Cours à choix – Démocratie et formation de l'opinion
Année : 2010
Professeur : Andreas Ladner
Formation : MPA
Institut: IDHEAP
Date: 10.04.2010

Inhaltsverzeichnis

1.	Einleitung	3
2.	Wissenschaftskommunikation	3
2.1	Definition und Entwicklungen der Wissenschaftskommunikation	3
2.1.1	Die Sender	4
2.1.2	Die Empfänger	4
2.1.3	Die Kommunikationskanäle, Sprache und Rauschen	6
3.	Spannungsfelder in der Wissenschaftskommunikation	7
3.1	Kommunikation Wissenschaftler – Gesellschaft	7
3.2	Kommunikation Wissenschaftler – Politik	9
3.3	Kommunikation Wissenschaftler – Medien	11
3.4	Zwischenbilanz – Anforderung an die Wissenschaft in der Kommunikation und offene Fragen	12
4.	Wissenschaftskommunikation im SNF	13
4.1	Der Schweizerische Nationalfonds zur Förderung der wissenschaftlichen Forschung (SNF)	13
4.2	Organe und Instrumente der Öffentlichkeitsarbeit beim SNF	13
4.2.1	Überblick des Portfolios des SNF zur Wissenschaftskommunikation	15
4.3	Diskussion der Wissenschaftskommunikation des SNF	18
5.	Literatur	21

1. Einleitung

Es scheint, dass sich zwischen Gesellschaft (inklusive der Politik) und der Wissenschaft ein breiter werdender Graben geöffnet hat. Die Gesellschaft steht der Wissenschaft vermehrt kritisch gegenüber und bezweifelt den Nutzen von wissenschaftlicher Forschung. Die Medien berichten zwar oft über wissenschaftsrelevante Themen, die Qualität der vermittelten wissenschaftlichen Information erscheint jedoch schlechter zu werden.

Im Zentrum dieser Problematik steht die wissenschaftliche Kommunikation. Die vorliegende Arbeit legt in einem ersten Teil eine Betrachtung der Eigenarten und der Entwicklungen der Wissenschaftskommunikation vor. Dabei werden die einzelnen Akteure in der Kommunikation beleuchtet. Diese Grundlage bildet die Basis für eine kritische Analyse der Kommunikation und deren Probleme für die Interaktionen zwischen der Wissenschaft auf der einen Seite und Gesellschaft, Politik und Medien auf der anderen Seite. Die daraus generierten Anforderungen und offenen Fragen an die Wissenschaftskommunikation werden schliesslich im dritten Teil auf den Schweizerischen Nationalfonds angewandt.

2. Wissenschaftskommunikation

2.1 Definition und Entwicklungen der Wissenschaftskommunikation

Wissenschaftskommunikation befasst sich mit der Vermittlung von Themen der Wissenschaft und der Forschung. Als Kommunikationsart lässt sie sich nach dem Modell von Shannon¹ als Prozess mit sechs Elementen darstellen: Einen *Sender*, welcher eine in einer *Sprache* codierte *Nachricht* über einen *Kommunikationskanal* an einen *Empfänger* schickt. Das letzte Element ist das *Rauschen*, welches sich auf Effekte bezieht, welche die Übermittlung der Nachricht stören. Die Veränderungen der Wissenschaftskommunikation und die Herausforderungen in der heutigen Zeit lassen sich anhand dieses konzeptuellen Rahmens beschreiben. In den letzten dreissig Jahren hat sich sowohl die Landschaft der Sender wie auch jene der Empfänger fragmentiert. Die Veränderung der Kommunikationskanäle in diesem Zeitraum ist augenfällig und beeinflusst die Wissenschaftskommunikation nachhaltig.

¹ Claude Shannon (1948). A Mathematical Theory of Communication. Bell System Technical Journal 27 (July and October): pp. 379–423, 623–656

2.1.1 Die Sender

Die moderne Wissenschaft erlebte ihre Geburt mit der Aufklärung und hat sich in der Folge zu einem relativ autonomen sozialen Subsystem entwickelt². Forschende konnten lange relativ frei vom sozialen und politischen Kontext arbeiten und es hat sich dabei eine eigene forschungsinterne Kommunikation, Sprache und Ethik gebildet. Ausdruck davon ist die formalisierte Art und Weise, Arbeiten zu publizieren: Die Beschreibung von Material und Methoden muss eine Untersuchung nachvollziehbar machen und Aussagen müssen sich auf rationale Kriterien stützen. Die Ausprägung eines solchen, von der Gesellschaft akzeptierten Subsystem hatte eine gewisse Isolation zur Folge, welche sich auch auf die Art der wissenschaftlichen Kommunikation auswirkte. So hat die die Forschung ihre Themen lange ausschliesslich selber gewählt, (scheinbar) ohne Interaktion mit der Gesellschaft oder politischen Fragen. Entsprechend war die Kommunikation eingleisig. Die Forschenden sahen ihren Kommunikationsauftrag darin, die Gesellschaft zu bilden. Im Mittelpunkt einer solchen linearen Kommunikation steht die möglichst breite und schnelle Informationsvermittlung, wobei die Wahrheit wesentliches Element ist.

In den letzten dreissig Jahren hat sich nun die Wissenschaftsgemeinschaft in für die Wissenschaftskommunikation entscheidender Weise verändert. Die Sender haben sich spezialisiert und multipliziert. Während früher ein Wissenschaftler über ein relativ breites Themengebiet Auskunft geben konnten, sind die Forschenden heute derart spezialisiert, dass sie mit dem oben beschriebenen eigenen Anspruch an eine Kommunikation auf Basis von Fakten (Wahrheit) kaum mehr umfassend über ein Thema mit der Öffentlichkeit kommunizieren können. Die Multiplikation der Sender entsteht durch wachsende Konkurrenz, nicht zuletzt auf Grund der zunehmenden Bedeutung der Industrie in der Forschung und der kleiner gewordenen Autonomie der Universitäten bzw. deren beschnittener und an Erfolg gebundener Finanzierung durch die Öffentlichkeit. Konkurrenz führt dazu, dass nicht mehr nur die Wissenschaftler kommunizieren, sondern auch Institute, Universitäten, wissenschaftliche Journale, Sponsoren und Institutionen der Forschungsförderung. Neben der Wissensvermittlung geht es dabei auch um die Profilierung – es handelt sich also um Wissenschafts-PR.

2.1.2 Die Empfänger

Nicht nur die wissenschaftsgemeinschaft, auch die Gesellschaft hat sich in den letzten Jahren verändert und schafft dadurch neue Herausforderungen an die Wissenschaftskommunikation. Die Entwicklungen der Empfänger zeichnet sich in erster Linie durch eine Fragmentierung aus. Die Allgemeinheit als unwissender und zu bildender Empfänger existiert heute nicht mehr. Die wissenschaftliche Kommunikation richtet sich vielmehr an eine Vielfalt von kleineren Zielgruppen wie interessierte Laien, Interessengruppen oder politische Entscheidungsträger. Die Erwar-

² Robert Merton (1973). The sociology of science. Theoretical and Empirical Investigations. Chicago, Ununiversity of Chicago Press

tungen dieser Gruppen an die wissenschaftliche Kommunikation sind entsprechend unterschiedlich.

