

»Wir brauchen neue Stimmen, exzellente Stimmen«

Vision, Entscheidung und Revision
in soziologischen Texten¹

David Stark

Einleitung

Wir Sozialwissenschaftler:innen forschen; wir lehren und betreuen jüngere Wissenschaftler:innen; und wir diskutieren Theorien und Ergebnisse auf Workshops und Konferenzen. Über die Durchführung von Forschungsarbeiten wissen wir eine ganze Menge. Professor:innen erläutern in Seminaren für Hochschulabsolvent:innen und bei der Verteidigung von Dissertationen ausführlich die Herausforderungen, die mit der Anpassung von Forschungsmethoden an Forschungsprobleme verbunden sind; die Literatur über Datenerfassung, Theorie und Analyseinstrumente könnte ganze Bibliotheken füllen. Über die Kunst des Lehrens und Betreuens ist weniger geschrieben worden,² und noch weniger darüber, wie man seine Fähigkeiten bei der Präsentation seiner Arbeit vor einem akademischen oder öffentlichen Publikum verbessern kann.³

1 *Anm. der Redaktion:* Der vorliegende Text ist die leicht gekürzte und ins Deutsche übertragene Einführung in den Band *Practicing Sociology* (Stark 2024). Der Abdruck erfolgt mit freundlicher Genehmigung der Columbia University Press.

2 Als Ausnahme siehe Becker (o.J.).

3 Über das Präsentieren in der Öffentlichkeit, auch in Ausnahmefällen, siehe Stein und Daniels (2017). Zum Schreiben gibt es einige ausgezeichnete Leitfäden, darunter Becker (2008) und Eco (2015).

Es gibt noch andere Tätigkeiten, die zum Kernbereich des sozialwissenschaftlichen Berufs gehören, die aber fast völlig im Verborgenen bleiben. Sie werden nicht in Büchern oder Artikeln erwähnt, und unabhängig davon, wie wichtig sie für die Entwicklung eines erfolgreichen Sozialwissenschaftlers sind, werden sie selten, wenn überhaupt, im Rahmen der akademischen Ausbildung behandelt. Ich denke dabei an drei solcher Tätigkeiten. Ein guter Sozialwissenschaftler, eine gute Sozialwissenschaftlerin muss nicht nur forschen, lehren und seine beziehungsweise ihre Arbeit präsentieren, sondern auch (1) überzeugende Forschungsthemen finden, und zwar nicht nur einmal, sondern immer wieder, (2) eine Publikationsstrategie entwickeln und (3) lernen, wie man ein Manuskript verbessert, während man den Begutachtungsprozess durchläuft.

Das Wissen über solche Praktiken ist nicht tabu oder geheimnisvoll, sondern implizit. Es ist nicht explizit oder kodifiziert und wird als solches nicht gelehrt. Dieses Wissen wird – zuweilen mühsam – im Laufe einer wissenschaftlichen Karriere erworben.

Implizites Wissen ist jedoch nicht zwangsläufig von bewusster Reflexion ausgeschlossen. Es lässt sich zwar nicht kodifizieren oder auf Formeln, Schritte oder Rezepte reduzieren, doch kann es aus dem Schatten geholt, beleuchtet und entmystifiziert werden.

Praktizierende Soziolog:innen

Warum spreche ich von »praktizierenden Soziolog:innen«? Um dieses Konzept zu erläutern, ziehe ich die einleitenden Bemerkungen heran, die ich vor den neuen Doktorandenkohorten in den soziologischen Fakultäten der Columbia (wo ich zweimal einen Lehrstuhl innehatte) und der Cornell gemacht habe (wo ich während eines Großteils meiner Zeit als Leiter der Graduiertenstudien tätig war). Sobald sich am Morgen der Einführungsveranstaltung alle um den Tisch versammelt hatten, sagte ich: »Hallo, ich bin David Stark und möchte Sie im Fachbereich Soziologie willkommen heißen.« Als Nächstes würde ich eine Pause einlegen (natürlich für den dramatischen Effekt), und dann sagen: »Wenn Sie an der medizinischen Fakultät wären, würden Sie genau jetzt, zu Beginn Ihrer Ausbildung zum Arzt, alle aufstehen und den hippokratischen Eid ablegen.« Alle sehen mich und einander an und fragen: »Was soll das? Warum erzählt er uns das?« Und ich würde fortfahren:

»Im Medizinstudium ist das Ablegen des Hippokratischen Eids ein entscheidender Moment, in dem man begreift, dass sich etwas in seinem Leben verändert hat. In der Soziologie gibt es keinen hippokratischen Eid, aber ich möchte, dass Sie verstehen, dass Sie von diesem Moment an kein Student mehr sind. Sie sind praktizierende Soziologen.«

Mit der Geste des Basketballspielers, der Freiwürfe wirft, würde ich dann sagen: »Ich bin praktizierender Soziologe. Ich praktiziere jeden Tag Soziologie.« In den nächsten etwa fünfzehn Minuten würde ich verschiedene Möglichkeiten zeigen, wie der Begriff der praktizierenden Soziologie ihr zukünftiges Rollenverständnis verändern könnte. Während zum Beispiel Studierende passiv an die Kursarbeit herangehen, sind praktizierende Soziolog:innen aktiver (kritisch und wertschätzend) engagiert. Aktives Engagement beginnt und endet nicht damit, Kritik zu üben (das studentische Äquivalent zum Schreiben von Restaurantkritiken), sondern damit, jede Vorlesung, jedes Seminar, jede Gastrednerin als eine Begegnung mit einem potenziellen Werkzeug zu betrachten – sei es eine theoretische Einsicht, eine methodologische Innovation oder ein scharfsinniges Forschungsdesign –, das die eigene Praxis als Soziologe beeinflussen könnte.

Außerdem bedeutet die Betonung der »Praxis«, dass man sich immer verbessern kann. Sie müssen üben. Manchmal schießt man daneben, aber je mehr man übt, desto mehr Fähigkeiten erwirbt man. Es ist eine lebenslange Tätigkeit. Aus diesem Grund nennen mich meine Studierenden zwar »Professor Stark«, aber in Interaktionen wie den Doktorandenseminaren bin ich »David«. Obwohl wir nicht den gleichen Status haben, sind wir alle Mitglieder der gleichen Gemeinschaft von praktizierenden Soziolog:innen. Die gleiche Haltung gilt auch umgekehrt. Wie ich den Teilnehmer:innen zu Beginn des Semesters eines jeden Doktorandenseminars sage: »Ich bin hier, um zu lernen. Je mehr Sie mir beibringen und je mehr wir alle voneinander lernen können, desto besser wird dieser Kurs sein.«

Doppelte Sicht:

Begegnung mit einem neuen Forschungsthema

Erinnern Sie sich an Ratschläge, die Sie während Ihrer Schul- und Studienzeit erhalten haben. Wenn es Ihnen wie mir geht, hat wahrscheinlich mehr als eine Person in Ihrem Alter etwas gesagt wie: »Konzentrieren Sie sich!«

Vielleicht hat ein Freund oder ein Berater in jüngerer Zeit, ohne die Sportmetapher »den Ball im Auge behalten« zu verwenden, verschiedene Ausdrücke gebraucht, um Sie daran zu erinnern, dass Sie einen klaren, fokussierten Blick auf Ihrem Weg zu Ihrem Ziel haben sollten.

