

Jutta Milde / Ines C. Welzenbach-Vogel / Maren Dern (Hrsg.)

Intention und Rezeption von Wissenschaftskommunikation

HERBERT VON HALEM VERLAG

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Jutta Milde / Ines C. Welzenbach-Vogel / Maren Dern (Hrsg.)
Intention und Rezeption von Wissenschaftskommunikation
Köln: Halem, 2021

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme (inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

© 2021 by Herbert von Halem Verlag, Köln

ISBN (PRINT): 978-3-86962-314-6
ISBN (PDF): 978-3-86962-315-3

Den Herbert von Halem Verlag erreichen Sie auch im Internet unter <http://www.halem-verlag.de>
E-Mail: info@halem-verlag.de

SATZ: Herbert von Halem Verlag
LEKTORAT: Rabea Wolf
DRUCK: docupoint GmbH, Magdeburg
GESTALTUNG: Claudia Ott Grafischer Entwurf, Düsseldorf
Copyright Lexicon ©1992 by The Enschedé Font Foundry.
Lexicon® is a Registered Trademark of The Enschedé Font Foundry.

Inhalt

I. EINLEITUNG

JUTTA MILDE / INES C. WELZENBACH-VOGEL / MAREN DERN Intention und Rezeption von Wissenschaftskommunikation	7
---	---

II. PERSPEKTIVE AUF DIE KOMMUNIZIERENDEN

BIRTE FÄHNRICH Digging deeper? Mudding through? Informationsgenerierung und Bedeutungskonstitution von wissenschaftlichen Informationen durch kanadische Umweltaktivisten	13
---	----

NADJA ENKE / CORNELIA WOLF Wie partizipativ ist Wissenschaftskommunikation im Social Web? Ein Vergleich der Kommunikation und Interaktion von außeruniversitären Forschungseinrichtungen, Universitäten und Unternehmen mit ihren Stakeholdern auf Facebook	36
--	----

INES C. WELZENBACH-VOGEL / JUTTA MILDE / KARIN STENGEL / MAREN DERN Vertrauen in das Gelingen der Energiewende durch Medienberichterstattung? Eine Inhaltsanalyse von journalistischen Beiträgen auf deutschen Online- Nachrichtenportalen unter Berücksichtigung von vertrauensrelevanten Aussagen zu an der Energiewende beteiligten Akteuren	65
---	----

III. PERSPEKTIVE AUF DIE REZIPIERENDEN

- LARS GUENTHER / PETER WEINGART / CORLIA MEYER 87
Wissenschaft ist überall, nur keiner weiß Bescheid:
Über kulturelle Nähe und Distanz zur Wissenschaft
- CHRISTOPH BÖHMERT / PHILIPP NIEMANN /
SILVIA HANSEN-SCHIRRA / JEAN NITZKE 110
Wen verstehen wir besser?
Eine vergleichende Rezeptionsstudie zu Kurzmeldungen von
Journalisten und Wissenschaftlern
- BETTINA BOY / HANS-JÜRGEN BUCHER 127
Comics in der Wissenschaftskommunikation oder:
Wie informativ sind Informationscomics?
Eine Rezeptionsstudie mit Blickaufzeichnung und Wissenstests
- BRIGITTE HUBER / HOMERO GIL DE ZÚÑIGA 157
Soziale Medien und Vertrauen in Wissenschaft.
Befunde aus einer Befragung in 20 Ländern
- NINA WICKE 177
Citizen Science –
eine ›erfolgreiche‹ Entwicklung in der
Wissenschaftskommunikation?
- Autorinnen und Autoren 177

JUTTA MILDE / INES C. WELZENBACH-VOGEL /
MAREN DERN

Intention und Rezeption von Wissenschaftskommunikation

Der vorliegende Sammelband widmet sich dem Kommunikationsprozess zwischen Akteuren der Wissenschaftskommunikation und ihrem Publikum und nimmt das Spannungsfeld von Intention und Rezeption von Wissenschaftskommunikation in den Blick. Ausgehend von der Definition von Schäfer, Kristiansen und Bonfadelli (2015: 13), in der unter Wissenschaftskommunikation »alle Formen von auf wissenschaftliches Wissen oder wissenschaftliche Arbeit fokussierter Kommunikation, sowohl innerhalb als auch außerhalb der institutionalisierten Wissenschaft, inklusive ihrer Produktion, Inhalte, Nutzung und Wirkungen« aufgefasst wird, liegt hier das besondere Augenmerk auf den Kommunikationszielen von an Wissenschaftskommunikation beteiligten Akteuren und der Rezeption dieser durch das Publikum. Hierbei stellt sich auch die Frage, inwieweit die intendierten oder auch nicht intendierten Ziele der Wissenschaftskommunikation ihre Wirkungen beim Publikum entfalten (können).

