

## Wie viel Popularisierung verträgt die Soziologie?

Ronald Hitzler

Popularisierung von Wissenschaft ist ein immer wieder versuchter, immer wieder misslingender, immer wieder aber auch gelingender Vorgang im Spannungsfeld von Wissenschaft, (Massen-)Medien und Öffentlichkeit.

*Wissenschaft* verstehe ich in diesem Spannungsfeld als einen im Wesentlichen gesellschaftlich subventionierten Betrieb zur kontrollierten Produktion von gegenstandsadäquate(re)m Wissen. Bedingungen für Subventionen ändern sich mitunter. Derzeit scheint das der Fall zu sein. Vereinfacht ausgedrückt könnte man sagen, dass die Frage lauter wird danach, was man mit dem wissenschaftlich produzierten Wissen anfangen kann – oder wenigstens anfangen können soll. *Öffentlichkeit* betrachte ich lediglich als *einen* Kontext von Gesellschaft; aber eben als *den* Kontext, der sich dadurch konstituiert, dass prinzipiell alle sich zu mehr oder weniger allem äußern können (sollen), und dass prinzipiell auch alle hören, lesen, sehen können (sollen), was alle äußern. Infolgedessen sehen viele Menschen Öffentlichkeit als eine Art Synonym an für Gesellschaft schlechthin; und manche fordern, dass alles Gesellschaftliche öffentlich sein solle. *Medien* haben ja nun zum Teil sogar »einen öffentlichen Auftrag«. Aber auch dann, wenn sie diesen Auftrag nicht haben, verstehen sich Vertreter der Medien oft nicht nur als mehr oder weniger (ge)wichtige und mehr oder weniger parteiische Beteiligte an öffentlichen Diskursen, sondern auch als (»kritische«) (Ver-)Mittler zwischen nicht per se öffentlichen Kontexten der Gesellschaft und »der« Öffentlichkeit. Wissenschaft ist ein in diesem Verstande *nicht* per se öffentlicher Kontext der Gesellschaft. Etwas provokativ stelle ich folglich der von und unter Wissenschaftlern gern erhobenen Klage, die Wissen-

schaften seien die Stiefkinder der Medien, die Frage entgegen, *ob nicht vielmehr die Medien die Stiefkinder der Wissenschaften (bzw. eben der Wissenschaftler) seien.*

Alle empirische Einsicht jedenfalls spricht *gegen* die Vermutung bzw. Behauptung, die Wissenschaft sei ein Stiefkind der Medien. Um nur auf einige entsprechende Eye-Catcher zu verweisen: Die ohnehin nicht unbeeinträchtliche Zahl an Wissenschaftsjournalen, die man bereits in der Bahnhofszeitschriftenhandlung findet, erhöht sich aktuell immer noch; täglich findet man in fast allen überregionalen Zeitungen eine Wissenschaftsseite – zusätzlich zum Feuilleton, in dem traditionell die Popularisierungen der Geistes- und Sozialwissenschaften zu Hause sind; eine ganze Reihe von Fernsehsendern liefert uns wöchentlich eine oder auch mehrere Wissenschaftsmagazine; die medial verbreiteten politischen Debatten rekurren ständig implizit und explizit auf wissenschaftliches Wissen usw.

Publikumszeitschriften und elektronische Massenmedien haben allerdings *nicht* die Aufgabe, Wissenschaft bzw. wissenschaftliche Erkenntnisse als solche ans Publikum zu bringen. *Was* sie transportieren sollen und können, das sind solche Partikel, Extrakte oder Applikationen wissenschaftlicher Erkenntnisse, die von den Medienmachern als öffentlichkeitsrelevant eingeschätzt werden. *Wie* sie dieses Wissen transportieren, können nicht Wissenschaftler, sondern müssen die Medienmacher – auf der Basis ihrer Kenntnis der Rezeptionsinteressen und Rezeptionsbereitschaft ihres jeweiligen Publikums – entscheiden.

