

Entschließung der
14. Mitgliederversammlung
der HRK am 14. Mai 2013
in Nürnberg

**Wissenstransfer in die
Mediengesellschaft:
Situationsanalyse und
Orientierungshilfen**

HRK Hochschulrektorenkonferenz

Die Stimme der Hochschulen

Ahrstraße 39 Tel.: 0228/887-0 post@hrk.de
D-53175 Bonn Fax: 0228/887-110 www.hrk.de

Inhaltsverzeichnis

Entschließung	3
I. Situationsanalyse	4
1. Veränderungen der Rahmenbedingungen für den Wissenstransfer	4
2. Perspektive der Hochschulen	5
II. Reflexionen und Orientierungshilfen	7

Entschließung

Angesichts der bedeutenden technischen und gesellschaftlichen Veränderungen aktualisieren und bekräftigen die Hochschulen ihre Verpflichtung zum Wissenstransfer¹:

- (1) Die Hochschulen erkennen den legitimen Anspruch von Gesellschaft, Politik und Drittmittelgeber auf Wissenstransfer an.
- (2) Die Hochschulen geben wissenschaftliche Erkenntnisse breit und wirksam weiter („broader impact“). Die Erwartungen der Mediengesellschaft an Verfügbarkeit und aktuelle mediale Standards sind zu erfüllen.
- (3) Die Hochschulen bekennen sich zum Auftrag des Wissenstransfers in der Mediengesellschaft. Diese Verpflichtung gilt für alle Ebenen der Hochschulen und kann nicht an andere übertragen werden.
- (4) Die Hochschulen berücksichtigen in ihren Strategien die Erwartungen an den Wissenstransfer. Dies kann durch Selbstreflexionsprozesse über den Status Quo und die Entwicklung von Leitbildern erreicht werden.

Für diesen Prozess liefert die Hochschulrektorenkonferenz nachfolgend eine Situationsanalyse und Orientierungshilfen.

¹ Traditionell wird Wissenstransfer eingeschränkt auf die Schnittstelle zwischen Wissenschaft und Wirtschaft bezogen. Im Vordergrund steht hier meist der Technologietransfer, der deshalb oft synonym zu Wissenstransfer verwandt wird. Wissenstransfer im hier vorausgesetzten neueren und weiteren Sinn bezieht sich auf jegliche Form von Kommunikation, die in der Regel, aber nicht notwendiger Weise auf einem Wissensvorsprung gründet.

I. Situationsanalyse

1. Veränderungen der Rahmenbedingungen für den Wissenstransfer

Technologische Veränderungen

Der Wissenstransfer findet unter Rahmenbedingungen statt, die sich in den letzten Jahren sehr dynamisch verändert haben. Aus technologischer Sicht hat vor allem der Aufstieg des Internets die Bandbreite der Zielgruppenansprache vergrößert, insbesondere aufgrund neuer Distributions- und Interaktionsmöglichkeiten. Dies bedeutet neue Optionen in räumlicher Hinsicht (orts- und nicht-ortsgebundene Vermittlung), in zeitlicher Hinsicht (Entkopplung von Präsenz) und in sozialer Hinsicht (Einbeziehung von nicht-traditionellen Empfängern). Diese Entwicklung zeigt sich auch anhand der Ausdifferenzierung von Medientypen:

- Universelle Vollprogramm-Medien für die allgemeine Öffentlichkeit
- Spartenprogramme für interessierte Teilöffentlichkeiten
- Soziale Netzwerke
- Individualisierte Dienste

Gesellschaftliche Veränderungen

Neben den technologischen wirken aber auch gesellschaftliche Veränderungen auf den Wissenstransfer der Hochschulen ein. Die Idee der Bildungs- und Wissensgesellschaft erhöht die Erwartungen an die Hochschulen, bestimmtes und zielgerichtetes Wissen für die Gesellschaft verfügbar zu machen. Die Umsetzung dieses Auftrages ist für die Hochschulen eine Herausforderung, da sich der Wissenstransfer durch einen Spannungsbogen zwischen zwei Kommunikationsmodi auszeichnet:

Konstitutiver Spannungsbogen

- (inner-)wissenschaftlicher Kommunikationsmodus
- (klassischer) öffentlicher Kommunikationsmodus

