

I. Geo-logisch, die Meinung des Direktors

Was sind die Unterschiede zwischen der im letzten Sommer mit großem Werbeaufwand betriebenen ORF-Sendung „Expedition Österreich“ und den vor kurzem präsentierten neuen Erkenntnissen¹ über die Entstehung der Alpen? Es gibt keine, denn beide erregten in der breiten Öffentlichkeit nicht die von ihren Protagonisten erwartete Aufmerksamkeit!

Der Einwand, solche Themen könne man nicht vergleichen, gilt nur bedingt. Das Eine wurde von Medienprofis mit großem Finanz- und Werbeaufwand in Szene gesetzt, das Andere von angesehenen GeowissenschaftlerInnen in internationalen Fachzeitschriften und öffentlichen Vorträgen abgehandelt. Im Buch der Erdgeschichte der vergangenen 200 Millionen Jahre findet sich denn auch auf jeder Seite ein fesselndes Kapitel, belegt mit Fakten, Messergebnissen und Analysen, die ein Geschehen dokumentieren, wie es nicht spannender sein könnte: vom Werden und Vergehen von Ozeanen, vom Driften von Kontinenten, vom horizontalen Transport riesiger Gesteinsmassen über in die Tiefe versenkte Ablagerungen, von der Bildung von Graniten und von Vulkanausbrüche, vom langsamen Aufstieg von Gesteinen an die Erdoberfläche, von ihrer Veränderung infolge abnehmender Drucke und Temperaturen, der einsetzenden Erosion, dem Rückzug des Meeres und der endgültigen Eroberung des Festlandes mit einem von einer neuen Topografie geprägten Entwässerungssystem – kurz, die wahre Expedition Österreich!

Es war ein langwieriger, in vielen kleinen Schritten verlaufender Prozess, der zum heutigen Bild der Alpen führte, jenes Gebirge, das bis in jüngste Zeit als das am besten untersuchte Gebiet auf der Erde galt, und das Ganze so spannend macht.

So überzeugend heute für die Fachwelt die neuen Ideen über die geologische Geschichte der Alpen sind, die ein junges Team von GeowissenschaftlerInnen („Die jungen Wilden“) aus den Alpenländern in den vergangenen Jahren „Stein um Stein“ erarbeitete, so enttäuschend war das Echo in den Medien und in der Öffentlichkeit!

Was ist der Grund für dieses anscheinende Desinteresse der Medien? Gibt es kein Publikum für naturwissenschaftliche Themen, fehlt die Dramatik des Geschehens, ist die Materie zu kompliziert, bringen Bildungsprogramme nicht die gewünschten Quoten oder sind die GeowissenschaftlerInnen nicht in der Lage, sich und ihr Fach medien-, das heißt, marktgerecht zu positionieren?

Laut einer aktuellen EU-Studie meint jeder zweite Europäer, dass wissenschaftliche Erkenntnisse ungenügend oder schlecht kommuniziert werden. Einer Umfrage des Studiengangs „Journalismus“ der FH Joanneum in Graz bei 577 Medienkonsumenten und 21 Journalisten zufolge² sind die wichtigsten Kriterien einer guten Berichterstattung Verständlichkeit, Hintergrundinformation, thematische Tiefe und Nachrichtengehalt. Die bevorzugten Quellen der an Wissenschaft interessierten Öffentlichkeit sind Fachmagazine, gefolgt von Internet, Tageszeitungen, Radio und Fernsehen.

Die Gemeinde der GeowissenschaftlerInnen hat, von wenigen Ausnahmen abgesehen, in den vergangenen Jahren versäumt, gezielte Kontakte mit den Medien aufzubauen und zu pflegen, ihr Fach zugänglich zu machen und Ergebnisse spannend und unterhaltsam darzustellen, um damit bei Laien Neugierde zu wecken – Wissenschaft als Abenteuer!

Dabei erleben die Geowissenschaften gerade in der Gegenwart eine Renaissance, die eine Sehnsucht nach Weltwissen signalisiert, die über den Zauber der Natur hinausgeht. In der Tat sprechen die Geowissenschaften universale Fragen jedes Menschen an: Den Naturschutz- und Umweltbereich mit den lokalen Stoffkreisläufen in der Atmosphäre, im Boden und im Wasser, das breite Spektrum von geologisch bedingten Naturgefahren, die nachhaltige Sicherung von Wasser, Rohstoffen und Energieträgern und die Entwicklung neuer Materialien in der Hochtechnologie. In Summe stellen sie die Grundlagen für jede Art von ökonomischer Wertschöpfung zur Verfügung, denen natürliche Materialien zugrunde liegen und decken damit fundamentale Bedürfnisse der Gesellschaft ab. Ihre Erkenntnisse tragen mit dazu bei, nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Zukunft zu sichern.

Medien brauchen Partner, denn Medien wollen Geschichten haben und diese können ihnen die Geowissenschaften in einer großen Fülle von interessanten „Stories“ anbieten. Es macht viel Sinn, diese Kontakte zu intensivieren.

Hans P. Schönlaub (Direktor)

¹ Siehe Mitt. Österr. Min. Ges., Band 149, 2004 bzw. Eclogae geol. Helv., vol. 97, 2004.

² C. Müller (Hg.) „SciencePop – Wissenschaftsjournalismus zwischen PR und Forschungskritik“, Verl. Nausner & Nausner.