

Soziologie für die Öffentlichkeit

Zwei Perspektiven auf die Initiative »DGS goes public«

and similar papers at core.ac.uk

provided by Publikationen der Deut

Persönliche Standortbestimmungen

Die Autorin und der Autor dieses Beitrages verstehen sich als SoziologInnen, die in unterschiedlicher Weise öffentlich agieren.

Die Autorin, Jahrgang 1957, sieht ihre besondere Aufgabe darin, in einer Art und Weise zu schreiben, die für ein breiteres Publikum angemessen ist. Wenn sie schreibt, dann hat sie vor Augen, wie oder was sie selbst gerne lesen würde. Neben den FachkollegInnen sind es StudienanfängerInnen, Interessierte aus angrenzenden Disziplinen und Mitglieder einer bürgerlichen Öffentlichkeit, an die sie ihre Texte adressiert. Sie sieht sich häufig als Übersetzerin soziologie-interner Diskurse und als Vermittlerin zwischen der Soziologie und einer Umgebung, die sie als soziologie-unkundig, aber durchaus soziologie-interessiert wahrnimmt. Politisch in der Zeit Ende der 1970er und vor allem der 1980er Jahre sozialisiert, also eine Angehörige der so genannten Alternativbewegung, möchte sie gleichwohl weniger zu einer Verbesserung der Gesellschaft als zu einem breiteren Verständnis gesellschaftlicher Prozesse beitragen. Wie stark die akademische (Selbst-)Sozialisation zunächst an der Eberhard-Karls-Universität in Tübingen (1976–1978) und dann an der Ruhr-Universität Bochum (1978–1996) inklusive der damit verbundenen Kontrasterfahrungen ihre Perspektive geprägt hat, kann sie selbst nur vermuten.

Der Autor, Jahrgang 1967, kam eher zufällig zu seiner öffentlichen Rolle. Als »Konvertit« promovierte er nach einem Studium der Luft- und Raumfahrttechnik im Fach Soziologie an der Rheinischen Friedrich-Wilhelms-Universität in Bonn. Seine soziologischen Lehr- und Wanderjahre

verbrachte er teilweise in latent »soziologie-feindlichen« Umgebungen (darunter eine Hochschule für Polizei, eine technische Universität sowie eine technisch orientierte Hochschule für angewandte Wissenschaften). Unter diesen Bedingungen musste er Soziologie mit leicht subversiven Strategien in homöopathischen Dosen vermitteln. Erstaunlicherweise erwies sich auf diese Art verbreitetes soziologisches Wissen nach einer gewissen Inkubationszeit als nützlich und nachhaltig. Als prekär beschäftigter Akademiker selbst von neuerlicher Arbeitslosigkeit bedroht, beschloss er, ein Jahr lang bei einer Lebensmitteltafel zu hospitieren. Das Ergebnis seiner Beobachtungen fasste er in der Sozialreportage »Fast ganz unten« zusammen (Selke 2008) – zu der Annette Treibel das Vorwort »Soziologie zum Anfassen – eine eindringliche Studie ohne Aufdringlichkeit« schrieb. Sie wünscht darin einer »wachen Öffentlichkeit« eine spannende Reise in das Innere der eigenen Gesellschaft. Vielleicht gerade durch die bewusst gewählte Form des Buches sowie viele nachfolgende Vorträge, Podiumsdiskussionen und Medienkontakte entstand ein öffentlicher Diskurs, der für viele Leser eine befreiende Wirkung hatte. Denn die öffentliche Funktion dieses Engagements bestand vor allem im »Ende der Sprachlosigkeit« – wie es ein Kommentator ausdrückte. Bis heute besteht die öffentliche Rolle des Autors darin, das Schweigen zu kritischen gesellschaftlichen Themen zu brechen bzw. zu verhindern. Was eher zufällig begann, ist inzwischen Teil seiner täglichen Forschungsarbeit – zu der auch unkonventionelle öffentliche Aktionen und mediale Formate gehören. Die dabei gewonnenen Erfahrungen sind die Basis der hier vorgestellten Position einer Soziologie für die Öffentlichkeit.

Beide Teiltexte greifen explizit die begrüßenswerte DGS-Initiative »DGS goes public« (Lessenich, Neckel 2012) auf und möchten ihr in kritischer Sympathie zwei weitere Perspektiven an die Seite stellen und damit zur Debatte einladen. Bei aller Differenz im Zugang und in Details beziehen sich beide Texte zudem auf die Idee einer *Public Sociology* im Sinne Michael Burawoys (Burawoy 2005), ohne dabei die kulturspezifischen und regionalen Unterschiede zu übersehen.

Soziologie für die Öffentlichkeit – Resonanzräume fragmentierter Publika

Stefan Selke

Die Kernaussage meines Beitrages besteht darin, in einer Soziologie für die Öffentlichkeit den Nutzen der Wissensvermittlung und -produktion außerhalb des institutionalisierten Feldes der Soziologie¹ zu betonen. Dies schließt auch die von mir so genannten »soziologie-feindlichen« Umgebungen ein. Anders als Burawoy meine ich damit nicht bestimmte politische Lager, sondern die im Wissenschafts- und Forschungsbetrieb rein quantitativ dominierenden naturwissenschaftlich-technischen Fachkulturen.²

Eine solche Soziologie lässt sich nicht allein an Prominenten festmachen. An dieser Stelle kann ich Annette Treibel nicht folgen, die die Funktion bekannter SoziologInnen in der generellen Akzeptanzbeschaffung und Nachfragesteigerung soziologischen Wissens sieht. Es reicht meines Erachtens gerade nicht aus, wenn Soziologie »öffentlich« wird, indem sich (wenige) SoziologInnen selbst in der Sozialfigur des Intellektuellen wiederfinden, nur um sich dann dem königlichen Spiel der gelehrten Zerstreung (Berger 2011: 17) hinzugeben. Wer innerhalb dieses Gesellschaftsspiels soziologisches Wissen an das gut situierte Bildungsbürgertum weitergibt, verliert sich möglicherweise in hypnotischer Redundanz – denn dort ist soziologisches Wissen (implizit oder explizit) sowieso schon vorhanden. Soziologie für die Öffentlichkeit hat also die Aufgabe aktiv nach *mehr* Öffentlichkeiten

1 Der Terminus »institutionalisiertes Feld der Soziologie« wird hier bevorzugt, weil er ein besseres Differenzkriterium darstellt als die Unterscheidung zwischen »akademischer« und »nicht-akademischer« Soziologie.

2 Hierbei bin ich stark durch meine eigene disziplinäre Sozialisation geprägt, die über weite Strecken außerhalb der Disziplin als *Selbstsozialisation* verlief. Prototypisch lässt sich meine Auffassung von »Soziologiefeindlichkeit« in der Aussage einer Physikerin verdeutlichen, die sich der Genderforschung verschrieb und dabei von der Prämisse ausgeht, dass »man das bisschen Soziologie auch gleich alleine erledigen kann« – wozu also braucht es dann eigentlich SoziologInnen? In dieser Einstellung schwingt deutlich mehr mit als nur Gleichgültigkeit oder Ignoranz, wie Annette Treibel das soziologie-feindliche Lager beschreibt.

zu fahnden, als nach denjenigen, zu denen sowieso schon eine milieuspezifische bzw. habituelle Affinität besteht. Wenn, wie Lessenich und Neckel (2012) schreiben, die Soziologie nicht öffentlich wahrgenommen wird, dann stellt sich zunächst einmal die Frage, *welche* Öffentlichkeit(en) die Soziologie (die selbst wieder aus heterogenen Teildisziplinen besteht) überhaupt bemerken und anerkennen soll. Seit der »Emergenz digitaler Öffentlichkeiten« (Münker 2009) muss zudem von einem folgenreichen Strukturwandel ausgegangen werden: In einer Wissens- und Informationsgesellschaft steigt die Anzahl der Beobachter des Systems Soziologie immer weiter an. Gleichzeitig existieren diese Öffentlichkeiten immer unverbundener nebeneinander und übereinander. Dieser Befund wird mit dem Begriff der »fragmentierten Publika« hier nur angedeutet. In der von digitalen Medien überformten Gegenwartsgesellschaft muss die institutionalisierte Soziologie lernen, ihre Wissensprodukte an multiple (unverbundene aber auch an vernetzte) Publika weiter zu reichen und mit ihnen gemeinsam Wissen zu produzieren.

