

# Feuilleton von unten

## Warum die Soziologie mehr Podcasts braucht

von Leo Schwarz & Jan Wetzel

78

### Schlagwörter

Öffentliche Soziologie; Massenmedien; Radio; Podcasts; Feuilleton

Seit einem Jahr sind wir in unserem Podcast im Gespräch: *Hier ist Das Neue Berlin!*<sup>1</sup> Alle zwei Wochen diskutieren wir darin über das, was uns interessiert: Wie funktioniert Gesellschaft? Was heißt es heute, politisch zu sein? Welches Wissen ordnet unsere Welt? „Feuilleton von unten“ nennen wir das. Das heißt für uns nicht Kulturrundschau und Rezension – Feuilleton verstehen wir als ein öffentliches Nachdenken über Gesellschaft im weitesten Sinne.

Der Podcast ist für dieses Nachdenken eine faszinierende Form. Anders als im klassischen Rundfunk muss er keine Rücksicht

auf Format und Publikum nehmen. Damit ist Platz für das „ausufernde Gespräch“, wie es der Podcaster Tim Pritlove nennt, für „Zwischentöne und Denkpausen“, „ungekünstelte Stimmen und Stimmungen“ (Schulz 2013). Außerdem ist die technische Infrastruktur nach wie vor dezentral, selbst verwaltbar und von einer aktiven Community getragen.

Besucht man die Treffen dieser Community, gewinnt man einen Eindruck von der enormen Themenvielfalt des Mediums. Doch während von Tagespolitik über Gaming bis zum Käseessen über alle möglichen Themen gepodcastet wird, bleibt

<sup>1</sup> Abrufbar unter: <https://dasneue.berlin>.

die Wissenschaft von der Gesellschaft zurückhaltend. Und das, obwohl sie mit Bedeutungsverlust zu kämpfen hat und auf der Suche nach neuen Formen der Wissenschaftskommunikation ist. Warum ist das so? Und welche Chancen bleiben ungenutzt?

## Nachrichten von gestern

„Der kleine Mann von heute scheint nirgendwo einen festen Halt zu haben, nichts woran er sich klammern könnte, um seinem Leben Ziel und Inhalt zu geben. [...] Lähmende Angst erfüllt ihn, und dies umso mehr, als er die Ursachen dieser Angst nicht zu erkennen vermag.“ (Mills 1955: 19f.) Das Bild, das C. Wright Mills in seiner erstmals 1951 erschienenen Studie über die *Menschen im Büro* zeichnet, kommt uns merkwürdig vertraut vor: Eine unverbundene Gesellschaft ohne wirkliche politische Überzeugungen. Eine „Gesellschaft der Angst“ ohne Vergangenheit oder Zukunft, Apathie, „postpolitische“ Zustände.

Anders als heute werden allerdings nicht die sozialen Medien als die Schuldigen ausgemacht. Für Mills sind die damals noch neuen Massenmedien verantwortlich, namentlich „Radio, Kino, Fernsehen, Sonntagszeitungen und Fünfgroschenromane“. „Berufsmäßige Produzenten populärer Vorstellungsbilder“, so Mills (1955: 16), könnten die öffentliche Meinung

beeinflussen, „weil das Publikum ja all die Leute, über die es gern reden oder denen es gleichen möchte, meist nicht persönlich kennt und auch gar nicht kennen kann.“ Wir haben es hier mit einem Problem funktionaler Differenzierung zu tun. Mit einer Medienrealität, die abgelöst ist vom Alltag des Publikums. Und mit professionellen Meinungsmacher\_innen, die ihre Macht aus dieser Konstellation ziehen.

