

# Reflexions- wissen versus Fakten- glauben

*Heinz Nauer*

**Urs Hafner seziert im Buch «Forschung in der Filterblase» die Wissenschaftskommunikation der Schweizer Hochschulen. Sie kultiviere ein paternalistisches Verständnis von Wissenstransfer, stehe im Bann des Reputationsmanagements und verwechsle allzu oft institutionelles Marketing mit Wissenschaftskommunikation. Die Alternative zur Informationsflut auf Social Media liege nicht in der Kommunikation von Fakten, sondern darin, reflexives Wissen anzuregen.**

Das Buch hat «den Anspruch, eine dichte Beschreibung der wissenschaftskommunikativen Landschaft der Schweiz zu liefern» (S. 16). Der Autor Urs Hafner, freischaffender Historiker und Journalist und von 2007 bis 2014 beim Schweizerischen Nationalfonds selbst als Wissenschaftsredaktor tätig, schöpft aus der einschlägigen Literatur, analysiert Websites und Magazine und stützt sich auf gut drei Dutzend Interviews mit Kommunikationschefs von Schweizer Hochschulen, ausgewählten Wissenschaftsjournalisten und kommunikationsaffinen Professorinnen. Ergänzend befragte er die Hochschulen in einer Umfrage über ihren Social-Media-Gebrauch.

Seine Ergebnisse zeigen: Die Hochschulen funktionieren in ihrer Kommunikation ganz unterschiedlich, die Wirtschaftskaderschmiede in St. Gallen anders als die Volluniversitäten in Zürich oder in Basel, die kleinen Univer-

sitäten in Neuenburg und in Luzern anders als die beiden ETH. Vielen Universitäten in allen Landesteilen gemeinsam sei indes ihr Bestreben, ohne wissenschaftsjournalistische Vermittlung direkt mit der Öffentlichkeit zu kommunizieren. Als Vorbild diene vielen die EPFL Lausanne, die mit 13 Vollzeitstellen die grösste Wissenschaftsredaktion der ganzen Westschweiz unterhält und gerade dabei sei, sich in ein multimediales, auf Wissenschaft spezialisiertes Medienhaus zu transformieren. Besonderes Gewicht legt Urs Hafner in seiner Untersuchung auf die sozialen Netzwerke, die für alle Kommunikationsabteilungen ein dominantes Thema sind. Der Autor selbst bleibt gegenüber dem Nutzen der sozialen Netzwerke skeptisch: Die Revolution der Social Media produziere einen Erwartungsüberschuss und münde in Community Building, die mit Wissenschaftskommunikation letztlich nicht mehr viel zu tun habe, lautet eine seiner Thesen.

## Die vergessenen Anfänge

Der Autor legt nicht nur den Finger auf wunde Stellen, sondern weiss die Kommunikation der Hochschulen auch in ihren grösseren Kontext einzuordnen. Zum einen beleuchtet er den Dialog zwischen Wissenschaft und Gesellschaft in ihrer historischen Dimension. Die «vergessenen Anfänge»

der Wissenschaftskommunikation sieht Hafner bei den Naturforschern des 17. Jahrhunderts, die noch kaum zwischen Wissenschaftlern und Laien unterschieden hätten; erst im 19. Jahrhundert hätte sich die Kommunikation von Wissenschaft aufgespalten: in eine Kommunikation unter Fachkollegen und in eine – damals noch nicht verpönte – Popularisierung von Wissenschaft für ein breites Publikum.

Zum anderen situiert Hafner die Kommunikation der Hochschulen in ihrem heutigen medialen Umfeld und bezieht auch neue Player im Feld in die Analyse mit ein, etwa das Westschweizer Online-Magazin «Heidi.news» oder das Zürcher Portal «Geschichte der Gegenwart». Besonders gut gelingt dies, wenn er zur stilistischen Form der Kurzreportage greift – besonders geglückt etwa jene über das Magazin «Higgs».

## Es gibt kein Zurück, aber gibt es ein Vorwärts?

Das Buch versteht unter Wissenschaftskommunikation konsequent nicht nur die Vermittlung von Naturwissenschaften – Quantenphysik, Robotik, Hirnforschung –, sondern insbesondere auch von Geistes- und Sozialwissenschaften. Auch bei einer seiner Hauptthesen mag der Autor vor allem an die Kompetenzen von Geistes- und Sozialwissenschaftlern gedacht haben. Sie lautet: So etwas wie Fakten gibt es nicht. Es gibt nur Daten, die es zu interpretieren gilt. Die Alternative zur Informationsflut laute deshalb nicht «Fact News versus Fake News», sondern «Reflexionswissen versus Faktenglauben» (S. 189). Überraschend in diesem Zusammenhang ist, dass das Magazin für Wissenskultur «Avenue», das sich ziemlich genau diesem Verständnis von Wissenschaftskommunikation verschrieben hat, im Buch nirgends Erwähnung findet.

«Es gibt kein Zurück, aber gibt es ein Vorwärts?», fragt Hafner zu Beginn des Buchs. In diesem «Vorwärts» bleibt das Buch vage. «Dem Podcast könnte die wissenschaftskommunikative Zukunft gehören», heisst es beispielsweise an einer Stelle (S. 151), ohne dass weiter darauf eingegangen wird. Überzeugte Empiriker werden zudem bemängeln, dass es dem Buch an statistischen Daten mangle, der Autor in seinen Analysen primär aus seiner «langjährigen Erfahrung als Wissenschaftsjournalist und Wissenschaftskommunikator» (S. 16f.) schöpfe; sie werden auch dem feinen, persönlichen Epilog («Mit Bildung besser leben») nicht viel abgewinnen können, ihn für allzu bekenntnishaft halten.

## Klare Konturen in einem unscharfen Feld

Wer die zunehmende Vermischung von Kommunikation, Marketing und Journalismus kritisiert, bei seinen Berufskollegen zumindest implizit mangelhaftes erzählerisches Handwerk und überbordenden wissenschaftlichen

Jargon in ihrer Schreibe konstatiert, der begibt sich auf dünnes Eis. Die Kritik fällt kaum je auf den Autor selbst zurück: Die an sich trockene Materie ist süffig aufbereitet, die wissenschaftskommunikative Landschaft wird erzählerisch und nicht dozierend durchschritten, die Kernaussagen lassen sich, von typografischen Akzenten unterstützt, einfach aus dem Buch herauschälen; überhaupt zeugt das Layout von einem formalen Gestaltungswillen auch des Verlags. Die Funktion der schmalen Seitenränder und der verspielten Typografie – in den Titeln beispielsweise werden verschiedene Schrifttypen kombiniert – leuchtet zwar nicht in jedem Fall unmittelbar ein, tut dem Lesefluss aber auch keinen Abbruch.

Das Verdienst der Studie ist, dass sie dem notorisch unscharfen Feld der Wissenschaftskommunikation klarere Konturen gibt. Das Buch «Forschung in der Filterblase» ist so ein äusserst nützliches, zur Selbstreflexion anregendes Instrumentarium – gerade für all jene, die im akademischen Umfeld unterwegs sind und sich berufshalber täglich durch Medienmitteilungen, Newsletter, Websites und digitale Magazine klicken oder selbst solche verfassen.



Heinz Nauer ist Redaktor bei der SAGW.



Urs Hafner (2020): *Forschung in der Filterblase. Die Wissenschaftskommunikation der Schweizer Hochschulen in der digitalen Ära*, Hier und Jetzt Verlag, Baden, 207 Seiten.

Die Drucklegung des Buchs wurde von der SAGW finanziell unterstützt.