

Akademien der Wissenschaften Schweiz  
Hirschengraben 11  
Postfach 8160  
3001 Bern  
Telefon 031 313 14 40  
Telefax 031 313 14 50  
info@akademien-schweiz.ch  
www.akademien-schweiz.ch

ISBN 978-3-907835-68-5

Realisiert durch  
Réalisé par



Schweizerische Akademie der Geistes- und Sozialwissenschaften  
Académie suisse des sciences humaines et sociales



Akademien der Wissenschaften Schweiz  
Académies suisses des sciences  
Accademie svizzere delle scienze  
Academias svizras da las ciencias  
Swiss Academies of Arts and Sciences

**Wissen schafft Dialog**  
**La science crée le dialogue**

## Wissenschaftskommunikation – Chancen und Grenzen

## Communication des sciences – Chances et limites

Frühjahrestagung der SAGW  
Zürich, 23. April 2009

Colloque de printemps de l'ASSH  
Zürich, 23 avril 2009



Wissen schafft Dialog  
La science crée le dialogue

Wissenschaftskommunikation –  
Chancen und Grenzen

Communication des sciences –  
Chances et limites

Diese Publikation entstand unter Mithilfe von:

Nadja Birbaumer  
Beat Immenhauser  
Delphine Quadri

© Akademien der Wissenschaften Schweiz  
Hirschengraben 11  
Postfach 8160  
3001 Bern  
Tel. 031 313 14 40  
Fax 031 313 14 50  
[info@akademien-schweiz.ch](mailto:info@akademien-schweiz.ch)

ISBN 978-3-907835-68-5

# Inhaltsverzeichnis

## **Einleitung**

*Beat Immenhauser*

5

## **Aufklärung – quo vadis?**

### **Sozialfiguren der öffentlichen Wissensvermittlung**

*Kurt Imhof*

9

## **Wissenschaftskommunikation – Bestandsaufnahme, Probleme, Perspektiven**

*Stephan Russ-Mohl*

47

## **Sciences en société en Suisse: enjeux, impacts, et limites**

*Fabienne Crettaz von Roten*

67

## **Anhang**

Zur Autorin und den Autoren

91

A+ in Kürze

93



# Einleitung

*Beat Immenhauser, SAGW*

Die Vorstellung ist weit verbreitet, dass unser tägliches Leben immer stärker durch Wissenschaft und Technik beeinflusst wird – positiv und negativ. Wir profitieren beinahe uneingeschränkt von den wissenschaftlichen und technischen Errungenschaften der Zeit und hegen gleichzeitig ein gewisses Misstrauen gegenüber diesen Entwicklungen: Genforschung, Kommunikationstechnologie, Energiegewinnung oder Spitzenmedizin werden in der Öffentlichkeit ambivalent wahrgenommen. Hinter dieser Ambivalenz steht der Eindruck eines Kontrollverlusts über ein Wissenschaftssystem, das im Prinzip dem Wohl der Gesellschaft dienen soll. So haben verschiedene europaweite Befragungen gezeigt, dass etwa die Ungewissheit in der Öffentlichkeit, welche Auswirkungen genetisch veränderte Lebensmittel haben können, seit der Jahrtausendwende zugenommen hat. Erstmals deutlich manifest wurde diese Skepsis in der zweiten Hälfte der 90er Jahre in verschiedenen Abstimmungsergebnissen vor allem zur Gentechnologie. Dies führte zur Erkenntnis, dass Wissenschaft und Gesellschaft in einen Dialog treten müssen. Anknüpfend an das angelsächsische Konzept des «public understanding of science (and humanities)» (PUS oder PUSH) wurden in der Schweiz verschiedene Initiativen ins Leben gerufen, an erster Stelle die heute formal dem Akademienverbund angehörende Stiftung «Science et Cité».

Heute, zehn Jahre nach den Anfängen der institutionell verankerten Förderung der Wissenschaftskommunikation mit der Öffentlichkeit, legen die Akademien der Wissenschaften Schweiz in einem mehrteilig angelegten Veranstaltungszyklus «Wissen schafft Dialog» dar, welche Ziele und Erwartungen, welche Erfolge und Versäumnisse in der Wissenschaftskommunikation bestehen. Der Akademienverbund ist für die Lancierung dieser Fragen geradezu prädestiniert, gehört doch die Förderung des Dialogs zwischen Wissenschaft und Gesellschaft zu dessen Kernaufgaben. Die Auftaktveranstaltung am 23. April 2009 «Wissenschaftskommunikation – Chancen und Grenzen» fragte nach Zweck, Logik und Nutzen der Wissenschaftskommunikation: Wie weit ist Wissenschaft überhaupt vermittelbar? Welcher Grad an Popularisierung wissenschaftlicher Erkenntnis ist vertretbar? Welchen Mechanismen und Logiken folgt die Wissenschaftskommunikation? Welche Initiativen und Aktivitäten sind nachhaltig? Welchen Herausforderungen hat sich die Wissenschaftskom-

munikation in den kommenden Jahren zu stellen? Zur Thematisierung dieser Fragen waren drei Hauptgruppen angesprochen: die Forschenden selbst, die Wissenschaftsjournalisten/-innen als primäre Vermittler sowie die «Nutzniessenden» von Wissenschaft.

Die vorliegende Publikation vereinigt nun die drei Hauptbeiträge der Tagung «Wissenschaftskommunikation – Chancen und Grenzen». Im Sinne einer Auslegeordnung orientiert sie über die Anfänge und die heutige Situation der Wissenschaftskommunikation in der Schweiz und nimmt eine Einschätzung deren Wirksamkeit vor: Kurt Imhof zeigt in seiner kommunikationssoziologischen Analyse in historischer Perspektive die fundamentalen Veränderungen der öffentlichen Kommunikation im 20. Jahrhundert auf, die die moderne Wissensgesellschaft prägten. Die gegenwärtige Situation vornehmlich in der Schweiz untersucht Stephan Russ-Mohl in seiner Studie und entwirft Zukunftsperspektiven einer erfolversprechenden Wissenschaftskommunikation. Fabienne Crettaz von Roten thematisiert schliesslich die Akzeptanz von Wissenschaft in der Gesellschaft aufgrund empirischer Grundlagen, die im Rahmen von Umfragen des «Observatoire Science, Politique et Société» der Universität Lausanne erarbeitet worden sind.

Das Interesse der Öffentlichkeit an der Vermittlung von Wissenschaft ist gross und rege: Das haben sowohl diese erste Tagung zur Reihe «Wissen schafft Dialog» als auch eine weitere Folgeveranstaltung aus aktuellem Anlass über finanz- und wirtschaftswissenschaftliche Modellwelten gezeigt. Um den grossen Erwartungen seitens der Öffentlichkeit gerecht zu werden, strengen sich die Akademien der Wissenschaften Schweiz auch weiterhin an, in den Dialog mit ihrem Publikum zu treten; denn es ist heute unabdingbar, dass die Wissenschaft für ihre Absichten um Verständnis werben und einen gleichberechtigten Austausch mit der breiteren Öffentlichkeit anstreben muss.

# Introduction

L'idée est largement répandue que notre vie quotidienne est de façon positive et négative de plus en plus influencée par la science et les techniques. Nous profitons presque intégralement des acquis scientifiques et techniques. Parallèlement, nous nourrissons une certaine méfiance envers ces développements: recherche génétique, technologie de la communication, production énergétique ou médecine de pointe sont perçues de manière ambivalente par les médias. Derrière cette ambivalence se cache le sentiment d'une perte de contrôle du système scientifique, qui en principe doit servir le bien-être de la société. Différents grands sondages européens ont démontré que l'incertitude du public a augmenté depuis la fin du millénaire probablement suite aux craintes liées aux aliments génétiquement modifiés. Ce scepticisme est devenu véritablement manifeste durant la seconde moitié des années 1990 lors des différents résultats de vote relatifs avant tout aux sujets du génie génétique. Ceci a finalement amené au constat que Science et Société doivent entamer un dialogue.

Plusieurs initiatives ont été lancées en Suisse, en lien avec la notion anglo-saxonne de «public understanding of science (and humanities)» (PUS ou PUSH), dont en premier lieu la fondation «Science et Cité» appartenant à l'association des académies-suisse.

Dix ans après l'encouragement institutionnellement ancré de la communication des sciences avec le public, les Académies suisses des sciences exposent dans un cycle de conférence «La science crée le dialogue» quels sont les buts et les attentes, quels sont les succès et les échecs dans la communication des sciences. Le développement du dialogue entre Science et Société fait partie des devoirs prioritaires des académies-suisse, idéalement positionnées pour lancer ces questions. Le colloque du 23 avril 2009 «Communication des sciences – chances et limites» a abordé le but, la logique et les besoins de la communication des sciences: dans quelle mesure les sciences peuvent-elles être transmises? Quel degré de vulgarisation des connaissances scientifiques peut être défendu? Quels mécanismes et logiques la communication des sciences suit-elle? Quelles sont les activités et les initiatives durables? Quels sont les enjeux auxquels la communication des sciences doit répondre dans les prochaines années? Trois groupes principaux sont concernés: les chercheuses et chercheurs eux-mêmes, les journalistes scientifiques comme relais primaire ainsi que les «utilisateurs» des sciences.

La présente publication rassemble les trois conférences principales du colloque «Communication des sciences – chances et limites». Envisagée comme un état des lieux de la question, elle expose les débuts et la situation actuelle de la communication des sciences en Suisse et entreprend une estimation de l'efficacité de cette dernière. Kurt Imhof présente au sein de son analyse historique se fondant sur la sociologie de la communication les changements fondamentaux de la communication publique au 20<sup>e</sup> siècle qui ont forgé la société du savoir moderne.

La situation actuelle, et principalement en Suisse, est quant à elle analysée dans l'étude menée par Stephan Russ-Mohl. Il esquisse les perspectives futures d'une communication des sciences prometteuse. Fabienne Crettaz von Roten thématise finalement l'acceptation des sciences au sein de la société. Elle s'appuie pour ce faire sur des résultats empiriques, qui ont été mis en évidence dans le cadre de sondages menés par l'«Observatoire Science, Politique et Société» de l'Université de Lausanne.

Le domaine public a montré un vif intérêt pour la transmission du savoir scientifique. Le succès du premier colloque de la série «La science crée le dialogue» ainsi que de la manifestation le suivant sur la problématique actuelle du monde idéal des modèles financiers et économiques l'a démontré.

Afin de satisfaire les attentes significatives du domaine public, les Académies suisses des sciences s'efforcent de continuer à entamer le dialogue avec le public. Il est en effet aujourd'hui absolument nécessaire que les sciences briguent la compréhension de leurs intentions et cherchent à établir un échange égalitaire avec un large public.

# Aufklärung – quo vadis? Sozialfiguren der öffentlichen Wissensvermittlung<sup>1</sup>

*Kurt Imhof, Universität Zürich*

## **Résumé**

La discussion théorique sociale concernant la société des savoirs est dépourvue d'une analyse historique informée se fondant sur la sociologie de la communication. Une telle analyse montre premièrement qu'une notion de société des savoirs s'enrichit heuristiquement à l'époque moderne, car la conception, à l'époque des Lumières, du domaine public converge vers une représentation d'une société «éclairée». C'est pourquoi les principales normes, institutions, organisations et fonctions de l'Etat de droit moderne servent à la protection d'un domaine public libre. Deuxièmement, une notion heuristique fructueuse et une empirie de la société des savoirs doivent être liées aux structures des différents domaines, aux figures sociales et aux contenus des transmissions libres des savoirs. Troisièmement, une notion heuristique fructueuse de la société des savoirs apparaît par le biais de l'analyse des problèmes des savoirs, qui découlent dans la communication publique du «départ du jardin enchanté» (Max Weber), c'est-à-dire de l'abandon d'une vision prémoderne religieuse du monde pour une vision séculière. La société moderne, au-delà des différentes significations religieuses de «destin», «sort» et «providence», est confrontée inexorablement aux problèmes classiques du «vrai», du «bon» et du «beau». Le problème du «vrai» se développe alors comme besoin de connaissance concernant tous les faits, qui engendrent des effets positifs ou négatifs auprès des êtres humains. Le problème du «bon» force la société moderne à la justification de son ordre social au-delà de tout dogmatisme religieux ou tradition. Le problème du «beau» – c'est-à-dire la ressemblance intérieure originelle de l'être humain avec le divin – se développe à l'époque moderne comme une nécessité afin de pouvoir justifier des identités collectives laïques.

Le domaine public, ou plutôt les moyens de communication publique principaux, est le lieu social central de ces problèmes des savoirs et des solutions aux problèmes. En se fondant sur les domaines de la «science», de la «médecine» et de la «technique», du «commerce», des domaines politiques, du «feuilleton» et des «divers» ainsi que sur les figures sociales des «experts», du «rédacteur d'affaires», du «rédacteur politique», du

«critique artistique, littéraire et musical», des «intellectuels», du «prêtre» et du «journaliste», il est alors possible de décrire la constitution et le changement de la transmission des savoirs à l'époque moderne. On peut observer à ce propos que la médiane des moyens de communication publique principaux, dans la marge de fluctuation entre une information de type cognito-normative et morale-émotionnelle, s'est déplacée vers une dimension morale-émotionnelle, en particulier au sein des nouveaux changements structurels du domaine public. Cette «dialectique des Lumières» colore ainsi le monde différemment.

## Zusammenfassung

Die sozialtheoretische Auseinandersetzung über die Wissensgesellschaft entbehrt der historisch informierten kommunikationssoziologischen Analyse. Eine solche Analyse zeigt *erstens*, dass ein heuristisch ertragreicher Begriff der Wissensgesellschaft mit der Moderne beginnt, weil das Aufklärungsverständnis von Öffentlichkeit in der Vorstellung einer vernünftigen Gesellschaft aufgeht. Deshalb dienen die wichtigsten Institutionen, Organisationen und Rollen des modernen Rechtsstaates dem Schutz der freien Öffentlichkeit. *Zweitens* müssen ein heuristisch ertragreicher Begriff und eine Empirie der Wissensgesellschaft an die Ressortstrukturen, die Sozialfiguren und die Inhalte der öffentlichen Wissensvermittlung gebunden werden. *Drittens* ergibt sich ein heuristisch ertragreicher Begriff der Wissensgesellschaft durch die Analyse der Wissensprobleme, die sich mit dem «Austritt aus dem Zaubergarten» (Max Weber), also der Verabschiedung des vormodernen religiösen Weltbildes durch das moderne säkulare Weltbild, in der öffentlichen Kommunikation ergeben. Jenseits der religiösen Semantiken von «Schicksal», «Fügung» und «Vorsehung» wird die moderne Gesellschaft unerbittlich mit den klassischen Problemen des «Wahren», des «Guten» und des «Schönen» konfrontiert. Das Problem des Wahren entfaltet sich neu als Erkenntnisbedarf über alle Sachverhalte, die für die Menschen positive oder negative Effekte zeitigen. Das Problem des Guten zwingt die moderne Gesellschaft zur Rechtfertigung ihrer sozialen Ordnung jenseits religiöser Dogmatik und Tradition. Das Problem des Schönen – die ursprüngliche innere Wesensgleichheit des Menschen mit dem Heiligen – entfaltet sich in der Moderne als Notwendigkeit, säkulare Kollektividentitäten begründen zu müssen.

Der zentrale soziale Ort dieser Wissensprobleme und Problemlösungen ist die Öffentlichkeit bzw. die leitmediale öffentliche Kommunikation. Anhand der Analyse der Ressorts «Wissenschaft», «Medizin» und

«Technik», «Handel», der politischen Ressorts, «Feuilleton» und «Vermischtes» sowie der Sozialfiguren «Experte», «Handelsredakteur», «politischer Redakteur», «Kunst-, Literatur- und Musikkritiker», «Intellektueller», «Priester» und «Journalist» lassen sich die Konstitution und der Wandel der Wissensvermittlung in der Moderne beschreiben. Dabei lässt sich zeigen, dass sich der Median der leitmedialen öffentlichen Kommunikation in der Bandbreite zwischen einer kognitiv-normativen und einer moralisch-emotionalen Berichterstattung insbesondere im neuen Strukturwandel der Öffentlichkeit zur moralisch-emotionalen Dimension hin verschoben hat. Diese «Dialektik der Aufklärung» färbt uns die Welt folgenreich anders ein.

## Einleitung

Die über 200-jährige Gesellschaftsformation Moderne ist ohne Öffentlichkeit *und* die darin stattfindende Wissensvermittlung nicht denkbar. Dieser Beitrag hat das Ziel, diesen Wissensvermittlungsprozess, seine Sozialfiguren und Aufmerksamkeitsstrukturen zu beschreiben. In der Beschränktheit des errungenen Reflexionsstandes wird hier:

1. ein Bezugsrahmen für Wissen und Wissensvermittlung auf individueller und überindividueller Ebene entworfen;
2. die Bedürftigkeit der «Wissensgesellschaft» Moderne auf permanente öffentliche Wissensvermittlung begründet;
3. eine Skizze der Sozialfiguren und der Ressorts dieser Wissensvermittlung in den Leitmedien vorgelegt;
4. die Veränderung des Rationalitätsgehalts medienvermittelter Kommunikation aus dem Wandel der Sozialfiguren und Ressorts der öffentlichen Wissensvermittlung abgeleitet.

Bei diesen Sozialfiguren handelt es sich um den «Experten», den «Handelsredakteur», den «politischen Redakteur bzw. Schriftleiter», den «Kunst-, Literatur- und Musikkritiker», den «Intellektuellen», den «Priester» und schliesslich um den modernen «Journalisten». Bei den Ressorts haben wir es im Wesentlichen mit der «Wissenschaft» bzw. der «Medizin» und der «Technik», dem «Feuilleton», dem «Handel», den politischen Ressorts und dem «Vermischten» zu tun.

## Kommunikationstheoretischer Bezugsrahmen der Wissensvermittlung

Das Wissen, das wir von der Welt haben, bewährt sich normalerweise in unseren Handlungssituationen. Die Welt, die uns in unseren alltäglichen Handlungssituationen entgegentritt, verhält sich dann so, wie wir es erwarten. Wenn dies nicht der Fall ist, erleben wir *Erwartungsenttäuschungen*, und wenn wir diese nicht durch die Einsicht in ein Missverständnis, d.h. eine falsche Interpretation der Handlungssituation, aus dem Weg räumen können, werden wir zu einem reflexiven Bezug auf unser Wissen über die Welt gezwungen.<sup>2</sup> Dann bricht die alltagspragmatische, *eindimensionale Beziehung* zwischen uns und der Welt auf, indem wir unser auf die Handlungssituation bezogenes Wissen und die entsprechenden Situationshorizonte je für sich in den Blick nehmen. Dabei können wir uns immer wieder neu der grundsätzlichen Fehlbarkeit unseres Wissens bewusst werden. Diese ausseralltägliche *Dreiecksrelation* zwi-

schen unserem reflektierenden Bewusstsein, unseren Wissensbeständen und den falsch eingeschätzten Elementen der Handlungssituation führt zunächst zu einer Neuauslegung der Handlungssituation. Wenn diese Neuauslegung nicht gelingt, dann werden wir zu Verständigungsprozessen animiert, um mit Dritten neue Interpretationen zu entwickeln oder um uns von ihnen einfach belehren zu lassen. Diese Praxis der Verständigung über Problematisches in dieser Welt, das wir *jetzt* als Problem unseres Wissens wahrnehmen, wird auf diese Weise zu einem Problem *in unserer interpersonalen Kommunikation über diese Welt*. Die in diesem Diskurs neu entwickelten Interpretationen oder die erhaltenen Belehrungen können sich dann wieder in Handlungssituationen bewähren, und wir können, wenn sie dies tun, wieder in unsere alltagspragmatische eindimensionale Beziehung zwischen uns und der Welt zurückkehren.

In diesem *Kreisprozess* zwischen situationsbewältigender Handlungspragmatik, reflexiver Einstellung und Kommunikation erschliessen wir die Welt (Habermas 1999: 7–64). Auf diese Weise funktionieren Lernprozesse, auf diese Weise wird Wissen generiert und tradiert. Wissen, das ist die Pointe des «linguistic turn» (Rorty 1969; 1981), ist damit kommunikativ strukturiert und deshalb intersubjektiv verfügbar. In unserer Sprache ist tradiertes Wissen enthalten, und über ihr Erlernen werden wir in die Welt hineinsozialisiert. Freilich ändern sich im Lebensverlauf die Formen und Orte dieses Sozialisationsprozesses. Der «significant other» unserer Primärsozialisation wird durch den «generalized other» (Mead 1968) in Gestalt von Sozialisationsagenturen wie etwa das Bildungssystem und durch unsere Netzwerke abgelöst, in denen wir uns in unseren privaten und professionellen Rollen (in unseren Expertenkulturen) austauschen und über die entsprechenden Medien Wissen beziehen.

Der wichtigste «generalized other», über den wir verfügen, ist freilich die öffentliche Kommunikation. In ihr und nur in ihr wird das, was wir als Gesellschaft bezeichnen, sichtbar. Nur weil wir dieses Zugangportal haben, sind wir in der Lage, Handlungssysteme mit ihren Institutionen, Organisationen und Rollen in einen Bezug zu dieser Gesellschaft zu setzen und Vertraute wie Fremde als Glieder dieser Gesellschaft wahrzunehmen. In der öffentlichen Kommunikation werden die partikulären Wissenswelten, in denen wir uns bewegen, mit universalisierten Wissenswelten verbunden: In der öffentlichen Kommunikation erfahren wir laufend die Aufmerksamkeitsstrukturen derjenigen Arenen, deren Publikum wir sind. Hier erfahren wir auch laufend Narrationen und Interpretationen jener Situationshorizonte, die durch diese Aufmerksamkeitsstrukturen hervorgehoben werden.<sup>3</sup>

Diese Narrationen und Interpretationen lassen sich analytisch in die drei Weltbezüge gliedern, denen wir in *allen* Handlungssituationen ausgesetzt sind: «Von vorne» treten uns in Interaktionssituationen erstens reale Sachverhalte einer objektiven Welt, zweitens Normen und Werte einer sozialen Welt und drittens wahrgenommene Emotionen aus der subjektiven Welt der Situationsbeteiligten entgegen. «Von hinten», d.h. aus unseren lebensweltlichen Wissensbeständen, beziehen wir das kognitive, normative und emotionale Wissen, um die Handlungssituationen interpretieren und erfolgreich bewältigen zu können. Gegenüber den Sachverhalten der objektiven Welt operieren wir mit kognitiven Interpretationen<sup>4</sup>; normative Interpretationen sind die Operationsregel gegenüber den durch Normen und Werte strukturierten Ausschnitten der sozialen Welt<sup>5</sup>, und emotionale Deutungen beziehen wir aus unserer privilegiert zugänglichen subjektiven Welt,<sup>6</sup> empfinden damit die objektiven und normativen Situationsbestandteile sowie und vor allem die emotionalen Expressionen der Situationsbeteiligten (Habermas 1981, Bd. 1: 225–366). Genauso validieren wir normalerweise als Mitglied des Publikums die in der öffentlichen Kommunikation erfahrenen kognitiven Interpretationen auf kognitive Weise (wahr/nicht wahr), die normativen Interpretationen auf normative Weise (richtig und gerecht/unrichtig und ungerecht) und die enthaltenen subjektiven Entäusserungen auf emotionale Weise (wahrhaftig/nicht wahrhaftig).

Weil wir die überindividuellen und nicht partikularistischen Bestandteile unseres Wissens über die öffentliche, vorab medienvermittelte Kommunikation und in den dadurch ausgelösten interpersonalen Gesprächen reproduzieren, lohnt sich der Versuch, die in der öffentlichen Kommunikation fließenden Ströme der Wissensvermittlung zu analysieren. Was ist öffentliches Wissen und wie wandelt es sich über die Zeit? Die Beantwortung dieser beiden Fragen würde es ermöglichen, die moderne Wissensgesellschaft anhand der Wissensvermittlung in der öffentlichen Kommunikation, also im Medium der Selbstreferenz der Gesellschaft selbst, beschreiben zu können. Dabei stellen sich allerdings zwei grundsätzliche Probleme: Erstens ist eine gut begründete Heuristik von Wissen und Wissensproblemen notwendig. Dies lässt sich über eine sozialtheoretische Analyse der Probleme angehen, die sich durch die Ablösung des vormodernen religiösen Weltbildes durch das moderne säkulare Weltbild stellen. Zweitens ist aufgrund der schieren Datenfülle eine empirische Validierung anzustreben, die komplexitätsreduzierend auf die gewachsenen Strukturen der öffentlichen Kommunikation abhebt. Dies lässt sich über die Ressorts der Leitmedien bzw. die mit diesen Ressorts in Zusammenhang stehenden Redaktionsstrukturen realisieren. Die Ressorts bilden die

Basisstrukturen der öffentlichen Wissensvermittlung, und die sich wandelnden Sozialfiguren dieser Wissensvermittlung verkörpern gewissermaßen die «Leitfossilien» innerhalb dieser Strukturen. Weil in diesen Ressorts Eigenlogiken der Weltbeobachtung und -beschreibung ausgebildet werden, lassen sich diese Basisstrukturen als *geronnene* Aufmerksamkeitsstrukturen der öffentlichen Kommunikation betrachten, in denen nicht nur spezifische Sozialfiguren der Wissensvermittlung reproduziert werden, sondern in diesen Ressorts reproduziert sich auch das «Weltwissen» in Form von Strömen von Kommunikationsereignissen, die ressortspezifischen Selektionen sowie entsprechenden Nachrichtenwerten gehorchen.

Diese Perspektive hat damit die Aufgabe, die sozialtheoretischen Grundthesen zu Säkularisierung mit den Ansätzen der vorab kommunikationswissenschaftlichen und historiographischen Forschung der Ressort- und Redaktionsstrukturen und der entsprechenden Sozialfiguren zu verbinden.

Um diesen Begründungsbedarf abzubauen, werden zunächst die Wissensprobleme hergeleitet, die sich in der öffentlichen Kommunikation nach «dem Austritt aus dem Zaubergarten» religiösen Denkens stellen (Weber 1973 [1916]: 444). Durch den Vergleich des vormodernen religiösen Weltbildes mit dem modernen Weltbild der Aufklärung, lässt sich zeigen, dass es die säkularisierte öffentliche Kommunikation in der modernen Gesellschaft auf neue Weise mit dem klassischen Problem des Wahren, des Guten und des Schönen zu tun bekommt. Weder das kognitiv Wahre, das normativ bzw. moralisch Gute und Gerechte noch das ästhetisch Schöne mitsamt den subjektiven Gefühlen kollektiver Zugehörigkeit lassen sich in der leitmedial vermittelten Öffentlichkeit nach Aufklärung und Revolutionen religiös begründen. Die säkularen Begründungsschwierigkeiten des kognitiv Wahren, des normativ Guten und des emotional verankerten Schönen bilden deshalb die primären Wissensprobleme der modernen Gesellschaft (s. S. 16 «Die primären Wissensprobleme»). Auf dieser Basis lassen sich dann die Wissensprobleme kognitiven, normativen und emotionalen Typs mit einer Beschreibung der wichtigsten Sozialfiguren des Wissensvermittlungspersonals *und* der Ressorts kombinieren (s. S. 20 «Wissensprobleme, Sozialfiguren und Ressorts der öffentlichen Wissensvermittlung»). Über das Schicksal dieser Sozialfiguren und der Ressorts können schliesslich Veränderungen in der leitmedialen Kommunikation bzw. der öffentlichen Wissensvermittlung benannt werden (s. S. 31 «Veränderung des Rationalitätsgehalts öffentlicher Kommunikation»).