Mit einer solchen Soziologie für viele Öffentlichkeiten, die aktiv auf diese Vielzahl von Publika zugeht, wird eine »Bringschuld« eingelöst. Damit ist eine komplett andere Grundhaltung benannt, als weiterhin auf einer »Holschuld« der Öffentlichkeit zu beharren. Es ist dann auch nicht mehr notwendig, beleidigt zu sein, wie es sich in der Formulierung ausdrückt, dass in der Soziologie »mit wirkungsloser Empörung gemischte Ratlosigkeit« (Lessenich, Neckel 2012: 317) vorherrsche.

Fünf Grenzverschiebungen strukturieren meinen Beitrag: Eine Soziologie *für* die Öffentlichkeit erweitert *komplementär* die institutionalisierte Soziologie im Bereich 1. der Genese gesellschaftlich relevanter Fragen, in 2. Relation zum Dogma der Neutralität von ForscherInnen, in 3. der Art der Wahrnehmung des medialen Umfeldes, in 4. der Produktion nützlicher Ausdrucksformen soziologischen Wissens sowie in 5. der Relation der eigenen Persönlichkeit und Haltung gegenüber der Art und Weise »Soziologie als Beruf« zu betreiben.

1. Genese gesellschaftlich relevanter Themen und Fragestellungen

Die wissenschaftlichen Gegenstände der Soziologie sollen idealerweise »Angelegenheiten von öffentlichem Interesse« (ebd.: 318) sein. Daher stellt sich zunächst die Frage nach der Relevanzsetzung von Themen und Fragestellungen der Soziologie. Eine Soziologie für die Öffentlichkeit findet The-

men dort, wo konkrete gesellschaftliche Probleme auftauchen, und nicht allein innerhalb institutionalisierter Fachdiskurse. Soziologie für die Öffentlichkeit akzeptiert, dass die Relevanzsetzung für Themen nicht (ausschließlich) innerhalb des Wissenschaftssystems entsteht.

Hier hilft ein Seitenblick³ zum Mechanismus des Agenda-Settings im Journalismus. Weischenberg behauptet: »Der Moment, aus dem journalistische Relevanz entsteht, hat seinen Ursprung außerhalb des Systems Journalismus« (2001: 42). Für die Soziologie bedeutet dies, dass sich die Themenfindung *nicht allein* über Fachtagungen und Drittmittel-Förderlinien erschöpfen darf, da dabei die Gefahr der Selbstreferentialität und eines abflachenden Innovationsgehalts besteht, wie es die Wissenschaftsforschung immer wieder belegt.⁴ Ohne den Empfang von Forschungsgeldern lässt es sich oftmals viel »elastischer« arbeiten – und forschen.⁵ In einem kennzahlengetriebenen und auf maximale Effizienz ausgerichteten Hochschulbetrieb lässt sich allerdings nur schwer auf »wertbare« Arbeitspuren verzichten. Wenn aber der allmächtige Lebenslauf (Burawoy 2005: 5) und domänenspezifische Fragestellungen die eigene Arbeit fremdbestimmt dominieren, werden kaum öffentlich verwertbare und selbstbestimmte Erkenntnisprozesse mit überraschenden Wendungen entstehen.

Soziologie für die Öffentlichkeit beschäftigt sich daher zwangsläufig auch mit anderen Themen, das heißt solchen, die für heterogene Öffentlichkeiten unterschiedlich relevant sind. Welche Themen das *prinzipiell* sein könnten, darauf hat schon Adorno in seiner Frankfurter Einführungsvorlesung hingewiesen. Die Frage nach der Relevanz beantwortete er wie folgt: »Wenn Sie mich fragen, was Soziologie eigentlich sein sollte, dann würde ich sagen, es muß die Einsicht in die Gesellschaft sein, *in das Wesentliche der Gesellschaft*, Einsicht in das, was ist, aber in einem solchen Sinn, daß diese Einsicht kritisch ist, indem sie das, was gesellschaftlich [...] ist, an dem

3 Dieser Beitrag enthält bewusst auch Querverweise aus nicht-soziologischen Quellen, um Homologien zwischen Öffentlicher Soziologie und anderen Öffentlichen Wissenschaften aufzuzeigen.

4 Vgl. hierzu: »Die Innovationspotentiale rein innerwissenschaftlicher Programme dürfen nicht als zu hoch veranschlagt werden. Denn an ihrer Formulierung beteiligen sich überwiegend Wissenschaftler, die ohnehin schon ihre Arbeit koordinieren; und über die Bewilligung der Forschungsanträge entscheiden wiederum bewährte Vertreter der Fachgebiete« (Krohn, Küppers 1989: 91).

5 Vgl. hierzu das Vorwort in der klassischen Studie »Etablierte und Außenseiter« (Elias, Scotson 1993: 60f.).

misst, was es selbst zu sein beansprucht, um in diesem Widerspruch zugleich die Potentiale, die *Möglichkeiten einer Veränderung der gesellschaftlichen Gesamtverfassung* aufzuspüren.« (Adorno 2003: 31; meine Hervorhebung) Übersetzt in die Gegenwartssprache bedeutet eine solche Relevanzsetzung, dass Soziologie für die Öffentlichkeit einen erkennbaren Unterschied macht und eine *Differenz* zwischen vorher und nachher herstellt, eben einen erkennbaren Anteil an gesellschaftlichen Veränderungen. Diese Differenz muss auch für Nicht-SoziologInnen lebenspraktisch *spürbar* und nicht nur analytisch erklärbar sein. Daher favorisiere ich, anders als Annette Treibel, durchaus eine organische öffentliche Soziologie – ohne diese allerdings so zu nennen. Es macht meines Erachtens durchaus Sinn, an strategisch wichtigen Stellen die eigene Distanz aufzugeben und sich direkt und unmittelbar zu engagieren. Ob innerhalb von UN-Dekade-Projekten für Nachhaltige Entwicklung, bei NGOs oder Erwerbsloseninitiativen für ein Bedingungsloses Grundeinkommen oder im Kontext von Aktionsbündnissen oder gar sozialen Bewegungen.⁶

Die Relevanz soziologischer Fragestellungen findet sich damit einerseits im großen »Labor Gesellschaft«. Andererseits sind die dort sichtbar werden großen Probleme der Gegenwart allesamt komplex und lassen sich kaum mit disziplinär abgrenzbarem Fachwissen lösen. Soziologie ist – man mag es bedauern – nicht die Antwort auf alle Fragen. Nur ein Beispiel: Eine »große Transformation« der Gesellschaft⁷ kann nicht allein mit der Soziologie als theoriegeleiteter empirischen Wissenschaft und der damit verbundenen »Expertise zur Analyse und Kritik gesellschaftlicher Phänomene« (Lessenich, Neckel 2012: 318) erreicht werden. Eine Soziologie für die Öffentlichkeit wird also trotz dieser Expertise vor allem eine *disziplinübergreifende Einstellung* benötigen, da fachlich isolierte Einzelperspektiven dort

6 Mit dem »Kritischen Aktionsbündnis 20 Jahre Tafeln« (www.aktionsbuenndnis20.de) greife ich diese Möglichkeit konkret auf. Die Idee, durch ein Bündnis, das viele Einzelakteure verbindet, Bewegung in den öffentlichen Diskurs um Armut zu bringen und damit letztlich das Thema Armutsbekämpfung sichtbar und dauerhaft auf die politische Agenda zu heben, ist eine direkte Folge meiner Analyse dieses Gegenstandsbereiches.