Die weitreichenden Veränderungen in der Medienlandschaft der letzten Jahre haben zu bedeutenden Umwälzungen in der Wissenschaftskommunikation geführt. Kommunikationsakteure, Zielgruppen, Ziele, Themen und Kommunikationsmedien haben sich diversifiziert und vervielfältigt. In der Wissenschaftskommunikation geht es nicht mehr nur darum, Wissensdefizite in der Öffentlichkeit zu eliminieren, um die Akzeptanz von Wissenschaft zu erhöhen, wie es noch die Ansätze zur Scientific Literacy oder Public Understanding of Science postulierten. Immer mehr setzt sich die Vorstellung durch, Wissenschaft transparenter kommunizieren

und Bürger stärker an Diskussionen und Entscheidungen beteiligen zu müssen. Dabei sind Forschende¹ und Wissenschaftsorganisationen nicht mehr ausschließlich auf Wissenschaftsjournalismus angewiesen. Immer häufiger übernehmen sie selbst oder Pressesprecher, Öffentlichkeitsarbeiter oder Marketingspezialisten die Kommunikation über aktuelle Wissenschaftsthemen. Wissenschaftskommunikation erfolgt also nicht mehr nur über die klassischen Massenmedien, sondern reicht mittlerweile von der Wissenschaftskommunikation in neuen Medien und Online-Plattformen bis zu Wissenschaftsmuseen, Science-Centren und Bürgerforen. Dadurch kann Wissenschaftskommunikation einerseits einem breiteren Publikum zugänglich gemacht, andererseits aber auch noch zielgruppengenaue adressiert werden.

Die Nutzung von Wissenschaftskommunikation unterliegt ebenso einem solchen Wandel. Auch wenn das Fernsehen immer noch eine wichtige Rolle in der medial vermittelten Wissenschaftskommunikation einnimmt, zeigt sich eine zunehmende Individualisierung aufgrund der Entwicklung der neuen Kommunikationsformen. Diese bieten stärker als bislang partizipative und dialogorientierte Möglichkeiten bis hin zu einer aktiven Beteiligung an Forschungsprozessen, etwa im Rahmen von Citizen-Science-Projekten.

Perspektiven des Bandes

Der Band enthält ausgewählte Beiträge der ersten Fachgruppentagung der Fachgruppe Wissenschaftskommunikation der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft. Der Fokus liegt auf zwei Perspektiven: der Kommunikator- und der Rezipientenperspektive.

Mit Wissenschaftskommunikation sind immer auch bestimmte Intentionen und Interessen der beteiligten Akteure verbunden. Hier haben sich im Laufe der Zeit unterschiedliche Bereiche herausgebildet. Die Wissenschaftskommunikation von Wissenschaftsorganisationen wie Hochschulen und Forschungseinrichtungen beispielsweise verfolgen organisationsbezogene und gesellschaftsbezogene Ziele. Hier geht es insbesondere um die Auf-

1 In den Beiträgen dieses Bandes werden geschlechtsneutrale Begriffe genutzt. In einigen Beiträgen wird aus Gründen der besseren Lesbarkeit das generische Maskulinum verwendet und damit auf die gleichzeitige Verwendung weiblicher und männlicher Sprachformen verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten hier gleichermaßen für beide Geschlechter.

rechterhaltung der institutionellen Legitimität sowie um die Vermittlung von und die Verständigung über Wissenschaft (vgl. RAUPP 2017: 149-151). Auch im Zusammenhang mit politischen Steuerungsprozessen nimmt Wissenschaftskommunikation eine relevante Rolle ein. Wissenschaftliche Expertise dient politischen Akteuren unter anderem dazu, politische Maßnahmen im Vorhinein abschätzen zu können sowie aufgrund des wissenschaftlichen Prestiges Legitimation für das eigene Handeln zu erzielen (vgl. RENN 2017: 187). Dies ist aktuell besonders im Zusammenhang mit der Coronapandemie zu beobachten, in der die wissenschaftliche Expertise von Christian Drosten oder Alexander S. Kekulé Prominenz erlangen.

Die Beiträge des vorliegenden Bandes widmen sich der intentionalen Wissenschaftskommunikation aus drei Perspektiven. Zunächst befasst sich BIRTE FÄHNRICH mit der strategischen Kommunikation von Umweltaktivisten und -aktivistinnen und fragt danach, wie diese wissenschaftliche Informationen nutzbar machen, um intendierte Ziele erreichen zu können. Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass wissenschaftliche Informiertheit für diese Akteure und Akteurinnen in ihrem Arbeits- und Handlungskontext durchaus von Bedeutung ist. Dabei zeigen sich zentrale Unterschiede in Bezug auf verschiedene Handlungsfelder und unterschiedliche Interaktionsdimensionen der Aktivisten und Aktivistinnen.

