

Sophie G. Einwächter

Bewundern, imitieren, zitieren – Phänomene des Folgens in der Wissenschaft

Der vorliegende Beitrag befragt Phänomene des Folgens in der Wissenschaft und adressiert eine Parallele zwischen Fankultur und Wissenschaftskultur. Beide sind von wissensbasierten Affinitäten und Enthusiasmus geprägt, beide bilden Gemeinschaften um geteilte mediale Lektüren und Lesarten. Auch bringen beide Wortführer*innen hervor, die besonders kenntnis- und einflussreich sind und ihrerseits Gefolgschaften und celebrity-ähnliche Merkmale besitzen. Bekanntheit und das daraus entstehende soziale Kapital sind Ressourcen, die sich für die wissenschaftliche Laufbahn nutzen lassen, jedoch auch Misstrauen bei den Kolleg*innen des Fachs wecken können. Bei der Betrachtung von Wissenschaftler*innen als Fans oder als Celebrities spielen Medien und kommunikative Praktiken eine wichtige Rolle; sie ermöglichen Demonstrationen von Anerkennung, Zugehörigkeit oder gar Begeisterung und führen nicht zuletzt den Bewunderten monetäre und symbolische Kapitalformen zu.

In meiner Studienzeit, im noch frischen neuen Jahrtausend, kursierte die scherzhafte Behauptung, man könne vielerorts dem wissenschaftlichen Personal ansehen, an welchem Lehrstuhl die jeweilige Person beschäftigt sei. Da gab es männlich besetzte filmwissenschaftliche Lehrstühle, Professor wie Entourage überwiegend grau gewandet und mit intellektuellem Schal ausgestattet, und es gab die weiblich besetzten, sich mit Gender und Cultural Studies befassenden Lehrstühle, welche ihrerseits schwarz gekleidete Personen mit 1920er Jahre Frisur oder auffälliger Brille anzuziehen schienen. Und es gab die eher stilleren Führungspersonen, die im Wollpullover zur Arbeit erschienen und ebenfalls bestrickte Personen um sich sammelten. Die einen galten als primär der internationalen Wissenschaftscommunity verpflichtet, visionär aber distanziert, die anderen als politisch engagiert und streitlustig, und die ‚Pullifraktion‘ als auf karrierehinderliche Weise zurückhaltend, aber sehr fürsorglich.

Stereotype sind fraglos pauschalisierend, oft gar diskriminierend. Zugleich – so die harmlosere Implikation – dienen sie jenen, die sie nutzen, zur Orientierung, zur Vereinfachung von Kompliziertem, so verhielt es sich auch bei uns Studierenden. Wer gehörte wohin? Das war auf Basis unserer bisherigen noch zögerlichen institutionellen Enkulturation inhaltlich schwer zu durchschauen, und so steckten wir in Schubladen, was uns äußerlich ähnlich erschien. Denn, wo hoffte man zu lernen, was man lernen wollte? In wessen Dunstkreis sollte man sich aufhalten, um für die zukünftige Laufbahn die nötige Nahrung zu erhalten? Hinweise lieferten nicht nur Vorlesungsverzeichnisse mit Seminarbeschreibungen – nein, wo man sich intellektuell verortete, war definitiv auch eine Frage der Sympathie für eine Performance von Wissenschaftlichkeit, den zur Schau gestellten Habitus einer Lehrperson. Und es gab ein Bewusstsein dafür, dass man bei stärkerem Engagement (im besten Fall resultierend in einer Einstellung als Hilfskraft, also finanziell und infrastrukturell belohnt) zur Gefolgschaft einer der Wissenschaftspersönlichkeiten am Institut gezählt werden würde.

Auch nach meinem Studium noch, auf Tagungen und in institutionellen Zusammenhängen, begegneten mir Phänomene der sichtbaren Entourage, das eine oder andere stilistische ‚Mini-Me‘ eines Professors oder einer Professorin inklusive. Neben den eigenen Beobachtungen und geteilten Erfahrungen mit Kolleg*innen, legt Literatur aus den Science Studies, Workplace und Leadership Studies nahe, dass in unserer studentischen Beobachtung durchaus ein wahrer

Der vorliegende Artikel entstammt dem inhaltlichen Rahmen des Projekts „Medienwissenschaftliche Formate und Praktiken im Kontext sozialer und digitaler Vernetzung“ und wurde ermöglicht durch Förderung der DFG.

