

# Währungsrisiken

## Die prekären Folgen des Erfolgskriteriums ‚mediale Aufmerksamkeit‘

| MATHIAS KOHRING | FRANK MARCINKOWSKI |

Seit vielen Jahren wird gewünscht und gefordert, dass Wissenschaftler mit ihren Forschungen und Forschungsergebnissen öffentlich sichtbar sein sollen. Das aber hat Folgen für die Wissenschaft. Eine kritische Analyse.

### Muss Wissenschaft in die Öffentlichkeit?

Dass Wissenschaft an die Öffentlichkeit gehen soll, ja muss, ist eine Überzeugung, die in den vielfältigen Konzepten des public understanding of science als nicht hintergehbare Prämisse gesetzt ist. Erwartet wurden dabei stets positive Folgen wie Aufklärung, Demokratisierung und gesellschaftliche Akzeptanz. Dass Wissenschaftskommunikation, d.h. die Kommunikation aus der Wissenschaft in die mediale Öffentlichkeit, auch negative Folgen zeitigen könnte, galt als undenkbar. Spätestens seit der Hochschulentwicklung in den letzten einundeinhalb Jahrzehnten ist diese Überzeugung aber in Frage zu stellen. Im Folgenden gilt unser Interesse daher den möglichen negativen Folgen, die das Streben nach medialer Sichtbarkeit für die Autonomie und die Funktionsweise von Wissenschaft mit sich bringen könnte.

### Woher kommt die Forderung nach öffentlicher Wissenschaft?

Auch beim *public understanding of science* ging es schon um die Akzeptanz der Wissenschaft, allerdings auf dem Wege der Wissensvermittlung in die Öff-

entlichkeit. Das Konzept des *New Public Management*, dem der Umbau der Hochschulen nach dem Vorbild von Unternehmen zu verdanken ist, versteht Wissenschaftskommunikation als Mittel der Legitimation. Der Staat entlastet sich aus der Detailverantwortung für die öffentlich finanzierte Wissenschaft, indem er die Finanzierung an Leistungsvereinbarungen bindet und den

»Die Wissenschaft wird zwei ihr fremden Regimen untergeordnet, die ›Effizienz‹ und ›Qualität‹ sichern sollen.«

Organisationen selbst mehr Autonomie bei der Budgetierung und Verwendung gewährt. Im Gegenzug müssen die Organisationen aber auch die Aufgabe der Rechtfertigung gegenüber den Geldgebern und den Leistungsabnehmern selbst managen. So soll die Bindung der reformierten Einheit an ihre externen, nicht-staatlichen „Stakeholder“ enger werden, damit man direkter auf die Interessen der „Aktionäre“ eingeht und auch einen unmittelbaren Rechtfertigungszwang gegenüber diesen „Stakeholdern“ verspürt.

Die Legitimationsarbeit findet also nunmehr nicht nur direkt gegenüber dem staatlichen Geldgeber statt, sondern vermeintlich auch gegenüber den Steuerzahlern und Steuerzahlerinnen. Das ist nur scheinbar ein Demokratisierungsprozess; tatsächlich zieht sich die Politik aus ihrer ureigenen Verantwortung zurück, verbindliche Entscheidungen zu treffen und hierfür angemessene Kriterien zu formulieren. Die Wissenschaft wird statt dessen zwei ihr fremden Regimen untergeordnet, die „Effizienz“ und „Qualität“ sichern sollen: Zum einen ist dies die ökonomische Rationalität, die dafür gesorgt hat, dass die der Wissenschaft ebenfalls wesensfremde Figur des Wettbewerbs propagiert wird. Zum anderen ist dies die Rationalität medialer Öffentlichkeit und das damit verknüpfte Streben nach gesellschaftlicher Sichtbarkeit und öffentlicher Aufmerksamkeit. Im Streben nach Sichtbarkeit werden beide Aspekte unauflösbar vermengt: Wettbewerb wird öffentlich vorgeführt und für Öffentlichkeit inszeniert – die prominentesten Beispiele hierfür sind die Exzellenzinitiative und die allgegenwärtigen Rankings.

### Warum kann das Streben nach Öffentlichkeit auch schädlich sein?

Galt es vor nicht allzu langer Zeit noch als verpönt, auf die Bedürfnisse der Nachrichtenmedien einzugehen, kann es seit einigen Jahren aus Sicht der Hochschulen gar nicht genug öffentliche Aufmerksamkeit geben, und so arbeitet man nun mit allen Mitteln an der eigenen Sichtbarkeit. Diese *Medialisierung* der wissenschaftlichen Einrichtung-

#### AUTOREN

**Mathias Kohring** ist Professor für Medien- und Kommunikationswissenschaft an der Universität Mannheim. Foto: Simon Fessler

**Frank Marcinkowski** ist Professor für Kommunikationswissenschaft an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster.



gen, verstanden als die Anpassung an die Kriterien öffentlicher Aufmerksamkeit, ist eine Strategie, um sich in einem durch die Politik initiierten künstlichen Wettbewerb um finanzielle Ressourcen zu behaupten.