## Die primären Wissensprobleme

Die Moderne wird zur Moderne, indem ihre Subjekte *sich selbst* als Produzenten sozialer Ordnung entwerfen. Sie machen dies, indem sie in der Aufklärungsbewegung die «Vernunft» an die Stelle der «Vorsehung» setzen (Imhof 2006 [1996]). Für die Dynamik dieser Moderne ist an diesem epochalen Vorgang entscheidend, dass «ihr» säkulares Weltbild im Gegensatz zu allen vormodernen, religiösen Weltanschauungen keine *krisisresistente Weltinterpretationen* mehr zulässt. Alleserklärende religiöse Begriffe wie «Schicksal», «Vorsehung» und «Fügung» verlieren in Sprache und Denken ihren unvergleichlich sinnstiftenden und komplexitätsreduzierenden Gehalt. Was vor sich geht, kann nun in der öffentlichen Kommunikation nicht mehr mit einer transzendentalen Gottesfigur erklärt werden, in der diese Vorsehung gründet. An deren Stelle tritt auf folgenreiche Weise der Anspruch auf Vernunft. Vernunft oder der «Austritt aus der selbstverschuldeten Unmündigkeit» (Kant 1912 [1784]: 36) ist jedoch an Zeit gebunden, weil es einen kollektiven Emanzipationsprozess der Bürger erfordert.

Eine zentrale Folge dieser Säkularisierung ist entsprechend die *Verzeitlichung*: Erst dem modernen Denken ist eigen, dass die Entwicklung von der Vergangenheit über die Gegenwart in die Zukunft als *irreversibler Vorgang* interpretiert wird, in dem *die Geschichte* als fortlaufender Prozess der Menschheitsrealisierung erscheint. Damit vollzieht sich diejenige grundsätzliche Wandlung des Zeitverständnisses, die Reinhard Koselleck als sprunghaft gewachsene Differenz zwischen «Erfahrungsraum» und «Erwartungshorizont» beschrieben hat (Koselleck 1979: 359).<sup>7</sup> Der «Erwartungshorizont» schießt mit dem Beginn der Moderne weit über den «Erfahrungsraum» hinaus. Dieser Erwartungshorizont entsteht in der Perspektive geschichtsphilosophischen Denkens, und zwar zunächst im Öffentlichkeitsverständnis der Aufklärungsbewegung: Darin verwandeln sich die Eschatologien der Vormoderne in *säkulare Zukunftserwartungen*, die über menschliches Handeln eingelöst werden können, sofern dieses Handeln der Vernunft gehorcht. Dies ist im aufgeklärten Weltbild dann und nur dann der Fall, wenn die Bürger sich wechselseitig Publikum sind und sich in freier Kommunikation selbst aufklären. Indem diese freie Kommunikation Vernunft hervorbringt, sichert sie die Zivilisierung des Menschen wie der Gesellschaft. Dieser utopischen Hoffnung verdanken wir vieles, insbesondere die demokratischen Institutionen des modernen Rechtsstaates, der die freie Öffentlichkeit zu schützen hat (Imhof 2003: 25–57). Von dieser utopischen Hoffnung und den in ihrem Licht geschaffenen Institutionen (des verfassten Rechtsstaates, der demokratischen Wahl und der bürgerlichen Freiheitsrechte insbesondere der Versamm-

lungs-, Meinungs- und Publikationsfreiheit) erben wir aber auch einen explodierenden Sinnbedarf, weil nun die göttliche «Fügung» in der öffentlichen Kommunikation keine Rolle mehr spielen darf. Die einst die soziale Ordnung insgesamt bestimmende religiöse Metaphysik zieht sich – unter Einbusse ihrer Geschlossenheit – in den vorerst unpolitischen Raum des Privaten zurück. Hier in der privaten Sphäre modernen Lebens bleiben – im Gegensatz zum öffentlichen Raum, insbesondere der politischen Öffentlichkeit – die religiöse Gesinnung sowie religiöse, magische und esoterische Handlungen durch die ganze Moderne hindurch sinnstiftend. Dem Geltungsanspruch der Vernunft bzw. der Säkularisierung ist seit der Aufklärung die Öffentlichkeit ausgesetzt. Wenn nun aber in dieser Öffentlichkeit die Welt und das Leben in ihr nicht mehr als Produkt ausserweltlicher Fügung *hingenommen* werden können, dann entstehen ein gewaltiger Sinnbedarf und eine prinzipiell offene Zukunft, die nun beständig «geschlossen», d.h. *erwartbar* gemacht werden muss. Die im Gottesbegriff, bis in die Vormoderne bewahrte Einheit des «Wahren», des «Guten» und des «Schönen» wird durch die rationalisierende Vernunft aufgesprengt (Weber 1973 [1916]: 441–486). Das alle Weltbezüge umfassende Wahrheitsverständnis religiöser Dogmatik weicht einem wissenschaftlichen Wahrheitsbegriff, der über Beobachtung, Experiment und Diskurs wahre Aussagen über die objektive Welt produziert. Die göttlich gesetzte Ordnung weicht einer sozialen Ordnung, deren Normen und Werte wohl zu einem grossen Teil in der religiösen Tradition wurzeln, aber in der öffentlichen politischen Kommunikation an sich nicht mehr religiös begründet werden können. Und schliesslich muss der über die Begriffe wie «Seele», «Gewissen» und «Talent» einst selbstverständlich gegebene identifikative Bezug der Gläubigen zum Göttlichen und zur Glaubensgemeinschaft neuen Kollektividentitäten weichen, die säkular begründet werden müssen.

Der Vernunftanspruch der Aufklärung sprengt also die Verankerung des Wahren, des Guten und des Schönen im Göttlichen. Im Zeichen der Vernunft wird das kognitiv Wahre, das normativ Gute und die innere Welt des Subjekts (die Seele) in die unterschiedlichen Weltbezüge einer kognitiv zugänglichen objektiven Welt gesetzmässiger Ursache-Wirkungs-Zusammenhänge, einer durch menschliche Normen und Werte geordneten sozialen Welt und einer emotional bzw. emphatisch erschliessbaren subjektiven Welt aufgetrennt.<sup>8</sup> Der daraus hervorgehende Wissensbedarf lässt sich in fünf Dimensionen beschreiben:

- *Erstens: Das Problem des Wahren.* Die moderne öffentliche Kommunikation ist *in der kognitiven Dimension* durch das fundamentale

Unvermögen belastet, für immer schon höchst sinnbedürftige Phänomene wie Katastrophen, Krisen, Kriege und Umbrüche religiöse Interpretationen verwenden zu können. Über diese selbst im religiösen Denken schwierigen Diskontinuitätsinterpretationen (Theodizeeproblematik) hinaus müssen in der öffentlichen Kommunikation die nun prinzipiell offenen Zukünfte, die «Erwartungshorizonte», beständig geschlossen werden. In der öffentlichen Kommunikation muss sich also Erwartungs*unsicherheit* laufend in *Erwartungssicherheit* verwandeln, denn nur eine «lichte» Zukunft macht Investitionen wahrscheinlich. Die Zukunft ist nicht mehr die «Fügung» einer göttlichen Wesenskraft (also den Menschen enthoben), sondern die unüberblickbare Summe *aller Folgen und Nebenfolgen menschlichen Handelns sowie von Kontingenzen der Natur*. Dadurch wird die Moderne auf sich selbst zurückgeworfen. Dies konfrontiert diese Gesellschaftsformation mit dem Problem, alle als relevant erscheinenden *Sachverhalte* durch eine prinzipiell unbegrenzte Summe von Ursache-Wirkungs-Zusammenhängen erklären zu müssen. Dies führt zur Notwendigkeit, *kognitive Erklärungen* für alles finden zu müssen, was für die Menschen positive oder negative Bedeutung erhält. Dies verschafft der Wissenschaft und der Technik ihren Status in der Moderne. Damit tritt eine anforderungsüberlastete Vernunft an die Stelle der Vorsehung. Denn auf der Basis von Schicksal, Vorsehung oder Fügung liess sich der moderne Kapitalismus mit seiner Angewiesenheit auf «Berechenbarkeit» und Investitionssicherheit nicht aufbauen.<sup>9</sup> Die dieser wissenschaftlich-technischen Wissensproduktion entspringenden wahren *Gesetzmässigkeiten* sind nun aber im Unterschied zu göttlichen Kräften *moralisch blind*. Gebete, gute Taten und Opfergaben machen im Sinne des Wortes keinen Sinn mehr, um über Gott die Welt realer Sachverhalte zu beeinflussen: Die gute Ernte ist nicht mehr das Produkt religiöser Handlungen, sondern wissenschaftlichen Landbaus. Das kognitiv Wahre und das normativ Gute treten auseinander. Der Anreiz, Gutes zu tun, um die Sachverhalte der objektiven Welt über die Gnade Gottes beeinflussen zu können, entfällt. Die Gottesfrucht büsst an kollektiver Bindungskraft genauso ein, wie die im Zeitalter der Konfessionalisierung entfaltete zivilisierende Energie des Religiösen geschwächt wird.

- *Zweitens: Das Problem des Guten*. In der modernen öffentlichen Kommunikation muss *in der normativ-moralischen Dimension* ein gewaltiger Aufwand betrieben werden, um die *soziale Ordnung* zu rechtfertigen. Insbesondere muss die Moderne, wie jede Gesellschaftsformation, das Fundamentalproblem *Ungleichheit* lösen. Ihr fehlt dabei jedoch das äusserst erfolgreiche Prinzip ausserweltlich-religiöser und

dadurch legitimer Differenzsetzungen für ihre Macht- und Besitzunterschiede. Die dauerhafte Reproduktion *legitimer Ungleichheit* setzt nun hochkomplexe Institutionen voraus, die der Legitimität bedürfen und die Chancengleichheit und Umverteilung ermöglichen.<sup>10</sup> Damit ist das Problem verbunden, das Gute und das Böse, das Gerechte und das Ungerechte *diesseits* religiöser Satzungen und der Überlieferung bestimmen und durchsetzen zu müssen. Entgegen den Annahmen der Aufklärungsbewegung können Tugendfragen bzw. die elementaren Fragen des guten und richtigen Lebens *nicht kognitiv gelöst werden*. Normative Fragen werden Bestandteil einer unaufhörlichen politischen Auseinandersetzung *weltanschaulichen* Charakters.

- *Drittens: Das Problem des Schönen*. In der *emotionalen Dimension* der öffentlichen Kommunikation der Moderne lässt sich die identitätssichernde Beziehung zum Göttlichen nicht mehr benennen. Dieser Identitätsbezug wurde in der repräsentativen Öffentlichkeit der Vormoderne insbesondere über das Konzept der Sünde sowie in Begriffen wie «Gewissen», «Seele» und «Talent» zum Ausdruck gebracht. Damit wird der Mensch aus seiner vormodernen, konfessionell und obrigkeitsstaatlich geregelten Bindung zum Göttlichen und den daraus abgeleiteten Kollektividentitäten («*cuius regio, eius religio*») entlassen und der Kontingenz konkurrierender religiöser Bindungsangebote da ausgesetzt, wo die moderne, säkulare Sinnstiftung systematisch versagt (Lübbe 1986).<sup>11</sup> Ausserdem müssen neue *säkulare* Kollektivzugehörigkeiten (Nationalismen) in den modernen *Nationalgesellschaften* über ein ebenfalls weltanschauliches Orientierungswissen generiert und stabilisiert werden, das die für die soziale Ordnung wie für die Demokratie notwendigen Loyalitäts- und Partizipationsdispositionen *unabhängig* von Gottesfurcht und der traditionell und religiös legitimierten Herrschaftsgewalt des vormodernen Obrigkeitsstaats produziert.

Daneben ist das von Menschen geschaffene *Schöne* nicht mehr die kunsthandwerkliche – also über verliehene göttliche «Talente» ermöglichte – Zier beliebiger Artefakte zum Ruhme Gottes oder der davon abgeleiteten irdischen Macht, sondern das Produkt einer *eigenlogischen Entwicklung* («*l'art pour l'art*»), die eine unüberblickbare Fülle subjektiver Expressionen als Kunst entlässt. Der Zugang zur Kunst, dieser Sphäre auf Dauer gestellter Externalisierung subjektiver Innerlichkeit, wird komplex. Damit ist auch der im religiösen Denken noch gegebene Zusammenhang des Schönen mit dem Wahren und dem Guten zerbrochen. Das Schöne ist nun weder wahr noch gut, sondern schlicht eigenlogisch (Luhmann 1986: 624).

- *Viertens: Das Problem von Offenheit und Dynamik*. Die Moderne

ist in der *Dimension ihrer strukturellen und kulturellen Komplexität und Dynamik* wesentlich anforderungsreicher als alle vormodernen Gesellschaften. Insbesondere ist die «offene Gesellschaft» (Popper 1992 [1945]) viel dynamischer als die hinsichtlich Statusallokation «geschlossene» Vormoderne. Für die Akteure der beschleunigten, fortschrittsorientierten Moderne ist das situationsadäquate «Lesen» des Sozialen dadurch von beständig erneuertem Orientierungswissen abhängig (Koselleck 1973 [1959]).

- *Fünftens: Das Problem der Pluralität.* Schliesslich entfaltet sich im neuen Raum *der öffentlichen Kommunikation* eine *völlig neuartige Pluralität der Perspektiven*, in der nicht nur traditionell-religiöse Sinnhorizonte zugunsten zahlloser neuer, säkularer Sinnangebote auf höchst konfliktreiche Weise zurückgedrängt werden (Kulturkämpfe), sondern diese Sinnangebote bedürfen selbst wiederum integrierender Interpretationen.

Diese Bedürftigkeit nach *Sachverhaltserklärungen* der objektiven Welt, *Rechtfertigungen* der sozialen Welt und *Identitäten* in der subjektiven Welt, nach Wissen in kognitiver, normativer und emotionaler Hinsicht also,<sup>12</sup> die Notwendigkeit, dieses Wissen aufgrund der Komplexität und der Dynamik der Moderne beständig zu reproduzieren, und die interpretative Einordnung der Pluralität der Perspektiven *sind die Wissensprobleme der Moderne*. Der zentrale soziale Ort der Anfachung wie der Befriedigung der entsprechenden Wissenssucht ist seit über 200 Jahren die öffentliche Kommunikation geblieben. In ihr reproduziert sich die moderne Wissensgesellschaft.

### **Wissensprobleme, Sozialfiguren und Ressorts der öffentlichen Wissensvermittlung**

Diese Wissenssucht ist der Preis der Säkularisierung oder des «Austritts aus dem Zaubergarten», wie Max Weber diesen epochalen Vorgang nennt. Und dieser Preis ist hoch. Wie hoch er ist, das lässt sich an der Wissensbedürftigkeit der Moderne bzw. an den Handlungssystemen, Institutionen, Organisationen und Rollen (Sozialfiguren) der modernen Wissensproduktion ermesen.

Die wissensproduzierenden und -bedürftigen Handlungssysteme wie die Wissenschaft<sup>13</sup>, die Religion<sup>14</sup>, die Kunst<sup>15</sup>, das Bildungssystem<sup>16</sup>, das politische System<sup>17</sup>, die Justiz<sup>18</sup> und die Wirtschaft<sup>19</sup> etc. mit ihren Binnenarenen stehen in einer *osmotischen Beziehung* zur leitmedialen Arena der

öffentlichen Kommunikation. In den Zirkularitäten der Kommunikationsflüsse zwischen diesen Binnenarenen und der leitmedialen öffentlichen Kommunikation konstituieren sich laufend neue *Aufmerksamkeitstopographien aus Kommunikationsereignissen*, die es uns erlauben, den Lauf der Dinge wahrzunehmen.

Genauso, wie die Institutionen, Organisationen und Sozialfiguren dieser Handlungssysteme sowie nicht etablierte Akteure, wie soziale Bewegungen und Protestparteien, Interventionen tätigen, um Kommunikationsereignisse in der leitmedialen Arena auszulösen oder sich an bereits existierenden Kommunikationsereignissen zu beteiligen, genauso lösen die Institutionen, Organisationen und Sozialfiguren des Mediensystems Kommunikationsereignisse über die genannten Handlungssysteme aus oder beziehen diese in bereits existierende Kommunikationsereignisse ein. Die öffentliche Wissensvermittlung ist somit das Produkt von *ereignisbezogenen Kommunikationsflüssen zwischen der leitmedialen Arena und den Binnenarenen der Teilbereiche moderner Gesellschaften*. Dies setzt in den Binnenarenen der Teilbereiche und in der leitmedialen Arena Sozialfiguren voraus, die in der Lage sind, die Kommunikationsereignisflüsse an den Schnittstellen dieser Arenen zu kanalisieren und zu übersetzen. Hierzu sind Übersetzungsleistungen notwendig, die die Eigenlogiken und Komplexitäten der Kommunikation in den Binnenarenen so verwandeln, dass das nicht begrenzbar Laienpublikum der leitmedialen Arena adressiert werden kann.<sup>20</sup>

Um nun die öffentliche Wissensvermittlung in der modernen Gesellschaft zu analysieren, werden zunächst die wichtigsten Sozialfiguren dieser Wissensvermittlung in der leitmedialen Arena skizziert.<sup>21</sup> Im und zuhanden des Handlungssystem(s) der auf öffentliche Kommunikation spezialisierten Medien<sup>22</sup> finden wir die *wichtigsten Schlüsselrollen*, denen die Last der explizit *öffentlichen* Wissensvermittlung oblag und obliegt. Welche Sozialfiguren der Wissensvermittlung finden wir in diesem Terrarium, das mitsamt seinen Sozialfiguren in den Strukturwandeln der Öffentlichkeit mehrfach umgestaltet worden ist (Dewey 1954 [1927]; Horkheimer/Adorno 1969 [1944]); Habermas 1990 [1962]; Münch 1995; Imhof 2007)?

- Der ursprünglich nur naturwissenschaftliche, medizinische und technische «Experte» für die Erklärung von als *wahr* geltenden *kognitiven* Ursache-Wirkungs-Zusammenhängen bzw. Sachverhalten; dann die erst viel später dazustossenden sozial- und geisteswissenschaftlichen Experten;

- der Vermittler von Handelsnachrichten, der «Handelsredakteur». Hierbei handelt es sich um eine der ursprünglichsten Figuren *kognitiver* Wissensvermittlung;
- der weltanschauliche Interpret des *Guten und Gerechten* in Gestalt des politischen «Redakteurs» oder «Schriftleiters»;
- der «Kunst-, Musik- und Literaturkritiker» zur Einführung in die eigenlogischen Werte des *Schönen*;
- der «Intellektuelle» und der «Priester» zur *ausseralltäglichen* und orientierungsstiftenden Verbindung der zerbrochenen Einheit des *Wahren, Guten und Schönen*;
- und schliesslich und endlich, aber erst spät, der moderne «Journalist» als professionalisierter Berichterstatter des unter Objektivitätsethiken beschriebenen «Nachrichtenwerthaltigen» in allen Ressorts, das vorab in Gestalt von *Abweichungen* vom Wahren, Guten und Schönen auftritt.

Der Experte, der politische Redakteur, der Kunstkritiker und der Intellektuelle haben dieselben verwandten Ahnen, nämlich den Humanisten bzw. den «uomo universale» der Renaissance (Burke 1990 [1987]) und den Bildungsbürger der Aufklärungsbewegung (Dülmen 1986). Diese Ahnen hofften noch mit einiger Gewissheit, dass Fragen des Wahren, des Guten und des Schönen – mithin also alle Fragen – über die *eine* Vernunft gelöst werden können. Mit anderen Worten: Die Vernunft führt die Menschen zur Einsicht in die Gesetzmässigkeiten des Wahren *und* des Guten *und* des Schönen, *d.h. in die Erkenntnis der Naturgesetze und der Sozialgesetze und der ästhetischen Gesetze mitsamt den Gesetzmässigkeiten der inneren Natur des Menschen*. Diese Utopie der Aufklärungsbewegung und ihres Bildungsbürgertums beruht auf dem freien Raisonement freier Bürger in freier Öffentlichkeit und sie führt in der Perspektive der Aufklärung zum «Austritt aus der selbstverschuldeten Unmündigkeit» (Kant). Damit wird ein Pfad der Säkularisierung in der öffentlichen Kommunikation eröffnet, der das Wahre, das Gute und das Schöne aus seiner gemeinsamen Verankerung in der Gottesfigur löst. Der simple Transfer des Problems des Wahren, Guten und Schönen auf die *eine* kognitive Vernunft konnte nicht gelingen: Die vereinseitigte Rationalität der Moderne, die Horkheimer und Adorno im Anschluss an die webersche These vom «stahlharten Gehäuse» erstarrter Zweckrationalität (1973 [1905]) in ihrer «Dialektik der Aufklärung» (1969 [1944]) postulierten, konnte sich nur in einer, auf die Aufklärungsutopie zurückzuführenden Bedeutungsasymmetrie zugunsten der Bezüge zu einer objektiven Welt realer Sachverhalte manifestieren. Weder die Fragen der normativen Richtigkeit und Gerechtigkeit noch die Fragen der subjektiven Innerlichkeit (Emotionen, Ge-

fühle, Geschmacksurteile) lassen sich auf kognitive Ursache-Wirkungs-Zusammenhänge (also auf Wahrheitsfragen) reduzieren. Im Masse, wie deshalb das kognitiv Wahre, das normativ Gute und das subjektiv Schöne auseinandertreten, im Masse also, wie klar wird, dass das Wahre weder gut noch schön sein muss, spaltet sich die Zuständigkeit für das Wahre, Gute und Schöne, d.h., es etablieren sich spezialisierte Rollen und Ressorts der alltäglichen öffentlichen Vermittlung *grundbegrifflich* unterschiedlichen Wissens.<sup>23</sup>

*Experte:* Für das Wahre bzw. das Unwahre – für Sachverhalte also – wurde bereits im aufgeklärten Absolutismus der *«Experte»* zuständig.<sup>24</sup> Im 19. Jahrhundert lässt sich der öffentlich wirkende Experte fast ausschliesslich in naturwissenschaftlichen, medizinischen und technischen Zusammenhängen beobachten. Generell treffen wir den Experten als wichtigsten Vermittler kognitiven Wissens über Sachverhalte mit Wahrheitsanspruch a) in hochinstitutionalisierten Sozialkontexten wie Gerichtssitzungen, Anhörungen in Enqueten, in Gutachtertätigkeiten aller Art und in allgemeinbildenden Büchern für die verschiedensten Handlungsfelder wie etwa die Bildung, die Gesundheit, die Hygiene oder die Landwirtschaft; b) im Feuilleton («gelehrte Beiträge») und in den (Beilagen der) Zeitungen nach der Mitte des 19. Jahrhunderts und c) im «verspäteten Ressort» Wissenschaft, das sich im deutschsprachigen Raum in den qualitätsorientierten Leitmedien erst nach der Mitte des 20. Jahrhunderts ausdifferenziert (Hömborg 1989). In den Zeitungen wird der Experte ausschliesslich für die Vermittlung kognitiven Wissens über die Natur, die Medizin und die Technik zuständig. Sein Selbstverständnis ist dasjenige eines Wissenschaftlers, der einem bildungsbürgerlichen Publikum Gesetzmässigkeiten der Welt «realer» Sachverhalte erläutert, die der Vernunft zugänglich sind (Daum 1998). Diese Sozialfigur steht in der Tradition des positivistischen bzw. sensualistischen Selbstverständnisses der frühmodernen Wissenschaft und entfaltet sich im Rahmen der ungeheueren Bedeutungssteigerung der Wissenschaft in und nach der Aufklärung. Diese Sozialfigur beschreibt die Welt bis heute äusserst wirkmächtig als etwas, das über kontrollierte Beobachtung und Experiment im wissenschaftlichen Erfahrungswettbewerb immer genauer beschrieben werden kann. Mit anderen Worten: Es ist diese Sozialfigur, die einen essentialistischen, abbildtheoretischen Wahrheitsbegriff durch die ganze Moderne hindurch aufrechterhält und uns die Welt auf diese Weise vor Augen führt.<sup>25</sup> Diese Sozialfigur ist praktisch unsterblich; sie ist direkt mit dem ursprünglichen, *kognitivistisch vereinseitigten* Vernunftideal der Moderne verknüpft. Allerdings wird diese Sozialfigur in der leitmedialen Kommunikation ihrer Selbständigkeit enthoben und durch den Wissenschaftsjournalisten ersetzt.

*Handelsredakteur*: Der Handelsteil, der sich mitsamt dem entsprechenden «*Handelsredakteur*» bereits vor der Mitte des 19. Jahrhunderts als eigenständiges Ressort ausdifferenzierte, behielt bis zum letzten Drittel des 20. Jahrhunderts weitgehend seine bereits im vormodernen Zeitungswesen ausgebildete Charakteristik. Diese kann als Reihung von immer abstrakter werdenden Korrespondenznachrichten beschrieben werden. Mit dem Unterschied freilich, dass nun politische Nachrichten nicht mehr mit Handelsnachrichten vermischt werden wie in der traditionellen Zeitungsproduktion des 17. und 18. Jahrhunderts, in der Nachrichten mehr oder weniger entsprechend ihrem Eintreffen in die Zeitung gesetzt wurden. Handelsnachrichten stellen schon seit dem 17. Jahrhundert eine spezielle Form der Wissensvermittlung dar. Im Masse der Entfaltung und Professionalisierung des europäischen Handels insbesondere ab der zweiten Hälfte des 17. Jahrhunderts verkürzen sich die Handelsnachrichten auf verdichtete Meldungen ökonomischer Leistungsfähigkeit und auf Informationsreihen (in der abstrakten Form von Währungen, Preisen und Masseinheiten), die sich erst durch das Vorwissen der Mitglieder der Expertenkulturen der aufkommenden merkantilistischen Marktwirtschaft in handlungsrelevantes Wissen verwandeln. Der Markt erscheint im Handelsteil als etwas, das unzählige Einzelhandlungen automatisch reguliert und den Gleichgewichtsgesetzen gehorcht, die eine mathematisierte Naturwissenschaft auch der Natur zuschreibt. Damit scheinen die naturwissenschaftsanalogen Zeitreihen der Marktbewegungen auch im Selbstverständnis des spezialisierten Publikums aus Manufakturisten, Bankiers, Handeltreibenden und Aktienbesitzern einen Ausschnitt aus der Welt zu beschreiben, der nach vergleichbaren Gesetzmässigkeiten (allem voran Nachfrage und Angebot) funktioniert, wie die naturale Welt realer Sachverhalte. Diese Weltabbildung führte zu der bis in die Gegenwart relevanten, weltanschaulichen Position einer natürlichen, «wahren» Ordnung des Marktes, einer Ordnung die im Sinne der «unsichtbaren Hand» von Adam Smith (1981 [1776]) die menschlichen Angelegenheiten automatisch so regelt, dass das Glück für alle erreicht wird. Die daraus hervorgehende, wirkmächtige Vorstellung einer «natürlichen» Marktordnung begründet nicht nur die dem modernen, regulierenden Staatswesen prinzipiell kritisch gegenüberstehende liberale Demokratie- und Staatstheorie, sie spiegelt sich auch in wissenschaftlichen Schulen der Ökonomie, die früh damit begannen, die Regularitäten des Marktes gleich zu beschreiben, wie die Naturwissenschaftler die Regularitäten der Natur. Im Handelsteil spiegelt sich somit eine *unpolitische*, rein positivistische Wissensvermittlung über eine objektive Welt realer Sachverhalte, also eine Welt, die man nicht im Sinne der Hermeneutik *verstehen*, sondern nur über Gesetzmässigkeiten *erklären* kann. Entsprechend interpretiert der

Handelsredakteur nicht, er bildet vielmehr eine aus dem Politischen ausdifferenzierte Ökonomie ab, die nach Eigenlogiken funktioniert. Diese Sozialfigur des dienstleistenden Handelsredakteurs ist gestorben. Er erlitt das Schicksal des Outsourcings an spezialisierte Agenturen, die uns das auf Zahlenreihen reduzierte Marktgeschehen vermitteln. Weil dies für das Verständnis der Ökonomie nicht genügt, wird der Handelsteil zu einem Subressort des (späten) Wirtschaftsteils, den der Wirtschaftsjournalist bewirtschaftet.

