Josef Seethaler

**Wissenschaft und Öffentlichkeit: Einbringen statt verkaufen**

Organisierte Belanglosigkeit? Zur gesellschaftlichen Relevanz der Sozialwissenschaft. Verabschiedung von Prof. Jürgen Grimm, Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Wien, 22.10.2021

Die Frage, die über der heutigen Veranstaltung steht, ist typisch für Jürgen Grimm. Warum? Weil sie sich nicht eindimensional beantworten lässt. Und in zehn Minuten lässt sie sich sowieso nicht beantworten. Glücklicherweise kann ich mit meinen unvollständigen Überlegungen an einiges, was Thomas Bauer gesagt hat, anschließen.

Eine neue Untersuchung des Projekts MeWiKo, einer Kooperation des Leibniz-Informationszentrums Wirtschaft, der Science Media Center Germany gGmbH, der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel, des Leibniz-Instituts für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut und der Universität Leipzig (<https://mewiko.de/>), lässt keinen Zweifel: Für Wissenschaftler\*innen lohnt sich journalistische Aufmerksamkeit: Wissenschaftliche Artikel, die über Medien­mitteilungen beworben werden und über die in journalistischen Medien berichtet wird, werden nicht nur auf Online-Newssites häufiger zitiert als solche, über die nicht berichtet wird, sondern auch doppelt so häufig in nachfolgenden wissenschaftlichen Beiträgen. Der Impact-Faktor steigt also. Die Autorinnen, Irene Broer und Sophie Rotgeri, folgern daraus, dass ein erhöhter wissenschaftlicher Impact nicht nur mit dem Eigenwert der Publikation zusammenhängt, sondern auch mit der Aufmerksamkeit, die sie erhält. Sie befürchten daher einen sich selbst verstärkenden Effekt, bei dem Forschende ihre Forschungsthemen so wählen, dass die Chancen auf eine Veröffentlichung in einer hochrangigen Zeitschrift steigen – die selbst wiederum großen Wert auf Themen legt, die die journalistischen Nachrichtenkriterien bedienen.

Bedenkt man die exponentiell steigende Zahl wissenschaftlicher Publikationen – die Zitationsdatenbank Scopus wächst beispielsweise täglich um etwa 5.500 Texte, also um drei Texte pro Minute – so wird deutlich, dass diese Menge weder von Wissenschaftler\*innen noch von Journalist\*innen verarbeitet werden kann. Die wissenschaftliche wie journalistische Aufmerksamkeit muss sich (aus unterschiedlichen Gründen) auf eine kleine Zahl von Zeitschriften beschränken. Wodurch sich der erwähnte sich selbst verstärkende Effekt weiter verstärkt.

Bezieht man zusätzliche Variablen wie das PR-Budget von Zeitschriften wie von wissenschaftlichen Institutionen in die Rechnung mit ein, so wird erklärbar, warum manche Fachgebiete wie die Medizin, die Life Sciences oder die Physik höhere Chancen haben als andere, von den Medien wahrgenommen zu werden – und das nicht nur in Corona-Zeiten.

Die soziale Relevanz einer Wissenschaft lässt sich extern nicht begründen.

So sehr das gesamtgesellschaftliche Normengefüge für alle Institutionen das verbindliche Dach bilden muss, so sehr gefährdet das Überstülpen externer Handlungslogiken die Ausübung ihrer Funktionen für die Gesellschaft. Ohne Autonomie ihrer Handlungslogik können Institutionen weder ihren Bestand sichern noch ihren Beitrag zum Bestand der Gesellschaft als Ganze leisten. Forschungen, deren Erkenntnisse aus unserem Leben heute nicht mehr wegzudenken sind, so der Soziologe Karl-Ulrich Mayer, wären vielleicht gar nicht betrieben worden, hätte ein permanenter Druck der öffentlichen Relevanz und Offenlegung auf ihnen gelastet. Wissenschaft braucht Zeit, muss Risiken eingehen, Fehler machen dürfen, Umwege gehen können – und darf die Komplexität der natürlichen und sozialen Umwelt nicht reduzieren. Jürgen Grimm hat das in seinen Forschungen stets gezeigt. Ich erwähne hier nur beispielhaft seine Arbeiten zu Medien, Patriotismus und Integration, an denen ich ein wenig teilhaben durfte, oder das Mammutprojekt „Geschichte im Fernsehen: TV-Geschichtsvermittlung im transnationalen Raum“.

