

Navigieren im Meer des (Nicht-)Wissens

In Deutschland wird ein Science Media Center aufgebaut

Volker Stollorz

Wissenschaft schafft Wissen für die Welt und Wissen über die Welt. In diesem Sinne ist Wissenschaft immer auch das Entstehen einer Welt, wie es der Kulturwissenschaftler Nico Stehr ausdrückt. Wissenschaftliche Erkenntnisse durchdringen immer mehr Lebensbereiche. Wissen, das den vertrauten Erwartungen widerspricht, kann keinesfalls immer mit sofortiger Anerkennung rechnen. Vielmehr wird neues Wissen, das oft mit erweiterten Handlungsmöglichkeiten einhergeht, zunächst soziale Abwehr und öffentlich Irritationen auslösen. Die mit historisch beispielloser Geschwindigkeit in die Gesellschaft eindringenden wissenschaftlichen Erkenntnisse fördern Unsicherheiten, Ambivalenzen, Risiken und Wertekonflikte zutage, die in lokalen, regionalen, nationalen und international verschachtelten öffentlichen Meinungsbildungsprozessen verhandelt werden müssen.

In dieser hochdynamischen Wissensgesellschaft muss auch der Journalismus navigieren, um miteinander geteilte Öffentlichkeiten herzustellen und öffentliche Angelegenheiten („Public Issues“) zu thematisieren, denen sich eine Gesellschaft stellen muss. Die vielfältigen Wissensbestände der Wissenschaft bleiben dabei selbst für Journalisten meist ein opaker Dschungel, in dem so viele disziplinäre Bäume stehen, dass sich Unkundige in deren Verästelungen und Blätterwerken leicht verstricken können bei den entscheidenden Fragen: Wer weiß überhaupt was über was? Wer besitzt aktuell echte Expertise bei welchem Thema? Welcher Experte ist ansprechbar und sprechfähig in unterschiedlichen Massenmedien?

Zwar kann man sich als Journalist bei seiner Expertensuche auf die Reputation der Wissenschaftler im Sinne von Prominenz verlassen. Oder man recycelt medienaffine Forscher, die bereits öffentlich sichtbar geworden sind. Wer sich dagegen als Nicht-Experte selbst in den verschachtelten Forschungsfeldern von Spezialisten orientieren will, der benötigt letztlich implizites Wissen der entsprechenden Disziplin, müsste deren methodische Gepflogenheiten verinnerlichen. Das ist für Journalisten

ohne Praxis im wissenschaftlichen Feld kaum möglich.

In digitalisierten Kommunikationswelten werden Wissensquellen unterschiedlicher Quellen und Qualität zudem vermehrt im Publikum kurzgeschlossen, zum Beispiel, wenn Open-Access-Publikationen oder Pressemitteilungen von Institutionen weltweit frei zugänglich werden. Selbst Laien können heute Wissenschaft, oder was sie dafür halten, ohne journalistische Einordnung konsumieren und kommentieren, Interessengruppen öffentliche Scheinkontroversen entfachen, selbst wenn es innerhalb etablierter Disziplinen gar keine fachliche Kontroverse (mehr) gibt.

Je weiter sich der öffentliche Diskurs von der fraktalen Front des Fortschritts entfernt, desto eher wächst die Gefahr, dass das Publikum der Wissenschaft vermeintliches Wissen für wahr hält. Ein Beispiel sind verunsicherte Eltern, die in der Google-Universität unter dem Stichwort Impfrisiken auf Behauptungen von selbst ernannten Impfkritikern stoßen, die in der Wissenschaft längst widerlegt worden sind. Das kann dann den Impfwillen negativ beeinflussen.

Als eine institutionelle Reaktion auf die systemischen Schwierigkeiten von Journalisten im Umgang mit disziplinär verschachtelten Expertisen erwies sich 2002 die Gründung des britischen Science Media Centre (sciencemediacentre.org). In London versammelte damals ein spezialisiertes Team tausende Wissenschaftler in einer Expertendatenbank zu wichtigen „Public Issues“, um Journalisten in aktuellen Nachrichtenlagen rasch institutionenübergreifend mit wissenschaftlichen Expertisen versorgen zu können. Der Vorreiter SMC UK und einige verwandte Organisationen in Australien, Neuseeland und Kanada verfolgen seither das Ziel, als eine Art unabhängiger Pressestelle der Wissenschaft knappe Einordnungen von Experten im Takt der massenmedialen Aufmerksamkeit anzubieten.

In der täglichen Arbeit verschickt das SMC UK

proaktiv „Roundups“ sowie „Rapid Reactions“ mit kurzen Stellungnahmen meist mehrerer Wissenschaftler. Und zwar genau dann, wenn Journalisten ohnehin auf ein Thema aufmerksam werden. Wissenschaftler liefern auf diese Weise möglichst unmittelbar Einschätzungen zu „Breaking News“ aus der Wissenschaft oder helfen, relevante Fakten zu Großereignissen wie Ebola oder EHEC zu verbreiten, bei denen wissenschaftliche Expertise einen Unterschied in der Berichterstattung machen kann. Die Reaktionszeiten der Wissenschaftler liegen im britischen SMC zwischen wenigen Stunden nach Katastrophen und einem Tag bei „Breaking News“ aus der Wissenschaft, bei denen Experteneinschätzungen zu aktuellen wissenschaftlichen Veröffentlichungen in Fachzeitschriften wie „Science“ oder „Nature“ spätestens einen Tag vor dem Ende der Sperrfrist versendet werden, also meist bevor Journalisten ihre Berichte verfasst haben.