NADJA ENKE und CORNELIA WOLF beleuchten in ihrem Beitrag die strategische Wissenschafts- und Innovationskommunikation von öffentlichen und privaten Forschenden. Die Autorinnen fragen danach, wie öffentliche und private Forschungsorganisationen deren Wissenschafts- und Innovationskommunikation auf Facebook gestalten und wie mit relevanten Anspruchsgruppen auf Facebook interagiert wird. Die Ergebnisse einer Inhaltsanalyse von 20 Facebook-Kanälen belegt, dass die Wissenschafts- und Innovationskommunikation im Social Web eher der Logik einseitiger Informationsvermittlung folgt und sich als verlängerter Arm der Webseite verstehen lässt. Die multimedialen und interaktiven Möglichkeiten des Social Webs bleiben im Rahmen von Wissenschafts- und Innovationskommunikation derzeit größtenteils ungenutzt.

INES WELZENBACH-VOGEL, JUTTA MILDE, KARIN STENGEL und MAREN DERN widmen sich der Umsetzung der Energiewende, die immer mehr Kritik in der öffentlichen Diskussion erfährt. Mithilfe einer Medieninhaltsanalyse der Berichterstattung von führenden deutschen Online-Nachrichtenportalen werden akteursbezogene, vertrauensrelevante Aussagen zu an der Energiewende beteiligten Akteuren und Akteurinnen identifiziert. Die

Ergebnisse belegen, dass sich Aussagen zu vertrauensrelevanten Merkmalen mehrheitlich auf die Kompetenzen beteiligter Akteure und Akteurinnen beziehen, die Energiewende und die damit verbundenen komplexen Herausforderungen erfolgreich meistern zu können. Damit einher geht, dass vertrauensrelevante Aussagen, insbesondere solche, die sich auf die Kompetenz und die Integrität eines Handelnden bezogen, in der Berichterstattung mehrheitlich negativ valenziert waren.

Der zweite inhaltliche Block des Sammelbandes beleuchtet die Seite des Publikums. Die Rezeption von Wissenschaftskommunikation wurde in den letzten Jahren zunehmend in den Blick genommen. Einschlägige Überblicksarbeiten belegen, dass es sich mittlerweile um ein thematisch heterogenes Forschungsfeld handelt, das sich mehrheitlich der Wahrnehmung wissenschaftlicher Themen sowie den Einstellungen der Bevölkerung gegenüber der Wissenschaft widmet. Hier wird vor allem auf einzelne Wissenschaftsbereiche und spezifische Themen fokussiert, wobei die Wissenschaftskommunikation in Online-Formaten immer mehr in den Vordergrund gerät (vgl. METAG 2017). Das Themenspektrum des vorliegenden Bandes ist bewusst offen gehalten, um aktuelle Studien zur Rezeption von Wissenschaftskommunikation vorstellen zu können. Die hier präsentierten Studien befassen sich mit der Wahrnehmung und Verständlichkeit von Wissenschaftskommunikation, dem Wissenstransfer spezifischer Wissenschaftsformate sowie mit dem Potenzial Sozialer Medien zur Förderung des Vertrauens bei Rezipienten. Im Einzelnen lassen sich die Studien wie folgt zusammenfassen:

LARS GUENTHER, PETER WEINGART und CORLIA MEYER gehen dazu der Frage nach, wie die Wahrnehmung von wissenschaftlichen Großprojekten in der nahen Umgebung von Bürgern und Bürgerinnen die allgemeine Wahrnehmung von Wissenschaft beeinflusst. Die Ergebnisse zeigen: je größer die kulturelle Distanz zur Wissenschaft, oder anders gesagt: je geringer die Bedeutung von Wissenschaft in der Lebenswelt der befragten Personen, desto stärker beurteilen diese sie nach dem unmittelbar praktischen Nutzen oder auch den Nachteilen, die sie ihr zurechnen.

CHRISTOPH BÖHMERT, PHILIPP NIEMANN, SILVIA HANSEN-SCHIRRA und JEAN NITZKE stellen die Frage, welche Unterschiede von Laien-Rezipierenden zwischen den von in der Wissenschaft und im Journalismus Tätigen für eine breite Öffentlichkeit verfassten Texten wahrgenommen werden. Zwei Hauptbefunde ergeben sich: Zum einen konnten die Rezipierenden allein anhand der verwendeten Texte nicht klar differenzieren, ob es sich jeweils um einen journalistischen oder wissenschaftlichen Autor

handelte. Zum anderen zeigte sich ein Zusammenhang zwischen der von den Probanden vorgenommenen Gesamtbewertung des Textes sowie der Bewertung der Verständlichkeit des Textes mit der Zuschreibung der Autorenschaft: Texte, die die Probanden besonders gut beurteilten und die sie besonders verständlich fanden, schrieben sie häufiger dem Journalismus als der Wissenschaft zu.