Auch wenn ich selbstverständlich keineswegs ausschließen will, dass es auch »schwarze Schafe«, dass es Korruption und hin und wieder vielleicht sogar »mafiose Strukturen« im Interaktionsgefüge von Macht, Geld, Medien und Wissenschaft gibt, scheint mir allfällige Nicht- oder Unterpräsenz von Nachrichten aus der Wissenschaft bzw. aus den Wissenschaften in den Medien im Normalfall weit eher durch *mangelnden Nachrichtenwert* solcher »Nachrichten« erklärbar zu sein als durch etwelche Verschweige- oder gar Verschwörungstheorien über die Medien oder hinter ihnen stehende bzw. mit ihnen verquickte Kapitalinteressen und Macht-Blöcke.

*Soziologisches* bzw. *sozialwissenschaftliches* Wissen ist ja nun symptomatischer Weise vor allem eine solche Art von (Sonder-)Wissen, das prinzipiell alles Wissen expliziert, typisiert, abstrahiert, relativiert, spiegelt, verfremdet, übersetzt, hinterfragt, reorganisiert und dergestalt erneuert und somit auch erweitert. Interessant für die Öffentlichkeit bzw. für Öffentlichkeiten wird eine solche Art von Wissen lediglich dann, wenn es sich auf das, was dort je kommuniziert wird, bezieht bzw. plausibel beziehen lässt, und wenn es

im Verhältnis zu dem, was dort ohnehin je kommuniziert wird, in seiner Besonderheit hinlänglich aufmerken lässt und zugleich verständlich bleibt bzw. gemacht wird. Jenseits von (auch) von Protagonisten der Sozialwissenschaften beförderten Skandalisierungen ist das öffentliche Interesse an soziologischem Wissen in der Regel eher beschränkt (nicht nur, aber auch nicht zum Wenigsten auf sozusagen traditionelle Bildungsgelüste vorzugsweise älterer Menschen).

Das *eine* Problem der Popularisierung von soziologischem Wissen resultiert meines Erachtens nämlich vor allem daraus, dass zum Beispiel wohl niemand glaubt, er wisse, was etwa Chemiker wissen, wenn er ein paar chemische Reaktionen vorgeführt und erläutert bekommt, oder was Mediziner wissen, wenn er auf einem Monitor einen minimalinvasiven Eingriff anschauen und mit verfolgen kann. Hingegen glauben die meisten Menschen, dass es zum Beispiel an »normalen« Sätzen in der Sprache, die sie sprechen, oder an den gängigen Gesten, die sie interaktiv verwenden, nicht mehr zu verstehen gebe als das, was sie eben verstehen, oder dass sie zum Beispiel ganz gewiss keine Soziologen brauchen, die ihnen erklären, in welchen sozialen Gefügen (Zusammenhängen) sie leben. Vereinfacht gesagt: Sozialwissenschaften beeindrucken die (meisten) Menschen (wenn überhaupt) dann, wenn ihre Protagonisten das Gewohnte be- bzw. verfremden. Sie erscheinen vielen Menschen hingegen als (bestenfalls) trivial, wenn ihre Erkenntnisse so präsentiert werden, dass sie möglichst verständlich erscheinen. Das ist meines Erachtens tatsächlich ein auch durch *popular sociology* keineswegs behebbares Inszenierungsdilemma dieser Disziplin(en).

Dementsprechend erlebe ich die Fachkollegenschaft in Debatten über angemessene Formen der Popularisierung *unseres* Sonderwissens üblicher Weise auch als ausgesprochen uneins: Geht es vor allem um das, was die beeindruckt, die auf dem *selben* Acker pflügen? Oder darum, das, was kommuniziert wird, einer auf *anderen* Feldern tätigen Kollegenschaft näher zu bringen? Oder um das, was (auch) *jenseits* der Fachgrenzen »ankommt«? Wenn es um letzteres geht, dann eher um das, was ein entsprechend bildungsbeflissenes Publikum goutiert? Oder doch um das, was eben »alle« be-greifen (können)? Will man Popularisierung so verstehen, dass dabei vor allem (bzw. auf jeden Fall) das jeweils ursprüngliche Erkenntnissetting möglichst verlustfrei zu transportieren ist, oder eher so, dass dabei das, was an einer Erkenntnis für möglichst viele möglichst interessant ist, herausgeschält werden soll? Usw. Wie gesagt: Zu all dem und vielem anderen mehr

finden sich allenthalben in unserer Disziplin nicht nur divergente, sondern schlicht antagonistische Auffassungen.