Der Yankee-Philosoph Yogi Berra äußerte sich zu diesem Thema mit seinem typischen Humor: »Wenn du nicht weißt, wohin du gehst, wirst du irgendwo anders landen.« Diese Binsenweisheit des Yogi bedeutet jedoch nicht, dass Konzentration das einzige Rezept ist, um Ziele zu erreichen. Tatsächlich wird Konzentration vielleicht sogar überbewertet. Natürlich sind Phasen intensiver Konzentration erforderlich, damit man nicht ziellos umherirrt. Aber eine unablässige Konzentration auf einen bestimmten Kurs könnte ebenso schädlich sein. Da wir biologische Organismen sind, ist unser *peripheres* Sehen besonders empfindlich für die Wahrnehmung von Bewegungen. Ohne das periphere Sehen wären unsere Vorfahren in der Savanne von großen Raubtieren verschlungen worden; und gerade, wenn man *nicht* fokussiert, kann man sich in der U-Bahn-Station 42nd Street/Times Square schnell durch die Menschenmenge bewegen.

Aus diesem Grund war eine Passage aus Dantes *Purgatorio*: »Du sollst aber nicht nur auf *eine* Stelle achten«⁴ eines der Leitmotive meines Buches *The Sense of Dissonance* (Stark 2009). Der Untersuchungsgegenstand dieses Buches war die Organisationsebene. In diesem Zusammenhang könnte Dantes Aufforderung als Warnung an Entscheidungsträger in Organisationen vor den Gefahren des Festhaltens an früheren Erfolgen verstanden werden. Um in einem sich schnell verändernden Umfeld zu gedeihen, ja sogar zu überleben, bedarf es so etwas wie organisatorischen peripheren Sehens.⁵ Die Ergebnisse meiner drei ethnografischen Fallstudien legen die positiven Auswirkungen einer organisatorischen Doppelvision nahe: Auf die Frage »Was ist wertvoll?« wird geantwortet, indem mehrere Bewertungsrahmen im Spiel bleiben.

Wenn ich diese Erkenntnis auf unsere erste praktische Herausforderung anwende – die Begegnung mit einem neuen Forschungsproblem –, so ersetze ich die Maxime »Konzentriere dich« durch »Sei aufmerksam«. Um diese Herangehensweisen zu begründen, beginnen wir mit einer Passage aus »An Excess of Fact«, einem Essay von Lee Friedlander, einem der größten amerikanischen

4 *Anm. d. Red.*: »Non tener pur ad un loco la mente«, so Vergil zu Dante in *Purgatorio*, Canto X, 46, deutsche Übersetzung von Hartmut Köhler.

5 Zur Bedeutung der peripheren Sichtweise von Organisationen siehe die netzwerkanalytische Studie von Prato und Stark (2022) zum beobachtenden Lernen.

Fotografen. Friedlander erinnert sich an ein Erlebnis in seiner Jugend, bei dem er »von den Geheimnissen der Fotografie gebissen« wurde und »ihre praktischen Möglichkeiten kennenlernte«, schreibt er:

»The camera was a kind of net and what it caught had something to do with what was true, or truth in an excess of fact. The net is indiscriminate unless you point it and then are lucky. I might get what I hoped for and then some – lots of then some – more than I might have remembered was there. I only wanted Uncle Vern standing by his new car (a Hudson) on a clear day. I got him and the car. I also got a bit of Aunt Mary's laundry and Beau Jack, the dog, peeing on the fence, and a row of potted tuberous begonias on the porch and seventy-eight trees and a million pebbles in the driveway and more. It's a generous medium, photography« (Friedlander 1996: 103).

Für manche mag Lee Friedlander eine seltsame Wahl sein, wenn es um die Frage nach dem absoluten Wert der Fokussierung geht: Auf einem typischen Friedlander-Foto *ist alles scharf gestellt*. Auf einem Friedlander-Foto ist viel los, aber nicht, weil es hektisch oder verworren ist. Stattdessen lenkt Friedlander unsere Aufmerksamkeit durch Reflexion, Schatten und eine kühne Komposition. Schauen Sie. Sehen Sie hier? Schauen Sie noch einmal; etwas anderes, und noch einmal etwas anderes. Seien Sie aufmerksam. Fenster sind ein wiederkehrendes Element. Friedlander sieht Amerika durch die Windschutzscheibe eines Autos (2010). Autoscheiben bieten einen Rahmen, und dann bemerken wir den Seitenspiegel, einen Rahmen innerhalb eines Rahmens, und innerhalb dieses Rahmens eine völlig andere Perspektive auf die Umgebung. Schaufenster können Spiegel sein, die das reflektieren, was sich hinter der Kamera befindet. Aber dasselbe spiegelnde Fenster kann auch teilweise durchschaut werden – dort, wo sich ein Schatten befindet, manchmal ein Schatten, der vom Fotografen geworfen wird. Für Friedlander offenbart der Schatten. Indem er ihn als etwas verwendet, durch das man *hindurchsehen* kann, ist es fast so, als würde der Schatten einen Teil der Szene beleuchten, der sonst verborgen wäre.

Ich schlage daher vor, die Passage aus Friedlanders Essay noch einmal zu lesen und diesmal »Kamera« und »Fotografie« durch »soziologische Forschung« zu ersetzen. Soziologische Forschung ist ein großzügiges Medium, das ein Netz auswirft, das mehr einfängt, als wir auf den ersten Blick sehen. Wenn Sie Glück haben und gut aufpassen, wird Ihr nächstes Forschungsprojekt eines sein, das im Schatten des einen oder anderen Ihrer früheren Projekte stand. Es könnte sich um ein kleines Ergebnis handeln, das Ihnen damals seltsam erschien, oder um eine Forschungsrichtung, die Sie in Be-

tracht gezogen, aber beiseitegelegt haben, oder um eine Öffnung in ein benachbartes (oder sogar entferntes) Gebiet, dem Sie nun Ihre Aufmerksamkeit widmen.

