

Wissenspopularisierung

1. Beschreibung

Wissenspopularisierung hat dann Konjunktur, wenn die kulturpolitische Erwartung besteht, Bevölkerungsteile außerhalb einer Wissenselite sollten am Expertenwissen partizipieren. Befördert wird eine solche Konjunktur, wenn sich mediale Präsentationsformen (etwa → Zeitschriften) sowie institutionelle Einrichtungen (etwa Lesegesellschaften) herausbilden und dadurch eine neuartige Vermittlungsexpertise (etwa von Pädagogen, Dilettanten, Journalisten) entsteht. Am Ende des 18. Jahrhunderts müssen derartige Voraussetzungen sich schon langfristig durchgesetzt haben; ansonsten wäre es dem Herausgeber eines Sprach- und Begriffswörterbuchs Adelung nicht möglich gewesen 1798 drei Bedeutungsvarianten des aus dem Französischen entlehnten Wortes »populaire« zu benennen. Mit dem neuartigen Fremdwort sei gemeint: »den niederen Classen des Staates verständlich«, »den niederen Classen der Weltbürger nützlich«, »sich dem großen Haufen gemäß auszudrücken« (Adelung 1798: 808).

2. Diskussion des Begriffs und seiner Praktik

Wissenspopularisierung setzt eine asymmetrische Kommunikationsstruktur voraus (Kretschmann 2009: 18), die einen Prozess und eine Dynamik einer Wissensverbreitung und -verarbeitung in Gang setzt. In der Forschung wird dieser Vorgang der Popularisierung nicht mehr nur als linearer Transfer von oben nach unten, von den Experten zu den Laien verstanden, sondern als komplexe, alle Teilnehmer und Institutionen erfassende Transformation angesehen. Das Wissen wird nicht nur durch die bestimmten medialen Präsentationsformen und die vom Markt her bestimmten Zirkulations- und Distributionsprinzipien verändert, es wird auch von eigens ausgebildeten Mediatoren, seien es Dilettanten oder Journalisten, umgewandelt; schließlich findet dieser das Wissen verändernde Prozess seinen klarsten, sichtbarsten Ausdruck in der Entstehung neuer Lebensstile.

3. Historischer Problemaufriss

Die Habitusveränderung des Gelehrten im 18. Jahrhundert bietet hierfür ein Beispiel [→ Habitus]. Mit dem Aufkommen einer neuen Wissenschaft, der Ästhetik um die Mitte des 18. Jahrhunderts beginnt zugleich eine → Kritik am Gelehrten als Pedanten. Er soll sich nicht mehr nur als Spezialist ausbilden, sondern sich in eleganter, offen kommunikativer Weise üben. Urbane Lebensbedingungen werden parallel zu ökonomischen Theorien entworfen, um die Zirkulation des Wissens und ›know how‹-bestimmte Sprech- und Schreibweisen zu verbinden und einzuüben: »die gelehrten, die schönen geister und die künstler müssen Vereinigungspunkte haben, wo sie [...] besonders mit Welt- und Hofleuten zusammenkommen, und dabei laut sprechen und glänzen können. Von dort aus geht dann der stoff an hof und stadt, wird durchgeknetet und zur speise für jedermann zubereitet« (Ramdohr 1792: 382). Derartigen geselligen Vereinigungspunkten, die man sich nicht variantenreich genug vorstellen kann, etwa von der Lesegesellschaft in einer Stadt bis zum Lesezirkel im Landadel, korrespondieren populärwissenschaftliche Zeitschriften (meist im Gefolge der in England entstandenen Moralischen Wochenschriften) mit ähnlicher habitusverändernder Zielsetzung. Die oftmals »fiktive Verfasserschaft« ermöglicht gestalterische Spielräume, die vom »Brief« bis zum »Traum« und der »Anekdote« reichen und damit das Programm eines glücklichen Bündnisses von *Unterhaltung und Belehrung* vorstellen. Die Moralischen Wochenschriften wollen immer »für Gelehrte und Ungelehrte zugleich schreiben« und pflegen deshalb einen »mittleren Stil« (Ueding 2003: 1552). So ist z.B. der *Patriot* bemüht, »daß er weder für die Gelehrten zu schlecht und niedrig, noch für die Ungelehrten zu hoch und unbegreiflich, sondern vielmehr iederman verständlich sei« (Martens 1968: 147). Die »Populärphilosophie« der Aufklärung vertieft und erweitert diese Bemühungen durch Reflexion auf die Erreichung einer »Lebhaftigkeit der Darstellung«, einer »Pointierung der Schreibweise unter einem auffallenden Gesichtspunkt« oder durch die »Unterscheidung zwischen Dialog und Erzählung« (Bachmann-Medick 1989: 63, 65, 140). Mit der These, »Popularität solle nicht sowohl die Gegenstände bezeichnen, welche man behandelt, als die Art und Weise wie man sie behandelt« (Garve 1794: 1039) wird der Standard einer gebildeten Gemeinsprache anvisiert. Das bildet die Steilvorlage für den kühnen Versuch eines Spätaufklärers wie Johann Peter Hebel – in prononciertem Abstand gegenüber einer Anbieterpopulärkeit mit ihrem Mix verschiedener Stillagen, »bald für diese, bald für jene Klasse und Kulturstufe [ködernd] etwas hinzuwerfen« – einen neuartigen Stil als Orientierung für alle Schichten zu schaffen (Hebel 1957: 449). Die romantischen Schriftsteller zielen in vergleichbarer Weise auf die Subversion des populärphilosophischen Ansatzes, Belehrung und Unterhaltung durch eine ›mittlere Stillage‹ zu gewährleisten. Wie immer programmatisch konstatiert Friedrich Schlegel im Namen der Originalität: »Die Mitteilung darf nun ihren ganzen Reichtum von Formen und Nuancen entfalten, und die Zeit der *Popularität* ist gekommen. Ist es die Bestimmung des Autors, die Poesie und die Philosophie unter den Menschen zu verbreiten und für's Leben zu bilden: so ist

