

1 Wissenschaftskommunikation stärken:**2 Initiativen und Konzepte für die Wissenschaftskommunikation von morgen**

3
4 Ein erster Vorschlag der Arbeitsgruppe Bildung und Forschung
5 der SPD-Bundestagsfraktion

6
7 02.04.2019

**8
9 I. Heutige Rahmenbedingungen der Wissenschaftskommunikation**

10 Nicht zuletzt bei den jüngsten Debatten zu den Dieselgrenzwerten, zur Masernimpfung
11 oder zu Bluttests wurde ersichtlich, welche wichtige und sogar fundamentale Rolle die
12 Kommunikation zwischen Wissenschaft und Gesellschaft übernimmt. Im Koalitionsvertrag
13 haben wir uns vorgenommen, den Dialog von Wirtschaft, Politik, Wissenschaft und Ge-
14 sellschaft zu intensivieren, neue Beteiligungsformen unter Einbeziehung der Zivilgesell-
15 schaft zu erproben und die Wissenschaftskommunikation zu stärken. Diese Ziele müssen
16 wir endlich mit Leben füllen.

17 Dabei erfasst Wissenschaftskommunikation alle Aspekte der Kommunikation wissen-
18 schaftlicher Arbeit und wissenschaftlicher Ergebnisse, sowohl innerhalb der Wissenschaft
19 und ihren verschiedenen institutionellen Verhältnissen und Arbeitsformen, als auch bei der
20 Kommunikation zwischen Wissenschaft und den ganz verschiedenen öffentlichen Akteu-
21 ren, wie auch in der unmittelbaren oder über Medien vermittelten und organisierten gesell-
22 schaftlichen Kommunikation.

**23
24 Akteure in der Wissenschaftskommunikation**

25 Wenn wir den Draht zwischen Wissenschaft und Gesellschaft stärken wollen, ist es unsere
26 Aufgabe, die ganze Spannweite der Akteure der Wissenschaftskommunikation zu berück-
27 sichtigen. Und die Zahl der Akteure in den Systemen der internen wie externen Wissen-
28 schaftskommunikation ist groß, die Zusammensetzung vielfältig und deren Zusammen-
29 spiel komplex. Anzusprechen, zu interessieren und letztlich auch zu beteiligen sind die
30 Bevölkerung in ihren differenzierten Beziehungen zu den Erkenntnissen der Wissenschaft
31 und das gesellschaftliche, kulturelle und wirtschaftliche Umfeld von Wissenschaft in loka-
32 len und regionalen Bezügen, wie auch die wirtschaftlichen Verbände und Gewerkschaften,
33 die zivilgesellschaftlichen Organisationen sowie Kirchen bzw. Religionsgemeinschaften.
34 Auch wenn das klassische Schema von Empfänger und Sender in den komplex struktu-
35 rierten Prozessen der Wissenschaftskommunikation nicht trägt, kommen den einzelnen
36 oder in Teams und Gruppen wissenschaftlich Tätigen und ihre Fachschaften und Organi-
37 sationen wie den Hochschulen, Forschungseinrichtungen und Akademien eine entschei-
38 dende Rolle für eine aufklärend kritische Wissenschaftskommunikation zu. Die Form der
39 Kommunikation kann dabei variieren - von der autonomen Kommunikation in wissen-
40 schaftlichen Strukturen durch die Akteure selbst oder dafür vorgesehenen Bereichen bis
41 zur Kommunikation mit der Hilfe von Multiplikatoren (Journalisten, Experten, Influencer
42 etc.). Eine große Rolle spielen hierbei Ministerien, Verwaltungen und Unternehmen der
43 Politikberatung wie auch Abgeordnete und Parteien.

44 Wissenschaftskommunikation ist dabei nicht nur von den beteiligten Akteuren aus sehr
45 komplex und dynamisch, sondern auch von den wesentlichen Aufgabenstellungen her.
46 Sie ist dabei zugleich von ihren Aufgabenstellungen wie ihren Strukturen bei aller Bedeu-
47 tung für Staat, Wirtschaft und Gesellschaft relativ staatsfern und jedenfalls sehr sensibel
48 durch staatliche Instanzen und politische Entscheidungen zu behandeln. Denn sowohl
49 Wissenschaft wie Journalismus und Kommunikation insgesamt sind aus guten Gründen
50 mit besonderen Freiheiten ausgestattet, die es auch zu schützen gilt.

