

Wehrhafte Wissenschaft

Warum hört niemand zu?

Wenn Wissenschaft nur nüchtern und sachlich daherkommt, interessiert das vielleicht unsere Fachkolleg:innen. Aber Lieschen Müller und Max Mustermann erreichen wir damit nicht. Das funktioniert erst, wenn wir uns auf das Wichtigste beschränken und Emotionen wecken.

Erinnern Sie sich an die letzte Konferenz, die Sie besucht haben? Sie schlendern an einem Poster vorbei, nippen an Ihrem lauwarmen Kaffee und werden plötzlich – zack! – von der Schockwelle der Begeisterung des Präsentierenden erfasst. 14 Minuten lang überspült er Sie ungefragt mit Details, bevor Sie überhaupt murmeln können: „Ich schaue mich nur um.“

Es ist oft besser, mit dem großen Ganzen zu starten. Doch auch das birgt Risiken. Stellen wir uns den einsamen, erschöpften Eisbären vor, der auf seiner schmelzenden Eischolle sitzt und genervt ist, dass er schon wieder als Symbol für den Klimawandel dienen muss. Wir alle sind abgestumpft von diesem Bild, das uns genauso wenig bewegt wie das Foto eines Tackers.

Wie lässt sich Wissenschaft vermitteln, ohne Sorgfalt, Genauigkeit und Differenziertheit zu vernachlässigen und dabei ein verschieden zusammengesetztes Publikum erreichen? Diese komplexe Übersetzung erfordert Klarheit, Empathie und den Mut, bekannte Vorstellungen auch mal hinter sich zu lassen.

Das Geheimnis, gehört zu werden: die Kathedrale

Betrachten wir eine Geschichte, die wir gerne zur Veranschaulichung in der Wissenschaftskommunikation verwenden:

Eine Reisende geht an einer Baustelle vorbei, auf der drei Bauarbeiter eine Mauer errichten. Sie fragt die drei der Reihe nach, was sie tun.

Der Erste sagt: „Ich lege Backsteine.“

Der Zweite sagt: „Ich baue eine Mauer.“

Der Dritte sagt: „Ich baue eine Kathedrale.“

Der Erste erwähnt das konkrete Detail, an dem er arbeitet, der Zweite präsentiert sein Wochenziel, und der Dritte zeigt das langfristige Ziel, zu dem seine Arbeit in ferner Zukunft beitragen wird. Fast hört man die Orgel im Hintergrund.

Als Wissenschaftler:in arbeitet man oft an einem einzelnen Baustein in diesem großen Ganzen. Manchmal wird dieser ein Teil einer Mauer, manchmal stürzt das ganze Gebilde ein, und manchmal verwandelt sich der Baustein in etwas völlig Unerwartetes. Das ist Wissenschaft.

