

Inhalt

Abbildungsverzeichnis	14
Tabellenverzeichnis	14
Abkürzungsverzeichnis	15
1. Keynote in Cold Spring Harbor: „Scientists should be visible!“	17
2. Wissenschaft, Medien und Öffentlichkeit in der modernen Gesellschaft	22
2.1 Wissensgesellschaft, Mediengesellschaft, funktional differenzierte Gesellschaft	22
2.2 Wissenschaft als System	24
2.2.1 Das Belohnungssystem der Wissenschaft: Reputation als Mechanismus der Selbststeuerung	28
2.2.2 Die normative Struktur der Wissenschaft	30
2.2.3 Beziehungen der Wissenschaft zu ihrer Umwelt	33
2.3 Veränderte Rahmenbedingungen und Veränderungen in der Wissenschaft	34
2.4 Vom Marktplatz zur Medienöffentlichkeit	37
2.5 Die Realität der Massenmedien	40
2.6 Das Konzept der Medialisierung	45
2.6.1 Medialisierung der Politik	46
2.6.2 Medialisierung der Wissenschaft	47
2.7 Das Phänomen Sichtbarkeit aus theoretischer Perspektive	53
2.7.1 Sichtbarkeit als Erwartung	53
2.7.2 Sichtbare Wissenschaftler und die Wissenschafts-Medien-Kopplung	58
2.7.3 „Meide das Rampenlicht!“	63
2.7.4 Anzeichen für einen Wandel der traditionellen Sichtweise	67
2.7.5 Sichtbarkeitsfolgenabschätzung	69
3. Wissenschaftssoziologische Perspektiven auf die Humangenomforschung	71
3.1 Humangenomforschung als Big Science	72
3.2 Humangenomforschung als legitimationsbedürftig	74
3.3 Humangenomforschung als „heißes“ Forschungsfeld	75
3.4 Humangenomforschung in der Krise	77
3.5 Humangenomforschung unter hoher Medienaufmerksamkeit	78

4.	Von Drosophila lernen: Humangenomforscher als Modellorganismen	80
4.1	Forschungsansatz: Selbstbeschreibungen von Wissenschaftlern	80
4.2	Datenerhebung: Klinische Gespräche	82
4.2.1	Methodologische Grundlagen	82
4.2.2	Methodisches Vorgehen	85
4.3	Datenauswertung: Empirisch begründete Typenbildung	90
4.3.1	Methodologische Grundlagen	90
4.3.2	Methodisches Vorgehen	94
5.	Sichtbarkeit empirisch	98
5.1	Sichtbarkeit als Erwartungserwartung	99
5.2	Sichtbarkeit für verschiedene Öffentlichkeiten	100
5.3	Fazit	104
6.	Sichtbare Wissenschaft	105
6.1	Charakterisierung der Sichtbarkeit der Wissenschaft als Institution	105
6.1.1	Bedeutung	105
6.1.2	Ziele	107
6.1.3	Institutionalisierung	108
6.1.4	Angemessenheit	110
6.2	„A natural for publicity“: Der Fall Humangenomprojekt	110
6.3	Unterscheidungskriterium I: Konstruktion der Beziehung von Wissenschaft und Öffentlichkeit	114
6.3.1	„Wissenschaft macht man für sich und seine Kollegen“: Das Elfenbeinturm-Modell	115
6.3.2	„We try having them to understand and to agree“: Das PUS-Modell	118
6.3.3	„The broader picture“: Das gesellschaftlich kontextualisierte Modell	120
6.4	Fazit	123
7.	Sichtbare Wissenschaftler	125
7.1	Wissenschaftler sein. Eine Skizze des Berufsverständnisses	125
7.2	Charakterisierung der Sichtbarkeit einzelner Wissenschaftler	132
7.2.1	Verbreitung	132
7.2.2	Ziele	134
7.2.3	Normative Erwartungen an sichtbare Wissenschaftler	134
7.2.4	Ambivalenzen sichtbarer Wissenschaftler	136
7.2.5	Sichtbarkeitsmodi und Rechtfertigungsstrategien	143
7.2.6	Auswirkungen	147