Während Sie auf Materialien und Einsichten achten, die sich im Schatten Ihrer früheren Projekte befinden, sollten Sie nicht die Spiegel vergessen, die Ihnen zeigen, was sich direkt hinter Ihnen befindet, sozusagen über Ihrer Schulter. Die Autos, aus denen Friedlander den Blick auf Amerika lenkte, waren zu dem Zeitpunkt, als er aus ihnen heraus fotografierte, nicht in Bewegung. Wie bei den ebenfalls unbewegten Schaufenstern reflektierten die Seiten- und Rückspiegel der Autos nicht etwas aus der Vergangenheit, sondern etwas, das einfach *hinter* dem Fotografen lag. Doch in dem bemerkenswerten visuellen Vokabular, mit dem Friedlanders Stil einen so großen und dauerhaften Einfluss auf die amerikanische Fotografie hatte, befanden sich diese reflektierten Bilder buchstäblich direkt *vor* dem Fotografen

Im Nachhinein erkannte ich diesen Prozess, als ich kurz vor der Fertigstellung eines Buches über die politischen und wirtschaftlichen Umwälzungen (manche sagten »Revolutionen«) in Osteuropa nach dem Fall der Berliner Mauer und dem Zusammenbruch der Sowjetunion stand. Ich war noch nicht auf der Suche nach einem neuen Thema. Hätte ich nicht aufgepasst, hätte ich vielleicht an meine früheren Erfolge angeknüpft und mich pfadabhängig weiter mit Osteuropa, der Eigentumsumwandlung oder der Demokratisierung befasst. Ich habe mit keinem dieser Themen ganz aufgehört, aber ich bin auf ein neues Forschungsproblem gestoßen – die so genannte digitale Revolution, die sich direkt vor meinen Augen abspielte, ob im Silicon Valley oder in der Silicon Alley.⁶ Meine Forschungen in Osteuropa hatten mich in gewisser Weise auf die Untersuchung des digitalen Wandels in den Vereinigten Staaten vorbereitet. Zum einen war ich einigermaßen immunisiert gegen den Hype, der die digitale Revolution umgab. Darüber hinaus verfügte ich über einige konzeptionelle Werkzeuge – zum Beispiel Vorstellungen über die »Heterarchie« des Wertes oder die »Netzwerkeigenschaften des Eigentums« –, die mir den Einstieg in das neue Feld erleichterten.⁷ Aber es konnte nicht nur darum gehen, ein neues Umfeld durch genau dieselben Linsen zu betrachten: Dieser Ausgangspunkt bot mir einige Vorteile, konnte aber auch meine Sicht vernebeln, wenn ich mir seiner Grenzen nicht bewusst war.

6 *Anm. der Red.*: Der Begriff Silicon Alley entwickelte sich in den 1990er Jahren als Bezeichnung für das Gebiet um den Flatiron District im Süden Manhattans, in dem sich zahlreiche High-Tech-Unternehmen ansiedelten.

7 Zur Heterarchie siehe Stark (1999; 2001), zum rekombinanten Eigentum Stark (1996).

Konzepte und Methoden, wie alle Bildschirme, auf die wir unsere Darstellungen projizieren, verbergen gleichzeitig, dass sie offenbaren (Girard, Stark 2007). Streng genommen kann man seinem blinden Fleck keine Aufmerksamkeit schenken, aber man sollte darauf achten, auf welche Weise er die eigene Sicht ermöglicht *und* einschränkt.⁸

Was die periphere Sicht betrifft, so finde ich es hilfreich, Arbeiten zu lesen, die nicht zum Kernbereich des Forschungsgebiets gehören. Natürlich muss man mit den aktuellen Debatten vertraut sein. Aber dieser überfüllte, geweihte Kern überschattet andere hervorragende Arbeiten an der Peripherie des Feldes. Auch hier kann es sich auszahlen, aufmerksam zu sein. Lesen Sie Arbeiten (und gehen Sie zu Vorträgen) von Forschern, die andere Dinge lesen (und somit davon beeinflusst werden) als Sie. Auf diese Weise können Sie von Arbeiten beeinflusst werden, mit denen Sie selbst nie direkt in Berührung gekommen sind.

In meinem eigenen Fall besteht die beste Möglichkeit zur Förderung der peripheren oder doppelten Sicht darin, an mehr als einem Projekt gleichzeitig zu arbeiten. Wie in vielen Beiträgen zu meinem Band *Practicing Sociology* (2024) beschrieben, kann das nächste Projekt durch Zufall entstehen. Meiner Erfahrung nach spielt es keine Rolle, wie das zweite Projekt (parallel, zur gleichen Zeit) zustande kommt. Wichtig ist nur, dass es sich ausreichend von dem anderen unterscheidet. Ein kürzlich von mir veröffentlichtes Papier ist in dieser Hinsicht beispielhaft. Während ich mit zwei Koautoren an einer experimentellen Studie darüber arbeitete, wie sich ethnische Vielfalt auf die Leistung auswirkt (Levine, Reypens, Stark 2021), arbeitete ich gleichzeitig mit einem anderen Koautor an einer netzwerkanalytischen Arbeit über Aufmerksamkeitsmuster (Prato, Stark 2022). Ohne diese Arbeit wäre ich wohl kaum auf das Kernkonzept gekommen, das im Titel der experimentellen Arbeit angedeutet wurde: »Racial Attention Deficit«.

Dieses Papier zeigt auch einen Prozess, den ich als *Bereitschaft* bezeichne, *sich von seinen Obsessionen überraschen zu lassen*. Auf den ersten Blick scheint dies im Widerspruch zu meiner Argumentation zu stehen, dass man sich der Gefahr bewusst sein muss, von seinen früheren Erfolgen gefangen genommen zu werden und dann in deren Bann zu geraten. Schauen wir genauer hin. Im vorliegenden Fall ging es um das Thema Ethnie, ein Gebiet, auf dem ich

8 In Bezug auf die Anatomie der menschlichen Wahrnehmung ist der blinde Fleck (wo der Sehnerv auf die Netzhaut trifft) das, was das Sehen ermöglicht. Aber an diesem Punkt selbst ist man blind. Für Erkenntnisse, die auf dieser Beobachtung aufbauen, siehe insbesondere von Foerster (1984) und Esposito (2013).

kein etablierter Forscher war. Das Gefühl der Neuheit wurde durch die Tatsache verstärkt, dass ich mich noch nicht mit experimentellen Techniken auskannte. Die Neuartigkeit der Methoden, aber noch mehr die Neuartigkeit meines Engagements auf einem neuen Gebiet, war Teil des Reizes, multipliziert mit dem Wissen, dass das Problem wichtig war, und einer realistischen Erwartung, dass die Forschung wahrscheinlich Folgen haben würde. Und so war ich sehr überrascht, als ich eines Tages plötzlich feststellte, dass ich mich in dieser Ethnie-Forschung erneut mit einem grundlegenden Problem auseinandersetzte, das mein theoretisches Interesse und meine empirische Forschung bereits seit Mitte der 80er Jahre geweckt hatte – dem Problem des Wertes. Damals, 1986, hatte ich darüber geschrieben, wie die Werkzeugmacher:innen in der ungarischen Fabrik, die ich untersuchte, die Gelegenheit nutzten, eine unternehmerische Gemeinschaft zu bilden, um sich Anerkennung zu verschaffen. Ja, in der experimentellen Forschung (wie auch in der netzwerkanalytischen Forschung mit Matteo Prato) ging es darum, wer wem Aufmerksamkeit schenkte. Aber in einem tieferen Sinn erkannte ich, dass es um Anerkennung ging.