*Redakteur/Schriftleiter:* Für Fragen des Guten und Gerechten – im allgemeinsten Sinn für die soziale bzw. politische Ordnung – waren in den ursprünglich wichtigsten Massenmedien, in den «Weltanschauungsorganen» oder Parteizeitungen der zweiten Hälfte des 19. und im 20. Jahrhundert(s), strikt die «Redakteure» oder «Schriftleiter» zuständig. Ihr primäres Ressort war die Politik, das sich in mannigfache Teilressorts aufgliederte,<sup>26</sup> über die der «Chefredakteur» bzw. der «Hauptschriftleiter»<sup>27</sup> besonders wachte. Das Publikum dieser Sozialfigur bilden die parteipolitisch segregierten Milieus liberaler, sozialistischer oder konservativer Provenienz, die konkurrierenden Parteizeitungen und der Staatsbürger. Die gut gebildeten Redakteure, Redaktoren oder Schriftleiter, die sich nach 1848 in der Schweiz wie in Deutschland vermehrten (Wilke 2002: 15–31),<sup>28</sup> verkörperten die intellektuellen Speerspitzen der politischen Parteien und Verbände, und sie waren entsprechend zutiefst durch ihr politisches Selbstverständnis geprägt. Die spätere Rollenteilung von Politiker und Journalist wäre ihnen nie in den Sinn gekommen. Ihnen oblag es, den Lauf der Dinge wie den Zustand der sozialen Ordnung mit der eigenen *Geschichtsphilosophie* in Beziehung zu setzen, also «richtig» zu interpretieren. Zuvor, also noch in den Periodika der Aufklärungsgesellschaften, wurden Fragen des Wahren, des Guten und des Schönen, also naturale, technische, medizinische *genauso* wie soziale, pädagogische, kulturelle, sittliche, ökonomische *und* künstlerische Themen, gleichberechtigt im Glauben an die erleuchtende Kraft der aufklärungswissenschaftlichen kognitiven Vernunft abgehandelt (Böning 2003; Dülmen 1994; Im Hof 1982; Zaunstock 1999). In den «weltanschaulichen» Gesinnungs- bzw. den politischen Milieumedien ab der Mitte des 19. Jahrhunderts (Langewiesche 1998; Wilke 2003: 151–168) kamen nun *die Fragen des Guten und Gerechten*, mithin alle Fragen der sozialen Ordnung, also die sozialen, sittlichen und politisch-ökonomischen Themen in den Sog weltanschaulichen Denkens. Freilich erfolgte diese politische Berichterstattung durch die Redakteure im Gestus eines Wahrheitsanspruchs, der aus einer *Weltanschauung abgeleitet* wurde. Die Fragen sozialer Ordnung und damit die normativen Probleme der modernen Gesellschaft wurden

im Licht eines *kognitivistisch konstruierten ideologischen Überbaus* gelöst, eines Überbaus, der den normativen Aussagen die Weihe einer wissenschaftsanalogen Begründung verlieh. Dieser Quasi-Kognitivismus besteht regelhaft aus kognitivistischen Aussagen geschichtsphilosophischen und anthropologischen Typs mit Wahrheitsanspruch und *daraus abgeleiteten* Normen und Werten sowie Identitäten.<sup>29</sup> Dieser *Quasi-Kognitivismus* sorgte für eine Berichterstattung, in der permanent Ableitungen aus der Weltanschauung die Beschreibung politischer Probleme und die Auseinandersetzungen mit den anderen Parteizeitungen anleiteten. Dadurch, dass sich die Parteizeitungen in ihrer Auseinandersetzung wechselseitig Publikum waren, wurden den Lesern aus den jeweiligen Parteimilieus anhand der politischen Konflikte immer gleichzeitig die weltanschaulichen Grundpositionen vermittelt.<sup>30</sup> Diese wissenschaftsanaloge Beweisführung, die auch heute noch (wenn auch unter anderen Bedingungen) weltanschauliche Auseinandersetzungen kennzeichnet, führte zur Tradition der (wechselseitigen) Ideologiekritik und damit zu einer Metaebene öffentlicher Kommunikation, in der die Redakteure gegen die Unterstellung der Interessengebundenheit ihrer Weltanschauung kämpften und die Plausibilität ihrer Perspektiven unter Beweis zu stellen versuchten. Diese weltanschauliche Verankerung der öffentlichen Kommunikation ist auch ursächlich dafür, dass in der Ära der Parteizeitungen die Vertreter der Geistes- und Sozialwissenschaften keine Chance hatten, einen Expertenstatus in der öffentlichen Kommunikation zu erlangen. Die politischen Redakteure fanden sich im Licht ihres «normativen Wahrheitsanspruchs» für alle Fragen der sozialen Ordnung zuständig. Als Ausnahme fanden Nationalhistoriker und Vertreter der politischen Ökonomie dann Resonanz in den Parteiorganen, wenn ihre Perspektive der entsprechenden Weltanschauung entsprach.<sup>31</sup> Mit dem Ende der Ära der Parteizeitungen, die die Leitmedien der kontinentalen Moderne bis über die zweite Hälfte des letzten Jahrhunderts verkörperten, stirbt die Sozialfigur des politischen Redakteurs. An seine Stelle tritt einerseits der politisch festgelegte Journalist in denjenigen Forumsmedien, die eine Affinität zu einer Weltanschauung behielten, und andererseits das politische Personal, das weltanschauliche Positionen im Wettbewerb um die Beachtung der Forumsmedien und der öffentlich-rechtlichen Medien vertritt. Allerdings verdünnt sich damit das weltanschauliche Wissen über alle Fragen der sozialen Ordnung, das beim Publikum hohe Anforderungen an die geschichtsphilosophischen Inhalte der Hochideologien der Moderne (Liberalismus, Konservatismus, Sozialismus) stellte. Und diese Hochideologien sorgten für unterschiedliche redaktionelle Aufmerksamkeitsstrukturen und damit für eine Pluralität der Perspektiven, die nicht nur den seismographischen Gehalt öffentlicher Kommunikation auf hohem Niveau hielt, sondern auch

für weltanschauliche Lernprozesse verantwortlich war. Die Problematisierungen sozialer Ordnung aus liberaler, konservativer und sozialistischer Perspektive wirkten als wechselseitige Irritationen, und dies konnte insbesondere in Krisenperioden zu qualitativen Sprüngen in der Dogmatik dieser Ideologien sorgen.<sup>32</sup>

*Kunst-, Musik- und Literaturkritiker:* Bereits schon im Kunst- und Literaturdiskurs der Aufklärung, erst recht aber auf der Basis des Geniebegriffs der Romantik (Hauser 1978: 635–637, 717) wird das «Künstlerische» als Ausdruck der subjektiven Innerlichkeit schöpferischer Genies begriffen und durch eine weitere Sozialfigur vermittelt. Dem «*Kunst-, Musik- und Literaturkritiker*» obliegt die Validierung des Authentischen, des Künstlerischen, Ausdrucksstarken, Stilgerechten und Geschmackvollen. Sein Ressort ist das Feuilleton und sein Publikum ist ausschliesslich das Bildungsbürgertum. Letzteres geht auf die Aufklärungsbewegung des 18. Jahrhunderts zurück, in der sich eine bürgerliche Öffentlichkeit noch vor ihrer Politisierung zunächst als literarische ausbildet (Habermas 1990 [1962]; Bourdieu 1999; Imhof 2006 [1996]). In den Salons des Adels, in Kaffeehäusern, im Theater, in Kunsthäusern und Sammlungen sowie in Lesegesellschaften etabliert sich ein sophistizierter Kunstgenuss, der sich dezidiert von der traditionalistischen Emotionalität der Volkskultur absetzt und gerade dadurch auch zu einem Statusmerkmal des nicht puritanischen Bürgertums wird. Diese scharfe Abschichtung der Elitenkultur und der Volkskultur wird durch eine Institutionalisierung und eine Pluralisierung der Kunstsphäre ergänzt. In den im Rahmen der repräsentativen Öffentlichkeit der Vormoderne geschaffenen Institutionen (Kunsthäuser, Museen, Theater, Opernhäuser) manifestiert sich die *etablierte Kunst* sozialer Eliten (Adel, Bürgertum, hoher Klerus), und rund um diesen etablierten Kunstdiskurs formiert sich im 18. Jahrhundert eine vielfältige Bohème, d.h. eine in ihrem Selbstverständnis künstlerische Avantgarde, die die etablierte Kunst kritisiert und um Etablierung kandidiert. Im Masse, wie sich die Kunst der sozialen Eliten von der Volkskultur absetzt und in etablierte bzw. nicht etablierte Stil- und Ausdrucksvielfalten pluralisiert, und im Masse, wie das Mäzenatentum um bürgerliche Schichten erweitert wird, formiert sich ein Kunsthandel, der seinen Teilnehmern ein kompliziertes Wissen abverlangt, in dem das laufend wechselnd «Gängige» sorgfältig vom Überholten und Avantgardistischen unterschieden werden muss. In den Kommunikationsereignissen der Kunstöffentlichkeit bildet sich der Geschmack des gehobenen bürgerlichen Publikums, der wiederum in den interpersonalen Gesprächen in den Erscheinungsräumen dieser Öffentlichkeit, in den Kunst-, Theater- und Opernhäusern und im bürgerlichen Salon bewiesen werden muss (Hauser 1978, 943ff.; Dülmen

1982; Elias 1983; Eco 1984; Imhof 2006 [1996], 56–64, 140–179). Zuhanden dieses Publikums funktioniert der hochgebildete Kunst-, Literatur- und Musikkritiker zunächst innerhalb der Aufklärungszirkel, später im daraus hervorgehenden Feuilleton als Validierungsinstanz bzw. als «Peerperson» zur Einführung in die Kunst. Er operiert mittels einer kritischen Berichterstattung, die *kognitiv-deskriptive*s Wissen über Kunststile, Darstellungsformen und -traditionen mit *ästhetisch-expressiven* Äusserungen des Genusses oder Missfallens *verbindet*. Ersteres dient dem komplizierten Nachweis des Authentischen und Originellen, das aber trotzdem als Ausdruck und Fortschreibung kanonisierter abendländischer Kultur zu gelten hat. Letzteres konnte nicht in Widerspruch zu Ersterem stehen, denn Kunstgenuss setzt ihren Status voraus. Gerade die *kognitiv-ästhetische*, insbesondere kunsthistorische Formatierung dieser öffentlichen Kommunikation sicherte ihr die Weihe des *Bildungswissens*, in das der bürgerliche Nachwuchs im humanistischen Gymnasium systematisch eingeführt wird. Die Sozialfigur des Kunst-, Literatur- und Musikkritikers liegt wie das humanistische Gymnasium im Sterben, der Kritiker wird durch den Kulturjournalisten ersetzt.

*Intellektueller und Priester*: Diese Arbeitsteilung in der Interpretation der Welt zwischen den Zentralressorts (politischer Redakteur), dem Handel (Handelsredakteur), dem Feuilleton und den Beilagen (Kunstkritiker, Experte) wird nur in Krisen, Umbrüchen und Katastrophen durch zwei Sozialfiguren durchbrochen, den «*Intellektuellen*» und den «*Priester*».

Der öffentlich wirksame Intellektuelle (Bourdieu 1991; Charle 1996; Giesen 1993; Giesen 1999; Müller-Doohm 2001) ist eine höchst diskontinuierliche öffentliche Sozialfigur. Sie entsteht in den Stürmen der Revolutionen und tritt nur dann hervor, bzw. sie hat mit ihren Interventionen nur dann politisch relevante Resonanz, wenn das Bedürfnis nach Orientierungswissen ausserordentlich gross ist. Dies ist in Krisen- und Umbruchphasen, in Zeiten intensiver äusserer Bedrohung und bei Katastrophen der Fall. In diesen Situationen ist eine Orientierungsleistung gefragt, die *Sachverhaltsfeststellungen* wieder mit normativen *Überzeugungen* und einem authentischen subjektiven Urteil verbindet. Es handelt sich hierbei insbesondere um Figuren wie prototypisch Emile Zola (Gilcher-Holtey 1997: 61–70), die kraft der *Kombination* von Sachverhaltsdarstellungen, grundsätzlicher normativer Massstäbe und daran geknüpfter emotionaler Urteile in Zeiten von Orientierungsunsicherheit Aufmerksamkeit erzielen. Diese Typik intellektueller Interventionen kommt bei gesteigertem Sinnbedarf deshalb zur Geltung, weil weder das kognitive Sachverhaltswissen des «*Experten*», schon gar nicht das positive Wissen des

«Handelsredakteurs», noch das kognitiv-normative, weltanschauliche Wissen des politischen «Redakteurs» und auch nicht das kognitiv-ästhetische Wissen des «Kunstkritikers» ausreicht, um die Welt sinnstiftend zu interpretieren. Es sind dies diejenigen Perioden, in denen auch die Figur des charismatischen politischen Führers erhöhte Chancen hat (Marx 1981 [1852]; Weber 1985 [1921]: 654–722). Freilich versucht die prekäre öffentliche Sozialfigur des Intellektuellen (Kohler 1992: 27–37; Lepenies 1992) die verlorene Einheit des religiösen Weltbildes in der Regel mit säkularen Mitteln zu reproduzieren. In dieser *unmöglichen Ganzheitlichkeit* operiert die Sozialfigur des «Intellektuellen» in einer vergleichbaren Lage wie die Sozialfigur des «Priesters» (ausserhalb der Medienformate, die man dem Religiösen an kirchlichen Feiertagen auch in der Moderne noch zugesteht), der, nach der Verabschiedung der kollektiven Vorsehung, diese in denselben Unsicherheitskontexten wieder zur Geltung bringen kann. Durch den Priester und den charismatischen politischen Führer werden dann wieder transzendente Sinndeutungen in die öffentliche politische Kommunikation eingebracht: Die Nationalgesellschaft und ihr Schicksal bis hin zur öffentlichen Anrufung göttlicher Vorsehung sind 1870/71, im Ersten Weltkrieg und in der darauf folgenden klassenantagonistischen Krise, wie aber auch während der Krise der 1930er Jahre durchaus üblich. In Schlüsselkommunikationsereignissen wie «9/11» können wir vormoderne apokalyptische Interpretationen auch noch in der Gegenwart finden (Imhof 2004: 145–164; Soeffner 2004: 62–85). Das politische Personal bedient sich der Semantik der «Vorsehung», des «Schicksals», der «Fügung» und des «Teuflischen» bzw. der «Achse des Bösen» und profitiert von der damit verbundenen und im Religiös-Metaphysischen verankerten Charismarendite.

Während also der «Priester» und der «Intellektuelle» in der medienvermittelten Kommunikation diskontinuierliche und ausseralltägliche Erscheinungen nicht nur, aber vorab des Feuilletons sind, konnte man sowohl den «politischen Redakteur», den «Handelsredakteur», den «Kunst-, Literatur- und Musikkritiker» wie den «Experten» mehr oder weniger alltäglich beobachten.

Damit wird in der öffentlichen Kommunikation die politische, also die *soziale Welt* allgemeinverbindlicher Normen, Werte, Institutionen, Organisationen, Rollen und Verfahren von der naturalen, *objektiven Welt* realer Sachverhalte, inklusive der Volatilitäten des Marktes, *getrennt*. Und diese beiden äusseren Welten werden wiederum von der *subjektiven Welt* inneren Erlebens und dessen künstlerischem Ausdruck *geschieden*. Der «Austritt aus dem Zaubergarten» führt also zur «Dezentrierung» (Habermas

1981, Bd. 1: 225–366) der im Gottesbegriff noch zusammengehaltenen, wahren, guten und schönen Welt gerade im Medium der öffentlichen Kommunikation. Die Aufklärung, die in ihren Anfängen noch glaubte, alles der kognitiven Vernunft überantworten zu können, splittert diese Welt in drei Teile. Diese *Dreiteilung*, die das moderne Denken wie die Sprache kennzeichnet, hat ihren zentralen sozialen Ort: die Öffentlichkeit. Sie und nicht die Privatheit (in der die Metaphysik, magische Handlungen, Rituale und Gebete durch die ganze Moderne hindurch ihren Platz bewahren) ist es, die das Erbe der Aufklärung antritt. Entsprechend repräsentiert sich diese Dreiteilung der Welt auch in den Redaktionsstrukturen bzw. den Ressorts der Weltbeschreibung *kognitiven, kognitiv-normativen und kognitiv-ästhetischen Typs*. Die Zeitungen gliedern sich in die klassischen Ressorts «Politik» (zumeist innere und äussere Politik, Lokales<sup>33</sup>), «Handel», «Wissenschaft» (bzw. Medizin und Technik) sowie in «Feuilleton» und «Vermischtes». Das Feuilleton wird der Komplexität der modernen Gesellschaft dadurch gerecht, dass es die handlungsbereichspezifischen Binnenarenen von Wissenschaft, Kunst, Literatur und Pädagogik spiegelt und Raum gibt, um den politischen Ereignisstrom reflexiv, mithin also unter Berücksichtigung von erweiterten Zeithorizonten zu beleuchten (Todorow 2006). «Vermischtes» repräsentiert zum einen das, was die Zeitungen des 17. und 18. Jahrhunderts zur Gänze darstellten, und zum anderen wird «Vermischtes» zum Ressort des Human Interest, einem Ressort das sich – neben dem «Sport» – generell in der Zwischenkriegszeit und speziell in den Geschäfts-, Forums- und Boulevardmedien entfaltet. Mehr noch in «Vermischtes» als im Ressort «Sport», in dem lange nicht viel mehr als Resultate abgebildet wurden, etabliert sich eine Berichterstattung, die sich auf Unterhaltungseffekte spezialisiert, die in erster Linie die emotionalen Bezüge des Publikums ansprechen.<sup>34</sup>

Nur in den totalitären Regressionsperioden der Moderne wird diese säkulare dreifaltige Ablösung der vormodernen heiligen Dreifaltigkeit des Wahren, Guten und Schönen im Rahmen totaler Weltanschauungen teilweise aufgehoben. Der Nationalsozialismus, der Faschismus und (eingeschränkt) der Stalinismus zeichnen und bestimmen eine Welt, in der das Politische als eine aussermenschliche, *transzendente Kraft* erscheint, die alles durchwirkt, zu ihrem «natürlichen» Recht drängt und dabei nicht nur eine nationalsozialistische, stalinistische oder faschistische Gesellschaft mitsamt den dazupassenden Menschen, sondern auch eine nationalsozialistische, stalinistische oder faschistische Kunst und Wissenschaft hervorbringen will (Arendt 1986 [1955]; Duchkowsch 2001; Frei/Schmitz 1999; Rahms 1997; Solek/Saldern 1988). Nur diese totalen Weltanschauungen reproduzieren die verlorene Ein-

heit religiösen Denkens so weit, dass den Führerfiguren in der öffentlichen Kommunikation wieder erfolgreich ein *religionsanalogen* «Charisma», also die Gnadengaben der vormodernen Zauberer, Magier, Propheten und Priester, zugesprochen werden kann (Weber 1985 [1921]: 654–722). Das Politische wird dadurch quasi-religiös formatiert. Entsprechend kann nur in diesen Gesellschaftsmodellen der Führer alles Politischen wieder gleichzeitig ein begnadeter Schöpfer in Wissenschaft und Kunst sein. Dadurch werden auch Wissenschaft und Kunst wieder politisch.<sup>35</sup> Ausserhalb dieser Regressionsperioden der Moderne bleiben jedoch die objektive, die soziale und die subjektive Welt in der öffentlichen Kommunikation getrennt.

Freilich ist diese Trennung, wie gezeigt, gerade in den Parteiorganen eine zum *Kognitiven* hin moderierte Trennung. Die wissenschaftsanaloge Ableitung normativer Positionen und Kollektividentitäten aus Weltanschauungen, die wechselseitige Ideologiekritik in den politischen Ressorts und die kognitiv-ästhetische Kritik gegenüber dem Kunstschaffen im Feuilleton zeugen von der Bedeutungsasymmetrie der Weltbezüge bzw. der vereinseitigten Rationalität der Moderne in der öffentlichen Kommunikation und gleichzeitig von einem bildungsbürgerlichen Habitus, der so integrativ war, dass er auch die Leitmedien der Arbeiterbewegung prägte. Im Masse der Konkurrenzierung der Parteiorgane durch die Geschäftspresse wurde dieser Habitus zum Merkmal der «Qualitätszeitungen», ein Merkmal, das noch bis in die Gegenwart Geltung hat. Denselben Duktus treffen wir auch im öffentlich-rechtlichen Rundfunk, der als ursprüngliches «Distanzmedium» (Neumann-Braun 1998: 77–92; Lucht 2006) die Ressorts des Zeitungswesens adaptierte.

### **Veränderung des Rationalitätsgehalts der öffentlichen Kommunikation**

Generell zeigt die Redaktionsforschung bis in die 1980er Jahre eine bemerkenswerte Stabilität der Ressortaufteilung, die sich in Deutschland nach dem Zweiten Weltkrieg auch gegen die angelsächsische Tradition behauptete.<sup>36</sup> Die klassische Redaktionsorganisation wird bei den Leitmedien (mit der bedeutenden Ausnahme der Boulevardmedien) erst seit der Dualisierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks einerseits und der verschärften Marktorientierung im Zeitungswesen ernsthaft tangiert (Jarren/Donges 1997; Blöbaum 2006). Beides ist Bestandteil des «neuen» Strukturwandels der Öffentlichkeit, der in kürzester Form als Ausdifferenzierung der Medien aus der Politik und der Orientierung der Medienorganisationen an der Marktlogik beschrieben werden kann. Allem voran lässt

sich der Zerfall der Redaktionsorganisation beim privaten Rundfunk und bei den Gratismedien beobachten: Im Masse, wie jeder redaktionelle Mitarbeiter für alles zuständig ist, konzentriert sich die Berichterstattung von Politischem, Wissenschaftlichem, Künstlerischem, Wirtschaftlichem, Sportlichem mangels ressortspezifischen Kompetenzen auf Narrationen über einzelne Protagonisten, die möglichst personalisiert dargestellt werden. Damit verschiebt sich der mediale Inhalt, noch stärker als das bei Boulevardzeitungen der Fall ist, weg von kognitiven Sachverhaltsdarstellungen und normativen Auseinandersetzungen hin zur moralisch-subjektiven Charakterisierung von möglichst prominenten Personen und allen Arten von Opfern. Die Welt löst sich in Human Interest auf. Daneben entdifferenzieren sich auch die Ressorts in den Regionalzeitungen und in den Qualitätsmedien. Damit *erodieren* die ressortspezifischen Aufmerksamkeitsstrukturen zugunsten einer Vereinheitlichung der Selektions- und Interpretationslogiken (Personalisierung, Skandalisierung und Konfliktstilisierung). Dies verschärft den Wettbewerb innerhalb der Redaktionen um das «Storyplacement», die Sparten verwischen und es erweitert sich das Spektrum prominent platzierter Themen. Dies vollzieht sich auf Kosten der ressortspezifischen Selektions- und Interpretationsvielfalt in Gestalt eines neuen Journalismus, der auf personalisierbare Abweichungen vom Wahren, Guten und Schönen eingestellt ist.

Damit lassen sich nun die Effekte des neuen Strukturwandels der Öffentlichkeit auch bei den qualitätsorientierten Leitmedien darstellen. Anhand der verstorbenen Sozialfiguren der Wissensvermittlung zum einen, der journalistischen Vermittlung der noch lebenden Sozialfiguren zum zweiten, wird klar, dass die *Entdifferenzierung* der Ressorts bzw. der Redaktionsorganisation, die wir bei den Boulevardzeitungen im deutschen Sprachraum schon in den 1950er und 1960er Jahren und bei den (privatrechtlichen) elektronischen Medien von Beginn an, d.h. seit den 1980er Jahren, beobachten können, bei den Qualitätsmedien zunächst *umgekehrt* in Gestalt der *Durchdringung aller Ressorts durch dieselbe Sozialfigur* stattfindet: den «Journalisten». Die Ausdifferenzierung dieses Allzweckvertreters einer neuen Expertenkultur des Nachrichtenwerthaltigen in allen Ressorts und damit die Professionalisierung eines eigenständigen Berufsstandes öffentlicher Wissensvermittlung ohne direkten politischen Auftrag ist ein langer Prozess, der im ausgehenden 19. Jahrhundert in den Nachrichtenagenturen und den Korrespondenzbüros beginnt (Wilke 2004: 125–151), im öffentlich-rechtlichen Rundfunk nach dem Zweiten Weltkrieg kräftig vorangetrieben und in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts abgeschlossen wird. Seit den 1970er Jahren besetzt diese, inzwischen *immer einheitlicher geschulte* Sozialfigur sukzessiv alle Ressorts

und sorgt für die journalistische Formatierung aller Inhalte. Dies ist die Voraussetzung für die nun stattfindende Entdifferenzierung dieser Ressorts auch bei den *Qualitätsmedien*. Ressortspezifisches Wissen sowie gewachsene Aufmerksamkeitsstrukturen verlieren zugunsten der Vereinheitlichung der Nachrichtenauswahl und der Nachrichteninterpretation an Bedeutung. Der naturwissenschaftliche «Experte» tritt kaum mehr eigenständig auf, und er wird durch storyadäquate «Quotes» sozialwissenschaftlicher Experten ergänzt. Der sammelnde und abbildende «Handelsredakteur» wird durch Agenturen und den Wirtschaftsjournalisten ersetzt, der das Ökonomische seit dem massiven Ausbau der Wirtschaftsredaktionen und der deregulationsinduzierten Re-Moralisierung der Ökonomie insbesondere seit den 1990er Jahren auf dieselbe Weise bearbeitet wie die Journalisten der politischen Ressorts das Politische (Imhof 2003: 401–418). In beiden Ressorttypen wird die Sozialfigur des Journalisten durch den Kommentator ergänzt, eine Spezies, die sich hauptsächlich aus Journalisten rekrutiert. Der «Kunstkritiker» ist am Sterben, und da, wo er noch auftritt, wird er vermittelt. Dann und wann lassen sich in den verbliebenen Feuilletons noch «Intellektuelle» und «Priester» ausmachen, aber der Platz wird knapp angesichts der kulturdienstleistungs- und lifestylejournalistischen Gefässe, die das Feuilleton entweder von innen her umwandeln oder von aussen begrenzen. Damit erodiert die Funktion des Feuilletons, handlungsbereichsspezifische Binnenarenen zu beleuchten. Die Sozialfigur des «Journalisten» tritt also das Erbe des «naturwissenschaftlichen, technischen oder medizinischen Experten», des «Handelsredakteurs», des «politischen Redakteurs» bzw. «Schriftleiters» und des «Kunstkritikers» an, und er moderiert, falls nötig, auch den «Intellektuellen» und den «Priester».