7 So der Titel einer umfassenden Studie, die zeigt, wer Abnehmer einer Soziologie für die Öffentlichkeit sein kann, in diesem Fall die Bundesregierung. An dem Gutachten des Wissenschaftlichen Beirats der Bundesregierung Globale Umweltveränderungen WBGU »Welt im Wandel. Gesellschaftsvertrag für eine Große Transformation« (WBGU 2012) arbeitete trotz des soziologisch klingenden Titels kein/e SoziologIn – als solche/r erkennbar – federführend mit.

immer weniger nachgefragt werden, wo Zukunftsfragen nur inter- und transdisziplinär gelöst werden können – vielleicht einer der Gründe für die beklagte Ratlosigkeit? Eine Wissenschaft, die sich gedanklich immer nur in den eigenen disziplinären Grenzen aufhält, wird es sehr schwer haben, wirksam »öffentlich« zu werden.

2. Dogma der Neutralität im Forschungsumfeld

Soziologie für die Öffentlichkeit, die sich mit gesellschaftlich relevanten Themen befasst, muss zwangsläufig werten und einen normativen Einschlag haben und damit das Postulat der Werturteilsfreiheit endgültig ins Reich der »reinen Lehre« verbannen. Auf ein ähnlich gelagertes Problem weist der Ökonom Tomás Sedlacek in seinem aktuellen Buch »Die Ökonomie von Gut und Böse« hin: »Die Ökonomie ist, im Gegensatz zu dem, was in den Lehrbüchern steht, überwiegend ein normatives Gebiet. Sie beschreibt die Welt nicht nur, sondern sie befasst sich auch häufig damit, wie die Welt sein sollte. [...] Es ist paradox, dass ein Gebiet, das sich überwiegend mit Werten beschäftigt, wertfrei sein will.« (2012: 18f.) So wie Sedlacek für die Erneuerung der Ökonomie eintritt, stellt sich in der Praxis einer Soziologie für die Öffentlichkeit immer wieder die Frage nach der eigenen Haltung.

Zu oft wird eine Pseudo-Neutralität bzw. Distanz postuliert, die einfach nicht mit der Stellung des Soziologen als Mensch unter Menschen und als Person mit Antrieben, Motiven und Interessen in Übereinstimmung zu bringen ist. Kern einer Soziologie für die Öffentlichkeit ist daher der Drang, sich in Debatten einzumischen und darin auch erkennbar *Haltung* zu zeigen. Diese Soziologie verzichtet nicht nur auf die kaum einlösbare Neutralität, sondern auch auf jegliche polierte Optik, das heißt auf unnötige Fachbegriffe, die Wissenschaftlichkeit oder Objektivität *suggestieren*. Das Ziel dieses Denkens besteht im Widerstand gegen interessengeleitete Informationen. Um derart Soziologie für die Öffentlichkeit zu betreiben, muss man sich die eigenen normativen Ansichten (sowie die der anderen) geradezu zu Nutze machen. Es geht um *Transparenz*, nicht um *Vermeidung*.

3. Professionelle Wahrnehmung des eigenen medialen Umfeldes

Soziologie solle »nicht darauf warten, dass ihre Expertise von Medien oder politischen Institutionen abgefragt und angefordert wird« (Lessenich, Neckel 2012: 318). Gleichzeitig muss eine Soziologie für die Öffentlichkeit berücksichtigen, dass einer der Hauptabnehmer soziologischen Wissens gerade das Mediensystem ist. Aus dieser Nachfrage speist sich der Wissenshaushalt vieler weiterer Publika.

Dabei sind unterschiedliche, teils *inkommensurable* Produktionslogiken von Wissen zu beachten: Das System der institutionalisierten Soziologie funktioniert nach einer Eigenproduktionslogik entlang relativ träger und restriktiver Qualifikations- und Karrierewege. Diese Eigenproduktionslogik neigt zur Selbstbezüglichkeit, indem sie manche Themen und Deutungsfiguren erlaubt und fördert, andere jedoch ablehnt und verbannt. Gerade auch aus eigener Anschauung kann ich hier Annette Treibel nur beipflichten, die auf den problematischen Zusammenhang zwischen Status und Redefreiheit hinweist (vgl. Punkt 4 auf S. 416), gleichwohl ohne dieses Problem komplett aufzulösen. Wissensproduktion innerhalb des Wissenschaftssystems hat mit seinen Zyklen von Ideenfindung, Antragstellung, Genehmigung, Durchführung und Berichtswesen zudem einen komplett anderen Zeithorizont als das Mediensystem. Öffentliche Diskurse werden aber maßgeblich von den Medien und über Medien initiiert und forciert. Das Mediensystem selbst funktioniert allein nach einer aufmerksamkeitsökonomischen Logik, die aus komplexen öffentlichen Diskursen klar erkennbare Dramaturgien macht, die sich innerhalb sehr enger Zeitfenster abhandeln lassen (müssen).⁸

Medien brauchen ständig Futter. Und sie benötigen komplett anderes Material als das Wissenschaftssystem. Wie der dänische Zukunftsforscher Rolf Jensen (1999) in seinem paradigmatischen Buch »Dream Society« zeigt, werden in allen gesellschaftlichen Bereichen vermehrt Geschichten, das heißt, narrative Dramaturgien jenseits objektiver Faktenlagen abgefragt. Jensen spricht von einer Grenzverschiebung von der Information zur Imagination. Für diese Imagination (letztlich aller Abnehmer medialer Inhalte, das heißt der Öffentlichkeit) haben informierte soziologische Publikatio-

⁸ Wenn ein Medienvertreter anruft und nach Zwischenergebnissen aus einem Projekt fragt, so möchte er nicht hören, dass diese in den nächsten zwei Jahren aus dem gesammelten Datenmaterial »emergieren«.

nen keinen Eigenwert. Sie dienen lediglich (dem Dogma medialer Dramaturgien folgend) als Hintergrundfolie für den Bericht über eine Welt, die nicht nur aus Fakten, sondern aus Geschichten besteht.

Jede Dramaturgie benötigt zudem einprägsame Wiederholungen. Genau das, was in der Wissenschaft unter dem Stichwort Innovationsgehalt (das heißt gerade der Vermeidung von Wiederholungen) vermieden wird, prägt die Kultur des Mediensystems. Innerhalb dieser Dramaturgie werden SoziologInnen letztlich selbst Medienprodukte. Wer Soziologie für die Öffentlichkeit über die Medien anbieten will, muss akzeptieren, selbst – früher oder später – als mediale »Lebendbewerbung« unterwegs zu sein. Dies zieht Prozesse der *Personalisierung* einerseits und der *Instrumentalisierung* andererseits nach sich. Durch Personalisierung wird eine Reduktion der Komplexität⁹ sowie die leichte Zuordenbarkeit erzielt. Personalisierungstendenzen werden professionell durch Strategien des *Information Brandings* (Wikipedia, Webseiten, Google Analytics etc.) verstärkt. Korrumpierungseffekte stellen sich dort ein, wo Soziologie für die Öffentlichkeit die Kontrolle über die eigene Deutungshoheit verliert. Dies kann ungebübten MedienteilnehmerInnen allein schon dadurch passieren, dass sie auch tatsächlich exakt auf Fragen antworten, anstatt gehaltvolle Statements abzusetzen. Die Meinungsfreiheit innerhalb einer medialen Dramaturgie, in der personalisierte soziologische Akteure eine vorbestimmte Rolle einnehmen müssen, wenn sie daran partizipieren wollen, ist oft kleiner, als erwartet. Wer nicht damit umgehen kann, dass die Schlagzeile »die Mutter des kurzen O-Tons« (Crouch 2008: 65) war, braucht entweder eine hohe Frustrationstoleranz oder passende Gegenstrategien.

4. Nützliche Ausdrucksformen soziologischen Wissens

Soziologie für die Öffentlichkeit bedeutet auch, Soziologie in »soziologiefeindlichen« Umgebungen zu betreiben. Gerade dort, wo soziologische Einmischung nicht erwünscht ist, erweist sich Soziologie letztlich als besonders nützlich. Um aber in diesen Umgebungen überhaupt Abnehmer für die eigenen soziologischen Deutungsangebote zu finden, ist es unum-

⁹ Für das politische System wurde dieser Zusammenhang längst ausführlich unter dem Schlagwort »Mediokratie« (vgl. Meyer 2001) bzw. »Postdemokratie« (Crouch 2008) diskutiert.

gänglich, den Werkzeugkoffer mit neuen Wissensvermittlungsformaten zu erweitern. Es gilt daher zu lernen, in den verschiedenen Formaten zu denken, zu sprechen, zu schreiben und geregelt zu streiten. Hierzu gehört auch die Bereitschaft, sich auf die Spielregeln des jeweiligen Feldes einzulassen und die Gültigkeit der Soziologie internen Spielregeln (die vor allem in Qualifikationskontexten dominant sind) nicht auf außersoziologische Felder zu übertragen.