Popularität seine erste Pflicht und sein höchstes Ziel« (Schlegel 1799: 35). Anders als die Moralischen Wochenschriften, die jedweden Streit sowie Provokationen vermieden, anders aber auch als die Versuche, durch Rekurs aufs Volkstümliche akademische Schreibweise zu revitalisieren, wird romantische Popularität erreicht durch ein artifizielles Wechselspiel zwischen Mündlichem und Schriftlichem mit dem Ziel, auf der einen Seite die Banalitätsgefahr des Mündlichen durch schriftliche Präzision zu vermeiden, auf der anderen Seite die Leichtigkeit und Elastizität des Mündlichen auch im Schriftlichen durch dessen Simulation zu erhalten (Oesterle 2000). Durchschlagender aber als diese Artistik des Popularisierens war das auch für die Romantiker imponierende Vorbild der Popularität und des philosophischen Popularisierens: Johann Gottlieb Fichte. Man muss sich das so plastisch wie möglich vorstellen, wie Fichte am Sonntagmorgen mit Reitstiefeln in den → Hörsaal in Jena tritt, um in seiner Vorlesung *Die Bestimmung des Gelehrten* ein gänzlich neuartiges Bild desselben zu entwerfen: Der Gelehrte wird als Leit- und Orientierungsfigur der Gesellschaft stilisiert, weil er aufgrund seiner analytischen Kraft nicht mehr nur Wissen anhäuft und produziert, sondern prognostisch denkt. Die romantische Vorstellung einer populären Aufgabe verabschiedet den auf die Vergangenheit fixierten Geschichtsschreiber zugunsten des Zukunft einpreisenden Geschichtstreibers. Trotz aller Distanznahme gegenüber den Romantikern haben die jungdeutschen und hegelianischen Publizisten diesen Impuls in der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts aufgegriffen und fortgeschrieben. Mit der Schaffung eines neuartigen urbanen welt- und zukunfts offenen Gelehrten, der sein Wissen medial in neuen Formen von Zeitschriften zu nutzen weiß, und zu Anfang des 19. Jahrhunderts zumindest eine große Bandbreite von abwägenden, räsionierenden, polyperspektivischen Weisen des »mittleren Stils« bis zu originellen, provozierenden, romantischen Denkanstößen vorliegen hat, haben wir nur einen Teil des Konzepts der Popularisierung, das in der Aufklärung Kontur und in der Romantik ein originelles Profil gewinnt, benannt. Nachgetragen werden müssen zwei Exklusionen. Das Programm der Popularisierung bedeutet in der Aufklärung zunächst den Ausschluss des Pöbelhaften, Frechen und Derbkomischen (Martens 1993: 181). Erst die präethnologische Perspektive Johann Gottfried Herders war notwendig, um akzeptabel zu machen, dass man nicht nur aus pädagogischer Rücksicht »zu dem Volk in seiner Sprache, in seiner Denkart, in seiner Sphäre reden« (Herder 1899: 32) sollte, sondern dass man dadurch auf reziproke Weise seine eigene akademisch-steril gewordene Denkweise auffrischen kann. Man geht sicher nicht fehl, wenn man sich die Vermittlung populären Wissens im langen 19. Jahrhundert einerseits durch die Konversationslexika und ihre Wissensnomenklatur, andererseits durch die populäre Milieus simulierenden komischen Blätter (Fliegende Blätter, Pfennigmagazine) geprägt denkt. Dabei belegen gerade diese Simulationen populärer karnevalesker Kultur, dass es hier keine Trennung zwischen populärer Kultur und Hochkultur gibt (Hügel 2003). So nimmt es nicht Wunder, dass die Popularität des autodidaktischen Archäologen Heinrich Schliemann und damit verbunden die Popularisierung der Archäologie sich weitgehend einer Karikaturzeitschrift *Kladderadatsch* verdankt (Samida 2009). Die Öffnung