Die Wahrnehmung der Wissenschaft und Forschung in der Bevölkerung ist für die Analyse der Probleme und Herausforderungen der Wissenschaftskommunikation von zentraler Bedeutung. Der Eurobarometer sowie eine parallel dazu vorgenommene Studie in der Schweiz³ vermitteln folgendes Bild⁴:

Die Beziehung zwischen Wissenschaft und Gesellschaft wird bei den 1000 befragten Schweizerinnen und Schweizern mehrheitlich positiv beurteilt. Die Meinungen zum konkreten Nutzen von Wissenschaft hängen von der Forschungsdisziplin ab. Man ist der Meinung, dass Wissenschaft der Motor für Entwicklungen ist, dass sie die Lebensqualität erhöht, gleichzeitig jedoch die Lebensart zu schnell verändert. 68% der Befragten befürworten eine Finanzierung der Grundlagenforschung durch die öffentliche Hand, wobei es 2001 noch 81% waren. Die Wissenschaft genießt ein gewisses Vertrauen, jedoch wird sie als zu geschlossener Zirkel wahrgenommen deren Wissensmacht und Umgang mit bestimmten Forschungsrichtungen und Methoden kritisch begegnet wird. Die Bürgerinnen und Bürger wünschen sich eine Öffnung der Wissenschaft, mehr Transparenz und Diskurs. Auch sollen Forscher vermehrt eine Experten- und Warnfunktion in politischen Fragen wahrnehmen.

Als Kernelemente für eine kritische Analyse der Wissenschaftskommunikation sind die Nutzenfrage, die Skepsis gegenüber bestimmten neuen Technologien und der Vorwurf der Abschottung der Wissenschaft gegenüber der Gesellschaft von Bedeutung.

Das Interesse an Wissenschaftsthemen in der Bevölkerung hat in den letzten Jahren zugenommen und ist in der Schweiz im europäischen Vergleich hoch⁵. Dies wird darauf zurückgeführt, dass wissenschaftliche Themen vermehrt in den Alltag der Menschen einwirken. Dies betrifft einerseits die obengenannten, von der Gesellschaft aus moralisch-ethischen Gründen kritisch wahrgenommenen Forschungsthemen (siehe auch 3.1), aber auch wissenschaftliche Beiträge im Kontext von Wirtschaft, Politik, Kultur und Sport. Das Interesse ist dabei zwischen einzelnen Fachbereichen sehr unterschiedlich. Den grössten Anklang finden die Medizin und die Umweltwissenschaften. Generell finden technische Themen eher Interesse als andere. Für die Wissenschaftskommunikation

³ Eurobarometer 36.1, Science & Technology (2005):

http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_224_report_en.pdf; Sowie: Fabienne Crettaz von Roten und Jean-Philippe Leresche: Science, technique et opinion publique en Suisse, Les Cahiers de l'Observatoire, no 10, Lausanne 2004

⁴ Im Abschnitt 2.1.2 wurde dargelegt, dass man eigentlich nicht von einer homogenen Gesellschaft ausgehen kann. Die zitierten Arbeiten unterscheiden sehr wohl verschiedene Gesellschaftsgruppen. Im Rahmen dieser Arbeit beschränke ich mich jedoch auf die generalisierbaren Resultate.

⁵ Fabienne Crettaz von Roten (2006b), Les Suisses et les sciences en 2005: structure et facteurs explicatifs des attitudes. In J.-Ph. Leresche, M. Benninghoff, F. Crettaz von Roten & M. Merz (eds.), La fabrique des sciences. Des institutions aux pratiques, Lausanne : PPUR, p 283-304.

stellt sich angesichts dieser Differenzen die Frage, ob sie ihre Kommunikation auf die Nachfrage oder auf eine andere Logik aufbauen soll⁶.

2.1.3 Kommunikationskanäle, Sprache und Rauschen

Für die Medien(unternehmen) ist die Antwort auf die zuletzt gestellte Frage offensichtlich – die Nachfrage entscheidet. Die Medien als hauptsächliche Kommunikationskanäle haben sich in den letzten dreissig Jahren stark gewandelt. Der Journalismus von Zeitungen und Journalen als traditionelles Medium für den Bildungswissenschaftsjournalismus hat sich gewandelt und die Werte und die Sprache scheinen heute zwischen Wissenschaftler und Journalist unterschiedlicher zu sein als früher. Darüber hinaus verlieren die Printmedien gegenüber audio-visuellen Medien und dem Internet stetig an Bedeutung. Informationen über wissenschaftliche Forschung werden durch EU-Bürger in erster Linie über das Fernsehen bezogen (68%), gefolgt von Zeitungen (41 %), Radio (26 %), Internet (23 %) und Printmagazine (21 %)⁷. Für Kurt Imhof sind die wesentlichen Änderungen in den Medien die Auflösung der klaren Ressorts in den Redaktionen und dem damit verbundenen Wandel des Empfängers vom Bildungsbürger zum Medienkonsumenten. Nicht mehr das Thema steht im Mittelpunkt, sondern die Meinung, der moralische Kontext und insbesondere die Personen⁸. Diese Einschätzung, dass sich die Berichterstattung (auch die wissenschaftliche) in den Medien verstärkt personalisiert und skandalisiert, teilt auch Stephan Russ-Mohl⁹. Er hält fest, dass die verstärkte Konkurrenz auf dem Medienmarkt zu mehr Sensationsmake und weniger Seriosität führt, auch da wissenschaftliche Themen, wenn sie „heiss“ sind, nicht mehr in der Zuständigkeit des Wissenschaftsjournalisten behandelt werden, sondern in die Politik oder den Feuilleton wandern. Ein weiteres Merkmal der veränderten Medienlandschaft ist die Auswahl von Forschenden, welche von Journalisten für Stellungnahmen herangezogen werden. Entscheidend ist dabei oftmals nicht die Fach-, sondern die Medienkompetenz.

Gerade die veränderte Kontextualisierung der Wissenschaftskommunikation stört als Rauschen die Vermittlung von Inhalten. Der Fokus der Medien auf Sensationsthemen bringt mit sich, dass wenn Forschung zum Thema wird, es meist negative Schlagzeilen sind. Als Folge wird sie generell anders wahrgenommen, anders und kritischer eingeordnet.

Vor diesem Hintergrund wird deutlich, dass der rein zahlenmässige Anstieg an Medienberichten zu wissenschaftlichen Themen nicht mit einer verbesserten Wissenschaftskommunikation einhergeht¹⁰.

⁶ Fabienne Crettaz von Roten (2006b), Les Suisses et les sciences en 2005: structure et facteurs explicatifs des attitudes. In J.-Ph. Leresche, M. Benninghoff, F. Crettaz von Roten & M. Merz (eds.), La fabrique des sciences. Des institutions aux pratiques, Lausanne : PPUR, p 283-304.

⁷ Eurobarometer, Brüssel Juni 2005

⁸ Kurt Imhof (2009). Aufklärung – Quo vadis? Sozialfiguren der öffentlichen Wissensvermittlung. In Wissenschaftskommunikation – Chancen und Grenzen, Akademien der Wissenschaften Schweiz

⁹Stephan Russ-Mohl (2009). Wissenschaftskommunikation – Bestandsaufnahme, Probleme, Perspektiven. In Wissenschaftskommunikation – Chancen und Grenzen, Akademien der Wissenschaften Schweiz

¹⁰ Christina Elmar, Franziska Badenschier, Holger Wormer: Science for Everybody? How the Coverage of Research Issues in German Newspapers Has Increased Dramatically. Journalism & Mass

3. Spannungsfelder in der Wissenschaftskommunikation

Im folgenden sollen einzelne Interaktionen im Prozess der Wissenschaftskommunikation vor dem Hintergrund der obenstehenden Erläuterungen näher betrachtet und analysiert werden. Im Zentrum stehen dabei, im Hinblick auf den zweiten Teil der Arbeit, die Sender – also die Wissenschaftsgemeinde. Die Auswahl beschränkt sich daher auf die Spannungsfelder zwischen Wissenschaft und Gesellschaft sowie der Politik und die Interaktionen mit den Medien.