Nützliche Wissensvermittlungsformate stellen fachinternes Wissen auch in außerwissenschaftlichen Bereichen zur Verfügung. Dies kann für Fachwissenschaftler durchaus auch »befreiend« wirken, wie Martin Warnke (1979: 99) in seinem klassischen Artikel »Wissenschaft als Knechtungsakt« für die Kunstgeschichte beschreibt, die wie kaum eine andere Disziplin Energie in die Produktion von »Populärliteratur«, konkret in Reiseführer, investiert. Warnkes Kritik lässt sich fast ohne Abstriche auf die Soziologie übertragen: »In ihrem wissenschaftlichen Selbstverständnis [...] ignoriert die Kunstgeschichte diesen wichtigen und sehr ernst zu nehmenden Sektor ihrer öffentlichen Wirksamkeit. Die Wissenschaft verharrt in der Funktion eines Apparats: Sie liefert die Ergebnisse und Daten, ohne auch den Prozess der Weiterverwendung zu kontrollieren.« In der Produktion »einfühlsamer Sprachfiguren« innerhalb der Populärliteratur sieht Warnke eine Chance für Fachwissenschaftler, diejenigen Persönlichkeitselemente auszuheben, die ansonsten in der Fachliteratur »asketisch zurückgedrängt oder gar tabuisiert« werden. In diesem Sinne sind populäre und öffentliche Ausdrucksformate *ehrlicher*. Gerade das Beispiel der Reiseführer verweist nochmals auf die Problematik der Neutralität. Während in der Fachliteratur die Fiktion aufrecht erhalten wird, man könne den Kunstwerken wertfrei und interesselos begegnen, zeugen die kunstgeschichtlich angehauchten Populärwerke davon, dass öffentliche Artefakte immer in einem wertebasierten Spannungsverhältnis stehen – und wenn es sich dabei »nur« um Schönheitsideale handelt. Gerade die populären Formate eignen sich also dafür, die institutionalisierten Rationalitätsmythen einer Epoche freizulegen, und entfalten damit mehr Aufklärungscharakter als manche Fachliteratur.

Mögliche Wissensvermittlungsformate und Ausdrucksformen soziologischen Wissens, die sich in diesem Sinne als nützlich und nachhaltig erweisen können, sind (ohne Anspruch auf Vollständigkeit) zum Beispiel wissenschaftliche Reportagen, die Erstellung von Informationsprodukten für außerwissenschaftliche Institutionen (Flyer, Webseiten, Blogs, Podcasts, Broschüren, Checklisten etc.) oder künstlerische Ausdrucksformen wie Theater-

stücke, Hörspiele, Filme, Fotos, Bilder. Das gerade unter Studierenden sehr beliebte Format Barcamp¹⁰ (eine sogenannte *user generated conference*) verdeutlicht, wie viel Spielraum es noch bei der praktischen Umsetzung einer Soziologie für die Öffentlichkeit gibt. Gerade in diesen und ähnlichen Vermittlungsformen liegt ein bislang kaum genutztes Potenzial der Vermittlung soziologischer Inhalte. Voraussetzung für eine produktive Nutzung dieser Formate ist jedoch zu vermeiden, Adressaten mit »Standesdünkel« anzusprechen, was immer wieder gerne durchschimmern lässt, dass hier gerade Wissen »herunter gebrochen« wird. Öffentlich wirksame Wissensvermittlungsformate sind kein minderwertiges Surrogat, sondern besitzen eine Eigenqualität und treten – im besten Fall – in Interferenz mit den institutionalisierten fachwissenschaftlichen Formaten. Der (sicher ironisch gemeinte) Aufdruck »Besserwisser« auf den anlässlich der DGS-Tagung in Frankfurt 2010 zu erwerbenden T-Shirts verdeutlicht, dass Überheblichkeit zum wahren Kern der Wahrnehmung von Soziologie gehört, wie Annette Treibel es näher ausführt (vgl. Punkt 2 auf S. 412). Um es auf eine Formel zu bringen: Statt *Vielwertigkeit* geht es in einer Soziologie für die Öffentlichkeit um *Vielartigkeit*.

5. Persönlichkeit und Authentizität

Soziologie für die Öffentlichkeit ist letztlich auch eine Frage der eigenen Persönlichkeit und Authentizität. Die Öffentlichkeit, die von dieser Soziologie angesprochen wird, honoriert mit feinem seismographischem Gespür die Begeisterungsfähigkeit von SoziologInnen für das eigene Thema – und dessen persönliches Engagement. Distanziertes Kalkül einer inszenierten öffentlichen Rolle allein reicht nicht aus, Begeisterung auf andere überspringen zu lassen. Sie dient vielleicht der Passung innerhalb der eigenen Karriere als feuilletontauglicher Intellektueller, nicht aber dem öffentlichen Nutzen der Soziologie.

Diese Anpassungsleistung wird schon im Studium gefördert. Der bereits erwähnte Adorno kritisierte schon 1968 eine Haltung unter den Stu-

10 Bei einem Barcamp organisieren sich die TeilnehmerInnen über ein Wiki. Dort werden auch die Themen vorgeschlagen. Barcamps finden inzwischen weltweit zu allen möglichen interdisziplinären Fragestellungen statt. Ein Barcamp löst die Trennung zwischen Vortragenden und Publikum mehr oder weniger komplett auf. Weitere Vorteile bestehen darin, dass Barcamps durch die Mischung aus Praktikern und Theoretikern *per se* transdisziplinär sind und die Vortagsinhalte zeitgleich im Netz dokumentiert werden.

dierenden, die er *streamlining* nannte (2003: 15). Nach Bologna kann dies mit *employability* übersetzt werden, der Prämisse einer Hochschulpolitik, die Umwege kaum noch zulässt, auch wenn diese die Ortskenntnisse erhöhen. »Wer nur Ökonom ist, wird nie ein guter Ökonom sein«, so Sedlacek (2012: 17) für sein Fach. Zum Umgang mit Komplexität und Kontingenz gibt es vielerlei Strategien. Eine davon ist die Schaffung einer disziplinären Zone der Intransparenz. Auch dies kritisiert Sedlacek mit Blick auf seine Heimatdisziplin, die Ökonomie: »Heute verstecken die Wissenschaftler sich gern hinter einer Wand aus Elfenbein [...] und schaffen sich so ein unverdientes Refugium vor Kritikern [...] und vor der Öffentlichkeit. Die Wissenschaft muss jedoch offen sein, sonst wird sie [...] eine elitäre Religion für die Eingeweihten, die ihre totalitaristischen Scheinwerfer auf die Öffentlichkeit richtet.« (Ebd.: 25) Nicht jede/r ist bereit, sich seine Öffentlichkeiten aktiv zu suchen. Hieraus folgt, dass nicht alle SoziologInnen sich in den Dienst einer Soziologie für die Öffentlichkeit stellen müssen. Nicht jede Möglichkeit verpflichtet zu ihrer Nutzung.