Damit verwandelt sich die öffentliche Kommunikation grundsätzlich. Mit der Entdifferenzierung der Ressorts und der Redaktionsstrukturen in den Medien ohne Qualitätsanspruch sowie der Entdifferenzierung der Sozialfiguren der Wissensvermittlung in den Medien mit Qualitätsanspruch entdifferenziert sich auch der Publikumsbegriff: Das Publikum wird vom Staats- und Bildungsbürger zum *Medienkonsumenten*, um dessen Aufmerksamkeit mit vereinheitlichten Nachrichtenwerten gekämpft wird. Entsprechend vereinheitlichen sich die Selektions- und Interpretationslogiken der leitmedialen öffentlichen Kommunikation. Die Sozialfigur des Journalisten orientiert sich primär an seinesgleichen und thematisiert das, was alle thematisieren oder von dem er ausgeht, dass es alle thematisieren werden. Die moderne leitmediale Berichterstattung zeichnet sich deshalb durch eine gesteigerte *Selbstreferentialität* aus, eine Selbstreferentialität, die seit der Ablösung der politisch orientierten Leitmedien durch entbette Forumsmedien nicht nur das Thema, sondern auch die *Meinung*

umgreift. Insbesondere in der Empörungsbewirtschaftung aller Art, d.h. der journalistischen Aufbereitung der am meisten nachrichtenwerthaltigen Vorgänge in Gestalt wahrgenommenen kognitiven Versagens, normativen Abweichens und moralischer Devianz reputierter Institutionen, Organisationen und Rollen der Handlungssysteme, hat der publizistische Konflikt zugunsten einer gleichartigen Empörungsbewirtschaftung massiv an Bedeutung verloren.

Dieser Prozess der Entdifferenzierung der Ressorts, der Entdifferenzierung der Sozialfiguren der Wissensvermittlung und der Angleichung der Selektions- und der Interpretationslogiken ist die Voraussetzung für die Verbreitung der neuen Expertenkultur ausserhalb der Medien: der PR- und Kommunikationsberater mit ihrem Issue Management (Eisenegger 2005). Gerade weil die Selektions- und Interpretationslogiken des modernen Journalismus konvergieren, die ressortspezifischen Immunitäten abgebaut werden und der Kostendruck auf den Journalismus erhöht wird, kann die PR-Branche mit angepasstem Material die Inputlogiken der Medienorganisationen immer besser erfüllen, um von aussen her die Reputation von Institutionen, Organisationen und Rollen zu bewirtschaften.

Und was geschieht mit dem folgenreichsten kulturellen Erbe der Aufklärung, der Dreiteilung der Welt, die in der Ära der Parteipresse und in den Qualitätsmedien noch in den politischen Ressorts, im Handel, im Feuilleton und in den Beilagen durch einen kognitiven Bias geprägt ist?

Durch die Orientierung am Meta-Nachrichtenwert des Abweichenden vom Wahren, Guten und Schönen und an narrativen Berichterstattungsmustern, die die unteilbare Verbindung von Person und Zusammenhangskontext systematisch zur Person und deren subjektiven Eigenschaften hin auflösen, verschiebt sich der ursprünglich kognitivistisch-normative Median öffentlicher Kommunikation in der Bandbreite kognitiver Sachverhaltsfeststellungen des Wahren, kognitiv-normativer Validierung des Guten und kognitiv-ästhetischer Bewertung des Schönen hin zur moralisch-emotionalen Bewertung personalen Handelns, das sich zum Wahren, Guten und Schönen deviant verhält. In den modernen journalistischen Narrativen und in der medienadäquaten Selbstinszenierung der Institutionen, Organisationen und Rollen der Teilbereiche der modernen Gesellschaft tritt der kognitive Bezug zu einer Welt realer Sachverhalte zurück, die Gewichte im normativ-moralischen Diskurs über die soziale Ordnung verschieben sich zur subjektnäheren Kategorie des Moralischen, die Debatten über künstlerische Expressionen subjektiver Innerlichkeit verlieren ihren kognitivistisch-kunsthistorischen, stilvalidierenden und

kunsttheoretischen Bias zugunsten des persuasiven Geschmacksurteils und der Vermittlung des Erlebniswerts genauso, wie sich generell die Horizonte subjektiver Innerlichkeit in Gestalt von Narrativen des Intimen und des Charakters offenbaren. Diesem neuen Strukturwandel der Öffentlichkeit entspricht ein Wandel der öffentlichen Kommunikation, in dem der moderne kognitivistisch-normative Bias durch einen spätmodernen moralisch-emotionalen Bias abgelöst wird. *Diese Neu-Formatierung der öffentlichen Kommunikation färbt uns die Welt anders ein.* Entsprechend beobachten wir nicht nur in der öffentlichen politischen und ökonomischen Kommunikation eine Welt, deren Teilsysteme, Institutionen, Organisationen und Rollen zugunsten von Charakterdarstellungen des Personals dieser Institutionen, Organisationen und Rollen zurücktreten. Diese *neue Dialektik der Aufklärung* beschert uns damit nicht nur eine Welt, die wir zu verändern glauben, wenn wir das als defizitär erscheinende Führungspersonal austauschen und die Strukturen belassen; sie beschert uns auch eine Welt, in der die vergangene, vereinseitigte Rationalität des Kognitiv-Normativen durch die vereinseitigte Rationalität des Moralisch-Emotionalen substituiert wird. In diesem Modus des Moralisch-Emotionalen verwischen die grundsätzlichen Unterschiede, die die Einseitigkeit des Kognitiv-Normativen noch ermöglichte: Während Sachverhalte und normative Urteile grundsätzlich bestritten werden können, entzieht sich die subjektnahe Kategorie des Moralischen und erst recht diejenige des Emotionalen dem besseren Argument: Wir können Empfindungen subjektiver Innerlichkeit nicht in gleicher Weise «vor uns nehmen» wie Sachverhalte und normative Urteile. Kognitive und normative Diskurse können scheitern, weil sie sich als unwahr, ungerecht oder dysfunktional erweisen. Bei Empfindungen Anderer sind und bleiben wir auf die magische Handlung des Massakrierens von Blümchen und auf die subjektinnerliche Kategorie des Vertrauens angewiesen. Publizistisch über Empfindungen und Geschmacksurteile zu streiten, ist unsinnig, an die Stelle des publizistischen Konflikts treten entsprechend das Charakterurteil sowie im politischen «horse-race-journalism» die Validierung der Inszenierungsleistungen von Authentizität durch die Kandidierenden.

Leider haben die kommunikationswissenschaftlich informierten Geistes- und Sozialwissenschaften in all ihren Facetten zu den Ursachen und Wirkungen dieser Neu-Facettierung gesellschaftsweiter Kommunikation und Wahrnehmung bisher zu wenig zu sagen. Zu rasch verlieren sie sich einerseits in der blossen Konstatierung einer Werturteilsdifferenz zwischen ihren kulturoptimistischen und kulturpessimistischen Lagern und andererseits im Pointilismus von implizit oder explizit technikdeterministischen Analysen, die gegenüber der *longue durée* genauso erblindet

sind, wie – durch die Fixierung auf die technische Konvergenz der Medien – gegenüber der Konvergenz der Inhalte.

## Literaturverzeichnis

- Arendt, Hannah (1986 [1955]): Elemente und Ursprünge totaler Herrschaft. 4. Aufl. München: Piper.
- Blöbaum, Bernd (2006): Wandel redaktioneller Strukturen und Entscheidungsprozesse. Vortrag am 10. Mediensymposium Luzern. Luzern: 2.12.2006.
- Böning, Holger (2003): Welteroberung durch ein neues Publikum. Die deutsche Presse und der Weg zur Aufklärung. Hamburg und Altona als Beispiel. Bremen: edition lumière.
- Bourdieu, Pierre (1991): Die Intellektuellen und die Macht. Hamburg: VSA.
- Bourdieu, Pierre (1999): Die Regeln der Kunst. Genese und Struktur des literarischen Feldes. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Burke, Peter (1990 [1987]): Die Renaissance. Berlin: Wagenbach.
- Charle, Christophe (1996): Vordenker der Moderne. Die Intellektuellen im 19. Jahrhundert. Frankfurt a.M.: Fischer.
- Daum, Andreas (1998): Wissenschaftspopularisierung im 19. Jahrhundert. Bürgerliche Kultur, naturwissenschaftliche Bildung und die deutsche Öffentlichkeit, 1848–1914. München: R. Oldenbourg.
- Dewey, John (1954 [1927]): The Public and its problems. Chicago: Swallow Press.
- Duchkowitsch, Wolfgang (Hrsg.) (2001): Die österreichische NS-Presse 1918–1933. Bestandesaufnahme und Dokumentation. Wien: Literas.
- Dülmen, Richard van (1986): Die Gesellschaft der Aufklärer. Zur bürgerlichen Emanzipation und aufklärerischen Kultur in Deutschland. Frankfurt a.M.: Fischer.
- Dülmen, Richard van (1994): Kultur und Alltag in der frühen Neuzeit. Bd. 3: Religion, Magie, Aufklärung 16.–18. Jahrhundert. München: Beck.
- Eisenegger, Mark (2005): Reputation in der Mediengesellschaft. Konstitution – Issues Monitoring – Issues Management. Wiesbaden: VS Verlag.
- Esser, Frank (1998): Editorial Structures and Work Principles in British and German Newsrooms. In: European Journal of Communication, Vol. 13 (3), S. 375–405.
- Frei, Norbert/Schmitz, Johannes (1999): Journalismus im Dritten Reich. München: Beck.
- Giesen, Bernhard (1993): Die Intellektuellen und die Nation. Eine deutsche Achsenzeit. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Giesen, Bernhard (1999): Kollektive Identität – Die Intellektuellen und die Nation 2. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.

- Gilcher-Holtey, Ingrid (1997): Menschenrecht oder Vaterland? Die Formierung der Intellektuellen in der Affäre Dreyfuss. In: Berliner Journal für Soziologie, Jg. 1, S. 61–70.
- Habermas, Jürgen (1981): Theorie des kommunikativen Handelns. 2 Bde. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Habermas, Jürgen (1990 [1962]): Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Habermas, Jürgen (1999): Realismus nach der sprachpragmatischen Wende. In: Ders.: Wahrheit und Rechtfertigung. Philosophische Aufsätze. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, S. 7–64.
- Habermas, Jürgen (1999): Richtigkeit versus Wahrheit. Zum Sinn der Sollgeltung moralischer Urteile und Normen. In: Ders.: Wahrheit und Rechtfertigung. Philosophische Aufsätze. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, S. 271–318.
- Hauser, Arnold (1978): Sozialgeschichte der Kunst und Literatur. Zürich: Ex Libris.
- Hömberg, Walter (1989): Das verspätete Ressort. Die Situation des Wissenschaftsjournalismus. Konstanz: Universitätsverlag.
- Im Hof, Ulrich (1982): Das gesellige Jahrhundert. Gesellschaft und Gesellschaften im Zeitalter der Aufklärung. München: Beck.
- Imhof, Kurt (1993): Vermessene Öffentlichkeit? Vermessene Forschung? Vorstellung eines Projekts. In: Imhof, Kurt/Kleger, Heinz/Romano, Gaetano (Hrsg.): Zwischen Konflikt und Konkordanz. Analyse von Medienereignissen in der Schweiz der Vor- und Zwischenkriegszeit. Reihe: Krise und sozialer Wandel. Bd. 1. Zürich: Seismo, S. 11–60.
- Imhof, Kurt (1999): Die Privatisierung des Öffentlichen: Zum Siegeszug der Primärgruppenkommunikation in den Medien. In: Honegger, Claudia/Hradil, Stefan/Traxler, Franz (Hrsg.): Grenzenlose Gesellschaft? Verhandlungen des 29. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie. Opladen: Leske + Budrich, S. 717–732.
- Imhof, Kurt (1999): Schock und Schöpfung. Die Wirkung der «Macht-ergreifung» und der «Gleichschaltung». In: Wilke, Jürgen (Hrsg.): Massenmedien und Zeitgeschichte. Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Konstanz: UVK, Bd. 26, S. 453–466.
- Imhof, Kurt (2003): Der normative Horizont der Freiheit. Deliberation und Öffentlichkeit: Zwei zentrale Begriffe der Kommunikationswissenschaft. In: Publizistik – Vierteljahreshefte für Kommunikationsforschung. Sonderheft 4: «Die Kommunikationsfreiheit der Gesellschaft» hrsg. von Wolfgang R. Langenbucher, S. 25–57.

- Imhof, Kurt (2003): Politik im «neuen» Strukturwandel der Öffentlichkeit. In: Nassehi, Armin/Schroer, Markus (Hrsg.): Der Begriff des Politischen. Baden-Baden: Nomos, S. 401–418. (Sonderband 14 der Zeitschrift «Soziale Welt»).
- Imhof, Kurt (2004): Katastrophenkommunikation in der Moderne. In: Pfister, Christian/Summermatter, Stephanie (Hrsg.): Katastrophen und ihre Bewältigung – Perspektiven und Positionen. Bern: Haupt, S. 145–164.
- Imhof, Kurt (2005): Deregulation – Regulation: Das ewige Spiel sozialer Ordnung. In: Imhof, Kurt/Eberle, Thomas (Hrsg.): Triumph und Elend des Neoliberalismus. Zürich: Seismo, S. 15–35.
- Imhof, Kurt (2006 [1996]): Die Diskontinuität der Moderne. Theorie des sozialen Wandels. Reihe «Theorie und Gesellschaft» hrsg. von Honneth, Axel/Joas, Hans/Offe, Claus/Wagner, Peter. Bd. 36 Neuauflage. Frankfurt a.M.: Campus.
- Imhof, Kurt (2010): Öffentlichkeit und Krise. Theorie des sozialen Wandels. Frankfurt a.M.: Suhrkamp (i.E.).
- Jarren, Otfried/Donges, Patrick (1997): Redaktionelle Strukturen und publizistische Qualität. Ergebnisse einer Fallstudie zum Entstehungsprozess landespolitischer Berichterstattung im Rundfunk. In: Media Perspektiven, H. 4, S. 198–205.
- Kant, Immanuel (1912 [1784]): Beantwortung der Frage: Was ist Aufklärung? In: Cassirer, Ernst (Hrsg.): Kants Gesammelte Schriften. Berlin: Cassirer, Bd. 8, S. 36ff.
- Kohler, Georg (1992): Das institutionalisierte Individuum. Über intellektuelles Rollenverständnis heute. In: Meyer, Martin (Hrsg.): Intellektuellendämmerung? Beiträge zur neuesten Zeit des Geistes. München: Hanser, S. 27–37.
- Koselleck, Reinhart (1973 [1959]): Kritik und Krise. Eine Studie zur Pathogenese der bürgerlichen Welt. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Koselleck, Reinhart (Hrsg.) (1979): Vergangene Zukunft. Zur Semantik geschichtlicher Zeiten. In: Ders.: Erfahrungsraum und Erwartungshorizont. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Langewiesche, Dieter (1998): Demokratiebewegung und Revolution 1847 bis 1849. Internationale Aspekte und europäische Verbindungen. Karlsruhe: Braun.
- Lepenies, Wolf (1992): Aufstieg und Fall der Intellektuellen in Europa. Frankfurt a.M.: Campus.
- Lucht, Jens (2006): Der öffentlich-rechtliche Rundfunk: ein Auslaufmodell? Verlag: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Lübbe, Hermann (1986): Religion nach der Aufklärung. Graz: Styria.
- Luhmann, Niklas (1986): Das Kunstwerk und die Selbstproduktion der Kunst. In: Gumbrecht, Hans Ulrich/Pfeiffer, Karl Ludwig/Biermann,

- Armin (Hrsg.): *Stil. Geschichten und Funktionen eines kulturwissenschaftlichen Diskurselements*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Marx, Karl (1981 [1852]): *Der achtzehnte Brumaire des Louis Bonaparte*. MEW. Berlin: Dietz, Bd. 8.
- Mead, George Herbert (1968): *Geist, Identität und Gesellschaft aus der Sicht des Sozialbehaviorismus*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Melischek, Gabriele/Seethaler, Josef (2005): *Von der Lokalzeitung zur Massenpresse. Zur Entwicklung der Tagespresse im österreichischen Teil der Habsburgermonarchie nach 1846*. In: Böning, Holger/Kutsch, Arnulf/Stöber, Rudolf (Hrsg.): *Jahrbuch für Kommunikationsgeschichte*. Stuttgart: Franz Steiner, Bd. 7, S. 52–92.
- Michalske, Hainer (2001): *Öffentliche Stimme der «inneren Emigration»? Über die Funktion der Frankfurter Zeitung im System nationalsozialistischer Propaganda*. In: Böning, Holger/Kutsch, Arnulf/Stöber, Rudolf (Hrsg.): *Jahrbuch für Kommunikationsgeschichte*. Stuttgart: Franz Steiner, Bd. 3, S. 170–193.
- Müller-Doohm, Stefan (2001): *Soziologie als Aufklärungswissenschaft. Welchen Beitrag leistet die Gesellschaftstheorie zur Sozialkritik?* In: *Swiss Journal of Sociology*, Jg. 27, H. 3.
- Münch, Richard (1995): *Dynamik der Kommunikationsgesellschaft*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Neumann-Braun, Klaus (1998): *Kommunikationskulturelle Spezifika der Rezipientenbeteiligung in Rundfunkprogrammen – ein Begriffsinventarium*. In: Imhof, Kurt/Schulz, Peter (Hrsg.): *Die Veröffentlichung des Privaten – die Privatisierung des Öffentlichen*. Wiesbaden, Bd. 4 Reihe: *Mediensymposium Luzern*, S. 77–92.
- Rahms, Helene (1997): *Zwischen den Zeilen. Mein Leben als Journalistin im Dritten Reich*. Bern: Scherz.
- Reinhart, Siebert (1999): *Die «Volkslehrer». Zur Trägerschicht aufklärerischer Privatinitiative und ihren Medien*. In: Böning, Holger/Kutsch, Arnulf/Stöber, Rudolf (Hrsg.): *Jahrbuch für Kommunikationsgeschichte*. Stuttgart: Franz Steiner, Bd. 1, S. 62–86.
- Rorty, Richard (1969): *The Linguistic Turn. Recent Essays in Philosophical Method*. Chicago: University of Chicago Press.
- Rorty, Richard (1981): *Der Spiegel der Natur*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Soeffner, Hans-Georg (2004): *Gewalt als Faszinosum*. In: Heitmeyer, Wilhelm/Soeffner, Hans-Georg (Hrsg.): *Gewalt*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, S. 62–85.
- Solek, Inge/Saldern, Adelheid von (Hrsg.) (1988): *Zuhören und Gehörtwerden I. Radio im Nationalsozialismus. Zwischen Lenkung und Ablenkung*. Tübingen: edition diskord.

- Todorow, Almut (2006): Feuilletondiskurs und Seismographie. Vortrag am 10. Mediensymposium Luzern. Luzern: 2.12.2006.
- Weber, Max (1973 [1916]): Richtungen und Stufen religiöser Weltab-  
 lehnungen (Zwischenbetrachtung). In: Winckelmann, Johannes F.  
 (Hrsg.): Max Weber. Soziologie, universalgeschichtliche Analysen,  
 Politik. Stuttgart: Alfred Kröner, S. 441–486.
- Weber, Max (1973 [1920/1921]): Vorbemerkung zu den Gesammelten  
 Aufsätzen zur Religionssoziologie. In: Winckelmann, Johannes F.  
 (Hrsg.): Max Weber. Soziologie, universalgeschichtliche Analysen,  
 Politik. Stuttgart: Alfred Kröner, S. 340–356.
- Weber, Max (1985 [1921]): Wirtschaft und Gesellschaft. Grundriss der  
 verstehenden Soziologie. Tübingen: Mohr.
- Wilke, Jürgen (2002): Redaktionsorganisation in Deutschland. In: Ders.:  
 Unter Druck gesetzt. Vier Kapitel deutscher Pressegeschichte. Köln:  
 Böhlau, S. 9–68.
- Wilke, Jürgen (2003): Kommunikations- und Mediengeschichte. In: Ben-  
 tele, Günter/Brosius, Hans-Bernd/Jarren, Otfried (Hrsg.): Öffentliche  
 Kommunikation. Handbuch Kommunikations- und Medienwissen-  
 schaft. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 151–168.
- Zaunstock, Holger (1999): Sozietätslandschaft und Mitgliederstrukturen.  
 Die mitteldeutschen Aufklärungsgesellschaften im 18. Jahrhundert.  
 Tübingen: Niemeyer.

## Anmerkungen

- 1 Der Beitrag ist in ausgeweiteter Form bereits erschienen: Imhof, Kurt (2007): Permanente Aufklärung. Über den Wandel der öffentlichen Wissensvermittlung in der Moderne. In: Zeitschrift «medien & zeit», H. 1/2007, S. 45–60.
- 2 Weil wir sonst keine andere Wahl hätten, als die eingetretene Erwartungsenttäuschung in eine systematische *Enttäuschungserwartung* zu verwandeln und hinfort vergleichbare Handlungssituationen zu vermeiden.
- 3 Diese Aufmerksamkeitsstrukturen öffentlicher Kommunikation lassen sich im Rahmen einer Relevanzstrukturforschung empirisch in drei Dimensionen fassen: Die Nachrichtenwerttheorie bestimmt Aufmerksamkeitsstrukturen in Gestalt abstrakter Nachrichtenwerte, die als internalisierte Selektionsinstanzen bei Journalisten fungieren. Über die nur wenig ausgebildete und vor allem fast ausschliesslich organisationssoziologisch orientierte Redaktions- und Ressortforschung lassen sich Bezüge zur strukturellen und kulturellen Dynamik institutionalisierter Ressorts hinsichtlich der Selektion und Interpretation von Nachrichtentypen herstellen. Schliesslich und am konkretesten analysiert die (Schlüssel-)Kommunikationseignisforschung diejenigen Vorgänge in der Welt in ihren temporalen, personalen und örtlichen Bezügen, die auch unsere interpersonale Kommunikation bestimmen, wenn wir uns über etwas in der Welt unterhalten (Imhof 1993: 11–60).
- 4 Zum Beispiel: Wir erkennen im öffentlichen Raum einen Bekannten, der zufällig auf uns zukommt und in Eile ist.
- 5 Wir begrüssen den Bekannten, angepasst an seine offensichtliche Eile, und erfüllen damit die situationsadäquate Handlungsnorm.
- 6 Wir interpretieren die subjektive Expression des Bekannten bei seiner Erfüllung der Begrüssungsnorm etwa in der Bandbreite zwischen flüchtigem Gruss und dem Ausdruck von Herzlichkeit und versuchen eine unseren Gefühlen wie dem wahrgenommenen Gefühlsausdruck des Bekannten adäquat erscheinende Begrüssungsfreundlichkeit zu reproduzieren. In der Regel ist damit diese Handlungssituation abgeschlossen. Sie ist es dann nicht, wenn uns der Bekannte nicht begrüsst oder auf eine Weise begrüsst, die unserer subjektiven Einschätzung unserer Beziehung nicht entspricht. Dann werden wir versuchen die Handlungssituation neu auszulegen, um unsere Irritation zu beseitigen.
- 7 «Meine These lautet, dass sich in der Neuzeit die Differenz zwischen Erfahrung und Erwartung zunehmend vergrössert, genauer, dass sich die Neuzeit erst als eine neue Zeit begreifen lässt, seitdem sich die Erwartungen immer mehr von allen bis dahin gemachten Erfahrungen entfernt haben» (Koselleck 1979: 359).
- 8 In Anlehnung an Max Weber bringt Jürgen Habermas diesen Rationalisierungsvorgang in seiner «Theorie kommunikativen Handelns» auf den Begriff des «dezentrierten Weltbildes» (Habermas 1981, Bd. 1: 225–366).
- 9 Die Rationalität des Kapitalismus ist, so Weber, «wesenhaft bedingt durch Berechenbarkeit der technisch entscheidenden Faktoren: der Unterlagen exakter Kalkulation. Das heisst aber in Wahrheit: durch die Eigenart der abendländischen Wissenschaft, insbesondere der mathematisch und experimentell exakt und rational fundierten Naturwissenschaften. Die Entwicklung dieser Wissenschaften und der auf ihnen beruhenden Technik erhielt und erhält (...) entscheidende Impulse von den kapitalistischen Chancen, die sich an ihre wirtschaftliche Verwertbarkeit als Prämien knüpfen» (Weber 1973 [1920/1921]: 350).
- 10 Das Bildungssystem ist die wichtigste Institution in der Moderne, die auf legitime Weise Ungleichheit über Bildungsabschlüsse produziert. Dies setzt freilich die Erwartung auf Chancengleichheit voraus. Das politische System legitimiert Machtdifferenziale über Wahlen etc.
- 11 Dies ist beim subjektiven Leiden wie Krankheit, Verlassenheit oder Tod und bei der Frage nach dem Grund der Existenz des Existierenden der Fall: «Dem Bewusstsein ist es unangemessen, den Tod als absolutes Nichts zu denken, das absolute Nichts denkt sich nicht» (Theodor W. Adorno).

