

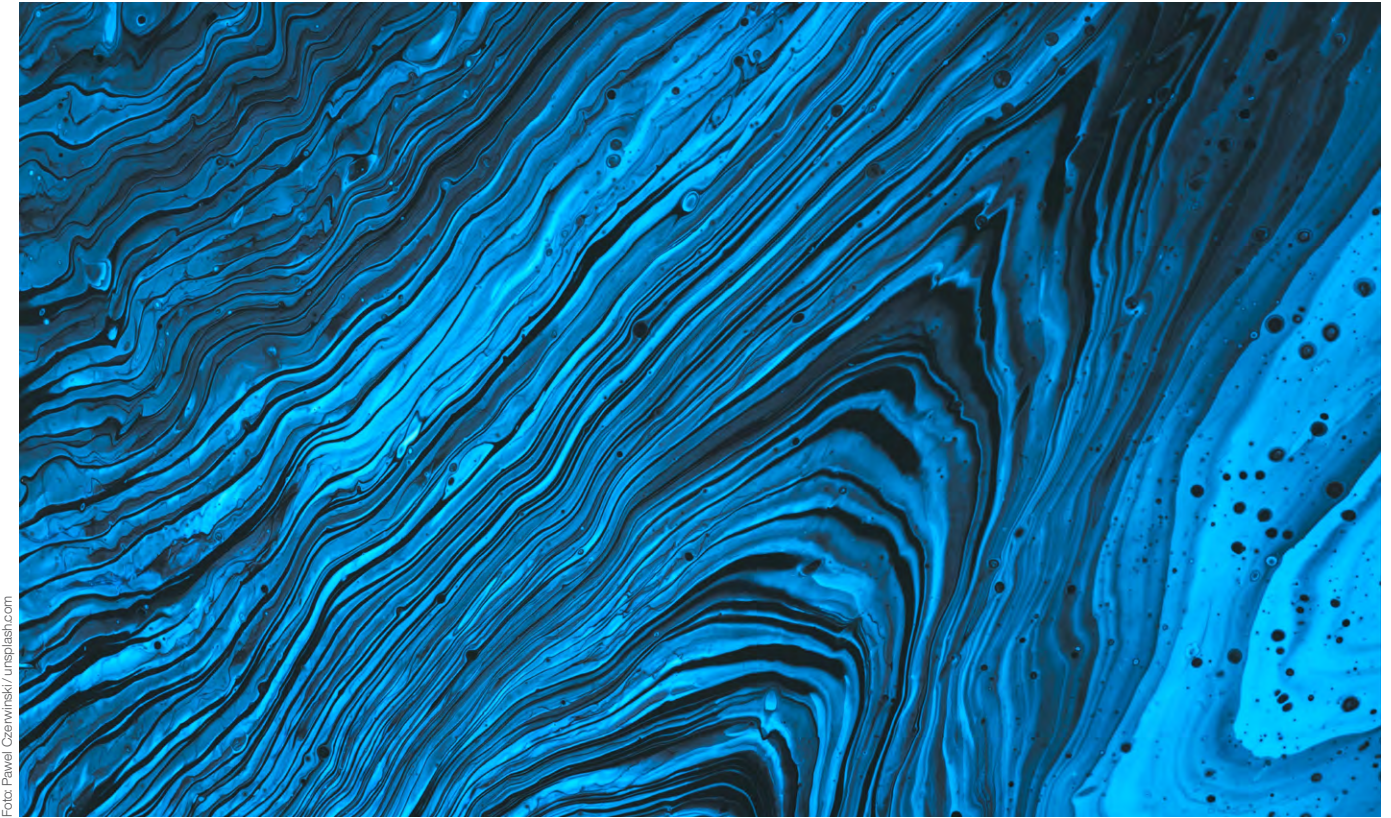


Foto: Pawel Czerwinski / unsplash.com

UNSERE VERZERRTE SICHT AUF DEN IMPACT

Welche Wirkung Wissenschaft in den Medien entfalten kann und soll, wird viel diskutiert. Weniger Beachtung findet, wie sich die journalistische Berichterstattung auf die Wissenschaft auswirkt

GASTBEITRAG: IRENE BROER UND SOPHIE ROTGERI

Wie oft eine wissenschaftliche Arbeit in Fachkreisen zitiert wird, wird als Maß für den wissenschaftlichen Impact verwendet und soll das Ansehen der Arbeit oder der Forschenden in der wissenschaftlichen Community widerspiegeln. Trotz des Aufkommens von Altimetrics, die den Impact zusätzlich anhand von Downloads, Shares und Erwähnungen in sozialen Medien und Online-Nachrichten messen, ist die Zitationsrate nach wie vor ein wichtiger Indikator, der von akademischen Einrichtungen unter anderem bei Entscheidungen über akademische Laufbahnen, Beförderungen und Einstellungen oder Mittelvergabe verwendet wird.

Daneben gewinnt eine nach außen gerichtete Kommunikation an Bedeutung: eine stärkere Einbindung der breiteren Gesellschaft ist heute fester Bestandteil von Förderausschreibungen und institutionellen Selbstbeschreibungen.

Infolgedessen haben wissenschaftliche Einrichtungen, Verlage und Forschende selbst in den letzten Jahrzehnten ihre Kommunikationspraktiken professionalisiert, etwa indem sie ihre wissenschaftlichen Erkenntnisse in Pressemitteilungen, sozialen Medien und Nachrichtenmedien bewerben und diskutieren. Die hier zu beobachtende Orientierung an journalistischen Nachrichtenwerten wird in der Forschung als ‚Medialisierung‘ bezeichnet.