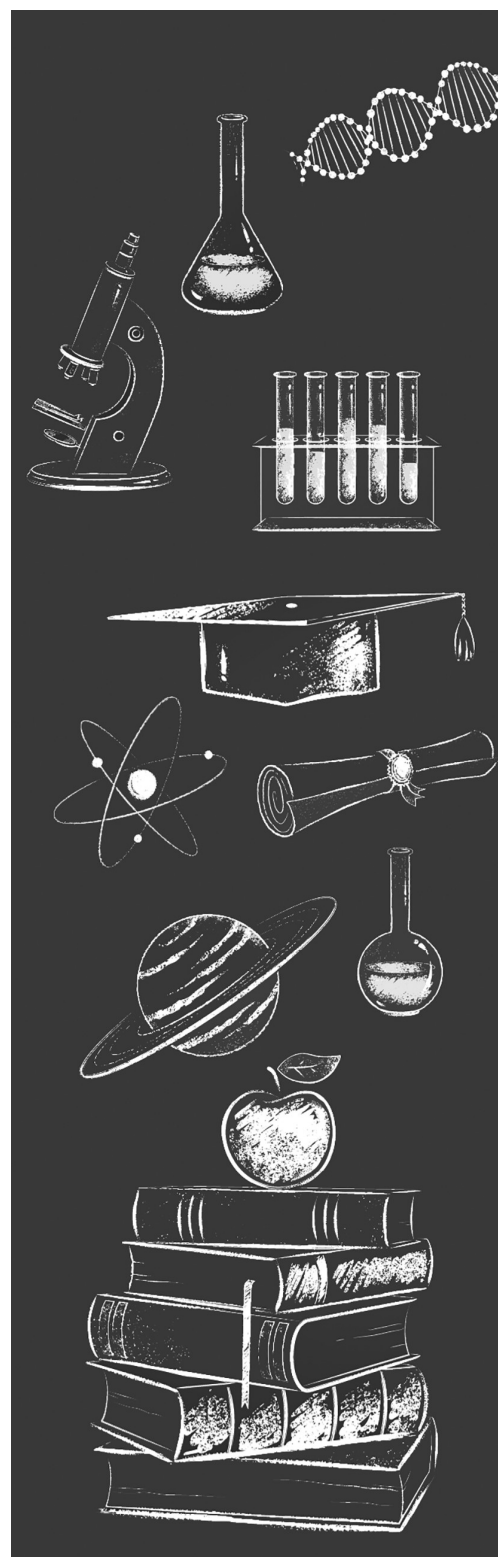


Bild: Sonya Illustration / Adobe Stock

Dieser Artikel ist der zweite einer Serie zum Thema **Wissenschaft** und verrät, welche Instrumente es gibt, um als kommunizierende:r Wissenschaftler:in einen positiven Beitrag zu unserer Gesellschaft zu leisten, und welche Fallstricke dabei lauern. Der erste Teil befasste sich mit der Rolle von Wissenschaft in der Gesellschaft im allgemeinen Sinn.

Wenn Sie Ihre Arbeit vorstellen, führen Sie Ihr Publikum zuerst an das große Ganze und Ihre Vision heran. Es fühlt sich vielleicht auf den ersten Blick aufschneiderisch an, so ein großes Fass aufzumachen – doch wenn Sie die Kathedrale nicht zeigen, dann verpassen Sie es, das Publikum ins Thema hineinzuziehen. Es wird das Interesse verlieren, noch bevor Sie die wichtigsten Details erläutern. Das ist der Hauptgrund, warum Wissenschaftler:innen in gesellschaftlichen Debatten nicht genügend Gehör bekommen.

Unterschiedliche Menschen interessieren sich für ganz verschiedene Dinge: Eine Architektin, ein Journalist und eine Chemikerin schauen unterschiedlich auf ein und dieselbe Kathedrale. Dasselbe gilt für Ihre Zuhörerschaft.

Fachkolleg:innen werden sich ähnlich wie Sie für die Kathedrale interessieren. Wenn Sie ihnen erklären, warum Sie an einem bestimmten Backstein gearbeitet haben, werden sie gerne auf das Baugerüst steigen, um sich Ihren Backstein genauer anzusehen.

Für Lieschen Müller und Max Mustermann hingegen braucht die Kathedrale einen anderen Zugang. Sie interessieren sich weniger für Tragwerksberechnungen oder Mörtelzusammensetzung, sondern vielmehr dafür, warum das Gebäude überhaupt existiert.

Was bedeutet das für Gesundheit, Alltag, Kinder und den Planeten? Ihre Kathedrale sollte für den Menschen greifbar werden: konkret, nachvollziehbar und vorstellbar. Es ist wichtig, Nicht-Fachleuten verständlich zu machen, was wir Wissenschaftler:innen tun und warum. Viel zu oft konzentrieren wir uns darauf, zu zeigen, wie genau wir vorgehen, was jedoch oft irrelevant für das Publikum ist.

