

Vertrauen in die Wissenschaft – Herausforderungen an die externe Wissenschaftskommunikation/Wissenschafts-PR durch digitale Kommunikation

„ALLES REDEN IST SINNLOS, WENN DAS VERTRAUEN FEHLT.“ – FRANZ KAFKA

Wissenschaft und das Vertrauen in die Wissenschaft ist ein Themenkomplex, der über Jahre hinweg immer wieder von Spannungen gekennzeichnet ist. Unfälle wie in Tschernobyl, Fukushima oder der Contergan-Skandal (Luhmann 2009:68f.), aber auch die jüngste Finanzkrise und die resultierende Kritik an der Volkswirtschaftslehre (Haucap 2009:19) zeigen, dass Vertrauen in die Wissenschaft ein kostbares und empfindliches Gut ist. Das Verhältnis der Gesellschaft zur Wissenschaft ist neben Hochachtung auch durch Misstrauen charakterisiert, Wissenschaft wird in den Medien gerade bei Kontroversen thematisiert (Weingart 2011:45, 2009:153ff). Dieses Spannungsfeld wird im Special Eurobarometer 340 weiter deutlich: 58 Prozent der befragten Europäer sind der Meinung, dass Wissenschaftlern bei kontroversen Themen aufgrund finanzieller Abhängigkeiten nicht vertraut werden kann. Neben der Angst vor negativen Folgen und Lebensveränderung durch die Wissenschaft besteht im Special Eurobarometer 401 bei der Mehrheit der Befragten sogar die Sorge, dass Wissenschaft und Technik Menschenrechte bedrohen könnten. Gleichzeitig fühlen sie sich nicht genug über Entwicklungen informiert.

Auf diese Weise wird eine wichtige Funktion von Vertrauen für die Wissenschaft deutlich: „die Überbrückung von Wissens- bzw. Informationsgrenzen“ (Endress 2002:31) oder die Luhmannsche (2009:30) Reduktion von Komplexität, durch die neue Handlungsspielräume eröffnet werden. Damit ist es für die auch wissenschaftspolitisch geforderte Wissenschaftskommunikation (vgl. Weingart 2009:160f.) mit den Zielen Legitimation, Information und Dialog fraglich, wie sie Vertrauen in diesen komplexen und teilweise auch kontroversen Themengebieten gewinnen und erhalten kann. Vertrauen ist durch den Medienwandel und die dadurch entstandene Partizipationskultur vor allem aufgrund des „information overload“ (Masum et al. 2012:xvi) im Bereich der Reputation ein Thema. Digitale Kommunikation, Online- und Interaktionsformate wie soziale Netzwerke gewinnen immer mehr an Bedeutung, auch in der Wissenschaftskommunikation (Gerber 2012:26).

Es stellt sich daher die Frage, wie sehr sich die Kommunikation über Wissenschaft hierdurch verändert, wie die Vertrauensbildung betroffen ist, und inwieweit sich die Wissenschaftskommunikation verändern muss, um ihrem Auftrag weiterhin gerecht zu werden. Da Vertrauen als Basis der Wissenschaft (Krämer 2009:98f.) für deren Akteure und ihre Reputation relevant ist, gewinnt die Bearbeitung dieses Themas somit neben der institutionellen Wissenschaftskommunikation auch die Wissenschaftler selbst als Zielgruppe. Durch eine Erforschung der vertrauensschaffenden Kommunikation online und in Social Media profitieren beide Seiten von der Aufarbeitung dieses Themas.

Nach der theoretischen Bearbeitung des Themas soll hierzu empirisch-analytisch geforscht werden. Eine Methodentriangulation erscheint gerade in den Themenkomplexen Vertrauen, Kommunikation und Social Media/digitale Kommunikation, die gemeinsam durch hohe Komplexität und viele verschiedene Sichtweisen charakterisiert werden, als strategisch besonders erkenntnisversprechend, da qualitative Erkenntnisse nicht nur durch eine quantitative Überprüfung validiert werden können sondern sich qualitative und quantitative Forschungsmethoden auch sinnhaft ergänzen (Flick 2014:30ff, 183ff). Zunächst sollen in einer inhaltsanalytischen Untersuchung die digitale Kommunikation von ausgewählten wissenschaftlichen Einrichtungen mit Berücksichtigung des Bekanntheitsgrads und des Bedarfs an Vertrauenskommunikation in einer kontroversen Krisensituation analysiert werden. Im nächsten Schritt soll diese Gesamt- und Außenbetrachtung durch den Erfahrungsschatz der Experten innerhalb der Institutionen ergänzt werden. Die Erkenntnisse und Thesen aus der qualitativen Forschung sollen sodann durch quantitative Begleitforschung vertieft und überprüft werden. Die genaue Konzeptualisierung ist jedoch nach der qualitativen Erhebung zu ermitteln.