

Reza Rafi

Noch ein letztes Mal füllte Kurt Imhof einen grossen Raum. Keinen Hörsaal diesmal, sondern das Schiff der reformierten Kirche Meilen. Es war die Abdankungsfeier für den schillernden Medienforscher und Gesellschaftskritiker, der heute vor sieben Tagen verstarb. Neben der publizistischen, politischen und geistigen Prominenz des Landes begegneten sich zahlreiche ehemalige Mitarbeiter Imhofs an diesem sonnigen Freitagsmorgen am Zürichsee. Dutzende hatten ihr Studium mit einem Job bei Imhofs Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft der Universität Zürich, kurz FÖG, finanziert. Einige blieben der Wissenschaft treu, andere landeten in der Public Relation oder im Journalismus. Auch der Verfasser dieses Textes gehört zu diesem Veteranenkreis. Imhof nannte uns zur allseitigen Erheiterung stets seine «Föglerinnen und Fögler»; für seinen derben Humor war er ja bekannt, und die Lebenslust war fester Bestandteil der Forschungseinrichtung. Wir codierten Zeitungsartikel, werteten Daten aus und verfassten Berichte. Wir Studenten unterstützten den Soziologen bei einem abenteuerlichen, wenn nicht gar irrwitzigen Unterfangen: die quantitative Vermessung von Kommunikation.

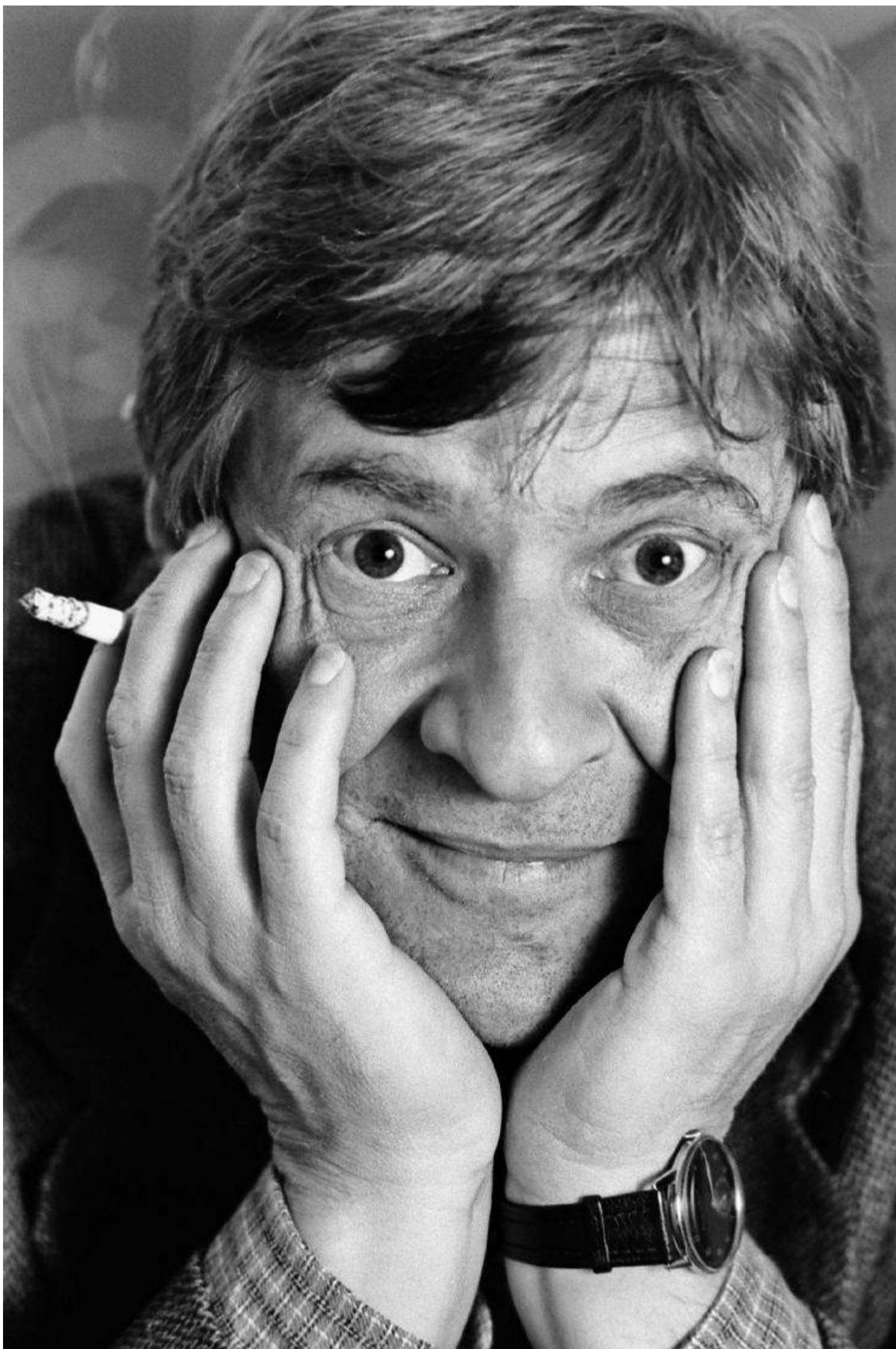
#### Die Daten entstehen im Kopf des Codierers