Die Situation ist hinlänglich bekannt – man wird von etwas überrascht, und im nächsten Moment erscheint es einem völlig klar. In der Tat, es war eine Überraschung. Ich hatte mir nicht vorgenommen, ein Forschungsdesign zu entwickeln, um das Problem des Wertes im Kontext der Ethnie zu untersuchen. Als Sheen Levine und ich mit der Arbeit an dem Projekt begannen, hatten wir eine Studie abgeschlossen, die zeigte, dass ethnische Vielfalt durch Störung der Konformität zur Fehlererkennung beiträgt. Das neue Projekt mit einer Postdoktorandin namens Charlotte Reypens sollte sich mit Ethnie und Lernen durch Beobachtung befassen. In der Anfangsphase des Forschungsdesigns und sogar während der ersten Pilotstudien ging es in unseren Gesprächen nicht um Konzepte von Wert und Anerkennung.

Es war nicht das erste Mal, dass ich überrascht feststellte, dass das Problem des Wertes (oder ein ähnlich grundlegendes theoretisches Problem) im Verborgenen existierte. War ich auf ein altes Problem zurückgekommen? Ja, wie in einer musikalischen Komposition kehrte das Thema wieder, kehrte es zurück. Aber mit dieser neuen Wendung war es nicht einfach eine Wiederholung. Aufmerksam zu sein bedeutet, offen zu sein für die Welt und ihre neuen Probleme und Herausforderungen. Aufmerksamkeit bedeutet auch, dass man bereit ist, seine Obsessionen zu akzeptieren, wenn sie einen überraschen.

Entscheidung: Finden Sie Ihr Publikum

Shamus Khan stellt in seinem Beitrag zu meinem Band fest, dass man, um etwas veröffentlichen zu können, zuerst etwas geschrieben haben muss, das veröffentlicht werden kann: »Before you can strategize on how to publish you have to actually have words on a page« (Khan 2024: 151); seine Auffassung von Veröffentlichungsstrategie bezieht sich also auf seine Schreibstrategie. Ich werde einen ähnlichen Gedankengang aufgreifen: Um eine Publikationsstrategie zu haben, muss man zunächst sein Publikum kennen. Für das Schreiben in der Anfangsphase einer akademischen Laufbahn interpretiere ich diesen Ausdruck wörtlich: Statt einer allgemeinen *Vorstellung* über das Publikum ist es hilfreich, für Menschen zu schreiben, die man tatsächlich kennt oder zumindest besonders im Auge hat.

Beginnen wir mit der Dissertation. Natürlich werden Sie für Ihren Betreuer oder ihre Betreuerin schreiben. Das ist bereits ein Teil des Problems. Wenn Sie nur für eine andere Person schreiben, wird das definitiv nicht ausreichen, egal wie klug, umsichtig und freundlich diese Person ist. Die Erweiterung des Kreises auf die drei oder vier anderen Mitglieder Ihres Dissertationsausschusses ist ein Schritt nach vorn, aber nicht weit genug. Ihre Freunde, Ihre engen Kumpel in Ihrem Graduiertenprogramm sind gut, denn sie bringen Sie dazu, über das Schreiben für Gleichgesinnte nachzudenken. Ich schreibe am besten, wenn ich für meine Fachkolleg:innen schreibe. Das ist auch gut so, denn Wissenschaft ist in hohem Maße peer-to-peer. Daraus folgt, dass Sie als Zielgruppe für Ihre Dissertation und Ihre erste veröffentlichungsfähige Arbeit *andere Doktoranden ansprechen* sollten.

Bevor ich auf einige Gründe für diese Zielsetzung eingehe, ein Wort zu meiner eigenen Erfahrung. Ich dachte nicht an eine Abstraktion, die als »andere Doktoranden der Soziologie« bekannt ist, und das sollten Sie auch nicht. Nein, ich meine wirklich bestimmte Menschen. Im Falle meiner ersten akademischen Veröffentlichung (Stark 1980) und dann meiner Dissertation standen Michael Burawoy, Magali Sarfatti-Larson und Erik Olin Wright im Mittelpunkt meines Publikums. »Ja, schon klar«, sagen Sie, »zwei der drei wurden Präsidenten der American Sociological Association!« Das stimmt, aber das ist nicht der Punkt. Zu der Zeit, als ich schrieb, waren sie nur ein paar Jahre älter als ich. Wenn ich mich recht erinnere, schrieb jeder von ihnen gerade seine Doktorarbeit, als ich sie kennenlernte.

Erik, Michael und Magali waren keine Studenten, mit denen ich in meinem Fachbereich herumhing. Später wurden wir Freunde, aber zu der Zeit

waren wir freundschaftliche Bekannte. Ich hatte ihre Arbeiten gelesen, ich hatte sie bei verschiedenen Gelegenheiten sprechen hören, und wir hatten alle an einer wunderbaren Konferenz über Arbeitsprozessentheorie teilgenommen, bei der ich einer der Vortragenden war. Sich treffen, kommunizieren, interagieren – das ist der Schlüssel. Ihr Zielpublikum besteht aus anderen Forschern auf Ihrem Gebiet. Sie müssen rausgehen und sie treffen. Gehen Sie zu Workshops und Konferenzen (nicht unbedingt zu den größten), stellen Sie sich vor und bieten Sie an, ihre Arbeiten zu lesen und zu kommentieren. Als Teil einer Gemeinschaft von Forscher:innen werden Sie für ein Publikum schreiben, das sich für Ihre Arbeit interessiert. Ihre Betreuer:innen wollen, dass Sie Ihre Arbeit zu Ende bringen; aber von den Kolleg:innen in Ihrer breiteren Gemeinschaft bekommen Sie noch etwas mehr. Von dieser Gemeinschaft erhalten Sie Kritik und Ermutigung, aber noch wichtiger ist, dass Sie ein Gefühl der Dringlichkeit, ja sogar eine Art Druck verspüren: »Bring diese Arbeit heraus, sie ist ein wichtiger Teil unserer Arbeit, wir brauchen sie, mach schon.«

Wenn sich Ihre Ideen weiterentwickeln, werden Sie für ein breiteres, anonymes Publikum schreiben. Die Frage ist, wie Sie Ihre Ideen entwickeln, damit Sie etwas anbieten können, das es wert ist. In meinem Fall war es hilfreich, bestimmte Wissenschaftler:innen im Blick zu haben. Setzen Sie sich hohe Ziele. Denken Sie an die Menschen, die einen Einfluss auf das Fachgebiet haben oder haben werden, an diejenigen, deren Ideen Sie interessieren. Wenn Sie sich mit ihnen treffen können, tun Sie das. Wenn nicht, gehen Sie trotzdem auf sie zu. Schreiben Sie an Wissenschaftler:innen, die Sie bewundern.