51

52 **Aufgaben der Wissenschaftskommunikation**

53 Die wachsende Bedeutung der Wissenschaftskommunikation ist auf aktuelle Entwicklun-
54 gen und nachhaltige Trends in der Produktion, Rezeption und Funktionalisierung von wis-
55 senschaftlichen Erkenntnissen zurückzuführen:

- 56 • das exponentielle Wachstum von wissenschaftlichen Erkenntnissen, veröffentlichten
57 Ergebnissen sowie die zunehmende Komplexität, Abstraktion, Schnelligkeit
58 und Vergänglichkeit im wissenschaftlichen Prozess: Entsprechend groß sind die
59 Anforderungen an die Qualitätssicherung der wissenschaftlichen Arbeit und an den
60 Beitrag der Wissenschaftskommunikation mit Blick auf die Information und kriti-
61 sche Reflektion.
- 62 • eine wachsende Durchdringung von Arbeit und Wirtschaft durch Wissenschaft: Zi-
63 vilgesellschaftliche Akteure beziehen sich immer stärker auf wissenschaftliche Er-
64 kenntnisse in ihrem Engagement, setzen sich mit Wissenschaft auseinander und
65 legitimieren sich durch sie. Dazu trägt auch die grenzenlose Internationalisierung
66 mit dem Englischen als lingua franca und den eigenen globalen Wissenschafts-
67 sprachen bei, mit einem erhöhten personalen und medial-kommunikativem Aus-
68 tausch über Grenzen hinweg, in der Wissenschaft selbst oder auch bei ihren viel-
69 fältigen Rezipienten.

70
71 Grundsätzlich hat Wissenschaftskommunikation die große Aufgabe, die Ergebnisse von
72 Wissenschaft, mögliche Anwendungen, wissenschaftliche Fragestellungen sowie wissen-
73 schaftliche Methodik in geeigneter Form in eine breite Öffentlichkeit hinein zu vermitteln,
74 um Aufklärung zu leisten und Teilhabe zu ermöglichen. Hierzu müssen die Verbindungen
75 zu den Bildungseinrichtungen in der ganzen Bildungsbiographie von der frühkindlichen
76 Bildung bis zur Erwachsenenbildung ausgebaut und aktiv genutzt werden. Wir wollen
77 diese Ziele und das Engagement der Wissenschaft unterstützen, um einer möglichen
78 Spaltung der Bevölkerung in einen kleineren Kreis von gut informierten und wissenschafts-
79 zugänglichen und -affinen und eine größere Zahl von Menschen, die sich von Wissen-
80 schaft fern halten, entgegenzuwirken.

81 Für uns ist die (Aufklärungs-)Verpflichtung und Verantwortung der Wissenschaft zentral:
82 ob gegenüber den Beteiligten an wissenschaftlichen Experimenten und Untersuchungen,
83 die ein Recht auf Information und Aufklärung haben, genauso wie den Menschen gegen-
84 über, die sich nicht aus eigener wissenschaftlichen Kompetenz, sondern aus Betroffenheit
85 und Wissensdurst heraus in den wissenschaftlichen Prozess einbringen wollen.

86 Wir bekennen uns ausdrücklich zum Ansatz der Citizen Science, die aktive Partizipation
87 der Bevölkerung an wissenschaftlichen Prozessen zu erhöhen, vom erhöhten Potenzial
88 zur Datenaufnahme und -aufbereitung bis hin zur aktiven Beteiligung bei Konzeption und
89 Design von Forschungsstudien. Durch partizipative Formen können eine Steigerung des
90 Verständnisses des Forschungsprozesses sowie die Akzeptanzsteigerung für For-
91 schungsergebnisse erfolgen. Durch Nutzung von in der Bevölkerung vorhandenem Wis-
92 sen und Kapazitäten kann eine Stärkung der Wissenschaft erfolgen, dank neuen Sicht-
93 weisen, breiten Informationen und innovativen Erkenntnissen. So können neue Partner-
94 schaften zwischen etablierten Institutionen und der forschenden Zivilgesellschaft entste-
95 hen. Voraussetzung ist eine Weiterentwicklung und Aufwertung der Wissenschaftskom-
96 munikation. So bewegen wir uns hier auch auf den Spuren Alexander von Humboldts, der
97 in diesem Jahr seinen 250. Geburtstag feiern würde, dem die universell gebildete Gesell-
98 schaft ein hohes Ideal war.