Für wissenschaftliche Akteure kann sich journalistische Aufmerksamkeit durchaus lohnen: Aus der Szientometrie wissen wir, dass wissenschaftliche Artikel, über die in journalistischen Medien berichtet wird, häufiger zitiert werden und auch bei anderen Kennzahlen der wissenschaftlichen Wirkung besser abschneiden. In diese Richtung weist auch unsere Forschung.

Das Wissenschaftssystem selbst verwechselt Aufmerksamkeit mit wissenschaftlicher Qualität

Vorherige Studien deuteten bereits darauf hin, dass wissenschaftliche Publikationen mit hohem Medieninteresse häufig über Pressemitteilungen beworben wurden. Aus diesem Grund haben wir wissenschaftliche Publikationen, die per Pressemitteilung verbreitet wurden, mit ähnlichen Publikationen verglichen, die ohne zusätzliche Werbung über Pressemitteilungen auskommen mussten. Das Ergebnis: Wissenschaftliche Publikationen mit Pressemitteilungen zählten vier Jahre später deutlich mehr Erwähnungen auf verschiedenen Online-Plattformen wie Twitter, Facebook, Blogs und Literaturverwaltungssoftware wie Mendeley – auf Online-Nachrichtenseiten sogar fast zehnmal so viele. Dazu erwarben sie im Durchschnitt etwa doppelt so viele wissenschaftliche Zitate wie ihre Pendanten ohne Pressemitteilungen.

Der genaue Zusammenhang ist noch ungeklärt. Einerseits könnten spannende neue Ergebnisse oder kontroverse Schlussfolgerungen – dieselben Eigenschaften einer Publikation, die dazu führen, dass sie innerhalb der Wissenschaft häufig zitiert wird – sie auch für den Journalismus attraktiv machen. Andererseits könnte die erhöhte Sichtbarkeit in Massenmedien zu einer gesteigerten Aufmerksamkeit innerhalb der Wissenschaft selbst und damit zu mehr Zitationen führen. In dem Fall hinge ein erhöhter wissenschaftlicher Impact also nicht mit dem Eigenwert der Publikation zusammen, sondern mit der Aufmerksamkeit, die sie erhält.

Wahrscheinlich spielen beide Erklärungen eine Rolle – insbesondere in Anbetracht der verstärkenden Rolle sozialer Medien bei der Sichtbarkeit wissenschaftlicher Studien sowie der journalistischen Beiträge, die sie erwähnen. Wenn die journalistische Berichterstattung über wissenschaftliche Studien aber eine Rückwirkung in das Wissenschaftssystem hat, muss diese kritisch betrachtet werden.

ANGEPASSTE FORSCHUNGSTHEMEN?

Denn zu befürchten ist ein sich selbst verstärkender Effekt, bei dem Forschende ihre Forschungsthemen anpassen, um ihre Chancen auf eine Veröffentlichung in einer hochrangigen Zeitschrift zu erhöhen, die wiederum großen Wert auf Themen legt, die die journalistischen Nachrichtenkriterien bedienen. Dabei gibt es große Unterschiede zwischen den Budgets, die wissenschaftlichen Zeitschriften (aber auch Forschungseinrichtungen und Fachbereichen) für die Öffentlichkeitsarbeit zur Verfügung stehen. Renommierete Journale wie Nature oder Science können ihren Autoren nicht nur einen hohen wissenschaftlichen Impact, sondern auch eine große mediale Reichweite versprechen, kleinere Journale, die sich auf Nischen- oder neue Forschungsgebiete konzentrieren, in der Regel nicht.

Folglich hingen dann der wissenschaftliche Impact und damit oftmals die Karrierechancen der einzelnen Forschenden davon ab, in welchem Fachgebiet sie forschen, in welchen Institutionen sie arbeiten, in welchen Zeitschriften sie veröffentlichen und wie publikumswirksam ihre Forschungsthemen sind.

Doch wo wäre die Verantwortung für so eine Verzerrung zu suchen, die Wissenschaftshypes einen Schub gibt und sich im schlimmsten Fall auf die Ausrichtung der Forschung als Ganzes auswirkt?

Es liegt nahe zu fordern, dass Journalisten und Journalistinnen, wenn sie sich ihrer möglichen Auswirkungen auf das wissenschaftliche System bewusst sind, versuchen sollten, sich einer Beeinflussung durch wissenschaftliche Pressearbeit zu entziehen. Doch: Die Zahl der wissenschaftlichen Veröffentlichungen ist in den letzten Jahrzehnten jedes Jahr um acht bis neun Prozent gestiegen. Die Zitationsdatenbank Scopus wächst täglich um etwa 5500 Texte – oder drei pro Minute. Ein Überblick über alle neu veröffentlichten Forschungsergebnisse ist also schlichtweg unmöglich.

Dies erklärt, warum ein Großteil der journalistischen Aufmerksamkeit auf eine kleine Anzahl von etwa acht bis zehn hauptsächlich lebens- und naturwissenschaftlichen Zeitschriften konzentriert ist.

Dazu muss es im Journalismus meist schnell gehen, und nicht alle, die über Wissenschaft berichten, sind darauf spezialisiert. Für die Beurteilung, welche neuen Forschungsergebnisse nicht nur gesellschaftlich, sondern auch wissenschaftlich relevant sind, verlassen sich viele Journalisten und Journalistinnen auf Presseinformationen aus der Wissenschaft.

IRENE BROER



Foto: Raimar von Wenskowski

ist wissenschaftliche Mitarbeiterin im Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut. Sie ist beteiligt im Projekt MeWiKo (Medien und wissenschaftliche Kommunikation).

SOPHIE ROTGERI



Foto: privat

Sophie Rotgeri ist Wissenschafts- und Datenjournalistin im Science Media Center Germany. Sie ist beteiligt im Projekt MeWiKo (Medien und wissenschaftliche Kommunikation).