Mit Beiträgen in sozialen Medien erreichen Sie vielleicht ein Publikum, aber es ist kein Ersatz für den Aufbau einer Beziehung zu bestimmten Personen. Sie können das Niveau Ihrer Arbeit erhöhen, indem Sie an Menschen mit sehr hohen Ansprüchen denken und für sie schreiben. Als junger Forscher schrieb ich für Claus Offe, einen der herausragendsten Soziologen Europas. Ich hatte ihn mehrere Male gehört, als ich noch Stipendiat am Center for European Studies in Harvard war. Erst später lernte ich ihn kennen. Schon vorher hatte ich Claus meine Arbeiten geschickt, häufig als Manuskript. Ich machte mir keine großen Gedanken über die Zahl der Menschen, die ich erreichte. Wichtiger war mir die Qualität der Menschen, die meine Forschung kannten und schätzten. Ich hatte das große Glück, dass auch Pierre Bourdieu und János Kornai mir auf diese Weise halfen.

Im Laufe der Zeit wurden die Zielgruppen, die ich für ein bestimmtes Werk im Auge hatte, weniger konkret. Ich sage »Zielgruppen« im Plural, weil es eine lange Zeit gab, in der viele der von mir veröffentlichten Werke für zwei oder mehr Forschungsgemeinschaften bestimmt waren, etwas, dessen ich mir bis zu diesem Schreiben nicht ausdrücklich bewusst war. Dazu gehören ein Buch, das sich an Wirtschaftssoziologen richtet *und* an politische Soziologen (Stark, Bruszt 1998); eine soziale Sequenzanalyse von Netzwerkpositionen, die sich an historische Soziolog:innen *und* an Netzwerkanalytiker:innen richtet (Stark, Vedres 2006); mehrere Studien, die für die Wirtschaftssoziologie geschrieben wurden *und* für Science-and-Technology-Studies (Beunza, Stark 2004; 2012); und ein Beitrag zur kulturellen Netzwerkanalyse, der sich an Netzwerkanalytiker:innen *und* Kulturosoziolog:innen wendet (De Vaan, Stark, Vedres 2015).

Es gab noch andere, merkwürdigere Zielgruppen. Als ich in den 1990er Jahren über die wirtschaftlichen und politischen Umwälzungen in Osteuropa schrieb (Stark 1996; Stark, Bruszt 1998), hatte ich natürlich zeitgenössische Leser:innen im Sinn. Aber, was noch wichtiger ist, das eigentliche Publikum, für das ich schrieb, war eines, von dem ich hoffte, dass es meine Arbeit in fünfundzwanzig oder mehr Jahren lesen würde. Warum? Damals herrschte die Meinung vor, dass sich die Länder des ehemaligen Sowjetblocks in einer Übergangsphase befanden, deren Ergebnis bereits im Voraus bekannt war: Sie würden sich zu liberalen, demokratischen Gesellschaften mit freien Wahlen und freien Märkten entwickeln. Die einzige Frage war, welches Land das gelbe Trikot trug und das Rennen ins gelobte Land anführte. Für diejenigen, die die Welt durch die verzerrende Linse der Kristallkugel der Transitologen betrachteten, war die Gegenwart nicht interessant. Für mich war es diese chaotische Gegenwart, die so faszinierend war. Ich schlug vor, sie so gut wie möglich ohne die Optik einer imaginären Zukunft zu analysieren, in der Hoffnung, dass irgendein:e Leser:in in der Zukunft daran interessiert sein würde, zu erfahren, was in den etwa fünf Jahren vor und nach 1989 geschah.

Das vielleicht eigenartigste und sicherlich einzigartige Publikum war das eines Leitartikels, den mein Koautor und ich im Dezember 2015 in der *New York Times* veröffentlichten. (Levine, Stark 2015). Etwa ein Jahr zuvor hatten Sheen Levine und ich einen Artikel publiziert, in dem wir mit experimentellen Methoden die Auswirkungen ethnischer Vielfalt auf Marktergebnisse untersucht hatten (Levine et al. 2014). Wir hatten festgestellt, dass Märkte mit Händler:innen vielfältigen ethnischen Hintergrunds besser abschnitten

als Märkte mit ethnisch homogenen Händler:innen. Die Botschaft des Papiers: Ethnische Vielfalt verhindert Preisblasen und führt zu weniger Fehlbewertungen, weil sie die Konformität stört. Das Papier fand in der Presse große Beachtung, insbesondere auf den Wirtschaftsseiten einiger großer Zeitungen. Die Gelegenheit, einen Leitartikel zu verfassen, ergab sich, als wir von einem wichtigen Rechtsstreit über positive Diskriminierung erfuhren, der vor dem Obersten Gerichtshof der Vereinigten Staaten verhandelt wurde. Abigail Fisher, eine weiße Studentin, hatte die Universität von Texas mit der Begründung verklagt, dass ihr die Zulassung zur juristischen Fakultät aufgrund von Rassendiskriminierung verweigert worden war. Ihre Anwälte, so erfuhren wir, argumentierten, dass es keine wissenschaftlichen Beweise für die Behauptung gebe, dass ethnische Vielfalt zu einem besseren Lernumfeld beitrage. Unsere experimentelle Studie fand zwar nicht in einem Bildungskontext statt, aber Märkte sind eine Art Lernumgebung, und die Fehlerermittlung, die wir in den verschiedenen Konstellationen dokumentierten, war eine Form des Lernens. Auf der Grundlage der Ergebnisse dieser Studie boten wir der *New York Times* 1.000 Wörter an.

Die Redaktion der *Times* bekundete ihr Interesse an dem Artikel, vorausgesetzt, dass er am Morgen des Tages der mündlichen Anhörung zu diesem Fall vor dem Obersten Gerichtshof veröffentlicht werden könnte. So hatten wir etwa sechsunddreißig Stunden Zeit, um den Artikel zu überarbeiten, wobei wir auf die sehr anspruchsvollen Bedingungen der *Times*-Faktenprüfer eingingen und eng mit einem Mitglied der Redaktion zusammenarbeiteten. Bei diesem Hin und Her konnten wir zwischen den Zeilen lesen und daraus schließen, dass die Redaktion der *New York Times* ein sehr klares und präzises Zielpublikum im Auge hatte: Richter Anthony Kennedy, die entscheidende Stimme am Gerichtshof. Mit dieser Erkenntnis waren wir besser in der Lage, subtile Hinweise zu interpretieren, die uns zum Beispiel auf mehrere bedeutende frühere Fälle verwiesen, darunter eine wichtige Stellungnahme von Richterin Sandra Day O'Connor. Wir machen uns keine Illusionen darüber, dass unser Beitrag etwas bewirkt hat. Aber es war interessant zu erfahren, dass die Zielperson für diese Stellungnahme der Richter war, der später die Mehrheitsmeinung in der Rechtssache *Fisher vs. University of Texas* verfassen sollte. Der Gerichtshof bestätigte die Entscheidung der unteren Instanz (das heißt, er entschied gegen Fisher). Unabhängig davon, ob es sich um Personen handelt, die Sie persönlich kennen, oder um Personen, denen Sie nie begegnen werden, ist die Kenntnis der Zielgruppe der erste Schritt in einer Veröffentlichungsstrategie.