→ In Anschluss an Pierre Bourdieus Kapitalkonzept formuliert Mia Consalvo mit dem *gaming capital* eine weitere Kapitalsorte. Consalvo, Mia. *Cheating. Gaining Advantage in Videogames*. Cambridge 2007.

Vergleiche hierzu auch den Beitrag von Tim Glaser in diesem Kompendium.

Jordan und Mack sprechen vom „Mini-Me-Effekt“ (2014, 279), der einen Verweis auf den zweiten und dritten Film der Austin Powers-Reihe (1997–2002) darstellt. Hier wird der Bösewicht Dr. Evil von einem Miniatur-Klon namens ‚Mini-Me‘ begleitet.

Dies bietet durchaus Anlass zur kritischen Selbstbeobachtung. War nicht auch die eigene Hilfskraftkarriere begleitet von einer Anpassung, die vielleicht nicht immer an der Bekleidung sichtbar wurde (wobei die Kombination aus Jeans und Jackett in Lehrkontexten durchaus etwas Konventionalisiertheit hatte), aber sich gewiss in Sprache und Gestus wahrnehmbar niederschlug? Spätestens als sich der eine oder andere Helvetismus in meinem vom Elternhaus aus westdeutschen Sprachgebrauch verstetigt hatte, war auch bei mir nicht mehr zu leugnen – meine Lehrstuhlzugehörigkeit hatte Spuren hinterlassen.

Kern steckte, was die wahrgenommenen Ähnlichkeiten und inhaltlichen Neigungen in manchen Zirkeln anging.

1 Gleich und gleich gesellt sich gern: Nachahmung schafft Vorteile

Soziologische Untersuchungen zur Bevorzugung von Ähnlichem in sozialen Kontexten gibt es bereits seit den 1950er Jahren, als Paul F. Lazarsfeld und Robert K. Merton zu Bedingungen der Freundschaft forschten. (Siehe u. a. 1954) Eine wesentliche Erkenntnis dieser Studien war, dass Menschen sich am liebsten mit Personen umgeben, die ihnen selbst ähnlich sind, sei es an Status, Werten oder ethnischer Zugehörigkeit. Das resultierende Konzept der ‚homosozialen Kooptation‘ oder auch ‚sozialen Homophilie‘ wurde in den folgenden Jahrzehnten auch in arbeitssoziologischen Untersuchungen eingesetzt, etwa um die Hindernisse zu beschreiben, wegen derer manchen hochqualifizierten Menschen ohne gezielte Förderung oder quotenbasierte Einstellungskonzepte der Eintritt in Führungsebenen verwehrt bleibt. Menschen, deren Geschlecht, ethnischer oder sozialer Hintergrund oder auch *dis/ability* von denen der Führungsriege abweicht, haben überwiegend schlechtere Chancen, eingestellt oder in unterstützende Netzwerke aufgenommen zu werden. (Avin et al. 2015)

Marieke Van den Brink und Yvonne Benschop illustrierten die Bedeutung einer solchen Identifikation mit dem Ähnlichen für den wissenschaftlichen Arbeitsmarkt in ihrer Studie zu *Gender in academic networking*. (2014, 474) In ihren Gesprächen mit Gatekeeper*innen trat zutage, dass eine oftmals männlich-professorale Führungsebene sich auch in den Auswahlkommissionen für Neubesetzungen abbildete (2014, 472) und in den Besetzungsverfahren über Aspekte der Ähnlichkeit selbst reproduzierte, wobei eine Tradition des männlichen Networkings und der männlichen Gefolgschaft eine wichtige Rolle spielten: „Identifying with the similar is a gender practice of affiliating masculinities, of the connecting and aligning of men with other men“. (Van den Brink und Benschop 2014, 475) Eine für die Studie befragte Professorin gab an, dass ihre männlichen Kollegen vor allem jüngere Versionen ihrer selbst gezielt förderten: „senior professors, men, like to coach or take someone in tow who looks like them. And of course, those are the young promising guys, as they once were“. (Van den Brink und Benschop 2014, 475)