Dennoch: Öffentlichkeit ist ein Grundprinzip demokratischer Legitimation. Wenn wir davon ausgehen, dass sich Handlungslogiken von Institutionen im Ausbalancieren von Selbst- und Fremdreferenz entwickeln, also autonom in *dem* Sinn sind bzw. sein sollten, dass sie von der gesellschaftlichen (und das heißt immer auch: ökonomischen und politischen) Umwelt nicht gesteuert, aber ihr gegenüber notwendig offen sind, so steht Wissenschaft in einer Demokratie vor einer zweifachen Herausforderung: wissenschaftliche Erkenntnisse in den wesentlich von Medien geprägten öffentlichen Diskurs einzubringen *und* dabei ihre eigene Handlungslogik als Bereicherung dieses Diskurses deutlich zu machen. Die Erfüllung ihrer gesellschaftlichen Funktion liegt nicht zuletzt am Verstehen, nicht am Beschneiden ihrer Handlungslogik. Wir haben an der Corona-Berichterstattung zu oft sehen können, was passiert, wenn das Verständnis dafür, wie wissenschaftliche Erkenntnisse entstehen und was sie aussagen, fehlt.

Der Gedanke ist nicht neu. Er lässt sich bereits bei Max Weber[[1]](#footnote-1) nachlesen. Weber machte in seiner Schrift „Wissenschaft als Beruf“ darauf aufmerksam, dass die Aufgabe der Wissenschaft in der „Tatsachenfeststellung, [in der] Feststellung mathematischer oder logischer Sachverhalte oder der inneren Struktur von Kulturgütern“ liegt (Weber, 1919, S. 24). Das und nichts anderes ist die Aufgabe der Wissenschaft. Ihre gesellschaftliche Verpflichtung ist es, in Erfüllung dieser ihrerAufgabe gemäß *ihren* Kriterien „Klarheit und Verantwortungsgefühl“ für die Lösung gesellschaftlicher Probleme zu schaffen (ebd., S. 32).

Soll heißen: Wissenschaftler\*innen können und sollten, um Webers Überlegungen zusammenzufassen,

* Ziel-Mittel-Zusammenhänge aufzeigen,
* also welcher Mittel es zur Erreichung welcher Ziele bedarf, unter welchen Bedingungen die Anwendung bestimmter Mittel zur Erreichung der Ziele beiträgt,
* welche Kollateralfolgen eintreten könnten
* und wie sich – und das ist entscheidend – Ziele und Mittel „aus der und der letzten weltanschauungsmäßigen Grundposition [ableiten lassen] – es kann sein, aus nur einer, oder es können vielleicht verschiedene sein –, aber [nur] aus den und den anderen nicht.“

So und nicht anders kann Wissenschaft dem Einzelnen helfen, „sich selbst Rechenschaft zu geben über den letzten Sinn seines eigenen Tuns“. Und Weber fügt hinzu: „Es scheint mir das nicht so sehr wenig zu sein, auch für das rein persönliche Leben.“ (ebd., S. 32)

Heute würde hier die Wissenschaftskommunikationsforschung von einer „Public Participation in Scientific Research“ sprechen, von der Einbindung der Menschen in die wissenschaftliche Herangehensweise durch die Einbettung von Wissenschaft in den lebensweltlichen Kontext. Anders als beim sogenannten „Public Understanding of Science“ geht es weder darum, ein Forschungsergebnis als Produkt möglichst gut zu „verkaufen“ noch eine externe Handlungslogik wissenschaftlicher Praxis überzustülpen. Der „participatory turn“ in der Formierung von Öffentlichkeit verspricht hingegen für die Wissenschaft eine Legitimationsgrundlage durch die Schaffung von Teilhabe am wissenschaftlichen Prozess der Erkenntnisgewinnung bei gleichzeitiger Aufrechterhaltung ihrer Autonomie. Empirische Untersuchungen auf Basis von Eurobarometer-Daten zeigen überdies, dass dies der einzige Weg ist, der das Interesse an Forschung in signifikantem Ausmaß erhöhen kann.[[2]](#footnote-2)

Jürgen Grimm ist niemand -das haben heute seine Mitarbeiter\*innen in ihren Vorträgen ganz stark unterstrichen –, der hinter dem Katheder steht und sich als „Führer aufspielt“ (um nochmals Worte Max Webers zu gebrauchen) – weder für die Studierenden, noch für die Öffentlichkeit. Ihm ging und geht es immer um die Einbindung der Menschen in Themen, die er als Wissenschaftler in kritischer Auseinandersetzung mit der gesellschaftlichen Entwicklung als bedeutsam erkannte, wohl wissend, dass die Arbeit daran nie zu einem Ende kommen kann – und darf: denn dann *und nur dann* wäre das Thema letztlich belanglos.

1. Weber, M. (1919). Wissenschaft als Beruf. In *Geistige Arbeit als Beruf: Vier Vorträge vor dem Freistudentischen Bund*. Erster Vortrag. München, Leipzig: Duncker & Humblot. <https://www.deutschestextarchiv.de/book/show/weber_wissenschaft_1919> [↑](#footnote-ref-1)
2. Beaufort, M., & Seethaler, J. (2019). Legitimating science in times of social change: How should science be communicated to the public? In P. Moy & D. Matheson (Eds.), *Voices: Exploring the shifting contours of communication. ICA International Communication Association – Annual Conference Theme Book Series* (pp. 141–158). Peter Lang. <https://doi.org/10.3726/b14771> [↑](#footnote-ref-2)