Das andere Problem der Popularisierung von Soziologie hingegen ist meines Erachtens ein beiläufig selbst produziertes: Sozialwissenschaftlerinnen und Sozialwissenschaftler generieren, sehr vereinfachend zugespitzt, zwei Arten von Wissen: Zum einen Wissen, das – wie auch immer zu definierende – Entscheidungseliten zur Bewältigung von Steuerungsproblemen aller möglicher Art in komplexen Gesellschaften brauchen. Zum anderen Wissen, aus dem und zu dem, woran Menschen, die *nicht* bzw. dann, wenn sie *nicht* mit Steuerungsproblemen befasst sind, eben ein Unterhaltungsinteresse haben (neudeutsch spricht man hier von Edutainment).

Akteure, die (wie auch immer) mit der ersten Art von sozialwissenschaftlichem Wissen befasst sind, haben in aller Regel gesellschaftlich subventionierte ebenso wie privatwirtschaftlich unterhaltene Kommunikationsräume jeglichen Zuschnitts ebenso wie allgegenwärtige Kommunikationschancen, sozusagen so viel sie bzw. oft mehr als sie wahrnehmen wollen. In diesen Kontexten Gehör zu finden und um Expertisen gebeten zu werden, gehört für die einschlägig engagierten Vertreterinnen und Vertreter unserer Disziplin augenscheinlich zu den leichteren Übungen.

Die zweite Art von sozialwissenschaftlichem Wissen, jenes Wissen also, um und über das, was gemeinhin als trivial gilt, was aber typischer Weise (wenn auch oft mit kurzen Verfallszeiten) von hoher Relevanz ist in den Alltagen von Menschen, produzieren wir herkömmlicher Weise – sofern überhaupt – vor allem als (Ideologie-)Kritik. Oder vereinfacht gesagt: Wir haben bislang vorzugsweise eine Haltung zu dem, was Menschen diesseits oder jenseits gutinformierter Bürgerlichkeit interessiert, die uns völlig absurd erschiene, hätten Natur- und Ingenieurwissenschaftler eine solche zu *ihren* Gegenständen.

Man stelle sich beispielsweise einen Physiker vor, der physikalische Objekte in Zweifel ziehen würde, statt sich Gedanken dazu zu machen, was man unter welchen Umständen wie mit ihnen anfangen kann. Und dass der Gegenstand der Soziologie eben *keine* (wie auch immer) gegebenen Objekte sind, sondern *Konstrukte* von Menschen, impliziert meines Erachtens durchaus *nicht*, dass unsere Aufgabe darin bestünde, den Menschen den *Spaß* an ihren Konstrukten zu verderben oder – noch unsäglicher – sie darüber zu belehren, worin »wahrer«, »guter«, »richtiger«, »nachhaltiger« Spaß bestehe bzw. bestehen solle. Zum Beispiel zu meinen, es bedürfe etwelcher

Maßnahmen, damit Menschen selbstbestimmt bzw. selbstverantwortlich handeln (lernen), setzt ja zumindest schon voraus, man selber wisse (womöglich auch noch besser als die Menschen selber), wo und wann und wie sie diese Selbstverantwortung abgeben bzw. wo und wann und wie sie ihnen von wem abgenommen worden ist. Aus welcher – wodurch und wohin – »entrückten« Perspektive heraus aber soll man das wissen (können)?

Die Befassung mit dem Populären, mit dem, was die Menschen (miteinander) tun, zu popularisieren, bedeutet, die Menschen entweder damit zu langweilen, ihnen zu sagen, was sie ohnehin zu wissen meinen, oder ihnen damit auf die Nerven zu gehen, dass man meint, besser als sie selber zu wissen, was sie tun. Kurz: Soziologie verträgt wirklich nicht viel Popularisierung. Das muss sie aber auch nicht.