- 12 Auf den Unterschied dieser drei Wissensformen wird hier nur am Rande eingegangen. Klar ist jedoch, dass sich *Sachverhaltserklärungen* wissenschaftlichen Typs (klassisches Wissen) von normativen *Rechtfertigungen* (Überzeugungen) und von emotional verankerten *Identitäten* und Geschmacksurteilen (Gewissheiten) unterscheiden. In ihrer orientierenden Dimension in normalen Handlungssituationen haben kognitives Wissen, normative Überzeugungen sowie subjektive Gewissheiten und Geschmacksurteile jedoch eine analoge Funktion. Überzeugungen, Gewissheiten und Geschmacksurteile haben dann einen *«wis-sensanalogen»* Status.
- Die Unterschiede dieser drei Wissensformen brechen erst in reflexiver Einstellung auf: Sachverhaltswissen kann falsifiziert werden, normative Überzeugungen dagegen nicht. Sie können sich auf begründbare Weise nur dann aufweichen, wenn einsichtig wird, dass das moralisch verantwortete Leid einer prinzipiellen Normdurchsetzung grösser ist als ihre Anpassung. Gewissheiten der Identität und damit auch der Loyalitätserwartung werden dagegen weder falsifiziert noch moralisch zweifelhaft, sondern gebrochen. Identitätswandel bzw. die Ausbildung neuer Loyalitäten basiert auf komplexen Prozessen der Vertrauensbildung, weil die subjektinnerliche, emotional verankerte Kategorie des Vertrauens nicht bewiesen werden kann. Das Gleiche gilt für die subjektinnerliche Kategorie des ästhetischen Geschmacks. Vgl. Rolle normativer Rechtfertigungen in Handlungssituationen: Habermas 1999: 271–318.
- 13 Produziert laufend Ursache-Wirkungs-Erklärungen.
- 14 Produziert laufend transzendentalen Sinn bezüglich des Unverfügbaren und moralisch-normative Anmahnungen gegen die «materialistische Kultur» der Vernunft.
- 15 Führt uns laufend die Kontingenz von Weltperspektiven vor und produziert Statusmerkmale.
- 16 Produziert laufend das gängige Bildungswissen und über Bildungszertifikate legitime Ungleichheit.
- 17 Produziert laufend legitime, allgemeinverbindliche Entscheidungen und Machtdifferentiale.
- 18 Setzt laufend die allgemeinverbindlichen Entscheidungen an individuellen Fällen um und produziert Recht durch Präjudizien.
- 19 Produziert laufend Güter, Dienstleistungen und Marktsignale.
- 20 Ein Gedankenexperiment vermag auf die Bedeutung dieser Sozialfiguren in den Binnenarenen spezialisierter Handlungsbereiche (vgl. nächste Anmerkung) und in der leitmedialen Arena hinzuweisen: Wenn diese Sozialfiguren fehlen würden bzw. wenn die Akteure der spezialisierten Handlungsbereiche und die Akteure der Leitmedien nicht in der Lage wären, Übersetzungsleistungen vorzunehmen, dann würde sich die gesellschaftsweite Kommunikation auf «Human Interest» reduzieren. Kommunikationsereignisse des Klatschs bzw. des «Human Interest» bilden die kommunikative Rückfallebene einer öffentlichen Kommunikation, die nicht mehr in der Lage wäre, kognitive Sachverhaltsdiskurse, normative bzw. moralische Diskurse sowie ästhetische Diskurse und Identitätsdiskurse anders als über Narrationen über Personen zu realisieren. Dies würde bedeuten, dass nur noch die alltäglichen und ausseralltäglichen Handlungssituationen allgemein-menschlichen Lebens thematisierbar wären. Eine Gesellschaft, deren öffentliche Kommunikation nur aus Kommunikationsereignissen des Human Interest bestehen würde, wäre nicht mehr in der Lage, sich selbst zu regulieren.
- 21 Dies bedeutet insbesondere, dass die gewandelte Sozialfigur des Politikers, der ursprünglich mit der Sozialfigur des Redaktors deckungsgleich war, sowie die historisch jungen Sozialfiguren des «PR- und Marketingberaters», des «Spin-Doctors» und des «Sprechers» nicht thematisiert werden. Die neuen Politikerrollen und die genannten Sozialfiguren verbreiten sich erst mit dem neuen Strukturwandel der Öffentlichkeit, d.h. der Entbettung der Medien von ihren Herkunftskontexten. Diese Sozialfiguren bedienen die Sozialfigur des modernen («Journalisten») mit bereits medienadäquat aufbereiteten Kommunikaten. Der Entstehungskontext medienexterner Sozialfiguren spezialisierter Handlungsbereiche für die Medien lässt sich anhand der Kriegskommunikation beobachten. Die Propagandaorganisationen und die militärischen und staatlichen Akteure dynamischer Zensur bildeten die ersten medienexternen Spezialisten inhaltlicher Nachrichtenauf- und bearbeitung. Diese Expertenkulturen der Propaganda vertre-

- ten die Binnenarenen militärischer und exekutiv-staatlicher Handlungsbereiche. Vgl. hierzu Stöber 2007: 204–222.
- 22 Produziert und übersetzt laufend Kommunikationsereignisse und konstituiert gesellschaftsweite Wahrnehmung.
- 23 Vgl. hierzu auch Anm. 12. Die Dreiteilung der Welt in den Redaktionsorganisationen und ihren Ressorts wird hier am deutschen und deutschschweizerischen Beispiel gezeigt. Es er mangelt einer komparativen Ressortforschung, die in der Lage wäre, die professionalisierten Formen der Wissensvermittlung in den Zentrumsnationen vergleichend darzustellen. Dies würde es ermöglichen, die unterschiedliche Strukturierung der Welt und die zunehmende Konvergenz dieser Strukturierung herauszuarbeiten. Hierzu wäre es wünschbar, eine entsprechende Analyse der Korrespondentenbüros und der Nachrichtenagenturen und ihres ressortspezifischen Outputs zu erarbeiten. Vgl. zur Geschichte der Redaktionsentwicklung in Deutschland sehr instruktiv: Wilke, 2002: 9–68.
- 24 Am Beginn der Moderne wurde die Sozialfigur des Experten auf dem Land durch Priester und Pfarrer verkörpert, also das öffentliche Personal der nach Aufklärung und Revolution auf das private Seelenheil zurückgebundenen und bezüglich der politischen Herrschaft *legitimationsentlasteten* Konfessionskirchen. Sie wurden Experten auf dem Land, weil sie hier über die höchste Bildung verfügten und bei kognitiven Fragen nicht nur beigezogen wurden, sondern in dieser Periode aktiv Resonanz suchten. Entsprechend wurde die Pfarrerausbildung technisch-wissenschaftlich erweitert (Landwirtschaft, Landvermessung, Bautechnik). Vgl. hierzu: Siebert 1999: 62–86.
- 25 Der Erfolg dieses essentialistischen Wahrheitsbegriffs basiert darauf, dass wir dieses Wahrheitsverständnis in unseren alltäglichen Situationsbewältigungen verwenden. Solange wir mit unseren Situationsinterpretationen Erfolg haben, ist es pragmatisch, davon auszugehen, dass unsere Interpretationen die Welt *abbilden*. Erst wenn wir scheitern, sind wir im Modus reflexiven Handelns und Kommunizierens genötigt, diese Abbildtheorie punktuell zu hinterfragen, um dann aber sofort wieder zu ihr zurückzukehren, wenn wir etwas Neues gelernt haben. Vgl. hierzu den ersten Abschnitt: Kommunikationstheoretischer Bezugsrahmen der Wissensvermittlung.
- 26 Oft in die Ressorts Innen- und Aussenpolitik und Lokales, aber auch in Gliederungen wie etwa bei der Frankfurter Zeitung, die politischen Geltungsräumen des Deutschen Reiches entsprachen. Daneben führten politische Grundfragen zu Ressorts wie die Sozialpolitik oder Militär- und Kolonialfragen.
- 27 (Chef-)Redakteur war gebräuchlicher. Der Begriff Schriftleiter wurde dann im nationalsozialistischen Sprachpuritanismus zentral (Schriftleitergesetz 1933).
- 28 Die Redaktionsforschung in Deutschland zeigt, dass die Ausdifferenzierung der Redaktionen aus dem «korrespondierenden Journalismus» des 17. und 18. Jahrhunderts erst nach dem Ende der Restauration und vor allem ab 1848 einsetzte. Die Elimination des staatlichen Anzeigenmonopols wie etwa 1850 in Preussen und das Reichspressegesetz 1874 führten nach der Schweiz auch in Deutschland zur Entfaltung des Pressewesens und zur Beschleunigung der Ausdifferenzierung der Redaktionen.
- 29 Zur logischen Struktur von Ideologien vgl. Imhof 2006 [1996], 83–87.
- 30 Dieser Duktus der politischen Berichterstattung führte in hoher Dichte zu Beiträgen, gerade auch auf der Frontseite, die in ihrer historisch-analytischen Beweisführung ausserordentlich hohe Anforderungen an das Publikum stellten. Diese, auf hohem Niveau angelegten, weltanschaulichen «Bleiwüsten» spotteten jeglicher Nachrichtenwertorientierung, sie folgten ausschliesslich einer gesinnungsethischen Motivation. Vgl. hierzu Imhof 1999: 453–466.
- 31 Selbstverständlich beförderte diese weltanschauliche Nutzung der Geistes- und Sozialwissenschaften auch die «Verweltanschaulichung» dieser Wissenschaften, gegen die insbesondere Max Weber mit aller Verve kämpfte. Gleichzeitig entwertete sich sukzessive die Überzeugung der Aufklärung, dass das selbst schon sinnerfüllte «Politische und Soziale» auf die gleiche Weise wie das ohne Eigensinn ausgestattete «Naturale», «Medizinische» und «Technische»

- erklärt werden kann. Beides, die weltanschaulichen Auseinandersetzungen wie der Verlust der Hoffnung, das Soziale gleich wie das Naturale erklären zu können, führten zu einer bis in die Gegenwart reichenden Marginalisierung der Sozial- und Geisteswissenschaften gegenüber den Natur-, den Medizin- und den technischen Wissenschaften.
- 32 Exakt dieser Prozess führte historisch zum sozialmarktwirtschaftlichen Gesellschaftsmodell, das zunächst in der Krise der 1930er Jahre in der Schweiz, in Schweden und Grossbritannien sowie im New Deal in den USA geboren wurde und sich nach dem Zweiten Weltkrieg in allen westlichen Zentrumsnationen durchsetzte, um dann in der Krise der 1970er Jahre wieder zu erodieren. Vgl. Imhof 1999: 453–466; 2005: 15–35.
  - 33 Vgl. zur Bedeutungssteigerung des Lokalteils und unterhaltender Beiträge inkl. Klatsch im Kontext eines ersten Kommerzialisierungsschubs der Presse bereits in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts Melischek/Seethaler 2005: 52–92.
  - 34 Die Privatisierung des Öffentlichen beginnt im Ressort «Vermischtes», aus dem sich wiederum das Ressort «Gerichts- bzw. Kriminalberichterstattung» ausdifferenziert. Dieses Ressort wird zum wichtigsten Einfallstor des Privaten ins Öffentliche, weil anhand der Umstände und Motivstrukturen in Gewaltverbrechen das Intimste öffentlich gemacht werden kann (Imhof 1999: 717–732).
  - 35 Vgl. hierzu illustrativ die Analyse der Berichterstattung in der «Frankfurter Zeitung» über die Ausstellung «Entartete Kunst» 1937 und den Film «Jud Süß» 1940. Die FZ hatte die grössten Freiheitsspielräume in der Berichterstattung, musste aber selbstverständlich auch die zentralen Begriffe der Weltanschauung und damit die Rassenlehre verwenden (Michalske 2001: 170–193).
  - 36 Entsprechend kann sich die strikte Trennung von Nachricht und Kommentar bis in die Gegenwart nicht durchsetzen, obwohl die Kommentarspalten an Bedeutung gewonnen haben. Dasselbe gilt für den «copy desk» oder «newsdesk», d.h. den entscheidenden Schlusstisch, auf dem die Beiträge in das Blatt formal und inhaltlich eingepasst werden. Ressortstrukturen sind soziale Felder, die Pfadabhängigkeiten schaffen, die von den Beteiligten verteidigt werden (Wilke 2002: 41–58). Allerdings setzen sich nun neben dem Newsdesk und ressortübergreifenden «task forces» auch das Outsourcing von Redaktionsleistungen durch (Esser 1998).



# Wissenschaftskommunikation – Bestandsaufnahme, Probleme, Perspektiven<sup>1</sup>

*Stephan Russ-Mohl, Università della Svizzera italiana*

## **Résumé**

Que vise une communication des sciences? Contre quoi se brise-t-elle? Comment le poids se déplace-t-il entre le journalisme scientifique et le RP-scientifique? Quelles sont les chances de survie de la communication des sciences lorsque le journalisme continue à souffrir de la diminution des ressources et menace de disparaître dans le triangle des Bermudes (diminution de la propension à payer de la part des différents publics, désertion de la publicité, RP de plus en plus agressives).

Cette communication d'ouverture cherche à répondre à ces questions. La situation en Suisse est prise en compte sans toutefois se replier sur nous-mêmes. Elle est une invitation, adressée au chercheur et scientifique, à consacrer plus d'attention au transfert de leurs connaissances au lieu de lorgner grâce à leurs publications uniquement sur une poignée de collègues intéressés du domaine et de remplir les étagères poussiéreuses des bibliothèques.

## **Zusammenfassung**

Was bezweckt Wissenschaftskommunikation? Woran scheitert sie? Wie verlagern sich die Gewichte zwischen Wissenschaftsjournalismus und Wissenschafts-PR? Und welche Chancen verbleiben für die Wissenschaftskommunikation, wenn der Journalismus weiter unter Ressourcenschwund leidet und im Bermuda-Dreieck (sinkende Zahlungsbereitschaft der Publika; abwandernde Werbung; immer aggressivere PR) zu verschwinden droht?

Auf diese Fragen gibt der Beitrag erste Antworten. Er bezieht sich auf die Situation in der Schweiz, blickt aber auch über den Tellerrand hinaus – und versteht sich als Einladung an Forscher und Wissenschaftler, dem Transfer ihrer Erkenntnisse mehr Aufmerksamkeit zu widmen, statt mit ihren Publikationen nur auf eine Handvoll interessierter Fachkollegen zu schießen und verstaubte Bibliotheksregale zu füllen.

## Einleitung

Im Rückblick auf die letzten zwanzig bis dreissig Jahre lässt sich die Wissenschaftskommunikation im deutschsprachigen Raum und damit auch in der Schweiz als Erfolgsgeschichte werten – so legt die folgende Bestandsaufnahme zumindest nahe. Darüber hinaus sollen eine Reihe grundlegender Fragen beantwortet werden:

- Was bezweckt und woran scheitert Wissenschaftskommunikation? Welche persönlichen Erfahrungen und Einsichten lassen sich beisteuern, um mögliche Gründe des Scheiterns zu erfassen?
- Wie hat sich die Wissenschaftskommunikation, sprich: wie haben sich Wissenschaftsjournalismus und Wissenschafts-PR in den letzten zwanzig bis dreissig Jahren entwickelt?
- Lässt sich Qualitätsjournalismus und damit auch hochwertige Wissenschaftsberichterstattung in Zukunft noch finanzieren?
- Was muss das Wissenschaftssystem selbst leisten, damit die Öffentlichkeit auch in Zukunft angemessen über Wissenschaft und Forschung informiert wird?

### Was bezweckt Wissenschaftskommunikation?

Schon auf die erste Frage gibt es, je nach Betrachterperspektive, verschiedene Antworten. Wenn Wissenschaftler in den Medien Erkenntnisse mitteilen, so möchten sie vor allem für ihre Arbeit Aufmerksamkeit gewinnen und, indem sie das tun, meist auch ihre Reputation festigen und neue Ressourcen erschliessen. Befinden sich die Forscher dagegen in der Rolle von Rezipienten, so möchten sie in Erfahrung bringen, was anderswo geforscht wird, also ihre Scheuklappen abstreifen und über Disziplingrenzen hinweg dazulernen – oftmals auch, um sich für die eigene künftige Forschung inspirieren zu lassen. Experten und Praktiker brauchen Wissenschaftsjournalismus, um neues praxisrelevantes Wissen zu erschliessen und zu nutzen. Ebenso möchten Bildungsbürger an Erkenntnisgewinn und neuen Forschungsergebnissen teilhaben.

In unserer Rolle als Staatsbürger schliesslich brauchen wir Wissenschaftsberichterstattung, um an politischen Entscheidungsprozessen angemessen partizipieren zu können – ein Aspekt, der vor allem in direkten Demokratien wie der Schweiz wichtig ist, die es dem Stimmvolk ermöglichen, über eine Vielzahl von Sachfragen mitzuentcheiden, statt nur Personen in Parlamente zu wählen, welche die Bürgerschaft repräsentativ

vertreten. Eng mit der Staatsbürgerrolle ist die des Steuerzahlers verknüpft: Wir sollten Rechenschaft darüber erhalten, wie Forschungsgelder, die ja oftmals Steuergelder sind, verwendet wurden.

Schliesslich braucht jeder von uns Lebenshilfe, um – nicht nur bei Konsumententscheidungen – den Alltag zu bewältigen. So beinhalten z.B. Diät-, Fitness-, Kosmetik- und Gesundheitstipps ja oftmals zugleich Wissenschaftsberichterstattung.

Wissenschaftskommunikation bezweckt also Vieles und stiftet entsprechend vielfältigen Nutzen. Aber es deutet sich auch bereits an, dass die verschiedenen «Stakeholder» unterschiedliche Interessen haben, die miteinander in Konflikt geraten können.

Aus der Forscherperspektive ist Erkenntnis «per se» interessant, vor allem natürlich im eigenen Forschungsfeld. Aus der Journalistenperspektive interessieren Forschungsleistungen vor allem, wenn sie einen hohen Nachrichtenwert haben (z.B. Mondlandung, Aids-Impfstoff). Ansonsten nutzen Journalisten vorzugsweise Wissenschaftler als Experten, wenn es Themen auszuleuchten gilt, die gerade anderweitig aktuell sind (z.B. Vogel- oder Schweinegrippe).

Aus der Publikumperspektive geht es um beides: Ein kleiner Kreis, die Bildungselite, ist einfach neugierig auf Forschung und Erkenntnis, informiert sich kontinuierlich und bildet somit die Kundschaft der Wissensmagazine (z.B. *Bild der Wissenschaft*, *Geo-Wissen*, *Zeit-Wissen*), aber auch der Hochglanzzeitschriften, wie sie inzwischen die meisten Universitäten herausgeben und an ausgewählte Zielgruppen gratis verteilen. Die Massenpublika, also Lieschen Müller und John Sixpack, sind dagegen eher an Sensationen, an Nutzwert und an Unterhaltung interessiert und werden damit nur gelegentlich von Wissenschaftskommunikation erreicht. Je nach Perspektive gibt es also sehr unterschiedliche Erwartungen an Wissenschaftskommunikation – und schon deshalb auch vielfältige Möglichkeiten der Akteure, sich misszuverstehen. Doch woran scheidet Wissenschaftskommunikation konkret?

Auf Journalistenseite sind Zeitmangel, fehlende Anreize zur Recherche zu nennen, darüber hinaus Skepsis und Vorurteile gegenüber «Elfenbeinturm»-Wissenschaftlern, fehlende Kenntnis von Ansprechpartnern und die Angst vor Forschern, die man möglicherweise als Quellen nicht versteht. Auch auf der Forscherseite gibt es Zeitmangel und fehlende Anreize zur Kommunikation sowie Skepsis und Vorurteile gegenüber den «medialen Dünnbrettbohrern». Nach wie vor ist Angst vor Reputationsein-

bussen ein restringierender Faktor, weil Medienberichterstatter gelegentlich unzulässig vereinfachen, Sachverhalte verdrehen oder Zitate aus ihrem Kontext reißen.

Wir sollten die Kommunikationsbarrieren nicht unterschätzen. Martin Eppler und Jeanne Mengis machen als Experten für Wissensmanagement darauf aufmerksam, wie verhängnisvoll mangelhafte Kommunikation selbst dort wirkt, wo Experten und Entscheider viel enger und kontinuierlicher zusammenarbeiten, als das je zwischen Journalisten und Forschern der Fall ist.<sup>2</sup>

Zusammenfassend gibt es zwar, an beide Seiten gerichtet, die normative Erwartung, Wissenschaftler und Journalisten sollen im «öffentlichen Interesse» handeln und somit Wissenschaft – also Erkenntnisfortschritte ebenso wie Irrwege der Forschung – kommunizieren. Das tatsächliche, empirisch beobachtbare Verhalten auf beiden Seiten ist jedoch eher vom «homo oeconomicus» geprägt: In den meisten Lebenssituationen verhalten sich Forscher und Journalisten nicht anders als Durchschnittsmenschen, nämlich eigeninteressiert und zweckrational – trotz aller Einwände und Einschränkungen, die in jüngster Zeit zu Recht von den Behavioral Economics geltend gemacht wurden.<sup>3</sup> Wissenschaftler und Journalisten sind nicht per se selbstlose «Gutmenschen», sie reagieren – wie andere auch – auf bestehende Anreizsysteme.

### **Persönliche Erfahrungen als «Grenzgänger»**

An dieser Stelle sind ein paar persönliche Erfahrungen einzuflechten: Ich habe als junger Mensch meine Karriere zweigleisig begonnen. Von Anfang an war ich als Wissenschaftsjournalist, der über Sozialwissenschaften berichtet hat, tätig, *und* als Sozialforscher, der sich für den Journalismus interessiert hat. Obendrein durfte ich bei der Robert Bosch Stiftung deren Förderprogramm Wissenschaftsjournalismus aufbauen.

Damals habe ich von einem angesehenen Politologen den Ratschlag bekommen, ich sollte zum Reputationserwerb in jede wissenschaftliche Publikation mindestens eine Textpassage einbauen, die garantiert kein Kollege verstehen würde. Ich bin seinem Ratschlag nicht gefolgt – und habe es vielleicht auch deshalb nie so weit gebracht wie Niklas Luhmann oder Jürgen Habermas. Mein Politologen-Kollege ist trotz seines Patentrezepts allerdings auch nicht viel berühmter geworden als ich. Ich habe

gleichwohl bis heute den Verdacht, dass wissenschaftliches Imponiergehabe viele von uns daran hindert, das zu tun, was wir eigentlich tun sollten: Karl Popper folgend, Wissenschaft verständlich kommunizieren.

Ich bin dann zeitlebens Grenzgänger geblieben, übrigens nicht nur zwischen Journalismus und Wissenschaft, sondern auch zwischen den wissenschaftlichen Disziplinen. Das Glück wollte es, dass mir mit 35 Jahren in Berlin ein Ordinariat in Kommunikationswissenschaften offeriert wurde – übrigens ein Fach, das ich nie studiert habe. Ich kam aus den Verwaltungswissenschaften, einem multidisziplinären Studienangebot mit wenig Affinität zu Journalismus und Medien. Dann gelang mir der Seiteneinstieg in mein heutiges Fach – und später habe ich mich von dort wieder ein Stück weit zurück in die Ökonomik getastet. Deren mathematischen Formelkram verstehe ich auch heute noch nicht: Das Konzept vom «homo oeconomicus maturus»<sup>4</sup>, Denkfiguren wie das Gefangenendilemma, Prinzipal-Agenten-Beziehungen oder die Tragik der Allmende sind aber ausgesprochen fruchtbar, wenn man sie auf den Journalismus anwendet.<sup>5</sup>

Warum sind solche biographischen Details erwähnenswert? Vor allem deshalb, weil sich rückblickend der Eindruck verfestigt, dass vom Wissenschaftsbetrieb her weder das Bemühen um Transfer noch das interdisziplinäre Arbeiten wirklich honoriert werden – sieht man einmal von ehrenvollen Publikationschancen wie dem vorliegenden Beitrag ab.

Schon als Nachwuchswissenschaftler fragte ich mich, warum nicht mehr Forscherkollegen meinem Beispiel folgten: Galt es nicht für das Privileg, wissenschaftlich arbeiten zu dürfen, gegenüber der Gesellschaft eine Bringschuld abzutragen? Hatte nicht Karl Popper recht, als er Habermas und Adorno in «normales» Deutsch übersetzte und vehement einforderte, Wissenschaftler müssten so lange an ihren Texten arbeiten, bis sie verständlich seien?<sup>6</sup> Sollten wir nicht – gerade in der noch jungen Fachdisziplin Journalistik – gegenüber der Praxis und den Studierenden zeigen, dass wir das Metier, das wir lehren und worüber wir forschen, auch beherrschen und zugleich unsere Erkenntnisse allgemeinverständlich, also journalistisch, darzustellen vermögen?

Aus dem Gesagten ist zu erahnen, dass eher ein wenig unbequem zwischen den Stühlen sitzt, wer sich aktiv um Transfer bemüht: Manche Forscherkollegen haben ihre Nase gerümpft, wenn ich mal wieder mit einem Artikel in der *Journaille* präsent war. Und weil die «*Journaille*» eben oft die *Neue Zürcher Zeitung* oder früher *Die Zeit* oder die *Süddeutsche Zeitung* waren, war es manchmal wohl auch ein neidvolles Naserümpfen. Wer in den Medien öfter präsent ist als einmal im Jahr, setzt

sich ja unter Forscherkollegen dem Generalverdacht aus, irgendwie doch unseriös zu sein.

Eine Platzzuweisung zwischen den Stühlen wird einem auch leicht zuteil, wenn man interdisziplinär zu arbeiten versucht. Das Bemühen, den Fachkollegen in der Kommunikationswissenschaft ökonomische Denkweisen nahezubringen, hat mir auf vielen Fachkonferenzen wenig freundliche Kommentare eingebracht. Das jeweils eigene Paradigma, sei das nun die Systemtheorie oder der Konstruktivismus, wird mit Zähnen und Klauen verteidigt. Wer es in Frage stellt oder auch nur um ergänzende Perspektiven ringt, der hat mit Häme und nachfolgendem bizarrem Fussnoten-Krieg zu rechnen.

Nun, das wäre wohl auszuhalten. Gefährlicher wird der Dissidentenstatus, wenn sich die Kollegen in Gutachter verwandeln. Allen Lippenbekenntnissen zum Trotz ist die Wahrscheinlichkeit gross, dass im Peer Review Anträge abgeschmettert werden, wenn sie interdisziplinär konzipiert sind und wenn obendrein das Sozialforscher-Kauderwelsch, der Impopularjargon auf ein erträgliches Mindestmass reduziert ist. Denn in der Regel reicht offenbar schon *ein* Gutachter, der Zweifel anmeldet, um aus dem Wettbewerb am Futtertrog herausgekickt zu werden. Und jetzt schützt ja die Anonymität die lieben Kollegen, sie können einem also gefahrlos einen Denkkzettel erteilen. Institutionen wie die SAGW und vor allem der Schweizer Nationalfonds wären hier gefordert, die Anreizstrukturen zu verändern.

Unterm Strich ist festzuhalten, dass es sich, zumindest in der Selbstwahrnehmung, noch nicht einmal im Fach Journalistik für die eigene Forscherreputation ausgezahlt hat, in vielen Printmedien präsent zu sein. Das Fernsehen hätte da vermutlich einen Unterschied gemacht. Es ist noch immer das *eine* Medium, das Prominenz verleiht – wobei Prominenz allerdings beileibe nicht dasselbe ist wie Reputation.