Heute sind es gerade jene Massenmedien, die sich gegenüber den sozialen Medien als die neutrale, versachlichende Kraft verstehen wollen und diese Erzählung mit aller Macht verteidigen. Es heißt, man brauche neutrale Gatekeeper, die richtiges von falschem Wissen unterscheiden. Diese Vorstellung ist aber zweischneidig: Zwar benötigt der demokratische Diskurs tatsächlich Fakten. Doch ihre soziale Herstellung setzt deshalb noch lange nicht die Fiktion eines empfangenden, stummen Publikums voraus. In diesem Sinne stellte sich Bertolt Brecht bereits Anfang der 1930er Jahre vor, dass „der Rundfunk [...] aus einem Distributionsapparat in einen Kommunikationsapparat zu verwandeln“ sei.

*Der Rundfunk wäre der denkbar großartigste Kommunikationsapparat des öffentlichen Lebens, ein ungeheures Kanalsystem, das heißt, er wäre es, wenn er es verstünde, nicht nur auszusenden, sondern auch zu empfangen, also den*

*Zuhörer nicht nur hören, sondern auch sprechen zu machen und ihn nicht zu isolieren, sondern ihn auch in Beziehung zu setzen. (Brecht 1932/1933: 134)*

”

**Internet gibt es nicht, Internet macht man!**

Es kam, wie wir wissen, anders. Die Alternativlosigkeit etablierter Massenmedien wurde in der BRD erst wieder in den 1960er Jahren mit Fanzines und Piratensendern in Frage gestellt. Es setzt eine doppelte Normalisierung „gegenkultureller“ sowie profitorientierter Medien ein, für die exemplarisch die Gründung der *taz* 1978 oder der Start des Privatfernsehens 1984 stehen.

## Alternativen

Das Internet ist heute Synonym für die weitere Ausdifferenzierung von Öffentlichkeit. Grundlegend hinterfragt wird in diesem Prozess die monopolartige Stellung von Fernsehen, Radio und Zeitung bei der Herstellung der öffentlichen Debatte, die auf einer bestimmten Kopplung von Inhalten, Distribution, Werbung und Publikum beruhte (vgl. Dijck et al. 2018: 51). Auch akademisches Wissen ist davon betroffen. Es wird der exklusiven Kontrolle von Universitäten, Lexika, Bibliotheken und wissenschaftlichen Zeitschriften entzogen, auseinandergenommen und immer neu zusammensetzbar. Der amerikanische

Internettheoretiker David Weinberger (2000) spricht von „small pieces loosely joined“.<sup>2</sup> Das heißt zwar nicht, dass sich alles von heute auf morgen ändert. Aber es entsteht Raum für Neues.

Nach einiger Euphorie in den 1990er Jahren erleben wir derzeit Ernüchterung über dieses Neue. Brechts demokratischer Traum ist zwar zu einer Selbstverständlichkeit geworden – im Internet ist jeder ein Sender. Doch die Erfahrungen der letzten Jahre zeigen, dass das nicht zwangsläufig aufklärende Wirkung hat. Wie die Massenmedien zuvor können auch die neuen Medien zur Verbreitung von Klischees oder Lügen genutzt werden. Das strukturelle Potential des Internets zum feuilletonistischen Diskurs wird dagegen noch lange nicht ausgeschöpft. Nach den letzten Datenskandalen kommt eine tiefe Skepsis gegenüber sozialen Medien hinzu. Dagegen muss man ankämpfen: Internet gibt es nicht, Internet macht man!

<sup>2</sup> Siehe dazu Episode 4 von *Das Neue Berlin*, abrufbar unter: <https://dasneue.berlin/2018/05/04/dnb004-loose-verbunden/>.

## Der Stand der Dinge

Dafür gibt es bereits Vorreiter\_innen. Eine unkoordinierte, lebendige sozialwissenschaftliche Diskussion findet etwa auf Twitter statt. Verschiedene Plattformen, darunter das *Soziologiemagazin*, *Sozialtheoristen* oder *Soziopolis*, öffnen den von der alten Printwelt geprägten Diskurs. Im Bereich der Podcasts gibt es lockere Gespräche im „Soziologischen Kaffeekränzchen“ oder beim Podcast *Sozialtheoristen*. Soziologische Gegenwartsdeutungen findet man im populären *Aufwachen!*-Podcast. Einen klaren Anspruch der Vermittlung soziologischen Wissens schließlich hat der *SozioPod*. Dass der 2011 gegründete Podcast 2013 prompt den Grimme Online Award erhielt, zeugt von dem Bedürfnis nach soziologischer Deutung von Gegenwartsphänomenen auch in diesem Medium.