zu Pop und Subkulturellem ist für die Populärkulturforchung inzwischen eine Selbstverständlichkeit (Jacke et al. 2011). Darüber ist ein zweites Exklusionsphänomen aus dem Blick geraten. Obgleich Immanuel Kant in einem Brief an Garve vom 07.08.1783 in bemerkenswerter Selbstkritik den von populärphilosophischer Seite vorgetragenen Vorwurf mangelnder Popularität als »gerecht« akzeptiert hat, bestand er schlussendlich doch darauf, dass spekulatives Denken »niemals populär werden könne« (Holzhey 1989: Sp. 1097). Gegenwärtige Forschung zur Wissenspopularisierung würde an Brisanz gewinnen, wenn sie die immer neu verhandelte Grenze ausmachen würde, wo wissenschaftliche Erkenntnis und Argumentation sich dem Zugriff der Popularisierung entzieht.

4. Fallbeispiel

Stärke und Schwäche der Wissenspopularisierung lassen sich exemplarisch an der Kulturgeschichtsschreibung erläutern. Je stärker die Geschichtsschreibung sich arbeitsteilig spezialisieren und notgedrungen zu abstrahierender Darstellung greifen muss, umso mehr hat eine Kulturgeschichte Konjunktur, die die verschiedensten Kulturbereiche vom Alltagsleben bis zu industriellen Innovationen, von der Mode bis zur Festkultur auf plastische Weise veranschaulicht und zu einer Gesamtschau synchronisiert (Hess 2011). Walter Benjamin hat in einer Analyse der Kulturgeschichtsschreibung von Eduard Fuchs die Vorzüge und Nachteile dieser Scheinsynthesen exemplarisch analysiert (Benjamin 1991). Aber selbst dann bleibt der Kulturgeschichte noch die bedeutsame Aufgabe, die einstmals hochkomplexen technischen oder kulturellen Innovationen, wie bspw. die Erfindung der Uhr oder der Briefpost, aus ihrer inzwischen gewohnten Alltäglichkeit, deren Genese erzählend, zurückzuholen (Oesterle 2013) und dadurch dem Bewusstsein wieder präsent zu machen (Lazarus 1862). Wenn dadurch zwar Wissen nicht zur Macht wird, so entschärft doch das Wissen um einst revolutionäre, heute einfach zu handhabende Innovationen die Tendenz zur Panik im Falle aktueller → Krisen. Die Folgen solcher »populären Expertisen für komplexe Situationen« sind »verschieden«: »Je nach historischem Kontext kann Popularisierung sowohl stabilisierend als auch revolutionierend wirken; sie kann als Mittel der Sozialkontrolle fungieren, aber auch neue Kräfte freisetzen« (Kretschmann et al. 2004).

5. Ausblick: Praxeologische Konsequenzen [→ Praxeologie]

Im Schillerjahrbuch wurde 1988-1990 eine Diskussion geführt zur »Wissenschaftssprache, Verwissenschaftlichung der Sprache, Sprachkultur«. Dabei kamen zwar Kriterien und Prinzipien der Wissenspopularisierung zur Sprache (»die Fähigkeit einem Sachverhalt auf einfache Weise den ihm angemessenen Ausdruck zu geben«), dies jedoch ohne eine Klärung der Frage, wie dies vereinbar sein soll mit dem gleichzeitigen Eingeständnis, dass jede Wissenschaftssprache aus analytischen Gründen über eine Metasprache verfügen müsse (Link 1989: 426). Heute fällt die Antwort leicht. Jeder Geistes- und Kulturwissenschaftler sollte über