Fazit: Resonanzräume für fragmentierte Publika

Soziologie für die Öffentlichkeit ist durchdrungen vom persönlichen Bestreben, sich die je eigenen Öffentlichkeiten aktiv zu suchen und sich in diese (organisch) einzufügen. Und von diesen fragmentierten Öffentlichkeiten gibt es gegenwärtig mehr als genug: offline, online und crossmedial. Das aber bedeutet, dass sich Soziologie für die Öffentlichkeit in einer ganz anderen Weise interaktiv und wechselseitig mit den Ansprüchen, Vorwissen, Problemlagen und Fragestellungen »ihrer« Publika beschäftigen muss – möglichst »auf Augenhöhe«. Soziologie für die Öffentlichkeit unterscheidet sich daher von institutionalisierter Soziologie im Wesentlichen dadurch, dass sie über weit mehr *Resonanzräume* verfügt. Dort findet soziologisches Wissen seinen Widerhall, wird nachgefragt und modifiziert in der Form aktualisierter Problemdefinitionen zurückgegeben. Aufgrund dieser Resonanz können im besten Fall konstruktive und innovative Reflexionsarenen entstehen. Darin besteht die größte Chance einer Soziologie für die Öffentlichkeit, die dann am erfolgreichsten ist, wenn sie nicht mehr explizit

als Soziologie wahrgenommen wird, sondern einfach nur als nützlich.¹¹ Dies kann gelingen, wenn die Eigenproduktionslogik der institutionalisierten Soziologie komplementär von innovativen Vermittlungsformen begleitet wird, die die Partizipation von gesellschaftlichen Akteuren zulassen und diese nicht allein als Kulisse oder Wissensrezipienten in die eigene Darstellungslogik einkalkulieren. Soziologie für die Öffentlichkeit hat vor allem einen partizipativen *Dienstleistungs*charakter und weniger einen kalkulierbaren *Selbstdarstellungs*charakter.

Das alles und noch viel mehr muss jedoch erst gelernt werden. Es wäre daher an der Zeit, ein Studienfach oder zumindest Modul »Soziologie für die Öffentlichkeit« einzuführen und darin die unterschiedlichen Logiken fragmentierter Publika zu reflektieren, anstatt sich von ihnen verunsichern zu lassen. Dieses Fach hätte dann eine ähnliche Querschnittsfunktion zu erfüllen wie die Methoden der empirischen Sozialforschung, die einerseits unabdingbar, andererseits aber indifferent gegenüber inhaltlichen Anwendungsfeldern sind.

Hilfreich könnte auch eine zum Beispiel wikibasierte Sammlung von Best-Practice-Beispielen sein, die zeigt, wo und wie Soziologie für die Öffentlichkeit funktioniert – und wo gerade nicht. Denn diese Art der Soziologie kann dort scheitern, wo neben der Eigenproduktionslogik der Wissenschaft und der aufmerksamkeitsökonomischen Logik der Medien eine dritte Logik ins Spiel kommt: die Logik des Entertainments. Anlässlich der Teilnahme an einem *Science Slam* wurde mir dies sehr drastisch vor Augen geführt: »Wissenschaft in 10 Minuten« lautete das Motto. Tatsächlich wurde die Hälfte der maximal erreichbaren Punktezahl in diesem Vortragswettbewerb vom Publikum für den Unterhaltungswert vergeben. Ernste soziologische Themen lassen sich jedoch nicht witzig vermitteln. Nicht jedes Publikum muss erreicht werden – nicht um jeden Preis.

¹¹ Hierin gleicht der aktuelle Diskurs in der Tat der Verwendungsforschung sozialwissenschaftlichen Wissens in den 1980er und 1990er Jahren.

Soziologie für die Öffentlichkeit – eine Ermunterung angesichts emotionaler, politischer und struktureller Barrieren

Annette Treibel

In meinem Beitrag geht es darum, die wechselseitigen Vorbehalte zwischen Soziologie und Öffentlichkeit unter die Lupe zu nehmen und nach ihren jeweiligen Funktionen zu fragen. Die vielfach befürwortete sogenannte organische öffentliche Soziologie sehe ich eher kritisch, die »alte« traditionelle Feuilleton-Soziologie eher freundlich. Stefan Selke beendet seinen Beitrag mit dem Statement »Nicht jedes Publikum muss erreicht werden – nicht um jeden Preis«. Meine Fortsetzung lautet: ... aber vielleicht wird die Soziologie öffentlichkeitswirksamer, wenn sie davon ausgeht, dass es durchaus interessierte Öffentlichkeiten gibt. Außerdem möchte ich einen bislang kaum offen thematisierten Aspekt in die Debatte einbringen, nämlich die Fragen der biografischen und statusbezogenen »Passung« eines Engagements in der und für die Öffentlichkeit. SoziologInnen haben nachvollziehbare Gründe für ihr Engagement und auch für ihre Distanz gegenüber der Öffentlichkeit. Hierüber erhoffe ich eine stärkere Reflexion und Auseinandersetzung und fachpolitisch letztendlich dann aber doch eine stärkere Öffnung gegenüber den heterogenen Publika.¹

1. »Soziologie-Feindlichkeit« – ein Topos mit Schiefelage

Burawoy zufolge ist den meisten SoziologInnen ein kritischer Gestus und der »übrigen Gesellschaft«, insbesondere den herrschenden Kreisen, ein

¹ Der Beitrag fasst meine Überlegungen zum Thema »Soziologie und Öffentlichkeit« der vergangenen Monate zusammen (vgl. Treibel 2012a und 2012b). Diese wurden im Rahmen des Kolloquiums »Soziologie in der Öffentlichkeit« des Sommersemesters 2012 an der Pädagogischen Hochschule Karlsruhe fortgesetzt, dessen Abschluss der Gastvortrag von Stefan Selke war (vgl. Selke 2012). Der Kollegin Marina Liakova, den MitstreiterInnen im Rahmen unserer Veranstaltung im Rahmen von »PH im Rathaus« im Februar 2012 sowie den TeilnehmerInnen des Kolloquiums sei für die lebhaften und inspirierenden Debatten gedankt.

antisoziologischer Gestus eigen (vgl. Burawoy 2005: 6f.). Insofern ist Burawoys Projekt einer *Public Sociology* eine Antwort auf Reagan, Thatcher und den Neoliberalismus (vgl. auch Bude 2005). Diese Figur der »Soziologie-Feindlichkeit« hat hohe Plausibilität und findet hohe Zustimmung. Aber für mich greift diese These bei genauerer Betrachtung zu kurz: Denn um eine Umwelt als »soziologie-feindlich« zu beschreiben, müsste zunächst einmal gewährleistet sein, dass jemand so wichtig ist, um als Feind gelten zu können.² Das Freund-Sein und eben auch das Feind-Sein markieren schon einen Grad an Beziehung, der über die bloße Zeitgenossenschaft des modernen und pragmatischen Nebeneinanderher-Lebens und sich Arrangierens hinausgeht. Von einer derart intensiven Beschäftigung mit der Soziologie, die zur Feindschaft reicht, kann man meines Erachtens nicht ausgehen – dafür ist das Nicht-Wissen über Soziologie zu stark verbreitet. Die vermeintliche »Soziologie-Feindlichkeit« ist eine Intellektuellen- und Reflexionsfeindlichkeit, die sich nicht spezifisch gegen die Soziologie richtet, sondern gegen den Habitus all derjenigen, die sich in irgendeiner Weise kritisch-akademisch zu gesellschaftlichen Entwicklungen äußern. Besser wäre, von einer Gleichgültigkeit oder Ignoranz gegenüber der Soziologie zu sprechen.

2. Zur Funktion und Dysfunktion des »Soziologenchinesisch«

Das Verhältnis zwischen Soziologie und Öffentlichkeit gilt als schwierig, wenn nicht sogar als »gestört«. Die Störungen sind wechselseitig und beruhen auf folgenden Urteilen, die die Soziologie gegenüber der Öffentlichkeit und die Öffentlichkeit gegenüber der Soziologie hegen: SoziologInnen gelten als abgehoben; eher links und damit politisch einseitig orientiert; in ihren Forschungsmethoden bisweilen aufdringlich; besserwisserisch und ihre Reden und Texte als unverständlich. Viele Nicht-SoziologInnen schreckt das »Fachchinesisch« der Soziologie ab. Umgekehrt gilt die Öffentlichkeit vielen SoziologInnen als reaktionär und populistisch; beratungsresistent; auf Einseitigkeit und klare Botschaften fixiert; effekt- und affektheischend. Man fürchtet, sich im Umgang mit einer breiteren Öffentlichkeit »die Finger schmutzig zu ma-

² Vgl. zu den Sozialfiguren *Fremder* im Verhältnis zu *Freund* bzw. *Feind* den anregenden Essay von Zygmunt Bauman (2000). Folgt man der Typologie Baumans, so wäre die Soziologie wohl am ehesten als »fremd« zu charakterisieren. Fremde sind laut Bauman diejenigen, die als irritierend und geheimnisvoll wahrgenommen werden (vgl. Bauman 2000: 79ff.).

chen« oder Erkenntnisse zu sehr vereinfachen zu müssen, da man sich auf keinen Fall den Vorwurf der »Unterkomplexität«³ zuziehen will.