3.1 Kommunikation Wissenschaftler – Gesellschaft

Dass die Wissenschaft von der Gesellschaft als geschlossener Zirkel wahrgenommen wird, ist ein eindeutiger Hinweis darauf, dass der Kommunikationsprozess problembehaftet ist. Im Abschnitt 2.1.1. ist die historische Entwicklung des sozialen Subsystems Wissenschaft skizziert, welches zu der Isolation geführt hat. Auch wenn die Forschenden heute wissen, dass die Kommunikation der Wissenschaft ein wesentlicher Bestandteil ihrer Arbeit ist, sind einige Faktoren feststellbar, welche eine bessere Kommunikation verhindern. Trotz einer gewissen (erzwungenen) Öffnung des Wissenschaftssystems bleibt es für wesentliche Elemente des Forscherberufes das alleinig massgebende. So ist für die Karriere eines Forschers fast ausschliesslich sein Renommee bei seinen Fachkollegen („peers“) entscheidend – mit ihnen muss er kommunizieren, auch da die Finanzierung seiner Forschung oft von seinem wissenschaftlichen (Publikations-) Erfolg abhängt, welcher wiederum eine Funktion der Anerkennung unter den Peers ist. Somit besteht für einen Wissenschaftler immer noch wenig Anreiz, sein Wissen an die Gesellschaft zu vermitteln. Im Gegenteil: noch immer neigen die Forschenden dazu, Kollegen eine gewisse Unseriösität vorzuwerfen, wenn sie häufiger in den Medien präsent sind. Dabei mag einerseits die Aufbereitung der Information in den heutigen Medien mitschuldig sein, andererseits wird sich ein Forschender in den Medien in aller Regel etwas breiter und pauschaler zu einem Thema äussern müssen (sollen), als es dem Fokus seiner eigenen Forschung entspricht. Dabei gerät er aber in einen gewissen Konflikt mit den Regeln der wissenschaftsinternen Kommunikation, welche immer Präzision und Wahrheit fordert.

In der Geschlossenheit der Wissenschaftsgemeinde hat sich auch eine eigene Sprache entwickelt, welche für eine Kommunikation mit der Gesellschaft nicht geeignet ist. Dass unter Wissenschaftlern mit Fachtermini kommuniziert wird, die selbst für andere fachfremde Forschende nicht verständlich ist, bleibt dabei nur ein Aspekt. Ein anderer, möglicherweise wichtigerer Aspekt ist, dass Wörter mit unterschiedlichem Sinn verwen-

Communication Quarterly, Band 85, Heft 4 (2008), S. 878–893. Die Beiträge zu wissenschaftlichen Themen in FAZ, Welt und Süddeutscher Zeitung haben zwischen 2003 und 2006 um 48 % zugenommen. 40 % dieser Beiträge erscheinen ausserhalb der Wissenschaftssektion.

det werden. Ein Beispiel hierzu mag die Verwendung des Begriffes „Theorie“ sein. Die Allgemeinheit versteht darunter eine begründete Vermutung, also was der Forschende als Hypothese bezeichnen würde. Für die Wissenschaft ist eine Theorie wesentlich mehr – ein bereits auf Forschungsergebnisse gestütztes Erklärungsmodell für grössere Zusammenhänge. Ein weiteres Beispiel ist die Verwendung des Begriffes Risiko, welcher durch Forschende neutraler und mathematischer benutzt wird (Eintretenswahrscheinlichkeit) als in der Umgangssprache, wo er eher synonym für Gefahr verwendet wird.

Als drittes Beispiel könnte auch der Nutzen von Forschung gelten. Für die Gesellschaft ist der Nutzen, dies zeigt auch die Eurobarometer-Umfrage, die praktische Umsetzung der Forschungsergebnisse. Der Nutzen ist folglich insbesondere als technischer oder medizinischer Fortschritt definiert, letztlich also als ökonomischer Nutzen. Als Konsequenz erscheinen Grundlagenforschung bzw. insbesondere geistes- und sozialwissenschaftliche Forschung als mehrheitlich nutzlos. Die Wissenschaft definiert den Nutzen anders. Es ist für sie klar, dass Forschungsergebnisse in Zukunft zum Fortschritt beitragen werden, auch wenn im Moment noch keine Anwendung in Sicht ist. Daher hat für sie bereits die gewonnene Erkenntnis einen Wert und ist nützlich. Für die Zukunft weitere Bereiche der Grundlagenforschung wird es in Zukunft von grosser Wichtigkeit sein, der Gesellschaft (und insbesondere der Politik) den Nutzen von Forschung begrifflich zu machen. Zu bemerken ist dabei, dass es sich bei solchen Anstrengungen eher um Wissenschafts-PR als um die Vermittlung von Wissen handelt.

Am Ursprung der Entwicklung des autonomen sozialen Subsystems Wissenschaft stand auch die Notwendigkeit der Unabhängigkeit der Wissenschaft von anderen gesellschaftlichen Interessen, damit alleine die wissenschaftliche Neugier die Forschung antreibt. Daraus ist ein (erfolgreiches) System entstanden, welches sich in weiten Teilen selbst reguliert und einen eigenen Ethos entwickelt hat. Noch immer reagiert die Forschungsgemeinde aus dieser Tradition heraus skeptisch, wenn von Ausen in dieses System eingegriffen wird. Widerspruch zu wissenschaftlichen Ansätzen seitens der Gesellschaft wird mit deren Unwissenheit begründet. In der näheren Vergangenheit wurde in solchen Situationen der Kritik seitens der Gesellschaft oft durch Forschende argumentiert, dass die Wissenschaft alles (Wissen) bedacht hätte und daher Zweifel nicht nötig sind. Diese Einstellung ist falsch und vermutlich mitverantwortlich für den Vertrauensverlust gegenüber der Wissenschaft. Die Forschung dringt immer häufiger in Bereiche vor, welche mit Wertesystemen der Gesellschaft in Konflikt treten können. Dabei kann es sich um Nutzen-Risiken Abwägungen von technischen Errungenschaften handeln (z.B. Atomenergie, Nanotechnologie), oder aber und immer häufiger um Forschung, welche moralische oder religiöse Wertvorstellungen berührt. Gentechnologie (die Überschreitung der Artengrenze), Stammzellenforschung oder die Klonierung von Lebewesen haben. Die Überlappung der wissenschaftlichen und der moralischen Werte führt zu Spannungen zwischen der Gesellschaft und der Wissenschaft und die Ablehnung einer Einmischung seitens der Gesellschaft oder gar die Ab-

lehnung der Diskussion der Themen führt zu einem Graben zwischen den Systemen. Daraus folgt, dass Wissenschaftskommunikation in der heutigen Zeit anders erfolgen muss. Die lehrende lineare Kommunikation aus dem geschlossenen Zirkel heraus muss durch eine dialogische und partizipative ergänzt werden¹¹. Dabei verlangt insbesondere die Heterogenität der Gesellschaft neue und verschiedene Formen und Gefässe für die Kommunikation, welche sowohl informative als auch dialogische bzw. partizipative Elemente enthalten oder auch Unterhaltung sind. Dialogische Elemente haben dabei in erster Linie zum Ziel, das Zielpublikum der Wissenschaft näher zu bringen, es dafür zu begeistern, das Verständnis zu fördern und es zu überzeugen, bzw. seine Einstellung zu ändern. Es handelt sich demnach oft um Wissenschafts-PR. In partizipativen Modellen findet der Austausch zwischen Wissenschaft und Gesellschaft auf Augenhöhe statt – die Kommunikation verläuft im besten Fall symmetrisch. In Bezug auf Forschungsthemen, welche die Wertvorstellungen der Gesellschaft tangieren, erlauben partizipative Verfahren einen Meinungsaustausch und einen Lerneffekt auf beiden Seiten. In den letzten Jahren sind viele Anstrengungen unternommen worden, die in diese Richtung gehen, eine Auswahl ist in Tabelle 1 zusammengefasst.