### **Blick zurück: Wissenschaftskommunikation als Erfolgsgeschichte**

Erweitern wir den Horizont über die persönlichen Erfahrungen hinaus. Im Rückblick auf die letzten zwanzig bis dreissig Jahre sind bemerkenswerte Erfolge in der Wissenschaftskommunikation zu verzeichnen. Wissenschaftsjournalismus und Wissenschafts-PR haben an Bedeutung gewonnen. Eine internationale Umfrage unter Biomedizinern hat beispielsweise ergeben, dass 70 Prozent der Befragten in den letzten drei Jahren Kontakt

mit Massenmedien hatten, und dass 75 Prozent von ihnen ihre Erfahrungen im Umgang mit den Medien positiv bewerteten, dagegen nur 3 Prozent sie als «überwiegend negativ» sahen.<sup>7</sup>

Wissenschaftsredaktionen und Presseabteilungen wurden im deutschsprachigen Raum stark ausgebaut. Die Wissenschaftsberichterstattung hat sich professionalisiert. Dazu haben nicht unwesentlich zwei mehrjährige Stiftungsprogramme (Robert Bosch Stiftung sowie ein Verbund von Bertelsmann-Stiftung/Stiftung Volkswagenwerk/BASF) beigetragen, aber auch einschlägige Curricula, wie sie beispielsweise an der FU Berlin und an der Universität Dortmund entwickelt wurden. Auch die Forschung zur Wissenschaftskommunikation wurde im deutschsprachigen Raum intensiviert und hat Spuren hinterlassen.<sup>8</sup>

Eine Studie unter Federführung von Holger Wormer vergleicht die Wissenschaftsberichterstattung der drei führenden deutschen Qualitätszeitungen *FAZ*, *Welt*, *Süddeutsche Zeitung* 2003/04 und 2006/07.<sup>9</sup> Die Medienforscher konstatieren einen regelrechten Boom: Die Wissenschaftsberichterstattung hat in diesem kurzen Zeitraum um insgesamt 48 Prozent zugenommen. Um sagenhafte 136 Prozent haben die Beiträge mit wissenschaftlichem Bezug zugelegt, die von diesen Zeitungen ausserhalb der Wissenschaftssektionen veröffentlicht wurden. 40 Prozent aller Beiträge mit einem Wissenschaftsbezug erscheinen mittlerweile ausserhalb der Wissenschaftsseiten. Damit einhergehend, hat sich die Wissenschaftskommunikation allerdings auch dramatisch verändert: Wissenschaft wird nicht mehr einfach nur «popularisiert», sondern «medialisiert» – soll heissen, die Medien und ihre Verwertungslogiken drücken der Wissenschaftsberichterstattung mehr als früher ihren Stempel auf.<sup>10</sup>

## **Kommunikationsarbeit der Schweizer Universitäten**

Diese Erfolgsgeschichte spiegelt sich auch in der Schweiz wider. So verfügen inzwischen alle Schweizer Universitäten über Kommunikationsabteilungen, die meist aus den früheren Pressestellen hervorgegangen sind. Sie erledigen vielfältige Aufgaben, die Presse- und Medienarbeit ist nur noch ein Teilaspekt. Die Universitäten haben allesamt bemerkenswerte Eigenpublikationen (vgl. Abb. 1).

Die genuine Pressearbeit besteht darüber hinaus überwiegend aus (meist unsichtbaren) Pressekontakten sowie aus (sichtbaren) Medienmitteilungen und Pressekonferenzen. Von den insgesamt 671 Medienmittei-

lungen der Schweizer Universitäten im Jahr 2008 galten allerdings knapp zwei Drittel Fragen der institutionellen Kommunikation, zum Beispiel der Hochschulpolitik: Nur 34 Prozent der Medienmitteilungen widmeten sich der Wissenschaftsvermittlung.



## Eigenpublikationen von Schweizer Hochschulen



**Abb. 1:** Eigenpublikationen

Auf die einzelnen Fachrichtungen bezogen, rangieren Medizin und Gesundheit, Natur und Umwelt sowie Technik vorne, Geistes-, Sozial- und Wirtschaftswissenschaften sind dagegen unterrepräsentiert (vgl. Abb. 2).

Wie erfolgreich die Medienarbeit der Schweizer Universitäten einerseits insgesamt ist und wie schlecht die Kommunikationsabteilungen der Hochschulen andererseits noch immer ausgestattet sind, lässt sich nicht zuletzt daran ermesen, dass – zum Vergleich – ein einziger grosser Schweizer Pharmakonzern mehr PR-Leute und auch mehr Experten für Medienarbeit beschäftigt als alle Schweizer Unis zusammen.

## Medienmitteilungen nach Wissenschaftsfeldern

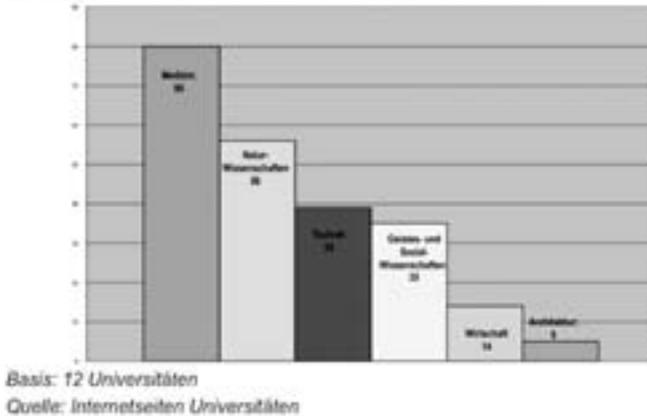


Abb. 2: Anteil der Fachrichtungen

## Wissenschaftsjournalismus in der Schweiz

Wie sieht es auf der «Gegenseite», also im Journalismus, aus? Noch sind die einzelnen Wissenschaftsredaktionen bei den grösseren Medienunternehmen personell meist stärker als die Uni-Pressestellen. Fast alle grösseren Redaktionen verfügen über eine Wissenschaftsredaktion. Insgesamt ca. 60 Wissenschaftsjournalisten arbeiten bei den wenigen grösseren Redaktionen festangestellt, verteilt auf über 40 Vollzeitstellen. Die Redaktionen orientieren sich nach Selbstauskunft übereinstimmend am breiten Publikum, weniger an Wissenschaftlern.<sup>11</sup>

Vor allem der Service public setzt auf Wissenskommunikation: In den letzten Jahren wurden die Redaktionen beim Schweizer Fernsehen SF und beim Schweizer Radio DRS ausgebaut. Allein beim SF arbeiten 20 Wissenschaftsjournalisten, die sich 10 Stellen teilen, beim öffentlich-rechtlichen Radio sind es 6 Journalisten auf 4,7 Stellen.

Stabil war im Januar 2009 noch die Lage bei den Zeitungen: Beim *Tages-Anzeiger* arbeiteten zum Erhebungszeitpunkt 7 Wissenschaftsjournalisten, bei der *Neuen Zürcher Zeitung* waren es 4 festangestellte Wissen-

schaftsjournalisten und eine ständige Mitarbeiterin, bei der *NZZ am Sonntag* 5 und bei der *Sonntagszeitung* 4 Wissenschaftsjournalisten.

Auch die *Schweizer Depeschenagentur (sda)* hat eine Wissenschaftsredaktion eingerichtet – übrigens mit finanzieller Unterstützung der Schweizer Rektorenkonferenz CRUS.

Aus- und Weiterbildungsangebote zum Wissenschaftsjournalismus und zur Wissenschaftskommunikation offerieren in der Deutschschweiz das MAZ Die Schweizer Journalistenschule sowie die Universität Zürich.

### **Probleme der Wissenschaftsberichterstattung**

Auf den ersten Blick scheint also alles «paletti»: Wir haben mehr und besser ausgebildete Wissenschaftsjournalisten, ebenso haben wir mehr und besser ausgebildete PR-Experten im Wissenschaftsbetrieb. Noch hat sich kein krasses Ungleichgewicht zu Lasten des Journalismus herausgebildet.

Dennoch gibt es eine Reihe von Problemen:

- Wissenschaftsjournalismus war und ist zuvörderst Berichterstattung über Medizin, Naturwissenschaften und Technik. Damit fehlt es an einem festen Platz für die Geistes- und Sozialwissenschaften.
- Wir haben die paradoxe Situation, dass in den Redaktionen einerseits weiterhin Naturwissenschaftler, Mediziner, Techniker unterrepräsentiert sind; Journalisten mit geistes- und sozialwissenschaftlichem Hintergrund nabeln sich aber andererseits offenbar mehr von ihrer akademischen Sozialisation ab – wohl auch deshalb, weil die Sozial- und Geisteswissenschaften nirgendwo und überall ressortieren. Oftmals scheinen damit nur ihre skurrilen Varianten im Vermischten auf, vorzugsweise in Form von demoskopischen Umfragen oder Rankings.
- Die Wissenschaftsberichterstattung verlagert sich hin zum «kontextorientierten» Wissenschaftsjournalismus, was oftmals auch darauf hinausläuft, dass sich die Berichterstattung auf Schlaglichter und kurze Statements reduziert.
- Die Konkurrenz um Aufmerksamkeit nimmt zu. Das bedeutet mehr Sensationsmake und weniger Seriosität – nicht so sehr im «klassischen» Wissenschaftsjournalismus als dort, wo ausserhalb des Ressorts über Forschung berichtet wird.
- Wenn Themen wichtiger werden, beginnen sie, in der Redaktion zu wandern. Der Wissenschaftsjournalist verliert dann z.B. die Zuständigkeit für BSE oder die Schweinegrippe – und wenn sich die Kol-

legen aus der Politik oder dem Feuilleton darum kümmern, geht das oftmals mit Kompetenzverlusten einher.

- Wenn Forscher von Journalisten zu Statements herangezogen werden, zählt oft mehr deren Medienkompetenz als ihre Forscher- und Fachkompetenz.

*Wissenschaftsjournalismus* wird tendenziell abgelöst von *Wissenschaftsjournalismus*. D.h., das journalistische Handeln ist weniger von den Erwartungen der Wissenschaftler, vermehrt dagegen von der Konkurrenz um Publika bestimmt. Das verleitet beileibe nicht nur in der Boulevardpresse zu Dramatisierung, Sensationalisierung und Tatsachenverdrehung, auch wenn dort immer wieder die eindrucksvollsten Beispiele aufscheinen (Abb. 3).



Abb. 3: Dicke – Bild

Es kommt auch zu Overreporting, zu Hypes und zu Hysterie – mit sehr realen wirtschaftlichen Folgen für die Betroffenen, wie sich am Beispiel der Berichterstattung über BSE und den Rindfleischverzehr in Deutschland zeigen lässt (Abb. 4)

## Hysterie : Beispiel BSE

Kein nachgewiesener Todesfall, aber höchst reale  
Auswirkung der Medien: Sinkender Rindfleischkonsum

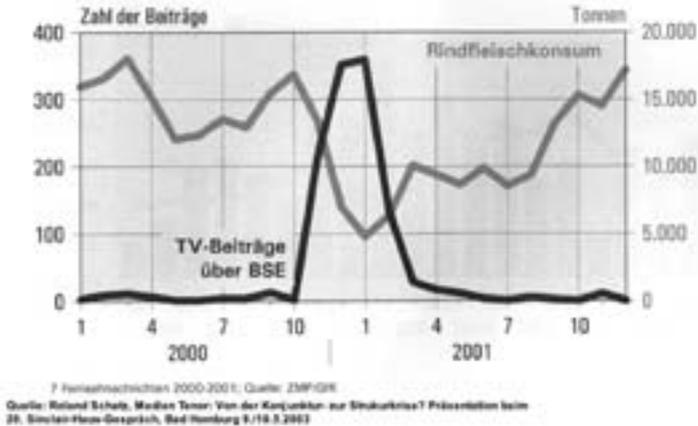


Abb. 4: BSE-Berichterstattung und Rindfleischverzehr

Die verschärften Wettbewerbsbedingungen verleiten die Medien auch dazu, immer dieselben Forscher zu präsentieren. Die Suche nach Fachkompetenz ist aufwendig. Meist reicht es ja, wenn *irgendein* Wissenschaftler vor laufender Kamera sein 1.30-Statement abgibt – am besten einer, den man in der Redaktion bereits kennt.

### Ein Blick in die USA

Hinzu kommt, dass sich die Zukunftsperspektiven eintrüben. Ein Blick in die USA zeigt deutlich, in welche Finanzierungszwickmühle der Qualitätsjournalismus und damit wohl auch die Wissenschaftsberichterstattung hineingeraten.

Dort verlieren grosse gedruckte Zeitungen in atemberaubendem Tempo ihre Leser. Sie wandern scharenweise ins Internet ab – auch, weil es dort alles gratis gibt. Die Werbung wandert zwar mit, aber nicht auf die Websites der Zeitungen. Die ersten grossen, einstmals hochangesehenen Tageszeitungen wie die *Los Angeles Times*, die *Chicago Tribune* und der *Philadelphia Inquirer* haben Insolvenz anmelden müssen. Es wird erwar-

tet, dass Hochburgen des Bildungsbürgertums wie Boston und San Francisco unter Einschluss des Silicon Valley schon bald ohne grosse Tageszeitung sein könnten.<sup>12</sup>

Die Finanzierungsprobleme des Journalismus führen auch zu Gewichtsverschiebungen zwischen PR und Journalismus. Der Journalismus droht im Bermuda-Dreieck zu verschwinden, d.h., er gerät von drei Seiten gleichzeitig unter Druck (Abb. 5)



Abb. 5: Journalismus im Bermuda-Dreieck

### Schlussfolgerungen für die Schweiz

Was heisst das für die Wissenschaftskommunikation? Ein paar Thesen:

- Im Wissenschaftsbetrieb gilt es, die Wissenschafts-PR zu verstärken und vor allem zu dezentralisieren. Die Forscher selbst, ihre Institute und Fakultäten müssen sich um die Wissenschaftskommunikation kümmern. Zentrale Kommunikationsabteilungen können solche Aktivitäten unterstützen, aber nicht ersetzen.
- In der Forschungsförderung sind mehr Anreize für Wissenschaftler zu schaffen, damit sie Kommunikation über die Fachgrenzen hinaus

nicht als lästige Nebentätigkeit, sondern als wichtige Herausforderung und zentrale Aufgabe begreifen.

- Die Forschung zur Wissenschaftskommunikation ist zu verstärken. Nach einem Anfangsschub in den achtziger Jahren sind hier in der Schweiz leider, anders als in Deutschland, bisher keine kontinuierlichen Anstrengungen zu verzeichnen.

Im Journalismus wären

- die kontextorientierte und lokale Wissenschaftsberichterstattung weiter auszubauen;
- feste Druck- und Sendeplätze für Sozial- und Geisteswissenschaften zu schaffen;
- personell in den Redaktionen dagegen eher die naturwissenschaftlich-technisch-medizinische Kompetenz zu stärken;
- mehr auf die Quellenvielfalt und vor allem auf die Expertise bei den Forschern zu achten;
- Quellen und Berichterstattungsbedingungen stärker offenzulegen; und
- Forscher öfter mal als «Gegenleser» zu engagieren, die Beiträge auf sachliche Richtigkeit prüfen.

Weniger hilfreich sind dagegen Initiativen, welche die Trennlinien zwischen PR und Journalismus einreissen und im Bereich der Wissenschaftskommunikation zum Teil völlig aufheben:

- So schön die Hochglanzmagazine der Universitäten sind, sie sind so etwas wie die «Gratiszeitungen» aus Wissenschaft und Forschung. Einerseits geben sie einer ganzen Reihe von freien Wissenschaftsjournalisten Brot und Arbeit, aber andererseits trocknen sie mit Sicherheit den Markt für journalistisch «unabhängigere» Magazine wie z.B. *Geo-Wissen*, *Bild der Wissenschaft* aus.
- Auch die Finanzierung der *sda*-Wissenschaftsredaktion durch die CRUS ist eigentlich problematisch. Wir würden es sicher nicht akzeptieren, wenn Daimler die Autoseite der *NZZ* oder Novartis die Medizinberichterstattung der Schweizer Nachrichtenagentur sponsern würden.

Hier passiert etwas, was journalistische Glaubwürdigkeit untergräbt. Vor allem bei den universitätseigenen Zeitschriften, aber auch mit dem Sponsoring der *sda*-Wissenschaftsredaktion wird unabhängiger Journalismus tendenziell durch PR nicht mehr ergänzt, sondern ersetzt – eine Form der Subventionierung, die «ordnungspolitisch» zu hinterfragen ist.

Andererseits ist angesichts der Finanzierungsnöte der Qualitätsmedien vielleicht gerade solches Sponsoring von Fachpublikationen und -redakteuren ein zukunftsweisender Weg, um hochwertigen Journalismus zu sichern. Sofern, wie im Fall der CRUS-Finanzierung, gewährleistet ist, dass keine Eingriffe in die redaktionelle Unabhängigkeit erfolgen und allenfalls das Berichterstattungsfeld, aber nicht die Themen, die Nachrichtenauswahl und der Tenor der Berichterstattung vorgegeben werden, sind solche gewöhnungsbedürftigen Finanzierungsformen jedenfalls einer Nicht-Berichterstattung vorzuziehen. Nur: Wird der *sda*-Redakteur, der weiss, dass die CRUS und die Kommunikationschefs der Schweizer Universitäten demnächst über die neuerliche Finanzierung seiner Stelle entscheiden, nicht womöglich doch in vorauseilendem Gehorsam schweigen, wenn er eigentlich uns, den Publika, etwas Wichtiges mitzuteilen hätte, was aber möglicherweise seinen Job gefährdet? Wir sollten vom einzelnen nicht heroische Leistungen erwarten, sondern lieber Anreizsysteme entwickeln, die keine Selbstverleugnung und kein Handeln gegen die eigenen Interessen nötig machen.

Und was können wir – jeder einzelne von uns Forschern – ganz praktisch tun? Jeder Wissenschaftler kann gelegentlich sein Scherflein zum öffentlichen Diskurs beisteuern, wobei sicherlich nicht jedes Wissenschaftsgebiet so «medienattraktiv» ist wie die Weltraum- oder die Aidsforschung.

Eine besondere Verantwortung für die Wissenschaftsvermittlung sehe ich allerdings bei den Fachrichtungen, die sich mit öffentlicher Kommunikation befassen und die Journalisten und PR-Experten ausbilden. Hier hätten Forscher und Lehrende die Chance, gemeinsam mit ihren Studierenden wissenschaftliche Einrichtungen in ein Recherche-Terrain zu verwandeln, indem sie über Forschungsergebnisse aus ihrem Umfeld berichten. Geht es dabei um eigene Erkenntnisse, so wären diese in Medienmitteilungen zu verwandeln. Wird über die Forschungsergebnisse von Fachkollegen an Hochschulen und Forschungseinrichtungen berichtet, können sich Journalistik-Dozenten und ihre Studierenden direkt wissenschaftsjournalistisch betätigen. Allerdings entsteht auch hier das Problem grosser Nähe. Wer unter dem Dach derselben Institution arbeitet, wird womöglich nicht hinreichend unabhängig sein, um wirklich journalistisch glaubwürdig zu sein.

Am European Journalism Observatory ([www.ejo](http://www.ejo)) in Lugano versuchen wir seit fünf Jahren einen doppelten Brückenschlag: Statt mit wissenschaftlichen Publikationen nur auf eine Handvoll interessierter Fachkollegen zu schielen und nur Bibliotheksregale zu füllen, überset-

zen wir Forschungsarbeiten, wenn sie für weitere Publika oder auch nur für Medienpraktiker interessant sind, in journalistische Stücke – und zwar für Regionalzeitungen wie den *Corriere del Ticino*, das *St. Galler Tagblatt* oder den Berliner *Tagesspiegel* genauso wie für überregionale Blätter, etwa die *Neue Zürcher Zeitung*, oder für Fachzeitschriften, die von Medienpraktikern gelesen werden, wie *Schweizer Journalist*, *Message*, *Werbewoche* oder *PR-Magazin*.

Zuletzt landen diese journalistischen Beiträge dann auf unserer vier-sprachigen Website – in der Hoffnung, damit auch Brücken zwischen den Journalismus- und Forschungskulturen Europas schlagen zu können (Abb. 6).



Abb 6: EJO Website

Ansonsten wissen wir ja dank einer gross angelegten Studie aus den achtziger Jahren: Die Membran zwischen Geistes- und Sozialwissenschaften und Medienpraxis ist nicht völlig undurchlässig. Sozial- und medienwissenschaftliche Konzepte, Wortschöpfungen, Zitate, Bonmots finden nachweislich immer wieder Eingang in Kommentarspalten und Journalistensprache. Nur verläuft dieses *trickling down* eben ereignisabhängig, unberechenbar und zufällig.<sup>13</sup> Hier gäbe es allerdings Forschungsbedarf, um der Frage nachzuspüren, wie sich solche Sicker-Prozesse und -Effekte seither verändert haben, zumal mit dem Siegeszug von Internet

und Web 2.0 sich auch in der Wissenschaftskommunikation vielfältige neue, interaktive Möglichkeiten auf tun.

Dieser Beitrag hätte seinen Zweck erfüllt, würde er den einen oder anderen Forscherkollegen dazu animieren, etwas mehr Zeit und Gedanken darauf zu verwenden, wie wir unsere Erkenntnisse für die Gesellschaft nutzbar machen können. Und vielleicht ja sogar den einen, oder anderen Fachkollegen aus der Journalistik, sich unserem Experiment, das ja inzwischen auch ein preisgekröntes Ausbildungsprojekt ist, anzuschliessen.<sup>14</sup>

## Literatur

- Albaek, Erik et al. (2003): «Experts in the Mass Media: Researchers as Sources in Danish Daily Newspapers, 1961–2001», in: *Journalism and Mass Communication Quarterly*, Vol. 80, Nr. 4/Winter, 937–948
- Ariely, Dan (2008): *Predictably irrational. The Hidden Forces That Shape Our Decisions*, New York: Harper Collins, 2008 (Deutsche Ausgabe: *Denken hilft zwar, nützt aber nichts: Warum wir immer wieder unvernünftige Entscheidungen treffen*, Knauer, 2008)
- Elmer, Christina et al. (2008): «Science for Everybody? How the Coverage of Research Issues in German Newspapers Has Increased Dramatically», in: *Journalism and Mass Communication Quarterly*, Vol. 85, Nr. 4, Winter, 878–893
- Eppler, Martin J./Mengis, Jeanne (2009): «Wie Entscheider und Experten reden lernen», in: *Harvard Business Manager*, April, 50–59
- Fengler, Susanne/Russ-Mohl, Stephan (2005): *Der Journalist als «Homo oeconomicus»*, Konstanz: UVK
- Frey, Bruno S. (1990): *Ökonomie ist Sozialwissenschaft. Die Anwendung der Ökonomie auf neue Gebiete*. München: Verlag Franz Vahlen
- Göpfert, Winfried/Schanne, M. (1998): «Das Förderprogramm Wissenschaftsjournalismus der Robert Bosch Stiftung GmbH. Evaluation», in: *Förderprogramm Wissenschaftsjournalismus. Evaluation*, hrsg. von der Robert Bosch Stiftung, Berlin/Zürich
- Harford, Tim (2008): *The Logic of Life. The Rational Economics of an irrational world*, New York: Random House
- Hettwer, Holger et al. (Hrsg.) (2008): *WissensWelten. Wissenschaftsjournalismus in Theorie und Praxis*, Gütersloh, Verlag Bertelsmann Stiftung
- Peters, Hans Peter et al. (2008): «Science-Media Interface. It's Time to Reconsider», in: *Science Communication*, Vol. 30/Nr.2, 266–276
- Russ-Mohl, Stephan (2009): *Kreative Zerstörung. Niedergang und Neuerfindung des Zeitungsjournalismus in den USA*, Konstanz: UVK (in Druck)
- Shermer, Michael (2008): *The Mind of the Market. Compassionate Apes, Competitive Humans and other Tales from Evolutionary Economics*, New York: Times Books Henry Holt
- Schneider, Wolf (1987): *Deutsch für Kenner*, Hamburg: stern-Buch
- Weingart, Peter (2001): *Die Stunde der Wahrheit*, Weilerswist: Velbrück Verlag
- Weiss, Carol/Singer, Eleanor (1988): *Reporting of Social Science in the National Media*, New York: Russell Sage Foundation

Wessler, Hartmut (1997): «Verschlungene Pfade: Wie sozialwissenschaftliches Wissen in die Medienberichterstattung einfließt», in: *Relation: Medien – Gesellschaft – Geschichte* (Wien) 4(1), 117–148

## Anmerkungen

- 1 Zu danken habe ich der Schweizerischen Akademie der Geistes- und Sozialwissenschaften (SAGW) und Christoph Ammann. Letzterer hat die Recherchen zur Ausstattung von Wissenschaftsredaktionen und Kommunikationsabteilungen der Universitäten in der Schweiz besorgt. Die SAGW hat diese Recherchen freundlicherweise finanziert.
- 2 Eppler/Mengis 2009.
- 3 Ariely 2008; Harford 2008; Shermer 2008.
- 4 Frey 1990.
- 5 Fengler/Russ-Mohl 2005.
- 6 Zit. n. Schneider 1987, 32.
- 7 Peters et al. 2008, 267.
- 8 Insb. Göpfert/Schanne 1998.
- 9 Elmer et al. 2008, 879 ff.; ähnlich dramatisch ist der Zuwachs im Nachbarland Dänemark. Dort verzeichneten Albaek et al. (2003) eine Versiebenfachung der Artikel mit Wissenschaftsbezug im Zeitraum von 1961 bis 2001.
- 10 Vgl. Weingart 2001, insb. S. 280 ff.
- 11 Befragt wurden im Januar 2009 21 Print-, TV- und Radio-Redaktionen in der Deutschschweiz.
- 12 Russ-Mohl 2009.
- 13 Weiss/Singer 1988; vgl. auch Wessler 1998.
- 14 Das EJO erhielt 2005 den Medien-Award des Vereins Qualität im Journalismus.



# Sciences en société en Suisse: enjeux, impacts, et limites

*Fabienne Crettaz von Roten, Dr, Université de Lausanne*

## **Zusammenfassung**

Zwei Aspekte stehen am Anfang dieses Beitrags: zum einen die parallele Entwicklung der Wissenschaft und der Gesellschaft und zum anderen der inhomogene Charakter der beiden Bereiche. In diesem Umfeld ist die Untersuchung der Beziehungen zwischen Wissenschaft und Gesellschaft situiert. Sie ist aus dem Bedürfnis verschiedener Akteure mit ihren je eigenen Zielen (Legitimation, Innovationsförderung, Demokratie etc.) und einer zunehmenden Nachfrage der Gesellschaft hervorgegangen. Die Thematik ist mittlerweile zu einem viel beachteten und anerkannten, jedoch schwer abzugrenzenden Sachgebiet geworden, da Aspekte der Wissenschafts- und der Innovationssoziologie, der Politik- und Bildungswissenschaft, der Kultursoziologie sowie der Kommunikationswissenschaft einfließen.

Umfrageresultate, die am «Observatoire Science, Politique et Société» der Universität Lausanne erzielt worden sind, bilden die Grundlage für diese Darstellung der Wissenschaften in der Gesellschaft der Schweiz. Die Umfragen zielten auf die Haltung der Bevölkerung gegenüber Wissenschaft und Technik, auf die Evaluation von Wissenschaftsfestivals und auf das Engagement von Wissenschaftlern für die Gesellschaft. Diese Resultate ermöglichen einen vertieften Blick auf die Interessen, Praktiken und Einstellungen der beteiligten Akteursgruppen.

## **Résumé**

Deux éléments constituent le point d'entrée de cette contribution: la co-évolution des sciences et de la société et le caractère non-homogène à la fois des sciences et de la société. Dans ce contexte, l'étude des relations entre les sciences et la société a émergé du désir de différents acteurs ayant chacun leurs propres objectifs (légitimation, encouragement à l'innovation, démocratie, etc.). Cette thématique est devenue un domaine prospère et reconnu, mais un peu flou, car regroupant des aspects de la sociologie des sciences et de l'innovation, des sciences politiques et de l'éducation, de la sociologie des cultures et de la communication.

Cette contribution se propose d'esquisser un tableau des «sciences en société en Suisse» sur la base de résultats de travaux empiriques réalisés à l'Observatoire Science, Politique et Société de l'Université de Lausanne, à savoir des enquêtes d'attitudes de la population envers la science et la technologie, des évaluations de festival scientifique et d'une enquête sur l'engagement des scientifiques envers la société. Ces résultats permettront de dessiner un regard croisé sur les intérêts, les pratiques et les attitudes des deux partenaires de l'échange.