Diese Anschuldigungen enthalten zahlreiche wahre Kerne, von denen ich hier einen herausgreifen will. Vielen SoziologInnen ist *Verständlichkeit* tatsächlich suspekt: »Selten lässt sich einer dazu herab, Fachwissen in allgemein verständlicher Weise dem »interessierten Laien« zur Kenntnis zu bringen. Wer es dennoch tut, bekommt ausnahmsweise den Communicator-Preis der Deutschen Forschungsgemeinschaft, ansonsten erntet er womöglich üble Nachrede bei den Kollegen. Wer in *Psychologie heute* oder *GEO* veröffentlicht, wird das im Bewerbungsbogen schamhaft verschweigen« (Leggewie, Mühlleitner 2007: 208).

Die Irritation von Studierenden, wenn man im Bereich der Familiensoziologie erst einmal lang und breit die Tauglichkeit von unterschiedlichen Begriffen von »Familie« erörtert, zeigt beispielhaft die mangelnde Vertrautheit mit wissenschaftlichem Handwerkszeug. Gegenüber der Soziologie besteht die spezifische Schwierigkeit darin, dass eine Wissenschaft, die sich mit der Gesellschaft und ihren Mitgliedern, also uns allen beschäftigt, doch auch für alle verständlich sein soll – so der Einwand von Nicht-SoziologInnen.

Wer das »Soziologenchinesisch« und den substantivierten Stil anprangert, hat jedoch nicht im Blick, dass Soziologie primär eine *Wissenschaft* ist, die sich als solche darstellen will und muss. Insofern steht ihr ein Fachvokabular ebenso zu wie der Physik. Ich habe sehr gute Erfahrungen damit gemacht, diesen legitimen Anspruch der Soziologie auf ein fachspezifisches Vokabular in Erinnerung zu rufen. Der Vorwurf des »Soziologenchinesisch« läuft dann weitgehend ins Leere. Den Studierenden als unserer »ersten Öffentlichkeit« bzw. als *Botschaftern der Soziologie*, wie Burawoy (2005: 9) sie nennt, erleichtert dieser Hinweis ebenfalls den Zugang.

Das Postulat einer besseren (oder überhaupt anvisierten!) Verständlichkeit richtet sich primär an diejenigen Kontexte, in denen man nicht begutachtet wird. Sicherlich müssen ein Doktorand oder eine Habilitandin den akademischen Gepflogenheiten Rechnung tragen, da sie ansonsten bezichtigt werden könnten, die Spielregeln nicht ernst zu nehmen, und damit als unseriöse SpielerInnen gälten. Insofern gebe ich Burawoy recht, wenn er

3 Bislang ist es mir nicht gelungen, die Urheberschaft und die Soziogenese dieses in der mündlichen Kommunikation von SoziologInnen weit verbreiteten Wortes zu klären; über Hinweise freue ich mich.

beklagt, dass den Jüngeren im Fach ihre kritische Haltung aberzogen werde (vgl. Burawoy 2005: 14f.). Für mich geht es hierbei allerdings nicht nur um Kritik, sondern um wissenschaftliche Qualifikation, die ja erst noch unter Beweis gestellt werden muss. Ansonsten würden die Grenzen völlig verwischen, und man brauchte keine akademischen Prüfungen mehr. Wer jedoch unter Beweis gestellt hat, dass sie oder er es kann, könnte durchaus eine andere Schreib- und vor allem Redeweise praktizieren.

3. Ein Hoch auf die traditionelle öffentliche Soziologie

Wenn vielerorts die bürgerliche Öffentlichkeit als Adressatin weniger in Frage kommt, da sie als sowieso schon informiert betrachtet wird, wie Stefan Selke vermerkt, dann plädiere ich dafür, weiterhin und durchaus stärker in diese Richtung zu arbeiten. Wir tun zu wenig für das gebildete bürgerliche Publikum. Wir analysieren es vielleicht, aber wir sehen hier nicht die RezipientInnen und MultiplikatorInnen unserer Arbeit.⁴ Damit bleibt das Feld dort den »üblichen Verdächtigen«⁵ überlassen, die durchaus eine erhebliche Nachfrage bedienen. So stieß Heinz Bude, der sich auch über seine eigene Person hinaus programmatisch für eine *öffentliche Soziologie* ausspricht (vgl. Bude 2005), etwa mit seinem Buch »Die Ausgeschlossenen« (Bude 2008) auf großes Interesse. Aufschlussreich für mich ist an dieser Stelle weniger das Buch selbst als vielmehr die *Tonlage* der Würdigung von journalistischer Seite: »Das Rundumhafte dieses Schlagles gewinnt seinen Charme durch die Liebe zum Detail. Man liest und wartet, ob die eigene soziale Gattung nicht auch noch in diesem Zoo der Prekären auftaucht. Als guter Soziologe weist Bude dabei pflichtgemäß auf den konstruierten und interessegeleiteten Charakter einschlägiger gesellschaftlicher Diskussionen hin« (Kreissl 2008).

4 Man sollte nicht zu gering schätzen, welche Bedeutung dieser Art von Medienpräsenz für die Entscheidungen von Ministerien oder Hochschulen zukommt, wenn es um die Frage geht, ob man die Soziologie braucht.

5 Ohne Anspruch auf Vollständigkeit denke ich hier mit Blick auf den deutschen Kontext an die Kollegen Ulrich Beck, Heinz Bude, Jürgen Habermas, Dirk Kaesler und Armin Nassehi. Unter den Kolleginnen möchte ich Elisabeth Beck-Gernsheim nennen. Die Mit-Bloggerinnen beim DGS-Blog Sabine Hark (vgl. Hark 2011) und Helma Lutz (vgl. Lutz 2012) würde ich eher einer feministisch-kritischen als einer bürgerlichen Öffentlichkeit zurechnen.

Eine bürgerliche Öffentlichkeit mit großem Interesse an Soziologie sehe ich repräsentiert und angesprochen etwa durch die Feuilletons der ZEIT, der FAZ, der Süddeutschen Zeitung, der Welt und der taz sowie durch die Kulturformate in Rundfunk und Fernsehen. Hier wird gerade der soziologische Blick nachgefragt und gewürdigt. Selbstverständlich agieren die Medien interessengeleitet und neigen zur Instrumentalisierung, wie Stefan Selke ausführt. Aber bei aller anzurathenden Skepsis und Umsicht im Umgang mit den Medien sollten wir stets auch unterstellen, dass es ein *Interesse an der Soziologie* gibt. Die genannten üblichen Verdächtigen verdienen außer den üblichen Eitelkeitsbezeichnungen auch Respekt, denn ohne sie würde man außerhalb des Faches fast vergessen, dass es Leute gibt, die Soziologen oder Soziologinnen sind, und wofür man diese braucht.

Der anti-bürgerliche Affekt mag bei manchen zur Habitus-Ausstattung gehören, sachdienlich ist er nicht. Dementsprechend kann ich auch der Unterscheidung Burawoys zwischen den beiden Spielarten einer öffentlichen Soziologie, nämlich einer *traditionellen* und einer *organischen* öffentlichen Soziologie (vgl. Burawoy 2005: 7–10) und vor allem der Bewertung zugunsten der organischen Variante nicht zustimmen.⁶

Der DGS-Vorstand folgt dieser Linie, wenn er die vierte Grundidee seiner Initiative folgendermaßen erläutert: »Öffentliche Soziologie« erschöpft sich nicht darin, knappe Pressemitteilungen abzusetzen oder die Feuilletons der »Qualitätspresse« zu bestücken, sondern meint vor allen Dingen auch, in den lokalen, direkten Dialog mit einem interessierten, breiten Publikum zu treten.« (Lessenich, Neckel 2012: 318). Offensichtlich soll die von der DGS anvisierte eine *organische* öffentliche Soziologie werden. Sich »organisch« mit der oder einer (Teil-)Öffentlichkeit zu verbinden oder gar zu verbünden, ist sinnvoll, aber auch riskant. Man kann sich leicht in Teufels Küche wiederfinden, wenn man wie Armin Nassehi von den Sarrazin-Fans attackiert wird (vgl. Nassehi 2010). Das heißt, man kann sich tatsächlich durchaus die »Finger schmutzig machen«, wenn man sich unter das breite Publikum mischt. Insofern mag der Preis, den man bei mehr Öffentlichkeitswirksamkeit zahlen muss, manchen zu hoch sein.