Nach intensiven Diskussionen und einer umfangreichen Machbarkeitsstudie (www.bit.ly/1i1jTQ) entstand in der Wissenschafts-Presskonferenz, dem Verband der Wissenschaftsjournalisten, die Idee, für den deutschsprachigen Raum ein unabhängiges Science Media Center unter der Federführung von Wissenschaftsjournalisten aufzubauen. Weil sich die Arbeitsbedingungen von Journalisten in Zeiten der digitalen Umwälzung rapide verändern und Redaktionen Stellen für Spezialisten streichen, erschien es ratsam, einen Experten-Entdecker als glaubwürdigen Lotsen für Journalisten zu etablieren, dessen interessenneutrale Rolle eine institutionelle Wissenschaftskommunikation, etwa die Pressestellen einzelner Organisationen, funktionell nicht übernehmen kann. Das gemeinnützige Science Media Center Germany wird derzeit dank einer großzügigen Anschubfinanzierung der Klaus Tschira Stiftung in Köln aufgebaut und soll im ersten Quartal 2016 mit ersten Angeboten für Journalisten an den Start gehen.

Zunächst werden drei bis vier erfahrene Wissenschaftsjournalisten und ein Datenspezialist evidenzbasierte Expertisen zuliefern. Als redaktionell unabhängige Institution will das SMC Germany künftig zu einer verantwortungsvollen und sachgerechten Berichterstattung über ausgewählte Bereiche der Wissenschaften in journalistischen Medien beitragen, zunächst zu ausgewählten „Public Issues“ im Feld der Medizin und Lebenswissenschaften, zu den Themen Klima, Energie sowie in den Ingenieur- und Technikwissenschaften. Das SMC wird dabei Berichterstatteern, insbesondere bei komplexen, mehrdeutigen oder kontroversen Themen, Zugänge zu wissenschaftlichem Sachverstand schaffen. Es versteht sich als Lotse, der für Journalisten Navigationshilfe im Ozean des wissenschaftlichen (Nicht-)Wissens leistet.

Was geschieht? Was ist wichtig? Wo fehlt es an (wissenschaftlicher) Expertise? Wer sollte bei welchem Thema zu Wort kommen (Standing)? Welche Inhalte sollten diskutiert werden (Positioning)? Zu welchen Ergebnissen könnten die Debatten führen (Framing)?

Bei Diskussionen mit Wissenschaftlern taucht an diesem Punkt stets die berechtigte Frage auf, wieso ein SMC in der Lage sein soll zu erkennen, wer im Fall des Falles wirklich was über was weiß. Die Antwort darauf lautet: Es lohnt sich auszuprobieren, ob es besser als bisher geht. Das Alleinstellungsmerkmal von Wissenschaftsjournalisten als journalistischen Beobachtern des sozialen Systems Wissenschaft besteht darin, dass sie in ihrer Profession viele Wissenschaftskulturen streifen und so Erfahrungen mit unterschiedlichen disziplinären Expertisen sammeln. Sie erwerben dabei eine Form interaktioneller Meta-Expertise, die das journalistische Erkennen von kompetenten Experten erleichtert und das Enttarnen von Pseudoexperten ohne wissenschaftlich verdiente Reputation ermöglicht.

Die Basis aller Angebote des SMC Germany wird daher eine kuratierte Experten-Datenbank sein, in der die SMC-Redaktion einen ausgangswilligen und -fähigen Pool von wissenschaftlichen Experten zu bestimmten „Public Issues“ versammelt. Tritt ein öffentlich relevantes Ereignis mit Wissenschaftsbezug auf, versucht das SMC durch Kontaktieren der vorab bekannten Experten möglichst schnell Einschätzungen aus Sicht der Wissenschaft zu liefern, die dann allen registrierten Journalisten fachliche Einschätzungen und erste Orientierung liefern soll. Um dieses ambitionierte Ziel zu erreichen, sucht das SMC ab sofort mutige Wissenschaftler, die sich trotz ihrer knappen Zeit bereit erklären, in öffentlichen Debatten die aufgeklärte Stimme der wissenschaftlichen Vernunft zu erheben, wenn verlässliches Wissen die Qualität der Berichterstattung verbessern könnte. Medien werden manchmal besser über Themen mit Wissenschaftsbezug berichten, wenn kompetente Wissenschaftler Journalisten bei der Orientierung in komplexen Wissensbeständen helfen. So wird öffentliche Aufklärung mit Argumenten wahrscheinlicher.



Volker Stollorz studierte Biologie und Philosophie an der Universität Köln und ist seit nun fast 25 Jahren Wissenschaftsjournalist aus Leidenschaft. Aktuell baut er als Redaktionsleiter das Science Media Center Germany in Köln auf. Mehr Infos unter: www.sciencemediacenter.de (Foto: privat)

stollorz@gmail.com