Tabelle 1: Beispiele der Wissenschaftskommunikation

Lineare Kommunikation	
	Pressemitteilungen zu Forschungsergebnissen
	Forschungsmagazine (Horizonte) ¹²
	Öffentliche Vorträge
Dialogische Kommunikation	
	Technorama
	Museumsnächte
	Gentage (Schüler besuchen Laboratorien) ¹³
	Science et Cité ¹⁴
	Homepage Gene-ABC ¹⁵
	Science Suisse (Buch, Ausstellung und TV-Beiträge) ¹⁶
Partizipative Kommunikation	
	Wissenschaftscafés
	Publiforen (z.B. des Forums für Technologiefolgenabschätzung der Schweizerischen Akademien)
	Science Suisse (Podiumsdiskussionen) ¹⁷

3.2 Kommunikation Wissenschaftler – Politik

Die politischen Entscheidungsträger sind ein Fragment der Gesellschaft und daher lassen sich grundsätzlich die gleichen Kommunikationsbarrieren feststellen wie in der Interaktion Wissenschaft – Gesellschaft. Aller-

¹¹ Helga Nowotny, Michael Gibbons and Peter Scott (2001), Re-thinking Science: Knowledge and the Public in an age of Uncertainty, London, Polity Press and Blackwell Pub.

¹² Horizonte : <http://www.snf.ch/D/Aktuell/Horizonte/Seiten/default.aspx>

¹³ <http://www.gentage.ch/>

¹⁴ <http://www.science-et-cite.ch/de.aspx>

¹⁵ <http://www.gene-abc.ch>

¹⁶ <http://www.sf.tv/sendungen/sciencesuisse/index.php>

¹⁷ <http://www.sf.tv/sendungen/sciencesuisse/index.php>

dings ist die Politik für die Wissenschaft von weitreichender Bedeutung. Rund zwei Drittel der Mittel für die Grundlagenforschung werden von der öffentlichen Hand zur Verfügung gestellt.¹⁸ Aus der öffentlichen Finanzierung ergibt sich für die Wissenschaft eine demokratische Legitimationspflicht. Forschung muss öffentlich kommuniziert werden um die Finanzierung zu rechtfertigen. Diese Pflicht gilt gegenüber der Gesellschaft, aber verstärkt noch gegenüber den politischen Entscheidungsträgern. Allerdings ergibt sich aus der genannten Abhängigkeit eher eine Notwendigkeit der Wissenschafts-PR als der Kommunikation von Wissenschaftsinhalten. Der Politik muss bewusst gemacht werden, welchen Nutzen die Investitionen in die Forschung, insbesondere in die Grundlagenforschung, bringen. Dies ist heute stärker nötig als noch vor zwanzig Jahren. Hinsichtlich der Einstellung zur Forschung hat die Politik grundsätzlich die gleiche Entwicklung durchgemacht wie die Gesellschaft – die Haltung ist kritischer geworden. Die Kommunikationsbarrieren durch Sprache und Wertevorstellungen sind möglicherweise zwischen den beiden Gruppen noch höher, da es sich nun um zwei relativ autonome Subsysteme mit eigener Kultur und einer gewissen Isolation zur Gesellschaft handelt. Die Durchmischung ist klein¹⁹. Die Problematik der Kommunikation zeigt sich am deutlichsten in der Frage des Nutzens. Die politische Diskussion ist heute wohl stärker als früher durch finanzielle Sachzwänge geprägt. Der Nutzen einer Sache reduziert sich daher vermehrt auf den ökonomischen Aspekt. Der Nutzenkonflikt zwischen Wissenschaft und Politik ist daher noch ausgeprägter als zwischen Wissenschaft und Gesellschaft. Als Theophil Pfister 2004 als damaliger Präsident der nationalrätlichen Kommission für Wissenschaft, Bildung und Kultur an einer Tagung von Gen Suisse²⁰ klar formulierte „Ich bin der Meinung, dass bei dieser Auswahl [der verschiedenen Nutzen von Forschung] der volkswirtschaftliche Nutzen absolut dominierend sein muss“ und in der anschließenden Diskussion anfügte, dass er den Unterschied zwischen Grundlagenforschung und angewandter Forschung nicht kenne, war die Empörung seitens der Forschung gross. Es erscheint in der Tat unglücklich, wenn die politischen Entscheidungsträger das Grundwesen der Wissenschaft nicht verstehen, allerdings dokumentiert dies auch, dass letztere es nicht schafft, dieses Wissen in die Politik einzubringen. Im weiteren forderte Theophil Pfister seitens der Wissenschaft eine klarere Argumentation und eine grössere Transparenz und stellte fest, dass Pauschalargumente wie der Fortschritt der Menschheit oder ein Betonen der Forschungsfreiheit für einen Politiker nicht nachvollziehbar sind, wenn nicht auch der dadurch entstehende Mehrwert dargelegt wird. Dies illustriert noch einmal die vorangehend dargestellten Kommunikationsbarrieren zwischen Forschung und Wissenschaft.

¹⁸ Bundesamt für Statistik, Thema Bildung und Wissenschaft, Daten aus dem Jahr 2004

¹⁹ Meines Wissens gibt es im Moment nur einen Bundesparlamentarier, welcher aktiver Grundlagenforscher ist, Felix Gutzwiller.

²⁰ Gen Suisse ist eine Stiftung zur Förderung des Dialogs und des Wissens über Gentechnik in der Bevölkerung. Finanziert ist die Stiftung von der Pharmaindustrie. Der erwähnte Vortrag fand am 26.10.2004 im Rahmen einer Scéance de réflexion zum Thema „Wissenschaftskommunikation statt.“ <http://www.gensuisse.ch/focus/wikom/index.html>

Neben dem „Sponsoring“ Spannungsfeld existiert ein zweiter Bereich, in welchem die Kommunikation zwischen Politik und Wissenschaft wichtig ist. Immer häufiger ist die Politik bei ihren Entscheiden auf das Fachwissen aus der Wissenschaft angewiesen. Politiker brauchen Experten, welche ihr Wissensdefizit füllen. Es ist eine wichtige Herausforderung an die Wissenschaftsgemeinde, diese Rolle anzunehmen und vermehrt an den politischen und gesellschaftlichen Diskussion teilzunehmen. Auch dies verlangt eine weiter Öffnung des wissenschaftlichen Systems, eine angepasste Sprache, den Mut als Experte für ein breiteres als sein eigenes sehr enges Forschungsthema aufzutreten.

3.3 Kommunikation Wissenschaftler – Medien

Die wesentlichen Konflikte zwischen Wissenschaft und Medien ergeben sich durch die in Abschnitt 2.1.3 geschilderten Entwicklungen der Medien, aber auch wieder durch die Eigenheiten des isolierten Wissenschaftssystems. Die Verstärkte Fokussierung auf die Sensation in den Medien und damit einhergehend der Rückgang der wissenschaftlichen Informationsvermittlung erschwert die Kommunikation zwischen Wissenschaft und Medien. Während das Ziel des Wissenschaftlers in der öffentlichen Kommunikation weiterhin die Vermittlung von Inhalten ist, konzentriert sich der heutige Journalismus auf den kontextuellen Nachrichtenwert von Forschung und die Person. Stephan Russ-Mohl²¹ spricht vom Unterschied zwischen *Wissenschaftsjournalismus* und *Wissenschaftsjournalismus*. Dass Wissenschaftsberichterstattung vermehrt außerhalb von entsprechenden Redaktionen geschieht, verschärft das Problem der gemeinsamen Sprache. Bereits innerhalb der Wissenschaftsjournalisten sind Spezialisten für naturwissenschaftliche und technische Themen, welche den Grossteil der Wissenschaftsberichterstattung ausmachen, untervertreten. Das Verständnis von Forschung und der Sprache der Forschenden wird noch kleiner, wenn das wissenschaftliche Thema in anderen Redaktionen abgehandelt wird.