⁶ Immerhin spricht sich Burawoy für eine Verbindung, eine *double conversation* (Burawoy 2005: 7) zwischen diesen beiden Spielarten der öffentlichen Soziologie aus. – An dieser Stelle sei denjenigen, die sich für die weitere Diskussion zu *Public Sociology* in den USA interessieren, die ausführliche Darstellung und Kommentierung bei Fran Osrecki (2011) empfohlen.

4. Bislang kaum thematisiert: Die Relevanz von Biografie und Status für Nachfrage und Angebot

Stellen wir uns im erwähnten Beispiel vor, der Kollege wäre nicht wohlbestallter Professor der Generation 50+ an einer altehrwürdigen und zugleich auch in neuen Zeiten als exzellent geltenden Hochschule, der akademisch alles erreicht hat und im Grunde außer zu ordentlicher Arbeit in Forschung und Lehre zu nichts mehr verpflichtet ist, sondern ein junger Wissenschaftler in der Postdoc-Phase, der gerade um die Verlängerung seines Projektes für die Habilitation bangen muss. SoziologInnen in dieser Phase ihrer akademischen Laufbahn haben weder die zeitlichen noch strukturellen Ressourcen für öffentliche Auftritte. Für spektakuläre Aktionen muss außerdem ein großer Name oder zumindest ein ProfessorInnentitel her – sonst ist dies für die MedienvertreterInnen nicht interessant und damit keine Meldung wert. Die *Nachfrage* der Öffentlichkeit wäre bei einem jüngeren »No-Name« nicht gegeben, und er oder sie wäre schlecht beraten, überhaupt ein solches *Angebot* zu lancieren. Wer sich noch qualifizieren muss, lässt besser die Finger davon.

Ein paar Jahre später, etwas oder beträchtlich weiter oben in der akademischen Hierarchie, sieht es in heutigen Zeiten für viele immer noch nicht bzw. erneut nicht viel besser aus. Wer etwa für ein Exzellenz-Cluster rackern oder seine Drittmittel-Quote verbessern muss, hat oder sieht wenig Freiraum, sich auch noch um die Öffentlichkeit zu kümmern. Konkurrenzkämpfe, Intrigen, Qualitätssicherung und Leistungszulagen sind strukturelle Zwänge, die viele SoziologInnen zwangsläufig nur an die nächsten Abgabefristen und an die Zusammensetzung von Gutachtergremien denken lassen: »Was bringt mir das?« heißt es dann, oder: »Dafür habe ich keine Zeit.«

Der Blick auf die Notwendigkeiten von Biografie, Karriere und funktionaler Differenzierung hilft, die Debatte systematischer angehen zu können. Was folgt daraus? Soziologie für die Öffentlichkeit kann und soll nicht jede/r machen, aber deutlich ein paar mehr dürften es schon sein.

5. Dienstleistung und Selbstdarstellung

Soziologie für die Öffentlichkeit sollte primär als Dienstleistung und weniger als Selbstdarstellung begriffen werden, so Stefan Selke. Ich persönlich halte es für nebensächlich, welche Motive jemanden antreiben: solange es

die Präsenz der Soziologie verbessert, kann man auch mit Eitelkeit, Koketterie und egoistischen Kalkülen leben. Im Übrigen werden Außenstehende sich kein wirkliches Urteil erlauben können, wie lauter und authentisch jemand agiert. In den 1970er Jahren stand der Soziologe »im Verdacht übertriebener Empathie mit seinen Forschungsobjekten« (Streeck 2012: 132). Gegenwärtig hat eine neue Debatte darüber, ob Soziologie organischer Bestandteil oder Motor sozialer Bewegungen sein darf oder soll, im deutschsprachigen Raum noch gar nicht richtig angefangen.⁷ Kollegen wie Wolfgang Streeck (2012) appellieren an eine als kritische Theorie verstandene Soziologie, sich einen Platz im Ökonomie-Diskurs dringend zurückzuerobern, wo doch in diesen Zeiten der globalen Finanzkrise die Bedingungen geradezu günstig seien.

SoziologInnen sollten sich unabhängig vom Grad und der Richtung ihres politischen Engagements der Spannung von Engagement und Distanzierung bewusst sein, die man aufgrund des spezifischen Untersuchungsgegenstandes Gesellschaft tagaus tagein ausbalancieren muss (vgl. Elias 2003). In der Außenwahrnehmung wirkt man häufig wie ein Fremdkörper, weil man vielleicht tatsächlich etwas sieht, was andere nicht sehen – und die anderen spüren, dass man dieses »Unsichtbare« sieht.

Ähnlich spannungsreich wie das Verhältnis Soziologie – Politik ist das Verhältnis Soziologie – Beratung. Davor braucht man jedoch nicht zu resignieren, wie Heike Kahlert analysiert. Sie weist auf die Chancen eines Zusammenspiels von Soziologie und Beratung aufgrund der »spezifischen Reflexivität der Soziologie« hin: »Beratung ist »beobachtende Teilnahme«, die in der Regel tiefere und intensivere Einblicke in gesellschaftliche Praxisfelder ermöglicht als die herkömmliche empirische Sozialforschung, denn in Beratungsprozessen muss der Feldzugang ermöglicht und Kommunikation in Gang gebracht werden.« (Kahlert 2011: 138)

⁷ In seinem Artikel zur Problematik flacher Hierarchien in neuen demokratischen Aktionsbündnissen berichtet Nikolaus Piper über *Occupy Wall Street* in New York – für ihn ein »Lehrbeispiel«: »Alle sollten mitreden im besetzten Zuccotti-Park in Manhattan. »Wir sind alle Führer«, schrieb die New Yorker *Soziologin und Aktivistin* Heather Gautney in einem begeisterten Beitrag für die *Washington Post*. [...] Die Demonstranten wollten in ihrer eigenen Organisation die freie Gesellschaft vorleben, die sie schaffen wollen« (Piper 2012; meine Hervorhebung).

Fazit: Soziologie für viele Öffentlichkeiten

SoziologInnen können Kommunikation zwischen unterschiedlichen gesellschaftlichen Akteuren in Gang bringen. In eigener Sache wird es ohne Selbstdarstellung nicht gehen: Wer keine Haltung einnimmt, als Person nicht sichtbar und mit seiner Position von anderen nicht zu unterscheiden ist, ist für die Medien uninteressant – nahezu so, als würde sie oder er nicht existieren. Stefan Selke bestätigend sei hier auf die Notwendigkeit einer persönlichen ›Passung‹ öffentlicher Auftritte hingewiesen. Man sollte auch Freude daran haben, in diese Form der durchaus riskanten Kommunikation einzutreten. Auftritte in der Öffentlichkeit sollte man sich nicht abringen müssen, aber man kann sie trainieren und seine Einstellung überprüfen, denn bei vielen hapert es an dem grundlegenden Einverständnis mit einem Rollenwechsel: »Die meisten Wissenschaftler sind miserable Schauspieler – und stolz darauf. Für sie zählt Inhalt, Inhalt, Inhalt, eine gefällige Darstellung gilt ihnen als Blendwerk und Selbstdarstellung als profane Ablenkung vom Eigentlichen« (Leggewie, Mühlleitner 2007: 209f.).