Manch eine Ähnlichkeit ist also Voraussetzung für Einstellung und Förderung. Allerdings kann Ähnlichkeit auch überhaupt erst aus aktiver Förderung entstehen, etwa da Mentor*innen ihre Zöglinge auf einen ähnlichen Weg schicken wie den eigenen. Philomena Essed beschrieb mit dem Begriff des *cultural cloning* eine Kultur, die Ähnlichkeiten bevorzugt und bewusst hervorbringt. Innerhalb einer Gruppe stellen kulturelle Klone keine identischen Abbilder dar, vielmehr seien sie den anderen Mitgliedern äußerlich und an Werten *ähnlich genug*, um nicht als abweichend wahrgenommen zu werden. Nicht aufzufallen sei für Neulinge in Führungsebenen lange Zeit eine Überlebensstrategie gewesen „newcomers into power elites survive by demonstrating conformity and loyalty to those who dominate American and European institutions – straight white males“. (Essed 2004, 114)

Sich nicht passend zu fühlen im wissenschaftlichen Umfeld, also nicht als Teil einer (und sei es nur imaginierten) Gemeinschaft von Ähnlichen, kann drastische Konsequenzen haben, wie etwa den Austritt aus dem universitären Berufsfeld. In ihrer Studie *Symbolischer Tod im wissenschaftlichen Feld* (2018) untersuchte Anja Franz die Gründe für abgebrochene Dissertationen im deutschen Universitätssystem. Sie beschreibt darin den Fall eines Informanten, dessen Austritt aus der Wissenschaft die zunehmende Weigerung vorausgeht, sich an die dort geltenden Gepflogenheiten anzupassen, da er diese ablehnt. Sie spricht von einem „Respektverlust [...] vor signifikanten wissenschaftlichen AkteurInnen“ (Franz 2018, 355), ausgelöst durch Wertsetzungen, insbesondere den Umgang mit Statussymbolen, aber auch Konkurrenz betreffend, mit dem der Informant sich nicht identifizieren konnte. Eine andere Informantin Franz’ beschreibt den Lehrstuhl, an dem sie ihr

Promotionsvorhaben begonnen hat, als „so eine Clique“ (Franz 2018, 290) von Personen, die mit ihren Themen und ihrer eigenen wissenschaftlichen Zielsetzung letztlich wenig gemeinsam hatte, weshalb sie dort auch keine für sich relevante Unterstützung erhalten konnte. Ähnliches galt in fast allen von Franz' untersuchten Fällen auch für das Verhältnis zu ‚Doktorvater‘/‚Doktormutter‘ (eine auch begrifflich bereits aufgeladene Beziehung). Franz resümiert, dass eine nicht gelungene „Anpassung des Habitus‘ der DoktorandInnen an die Gegebenheiten des Feldes in den untersuchten Fällen“ (Franz 2018, 386) von Promotionsabbrüchen durchaus eine Rolle gespielt habe. 2020 legen Matthies und Rehbein ausführlicher dar, inwiefern der „Ausstieg aus der Wissenschaft als Folge eines Mismatch zwischen Feld und Habitus“ (2020, 87) verstanden werden kann. Statt die Gründe ihres Scheiterns auch in einem prekären und leistungsorientierten System zu verorten (was ja durchaus nahe läge), attestierten die hier beschriebenen aus der Wissenschaft Ausgetretenen letztlich sich selbst das Fehlen wichtiger habitueller Eigenschaften, die Gewinner*innen des Systems besäßen, wie etwa die Performanz hoher Motivation und Innovativität oder die Demonstration des Willens, neben der Arbeit keine anderen wichtigen Lebensinhalte (wie etwa Familie) zu besitzen.

→ Zudem handelt es sich um Begriffe, die aus einer Genderdichotomie resultieren. Während also Promovierende oder Doktorand*innen bereits einer Festlegung in Genderpositionen zumindest begrifflich entgehen können, scheint bei den Betreuungspersonen noch die symbolische Macht der biologischen Metapher am Werk zu sein. Dass diese Relation so imaginär wie problematisch ist, zeigt wiederum der oben angebrachte Verweis auf Mini-Me.