Am unmittelbarsten erleben Wissenschaftler an deutschen Hochschulen die neue Anreizstruktur innerhalb ihrer Institutionen. Unsere flächendeckende Befragung aller Leitungsmitglieder staatlicher Hochschulen in Deutschland zeigt, dass positive Publizität und mediale Resonanz eine Zielsetzung von überragender Bedeutung geworden sind. Zugleich belegt unsere Befragung von mehr als 1 600 Professoren an eben diesen Hochschulen, dass die Wissenschaftler diese Medienorientierung an der Organisationsspitze als klare Erwartungshaltung mit Aufforderungscharakter interpretieren. Dazu passt, dass die Kommunikationsabtei-

lungen der Hochschulen stetig ausgebaut wurden: Auf 18 Professoren einer deutschen Hochschule kommt ein Mitarbeiter für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Wohlgemerkt: nur auf der Ebene der zentralen Organisationseinheiten – was darüber hinaus auf der Ebene von Fakultäten, Instituten, Sonderfor-

### »Die Leitwährung der Nachrichtenmedien beeinflusst zunehmend die Leitwährung der Wissenschaft.«

schungsbereichen, Exzellenzclustern usw. an Kommunikationskapazität aufgebaut wird, muss man noch dazu rechnen.

Was durch solche Beobachtungen deutlich wird, ist nicht nur die Verwechslung von Sichtbarkeit mit Relevanz; viel gravierender ist das, was wir als Austausch der Leitwährung be-

zeichnen: Die Leitwährung der Nachrichtenmedien – für diese wohlgemerkt funktional und für die Gesellschaft notwendig – beeinflusst zunehmend die Leitwährung der Wissenschaft. Sie übt einen nicht unerheblichen Einfluss auf den gesamten erkenntnisleitenden Prozess in der Wissenschaft aus: Man wählt seine Themen nach ihrem aktuellen Aufmerksamkeitspotenzial, man formuliert seine Hypothesen nach genau der gleichen Maßgabe und man produziert öffentlich darstellbare Ergebnisse oder kommuniziert vorzugsweise solche Ergebnisse nach außen, von denen man positive Publizität erwarten darf. Die Hochschulleitungen verteilen Geld und andere Belohnungen an diejenigen, die dies besonders erfolgreich tun, und machen den anderen ein schlechtes Gewissen (um das Mindeste zu sagen). Im Endeffekt werden der Wissenschaftler und sein Werk danach bewertet, ob sie an eine *nicht*-wissenschaftliche Öffentlichkeit vermittelbar sind. Entsprechend wird eine nicht unerhebliche Energie

Anzeige

## Die Michael-und-Claudia-Borgolte-Stiftung zur Förderung der Geschichtswissenschaften

verleiht im Jahr 2016 nach Begutachtung der eingegangenen Vorschläge durch eine mediävistische Expertenkommission den

### Preis der Humboldt-Universität für hervorragende Leistungen auf dem Gebiet der Mittelalterlichen Geschichte, gestiftet von Michael und Claudia Borgolte.

Der Preis ist für Nachwuchswissenschaftler\_innen der Mittelalterlichen Geschichte bestimmt, die sich mit einem zweiten Buch für eine Professur ihres Faches qualifiziert haben. Er ist mit 10.000 € dotiert und soll im Juli 2016 an der Humboldt-Universität zu Berlin überreicht werden.

Vorschläge durch Hochschullehrer\_innen oder Selbstbewerbungen sollen das zweite Buch in fünf Exemplaren (Druck oder auf CD), CV sowie Verzeichnisse der Schriften und der Lehrveranstaltungen der Kandidat\_innen einschließen. Bewerbungsschluss ist der 31.12.2015.

Vorschläge oder Bewerbungen mit den genannten Unterlagen sind einzureichen beim Vorstand der Michael-und-Claudia-Borgolte-Stiftung, c/o Humboldt-Universität zu Berlin, **Dekanat der Philosophischen Fakultät I**, Unter den Linden 6, 10099 Berlin. Möglich sind auch Einsendungen per email im PDF-Format an [grabog@geschichte.hu-berlin.de](mailto:grabog@geschichte.hu-berlin.de)



Claudia und Michael Borgolte



Foto: picture-alliance

**Wissenschaft durch Wissenschaftler**  
im Fernsehen präsentiert: Professor  
Harald Lesch moderiert.

dahin umgelenkt, möglichst viele Einheiten der Währung Aufmerksamkeit anzusammeln.

