

# Public Understanding of Science and Humanities?

## Ist da jemand?

- ..... Simone Seyringer .....  
.....Wozu Wissenschaftskommunikation? Antworten 15 Jahre nach  
PUSH
- Rainer Bartel .....Wirtschaft, Wissenschaft, Kommunikation, Politik –  
.....Zwischen Objektivierung, Subjektivierung und Kommunizierbarkeit
- Mark Eisenegger, Susanne Gedamke ..... Medialisierte Wissenschaft —  
.....Zwischen unkritischer PR-Übernahme und Skandalisierung.
- .... Thomas Duschlbauer ..... Meinungsmache „Made in Ponyhof“
- Pamela Bartar ..... Der Kommunikationsmix der Citizen Science:  
..... Werbetrommeln für Bürgerbeteiligung
- ..... Jana Horvath.....Der Klassiker: Die Wiener Vorlesungen

Liebe XING MAGAZIN Leserinnen und Leser,

Erstaunlich wie beim Thema Wissenschaftskommunikation noch immer die Wogen hoch gehen. Was ist los? Die Volkswagenstiftung finanziert einen Workshop zum Thema, wo sich ein eigener Arbeitskreis Sorgen macht, dass „Eitelkeiten, Maulkörbe und andere Störfeuer bei der Vermittlung von wissenschaftlicher Wahrheit“ nur noch „Image statt Inhalt“ befördern. Aufgebrachte Wissenschaftler formulieren Aufrufe, u. a. der „Siggenger Kreis“, und „aktuelle Entwicklungen“ veranlassen die deutschen Akademien „nationale Empfehlungen“ zur Wissenschaftskommunikation zu formulieren. Bedroht Kommunikation die Wissenschaft?

XING, das österreichische Magazin, das es sich seit zehn Jahren zur Aufgabe gemacht hat, Wissenschaft, Kultur und Öffentlichkeit miteinander zu verbinden, als Bedrohung für die „Reinheit“ der Wissenschaft und die „Wahrheit“? Was könnte da schief gelaufen sein? Das fragt sich auch *Simone Seyringer* und findet, dass sich hier zwei Wissenschaftsbilder gegenüberstehen, die zwar über Wissenschaftskommunikation streiten, aber dahinter verschiedene Ansichten darüber stehen, wie „gute wissenschaftliche Praxis“ aussieht.

Wie sieht diese Frontlinie jemand, dessen Fachgebiet sehr stark mit Auswirkungen in der Öffentlichkeit konfrontiert ist? *Rainer Bartel*, Professor für Volkswirtschaftslehre an der Johannes Kepler Universität Linz, schildert vor dem Hintergrund seines Berufsalltags als Wissenschaftler, wie das Interesse der Öffentlichkeit und gute wissenschaftliche Praxis oft auch aufeinanderprallen. Aber, sind diese Konflikte nicht auch ein wichtiger Impuls für Wissenschaftler?

Bei all diesen Diskussionen geht es oft auch um die Rolle der Medien. Selbstverständlich gibt es Mängel in der Medienberichterstattung. Aber wirken sich unkritische Berichterstattung, inkompetente Journalisten, Skandalisierung und billiger PR-Stil auch auf tatsächlich auf die Reputation der Wissenschaft aus? Dieser Frage sind *Susanne Gedamke* und *Mark Eisenegger* mit einer sehr interessanten Studie nachgegangen.

Wie Wissenschaft und Öffentlichkeit auch fruchtbar zusammenarbeiten und dabei wichtige Forschungsprojekte umsetzen, ja, auch dafür gibt es großartige Beispiele aus Österreich. Neue Formen der Zusammenarbeit entstehen und mit Citizen Science wird weiterer Horizont der wissenschaftlichen Praxis eröffnet. *Pamela Bartar* berichtet über einige davon exemplarisch. Dabei hat sich auch unser Verständnis von Wissen und dessen Anwendung verändert. *Thomas Duschlbauer* geht diesem Wandel nach. Sind vor diesem Hintergrund traditionelle defizitorientierte Maßnahmen überhaupt noch zeitgemäß? *Jana Horvath* beschäftigt sich diesbezüglich mit den Wiener Vorlesungen und kommt zu einem überraschenden Schluss...

Teilen sie unser Interesse, und genießen sie dieses Heft!

Ihre XING Magazin-Redaktion  
&  
*Bernhard Seyringer*, Herausgeber

## INHALT

- 01 Editorial
- 02 Cartoon
- 05 Simone Seyringer    Wozu Wissenschaftskommunikation?  
Antworten 15 Jahre nach PUSH
- 09 Rainer Bartel        Wirtschaft, Wissenschaft, Kommunikation, Politik –  
Zwischen Objektivierung, Subjektivierung und Kommunizierbarkeit
- 15 Mark Eisenegger,    Medialisierte Wissenschaft —  
Susanne Gedamke    Zwischen unkritischer PR-Übernahme und Skandalisierung.
- 27 Thomas Duschlbauer Meinungsmache „Made in Ponyhof“
- 31 Pamela Bartar        Der Kommunikationsmix der Citizen Science:  
Werbetrommeln für Bürgerbeteiligung
- 35 Jana Horvath         Der Klassiker:  
Die Wiener Vorlesungen