7.3	Unterscheidungskriterium II: Anpassungsbereitschaft an mediale Kriterien	149
7.3.1	„A scientist should have no name“: Die Repräsentanten	151
7.3.2	„Wissenschaft braucht Stars“: Die Exponenten	155
7.4	Fazit	158
8.	Typen von Wissenschaftlern in der Öffentlichkeit	162
8.1	„I just want to work in the lab and not be bothered with life“: Der Geek	165
8.2	„Wissenschaft muss eine größere Rolle spielen in der Gesellschaft“: Der Missionar	170
8.3	„A symptom of things that are worth worrying about“: Der Anwalt des Wissens	175
8.4	„Talking to the public is just as important as talking to your peers“: Der öffentliche Wissenschaftler	180
8.5	„The tail of the sensational distribution“: Der Extreotyp	185
8.5.1	„More media experience than any other scientist“: Die Selbstwahrnehmung	185
8.5.2	„A sensational way but a valuable contribution“: Die Fremdwahrnehmung	189
8.6	Fazit	192
9.	Eine „Wissenschaft der Öffentlichkeit“?	194
9.1	Überlegungen zu einer Soziologie sichtbarer Wissenschaftler	195
9.1.1	Das Rollen-Set des Wissenschaftlers der Öffentlichkeit	195
9.1.2	Die neue Ambivalenz sichtbarer Wissenschaftler	201
9.1.3	Anerkennung für Wissenschaftler – Das Verhältnis von Reputation und Prominenz	204
9.2	Wissenschaft in der Öffentlichkeit	207
9.2.1	Publika einer Wissenschaft der Öffentlichkeit	208
9.2.2	Ein Zwei-Stufen-Konzept „wahrhafter Sichtbarkeit“	212
9.2.3	Wahrhaft sichtbar – auch in Zeiten der Medialisierung?	215
9.3	Bilanz des Medialisierungskonzepts	221
9.3.1	Das HumanGenomprojekt als Anomalie	221
9.3.2	Thesen zur Ausgestaltung der Wissenschafts-Medien-Kopplung	225
9.4	Wahrhaft sichtbare Wissenschaft	232
9.5	Cold Spring Harbor revisited: „We are your lab mice!“	239
10.	Literatur	241

11. Anhang	257
A. Validierung anhand von Gütekriterien qualitativer Forschung	257
B. Kategoriensystem	267

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1 „Who the hell is this guy?“ Time Magazine v. 2.5. 2005	17
Abb. 2 Mehrebenen-Modell des Kommunikationssystems Öffentlichkeit	39
Abb. 3 Researchers are among us	54
Abb. 4 Cracking the Code! Time Magazine v. 3.7. 2000	58
Abb. 5 Überblick über das methodische Vorgehen	97
Abb. 6 Fragen zur Projektevaluation im Online-Berichtswesen des NGFN	99
Abb. 7 Typologie des Berufsverständnisses von Humangenomforschern	163
Abb. 8 Das Rollen-Set der Wissenschaftlerin der Öffentlichkeit	200
Abb. 9 Craig Venters letzte Worte. Feuilleton der FAZ v. 27.6. 2000	217

Tabellenverzeichnis

Tab. 1 Wissengesellschaft oder Mediengesellschaft?	22
Tab. 2 Übersicht über die Interviews	88
Tab. 3 Kreuztabellierung von Merkmalskombinationen	93
Tab. 4 Modelle der Beziehung von Wissenschaft und Öffentlichkeit	117
Tab. 5 Charakteristika der Typen	164
Tab. 6 Vergleich der empirischen Modelle mit einer theoretischen Konzeption der Beziehung von Wissenschaft und Öffentlichkeit	211
Tab. 7 Triangulation der Klassifikation der befragten Humangenomforscher mit quantitativen Daten	264