Ein weiterer Konflikt in der Interaktion zentriert sich darum, wer die Kontrolle über die Information haben soll. Für den Forschenden steht der Inhalt der Forschung, welche kommuniziert werden soll, im Zentrum. Für sie stellt der Journalist eine (Vulgarisations-) Dienstleistung. In dieser Logik soll die Kontrolle beim Wissenschaftler bleiben. Viele Forscher neigen dazu, journalistische Artikel über ihre Forschung korrekturlesen zu wollen und inhaltlich zu überarbeiten. Der Journalist hingegen sieht den Wissenschaftler als seine Quelle, auf deren Basis er etwas eigenes – den Artikel – schreibt. Folglich sieht er die Kontrolle über den Inhalt bei sich.

Die Massenmedien bleiben letztlich der einzige Kanal, über welchen wissenschaftliche Informationen an eine breite Öffentlichkeit vermittelt werden können. Der Gehaltsverlust der Information durch die Entwicklungen der Medien ist daher problematisch, insbesondere in ei-

²¹ Stephan Russ-Mohl (2009). Wissenschaftskommunikation – Bestandsaufnahme, Probleme, Perspektiven. In *Wissenskommunikation – Chancen und Grenzen*, Akademien der Wissenschaften Schweiz

ner direkten Demokratie, in der Wissen und Bildung Voraussetzung für demokratische Entscheidungen des Volkes und damit des Funktionieren des Staates sind. Die Anpassung der Medien an die Bedürfnisse von Medienkonsumenten (anstelle des Bildungsbürgers) folgt wirtschaftlichen Überlegungen. Neben der Sensationsmache bedeutet dies auch, dass nur jene Wissenschaftsthemen aufgegriffen werden, für welche die Konsumenten ein a priori Interesse haben und dass nicht fachkompetente, sondern publikumswirksame Forschende zu Themen kontaktiert werden. Die Wissenschaft wirft den Medien das opportunistische Verhalten vor. Allerdings darf nicht vergessen werden, dass ein guter Teil der wissenschaftlichen Kommunikation auch einen PR-Aspekt beinhaltet und daher selber ökonomische Interessen verfolgt. Dies trifft insbesondere auf die Kommunikation seitens von Institutionen aus der Wissenschaft zu.

3.4 Zwischenbilanz – Anforderung an die Wissenschaft in der Kommunikation und offene Fragen

- Die Wissenschaftsgemeinde muss sich öffnen und mehr kommunizieren. Der geschlossene Zirkel schafft Misstrauen und verhindert die wichtige Transmission von Wissen.
- Die Kommunikation und die Sprache müssen sich der Vielfalt in der Gesellschaft anpassen. Die Wissenschaft muss lernen zielgruppengerecht zu kommunizieren
- Die Wissenschaft muss verstärkt den Dialog mit der Gesellschaft suchen und in der Kommunikation auf interaktive Methoden setzen.
- Dadurch kann sie Kritiken und Bedenken der Gesellschaft zu Forschungsrichtungen aufnehmen und diskutieren. Dies schafft Vertrauen.
- Die Wissenschaft muss vermehrt PR betreiben.
- Wissenschaftskommunikation und Wissenschafts-PR müssen den Nutzen von Forschung aufzeigen.
- Dies trifft insbesondere auf die Politik zu. Wissenschaftler müssen sich stärker in die Politik einmischen, als Experten oder aktiv. Ein verstärktes Lobbying ist notwendig um der Politik den Nutzen der von ihr finanzierten Forschung zu erklären.
- Wissenschaftler müssen sich verstärkt trauen, als Experten in der Öffentlichkeit Stellung zu nehmen.
- Da die eigentlichen Wissenschaftsredaktionen in den Medien schwächer werden, müssen die Forschenden mit Themen auf die Medien zugehen – und zwar aus allen Bereichen der Forschung.

- Wie soll sich die Wissenschaftskommunikation und Wissenschafts-PR gegenüber der thematisch differenzierten Nachfrage seitens des Publikums verhalten?
- Wie soll sich die Wissenschaftskommunikation und Wissenschafts-PR gegenüber dem Trend zur Sensation und zur Unterhaltung in den Medien verhalten?
- Wie kann die Wissenschaft die Politik vom Nutzen von Forschung überzeugen, ohne falsche Versprechungen zu machen oder sich zu pervertieren?

Im folgenden Teil dieser Arbeit soll die Wissenschaftskommunikation des Schweizerischen Nationalfonds vor diesen Anforderungen und Fragen betrachtet werden.

4. Wissenschaftskommunikation im SNF

4.1 Der Schweizerische Nationalfonds zur Förderung der wissenschaftlichen Forschung (SNF)

Der Schweizerische Nationalfonds fördert im Auftrag des Bundes die wissenschaftliche Forschung in der Schweiz in allen Disziplinen. Der privatrechtlichen Stiftung stehen dafür jährlich ca. 600 Mio. Franken zur Verfügung, vor allem Gelder des Bundes. Im Zentrum der Tätigkeiten des SNF steht die wissenschaftliche Begutachtung von Forschungsprojekten. Ein gewichtiger Anteil dieser Projekte wird im Rahmen der freien Forschung eingereicht, d.h. dass Schweizer Forschende Forschungsvorhaben zu einem frei von ihnen gewählten Thema einreichen (investigator driven research). Darüber hinaus engagiert sich der SNF für die Förderung des wissenschaftlichen Nachwuchses, setzt sich für die Schweiz in der internationalen Forschungsförderung ein und fördert vom Bund initiierte thematisch orientierte Forschungsprogramme (NFP und NFS)²²

4.2 Organe und Instrumente der Öffentlichkeitsarbeit beim SNF

Der SNF unterhält einen Presse und Informationsdienst (PRI), welcher mit ca. acht Vollzeitäquivalenzen ausgestattet ist. Im PRI arbeiten unter anderem Wissenschaftsjournalisten aus allen Bereichen der Fördertätigkeit des SNF. Das PRI ist hauptverantwortlich für die wissenschaftliche Kommunikation des SNF. Diese richtet sich sowohl an die Öffentlichkeit, als auch an die Kundschaft aus der Wissenschaft. Letzterer Bereich wird in dieser Arbeit jedoch nicht berücksichtigt. Neben dem PRI sind auch die einzelnen Förderabteilungen und die Direktion in Teile der wissenschaftlichen Kommunikation eingebunden. Die Hauptaufgabe der För-

²² Siehe www.snf.ch

derabteilungen ist das Management von Forschungsgesuchen. In dieser Tätigkeit haben sie direkten Zugang zu neuen und interessanten Forschungsergebnissen, welche sie dem Pressedienst weiterleiten können. Darüber hinaus arbeiten in den Förderabteilungen wissenschaftliche Mitarbeiter, welche vertiefte fachspezifische Kenntnisse zu kommunikationsrelevanten Themen haben (z.B. Tierversuche, Gentechnik). Auf diese Fachkenntnisse kann das PRI bei Bedarf zurückgreifen. Die Direktion ist insbesondere mitverantwortlich für die politische Kommunikation, wobei hierbei auch der Stiftungsrat als oberstes Organ in Bezug auf die institutionelle Kommunikation eine Rolle spielt. Zusätzlicher Input kommt vom Nationalen Forschungsrat, dem zentralen wissenschaftlichen Gremium des SNF, bestehend aus ca. 100 Schweizer Forscherinnen und Forscher aller Fachrichtungen.