Es geht nicht um sensationslüsterne Vereinfachung oder Effekthascherei, sondern darum, den passenden Zugang für das jeweilige Publikum zu wählen. Sobald Sie diesen gefunden haben, wird Ihnen das Publikum folgen, wenn Sie erklären, warum Ihr Backstein für das Gebäude wichtig ist.

Die promovierten Chemiker Karin Bodewits und Philipp Gramlich haben die Firma Natural Science.Careers aufgebaut, die Karriere- und Wissenschaftskommunikations-Workshops speziell für Nachwuchswissenschaftler:innen anbietet. Nach ihrem Umzug in die Niederlande haben sie die Stichting Turfvrij (dt.: Stiftung Torffrei) gegründet, die den Moorschutz mit Wissenschaftskommunikation voranbringt. Sie sind die einzige NGO im nationalen Torfproduktionsplan, bei dem sie die teils hitzigen Interaktionen von Wissenschaft mit Industrie, Politik und Bürger:innen hautnah miterleben und gestalten können.



Persönliches: The power of one

Der Tod von Millionen Menschen ist eine Statistik, ein einzelner Tod ist eine Tragödie. – Der Einstieg in ein Thema kann durch eine emotionale Verbindung erfolgen. Zeigen Sie das größere Problem, die Kathedrale, die Sie auf ein Fallbeispiel herunterbrechen können.

Also nicht: „Jährlich sterben in Deutschland x Menschen an dieser Tumorart“, sondern eher: „Patient Patrick W. leidet an einer seltenen Variante des Hirntumors. Wir haben nun erstmals die Möglichkeit, ihm zu helfen. Ich möchte Ihnen zeigen, wie wir das tun.“ Das konkrete Fallbeispiel eröffnet nicht nur den emotionalen Zugang. Es ist kognitiv einfacher, einen Einzelfall zu verstehen und danach die allgemeine Regel abzuleiten, als umgekehrt. Im Hauptteil der Präsentation können wir ins Detail gehen und die Backsteine zeigen. Dabei greifen wir natürlich auf Formeln und Statistiken zurück.

Nicht nach Vollständigkeit streben: die ABT-Struktur

Selbst mit einer geeigneten Kathedrale und einem nachempfindbaren Patrick gibt es eine weitere Falle: Wissenschaftler:innen lieben Vollständigkeit und streben in passenden und unpassenden Situationen danach. Aber Vollständigkeit ist der Feind der Klarheit. Das Publikum benötigt nicht alle Ziegel, Mauern oder die gesamte Baugeschichte bis ins Mittelalter. Es braucht nur den Abschnitt, der Ihre Kernbotschaft stützt.

Die ABT-Struktur hilft Ihnen dabei: And, But, Therefore.¹⁾ And: Wir wissen X und wir wissen Y. But: Aber wir wissen noch nicht Z. Therefore: Daher habe ich auf die folgende Weise nach Z gesucht.

Das ABT-Modell gibt Ihrer Geschichte ein Rückgrat. Sie beschreiben die Szene (And), führen Spannung oder Konflikt ein (But) und enthüllen anschließend die Konsequenz oder Lösung (Therefore). Dieses einfache Muster lässt sich nutzen, um die Neugier der Menschen zu wecken, damit sie uns zuhören statt ihre E-Mails zu lesen.

Die Stimmen der Wissenschaftler:innen erhalten oftmals nicht das Gehör, das sie verdienen. Das liegt an vielen Faktoren, von denen wir einen selbst in der Hand haben: gut zu kommunizieren. Verdienen Sie sich das Interesse Ihres Publikums mit einer passend gewählten Kathedrale, die gerne als Einzelfall repräsentiert werden kann. Bauen Sie Spannung mit dem ABT-Modell auf, und versuchen Sie nicht in jeder unpassenden Situation, einen vollständigen wissenschaftlichen Beweis zu führen. ■

1) Randy Olson: Houston, We have a Narrative – Why Science needs Stories. University of Chicago Press 2015, 256 Seiten, brosch. 19,99 Euro. ISBN 978-0226270845