Im öffentlich-rechtlichen Rundfunk sind anspruchsvolle Formate bisher vor allem im linearen Programm zu Hause, haben aber einigen Erfolg in ihrer Zweitverwertung als per Podcast abonnierbare Sendungen. Inzwischen probiert *Deutschlandfunk Kultur* mit „Lakonisch elegant“ oder dem „Theaterpodcast“ auch vom Format her „echte“ Podcasts aus, die sich thematisch explizit an ein Feuilletonpublikum richten. *Deutschlandfunk Nova* zeichnet Vorlesungen mit und veröffentlicht diese unter dem Titel „Hörsaal“. Formate und Publika sind also in Bewegung.

Das war auch bei der *Subscribe* zu spüren, dem wichtigsten Treffen der deutschen Podcast-Community, das zuletzt im März 2019 beim *Deutschlandfunk* in Köln stattfand. Auf der einen Seite haben sich manche Amateur\_innen inzwischen professionalisiert, so dass die Frage im Raum steht, inwieweit man Podcasts den Hörgewohnheiten anpassen sollte, um ein größeres Publikum zu erreichen. Die Community steht im Spannungsfeld von Professionalisierungsanspruch und programmatischen Dilettantismus (vgl. Schulz 2019). Auf der anderen Seite testen professionelle Journalist\_innen von *Spiegel Online*, der *Süddeutschen Zeitung* oder dem *Deutschlandfunk* derzeit aus, wie „podcastig“ ein Format sein kann, das auch in den großen Medienhäusern langfristig Perspektive hat. Zu „nischige“ Themen und überlange Sendungen bleiben jedenfalls unwahrscheinlich; das wird die professionellen weiter von den kleinen, programmatisch freien Podcasts unterscheiden.

## Podcast als offenes Format

Podcasting in Reinform hat also einen genuin offenen Charakter. Das Gespräch ist unvorhersehbar und die beste Vorbereitung scheitert an der Renitenz des Gegenübers. Das gehört zum Konzept: Geschnitten wird so wenig wie möglich. Man muss also erst einmal lernen, mit kommunikativer Freiheit umzugehen. Zwar haben wir

bereits Erfahrungen im Rundfunk und in den Printmedien gesammelt. Doch von der Unzufriedenheit mit dem diskursiven Angebot zu einem eigenen Programm zu gelangen, ist gar nicht so einfach. Wir fingen deshalb einfach an zu diskutieren: Gespräche von ein bis zwei Stunden Länge. Alle zwei Wochen eine Sendung, zunächst zu zweit, dann mit dem akademischen Umfeld, inzwischen mit allen möglichen Leuten, die uns interessieren.

82 Dabei geht es auch immer um den Prozess selbst und um die Erfahrungen, die man beim Senden macht. In unseren Diskussionen entdeckten wir mit Personen, die sich in akademischen Qualifizierungsphasen befinden, Unsicherheit und die Angst, etwas Falsches zu sagen, das technisch festgeschrieben und durch die Suchmaschine zumindest potenziell für immer auffindbar bleiben wird. Bei den erfahreneren Gästen erlebten wir Dankbarkeit für das Format. Gewohnt, in klassischen Massenmedien – oder schlimmer noch: sozialen Medien – ein Argument in wenigen Sätzen und damit oftmals verkürzt kommunizieren zu müssen, empfinden sie die Länge des Formats, die Zwischentöne zulässt, als Befreiung.

Gerade hier sehen wir einen großen Spielraum für eine sozial- und geisteswissenschaftliche Kommunikation, die sich im

Gespräch jenseits der Fachpublikationen erschließt. Sie muss sich nicht den Aufmerksamkeits- und Verwertungslogiken professioneller Medien unterwerfen und ist dennoch erreichbar für all jene, die das Thema wirklich interessiert. Soziologie ist dann mehr als ein gesellschaftlicher Service, der die Massenmedien mit Fakten versorgt. Sie wird zu einem öffentlichen Nachdenken über Gesellschaft in der Gesellschaft – nach eigenen Regeln.