Der SNF verfügt über ein ausführliches Konzept seiner Öffentlichkeitsarbeit²³. Es beinhaltet eine Analyse der gesellschaftlichen Situation in Bezug auf Forschung, legt die Kommunikationsstrategien fest und definiert das Portfolio der Kommunikation. Ergänzend dazu befasst sich ein weiteres internes Dokument im speziellen mit der verstärkten Notwendigkeit der Legitimation von Forschung²⁴. In diesen Konzepten greift der SNF die im ersten Teil dieser Arbeit hergeleiteten Anforderungen an eine erfolgreiche Wissenschaftskommunikation in weiten Teilen auf. So deklariert er im Eingang des Konzepts²⁵:

- *Aufgaben und Tätigkeiten des Schweizerischen Nationalfonds (SNF) stehen in immer höherem Masse im Fokus der Öffentlichkeit und insbesondere der Medien. Für den SNF ist die Öffentlichkeitsarbeit daher von hoher strategischer Bedeutung für die gesellschaftliche und politische Legitimation der Institution sowie ihre heutige und künftige Positionierung.*
- *Eine nachhaltige Entwicklung der wissenschaftlichen Forschung stützt sich auf eine kritische Öffentlichkeit. Diese fordert Mitsprache und stellt für die soziale Legitimation der Wissenschaft einen Schlüsselfaktor dar. Der SNF setzt sich daher dafür ein, den Dialog zwischen den Forschenden und der Bevölkerung in der Schweiz zu verstärken.*
- *Die rasante Entwicklung der Forschung sowie deren soziale, wirtschaftliche und ethische Auswirkungen müssen begleitet werden von aktiven Informations- und Kommunikationsbestrebungen seitens des SNF und der von ihm unterstützten Forschenden.*
- *Das vorliegende Konzept für die Öffentlichkeitsarbeit liefert eine transparente und solide Basis der Öffentlichkeitsarbeit und wird regelmässig evaluiert, ergänzt und aktuellen Gegebenheiten bzw. Entwicklungen angepasst.*

²³ Konzept für die Öffentlichkeitsarbeit des Schweizerischen Nationalfonds (SNF). (2006). Internes Dokument

²⁴ La science, sa perception sociale, son utilité et la communication du FNS (2009). Internes Dokument

²⁵ Konzept für die Öffentlichkeitsarbeit des Schweizerischen Nationalfonds (SNF). (2006). Internes Dokument

Es wird deutlich, dass die veränderte gesellschaftliche Einstellung zur Forschung erkannt ist und dass dieser mit angepasster, vermehrt dialogischer Kommunikation begegnet werden soll, insbesondere wo Wertevorstellungen der Gesellschaft tangiert werden. Der SNF gibt sich dabei eine Moderatorenrolle zwischen Forschung und Gesellschaft. Weiter nimmt das Konzept das Bedürfnis der Legitimation – der Forschung aber auch der Institution SNF- auf. Die Aufforderung zur vermehrten Kommunikation ist ebenfalls bereits in diesem einleitenden Abschnitts des Konzepts enthalten.

4.2.1 Überblick des Portfolios des SNF zur Wissenschaftskommunikation

Die folgende Tabelle gibt einen Überblick über das Kommunikationsportfolio des SNF²⁶. Nicht berücksichtigt sind dabei die interne Kommunikation sowie die diejenige gegenüber den Forschenden.

²⁶ Abgeändert nach: Portfolio – Instrumente der Öffentlichkeitsarbeit des SNF

Tabelle 2: Portfolio Wissenschaftskommunikation des SNF

Instrument	Inhalt	Ausrichtung / Anspruch	Zielbereiche	Kommunikationsart
Horizonte	Wissenschaftliches Magazin Berichte, Reportagen, Porträts, Interviews, Kurz-infos	- Ausrichtung: populär, informativ, bildend, unterhaltend, visualisierend, aktuell - Inhalt: journalistisch aufbereitet	- Wissensvermittlung - Gesellschaftliche Legitimation von Forschung - Politische Legitimation des SNF	- linear
Jahresbericht	Institutioneller Jahresrückblick (evtl. mit Ausblick), Kalender, Jahresrechnung, Personalien, Statistiken ;	- Ausrichtung: Rechenschaftsablegung, von öffentlichem Interesse, priorisierend, faktenorientiert, repräsentierend	- Politische und institutionelle Legitimation des SNF	- linear
Medienmitteilungen	Texte/Fakten zu: - wissenschaftlichen Projekten, welche vom SNF unterstützt werden - Themen und Ereignissen, welche im Zusammenhang mit dem SNF stehen	- Ausrichtung: von öffentlichem Interesse, auf Ergebnis(se) bzw. Botschaft(en) fokussiert, hohe Aktualität - Inhalt: mediengerecht aufbereitet	- Wissensvermittlung - Gesellschaftliche Legitimation von Forschung - Politische Legitimation des SNF	- linear
Bild des Monats	Bild mit Kurz- und Hintergrundinformation zu aktuellem wissenschaftlichem Projekt, welches vom SNF unterstützt wird	- Ausrichtung: von öffentlichem Interesse, auf Bildinhalt bezogen, visualisierend, aktuell - Inhalt: mediengerecht aufbereitet, mittlere Komplexität	- Wissensvermittlung - Gesellschaftliche Legitimation von Forschung	- linear
Medienkonferenzen	Präsentation von Informationen durch geeignete, glaubwürdige Person(en) mit Diskussionsteil und aufliegender Mediendokumentation: - zu wissenschaftlichem Projekt, welches vom SNF unterstützt wird - zu Themen bzw. Ereignissen, welche im Zusammenhang mit dem SNF stehen	- Ausrichtung: von hohem öffentlichem Interesse, auf Ergebnis(se) und/oder Botschaft(en) fokussiert, repräsentierend, interaktiv, aktuell - Inhalt (von Medienkonferenz und -dokumentation): mediengerecht aufbereitet	- Wissensvermittlung - Gesellschaftliche Legitimation von Forschung - Politische Legitimation des SNF	- dialogisch
PR-Publikationen	Präsentation des SNF, seiner Förderungspolitik und -instrumente: - SNF-Porträt - Zahlen und Fakten - Mehrjahresprogramm - NFP-Broschüre - NFS-Broschüre - NFS-Guide - Broschüre SCOPES - Broschüre Gender-Studies - Support-Linie: Flyer pro Instrument	- Ausrichtung: informativ, überblickend/ zusammenfassend, repräsentierend	- Politische und institutionelle Legitimation des SNF	- linear

	der Personen-förderung und für Prosper und Score - Filmproduktionen			
PR-Veranstaltungen	Präsentation des SNF, seiner Förderungspolitik und -instrumente, Dialog/Wissensaustausch, Vernetzung/Koordination, Beziehungspflege: - Präsenz an Events - Tage der Genforschung - Sciencesuisse	- Ausrichtung: kundenfreundlich, informativ, anregend, repräsentierend	- Wissensvermittlung - Gesellschaftliche Legitimation von Forschung	- Dialogisch, partizipativ
Homepage (Internet) www.snf.ch	Institutionelles Informationsportal Informationen zu: - SNF & SNF-Organen - Projektdatenbank - www.Gene-ABC.ch	- Ausrichtung: kundenorientiert, informativ, umfassend, strukturiert	- Gesellschaftliche Legitimation von Forschung - Politische und institutionelle Legitimation des SNF	- linear
Lobbying, Networking, Persönliche Kontakte (Public affairs)	Pflege von Kontakten mit ausgewählten Persönlichkeiten bzw. Gremien aus Politik, Wissenschaft und BFT-Bereich - Netzwerk Future	- Ausrichtung: selektiv, gezielt, offiziell und/oder informell, personen- und/oder sachorientiert, repräsentierend, informativ	- Politische und institutionelle Legitimation des SNF	- dialogisch, partizipativ
Preise Latsispreis	Würdigung einer herausragenden Leistung im Forschungsbereich im Rahmen einer offiziellen Preisverleihung	- Preisverleihung: repräsentierend, festlich, personenfokussiert	- Gesellschaftliche Legitimation von Forschung - Politische und institutionelle Legitimation des SNF	- dialogisch
Diverses	- Medienschulung für Forschende	- Verbesserte Kommunikation der Forschenden	-	-