Der wissenschaftliche Kommunikationsmodus stellt den Erkenntnisgewinn in den Vordergrund. Wissenschaftliche Methodik und Ergebnisse sollen präzise, differenziert und intersubjektiv nachvollziehbar sein. Differenzierung sowie der Verweis auf spezifische Randbedingungen unterstreichen im Ergebnis jedoch oft die Fragilität der Erkenntnisse, weil geringfügige Variationen – z.B. von Annahmen oder Messungen – wissenschaftliche Ergebnisse maßgeblich verändern können. Dem gegenüber steht beim öffentlichen Kommunikationsmodus, der auf ein offenes Publikum zielt, die praktische Relevanz im Mittelpunkt. Fachlich nicht spezialisierte Rezipienten verlangen nach Verständlichkeit der Inhalte. Die damit verbundene Reduktion von Komplexität führt oft zu einer vermeintlichen Eindeutigkeit von Sachverhalten.

Ungleiche Wissenschaftsbereiche

Dieses für den Wissenstransfer konstitutive Spannungsverhältnis trifft dabei auf ungleiche fachspezifische Traditionen. Für den Umgang mit Wissenstransfer und das Verhältnis zwischen wissenschaftlicher und öffentlicher Kommunikation haben verschiedene Fächergruppen unterschiedliche Modelle des Wissenstransfers entwickelt:

An einem Ende eines Kontinuums steht ein erheblicher Transformationsbedarf, so dass beim Wissenstransfer eine Übersetzung der wissenschaftlichen Inhalte erforderlich ist („Popularisierungsmodell“). Am anderen Ende wird nicht so

strikt zwischen wissenschaftlicher und nicht-wissenschaftlicher Kommunikation unterschieden („Gradientenmodell“).

Nicht nur unidirektionale Vermittlung

Die technologischen Möglichkeiten der interaktiven Informationsverbreitung haben dazu geführt, dass eine ausschließlich unidirektionale Vermittlung von Wissenden zu nicht Wissenden ein nicht mehr zeitgemäßes Modell ist. Informationen werden von speziellen Communities oder Nutzergemeinschaften nicht nur verteilt und ausgetauscht, sondern auch kommentiert und verändert. Dadurch entstehen fließende Übergänge zwischen Produktion und Rezeption wissenschaftlichen Wissens.

Kommunikationsziele

2. Perspektive der Hochschulen

Akteure öffentlicher Wissenschaftskommunikation im Hochschulbereich verfolgen eine Vielfalt von häufig miteinander verquickten Kommunikationszielen, die in der Regel auf erwünschte Effekte abzielen. Diese Ziele lassen sich grob und nicht vollständig trennscharf unterscheiden in:

- Aufklärung
- Beratung
- Legitimation
- Marketing

Erwartungen der Öffentlichkeit

Die inhaltlichen Erwartungen der Öffentlichkeit an die Hochschulen variieren in Abhängigkeit von den jeweiligen Bevölkerungsgruppen, ihren Kommunikationszielen und den Themenfeldern:

- Teilhabe an wissenschaftlicher Erkenntnis
- Erklärungen der Natur und Umwelt des Menschen
- Wissenschaftliche Beratung
- Partizipation an Steuerung der Wissenschaft
- Steigerung der physischen und psychischen Sicherheit

Hochschulen sollten also bei der Wissenschaftskommunikation berücksichtigen, inwieweit die Kommunikationsziele mit inhaltlichen Erwartungen der Öffentlichkeit in Einklang zu bringen sind. Dabei ist davon auszugehen, dass manche öffentliche Erwartungen – z.B. nach Erklärung und Beratung – sehr gut mit den Kommunikationszielen zu vereinbaren sind, andere – wie etwa Partizipation an der Wissenschaftssteuerung – können jedoch mit dem Selbststeuerungsanspruch der Wissenschaft im Konflikt stehen.