99 Die Vermehrung und Vernetzung der Informationskanäle und Kommunikationsformen
100 führt zu einer bisher nicht gekannten Verdichtung und Beschleunigung der Kommunikation
101 mit höchsten Anforderungen einerseits an professionelle Kommunikation, andererseits
102 aber auch an das Marketing in der Öffentlichkeitsarbeit bis hin zum Marketing von Wis-
103 schenschaft im wissenschaftlichen Wettbewerb selbst. Für uns ist klar, dass wir eine viel

104 größere Professionalisierung der Akteure in der Wissenschaftskommunikation wie auch
105 des gesamten Kommunikationsmanagements brauchen.

106

107 **Herausforderungen für die Wissenschaftskommunikation**

108 Wenn wir Wissenschaftskommunikation stärken wollen, müssen wir dafür sorgen, dass
109 die Stimme der Wissenschaft die Gesamtgesellschaft erreicht. Angesichts der Verände-
110 rungen der medialen Strukturen geraten die klassischen Formen eines seriösen Wissen-
111 schaftsjournalismus aber zunehmend unter Druck. Wir müssen dafür sorgen, dass Quali-
112 tätsjournalismus in den klassischen Medien notwendige Räume erhalten, von den Print-
113 medien bis zum Rundfunk und Fernsehjournalismus. Nicht zuletzt die öffentlich-rechtli-
114 chen Sendeanstalten sollten hier diese gesellschaftliche Verantwortung wahrnehmen und
115 mehr Spielraum für Wissenschaftskommunikation schaffen. Die aktuelle Situation der Wis-
116 schaftsjournalisten, geprägt von prekärer Arbeit und schlechter Bezahlung machen sie
117 zu Grenzgängern zwischen kritischem Journalismus und interessengeleitetem Marketing
118 bzw. führen in eine Abwanderung in Bereiche, in denen Wissenschaft als Ware behandelt
119 wird.

120 Der Zwang zur Selbstvermarktung macht dabei auch vor den Wissenschaftsinstitutionen
121 selbst im Wettstreit um Ressourcen und Reputationen nicht halt, so wie sich die Wissen-
122 schaftskommunikation auch den Anforderungen des wirtschaftlichen internationalen Wett-
123 bewerbs und seinen technologischen und wissenschaftlichen Implikationen kritisch und
124 distanziert stellen muss. Auch dieser Entwicklung wollen wir entgegenwirken.

125 Denn Wissenschaftskommunikation muss sich vor allem der bedeutendsten Herausforde-
126 rung stellen, sich überzeugend mit Wissenschaftsfeindlichkeit, Fake News und aus ideo-
127 logischen und politischen Quellen gespeistem politischen Kampfsjournalismus sowie Akti-
128 onen zum Aufbau einer Wissenschaft missbrauchenden Gegenöffentlichkeit auseinander-
129 zusetzen.

130

131

132 **II: Sechs sozialdemokratische Bausteine für einen Ausbau von Wissenschaftskom-** 133 **munikation**

134

135 **1) Frühkindliche Bildung und Lebenslanges Lernen**

136 Zur Stärkung der Wissenschaftskommunikation sollten Angebote weiterentwickelt und an-
137 gestoßen werden, die alle Etappen der Bildungsbiographie aufnehmen.

138 a) Kinder und Jugendliche sollen schon im frühesten Kindesalter an wissenschaftliche
139 Fragestellungen herangeführt werden. Entsprechenden Aktivitäten wie das „Haus
140 der kleinen Forscher“ oder Wettbewerbe wie „Jugend forscht“ sollen erweitert und
141 flächendeckend eingeführt werden. Die Angebote sollten sich außerdem nicht aus-
142 schließlich auf MINT-Felder beziehen, sondern, ganz im Sinne der betonten Inter-
143 und Transdisziplinarität, auch sozialwissenschaftliche und kulturelle Aspekte auf-
144 nehmen. So können schon früh die Voraussetzungen für eine spätere wissen-
145 schaftliche Berufsorientierung geschaffen werden. Die kindgerechten Angebote
146 des Konzepts vom „Haus der kleinen Forscher“ dürfen auch gerne zum Beispiel
147 das Fördern des Schachspiels oder von geeigneten Computerspielen bis hin zum
148 ersten Programmieren mit einschließen, um spielerisch logisches Denken zu erler-
149 nen.