zwei Sprachen verfügen: über eine Fachsprache intern und eine wissenspopuläre Sprache für den externen Gebrauch (Zimmerli 1978). Das schließt nicht aus, dass diese beiden Sprachen manchmal Bündnisse eingehen können. Als Klassiker hierfür empfiehlt sich die Abschiedsrede von Panofsky in Princeton. Er berichtet dort, wie er in die Vereinigten Staaten kam mit einem akademisch schwer beladenen Schreibstil voll komplizierter Satzkonstruktionen und monströsen Anmerkungen und wie er dann auf eine Wissenskultur traf, für die Causerie, virtuosos Parlando keineswegs anrühlich und unwissenschaftlich war und wie er – so sein Ergebnis – »heute« die Synthese aus beiden Wissenschaftssprachen versuche (Panofsky 1975).

6. Zitierte Literatur

- Adelung, Johann Christoph: »Art. populär«, in: ders., Grammatisch-kritisches Wörterbuch, Band 3, Leipzig: Härtel 1798, S. 807-808.
- Bachmann-Medick, Doris: Die ästhetische Ordnung des Handelns. Moralphilosophie und Ästhetik in der Popularphilosophie des 18. Jahrhunderts, Stuttgart: Metzler 1989.
- Benjamin, Walter: »Eduard Fuchs, der Sammler und der Historiker«, in: ders., Gesammelte Schriften, hg. von Rolf Tiedemann/Hermann Schweppenhäuser, Band II, 2, Frankfurt: Suhrkamp 1991, S. 465-505.
- Garve, Christian [1793]: »Von der Popularität des Vortrags«, in: ders., Popularphilosophische Schriften über literarische, ästhetische und gesellschaftliche Gegenstände, Band 2, hg. von Kurt Wölfel, Stuttgart: Metzler 1974, S. 1039-1066.
- Hebel, Johann Peter: »Brief an Theodor Engelmann, 1.12.1809«, in: ders., Briefe, Gesamtausgabe, hg. von Wilhelm Zentner, Band 1, Karlsruhe: Müller 1957, S. 449.
- Herder, Johann Gottfried: »Problem, wie die Philosophie zum Besten des Volkes allgemeiner und nützlicher werden kann«, in: ders., Sämtliche Werke, hg. von Bernd Suphan, Band 32, Berlin: Weidmann 1899.
- Holzhey, Helmut: »Art. »Popularphilosophie««, in: Historisches Wörterbuch der Philosophie, hg. von Joachim Ritter/Karlfried Gründer, Band 7, Basel: Schwabe 1989, Sp. 1093-1100.
- Hügel, Hans-Otto (Hg.): Handbuch populäre Kultur: Begriffe, Theorien und Diskussionen, Stuttgart/Weimar: Metzler 2003.
- Jacke, Christoph/Ruchatz, Jens/Zierold, Martin (Hg.): Pop, Populäres und Theorien. Forschungsansätze und Perspektiven zu einem prekären Verhältnis in der Medienkulturgesellschaft, Berlin: LIT 2011.
- Kretschmann, Carsten: »Wissenspopularisierung. Verfahrens- und Beschreibungsmodelle – ein Aufriss«, in: Petra Boden/Dorit Müller (Hg.), Populäres Wissen im medialen Wandel seit 1850, Berlin: Kadmos 2009, S. 17-34.
- Kretschmann, Carsten/Pahl, Henning/Scholz, Peter (Hg.): Wissen in der Krise. Institutionen des Wissens im gesellschaftlichen Wandel, Berlin: Akademie 2004.
- Lazarus, Moritz: »Verdichtung des Denkens in der Geschichte«, in: Zeitschrift für Völkerpsychologie und Sprachwissenschaft 2 (1862), S. 54-82.
- Link, Jürgen: »Entweder ›Germanistisch‹ oder ›Deutsch‹. Tertium non datur? Versuch, einen möglicherweise falschen Eindruck der Vorüberlegungen zu Wissenschaftssprache ... usw. mittels hermeneutischer Anstrengung zurückzuweisen«, in: Jahrbuch der Deutschen Schillergesellschaft 33 (1989), S. 424-428.
- Martens, Wolfgang: Die Botschaft der Tugend. Die Aufklärung im Spiegel der deutschen Moralischen Wochenschriften, Stuttgart: Metzler 1968.