Wenn Wissenschaftler und auch Hochschulen wissenschaftliche Inhalte kommunizieren, stellt sich die Frage, inwieweit wissenschaftliche Kommunikationsnormen auch in der öffentlichen Kommunikation gelten. Eine unkritische Anpassung an die Erwartungen nicht-wissenschaftlicher Kommunikationspartner bzw. an die Logik der Massenmedien erscheint problematisch. Eine Abwägung ist die zwischen Genauigkeit und Verständlichkeit öffentlicher Darstellungen. Ein immanenter Konflikt besteht auch zwischen innerwissenschaftlicher Relevanz und öffentlicher Relevanz, die beispielsweise die Verführung mit sich bringt, Anwendungspotentiale von Forschungsergebnissen zu über-

treiben. Und schließlich stellt sich die Frage, ob und wie Wissenschaftler in der öffentlichen Kommunikation über Beschreibung und Analyse hinaus normative Aspekte einfließen lassen und Handlungspräferenzen äußern sollen.

Kommunikationsformen

Öffentliche Wissenschaftskommunikation findet auf verschiedenste Weisen statt. Dabei wird – nicht immer ganz trennscharf – unterschieden zwischen folgenden Kommunikationsformen, wobei es erhebliche Binnendifferenzierungen zu berücksichtigen gilt:

- Journalismus
- Selbstdarstellung (z.B. Websites)
- Interaktive Online-Kommunikation (Soziale Medien)
- Nicht-journalistische Vermittlung (z.B. Science Center)
- Veranstaltungen (z.B. „lange Nächte der Wissenschaft“)
- Organisierte Diskurse (z.B. „Science Cafés“)

Kommunikationspotenziale

Die genannten Kommunikationsformen unterscheiden sich in einer ganzen Reihe von Aspekten. Die folgenden fünf Kriterien sollen helfen, die Potenziale von Kommunikationsformen für bestimmte Kommunikationssituationen, Ziele und Zielgruppen einzuschätzen.

- Verbreitung von wissenschaftlichem Wissen und Wissen über Wissenschaft
- Relevanz durch öffentliche Sichtbarkeit
- Kontrolle des Kommunikationsprozesses und der Inhalte
- Transformation zum Zweck der öffentlichen Aufmerksamkeit
- Qualität der Interaktion mit den Kommunikationspartnern

Je nach Kommunikationsziel und Zielgruppe wird man bestimmte Kommunikationsformen präferieren. Jede Kommunikationsform hat bestimmte Potenziale, die sie für verschiedene Zwecke mehr oder weniger geeignet macht. Es können auch Zielkonflikte bestehen. Grundsätzlich ist zu berücksichtigen, dass zwischen den verschiedenen Kommunikationsformen Interdependenzen existieren. Z.B. kann mediale Selbstdarstellung oder Kommunikation in sozialen Netzwerken dazu führen, dass Themen durch den Journalismus aufgegriffen werden. Journalistische Berichterstattung kann umgekehrt Interesse an weiterführender Information wecken, das dann zur Nutzung von durch mediale Selbstdarstellungen bereit gestellten Informationen führt.

Kommunikatoren

Beim Stichwort „Medienkontakte“ steht naturgemäß die Frage im Mittelpunkt, wer Kommunikator des Wissenstransfers ist. Für den Bereich der Hochschulen kommen dafür im Wesentlichen Kommunikatoren auf vier Ebenen in Frage:

- Wissenschaftler (individuelle Ebene)
- Teilorganisationen der Hochschule (intermediäre Ebene)
- Hochschule (institutionelle Ebene)
- Hochschulübergreifende Verbände (Ebene institutioneller Kooperation)

Viele Wissenschaftler folgen einem traditionellen Verständnis, wonach Individuen die alleinigen Träger von Wissenschaft sind. Daraus wird abgeleitet, dass auch der Wissenstransfer allein durch den einzelnen Wissenschaftler zu erfol-

gen hat. Diese Sichtweise blendet jedoch die Komplexität des Wissenstransfers mit der einhergehenden Notwendigkeit zu professionalisierter Arbeitsteilung weitgehend aus. Überdies haben die Hochschulen als maßgebliche Institutionen des Wissenschaftssystems die Verpflichtung, personelle, finanzielle und wissenschaftspolitische Rahmenbedingungen für Wissenschaftler zu vermitteln. Dieser Verantwortung können sie nur dann gerecht werden, wenn sie auch bei der Vermittlung der wissenschaftlichen Leistungen eine maßgebliche Rolle spielen.