150 b) Wissenschaftskommunikation als Element der reflexiven Auseinandersetzung mit
151 Ergebnissen der Wissenschaft und als Teil eigener forschender Aktivitäten ist über
152 die Schulen und die Berufsbildung bis in die Erwachsenenbildung hinein zu entwi-
153 ckeln. Dabei sind auch Projekte der lokalen Forschung zu fördern.

154

155

156

157 **2) Bürgerforschung (Citizen Science) und Bürgerwissen**

158 Durch Citizen Science und ihre partizipativen Formen und Formate soll ein breiter Wis-
159 sens- und Informationsstand bei breiten Bevölkerungsschichten unterstützt werden, je-
160 doch nicht ohne in den kritischen Diskurs einzuführen, zur Reflexion einzuladen und neue
161 Ideen im Dialog zu entwickeln. Daraus kann eine Steigerung des Verständnisses für For-
162 schungsprozesse (Design, Methoden, Ergebnisse, Umsetzung und Transfer etc.) sowie
163 die Akzeptanzsteigerung für Forschungsergebnisse erfolgen. Voraussetzung ist jedoch,
164 dass Mitsprachemöglichkeiten und Umsetzungspotenziale für Forschung in der Gesell-
165 schaft genutzt werden.

- 166 a) Es ist ein Programm zur Förderung von Citizen Science aufzulegen, das insbeson-
167 dere die Hochschulen anspricht, die Vernetzung solcher Initiativen unterstützt und
168 die Projekte und Strukturen evaluiert. Aus diesen verschiedenen Ansätzen sollte
169 eine Citizen Science-Strategie entstehen.
- 170 b) Im Rahmen eines Modellprojektes sollen Vorschläge für Forschungsvorhaben bzw.
171 ein wissenschaftliches Agenda-Setting durch Empfehlung und kontinuierliche Be-
172 teiligung von Bürger-Gruppen erprobt werden.
- 173 c) Im Bereich der Wissenschaftskommunikation sind unterschiedliche Förderlinien
174 einzurichten, die relevante gesellschaftliche Fragestellungen und Bedarfe aufneh-
175 men wie z.B. „Städtisches Wohnen“, „Ländlicher Raum und Mobilität“, „Bildungsteil-
176 habe ein Leben lang“, „Digitalisierung und moderne Kommunikation“.
- 177 d) Die vorhandenen Plattformen wie die zur Forschungswende und Bürgerwissen sind
178 auszubauen und weiterhin zu finanzieren.
- 179

180 **3) Wissenschaftskommunikation und Forschungsförderung**

181 Wissenschaftskommunikation sollte zur Querschnittsaufgabe für alle Akteure der Wissen-
182 schaft und der Forschung werden.

- 183 a) Forschungsprogramme durch den Bund sind in geeigneter Form und mit einem
184 angemessenen Umfang mit der Erwartung an aktive Wissenschaftskommunikation
185 auszuloben. Die Ergebnisse sind zu evaluieren.
- 186 b) Bei den Verhandlungen zur Fortsetzung des Paktes für Forschung und Innovation
187 sind der Ausbau und die systematische Förderung der Wissenschaftskommunika-
188 tion als ein Strukturmerkmal mit belegbaren Indikatoren aufzunehmen und abzusi-
189 chern.
- 190 c) Die Wissenschaftsorganisationen sollen die Initiative zur Entwicklung von gemein-
191 samen Grundsätzen und Konzepten für eine moderne Wissenschaftskommunika-
192 tion ergreifen, diese stimulieren und in ihren Etats absichern.
- 193 d) Gespräche und Initiativen hierzu sind mit der Allianz der Wissenschaftsorganisati-
194 onen aufzunehmen. Das Ziel sollte hierbei sein, dass zusammen mit der Hoch-
195 schulrektorenkonferenz Leitsätze und Konzepte für gute Wissenschaftskommuni-
196 kation im engen Zusammenwirken mit den Medieninstitutionen und journalistischen
197 Instanzen aus der Wissenschaft selbst heraus entwickelt werden.
- 198 e) Für die Einrichtung von Häusern der Wissenschaft sind Grundsätze und Konzep-
199 tideen zu entwerfen, um diese wichtigen Einrichtungen der niedrigschwelligen Zu-
200 gänglichkeit zu Wissenschaft für breite Bevölkerungsschichten qualitativ weiter zu
201 entwickeln.
- 202 f) Um Best Practice-Beispiele generieren zu können, soll ein Ideenwettbewerb ein-
203 gerichtet werden, die unterschiedlichen Akteursgruppen berücksichtigt (Nach-
204 wuchswissenschaftlerinnen, Wissenschaftsjournalisten, Start-Ups, etc.).
- 205 g) Für innovative Konzepte und Projekte soll ein Preis ausgelobt werden, der unter-
206 schiedliche Sparten und Kategorien der Wissenschaftskommunikation umfasst.
- 207
208
209