Überarbeitung: Ihren Ideen eine Stimme geben

Die Überarbeitung kann schon mit den ersten Zeilen beginnen, die auf das Blatt gesetzt werden. Wenn man seine Gedanken schriftlich festhält und dabei weiß, dass sie überarbeitet werden, kann das ein Segen oder eine Last sein (oder beides). Einerseits kann es befreiend sein, unbesorgt mit dem Schreiben zu beginnen. Nicht leichtsinnig, sondern *sorglos*. Andererseits kann es lähmend sein, wenn man weiß, dass eine Überarbeitung immer möglich ist, und dann zu früh damit beginnt. Die Textverarbeitung bietet beide Seiten dieser Möglichkeiten. Aus diesem Grund entscheidet sich mein Sohn, ein sehr begabter Schriftsteller, manchmal für eine manuelle Schreibmaschine, wenn er einen ersten Entwurf schreibt. Er hat festgestellt, dass die Backspace-Taste der elektronischen Tastatur, mit der man leicht ein Wort löschen oder einen Rechtschreibfehler berichtigen kann, einen unterbewussten Hang zur Korrektur erzeugt. Die manuelle Tastatur ermutigt zu einem freieren Stil. Wer kümmert sich schon um Tippfehler, wenn man sich nicht einmal darum kümmert, dass alles in vollständigen Sätzen kommt? Einfach drauflosschreiben, den Zeilenvorschub drücken und einen weiteren Satz auf die Seite bringen.

Wenn ich etwas Material für die Bearbeitung habe, werden in der bewussteren Phase des Schreibens/Überarbeitens aus Phrasen Sätze. Für mich müssen diese immer als Absätze gruppiert werden. Bei einer wissenschaftlichen Arbeit ist der Absatz die Grundeinheit des Schreibens. Absätze bestehen natürlich aus Sätzen. Und der erste und der letzte Satz eines Absatzes sind privilegiert. Aber es sind die Absätze, mit denen man argumentiert. Aus diesem Grund würde ich nie mit doppeltem Zeilenabstand schreiben. Ich bevorzuge den einfachen Abstand mit einem harten Zeilenumbruch am Ende eines Absatzes, damit jeder Gedanke deutlich hervortritt.

Aber die Vorlieben und die Art des Schreibens sind unterschiedlich. Es geht darum, das zu finden, was für einen selbst funktioniert. Manchmal wünsche ich mir, ich könnte schlechtere erste Entwürfe schreiben. Im Prinzip sehe ich die Tugend von Samuel Becketts Edikt: »Scheitere. Scheitere wieder. Scheitere besser.«⁹ In der Praxis, zumindest wenn es um die Mechanik des Schreibens geht, bin ich eher im Modus des ständigen Überarbeitens während des Schreibens. Das Wichtigste ist, dass ich mich jetzt mit dem Problem abgefunden habe, dass meine ersten Entwürfe in gewisser Weise zu gut sind, denn ich

9 Anm. d. Red.: »Ever tried. Ever failed. No matter. Try again. Fail again. Fail better.« (Beckett 1983: 7)

weiß, dass sie nicht perfekt sind – und vielleicht nie perfekt sein werden. »Wenn die Welt perfekt wäre«, sagte Yogi Berra, »wäre sie es nicht«.

Irgendwann während des Schreibens fange ich an, über den Titel nachzudenken. Die Bedeutung eines guten Titels kann gar nicht hoch genug eingeschätzt werden – nicht nur, weil er dem Leser hilft, sondern auch, weil der Prozess des Nachdenkens über den Titel *dem Schreiben hilft*. In nicht unerheblicher Weise kann der Prozess des Überarbeitens durch die Linse der Suche nach dem richtigen Titel gesehen werden.

Der Zeitpunkt für das Auftauchen eines guten Titels kann sehr unterschiedlich sein. Nach meiner Erfahrung sind die meisten guten Titel erst entstanden, als das Projekt schon weit fortgeschritten war. Wenn ein typisches Projekt bei, sagen wir, Version 6.0 abgeschlossen wird, dann ist der endgültige Titel ungefähr bei Version 3.0 da. Das wäre bei einigen meiner Titel der Fall gewesen: »Recombinant Property in East European Capitalism« (1996), oder »Tools of the Trade: The Socio-Technology of Arbitrage in a Wall Street Trading Room« (mit Daniel Beunza 2004), oder das bereits erwähnte »Racial Attention Deficit« (2015). Manchmal zog sich die Suche nach dem passenden Titel schmerzhaft in die Länge – bis zu dem freudigen Moment, in dem es Klick machte, wie zum Beispiel bei »The Sense of Dissonance: Accounts of Worth in Economic Life« (2009). In einem Extremfall tauchte der Titel »Structural Folds: Generative Disruption in Overlapping Groups« (mit Balázs Vedres 2010) erst auf, als das Papier beim *AJS* in der Überarbeitungs- und Wiedervorlagephase war, ungefähr in Version 8.0, wenn nicht später. Seltener und im anderen Extremfall ergab sich der endgültige Titel bereits während der ersten Schreibsitzung, wie zum Beispiel bei »Put to the Test: For a New Sociology of Testing« (mit Noortje Marres 2020). Und in einem ganz besonderen Fall stand der Titel »Permanently Beta« zuerst fest, und dann beschlossen Gina Neff und ich (2004), die Arbeit zu schreiben.

Es ist viel weniger wichtig, *wann* der richtige Titel gefunden wird, als *wie* er zustande kommt. Oder, genauer gesagt, vom Standpunkt der Argumentation aus gesehen, ist es weniger wichtig, den richtigen Titel zu finden, als vielmehr das, *was sich aus dem Prozess der Suche danach ergibt*. Dies sollte im weiteren Kontext des Schreibens und Überarbeitens verstanden werden. Während es beim Schreiben darum geht, zu verstehen, wie ein bestimmter Satz oder Absatz oder Abschnitt zu dem passt, was vorher war und was nachher kommt, geht es bei der Überarbeitung um zwei ganz andere Aspekte.

