

Urs Hafner

Forschung in der
Filterblase

Die Wissenschafts-
kommunikation
der Schweizer
Hochschulen in der
digitalen Ära

HIER UND JETZT

INHALT

Vorwort von Caspar Hirschi	7
PROLOG: DIE REALITÄT DES VIRTUELLEN	11
WISSENSCHAFT KOMMUNIZIEREN:	
VON DER DEMONSTRATION ZUR PARTIZIPATION	19
Vergessene Anfänge	25
Public Understanding of Science	34
Dialog, Partizipation und Citizen Science	37
DEMOKRATIE SCHAFFEN:	
DIE ÖFFENTLICHKEIT UND DIE WISSENSCHAFTEN	45
Kommunikativ handeln	47
Helvetischer Pragmatismus	51
Digitalisierte Granulate	59
IN DER OFFENSIVE:	
DIE KOMMUNIKATION DER SCHWEIZER HOCHSCHULEN	63
Privilegierte: ETH Zürich und ETH Lausanne	69
Drei symptomatische Fälle: St. Gallen, Tessin, Basel	73
Das System Westschweiz	83
Die Fachhochschulen	87
IM DIENSTLEISTUNGSMODUS:	
DIE WISSENSCHAFTSKOMMUNIKATION	95
Der Nutzen der Organisation	98
Social Media: Keine Wunderwaffe	105
Reputation vor Öffentlichkeit	120
Der Spielraum des Monopolisten	125
UNTER DRUCK: DER WISSENSCHAFTSJOURNALISMUS	131
Die vierte Gewalt – subjektiv	136
Macher, Auftragnehmer, Freischaffender	139
Copy and paste	148
AUF EIGENE FAUST: FORSCHENDE UND IHRE FOLLOWER	153
It's the economy, stupid!	157
Geschichte der Gegenwart	163
Jenseits von Twitter	169

GUT ERZÄHLEN: VIER THESEN	175
EPILOG: MIT BILDUNG BESSER LEBEN	195
Anmerkungen	199
Literatur	200
Verzeichnis der Hochschulen, Organisationen und Medien	203
Interviews	205
Umfrage	207
Autor	208

Caspar Hirschi

Noch nie haben Schweizer Hochschulen so viel für ihre Reputation getan, und noch nie war ihre Reputation so fragil wie heute. Jede Forschungs- und Lehrstätte, von den ETH über die Universitäten bis zu den Fachhochschulen, beschäftigt einen Trupp von Kommunikationsprofis, die über zahlreiche Kanäle alter und neuer Medien gute Nachrichten aus dem eigenen Haus in die Welt setzen. Zu den bevorzugten Themen gehören: prestigeträchtige Publikationen, erfreuliche Rankingplatzierungen, erhaltene Preise, Spenden und Qualitätszertifikate, eingeworbene Forschungsmillionen, Inbetriebnahmen neuer Gebäude, Laboreinrichtungen oder Supercomputer, Vorträge bekannter Persönlichkeiten. So ergiesst sich aus den Kommunikationsabteilungen eine Good-News-Lawine, die den Eindruck erwecken könnte, alle Hochschulen unseres Landes befänden sich dank der harten Arbeit und hohen Intelligenz ihres Forschungspersonals in einer beständigen Aufwärtsspirale und seien dabei allein dem Ziel verpflichtet, die Gesellschaft mit dem Segen des wissenschaftlichen Fortschritts zu beglücken.

Wenn sich dieser Eindruck trotz aller Bemühungen nur selten einstellt, so hat dies damit zu tun, dass die gleichen Kommunikationsabteilungen immer öfter mit einer zweiten Aufgabe der konträren Art beschäftigt sind. Sie trägt den euphemistischen Namen «Issue Management» und besteht darin, schlechte Nachrichten über die Hochschule kommunikativ zu bewältigen. Es sind Nachrichten, die oft auf verschlungenen Wegen an die Öffentlichkeit gelangt sind, sei es, weil sie von offizieller Stelle zurückgehalten oder aus rechtlichen Gründen nicht kommuniziert werden konnten. Sind sie einmal bekannt, fällt es den Kommunikationsabteilungen schwer, die mediale Diskussion über ihre Hochschule unter Kontrolle zu bringen. Mal für Mal steigert sich eine punktuelle Kritik an einzelnen Akteuren oder Abteilungen zur Skandalisierung der gesamten Institution. In jüngerer Zeit waren davon vor allem prominente Lehr- und Forschungsanstalten wie die Universität Zürich, die HSG oder die ETH betroffen. Sie gerieten wegen Vorwürfen professoralen Fehlverhaltens in den Strudel

öffentlicher Skandale, die sich monatelang hinzogen und sich dabei sukzessive ausweiteten, sodass in mehr als einem Fall nicht nur die kritisierten Professorinnen und Professoren, sondern selbst die Rektoren zum Rücktritt gezwungen wurden. Hat sich eine Hochschule eine hohe Reputation aufgebaut, fällt der Schaden durch Skandale umso grösser aus.

