

### Sektion 4: Grenzverschiebungen zwischen Wissenschaft und Öffentlichkeit

#### Geschichte im Visier

#### Historische Erkenntnis im Dilemma zwischen akademischer Deutungshoheit und Marktkonformität

Maren Lorenz, Universität Hamburg / Universität Basel

Im Gegensatz zur Geschichtswissenschaft kann der Begriff der "Öffentlichkeit" extrem breit definiert und verstanden werden. Ich werde mich darum auf die Beziehung zu zwei Aspekten/Gruppen beschränken, die von der Rezeptions- bzw. Verwendungsweise geschichtswissenschaftlicher Angebote her gedacht sind:

- Multiplikatoren historischer Erkenntnis in Politik, Wirtschaft und Medien
- sowie Lernende und Lehrende im deutschsprachigen Bildungssystem

Die 'Internetisierung' der Gesellschaft und damit auch der Öffentlichkeit hat den seit Jahrzehnten zunehmenden ökonomischen Rechtfertigungsdruck auf die Geschichtswissenschaften weiter erhöht. Die Wissenschaftspolitik fordert im Wortsinne eine stärkere Sichtbarkeit (Stichwort: Aufmerksamkeitsökonomie) und den Nützlichkeitsnachweis historischer Erkenntnisse ein. Paradoxe Weise muss Geschichtsforschung heute als 'Produkt' vermarktet werden, um ihre öffentliche Finanzierung zu rechtfertigen, obwohl sie als Legitimationsstrategie bei den Multiplikatoren seit Ende des Kalten Krieges nicht an Bedeutung verloren, sondern mit der Diversifizierung geographischer, nationaler und religiöser Strukturen eher noch gewonnen hat. Unter den Bedingungen der neuen Medien geht es nach wie vor um die für die Geisteswissenschaften insgesamt typischen - wenn auch auf die fraglichen Gruppen bezogen - unterschiedlich stark ausgeprägten Dilemmata von breitem Angebotsspektrum auf der einen und aktiv eher geringer bzw. nur punktueller thematischer Nachfrage, v.a. seitens der Multiplikatoren, auf der anderen Seite.

Der eine Teil meiner Überlegungen betrifft den Umgang mit Autoritäts- und Kontrollverlust seitens der Wissenschaft - bei gleichbleibendem Qualitätsbewusstsein und Anspruch der Qualitätssicherung - bzw. die auch von der Wissenschaftspolitik oft als unzureichend bezeichnete Übersetzungs- und daraus folgend 'mangelhafte' Vermarktungsleistung. Beim Einsatz netzbasierter Vermittlungsformen geht es neben inhaltlichen Fragen immer auch um die 'öffentliche' Reputation und Positionierung von Fach und Individuen und letztlich um den Zugang zu Status und Ressourcen. Geisteswissenschaften produzieren meritorische Güter, ein in der Medienökonomie inzwischen als dramatisch erkanntes Problem, das sich m.E. auch im öffentlich finanzierten Bildungssystem weiter zuspitzen wird. Der Kurzvortrag soll pointiert erstens eine Analyse der Rahmenbedingungen, zweitens eine (kritische) Beschreibung des Status Quo und bestimmter Entwicklungstendenzen und drittens einige konstruktive Vorschläge für einen Umgang mit den beschriebenen Dilemmata geben.