## Unverbundenheit der Wissensbestände

Warum ist das akademische Wissen so abgetrennt von dem Diskurs, der online stattfindet? In unserer Sendung berichtete Dagmar Borchers, Professorin für Angewandte Philosophie an der Universität Bremen, aus ihren Seminaren. Frage sie Studierende, ob sie die behandelten Autor\_innen einmal gegoogelt hätten, blicke sie nur in fragende Gesichter.<sup>3</sup> Wir haben es also nicht allein mit „verkrusteten Strukturen“ zu tun. Vielmehr scheint die alltägliche Wissenspraxis vom akademischen Standpunkt aus immer noch als unzulänglich. So jedenfalls wäre zu erklären, warum online so wenig Soziologie stattfindet. Das betrifft nicht allein Podcasts. Auf Youtube sollen etwa tausende Videos beweisen, dass die Erde flach ist. Zur Soziologie

<sup>3</sup> Episode 26 von *Das Neue Berlin*, abrufbar unter: <https://dasneue.berlin/2019/03/09/dnb026-hands-on-philosophie/>.



## Podcasting kann ein Modus neuer Erkenntnis sein, indem es die Offenheit akademischen Wissens medial sichtbar macht und reflexiv einholt.

der Verschwörungstheorie, ein ungemein dankbares Thema, gibt es aber gerade mal eine Handvoll von Treffern. Artikel auf Wikipedia zu soziologischen Themen sind oft oberflächlich, schlecht gemacht oder verwahrlost. Kein Wunder, wird die engagierte Mitarbeit in der freien Enzyklopädie doch kaum institutionell honoriert.

Dabei kann man beim Podcasten auch lernen, wie wertvoll die „klassische“ Universität, der „klassische“ Text ist. Ein Podcast kann das sorgfältig konstruierte Argument, das einen guten wissenschaftlichen Text ausmacht, nicht ersetzen. Denn das Gespräch, das man in so guter Erinnerung hatte, zeigt im Schnitt auch seine Kehrseite. Mal hat man gar nicht richtig zugehört, in die Aussagen der anderen seine eigenen Gedanken projiziert, dann weitergesprochen, ohne den vorherigen Gedanken aufzunehmen. Man ertappt sich bei den vielen – mal mehr, mal weniger erfolgreichen – Versuchen, Wissenslücken zu überspielen. Doch auch das ist Erkenntnis. Man lernt sich intellektuell kennen, lernt seine Grenzen und die Grenzen des Gesprächs einzuschätzen.

Und natürlich produziert die digitale Öffentlichkeit auch neue Zwänge. Die allgegenwärtige Messbarkeit von Klicks befeuert zugleich den Kampf um Aufmerksamkeit, dem man sich schwer entziehen kann. Alles kann fortlaufend angepasst und optimiert werden. Alles hängt ab von Netzwerkeffekten: Ob Episoden von den richtigen Knoten im Netzwerk zum richtigen Zeitpunkt geteilt werden – oder nicht. Dabei hilft jedoch, dass der Aufwand an Zeit und Geld überschaubar ist. Man kann auch einfach so weitermachen.

### Selbstreflexive Wissenschaft

Podcasting als öffentliche Soziologie ist mehr als eine Soziologie in der Öffentlichkeit. Sie muss sich nicht darin erschöpfen, vorhandenes Wissen möglichst effizient an ein interessiertes Publikum zu kommunizieren. Podcasting kann ein Modus neuer Erkenntnis sein, indem es die Offenheit akademischen Wissens medial sichtbar macht und reflexiv einholt. Wo der Aufsatz einen Punkt setzt, fängt der Podcast erst an.<sup>4</sup> Moritz Klenk (2019) bezeichnet das als „sprechendes Denken“.