Auf der intermediären Ebene zwischen Einzelwissenschaftlern und Hochschule gewinnen Teilorganisationen der Hochschulen, wie Fakultäten, Fachbereiche, Institute, Forschungscluster, Sonderforschungsbereiche und sonstige Projekte an Bedeutung. Bei diesen Kommunikatoren handelt es sich um kollektive Akteure, die beim Wissenstransfer in Abhängigkeit von Homogenität und Ressourcen unterschiedliche Grade an Formalisierung und Professionalisierung aufweisen. Auch die Erwartungen von Drittmittelgebern – private Förderer, die Wirtschaft und öffentliche Zuwendungsgeber – müssen mitbedacht werden.

Rolle der ehemaligen Pressestellen

Praktisch alle Hochschulen verfügen heute über eine Organisationseinheit „Hochschulkommunikation“. Der Kern der klassischen „Pressestelle“ hat sich erweitert um die interne Kommunikation, die Kontaktpflege zu Ehemaligen sowie die Betreuung der Internetseiten und der Sozialen Medien. Die Hochschulkommunikation unterstützt die Hochschulleitung und die Wissenschaftler und erleichtert den Kontakt zwischen Wissenschaftlern und Medien. Jenseits der alltäglichen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ist die Hochschulkommunikation auch eine „Firewall“ für kommunikative Krisen. Zwar kann sie Krisen nicht ungeschehen machen, aber doch sehr dazu beitragen, deren Verlauf zu verkürzen und abzumildern.

II. Reflexionen und Orientierungshilfen

Selbstvergewisserungsprozess

Hochschulstrategien können auf der Grundlage von Selbstvergewisserungsprozessen über den Status Quo und die Entwicklung von Leitbildern entwickelt werden. Ausgangspunkt dieses Reflexionsprozesses ist die Erkenntnis, dass sich der Wissenstransfer durch einen Spannungsbogen zwischen dem (inner-) wissenschaftlichen und dem (klassischen) öffentlichen Kommunikationsmodus auszeichnet. Daher muss beim Wissenstransfer in jedem Einzelfall entschieden werden, wie der Bogen zwischen beiden Modi zu schlagen ist. Auf Basis dieser Erkenntnis kann sich der Selbstvergewisserungsprozess an den in den vorangegangenen Kapiteln angesprochenen Aspekten, Ausprägungen und Implikationen des Wissenstransfers orientieren:

Orientierungshilfen

Orientierungshilfen:
Aspekte, Ausprägungen und Implikationen des Wissenstransfers