Der erste (weniger auf den Titel bezogene) besteht darin, herauszufinden, was erweitert und was gekürzt (oder ganz gestrichen) werden muss. Ich betrachte dies als die Erfüllung des Kriteriums des *needs to know*. Bei den Nachrichtendiensten bezieht sich der Ausdruck »Kenntnisnahme erforderlich« auf die Frage, wer (welche Agenten oder Organisationen) von etwas und auf welcher Stufe der Freigabe und Spezifität Kenntnis haben muss. Fragen Sie bei der Überarbeitung analog dazu: Muss der Leser, die Leserin das wissen? Wenn man etwas nicht wissen muss, um das Argument zu verstehen und davon überzeugt zu sein, streichen Sie es. Fragen Sie parallel dazu, ob es noch etwas gibt, das der/die Leserin wissen muss. Wenn ja, dann muss es aufgenommen werden, und zwar möglicherweise ausführlich.

Der zweite Aspekt der Überarbeitung ist die Komprimierung. Um den richtigen Titel zu finden, muss man die Schlüsselbegriffe des Projekts erfassen. Am Anfang braucht man vielleicht viele Seiten, um das herauszufinden. Das ist eine Idee in Langform, aber das zugrunde liegende Konzept sollte komprimiert und zum Ausdruck werden (das heißt, am besten, wenn es ausdrücklich komprimiert wird). Hier ist die Zusammenfassung meines *AJS*-Beitrags von 1996 in einem Satz: Der Kapitalismus in Osteuropa wird nicht *auf* den Ruinen des Kommunismus aufgebaut, sondern *mit* den Ruinen des Kommunismus. Es gibt verschiedene Möglichkeiten, dieses Konzept auszudrücken und darauf hinzuweisen, dass der Eigentumswechsel kein Übergang, sondern eine transformative Rekombination ist. Es ist eine Sache, ein Konzept zu haben, eine andere, es kurz und bündig auszudrücken, und eine weitere, ihm einen Namen zu geben. Ein Konzept kann in einem Satz oder zumindest in einer Phrase ausgedrückt werden. Es zu benennen, lässt sich gut mit drei Worten oder weniger bewerkstelligen. Robert Merton war darin besonders begabt und bescherte uns zum Beispiel »unintendierte Folgen«, »Rollenkonflikt« und »self-fulfilling prophecy«.

Ich hatte das Glück, den Begriff »rekombinantes Eigentum« zu finden. Genauso wichtig wie die Namensgebung war jedoch der Prozess, bei dem ich immer wieder nach Möglichkeiten suchte, die wichtigsten Ideen zu komprimieren und auszudrücken. Das Erzeugen von Titeln ist dabei eine einfache Heuristik. Sie kann mit der Erstellung von Diagrammen und dem Ausprobieren verschiedener Metaphern einhergehen. Während der Überarbeitung erstelle ich oft Listen mit Titelm Kandidaten. Diejenigen, die als Gesamttitel nicht funktionieren, eignen sich manchmal hervorragend als Zwischenüberschriften. Scheitern. Nochmal scheitern. Besser scheitern.

Das Schreiben ist fertig; ich habe das Projekt als Reaktion auf die Kommentare von Freunden und Fachkolleg:innen überarbeitet; es wurde an eine Zeitschrift oder einen Verlag geschickt; und jetzt habe ich den »Wir-bedauern-dass-wir-die-Überarbeitung-und-Neueinreichung-nicht-akzeptieren-können.-Bitte-antworten-Sie-den-Gutachtern«-Brief des Herausgebers erhalten. Meine erste Reaktion auf die Kommentare der Rezensent:innen ist nicht ungewöhnlich, wie auch die Beiträge in *Practicing Sociology* zeigen (Stark 2024): »Wo findet diese Zeitschrift nur solche Idioten?« wäre die treffende Charakterisierung. Aber natürlich sind es nicht (alle) Idioten. Nach ein paar Tagen, in denen wir uns abregen können, wenden meine Mitautor:innen und ich häufig folgende Taktik an: Wir lesen die Kommentare der Gutachter laut vor. Ich lese mehrere vor, dann tut es jeder Mitautor, langsam, abwechselnd und mit Bedacht. Mit der eigenen Stimme oder der einer vertrauten Person gehört, können die Kommentare nun eine andere Wirkung haben. Von Punkt zu Punkt: »Das ist ein guter Aspekt; wir sollten ihn einbeziehen.« »Hier hat der Rezensent unser Argument nicht verstanden, aber das ist unser Problem, wir müssen es deutlicher formulieren.« »Okay, aber wir sind nicht einverstanden, wir müssen uns damit befassen.« Und so weiter.

Die so geäußerten Kommentare der Gutachter:innen helfen uns, Abstand zum Text zu gewinnen. Wir können nun seine Schwachstellen sehen – und nicht nur die, die von den Rezensenten genannt wurden. Wir können nun eine Strategie für die Überarbeitung entwerfen. Wir haben uns Notizen darüber gemacht, wie wir auf die Kommentare reagieren sollen, aber diese Kommentare verlieren an Bedeutung, wenn wir neue Analysen durchführen, die Einleitung überarbeiten und manchmal radikale Änderungen an der Struktur der Arbeit vornehmen. Jetzt freuen wir uns auf die Überarbeitung.

Nachdem wir mehr oder weniger zufrieden sind, dass wir eine Version haben, die uns wirklich gefällt, wenden wir uns wieder den Kommentaren der Gutachter:innen zu, um unsere konkrete Antwort vorzubereiten. Wir gehen die Liste der Kritikpunkte und Vorschläge durch und kreuzen an:

- Ja, das ist erledigt, und das hier auch, und das auch.
- Hmm. Hier stimmen wir nicht mit Gutachter A überein, aber in diesem oder einem ähnlichen Punkt mit Gutachterin B. Also kein Problem – wir sagen, wir stimmen Gutachterin B zu.
- Oh, das ist so eine gute Formulierung. Es gibt einen Satz in diesem mittleren Abschnitt, wo wir einige Anpassungen vornehmen können, um ihn einzubauen. Dank an Gutachter A.

- Ups, das haben wir vergessen, aber das können wir in einer Fußnote nachholen.
- In diesem Punkt stimmen wir nicht mit Gutachterin B überein. Wir müssen das sagen und sehr deutlich machen, warum wir nicht einverstanden sind.

Vor ein paar Jahren sagte mir ein enger Freund: »David, ich habe endlich gelernt, für die Gutachter zu schreiben.« Ich war traurig und sagte das auch. Mein Freund ist ein großartiger Schriftsteller mit einer wunderbaren Stimme. Wir schreiben nicht für Gutachter:innen, sagte ich ihm, wir schreiben für unser Publikum. Wenn Du Deine Arbeit wirklich für drei Gutachter:innen überarbeitest, kannst du davon ausgehen, dass die Arbeit ihr Zielpublikum finden wird – drei, und nur drei Leser:innen.