### Prekäre Folgen für das Wissenschaftssystem

Eine derartig forcierte Wissenschaftskommunikation droht die Qualität von Wissenschaft systematisch zu beeinträchtigen. Im Folgenden benennen wir stichwortartig einige prekäre Folgen für das Wissenschaftssystem:

#### (1) Beschleunigung von Wissenschaft und Wissenschaftspolitik

Die mediale Öffentlichkeit ist schneller getaktet als die wissenschaftliche Öffentlichkeit. Durch die Kopplung von Wissenschaft an Medienöffentlichkeit ist folglich eine Beschleunigung der Konjunktur von Themen zu erwarten, von wissenschaftlichen Forschungsthemen, aber auch von Themen der Hochschulreform und -organisation. Das führt zu der auch im politischen Bereich beobachtbaren Präferenz für kurzfristige ‚Erfolge‘ und umgekehrt zur Marginalisierung von wissenschaftlichen und wissenschaftspolitischen Unternehmungen, die einen längeren Atem benötigen.

#### (2) Mainstreaming der Forschung

Die öffentliche Aufmerksamkeit bietet immer nur Raum für ein begrenztes Spektrum an Themen. Welche Forschung sich im Kampf um öffentliches Interesse durchsetzt, bemisst sich aber

nicht primär an Kriterien wissenschaftlicher Relevanz, sondern an Selektoren für öffentliche Aufmerksamkeit wie (vermeintliche) Neuheit, Überraschung, Quantität, Moralisierung oder Konflikt. Das produziert nicht nur neue Ungleichheiten im (Aufmerksamkeits-)Wettbewerb, weil nicht alle Fachdisziplinen und Forschungsbereiche in gleichem Maße auf diese Kriterien ansprechen, sondern auch eine Tendenz zu mehr Uniformität: Wenn sich viele Wissenschaftler und viele wissenschaftliche Einrichtungen an den wenigen Chancen zu öffentlicher Aufmerksamkeit orientieren, hat dies tendenziell einen vereinheitlichenden Effekt.

#### (3) Fehlallokation von Ressourcen

Wenn eine beschleunigte Taktung wissenschaftspolitischer Entscheidungen und der Vereinheitlichungsdruck von öffentlicher Aufmerksamkeit zusammenkommen, ist mit der Fehlallokation von Ressourcen zu rechnen, etwa wenn knappe Mittel über Jahre hinweg an Modethemen gebunden werden, die genauso schnell wieder verschwunden sind, wie sie via medialer Öffentlichkeit forciert wurden.

#### (4) Institutionalisierte Zwang zur Hochstapelei

Etwas wohlwollender ausgedrückt könnte man von Anreizen für Scheininnovationen sprechen. Da alle Hochschulen permanent gezwungen sind, mehr scheinen zu müssen, als sie sein können, liegt es nahe, Forschungsprojekte, Reformmaßnahmen, Studiengänge u.a. als Neuerungen zu ‚verkaufen‘, auch wenn man im Wesentlichen das-

selbe macht wie schon zuvor. Unter diesen Bedingungen wird es immer schwieriger, wissenschaftliche Leistungsfähigkeit von gelungener Selbstvermarktung zu unterscheiden.

#### (4) Eigenwerbung statt „Public Understanding of Science“

Was öffentlich finanzierte Wissenschaftler über sich und ihre Arbeit verlauten lassen – und was nicht – wird ganz entscheidend von den strategischen Kommunikationszielen der Organisationen abhängen. Die Wissenschaftskommunikation der Zukunft steht damit eben nicht mehr im Dienste hehrer Ziele wie Aufklärung und Wissensvermittlung, sondern sie wird Mittel zum Zweck der Selbstvermarktung wissenschaftlicher Einrichtungen, die sich im politisch gewollten Wettbewerb behaupten müssen.

#### (5) Glaubwürdigkeitsverlust für Wissenschaft

Eine wie oben beschriebene Wissenschaftskommunikation unterscheidet sich nicht mehr von der strategischen Kommunikation anderer organisierter Interessen. Die Wissenschaft unterliegt damit dem gleichen Glaubwürdigkeitsverlust wie diese.

#### (6) Autonomiegefährdung

Aus all dem zuvor Gesagten resultiert eine problematische Beschränkung der Hochschul- und Wissenschaftsfreiheit, was schon deswegen bemerkenswert ist, weil die Governance-Reform das exakte Gegenteil bezweckt hat. Die Hochschulen und die bei ihr beheimatete Wissenschaft werden abhängiger von positiver Publizität und damit von der medialen Öffentlichkeit; sie werden zugleich angreifbarer und verletzlicher durch negative Publizität und den dadurch ausgelösten öffentlichen Druck.

Was wir hier beschreiben, ist ‚nur‘ ein Trend – der sich aber zugleich zu systematisch und zu flächendeckend entwickelt, um ihn mit dem beliebten Verweis auf ‚einige schwarze Schafe‘ abzutun. Es ist ein Mechanismus, der sich zunehmend auf alle, auch auf die epistemischen Abläufe der Wissenschaft auswirkt und schon ausgewirkt hat, übrigens auch mit demotivierenden Auswirkungen auf die Wissenschaftler selbst. Keinesfalls geht es darum, die Außenkommunikation der Wissenschaft und mit ihr die Wissenschafts-PR pauschal zu diskreditieren. Es ist aber hohe Zeit, für ihre negativen externen Effekte zu sensibilisieren.