BETTINA BOY und HANS-JÜRGEN BUCHER befassen sich in ihrem Beitrag mit der Frage, welche Funktionen Comics als Mittel der Wissenschaftskommunikation erfüllen können und wie die Comic-spezifische Popularisierung den Transfer von wissenschaftlichem Wissen beeinflusst. Betrachtet man Comics als eine Form multimodaler Diskurse, so stellen sich folgende Forschungsfragen: Was trägt jeder der einzelnen Modi zur allgemeinen Bedeutung eines Diskurses bei und wie interagieren die verschiedenen Modi? Analysiert man Comics also sowohl als eine Form der Wissenschaftskommunikation als auch als eine Form des multimodalen Diskurses, stehen daher zwei Probleme im Zentrum: das Problem der *Popularisierung* wissenschaftlicher Erkenntnisse und das Problem der modalen *Kompositionalität*. Auf Basis der Rezeptionsbefunde zeigt die Studie, dass im Falle von Wissenscomics vier Typen von Problemen auftreten: das Problem der Inferenz und des propositionalen Gehalts, das Problem der intermodalen Relationen, das Problem der Diskurskohärenz, das Problem der Navigation (z. B. auf der Comic-Seite).

Das Ziel der Studie von BRIGITTE HUBER und HOMERO GIL DE ZÚÑIGA ist es zu überprüfen, ob Soziale Medien das Potenzial haben, Vertrauen in Wissenschaft zu fördern. Die Ergebnisse zeigen einen positiven Zusammenhang zwischen der Nachrichtennutzung in sozialen Medien und dem Vertrauen der befragten Personen in Wissenschaft, wobei der Effekt sogar stärker als bei traditioneller Nachrichtennutzung ist.

Der letzte Beitrag des Bandes widmet sich dem Thema Citizen Science. NINA WICKE erläutert hier, dass es noch unklar erscheint, wodurch ein erfolgreiches Citizen-Science-Projekt charakterisiert werden kann, also welche Aspekte relevant für eine Erfolgsbestimmung sein können. Es fehlt an empirischen Befunden, anhand derer der Erfolg bemessen und beurteilt werden kann. Ziel des Beitrags ist es, sich von dem normativ geprägten Diskurs zu lösen und näher zu betrachten, welche wissenschaftlichen Erkenntnisse zu Citizen Science bereits vorliegen. Es werden Überlegungen vorgestellt, welche möglichen Bereiche bei einer zukünftigen Analyse von Citizen Science sinnvoll sind. Die herausgearbeiteten Evaluationsdimensi-

onen auf (1) individueller, (2) wissenschaftlicher und (3) gesellschaftlicher Ebene sollen als eine erste Annäherung an eine wertfreiere und evaluationsorientierte Perspektive auf Citizen Science verstanden werden. Sie können in die Entwicklung von Evaluationsinstrumenten einfließen, um Citizen-Science-Projekte empirisch zu untersuchen.

Literatur

- METAG J.: Rezeption und Wirkung öffentlicher Wissenschaftskommunikation. In: BONFADELLI, H.; B. FÄHNRIK; C. LÜTHJE; J. MILDE; M. RHOMBERG; M. S. SCHÄFER (Hrsg.): *Forschungsfeld Wissenschaftskommunikation*. Wiesbaden [Springer vs] 2017, S. 251-274
- RAUPP, J.: Strategische Wissenschaftskommunikation. In: BONFADELLI, H.; B. FÄHNRIK; C. LÜTHJE; J. MILDE; M. RHOMBERG; M. S. SCHÄFER (Hrsg.): *Forschungsfeld Wissenschaftskommunikation*. Wiesbaden [Springer vs] 2017, S. 143-163
- RENN, O.: Kommunikation zwischen Wissenschaft und Politik. In: BONFADELLI, H.; B. FÄHNRIK; C. LÜTHJE; J. MILDE; M. RHOMBERG; M. S. SCHÄFER (Hrsg.): *Forschungsfeld Wissenschaftskommunikation*. Wiesbaden [Springer vs] 2017, S. 183-205
- SCHÄFER, M. S.; S. KRISTIANSEN; H. BONFADELLI:
Wissenschaftskommunikation im Wandel. Relevanz, Entwicklung und Herausforderungen des Forschungsfeldes. In: SCHÄFER, M. S.; S. KRISTIANSEN; H. BONFADELLI (Hrsg.): *Wissenschaftskommunikation im Wandel*. Köln [Herbert von Halem] 2015, S. 10-44