4.3 Diskussion der Wissenschaftskommunikation des SNF

Die Schwerpunkte in der Wissenschaftskommunikation des SNF liegen in der Verbreitung von Inhalten von Forschung und in der Wissenschafts-PR. Meist sind die zwei Aspekte verbunden. Die Wissenschafts-PR zielt einerseits auf die Legitimation von Forschung ab, andererseits soll sie den SNF als Institution profilieren.

Eine besondere Bedeutung kommt dabei dem Forschungsmagazin *Horizonte*²⁷ zu. Das zweisprachige Gratismagazin erreicht eine Auflage von ungefähr 20'000 Exemplaren und erscheint vier Mal jährlich. Es berichtet über SNF-finanzierte Forschungsprojekte aller Bereiche. Dennoch ist es nicht nur ein Instrument zur Wissensvermittlung, sondern auch eines der Wissenschafts-PR. Indem *Horizonte* über spannende Forschung berichtet, zeigt es die Bedeutung und den Nutzen von Forschung genau so auf, wie die wichtige Rolle des SNF in der Förderung der Forschung. Auf die Kommunikation des Nutzens von Forschung wird in der Folge noch näher eingegangen werden. Der SNF ist in der Schweiz nicht die einzige Institution im Forschungsbereich, die diese indirekte Legitimationsstrategie verfolgt. Vielmehr verfügt heute jede Universität über ein eigenes, ähnlich gear tetes Journal. Vielfach finden sich darin die guten und interessanten Beiträge, welche in sonstigen Medien zunehmend verschwinden. Allerdings ist der Ansatz auch kritisch zu betrachten. Die Vermischung von PR und Journalismus ist kann, wenn vom Leser als solche empfunden, die Glaubwürdigkeit der Institution untergraben. Der SNF muss daher darauf bedacht sein, die PR-Funktion des *Horizonte* nicht in den Vordergrund zu rücken. Darüber hinaus könnten die wissenschaftlichen Gratiszeitungen auf die wichtigen unabhängigen populärwissenschaftlichen Zeitschriften (*GEO*, *Bild der Wissenschaft*) einen ähnlich schädigenden Einfluss haben, wie die *20 Minuten* auf die Tagespresse.

Andere wichtige Kommunikationsmittel zur politisch-institutionellen Kommunikation und zur Transparenz sind der Jahresbericht und die Projektdatenbank. Gerade die Möglichkeiten zur Legitimation der Tätigkeit sind in beiden Instrumenten nicht optimal ausgenutzt. Der Jahresbericht beschränkt sich auf Angaben zum unmittelbaren Output des SNF, also des ausgegebenen Geldes. Es fehlen jegliche Angaben zum Impact dieser Investitionen. Aus Forschungsprojekten resultierenden Publikationen, Patente oder Spin-offs, die Anzahl mit Forschungsgeldern ausgebildeter Doktoranden, der Erfolg und die Effizienz des SNF im Vergleich mit anderen Institutionen der Forschungsförderung wären Indikatoren, welche für die Diskussion des Nutzens von Forschung von Bedeutung sind. Die Projektdatenbank soll transparent zeigen, welche Forschungsprojekte vom SNF unterstützt werden. Jeder Forscher muss daher für sein Projekt eine für den interessierten Laien verständliche Zusammenfassung seines in einer öffentliche Datenbank erfassen²⁸. Die Qualität dieser Zusammenfassungen ist in den meisten Fällen schlecht und nicht auf das Zielpublikum ausgerichtet. Die Texte werden auch nicht journalistisch aufgearbeitet. Die Datenbank selber ist nicht sehr einfach zu bedienen und ausschliesslich englisch. Hochwertige Projektzusammenfassungen würden dem PRI einen breiten Fundus für seine Kommunikation zur Verfügung stellen.

²⁷ <http://www.snf.ch/D/Aktuell/Horizonte/Seiten/default.aspx>

²⁸ Projektdatenbank: <http://www.projectdb.snf.ch/WebForms/Frameset.aspx>

Mit der Homepage Gene-ABC²⁹ und der Unterstützung der Gen-Tage³⁰ richtet sich der SNF an Kinder und Jugendliche. Diese Zielgruppen der Forschung näher zu bringen, sie dafür zu interessieren ist eine wichtige Aufgabe der Wissenschaftskommunikation. Gene-ABC ist eine Lernhomepage, welche Schülern Wissen zu Zellbiologie und Gentechnologie vermittelt. Die Seite wurde kürzlich als eine der nützlichsten Schweizer Homepages im Bereich Wissen/Schule/Weiterbildung prämiert. Für die Gen-Tage öffnen Forschungslabore Schulen ihre Türen für Vorträge und Laborschnuppertage.

Federführend bei den Gen-Tagen ist Gen Suisse³¹. Die von der Pharmaindustrie getragene Stiftung hat in den letzten Jahren stark und erfolgreich in eine dialogische Wissenschaftskommunikation in ethisch sensiblen biomedizinischen investiert. Regelmässig organisiert Gen Suisse öffentliche Foren und Streitgespräche und nimmt auch Themen auf, welche noch nicht im öffentlichen Fokus stehen. In diesem Bereich kann der SNF von Gen Suisse lernen. Zwar sind die Notwendigkeiten einer verstärkt dialogischen Kommunikation im Konzept des SNF und auch die Möglichkeit einer wichtigen Rolle des SNF in der Mediation zwischen Forschung und Gesellschaft erkannt, bisher bleiben derartige Aktionen noch wenig entwickelt. Dabei hätte der SNF im Diskurs zwischen Wissenschaft und Gesellschaft eine ungleich bessere Position und eine grosse Möglichkeit sich zu profilieren, als die von der pharmaindustrie gesponserte Gen Suisse. Die Aktion Science Suisse von SNF, Bund und SRG ging in den letzten Jahren jedoch in genau diese Richtung. Mit einer Ausstellung, Podiumsdiskussion und Filmbeiträgen wurde die Forschung thematisiert und Forschende porträtiert³².

In den Podiumsdiskussionen der Aktion Science Suisse wurden Forschende und Politiker an einen Tisch gebracht. Auch im Bereich der Interaktion mit der Politik zeigt das Kommunikationsportfolio des SNF noch einen gewissen Nachholbedarf auf. Science Suisse ist nun eine der neueren Massnahmen im Bereich der politischen Kommunikation des SNF. Aktionen, welche Forschende und Politiker zusammen bringen, sind geeignet, das Verständnis der Politiker für Forschung und deren Nutzen zu erweitern. Darüber hinaus braucht es ein verstärktes Lobbying für die Forschung, aber auch für den SNF als Institution, die auch in wachsender Konkurrenz zu anderen Förderinstitutionen steht (KTI, europäische Programme). Eine wichtige Initiative in dieser Richtung ist die Beteiligung am Netzwerk Future. Das Netzwerk FUTURE ist eine Interessengemeinschaft von Partnern aus Hochschulen, Wissenschaft und Politik, die sich gemeinsam für die Entwicklung der Forschungs- und Hochschulandschaft Schweiz einsetzen. Grundsätzlich wird vermutlich die Notwendigkeit des Lobbyings seitens der Wissenschaft in Zukunft noch wachsen.