Aspekt	Ausprägungen	Implikationen
Transformationsbedarf	○ „Popularisierungsmodell“	⇒ strikte Trennung von Wissenschaft und Nicht-Wissenschaft, grundlegende Transformation erforderlich
	○ „Gradientenmodell“	⇒ keine strikte Trennung, nur Anpassung erforderlich
Kommunikationsziele	○ Aufklärung	⇒ intrinsische Orientierung auf die Allgemeinheit
	○ Beratung	⇒ Wissenschaft als Expertenträger und Problemlöser
	○ Legitimation	⇒ gesellschaftliche Verankerung
	○ Marketing	⇒ Markterfolg in Konkurrenzsituation
Erwartungen der Öffentlichkeit	○ Teilhabe an wissenschaftlicher Erkenntnis	⇒ leicht mit wissenschaftlichen Zielen vereinbar, offensive Kommunikation
	○ Erklärungen der Natur und Umwelt des Menschen	⇒ leicht mit wissenschaftlichen Zielen vereinbar, offensive Kommunikation
	○ wissenschaftliche Beratung	⇒ leicht mit wissenschaftlichen Zielen vereinbar, offensive Kommunikation
	○ Partizipation an Steuerung der Wissenschaft	⇒ mit wissenschaftlicher Autonomie konfligierend, zurückhaltende Kommunikation
	○ Steigerung der physischen und psychischen Sicherheit	⇒ ambivalent: kann mit wissenschaftlichen Zielen vereinbart werden, erhöht jedoch Desillusionierungsrisiko
Kommunikationsformen	○ Journalismus	⇒ Journalist als „Schleusenwärter“, Verknüpfung von wissenschaftlicher mit gesellschaftlicher Relevanz, bedingte Kontrolle
	○ direkte Selbstdarstellung	⇒ statisch, hohe Kontrolle, geringes Verbreitungspotenzial
	○ Beteiligung an Sozialen Medien	⇒ dynamisch, geringe Kontrolle, hohes Verbreitungspotenzial
	○ Vermittlungsinstitutionen (z.B. Museen)	⇒ statisch, „Leuchtturm“ mit regionaler Sichtbarkeit, große Investition
	○ Veranstaltungen	⇒ mittlere Dynamik, mittlere Kontrolle, geringe räumliche und zeitliche Reichweite
	○ organisierte Diskurse (z.B. Bürgerdialoge)	⇒ mittlere Dynamik, mittlere Kontrolle, größere räumliche und mittlere zeitliche Reichweite
Medientypen	○ Vollprogramm-Medien	⇒ ungerichtete Informationsbedürfnisse der breiten Gesellschaft
	○ Spartenprogramme	⇒ fachlich interessierte Teile der Gesellschaft
	○ Soziale Netzwerke	⇒ Nutzergemeinschaften, Web 2.0, hohes Verbreitungspotenzial
	○ individualisierte Dienste	⇒ Feed Reader (meist professionell, hohe Kontrolle), User-Generated-Content (meist unprofessionell, keine Kontrolle)
Kommunikatoren	○ Wissenschaftler	⇒ Individuum als Träger der Wissenschaft
	○ Teilorganisationen der Hochschulen	⇒ kollektive Akteure mit unterschiedlichen Graden an Homogenität und Formalisierung
	○ Hochschule	⇒ Professionalisierung, Organisationsinteresse
	○ hochschulübergreifende Verbände	⇒ hoher Koordinations- und Abstimmungsbedarf in heterogenen Strukturen

Bedeutung der neuen Medien

Die Ausführungen zum Orientierungsrahmen zeigen die wachsende Bedeutung der neuen Medien für den Wissenstransfer. Sie verändern auch den Umgang der konventionell tätigen Journalisten mit der Wissenschaft. Im Sinne eines Mehrstufenflusses sind für Journalisten die digitalen Medien eine zentrale Quel-

le. Insofern übernehmen Online-Medien und Datenbanken, die aktuell abrufbares Wissen bereithalten, oft eine Vermittlerrolle, die zuvor nur die Pressestellen innehatten.

Generell senken die neuen Medien die Schwellen für Kommunikation. Das bisherige Paradigma „Public Understanding of Science and Humanities (PUSH)“ wird durch „Public Engagement with Science and Technology (PEST)“ erweitert: Bürger und Wissenschaftler können direkt miteinander kommunizieren und sich Feedback geben. Fraglich ist jedoch, ob sich durch Soziale Medien nachhaltig neue transwissenschaftliche Kommunikationsnetzwerke und Communities etablieren. Die aktive und passive Nutzung von Neuen Medien lässt sich nur schwer kontrollieren. Die Hochschulen sollten daher die neuen Kommunikationsoptionen aktiv gestalten, indem sie für den internen Gebrauch z.B. Handreichungen erarbeiten, inwieweit sich Wissenschaftler und Öffentlichkeitsarbeit z.B. an Sozialen Netzwerken und Lexika (insbesondere Wikipedia) beteiligen sollen. Neue Entwicklungen des Wissenstransfers können sich auch auf neue Formen der Verbindung von Wissenschaft und Unterhaltung erstrecken. Ob solche neuen Formate Aussicht auf nachhaltigen Erfolg haben, ist offen.

Wissenstransfer ist und bleibt Bestandteil der Hochschulaktivitäten. Diese Aufgabe hat sich vor dem Hintergrund der Bildungs-, Wissens- und Mediengesellschaft verstärkt. Daher ist auch eine aktive Rolle der Hochschulleitungen erforderlich.

Dieses Papier ist die Kurzversion des HRK-Readers „Wissenstransfer in die Mediengesellschaft: Situationsanalyse und Orientierungshilfen“ Beiträge zur Hochschulpolitik 3/2013, der verfügbar ist unter:
<http://www.hrk.de/themen/lehre/arbeitsfelder/neue-medien/>