## Introduction

Face à l'impact grandissant des sciences<sup>1</sup> et des techniques dans notre vie quotidienne, les sciences ont engendré des espoirs dans la population, mais aussi des inquiétudes liées aux catastrophes technologiques et environnementales, aux crises dans le domaine agro-alimentaires, etc. Dans ce contexte, l'étude des relations sciences-société a émergé à la fois du désir des décideurs politiques de légitimer leurs politiques scientifiques et de l'intérêt de la communauté scientifique à connaître son degré d'acceptation dans la population. Cependant, ces enjeux initiaux ont été complétés par d'autres, au fur et à mesure de l'apparition de nouveaux acteurs intéressés par cette relation: par exemple, l'objectif de certains milieux économiques souhaitant voir s'établir un environnement social favorisant l'innovation; l'objectif démocratique renvoyant à des citoyens capables de participer à un débat public sur les sciences; l'objectif culturel postulant que les sciences font partie de la culture et souhaitant une intégration culturelle des développements scientifiques; l'objectif éducatif souhaitant disposer d'une population bien formée en sciences et favoriser les vocations (Cretz von Roten, 2006a). Objectifs auxquels on peut ajouter des raisons d'être moins conjoncturelles qui renvoient au besoin de comprendre ce qui advient aujourd'hui.

Dans ce contexte, la période d'après-guerre a vu la montée en puissance de travaux du PUS<sup>2</sup> ou PUSH qui regroupe à la fois des études théoriques et empiriques et des activités cherchant à rapprocher la société et les sciences. Ce champ de réflexion prend en compte les modes de fabrication et de transmission des savoirs, les représentations plus vastes sur lesquelles ils s'articulent, les modes d'action et de relations aux autres et à la nature qu'ils suggèrent. De nombreux auteurs ont étudié les transformations des rapports entre sciences et société. Ainsi les travaux de Nowotny, Scott et Gibbons (2003) ont montré la co-évolution des sciences et de la société et l'émergence de la production de sciences Mode 2 caractérisées entre autres par le fait que les scientifiques répondent davantage aux demandes de la société et s'appliquent à communiquer avec le public en vue de préserver la confiance. Parallèlement, Callon (1999) a défini trois modèles de relation sciences-société: le modèle de l'instruction publique<sup>3</sup>, le modèle du débat public<sup>4</sup> et le modèle de la coproduction des savoirs<sup>5</sup>. Trois modèles qui coexistent selon des degrés distincts dans différents contextes, car aucun modèle ne supprime les autres.

Ces études des relations sciences-société s'accompagnent d'une vision de plus en plus différenciée des deux partenaires de l'échange. Du

côté de la société, des études (Michael, 1998; Einsiedel, 2000) mettent en évidence le rôle actif du public et la multiplication des nouveaux rôles via lesquels la société rencontre les sciences (consommateurs, visiteurs, citoyens, usagers) et donc la multiplication des publics se différenciant selon leurs attentes, leurs connaissances de départ et leurs besoins. Du côté des sciences, l'impact grandissant des sciences sur la société et la résistance observée envers certains développements scientifiques alors que d'autres suscitent un fort engouement, ont engendré la nécessité de mener des études de domaines scientifiques particuliers, tels que le nucléaire, les biotechnologies, les nanotechnologies, etc. (Bauer, 1995). Il s'agit à la fois de détecter (système d'alerte) et de suivre l'évolution des opinions.

D'une manière générale, la thématique «sciences en société» est devenue un domaine prospère et reconnu, mais un peu flou, car elle regroupe des aspects théoriques issus de différentes disciplines selon les objectifs visés: sociologie des sciences, sciences de l'éducation, sociologie des cultures et de la communication, sciences politiques, sociologie de l'innovation, etc.

Cette contribution se propose d'esquisser un tableau des «sciences en société en Suisse» sur la base de résultats de travaux empiriques PUS. Précisons que l'on parle ici de sciences et de société par simplification, mais qu'il n'y a pas deux entités séparées puisqu'elles interagissent, à tel point qu'il n'apparaît pas possible de les concevoir comme des catégories distinctes.

En Suisse, l'Observatoire Science, Politique et Société de l'Université de Lausanne réalise des études PUS dans l'unité de recherche portant sur les relations entre les sciences et la société. Dans une approche essentiellement quantitative, l'unité étudie la relation selon les deux points de vue, à la fois les visions de la population et celles des scientifiques. A cette fin, elle a constitué un corpus d'enquêtes portant sur les attitudes de la population envers les sciences (2000, 2001, 2005)<sup>6</sup>, sur les évaluations de festival scientifique (2001, 2005, 2009) et sur l'engagement des scientifiques envers la société (2008). Cette base de données permet de dessiner un regard croisé sur les intérêts, les pratiques et les attitudes des deux partenaires de l'échange. Cette contribution présentera une sélection de résultats permettant de cerner premièrement le regard de la population sur les sciences, deuxièmement celui des visiteurs d'une médiation scientifique, puis celui des scientifiques envers la société, et finalement abordera en guise de synthèse une situation de débat sciences-société.

## Le regard de la population

### *Un intérêt scientifique élevé*

Une enquête de 2005<sup>7</sup> nous apprend que les Suisses<sup>8</sup> manifestent un grand intérêt pour les sciences et les technologies: 90% d'intéressés par les découvertes médicales récentes, 88% par les découvertes scientifiques, 87% par les nouvelles inventions et technologies<sup>9</sup> (Crettaz von Roten, 2006b). Cependant, ces résultats doivent être pris avec précaution car la mesure de l'intérêt est sujette à forte désirabilité sociale<sup>10</sup>. Les thèmes scientifiques préférés des Suisses sont, en premier lieu, l'environnement et la médecine (63%, respectivement 62% des répondants intéressés par les sciences), suivis plus loin par l'économie, les sciences sociales et les humanités (environ 40%), l'astronomie et l'espace (25%), la génétique (22%), les nanotechnologies (12%). Le fort intérêt pour l'environnement corrobore l'importance sociale croissante pour le respect de l'environnement constaté en Europe (Commission européenne, 2005). Ces résultats nous amènent à la question de savoir s'il faut communiquer sur les sciences selon la logique de la demande ou selon d'autres logiques.

De plus, un examen approfondi des données montre que l'intérêt pour les différents sujets scientifiques varie fortement selon trois critères socio-démographiques: le niveau d'éducation, le sexe et l'âge. Premièrement, le niveau d'intérêt varie significativement avec le niveau d'éducation pour les sciences dites «molles» et pour Internet, mais pas pour les sciences dites «dures» (Tableau 1). Plus précisément, l'environnement intéresse le plus les personnes ayant terminé leurs études entre 16 et 19 ans<sup>11</sup>; l'économie et les sciences sociales, ainsi que les humanités intéressent le plus les personnes ayant terminé après 20 ans leurs études<sup>12</sup>; Internet intéresse le plus les personnes qui sont encore aux études.

	15-	16-19	20+	Etudiant
Médecine	61	67	60	52
Environnement	68	76	65	53
Economie et sciences sociales	48	33	51	47
Humanités	29	40	52	43
Internet	13	32	29	42
Astronomie et espace	16	22	24	29
Génétique	23	20	29	33
Nanotechnologies	6	10	15	19

**Tableau 1:** Niveau d'intérêt de la population pour différents thèmes scientifiques selon le niveau d'éducation (en % par âge de fin des études, 2005).

Sans grande surprise, nous constatons que tous les niveaux d'intérêts varient significativement selon le sexe (Tableau 2). Les femmes sont les plus intéressées par la médecine, l'environnement, les humanités et la génétique; les hommes par l'économie et les sciences sociales, Internet, l'astronomie et les nanotechnologies. Ces grandes différences d'intérêt permettent en partie d'expliquer la variation d'investissement des femmes dans les champs scientifiques (OFS, 2009) mais ne sauraient à elles seules constituer une raison suffisante. Dès lors que l'intérêt pour un objet s'ancre dans l'image que l'on s'en fait, il convient de se tourner vers les perceptions que les femmes se font des scientifiques, des sciences et des technologies (Alvarez et Crettaz von Roten, 2003). Une autre explication lie les différences constatées aux rôles sociaux spécifiques des femmes et des hommes: la répartition des rôles sociaux de sexe engage les femmes à se sentir plus concernées par ce qui relève de la responsabilité et la gestion de la sphère domestique (la médecine, l'environnement, l'alimentation, etc.) (Crettaz von Roten et Alvarez, 2008).

	Homme	Femme
Médecine	51	74
Environnement	58	68
Economie et sciences sociales	47	38
Humanités	33	46
Internet	36	27
Astronomie et espace	30	20
Génétique	16	29
Nanotechnologies	18	5

**Tableau 2:** Niveau d'intérêt de la population pour différents thèmes scientifiques selon le sexe (en % par sexe, 2005).

Finalement, l'intérêt varie significativement selon l'âge (Tableau 3). Les plus âgés sont plus intéressés par la médecine (maximum pour les 55 ans et plus, certainement en lien avec leur propre santé), les sciences humaines (maximum pour les 55 ans et plus), l'environnement, l'économie et les sciences sociales (maximum pour les 40-54 ans). Les jeunes sont plus intéressés par Internet, l'astronomie et l'espace.

	15-24	25-39	40-54	55 et +
Médecine	48	59	59	74
Environnement	46	57	73	67
Economie et sciences sociales	36	34	47	49
Humanités	35	36	41	45
Internet	58	37	28	18
Astronomie et espace	35	22	21	26
Génétique	28	17	19	27
Nanotechnologies	12	11	13	11

**Tableau 3:** Niveau d'intérêt de la population pour différents thèmes scientifiques selon l'âge (en % par classe d'âge, 2005).

Si la communication scientifique cherche à atteindre un très large public et à éviter de laisser une partie de la société sur le bord de la route, nos résultats et des études étrangères<sup>13</sup> montrent la complexité de la tâche. D'un côté, il est difficile de déterminer les thèmes scientifiques intéressants tout le monde, de l'autre, les mécanismes sous-jacents à l'intérêt sont complexes car ils font intervenir l'éducation, les représentations, les rôles sociaux, etc.

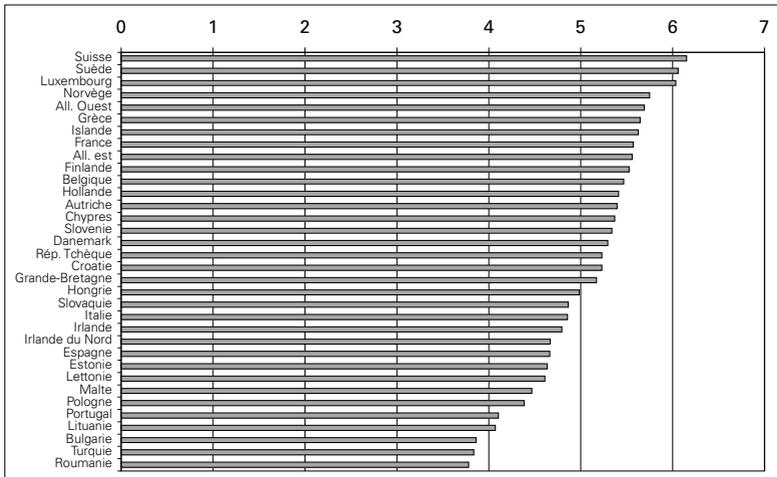
#### *Des pratiques hétérogènes liées aux sciences*

Dans ce contexte, il est important de savoir si ces niveaux d'intérêts élevés engendrent des fréquences relatives d'implication du public. En fait, l'implication des Suisses n'est pas d'un niveau aussi élevé que l'on pouvait l'espérer. En 2005, seuls 29% des répondants lisent de manière régulière des articles sur les sciences dans les journaux, magazines ou Internet, 26% ont visité au moins une fois dans les 12 derniers mois un musée des sciences et des techniques, 15% une exposition scientifique ou festival des sciences, 15% parlent régulièrement avec des amis de sciences, 5% signent régulièrement des pétitions ou manifestent sur des thèmes scientifiques, 4% assistent régulièrement à des réunions ou des débats publics sur les sciences.

Cependant, ces chiffres cachent des variations culturelles, c.-à-d. selon les régions linguistiques. Aucune région n'est globalement plus «active», mais chacune semble favoriser telle ou telle activité liée aux sciences. Les habitants de la Suisse italienne se distinguent pour la lecture d'articles (35%), la discussion sur les sciences (21%) et la signature de pétitions (10%); ceux de la Suisse allemande pour la visite de musées des sciences et des techniques (27%); ceux de la Suisse romande pour la visite d'une

exposition scientifique ou festival des sciences (22%) et la participation à des débats publics (5%).

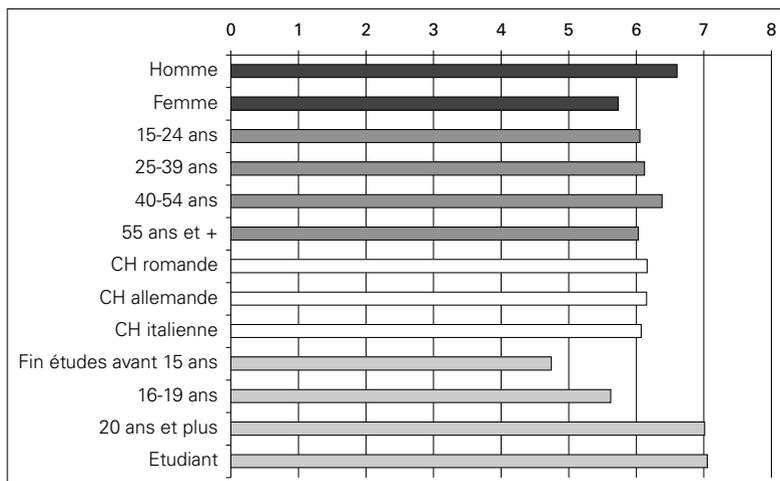
Pour synthétiser les résultats, nous avons construit un indicateur de climat envers la culture scientifique<sup>14</sup> et comparé le résultat pour les 32 pays européens ayant participé à l'Eurobaromètre en 2005. Nous constatons que la Suisse occupe le premier rang, suivie par la Suède, le Luxembourg, la Norvège et l'Allemagne de l'Ouest (Graphique 1).



**Graphique 1:** Climat envers la culture scientifique dans 32 pays européens (2005).

Le bas du Graphique 1 est occupé par le Portugal, la Lituanie, la Bulgarie, la Turquie et la Roumanie. L'analyse des résultats montre qu'il ne s'agit pas vraiment d'une opposition Nord/Sud<sup>15</sup> puisque la Suède et la Norvège se situent dans le groupe des pays les plus favorables, ni d'une explication économique, à savoir l'hypothèse postindustrielle<sup>16</sup>, puisque l'on trouve des sociétés postindustrielles en tête de classement. Ces théories ne permettent pas de rendre compte des résultats observés, qui relèvent certainement d'une combinaison de facteurs historiques, culturels, de politiques scientifiques et de débats publics propres à chaque pays européen.

Si les différences nationales sont complexes, qu'en est-il des différences individuelles? Nous constatons que l'indice de climat envers la culture scientifique est plus élevé pour les hommes, les 40-54 ans, (très légèrement) en Suisse romande et finalement pour les universitaires et les étudiants (Graphique 2).



**Graphique 2:** Indicateur de culture scientifique de la population (par sexe, âge, région linguistique et formation, 2005).

Parmi les événements mettant en culture les sciences en Suisse se trouvent le Festival Science et Cité, organisé par la Fondation Science et Cité, dont la seconde édition de 2005 s'intitulait «Une fête des sciences et des arts».

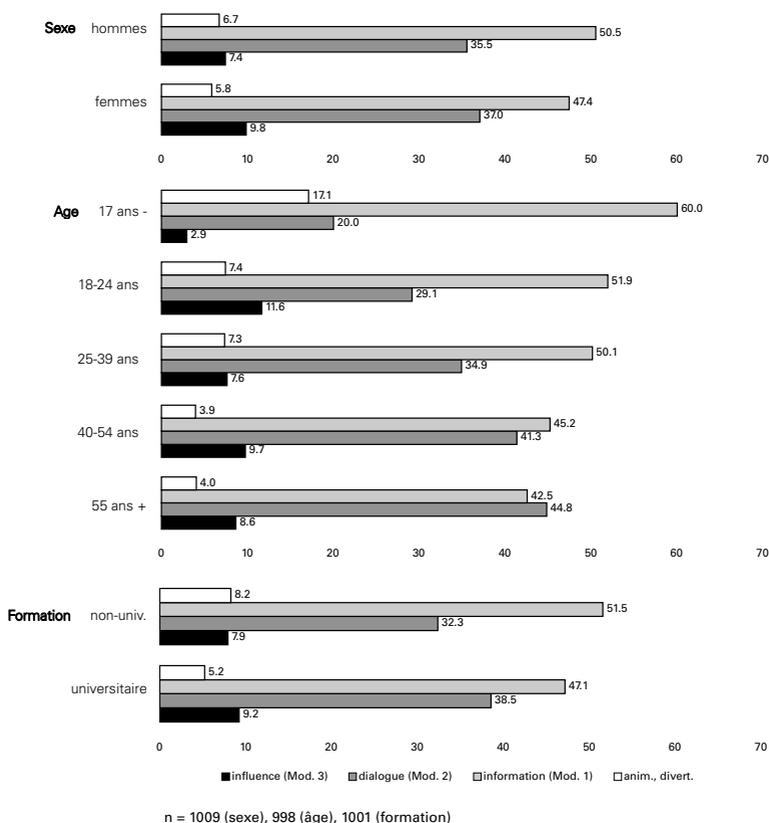
## Le regard des visiteurs d'une médiation scientifique

### *Un profil peu représentatif*

Notre analyse du Festival<sup>17</sup> illustre la nature distinctive de la culture, et donc aussi de la culture scientifique: les visiteurs du Festival ayant répondu à notre enquête ne sont pas complètement représentatifs de la population globale car trop âgés<sup>18</sup>, trop féminisés et trop bien formés (Moeschler, Cretaz von Roten et Leresche, 2006). Plus précisément, les répondants ont une moyenne d'âge de 43 ans contre 40 ans dans la population en 2004 (30% de 40-54 ans contre 22% dans la population [OFS, 2005]), ils sont constitués de 57% de femmes contre 51% dans la population – en lien certainement avec le recours du Festival 2005 à l'art comme médiation de la communication scientifique mais aussi comme moyen de problématiser les sciences et les techniques. Finalement, si 59% des répondants ont une éducation tertiaire, ils ne sont que 18% dans la population helvétique. Ces variations indiquent peut-être une sorte d'«esprit des lieux»: en effet, les événements se sont déroulés dans des institutions culturelles ou du savoir qui sont peu voire jamais fréquentées par une majorité de la population (en particulier les moins formés).

### Une fonction idéale d'information

Selon la littérature, un festival scientifique peut remplir idéalement quatre fonctions: celle de divertissement plus les trois fonctions en lien avec chacun des modèles de Callon (1999). Si de manière générale, la majorité des répondants a choisi le modèle de l'instruction publique (61% informer, éduquer), suivi par le modèle du débat public (28%), nos analyses soulignent des différences selon les caractéristiques sociodémographiques (Graphique 3). En effet, les hommes valorisent plus la fonction d'information et les femmes davantage la fonction de dialogue. Les jeunes valorisent plus la fonction de divertissement. Plus généralement, le désir de se divertir et de s'informer décroît avec l'âge, alors que le désir de dialogue croît avec l'âge. Les universitaires choisissent un peu plus le dialogue et la coproduction des savoirs alors que les personnes sans formation tertiaire souhaitent davantage s'informer, voire se divertir.



**Graphique 3:** Fonction idéale du Festival (en % par sexe, âge et formation, 2005).  
**Source:** Moeschler et Crettaz von Roten (2006).

### *Un public de convaincus?*

On reproche parfois aux manifestations de médiation scientifique de «prêcher à des convaincus» et donc de passer à côté de leur objectif fondamental de favoriser le dialogue avec tous les segments du public. Nos analyses des données récoltées lors du Festival corroborent partiellement cette critique. En effet, les personnes ayant une attitude positive envers les sciences sont nettement plus nombreuses dans les allées du Festival que dans la population générale (Tableau 4): les visiteurs sont plus souvent d'avis que les bienfaits sont plus importants que les effets nuisibles (58%, contre 43%) et ils affirment plus souvent l'importance des connaissances scientifiques (71%, contre 46%). Si la majorité des visiteurs et de la population estime que les scientifiques font trop peu d'effort pour informer, les visiteurs sont plus «cléments» envers les scientifiques alors que la population suisse est légèrement plus indécise.

	Visiteurs	Population suisse
Les bienfaits de la science sont plus importants que les effets nuisibles qu'elle peut avoir.	58.1 15.2	43.0 17.6
Dans ma vie de tous les jours, il n'est pas important d'avoir des connaissances scientifiques.	16.7 71.0	38.8 45.6
Les scientifiques font trop peu d'efforts pour informer la population sur leur travail.	49.9 24.1	50.1 22.5
Le public est suffisamment impliqué dans les décisions sur les sciences et les technologies.	16.4 64.4	34.7 47.5

**Tableau 4:** Attitude envers les sciences des visiteurs et de la population suisse (% d'accord, % pas d'accord, 2005).

Cependant une plus large proportion de visiteurs que de la population suisse estime que le public n'est pas suffisamment impliqué dans les décisions (64%, contre 47%). En résumé, si le public du Festival est un public plutôt convaincu par les bienfaits des sciences, ce public ne donne pourtant pas un chèque en blanc aux sciences, car il souhaite plus que la population une gouvernance démocratique des sciences.

### **Le regard des scientifiques**

Puisque la population adresse une demande d'information aux scientifiques, est-ce que ces derniers perçoivent et répondent favorablement à cette demande? Dans le but de répondre à cette question, nous avons entrepris une recherche sur l'engagement des scientifiques envers la société.

té<sup>19</sup>. Nous définissons par «engagement» l'ensemble des activités d'information, de dialogue, d'échange, etc. destinées à un large public.

*Des scientifiques engagés, mais de manière inégale*

Les scientifiques de l'UNIL se sont largement mobilisés envers la société dans l'année académique 2006/2007<sup>20</sup>, en particulier sous la forme de formation continue (47% des scientifiques ont réalisé au moins une activité de ce type), de conférence publique (47%) et d'article de vulgarisation (40%) (Tableau 5).

	Oui	Non
Intervention dans formation continue à public hors université	47	53
Conférence publique, cours public, grand débat	47	53
Rédaction article dans magazine scientifique grand public	40	60
Interview dans quotidien ou magazine grand public	37	63
Participation événement d'information scientifique hors-UNIL	34	66
Participation émission TV ou radio	33	67
Intervention devant une commission hors-UNIL	27	73
(Co-)rédaction ouvrage ou chapitre de vulgarisation	25	75
Intervention devant une association, ONG	23	77
Communication résultats envers large public via Internet	23	77
Intervention dans une école (primaire, secondaire, gymnase)	21	79
Rédaction d'un communiqué de presse	20	80
Participation active Portes ouvertes UNIL 2006 ou 2007	16	84
Intervention dans café scientifique	14	86
Visite guidée ou collaboration avec musée	9	91
Proposition activité dans Passeport vacances UNIL	4	96
Participation journée des parlementaires à l'UNIL	3	97

**Tableau 5:** Activité de communication envers un public large (en % année académique 2006-2007).

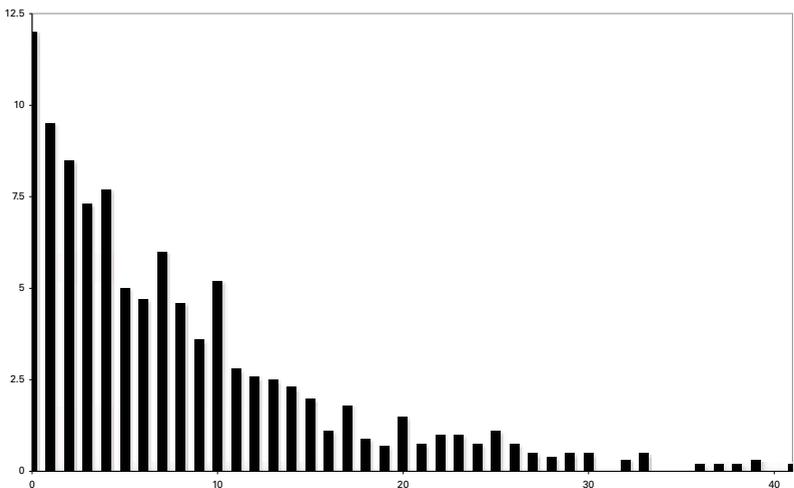
**Source:** Crettaz von Roten et Moeschler (2008).

Notons que seuls 20% des répondants ont rédigé un communiqué de presse. Puisque logiquement le communiqué de presse vient à la fin d'une recherche, tous les enseignants-chercheurs n'étaient pas forcément à cette étape de leur recherche dans l'année 2006/2007. Par conséquent, nous avons posé la question de manière générale. 59% des répondants ne contactent en général pas les médias à la fin d'une recherche, à l'inverse

seuls 10% le font en général<sup>21</sup>. En somme, le réflexe média n'est pas encore là pour la majorité des enseignants-chercheurs.

Si 88% des répondants estiment important de communiquer avec un public large, l'importance varie fortement selon le type de destinataires: nos analyses montrent que le groupe prioritaire est celui des milieux professionnels liés au domaine (69% de «très important»), suivi par les décideurs politiques et par les membres de commissions d'experts (respectivement 50% et 43%), alors que «l'homme de la rue» n'arrive qu'au sixième rang (25%).

Nous avons calculé, pour chaque répondant, le nombre total d'activités dirigées vers un large public en 2006/2007. L'histogramme de cet indicateur montre une grande hétérogénéité de niveau d'engagement (Graphique 4). D'un côté, 12% des répondants n'ont fait aucune activité d'engagement, ce qui est peu en comparaison internationale<sup>22</sup> (Crettaz von Roten et Moeschler, 2008); de l'autre, certains répondants ont fait 20, 30 jusqu'à 41 activités. En examinant la partie droite du graphique, nos analyses révèlent une structure pyramidale de l'engagement: 20% d'assidus en la matière ont effectué plus de la moitié (55%) des activités dirigées vers un public non-spécialiste, alors que les 80% des personnes restantes ont fait seulement 45% des activités.



**Graphique 4:** Histogramme du nombre d'activités d'engagement année académique 2006-2007.

**Source:** Crettaz von Roten et Moeschler (2008).

### *Des scientifiques engagés performants scientifiquement*

A l'aune de ces premiers résultats se pose naturellement la question de la «valeur scientifique» de ces scientifiques engagés. Le cliché d'un chercheur peu reconnu dans son champ scientifique, qui chercherait à compenser dans l'espace public son manque de légitimité scientifique, est réfuté puisque la corrélation entre le nombre d'activités de communication envers les non-spécialistes et le nombre d'activité de communication envers les pairs<sup>23</sup> vaut 0.55. En d'autres termes, plus on fait un type de communication, plus on fait l'autre type de communication. Ce résultat indique que le public rencontre des scientifiques performants.