In den letzten Jahrzehnten hat sich der Begutachtungsprozess weiterentwickelt, so dass heute weitgehend akzeptiert wird, dass die Aufgabe der Gutachter:innen fast ausschließlich darin besteht, Fehler zu erkennen. Einige Gutachter:innen werden sich gegen diese Einschränkung wehren, aber damit die Seiten der Zeitschriften nicht mit Artikeln gefüllt werden, die zwar absolut fehlerfrei, aber völlig uninteressant sind, müssen die Herausgeber:innen und Redaktionsausschüsse unmissverständlich darauf hinweisen, dass die Fehlererkennung nur eine der Aufgaben des redaktionellen Prozesses ist. Da die Redakteure überfordert sind, liegt es in der Verantwortung der Autor:innen und des Publikums, sich der Beschäftigung mit der Fehlerentdeckung zu widersetzen. Lassen Sie nicht zu, dass der Begutachtungsprozess Ihre Stimme unterdrückt. Um gut zu sein, braucht die Soziologie mehr Stimmen. Wir brauchen neue Stimmen, exzellente Stimmen. Wenn die so genannten großen Zeitschriften den Leser:innen keine Artikel mit starken Autorenstimmen bieten, dann sollten die Leser:innen andere Zeitschriften finden, die dies tun. Nutzen Sie als Autor oder Autorin den Überarbeitungsprozess, um Ihr Publikum zu identifizieren und Ihre Ideen besser zum Ausdruck zu bringen. Wenn Sie sich klar ausdrücken, wird Ihre Stimme ihr Publikum finden.

Literatur

- Becker, Howard S. (o.J.): Performing Social Science. www.howardsbecker.com/books.html, letzter Aufruf am 12. August 2025.
- Becker, Howard S. 2007: Writing for social scientists. How to start and finish your thesis, book, or article. Chicago: University of Chicago Press.

- Beckett, Samuel 1983: *Worstward Ho*. New York: Grove Press.
- Beunza, Daniel / Stark, David 2004: Tools of the trade: the socio-technology of arbitrage in a Wall Street trading room. *Industrial and Corporate Change*, vol. 13, no. 2, 369–400. doi: 10.1093/icc/dth015.
- Beunza, Daniel / Stark, David 2012: From dissonance to resonance: cognitive interdependence in quantitative finance. *Economy and Society*, vol. 41, no. 3, 383–417. doi: 10.1080/03085147.2011.638155.
- De Vaan, Mathijs / Stark, David / Vedres, Balázs 2015: Game changer: the topology of creativity. *American Journal of Sociology*, vol. 120, no. 4, 1144–1194. doi: 10.1086/681213.
- Eco, Umberto 2015 [ital. Original 1977]: *How to write a thesis*. Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Espósito, Elena 2013: Economic Circularities and Second-Order Observation. The Reality of Ratings. *Sociologica*, vol. 7, no. 2, 1–10. doi: 10.2383/74851.
- Friedlander, Lee 1996: *The desert seen*. New York, NY: Distributed Art Publishers.
- Friedlander, Lee 2010: *America by car*. San Francisco, Calif.: Fraenkel Gallery.
- Girard, Monique / Stark, David 2007: Socio-technologies of Assembly: Sense-making and demonstration in rebuilding Lower Manhattan. In Viktor Mayer-Schönberger / David Lazer (eds.), *Governance and information technology. From electronic government to information government*. Cambridge, Mass.: MIT Press, 145–176.
- Khan, Shamus R. 2024: Habits, Canvases, and Conversations: How I Think about Publishing. In David Stark (ed.), *Practicing sociology. Tacit knowledge for the social scientific craft*. New York: Columbia University Press, 150–160.
- Levine, Sheen S. / Apfelbaum, Evan P. / Bernard, Mark / Bartelt, Valerie L. / Zajac, Edward J. / Stark, David 2014: Ethnic diversity deflates price bubbles. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, vol. 111, no. 52, 18524–18529. doi: 10.1073/pnas.1407301111.
- Levine, Sheen S. / Reypens, Charlotte / Stark, David 2021: Racial attention deficit. *Science advances*, vol. 7, no. 38, 1–9. doi: 10.1126/sciadv.abg9508.
- Levine, Sheen S. / Stark, David 2015: Diversity makes you brighter. *New York Times*, December 9. www.nytimes.com/2015/12/09/opinion/diversity-makes-you-brighter.html.
- Marres, Noortje / Stark, David 2020: Put to the test: For a new sociology of testing. *The British Journal of Sociology*, vol. 71, no. 3, 423–443. doi: 10.1111/1468-4446.12746.
- Neff, Gina / Stark, David 2004: Permanently Beta: Responsive Organization in the Internet Era. In Philip N. Howard / Steve Jones (eds.), *Society online. The internet in context*. Thousand Oaks, Calif.: Sage, 173–188.
- Prato, Matteo / Stark, David 2023: Observational Learning in Networks of Competition: How structures of attention among rivals can bring interpretive advantage. *Organization Studies*, vol. 44, no. 2, 253–276. doi: 10.1177/01708406221118672.

- Stark, David 1980: Class struggle and the transformation of the labor process. *Theory and Society*, vol. 9, no. 1, 89–130. doi: 10.1007/bf00158894.
- Stark, David 1996: Recombinant Property in East European Capitalism. *American Journal of Sociology*, vol. 101, no. 4, 993–1027. doi: 10.1086/230786.
- Stark, David 1999: Heterarchy: distributing intelligence and organizing diversity. In John H. Clippinger (ed.), *The biology of business. Decoding the natural laws of enterprise*. San Francisco: Jossey-Bass Publishers, 153–179.
- Stark, David 2001: Ambiguous Assets for Uncertain Environments: Heterarchy in Postsocialist Firms. In Paul DiMaggio (ed.), *The Twenty-First-Century Firm*: Princeton University Press, 69–104.
- Stark, David 2009: *The sense of dissonance. Accounts of worth in economic life*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Stark, David (ed.) 2024: *Practicing sociology. Tacit knowledge for the social scientific craft*. New York: Columbia University Press.
- Stark, David / Bruszt, László 1998: *Postsocialist pathways. Transforming politics and property in East Central Europe*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Stark, David / Vedres, Balázs 2006: Social Times of Network Spaces: Network Sequences and Foreign Investment in Hungary. *American Journal of Sociology*, vol. 111, no. 5, 1367–1411. doi: 10.1086/499507.
- Stein, Arlene / Daniels, Jessie 2017: *Going public. A guide for social scientists*. Chicago: University of Chicago Press.
- Vedres, Balázs / Stark, David 2010: Structural Folds: Generative Disruption in Overlapping Groups. *American Journal of Sociology*, vol. 115, no. 4, 1150–1190. doi: 10.1086/649497.
- von Foerster, Heinz 1984: *Observing systems*. 2nd edition. Seaside, Calif.: Intersystems Publishers.