Angesichts der schroffen Gegensätze, die das Bild der Schweizer Hochschulen in der heutigen Medienlandschaft prägen, könnte man meinen, die Arbeit in akademischen Kommunikationsabteilungen sei ideal zugeschnitten auf Menschen mit manisch-depressiver Veranlagung. Tatsächlich legen die meisten Kommunikationsprofis aber einen professionellen Pragmatismus an den Tag, als sei die parallele Verbreitung von guten und die Verarbeitung von schlechten Nachrichten die einzig mögliche Normalität der Wissenschaftskommunikation. Vielleicht haben sie damit sogar recht, nur stellt sich dann umso mehr die Frage, warum die institutionelle Wissenschaftskommunikation in Extremen operiert und dabei den grössten Teil des Hochschulalltags, der sich wie in jeder anderen öffentlichen Institution zwischen diesen Extremen abspielt, kaum darstellen kann.

Wer dieser Frage nachgehen möchte, kommt um Urs Hafners Buch über die Wissenschaftskommunikation von Schweizer Hochschulen nicht herum. Liest man es, versteht man, dass die beiden Bilder der segenreichen und der skandalträchtigen Universität zwei Seiten derselben Medaille sind und sowohl mit den neoliberalen Reformen an Hochschulen als auch mit dem digitalen Wandel der Medien zusammenhängen.

Hafner nimmt in der hiesigen Forschungslandschaft eine Position ein, die ihn für eine Untersuchung dieses Themas geradezu prädestiniert. Erstens war er von 2007 bis 2014 Chefredaktor des Magazins *Horizonte* und Leiter der Öffentlichkeitsarbeit für Sozial- und Geisteswissenschaften des Schweizerischen Nationalfonds. Er kennt damit die Bedingungen der institutionellen Wissenschaftskommunikation aus eigener Erfahrung. Zweitens hat er als Autor für den Wissensbund der WOZ und für das Feuilleton der NZZ auch die journalistische Auseinandersetzung mit dem wissenschaftlichen Geschehen miterlebt und mitgestaltet. Drittens besitzt er als Historiker und freischaffender Wissenschaftsjournalist die nötige Distanz und Unabhängigkeit für eine kritische Auseinandersetzung mit seinem Untersuchungsgegenstand.

Tatsächlich ist dieses Buch von einem intellektuellen Engagement getragen, mit dem Hafner die gegenwärtige Situation der Wissenschaftskommunikation erst geschichtlich einbettet und dann einer systematischen Kritik unterzieht. Er diagnostiziert ein Ungleichgewicht, dem zwei konträre Entwicklungen zugrunde liegen. Zum einen werden Kommunikationsabteilungen von Hochschulen in Nachahmung der privatwirtschaftlichen Corporate Communication stark aufgerüstet, zum anderen die Wissenschaftsressorts unabhängiger Medien im Zuge der Digitalisierung sukzessive ausgedünnt. In der Westschweiz ist dieser Prozess am weitesten fortgeschritten. Während die ETH Lausanne fast zwei Dutzend Vollzeitstellen in ihrer Kommunikationsabteilung hat, beschäftigen die französischsprachigen Tages- und Wochenzeitungen kaum noch Wissenschaftsjournalisten. Dadurch fliessen sowohl die Selbstanpreisungen der Hochschulen als auch die Skandalisierungen universitätsinterner Vorgänge im Internet fast ungefiltert in die Medien. Das polarisierte Meinungsbild hat auch strukturelle Ursachen.

Urs Hafner legt mit diesem Buch keine abschliessende Bestandsaufnahme, sondern eine anregende Diskussionsvorlage für die künftige Gestaltung der Wissenschaftskommunikation und des Wissenschaftsjournalismus in der Schweiz vor. Zu diesem Zweck stellt er abschliessend mehrere Forderungen auf, wie sich die Forschung aus der «Filterblase» der aktuellen Wissenschaftskommunikation befreien kann. Sie verdienen eine fundierte Prüfung. Es ist zu hoffen, dass Wissenschaftlerinnen und Praktiker auf dem Gebiet der Wissenschaftskommunikation die von Hafner beklagte Ängstlichkeit ablegen und sich auf eine offene Diskussion seiner Befunde und Korrekturvorschläge einlassen.

«Caspar Hirschi ist Professor für Allgemeine Geschichte an der Universität St. Gallen und forscht unter anderem zum Verhältnis von Wissenschaft und Politik.»