2 Abhängigkeit zeugt Gefolgschaft

Die gelegentlich auch äußerlich und habituell wahrnehmbare Anpassung in wissenschaftlichen Gruppierungen weist auf einen weiteren Aspekt hin, nämlich auf den der Nachahmung von Personen, die als Vorbilder empfunden werden. Dieser Nachahmung ist in vielen Fällen eine hierarchische Dimension beigemischt, denn es geht meist um eine Bewunderung derer, die belesener, argumentativ versierter und etablierter im Fach sind – und darüber hinaus derjenigen, welche über die Mittel und Netzwerke verfügen, die einer jungen Karriere dienlich sein können. Gründe des Folgens und der Imitation dieser Personen können also sowohl intrinsisch orientiert sein, etwa als Wunsch, von besonders Befähigten zu lernen, als auch extrinsisch-strategisch, als Orientierung in Richtung der Macht und wichtigen Ressourcen.

Während in vielen europäischen Ländern die Betreuung einer Abschlussarbeit vom Beschäftigungsverhältnis entkoppelt ist, ist in Deutschland nach wie vor oft die bewertende Instanz zugleich auch beruflich vorgesetzt. Problematische Implikationen dieser Abhängigkeiten werden gern gezeugnet, so erklärte ein Professor der Medienwissenschaft etwa entgeistert, wenn seine Doktorand*innen nicht mehr bei ihm beschäftigt sein dürften, könne er ja „gar nichts mehr für sie tun“ – eine Deutung, die aus Sicht der Förderung nachvollziehbar sein mag, aber jede Sensibilität dafür vermissen lässt, dass ein solches Verhältnis den Beschäftigten oft einen Maulkorb anlegt. (Zitat aus einer Konferenz-Unterhaltung auf einer Tagung der Gesellschaft für Medienwissenschaft im Jahr 2010, anonymisiert) Mehrfach-Abhängigkeiten wie die der gleichzeitigen Betreuung und Beschäftigung perpetuieren die Problematik einer präferierten Ähnlichkeit in der Wissenschaft trotz aller Diversifizierungsbemühungen, da sie in beide Richtungen wirken: Professor*innen suchen (vermutlich meist unbewusst) ihre Angestellten nach Ähnlichkeitsprinzip aus und Nachwuchswissenschaftler*innen imitieren ihre Vorbilder oder vermeiden zumindest, als ‚anders‘ aufzufallen. Denn Gefolgschaft bedeutet in der prekären Wissenschaft immer auch ein Streben nach Sicherheit. Es liegt nahe, jenen Personen und Inhalten zu folgen, die bereits reich an Ressourcen sind. Damit einher geht jedoch auch eine Reproduktion von Habitus, Werten und Wissensinhalten, welche diese repräsentieren.

Angesichts eines Systems, das nur Wenige unter Hochrisikobedingungen an die Spitze befördert und deshalb auch schon mit der Hierarchie, den Karrierechancen und der Gewinnverteilung in einer Drogengang verglichen wurde (Afonso 2014), lohnt es sich zu überlegen, welche Anreize es hier überhaupt für Führungspersonen gibt, abweichendes oder tatsächlich innovatives Denken zu fördern. Das eigene Werk braucht vor allem Multiplikator*innen für Reichweite; es ist deshalb anzunehmen (und durchaus auch zu beobachten), dass nur wenige Professor*innen echte Kritiker*innen um sich versammeln.

Nicht selten führt der lange harte Weg einer Wissenschaftskarriere zu ihrem Ende hin zu Phänomenen des Festhaltens an erworbenen Ressourcen und Gefolgschaften. In ihrem wegweisenden Beitrag zu Gender-Performances am Arbeitsplatz, in dem Patricia Yancey Martin 2001 den Begriff der *affiliating masculinities* prägte, beschreibt sie auch einen Fall, der eine ihrer Informantinnen besonders beschäftigt hatte: Ein ehemaliger Chef kam auch nach Eintritt in den Ruhestand noch täglich zum Zeitunglesen und Mittagessen in die Firma und hielt dort mit ausschweifenden Redebeiträgen Hof – ein Verhalten, dem niemand Einhalt gebot, da sich die Kolleg*innen hilfreiche Kontakte versprochen hätten. (Martin 2001, 597)