Eine bessere (Selbst-)Darstellung würde durchaus bereits innerhalb der Fachkommunikation Sinn machen. Auch FachkollegInnen schätzen einen flotten Vortrag – aber Vorsicht, für den Nachwuchs oder für Begutachtete in Drittmittelprojekten oder Sonderforschungsbereichen gilt dies wiederum eher nicht. Solange oder sobald man von dem Votum anderer abhängig ist, empfiehlt sich der Gebrauch einer substantivierten, im Zweifel eher schwer verständlichen Sprache. Niemals werde ich die nahezu verzweifelte Reaktion eines Kollegen vergessen, der in der Diskussion nach seinem Vortrag auf eine Frage kaum antworten konnte und hervorstieß: »Ich kann es nicht kompliziert ausdrücken!« Status und Renommee hätten ihm erlaubt, einfach oder gar salopp zu antworten, er konnte aber wohl nicht über seinen Schatten springen.

Mein *Aufruf* geht an die Älteren, die frei aufspielen könnten, sich aber vielleicht nicht trauen oder ihr Misstrauen gegenüber »den Massenmedien«, die sie als »Blödmaschinen« (Merz, Seeblen 2011) verstehen, vor sich hertragen. Statt weiterhin die »Soziologiefeindlichkeit« der Medien zu beklagen, sollte man sich mit der eigenen Einstellung den Medien gegenüber auseinandersetzen. Man sollte ruhig unterstellen, dass es ein Interesse für Soziologie gibt und den Spielraum und die verschiedenen Bühnen nutzen. Neben dem unverminderten Appell in Richtung *bürgerliches Feuilleton* heißt das konkret: Vorträge aufnehmen lassen und im Falle des Gelingens auf *You*

Tube oder als Podcast hochladen, Talkshow-Einladungen in Maßen folgen und den Humor dabei nicht verlieren. Eine solche Arbeitsteilung nach Generationen und ein medienaffineres Selbstverständnis unserer Arbeit würde ein neues Publikum erschließen, an das wir zu selten denken, nämlich Schülerinnen, Schüler und Auszubildende. Für diese ist die virtuelle Öffentlichkeit real – und sie funktioniert primär visuell. Wenn die ganz Jungen niemals Personen, die offensichtlich SoziologInnen sind, zu *sehen* bekommen, werden sie »Soziologie als Beruf« kaum für eine reelle Option halten. Und umgekehrt: Wenn sie deutlich mehr Soziologinnen und Soziologen sehen und hören könnten, wären Jugendliche und nicht »erst« die Studierenden unsere erste und originäre Öffentlichkeit.

Literatur:

- Adorno, T. W. 2003 [1968]: Einleitung in die Soziologie. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Bauman, Z. 2000: Vom Nutzen der Soziologie. Frankfurt am Main: Suhrkamp [engl. Erstausgabe 1990: Thinking Sociologically].
- Berger, P. L. 2011: Einladung zur Soziologie. Eine humanistische Perspektive. Konstanz: UVK.
- Bude, H. 2005: Auf der Suche nach einer öffentlichen Soziologie. Ein Kommentar zu Michael Burawoy. *Soziale Welt*, 56. Jg., Heft 4, 375–380.
- Bude, H. 2008: Die Ausgeschlossenen. Das Ende vom Traum einer gerechten Gesellschaft. München: Carl Hanser.
- Burawoy, M. 2005: For Public Sociology. *American Sociological Review*, 70. Jg., Heft 4, 4–28.
- Crouch, C. 2008: Postdemokratie. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Elias, N. 2003 [1983]: Engagement und Distanzierung. Arbeiten zur Wissenssoziologie I. Herausgegeben und übersetzt von M. Schröter, Gesammelte Schriften, Bd. 8. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Elias, N., Scotson J. L. 1993: Etablierte und Außenseiter. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Hark, S. 2011: Mit Rock im Ring. Das Tabu der Gleichheit. SozBlog vom 28. November 2011. soziologie.de/blog/?m=201111 (letzter Aufruf 3.8.2012).
- Jensen, R. 1999: *The Dream Society: How the Coming Shift from Information to Imagination Will Transform Your Business*. New York: McGrawHill.

- Kahlert, H. 2011: Entgrenzung zwischen Wissenschaft und Praxis? Kritische Reflexionen am Beispiel der soziologischen Beratung. In B. Hölscher, J. Suchanek (Hg.), *Wissenschaft und Hochschulbildung im Kontext von Wirtschaft und Medien*. Wiesbaden: VS, 123–140.
- Kreissl, R. 2008: Gesellschaftstheoretische Brillanz. Rezension zu Heinz Bude: »Die Ausgeschlossenen«. www.dradio.de/dkultur/sendungen/lesart/760921 (letzter Aufruf 3.8.2012).
- Krohn, W., Küppers, G. 1989: *Die Selbstorganisation der Wissenschaft*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Leggewie, C., Mühlleitner, E. 2007: *Die akademische Hintertreppe. Kleines Lexikon des wissenschaftlichen Kommunizierens*. Frankfurt am Main, New York: Campus.
- Lessenich, S., Neckel, S. 2012: DGS goes public! *Soziologie*, 41. Jg., Heft 3, 317–319.
- Lutz, H. 2012: Aufsichtsrätinnen und Care-Arbeiterinnen – Widersprüche und Verwerfungen. *SozBlog* vom 12. März 2012. soziologie.de/blog/?p=410 (letzter Aufruf 3.8.2012).
- Merz, M., Seeßlen, G. 2011: *Blödmaschinen. Die Fabrikation der Stupidität*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Meyer, T. 2001: *Mediokratie. Die Kolonisierung der Politik durch das Mediensystem*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Münker, S. 2009: *Emergenz digitaler Öffentlichkeiten. Die Sozialen Medien im Web 2.0*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Nassehi, A. 2010: Integration: Mein Abend mit Sarrazin. Warum eine Münchner Diskussion im Desaster endete. Ein Erklärungsversuch. www.zeit.de/2010/41/Nassehi (letzter Aufruf 3.8.2012).
- Osrecki, F. 2011: *Die Diagnosegesellschaft. Zeitdiagnostik zwischen Soziologie und medialer Popularität*. Bielefeld: transcript.
- Piper, N. 2012: Wer führt? Alle! Warum der Traum von der totalen Partizipation scheitern muss – eine Verteidigung der Hierarchie in basisdemokratischen Zeiten. *Süddeutsche Zeitung*, 26. Mai 2012, V2/1.
- Sedlacek, T. 2012: *Die Ökonomie von Gut und Böse*. München: Hanser.
- Selke, S. 2008: *Fast ganz unten. Wie man in Deutschland durch die Hilfe von Lebensmitteltafeln satt wird*. Münster: Westfälisches Dampfboot.
- Selke, S. 2012: *Turbulente Zeiten für einen »öffentlichen« Soziologen – Erfahrungen zwischen Feldforschung, Medienauftritten und Science Slam*. Vortrag am 17. Juli 2012 an der Pädagogischen Hochschule im Rahmen des Soziologie-Kolloquiums. Veranstaltung der Abteilung Soziologie des Instituts für Sozialwissenschaften der PH Karlsruhe.
- Streeck, W. 2012: Der öffentliche Auftrag der Soziologie. *Leviathan*, 40. Jg., Heft 1, 129–147.

- Treibel, A. 2012a: Soziologie und Öffentlichkeit: eine Wissenschaft über den Wolken oder zum Anfassen – was wollen wir? SozBlog vom 27. Januar 2012. soziologie.de/blog/?m=201201 (letzter Aufruf 3.8.2012).
- Treibel, A. 2012b: Selbstaufklärung der Gesellschaft – Soziologie für die Öffentlichkeit. Vortrag im Rahmen der Veranstaltung »PH im Rathaus: »Soziologie und Öffentlichkeit« am 2. Februar 2012, Rathaus der Stadt Karlsruhe.
- Warnke, M. 1979: Wissenschaft als Knechtungsakt. In ders., Künstler, Kunsthistoriker, Museen. Beiträge zu einer kritischen Kunstgeschichte. Luzern: C.J. Bucher.
- WBGU 2012: Welt im Wandel. Gesellschaftsvertrag für eine Große Transformation. Berlin: Wissenschaftlicher Beirat der Bundesregierung Globale Umweltfragen. Download unter: www.wbgu.de (letzter Aufruf 29.7.2012).
- Weischenberg, S. 2001: Nachrichten-Journalismus. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.