Der Presse- und Informationsdienst des SNF verfügt über einen guten Kontakt zu anderen Medienschaffenden und schafft es immer wieder, seine Themen in den Medien zu platzieren. Die beste institutionelle Kommunikation, sei es durch den SNF oder aber durch Hochschulen, wird nicht reichen, den Wissenstransfer und das Verständnis zwischen Forschung und Gesellschaft hinreichend zu

²⁹ <http://www.gene-abc.ch/>

³⁰ <http://www.gentage.ch/>

³¹ <http://www.gensuisse.ch/focus/synth/index.html>

³² <http://www.sf.tv/sendungen/sciencesuisse/index.php>

verbessern. Dazu muss sich die immer noch zu verschlossene Forschergemeinde öffnen und die Forschenden müssen vermehrt selber und gut kommunizieren. Die Projektdatenbank des SNF illustriert sehr überzeugend, dass die Qualität noch nicht hoch ist. Als eine Massnahme in dieser Richtung bietet der SNF Medientrainings für Forschende an. Natürlich erreicht er damit nur jene Forschende, die bereits bereit sind, mit der Öffentlichkeit zu kommunizieren. Es stellt sich die Frage, ob der SNF nicht weitere Anreize schaffen sollte, dass Forschende vermehrt die Kommunikation mit der Gesellschaft suchen- zum Beispiel mit entsprechenden Beiträgen.

Abschliessend sei noch einmal auf die am Ende des 3. Kapitels gestellten Fragen zurückzukommen.

- *Wie soll sich die Wissenschaftskommunikation und Wissenschafts-PR gegenüber der thematisch differenzierten Nachfrage seitens des Publikums verhalten?*

Ziel des SNF muss eine ausgewogene Kommunikation über alle Forschungsbereiche sein. Gerade die Diskussion um den Nutzen konzentriert sich oft auf wenig technische Forschungsgebiete und die Grundlagenforschung. Wenn diese Themen interessant aufgearbeitet kommuniziert werden, fördert dies das Verständnis für die Forschung. Ein eigenes Forschungsmagazin eröffnet diesbezüglich die besten Möglichkeiten beliebte und unbekannte Themen zu kombinieren.

- *Wie soll sich die Wissenschaftskommunikation und Wissenschafts-PR gegenüber dem Trend zur Sensation und zur Unterhaltung in den Medien verhalten?*

In der Kommunikation von Wissenschaft muss der Inhalt das zentrale Element bleiben, ansonsten entfernt sich die Forschung von ihrer Identität. Ein Stück weit kann die Forschung jedoch mitspielen: Die TV-Beiträge im Rahmen von Science Suisse personifizieren die Forschung und unter dem Titel „Schweizer Topforschung“ kommen namhafte Forschende ins Bild. Einen weiteren Beitrag zur Qualität der wissenschaftlichen Berichterstattung liefert das PRI, indem sie andere Medienschaffende mit gutem Material zu aktuellen Themen versorgt oder die richtigen und kompetenten Partner aus der Forschung vermittelt.

- *Wie kann die Wissenschaft die Politik vom Nutzen von Forschung überzeugen, ohne falsche Versprechungen zu machen oder sich zu pervertieren?*

Grundlagenforschung kann nicht einen kurzfristigen ökonomischen Nutzen vorweisen, ohne sich zu pervertieren. Die Strategie muss daher eine andere sein. Es gilt, die Politik und die Gesellschaft indirekt vom Nutzen von Forschung zu überzeugen. Eine transparente und intensive Vermittlung von Wissenschaftsthemen, eine offene und dialogische Kommunikation mit der Gesellschaft und der bewusste Einsatz wissenschaftlicher Expertise im gesellschaftlichen Diskurs fördern das Bewusstsein des Nutzens der Forschung. Darüber hinaus muss der SNF gegenüber der Politik vermehrt auch den Impact

seiner Tätigkeit dokumentieren können. Der direkte Kontakt zwischen Wissenschaft und Politik muss weiter verstärkt werden.

Der SNF hat zusammenfassend die Zeichen der Zeit erkannt. Sein Konzept der Öffentlichkeitsarbeit und sein Portfolio an Instrumenten erlauben eine qualitativ hochstehende Kommunikation. In Zukunft wird er jedoch noch vermehrt dialogisch und partizipative Kommunikationselemente entwickeln müssen. Die Strategie, in die gesellschaftlichen Wertsysteme tangierenden Forschungsthemen eine moderierende und proaktive Rolle zu übernehmen erscheint viel versprechend. Einer weiteren Verbesserung bedarf zudem die politische Kommunikation und in Bezug auf die Politik eine direktere, durch Impact-Daten untermauerte Dokumentation des Nutzens von Forschung.

5. Literatur

Publikationen

Fabienne Crettaz von Roten und Jean-Philippe Leresche (2004). *Science, technique et opinion publique en Suisse*. Les Cahiers de l'Observatoire, no 10, Lausanne.

Fabienne Crettaz von Roten (2006b). *Les Suisses et les sciences en 2005: structure et facteurs explicatifs des attitudes*. In J.-Ph. Leresche, M. Benninghoff, F. Crettaz von Roten & M. Merz (eds.), *La fabrique des sciences. Des institutions aux pratiques*, Lausanne, PPUR, pp. 283-304.

Christina Elmar, Franziska Badenschier, Holger Wormer (2008). *Science for Everybody? How the Coverage of Research Issues in German Newspapers Has Increased Dramatically*. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, Band 85, Heft 4, S. 878–893.

Kurt Imhof (2009). *Aufklärung – Quo vadis? Sozialfiguren der öffentlichen Wissensvermittlung*. In *Wissenskommunikation – Chancen und Grenzen*, Akademien der Wissenschaften Schweiz.

Robert Merton (1973). *The sociology of science. Theoretical and Empirical Investigations*. Chicago, University of Chicago Press

Helga Nowotny, Michael Gibbons and Peter Scott (2001). *Re-thinking Science: Knowledge and the Public in an age of Uncertainty*, London, Polity Press and Blackwell Pub.

Stephan Russ-Mohl (2009). *Wissenschaftskommunikation – Bestandsaufnahme, Probleme, Perspektiven*. In *Wissenskommunikation – Chancen und Grenzen*, Akademien der Wissenschaften Schweiz

Claude Shannon (1948). *A Mathematical Theory of Communication*. *Bell System Technical Journal* 27 (July and October): pp. 379–423, 623–656.

Interne Dokumente

Konzept für die Öffentlichkeitsarbeit des Schweizerischen Nationalfonds (SNF). (2006). Internes Dokument

La science, sa perception sociale, son utilité et la communication du FNS (2009). Internes Dokument

Internet

Eurobarometer 36.1, Science & Technology (2005):

http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_224_report_en.pdf

Gene-ABC: <http://www.gene-abc.ch>

Gen-Tage: www.gentage.ch/

Horizonte : www.snf.ch/D/Aktuell/Horizonte/Seiten/default.aspx

Science et Cité: www.science-et-cite.ch/de.aspx

Science Suisse: www.sf.tv/sendungen/sciencesuisse/index.php

Schweizerischer Nationalfonds : www.snf.ch

SNF Projektdatenbank: www.projectdb.snf.ch/WebForms/Frameset.aspx

Abkürzungsverzeichnis

Abkürzung	Erklärung
Abkürzung	Erklärung
Abkürzung	Erklärung