<sup>4</sup> So sprechen wir auch über diesen Aufsatz in Episode 29 von *Das Neue Berlin*, abrufbar unter: <https://dasneue.berlin/2019/04/23/dnb029-ein-jahr-das-neue-berlin/>.

So ergibt sich für die Soziologie die Chance, neu zu bestimmen, was Wissenschaftlichkeit ausmacht. Gerade als wissenschaftskritische Disziplin, die lange ein profundes Wissen über die soziale Konstruiertheit selbst der härtesten Fakten geschaffen hat, muss sie eine Rolle finden, in der dieses Wissen nicht mehr nur destruktiv in die Gesellschaft zurückgespielt wird, wie wir am Vulgärkonstruktivismus der Klimaskeptiker\_innen sehen. Die Soziologie kann sowohl für sich selbst als auch für die demokratische Öffentlichkeit glaubwürdig sein, wenn sie ein offenes Verhältnis zur eigenen Performativität entwickelt. Bisher waren solche Kommunikationen in die Teeküchen der soziologischen Institute verbannt. Warum nicht darüber podcasten?

## LITERATUR

**Brecht, Bertolt** (1932/1933[1992]): Der Rundfunk als Kommunikationsapparat. Rede über die Funktion des Rundfunks. In: ders.: Gesammelte Schriften. Bd. 18. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

**Brinkmann, Janis** (2018): Verlagspolitik in der Zeitungskrise. Theorien, Strukturen, Strategien. Baden-Baden: Nomos. Dijk, José van/Thomas Poell/Martijn de Waal (2018): The Platform Society. Public Values in a Connective World. Oxford: Oxford University Press.

**Klenk, Moritz** (2019): Sprechendes Denken. Über die Vermittlung von Erkenntnis im Sprechen und Hören, oder: die grösste wissenschaftliche Revolution seit Erfindung des Buchdrucks! Vortrag auf der Subscribe am 22.03.2019, abrufbar unter: <https://media.ccc.de/v/subscribe10-27-sprechendes-denken-ber-die-vermittlung-von-erkenntnis-im-sprechen-und-horen-oder-die-grösste-wissenschaftliche-revolution-seit-erfindung-des-buchdrucks>. (06.05.2019).

**Mills, C. Wright** (1955): Menschen im Büro. Ein Beitrag zur Soziologie der Angestellten. Köln: Bund.

**Schulz, Stefan** (2013): Podcasts. Der Sender bin ich. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 18.12.2013, abrufbar unter: <https://www.faz.net/aktuell/feuilleton/podcasts-der-sender-bin-ich-12714076.html> (04.04.2019).

**Schulz, Stefan** (2019): Anleitung für einen Kopf-frei-Podcast. Vortrag auf der Subscribe am 23.3.2019, abrufbar unter: <https://media.ccc.de/v/subscribe10-57-anleitung-fr-einen-kopf-frei-podcast> (24.04.2019).

**Van Dijck, José/Thomas Poell/Martijn de Waal** (2018): The Platform Society. Public Values in a Connective World. Oxford: Oxford University Press.

**Weinberger, David** (2002): Small Pieces Loosely Joined. A Unified Theory of the Web. New York: Perseus.

## ZU DEN AUTOREN

**Jan Wetzel** hat Soziologie und Kommunikationswissenschaft an den Technischen Universitäten in Dresden und Berlin studiert. Er arbeitet als wissenschaftlicher Mitarbeiter am Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB) und bereitet ein Promotionsprojekt vor.

**Leo Schwarz** studierte Philosophie und Germanistik an der Technischen Universität Dresden und der Freien Universität Berlin sowie Sozial- und Kulturwissenschaften an der Europa-Universität Viadrina in Frankfurt (Oder) und der Karls-Universität in Prag. Er arbeitet im Verlagswesen.

An diesem Beitrag haben folgende internen und externen Personen im Review, Betreuung und Lektorat mitgewirkt: **Andreas Schulz, Cathrin Mund und Tanja Strukelj**.