Mit dem «Issue Monitoring» hatte Imhof schnell beachtliche Erfolge erzielt – er konnte die UBS und das Militärdepartement als Auftraggeber gewinnen –, weckte aber in der Forschergemeinde und bei den Studierenden Argwohn: Ein zutiefst organischer, schwer zu objektivierender Forschungsgegenstand soll statistisch erfasst und ausgewertet werden wie die Abgasemissionen eines Verbrennungsmotors? Dafür braucht es erst einmal Rohdaten: Artikel müssen in eine numerische Kategorie überführt werden, um damit Statistikprogramme füttern zu können. Hier setzt bereits eine Unschärfe ein, die sich beim Errechnen der Statik einer Modellbrücke nicht ergibt: Ist ein Zeitungsartikel positiv, negativ oder neutral wertend? Man nehme als Beispiel die Meldung, dass Schweizer Behörden einen Fall von Geldwäscherei aufdecken und vor Gericht bringen. Ist dieser Bericht nun negativ für den Schweizer Finanzplatz, weil er schon wieder mit Geldwäscherei in Verbindung gebracht wird? Oder positiv, weil der darlegt, dass die hiesigen Behörden ihre Arbeit machen und die Gesetze greifen? Was fällt für ein Unternehmen mehr ins Gewicht – das redaktionelle Umfeld, in dem es erwähnt wird, oder das Adjektiv vor dem Firmennamen? Wo liegt die Grenze zwischen Softnews und Hardnews? Die Daten entstehen letztlich im Kopf des Codierers.

All diese Fragen boten Stoff für abendfüllende Diskussionen, und sie waren auch Gegenstand der legendären, mehrtägigen FÖG-Retraiten, die mitunter ins Orgiastische ausufernten. Auch im Rauschzustand begannen manche Fögler ihre Sätze mit «Phänomenologisch betrachtet...» oder «Aus links-hegelianischer Sicht...».

#### Dienstleistungsbetrieb für Grosskonzerne

Umso grösser war der Kontrast zwischen dem geistigen Austausch im Institut und den Adressaten der FÖG-Projekte, die Firmen aus der Finanzbranche, der Industrie und die Verwaltung. Imhof hatte in einem sozialwissenschaftlichen Umfeld einen Dienstleistungsbetrieb für die Grosskonzerne geschaffen: Man stellt den Unternehmen Daten zur Verfügung, auf deren Ba-



Die Newsrooms der grossen Verlage waren für ihn «Verrichtungsboxen»: Medienkritiker Kurt Imhof

Foto: Keystone

## Der Professor, der auch Klinken putzte

Als Soziologe hat sich Kurt Imhof Respekt erworben. Dass er mit seiner Forschung den Grosskonzernen zudiente, weckte aber in wissenschaftlichen Kreisen Argwohn

sis die hauseigenen PR-Abteilungen wiederum die mediale Berichterstattung zu beeinflussen versuchen; also just das tun, was Imhof in seinen Schriften immer kritisierte. Dass ihm dieser Spagat öffentlich nie gross angekreidet wurde, bleibt bis heute schleierhaft.