In der freien Wirtschaft, wie auch in der Wissenschaft, gehören solche Situationen vermutlich zunehmend der Vergangenheit an, jedoch habe auch ich noch vor wenigen Jahren erlebt, dass Professoren (ausschließlich männlich) im Ruhestand ihre Büros nicht räumen wollten, dort rauchend oder anderweitig Raum greifend Zeit verbrachten, entweder an alten Projekten weiterarbeitend oder aber Zuhörer*innen suchend und unterhaltend. Hier traf ein plötzlicher Reichtum an Zeit bei den Emeritierten zusammen mit einer Knappheit an Zeit derer, die sich noch qualifizieren mussten und entsprechend unter dem Szenario litten – schwankend zwischen ängstlicher Hochachtung (Was, wenn man die graue Eminenz verärgerte? Wie machtvoll war sie noch?) und daraus resultierender Höflichkeit, bisweilen gelungener innerer Abgrenzung und offener Ungeduld, immer aber: beigemischtem Schuldgefühl.

Abseits der sicherlich vorhandenen Tragik manch eines professionellen Lebens, das wenig andere Wirkungsfelder als das der universitären Arbeit gekannt hat, ist in diesen nun fast verschwundenen Persönlichkeiten und Strukturen doch auch eine Voraussetzung der wissenschaftlichen Gefolgschaft zu sehen. Der Arbeitsplatz war vielen Professoren (auch hier bewusst männlich) lange Zeit ein Ort der uneingeschränkten Bewunderung und Bestätigung, des interessierten aber auch strategisch-stillhaltenden Zuhörens einer Gruppe Abhängiger, deren Zuwendung man(n) sich sicher sein konnte. Wie Stefan Rieger treffend festhält, handelte es sich bei den alten Professorenfiguren auch um Kopplungen von (ich möchte ergänzen: *Performances* von) Exzellenz und Devianz (2018, 195), welche eine Art Kult um diese Figuren wahrscheinlicher machte. Im Übrigen gehört auch der Verstoß gegen die Hausordnung durch Rauchen für Rieger zu dieser Zurschaustellung von Devianz. (Rieger 2018, 195–196) Er kennzeichnet den alten Professorentyp der Medienwissenschaft als eine Art autodidaktisches und selbsternanntes Genie, das vor allem deshalb problematisch war, weil es Beratung gegenüber resistent war. Für ihn ist es die „Spezifik universitärer Rekrutierungspraktiken, die Logik der Berufung, die Strukturen der Unverbindlichkeit und der doch weitgehenden Sanktionsfreiheit professoralen Wirkens“ (Rieger 2018, 196), welche „die Universität und ihre devianten Insassen zu etwas Spezifischem [machen], selbst wenn sich die Figur des devianten Professors schon aus Generationen Gründen bald erledigt haben wird“. (Rieger 2018, 196)

Was uns interessieren sollte, ist jedoch, was von diesem Phänomen bleibt, zumal ein Generationenwechsel selten als harter Schnitt vollzogen wird und Wissenschaftskultur abseits aller neoliberaler Umwälzungen und Prekarisierungen immer auch Tradiertem Raum gibt: Blieb nicht doch noch Einiges erhalten vom Personenkult, von der Sanktionsfreiheit bei Fehlverhalten und von der Aura des Professors (hier wieder bewusst männlich formuliert), der alle überstrahlte? Und inwiefern hat sich das Phänomen seiner Gefolgschaft nur gewandelt, dabei in neue mediale Sphären begeben? Wieviel ist geblieben vom vielfach beschworenen Vorbild eines Sokrates, dem eifrig lauschend seine Gefolgschaft hinterherwanderte und bei dem es maßgeblich die Schüler waren, die Sorge trugen, dass seine Lehren der Nachwelt übermittelt wurden?

Halten wir zunächst fest: in der institutionellen Wissenschaft haben wir mindestens mit zwei Phänomenen der Gefolgschaft zu tun, die bei genauerem Hinsehen oft miteinander vermischt sind – dem strategischen (extrinsischen) Folgen und dem intrinsischen Begeisterungs-Folgen. Besonders charismatische Lehrkräfte und machtvolle Führungspersonen versammeln entweder aktiv oder strukturell bedingt Personen um sich, deren Aufmerksamkeit sie sich gewiss sein können. Und diese Aufmerksamkeit stellt einen Wert dar, der in der Wissenschaft ein wichtiges – wenn nicht gar das wichtigste – Kapital ausmacht.