- 210 **4) Nachwuchsförderung**
211 In der Förderung des wissenschaftlichen Nachwuchses müssen theoretische wie prakti-
212 sche Kenntnisse über die Techniken und Vermittlungsformen von Wissenschaftskomm-
213 nikation zum festen Bestandteil der Qualifizierungswege werden.
214 Module zur Wissenschaftskommunikation sollen standardmäßig integriert werden:
215 a) in hochschuldidaktischen Angeboten
216 b) in den Studiengängen und Qualifikationsangeboten zur Lehrer- und Erwachsenen-
217 bildung
218 c) in forschungsorientierten Qualifikationsangeboten und Graduiertenprogrammen.
219
- 220 **5) Evaluierung und Forschungsvorhaben zur Wissenschaftskommunikation**
221 Um das Feld der Wissenschaftskommunikation nachhaltig erschließen zu können, er-
222 scheint uns ein deutlicher Ausbau der Wissenschafts- und Forschungskapazitäten an den
223 Hochschulen hierzu wichtig, sowie Evaluationen und Forschungsvorhaben.
224 a) Weil im öffentlichen Diskurs Wissenschaftskommunikation, Wissenschaftsmarke-
225 ting und Wissenschaftsjournalismus allzu oft vermischt werden, sind hierzu diffe-
226 renzierte Forschungslinien aufzubauen.
227 b) Damit könnte auch die Zahl der Lehrstühle für Wissenschaftskommunikation und
228 insbesondere auch für Wissenschaftsjournalismus erhöht werden.
229 c) Ein gesondertes Feld der wissenschaftlichen Untersuchung müssten die Voraus-
230 setzungen wie Wirkungen der Wissenschaftssprachen sein.
231
- 232 **6) Agentur und Akademie für Wissenschaftskommunikation**
233 Der Austausch der vielen Akteure der Wissenschaftskommunikation ist genauso zu för-
234 dern wie deren Aus- und Weiterbildung und die wissenschaftliche und journalistische Ko-
235 operation:
236 a) Im Rahmen einer Agentur für Wissenschaftskommunikation sollen unter Beteili-
237 gung von Wissenschaft, Medien und gesellschaftlichen Akteuren neue Formen der
238 Qualitätssicherung entwickelt und gefördert werden.
239 b) Diese Agentur hätte auch die Aufgabe, über die Förderung von solchen Initiativen
240 wie einer Wissenschafts-dpa (à la Science Media Center Germany gGmbH) oder
241 andere journalistische Projekte im Wissenschaftsjournalismus zu entscheiden und
242 diese zu fördern. Im Rahmen dieser Agentur und ihren besonderen Freiheitsgra-
243 den, die aus Wissenschaft wie Journalismus begründet sind, sind Fragen grund-
244 sätzlicher Bedeutung aufzubereiten wie die, wie eine öffentlich-rechtliche Wissen-
245 schafts-Plattform als Institution aussehen könnte, ob es einen Wissenschafts- und
246 Forschungs kanal im Fernsehen braucht und in welcher Form WissenschaftlerInnen
247 als delegierte Vertretungen in den Rundfunk- und Medienräte besser wirksam wer-
248 den können. Ihre Finanzierung sollte über ein Stiftungsmodell vorgenommen wer-
249 den.
250 c) Für die nachhaltige Qualitätssicherung und deren Verbreitung in der Wissen-
251 schaftskommunikation ist der Aufbau einer Akademie für Wissenschaftskommuni-
252 kation vorzunehmen, entweder als eigenständige Akademie oder unter dem Dach
253 und in der Zuständigkeit der vorhandenen Wissenschaftsakademien. Vorrangig
254 sind deren nationale und internationale Ausstrahlung und die Erweiterung der Auf-
255 gabenstellung.