Mit den Forschungspartnerschaften fand sich sein universitäres Institut plötzlich in einer Konkurrenz mit privaten Anbietern wie Argus oder Mediatenor wieder. Der Professor, der sich sonst den grossen gesellschaftlichen Fragen widmete, war auf der Suche nach Drittmitteln ein eifriger Klinkenputzer in den Schweizer Teppichetagen. Frei von Statusdenken, war er sich für nichts zu schade, auch dafür nicht.

#### Bachelor-Studenten als «Bulimie-Wissenschaftler»

Kritik, und war sie noch so heftig, konnte Imhof bemerkenswert gut wegstecken. Ganz der Aufklärer, mochte er Leute, die nachdenken, wenn sie auch nicht seiner Meinung waren. Imhofs wesentlicher Beitrag an die Soziologie war nicht das «Issue Monitoring», sondern seine Dissertation. In seinem Werk «Diskontinuität der Moderne» beschreibt er Krisen als Kulminationspunkte der gesellschaftlichen Entwicklung – in der Krise fällt die Moderne auf sich selber zurück, aufklärerische Errungenschaften wie Meinungs- und Religionsfreiheit, Respekt der Privatsphäre oder Schutz von Minderheiten sind dann besonders gefährdet, was sich in der öffentlichen Kommunikation spiegelt. Sein Bekenntnis zu diesen Werten bewog ihn dazu, 2005 den Club Helvétique mitzugründen, eine Art Gegenentwurf zu Christoph Blochers Anti-Europa-Bewegung.

Die Animositäten in der Hochschule gegenüber seinem medialen Allrounddasein parierte Imhof mit Selbstironie. Unvergessen bleibt ein «Arena»-Auftritt zum Thema Fussball 2005: Vor dem Gang ins Studio offenbarte er zur Erheiterung der anwesenden Belegschaft, dass er noch nie ein Fussballspiel gesehen hatte. Die Sendung meisterte er dann mit Bravour; der Charismatiker war ein eloquenter Redner. Erfrischend war auch sein Zugang zur deutschen Sprache, die mit ihrer Möglichkeit zu Doppelwörtern so anfällig ist für Soziologengeschwurbel. Imhof aber fabulierte spielerisch leicht damit: Bachelor-Studenten sind «Bulimie-Wissenschaftler», die Newsrooms der Verlage «Verrichtungsboxen», der Kollege, der ihm in einem Projekt direkt unterstellt war, wurde sein «Verdingbub», die eigenen Angestellten bezeichnete er im Streit als «amorphe Masse».

#### Dass er vor Habermas geht, ist das Absurdeste an seinem Tod

Nachhallender Widerspruch der Presse ereilte den FÖG erst mit dem Jahrbuch zur Qualität der Medien, das seit 2010 erscheint. Ein Grund für die wuchtige Ablehnung ist vielleicht die strikte Trennung von Produzierendem und Produkt: Ihr Journalisten macht einen super Job, lautete der Tenor, aber was ihr fabriziert, wird immer schlechter.

Am meisten traf den Zampano das zeitweilige Totschweigen einiger Verlage, darunter auch Tamedia. Mit Gegenrede konnte er gut leben; selbst im hitzigen Streit fand er unvermittelt die warmherzigsten Worte, wenn er erfuhr, dass sein Gegenüber Vater wird. Er liebte den Diskurs, ganz in der Tradition des grossen deutschen Philosophen Jürgen Habermas. Dass Imhof noch vor seinem geistigen Übervater das Zeitliche segnet, ist wohl das Absurdeste an seinem Tod mit 59. Er würde wohl in seiner unverkennbaren Art darüber lachen.