### *Un effet des médias*

La plus grande variabilité d'engagement se trouve entre les différents statuts des enseignants-chercheurs<sup>24</sup> (Tableau 6). D'un côté, les PO/MER se distinguent avec une moyenne de 11.9 activités d'engagement, suivis par les Chargés de cours/PD (10.7), de l'autre, les Chargés de recherche/chercheurs et les Assistants/doctorants n'effectuent en moyenne respectivement que 5.3 et 4.3 activités. Qu'est-ce qui explique ces différences? En particulier, sont-elles choisies ou subies?

	Moyenne			%
	Activités larges	Sollicitations par journalistes	Acceptations de sollicitations	Jamais sollicité
PO/MER	11.9	4.9	3.4	19
Chargés de cours/PD	10.7	3.9	2.9	17
Chefs de projet/unité/section	9.4	3.0	2.5	24
PA/MA	9.0	3.1	2.4	30
Chargés de recherche/chercheurs	5.3	0.9	0.8	56
Assistants/doctorants	4.3	0.7	0.5	71

**Tableau 6:** Différence d'engagement des scientifiques et de sollicitation des médias selon le statut (2006-2007).

La seconde colonne du Tableau 6 montre qu'elles sont en partie subies puisque les PO/MER ont été en moyenne sollicités 4.9 fois en 2006-2007 alors que les Assistants/doctorants n'ont été sollicités que 0.7 fois. Il apparaît qu'aux statuts souvent sollicités et qui peuvent davantage choisir tout en bénéficiant d'une bonne présence médiatique (notamment les PO/MER) s'opposent d'autres groupes qui, moins sollicités, acceptent proportionnellement plus souvent, mais pour une pré-

sence médiatique globalement moindre (notamment les Chargés de recherche/chercheurs).

En fait, la sollicitation des journalistes suit le phénomène classique du *Matthew effect* établi par Merton (1968), qui consiste à donner plus de crédit à un scientifique éminent qu'à un chercheur inconnu même si leur travail est équivalent. Dans notre situation, plus le statut de l'enseignant-chercheur est élevé, plus il sera sollicité par les médias: 19% de PO/MER ne sont jamais sollicités contre 71% d'Assistants/doctorants. Les différences constatées dans la première colonne du Tableau 6 découlent donc partiellement du *Matthew effect* induit par les médias.

Cependant, le statut n'explique pas toutes les variations de niveau d'engagement, car le sexe intervient également fortement. En effet, nous constatons que les hommes ont fait en moyenne 8.8 activités contre 5.2 chez les femmes (Tableau 7). Cependant, nous pouvons l'expliquer partiellement par les différences de sollicitations: les hommes sont 2.5 fois plus sollicités que les femmes et si 39% des hommes ne sont jamais sollicités, il s'agit de 59% des femmes.

	Moyenne			%
	Activités larges	Sollicitations par journalistes	Acceptations de sollicitations	Jamais sollicité
Homme	8.8	3.1	2.3	39
Femme	5.2	1.2	0.9	59

**Tableau 7:** Différence d'engagement des scientifiques et de sollicitation des médias selon le sexe (2006-2007).

Ces résultats s'expliquent en partie par les différences de statuts des hommes et des femmes dans le milieu académique: les femmes sont toujours moins souvent représentées parmi les hauts statuts universitaires, même si les différences s'estompent (OFS, 2008). Il y a donc un *Matthew effect*, mais auquel s'ajoute certainement un *Matilda effect* à savoir la sous-évaluation, l'ignorance du travail scientifique féminin (Rossiter, 1993).

#### *Des obstacles et des solutions multiples*

Si l'engagement des scientifiques envers la société est dans la bonne voie, quels sont cependant les obstacles relevés par les scientifiques? En omettant les répondants rejetant tout obstacle (24%), aucune difficulté ne se dégage en particulier: 34% des répondants citent le manque de temps, 19% le manque de valorisation dans le CV, 18% le manque d'intérêt de la

part du public et 15% la crainte que les résultats puissent être mal utilisés par les médias ou les politiques<sup>25</sup>.

Les trois solutions les plus préconisées par les répondants sont une politique plus active au niveau de la faculté et de la direction de l'UNIL (respectivement 70% et 63%) ainsi que l'allocation de moyens financiers (66%), viennent ensuite des heures de décharge (51%) et la prise en compte dans l'évaluation des dossiers de candidats à l'UNIL (49%). A noter que les obstacles et les solutions préconisées par les répondants dépendent partiellement de leur statut et de leur sexe (Crettaz von Roten et Moeschler, 2008).

## **Un débat sciences-société**

Parfois les scientifiques choisissent de s'engager, parfois ils y sont forcés par la population, en particulier lorsque celle-ci dépose une initiative sur un thème touchant les sciences. C'est ce qui s'est passé en 2005 lorsque l'UNIL a voulu construire une animalerie sur le site de Dorigny. La population a déposé une initiative qui a engendré un débat animé et s'est soldée par un refus de l'animalerie par la population. Par la suite, un groupe de recherche s'est constitué à l'UNIL pour comprendre le message que le peuple vaudois avait voulu faire passer à son université (Blanchard et al., 2006). Cette recherche a permis, entre autre, de cerner le climat général du vote en analysant les attitudes des Suisses face aux sciences et à l'expérimentation animale.

### *Un climat favorable aux sciences*

Le regard des Suisses sur les sciences et les technologies est globalement positif (Crettaz von Roten, 2006b). En effet, une très large majorité des enquêtés (68%) soutient la recherche scientifique. Les espoirs placés dans différents domaines du développement scientifique sont grands: 88% pour la lutte contre les maladies graves et 82% pour l'amélioration de la vie quotidienne et de la santé. Si le bilan entre les bienfaits et les effets nuisibles des sciences reste positif, une analyse longitudinale montre un accroissement de l'ambivalence depuis 2000 (de 11% d'ambivalents à 31% en 2005). Une très large majorité des Suisses (76%) continue à faire confiance aux scientifiques s'ils respectent les normes éthiques. Cette vision positive est atténuée par des affirmations de craintes à l'égard des sciences en lien avec des systèmes de valeurs traditionnels: 43% des Suisses estiment que les sciences changent trop rapidement nos modes de vie (également plus d'ambivalence sur cette question depuis 2000).

### *Un rejet de l'expérimentation animale*

Cependant, une majorité relative des Suisses est opposée à l'expérimentation animale sur des chiens et des singes pour aider à résoudre des problèmes de santé pour les humains (50%, contre 35% de favorables)<sup>26</sup>. En Suisse comme dans 13 des 15 pays de l'Europe<sup>27</sup>, nous constatons un déclin de l'acceptation entre 2001 et 2005 (Crettaz von Roten, 2009). Par conséquent, la votation s'est déroulée dans un climat peu favorable à l'expérimentation animale.

Différents facteurs peuvent expliquer les attitudes envers l'expérimentation animale, Crettaz von Roten (2008) modélise l'acceptation de l'expérimentation animale sur la base de onze variables explicatives: sexe, attitudes envers les sciences, attitudes envers les animaux, attitudes envers l'environnement et valeurs.

Si l'attitude envers l'expérimentation animale ne dépend pas directement de la région linguistique, l'effet peut être indirect car les attitudes envers les sciences dépendent de la région linguistique (Crettaz von Roten, à paraître) et les attitudes envers la nature et les animaux dépendent également de la région linguistique (Tableau 8).

	Suisse allemande	Suisse romande	Suisse italienne	Total
Nous avons le droit d'exploiter la nature, si c'est pour le bien-être de l'humanité.	12.2	59.0	72.1	24.6
Nous avons le devoir de protéger la nature même si cela signifie limiter le progrès humain.	95.4	85.7	88.4	93.1
Exploiter la nature peut s'avérer inévitable pour le progrès de l'humanité.	49.7	49.8	27.9	48.8
La nature survivra aux actions de l'homme.	58.2	35.5	37.2	52.5
Nous avons le devoir de protéger les droits des animaux quel que soit le coût que cela représente.	80.6	74.3	74.4	79.0

**Tableau 8:** Attitudes des Suisses à l'égard de la nature et des animaux selon les régions linguistiques (en % d'accord, 2005).

En effet, les Suisses alémaniques ont les attitudes les plus protectrices envers la nature: ils sont le moins d'accord de l'exploiter (12%) et ils veulent le plus la protéger (95%). Si les Suisses alémaniques et romands sont les plus «réalistes ou fatalistes» envers l'exploitation de la nature (50%), nous trou-

vons là une différence importante entre les régions: en Suisse romande, on exploite la nature et on estime avoir le droit de le faire; en Suisse allemande, on exploite la nature mais on n'estime pas avoir le droit de le faire.

### **Remarques conclusives**

Si des études antérieures ont révélé l'importance de la notion de confiance pour étudier les sciences en société (Bauer, Allum et Miller, 2007), cette contribution propose d'intégrer les valeurs, en particulier celles liées à la nature dans ces études, car les visions de la nature sont des outils importants pour donner du sens. Les sciences et la nature sont reliées de différentes façons. Certains développements scientifiques ont eu des impacts sévères sur l'environnement et la population a maintenant des craintes envers les conséquences imprévues de l'interférence avec la nature et, en particulier, des réticences envers une domination (bio)technologique croissante de la nature. D'autres développements ont complété et parfois supplanté les procédés «naturels», par exemple dans l'alimentation et la reproduction, avec l'accusation de «jouer à Dieu», un acte d'orgueil humain démesuré, dépassant les limites naturelles et morales (Peters et al., 2007).

Ces aspects doivent être pris en compte lorsque l'on communique sur les sciences. Si les scientifiques disent en être conscients (80% des enseignants-chercheurs de l'UNIL sont d'accord de communiquer sur les implications sociales et éthiques de leur recherche), peut-être peinent-ils cependant à l'appliquer? L'analyse de la campagne relative à la votation sur la création d'une animalerie à l'UNIL a montré que les partisans de l'animalerie ont évité d'aborder les aspects éthiques et moraux, en se concentrant sur les aspects scientifiques (Blanchard et al., 2006).

Cette contribution se proposait d'esquisser un tableau des «sciences en société en Suisse» sur la base de résultats d'enquêtes PUS. Idéalement, ce panorama devrait être couplé avec celui d'études qualitatives, car la complémentarité des deux approches est d'autant plus nécessaire que la thématique est complexe. Il faut cependant relever le rôle de système d'alerte pour les développements scientifiques que peuvent remplir les enquêtes PUS. Avec le recul, on peut voir dans l'Eurobaromètre Biotechnologies de 1996 l'émergence des préoccupations de la population envers les biotechnologies (Gaskell, 2005). Dans ce sens, de telles enquêtes peuvent s'inscrire dans le cadre d'activités d'*upstream engagement*, notion que l'on pourrait traduire comme «engagement à la source» et qui consiste à

consulter le public dès le début d'un développement scientifique pour examiner la formation et l'évolution des attitudes et à introduire dans la recherche relative une culture de sensibilité sociale (Pidgeon et Rogers-Hayden, 2007). A titre d'exemple, le développement des nanotechnologies a déjà donné lieu à plusieurs activités d'*upstream engagement* en Suisse: le publifocus «Les nanotechnologies et leur importance pour la santé et l'environnement» du TA-SWISS en 2006, le projet Nanopublic de l'Université de Lausanne<sup>28</sup>, etc. Pour que les enquêtes PUS puissent participer aux activités d'*upstream engagement*, il est nécessaire de les répliquer dans le temps or nous déplorons malheureusement un manque de ressources en Suisse pour les réaliser.

## Références

- Alvarez, Elvita et Crettaz von Roten, Fabienne (2003), «Les femmes face aux sciences et aux techniques en Suisse, 2001» dans Levy, M., Pastor, E., Alvarez, E. et Crettaz von Roten, F. (eds), *Femmes et science en Suisse: double perspective*, Neuchâtel: OFS, p. 13-19.
- Bauer, Martin (1995), *Resistance to new technology*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Bauer, Martin, Durant, John et Evans, Geoffrey (1994), «European public perceptions of science», dans *International Journal of Public Opinion Research* 6, p. 163-186.
- Bauer, Martin et Bonfadelli, Heinz (2002), «Controversy, media coverage and public knowledge» dans Bauer, M. et Gaskell, G. (eds), *Biotechnology: The making of a global controversy*, Cambridge: Cambridge University Press, p. 149-175.
- Bauer, Martin, Allum, Nick et Miller, Steve (2007), «What can we learn from 25 years of PUS survey research? Liberating and expanding the agenda», dans *Public Understanding of Science* 16, p. 79-95.
- Blanchard, Philippe, Crettaz von Roten, Fabienne, Felli, Romain, Fillieule, Olivier et Leresche, Jean-Philippe (2006), *Le vote du 27 septembre 2005 sur l'animalerie de Dorigny. Analyses sociales, politiques et territoriales*, Rapport final, Lausanne: UNIL.
- Callon, Michel (1999), «Des différentes formes de démocratie technique», dans *Les cahiers de la sécurité intérieure* 38, p. 35-52.
- Commission européenne (2005), *Europeans, science and technology*, Bruxelles: Directorate General Press and Communication.
- Crettaz von Roten, Fabienne (2006a), «Représentations croisées des rapports entre sciences et société: introduction» dans Leresche, J.-Ph., Benninghoff, M., Crettaz von Roten, F. et Merz, M. (eds.),

- La fabrique des sciences. Des institutions aux pratiques*, Lausanne: PPUR, p. 257-260.
- Crettaz von Roten, Fabienne (2006b), «Les Suisses et les sciences en 2005: structure et facteurs explicatifs des attitudes» dans Leresche, J.-Ph., Benninghoff, M., Crettaz von Roten, F. et Merz, M. (eds.), *La fabrique des sciences. Des institutions aux pratiques*, Lausanne: PPUR, p. 283-304.
- Crettaz von Roten, Fabienne (2008), «Mapping perceptions of animal experimentation: trend and explanatory factors», dans *Social Science Quarterly* 89(2), p. 537-549.
- Crettaz von Roten, Fabienne (2009), «European attitudes toward animal research: overview and consequences for science», dans *Science, Technology & Society* 14(2).
- Crettaz von Roten, Fabienne (à paraître). «The perception of the human-animal boundary: a cross-cultural perspective», New York: Routledge.
- Crettaz von Roten, Fabienne et Alvarez, Elvita (2008), «Women's perceptions of biotechnologies: The case of genetically modified foods in Switzerland» dans Molino, F. et Zucco, F. (eds), *Women on Biotechnology: creating interface*, Dordrecht: Springer, p. 263-275.
- Crettaz von Roten, Fabienne et Moeschler, Olivier (2008), *Les scientifiques dans la Cité. Cultures disciplinaires et engagement public*, Rapport final, Lausanne: UNIL.
- de Cheveigné, Susanne, Boy, Daniel et Galloux Jean-Christophe (2002), *Les biotechnologies en débat: Pour une démocratie scientifique*, Paris: Balland.
- Einsiedel, Edna (2000), «Understanding 'public' in the public understanding of science» dans Dierkes, M. et Grote, C. (eds), *Between understanding and trust: the public, science and technology*, Reading: Harwood Academic Publishers, p. 205-215.
- Gaskell, George (2005), «Public opinion in the science equation», dans *RTD Info* November 2005, p. 4-6.
- Merton, Robert (1968), «The Matthew effect in science», dans *Science* 159(3810), p. 56-63.
- Michael, Mike (1998), «Between citizen and consumer: multiplying the meanings of the public understanding of science», dans *Public Understanding of Science* 7, p. 313-327.
- Moeschler, Olivier, Crettaz von Roten, Fabienne (2006), «Un festival des sciences et des arts pour un dialogue science-société» dans Leresche, J.-Ph., Benninghoff, M., Crettaz von Roten, F. et Merz, M. (eds.), *La fabrique des sciences. Des institutions aux pratiques*, Lausanne: PPUR, p. 305-327.

- Nowotny, Helga, Scott, Peter et Gibbons, Michael (2003), *Repenser la science*, Paris: Belin.
- OFS (2005), *Portrait démographique de la Suisse*. Edition 2005, Neuchâtel: OFS.
- OFS (2008), *Egalité entre femmes et hommes: la Suisse en comparaison internationale*, Neuchâtel: OFS.
- OFS (2009), *Education et science: panorama*, Neuchâtel: OFS.
- Peters, Hans Peter, et al. (2007), «Culture and technological innovation: impact of institutional trust and appreciation of nature on attitudes towards food biotechnology in the USA and Germany», dans *International Journal of Public Opinion Research* 19, p. 191-220.
- Pidgeon, Nick et Rogers-Hayden, Tee (2007), «Opening up nanotechnology dialogue with the publics: risk communication or upstream engagement?», dans *Health Risk Society* 9, p.191-210.
- Rossiter, Margaret (1993), «The Matilda effect in science», dans *Social Studies of Science* 23, p. 325-341.

## Notes

- 1 Dans cette présentation, le mot «sciences» se réfère à tous les domaines de recherche, qu'ils relèvent des sciences exactes ou humaines.
- 2 A savoir *Public Understanding of Science (and Humanities)*. Précisons que nous déplorons l'équation automatique d'agenda particulier aux études PUS, à savoir que les enquêtes d'attitudes PUS impliqueraient le *deficit model*, une conception scientiste d'une société ignorante et inquiète face aux savants dépositaires de la seule vraie connaissance. Les études PUS vont bien au-delà de cela comme l'illustre l'article de Bauer, Allum et Miller (2007).
- 3 Ce modèle basé sur l'idée d'un déficit d'information à combler dans la population définit les sciences comme une institution séparée dont le rôle des membres – les scientifiques – est d'informer le profane pour rétablir la confiance.
- 4 Reconnaissant une complémentarité entre savoirs scientifiques et profanes et, donc, une proximité entre les sciences et la société, ce modèle postule une communication bidirectionnelle entre les chercheurs et la Cité et un débat qui se limite cependant à une prise en compte de certaines préoccupations du public par les chercheurs.
- 5 Surmontant les limites entre sciences et société, ce modèle associe «activement les profanes à l'élaboration des connaissances les concernant» (ibid: 46) – apprentissage collectif croisé – et implique la possibilité pour les citoyens d'influer sur les choix techniques et scientifiques.
- 6 A relever le retard de la Suisse dans ce domaine, dont la première enquête date de 2000 alors que les Etats-Unis et l'Europe disposent d'enquêtes régulières depuis les années 70.
- 7 L'Eurobaromètre 63.1 Science et Technologie a été réalisé entre le 3 janvier et le 15 février 2005 dans 32 pays européens dont la Suisse. Dans chaque pays, environ 1000 interviews ont été réalisées en face-à-face, sauf au Luxembourg, à Chypres, à Malte et en Islande (500) (N = 32897). Avec cette taille d'échantillon, la marge d'erreur est au maximum de 3.1% au niveau national. La sélection des répondants s'est faite selon une technique aléatoire à phases multiples sur la population adulte (15 ans et plus). Le rapport européen est disponible à l'adresse: [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/archives/ebs/ebs\\_224\\_report\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_224_report_en.pdf)
- 8 Sous le vocable «les Suisses», nous entendons les habitants et habitantes de la Suisse et non pas uniquement les citoyens suisses. Afin de ne pas alourdir le texte, les termes se référant à des personnes n'ont pas été féminisés.
- 9 Il s'agit des personnes se disant beaucoup ou moyennement intéressé par le sujet. A titre de comparaison, l'actualité sportive enregistre 77% d'intérêt et l'actualité politique 84%.
- 10 A savoir tendance à fournir des réponses «socialement correctes», dans notre contexte en accentuant ou en atténuant l'intérêt ou le désintérêt éventuel pour les thèmes proposés.
- 11 C'est-à-dire ayant une formation de type secondaire II.
- 12 C'est-à-dire ayant une formation tertiaire.
- 13 Des travaux ont montré la présence d'un *knowledge gap* qui signifie que les plus éduqués et les moins éduqués ne bénéficient pas de la même manière des efforts d'information scientifique produits par les médias (Bauer et Bonfadelli, 2002).
- 14 Cet indicateur est construit sur 10 variables: 2 variables sur le niveau d'intérêt pour les sciences, 2 variables sur le niveau d'information sur les sciences, plus les 6 variables de pratiques d'activités liées aux sciences. Cet indicateur varie de 0 à 10: plus l'indicateur est élevé, plus le climat est favorable pour la culture scientifique.
- 15 Selon cette hypothèse, les pays nordiques seraient marqués par une culture imprégnée d'un attachement romantique à la nature, une sensibilité environnementale croissante et donc des réticences à l'égard des sciences et des technologies; à l'inverse, les pays du sud, comme la France, seraient marqués par une culture cartésienne (de Cheveigné, Boy et Galloux, 2002).
- 16 Selon cette hypothèse, lorsqu'une société transite d'une économie industrielle à une économie postindustrielle, le niveau d'intérêt et les attitudes envers les sciences changent. Les pays industrialisés, en demande de développement économique, manifestent des intérêts

plus élevés et des attitudes plus positives à l'égard des développements scientifiques, alors que les pays post industrialisés témoignent d'un moindre appétit de culture scientifique en raison d'une prudence engendrée par la dégradation de l'environnement et d'une sorte de réflexe de satiété (Bauer, Durant, Evans, 1994).

- 17 La Fondation a mandaté l'Observatoire Science, Politique et Société pour réaliser une évaluation dans 5 villes accueillant le Festival (Aarau, Bâle, Neuchâtel, Lausanne et Zürich). Nous avons défini une double enquête sur les visiteurs (2667 questionnaires récoltés) et sur les organisateurs (323 questionnaires récoltés) pour offrir un regard croisé entre les deux partenaires de l'événement.
- 18 Notre étude portant sur les visiteurs de 15 ans et plus, nos résultats sont naturellement biaisés vers le haut.
- 19 Cette recherche financée par la fondation Anthropos de l'Université de Lausanne (UNIL) porte sur les enseignants-chercheurs de l'UNIL à savoir toute personne qui poursuit, au moins pour une partie de son temps de travail, des activités de recherche et d'enseignement au niveau académique. Elle comporte deux volets: une vingtaine d'entretiens semi-dirigés (deux enseignants-chercheurs par faculté plus des acteurs de la communication scientifique interne et externe) et un questionnaire on-line envoyé à l'ensemble des enseignants-chercheurs (810 questionnaires récoltés, environ 30% de taux de réponse).
- 20 Les répondants devaient spécifier le nombre de fois qu'ils avaient effectué dans l'année académique chacune des 17 activités proposées (0, 1 fois, 2 ou 3 fois, 4 fois ou plus).
- 21 De plus, 10% disent le faire souvent et 21% le faire rarement.
- 22 A noter que l'UNIL définit comme sa troisième mission l'engagement envers la société.
- 23 Le nombre d'activités de communication envers les pairs est mesuré par huit types d'activités telles que les articles dans des revues expertisées, les chapitres de livres scientifiques, les livres, les interventions dans des colloques scientifiques, etc.
- 24 Les différents statuts sont les professeurs ordinaires, associés, titulaires, *ad personam* ou honoraires et des MER, que nous appellerons dans le texte PO/MER; les professeurs assistants, boursiers, invités, remplaçants ou suppléants et des maîtres assistants, notés PA/MA; les chargés de cours et privat-docents, notés Chargés de cours/PD; des assistants, premier-assistants, doctorants, notés Assistants/doctorants; les chargés de recherche, chercheurs diplômés, chercheurs associés, chercheurs docteurs, notés Chargés de recherche/chercheurs; et les chefs de projets, d'unité, de section ou d'équipe, notés Chefs de projets/unité/section.
- 25 Les répondants étaient appelés à choisir parmi une liste de 15 obstacles 3 au maximum; par conséquent, la somme des pourcentages est supérieure à 100%.
- 26 Relevons malheureusement que l'Eurobaromètre n'a pas utilisé l'indicateur le plus «neutre» pour l'attitude envers l'expérimentation animale car la littérature a montré que les espèces influencent l'acceptation de l'expérimentation: plus l'espèce est proche de l'homme au sens propre (singe) ou au sens figuré (chien, animal de compagnie), plus les personnes ont tendance à refuser l'expérimentation (Crettaz von Roten, 2008).
- 27 Seules l'Espagne et la Belgique enregistrent une augmentation de l'acceptation de l'expérimentation animale.
- 28 Voir <http://www.unil.ch/nanopublic>



# Zur Autorin und den Autoren

## **Fabienne Crettaz von Roten**

Fabienne Crettaz von Roten, dr en mathématiques, dirige l'unité de recherche «Relation science-société» de l'Observatoire Science, Politique et Société de l'Université de Lausanne. Elle a conduit des recherches empiriques sur les deux versants de la relation science–société:

- d'un côté, des enquêtes d'attitudes de la population envers la science et la technologie (2000, 2001, 2005) et des études des publics participant à des médiations scientifiques (Festival Science et Cité, 2001, 2005 et 2009);
- de l'autre, une étude sur l'engagement des scientifiques de l'UNIL envers la société (2008).

Dans les chapitres de livres et articles publiés, elle s'est focalisée sur différentes thématiques: la perspective longitudinale, la mise en évidence de facteurs explicatifs, les nouvelles technologies (biotechnologie, nanotechnologie), la dimension genre, les marqueurs culturels comme le rapport à la nature et aux animaux. Ces principaux articles sont parus dans *Public Understanding of Science*, *Social Science Quarterly*, *Journal of Science Communication*, *Science, Technology and Society*, *Swiss Political Science Review*, *Swiss Journal of Sociology*, *Nanotechnology Perceptions*.

Ses recherches s'inscrivent dans plusieurs réseaux internationaux: Commission européenne DGR «Science in society», International network on Indicators of Science and the Public, Public Communication of Science and Technology network.

## **Kurt Imhof**

Kurt Imhof, geb. 1956, Prof. Dr. für Publizistikwissenschaft und Soziologie am IPMZ – Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung – und am SUZ – Soziologisches Institut der Universität Zürich. Leiter des «fög – forschungsbereich öffentlichkeit und gesellschaft / Universität Zürich»; Mitglied beim «Ludwig Boltzmann Institute for European History and Public Spheres» und beim «National Center of Competence in Research» (NCCR Democracy): Challenges to Democracy in the 21st Cen-

ture. Forschungsschwerpunkte: Öffentlichkeits- und Mediensoziologie, Gesellschaftstheorie, Soziologie sozialen Wandels, Konfliktsoziologie.

### **Stephan Russ-Mohl**

Stephan Russ-Mohl, geb.1950, ist Professor für Kommunikationswissenschaft (Arbeitsgebiete: Journalistische Praxis/Medienmanagement) und Leiter des European Journalism Observatory an der Università della Svizzera italiana in Lugano. Von 1985 bis 2001 war er Publizistik-Professor an der FU Berlin und dort für den Studiengang Journalisten-Weiterbildung und für das Journalisten-Kolleg verantwortlich.

Forschungsaufenthalte an der University of Wisconsin in Madison/USA (1989), am Europäischen Hochschulinstitut in Florenz (1992), an der Stanford University in Kalifornien (1995,1999 und 2008) und an der University of Oregon (2008). Journalistische Tätigkeit u.a. für die Neue Zürcher Zeitung und führende deutsche Printmedien.

Forschungsfelder: Qualitätssicherung und Qualitätsmanagement im Journalismus, Redaktionsmanagement; vergleichende Journalismus-Forschung (insbesondere: Deutschland, USA, Schweiz, Italien); Medien-Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit für Medienunternehmen; Wissenschaftsberichterstattung.