3 Die feinen Unterschiede zwischen Wissenschaftler*innen im Wettstreit um Beachtung

Wissenschaftler*innen haben die Aufgabe, in den kollegialen Austausch über Erforschtes zu treten und einen Teil des Erarbeiteten auch einer nichtuniversitären Allgemeinheit zugänglich zu machen. Sie können also qua Ausübung ihres Berufs prinzipiell mit interessierter Zuwendung rechnen, sowohl von ihren Kolleg*innen als auch von Teilen der Öffentlichkeit. Aufmerksamkeit oder Beachtung kann als zentrale Währung des akademischen Schaffens verstanden werden, denn es geht hier nie allein darum, Wissen zu produzieren. „Die Wissenschaft ist ein einziger Tanz um die Aufmerksamkeit“ (2019 [1998], 37), schreibt Georg Franck in seiner *Ökonomie der Aufmerksamkeit*, denn mindestens genauso wichtig wie das eigene Erkenntnisinteresse sei „das Staunen, das man bei anderen Menschen zu erregen, [...] [und] das Interesse, das man auf die eigene Person zu lenken hofft“ (Franck 2019 [1998], 38), ein Umstand, der von Wissenschaftler*innen selbst oft gelegnet werde.

Für eine erfolgreiche Karriere im Wissenschaftsbetrieb waren Praktiken des Folgens immer schon ebenso wichtig wie Tätigkeiten, die auf das Etablieren einer Gefolgschaft abzielen. Das Verfolgen (und Beachtung-Zollen) der Arbeit Anderer gehört, als Ausdruck von Recherchekompetenz, genauso dazu, wie eine Abstimmung der Resultate der eigenen Arbeit auf den aktuellen wissenschaftlichen Aufmerksamkeitsmarkt, etwa über Publikation in etablierten Zeitschriften oder Präsentation auf Tagungen. Dabei gilt: Was ich schreibe, sollte auch gefunden werden, sonst wird es nicht zitiert. Insofern ist wenig verwunderlich, dass in manchen Disziplinen offen dafür geworben wird, sich Praktiken anzueignen, die der digitalen Aufmerksamkeitsökonomie zuarbeiten, indem sie etwa Titel und Abstracts optimieren oder auch Metadaten und durchsuchbare Dateiformate bewusst einsetzen. (Einwächter 2022)

Allerdings galt immer schon, dass auf dem Markt der Aufmerksamkeit nicht alle Wissenschaftler*innen gleich sind. Es gibt jene, die mehr Beachtung auf sich konzentrieren, und jene, die mehr Aufmerksamkeit schenken, als erhalten. Das lässt sich anhand des Verhältnisses von Lesen und Gelesen-Werden quantifizieren, wird sichtbar in Form der Aufnahme in Seminarlektüren oder auch über Zitationshäufigkeiten. Pierre Bourdieu beschreibt in seiner soziologischen Analyse des französischen universitären Systems aus den 1980er Jahren, *Homo academicus* (2018 [1984]), unterschiedliche Marker von Reputation und Macht, von denen die etablierten Professoren (bei Bourdieu ebenfalls maskulin formuliert) gegenüber den jüngeren eindeutig mehr besaßen: Zugehörigkeit zur renommierten Institution, eine hohe „Zitations- bzw. Übersetzungsrate“ sowie außeruniversitäre Ehrungen wie etwa der Besitz von „Verdienstorden“. (Bourdieu 2018 [1984], 143)

Und hierbei ist von zusätzlicher Wichtigkeit, von wem einer Person Aufmerksamkeit zuteil wird: „In den Buchwert der Aufmerksamkeit, die ich von jemandem beziehe, geht auch ein, wieviel die bezogene Seite ihrerseits bezieht“. (Franck 2019, 116) Die Zitation durch etablierte Vertreter*innen des Fachs wiegt mehr als die Erwähnung in einer publizierten Masterarbeit. Und wie in anderen gesellschaftlichen Bereichen auch, gibt es in der Wissenschaft den sogenannten Matthäus-Effekt zu beobachten: Wer bereits viel erhalten hat (an Zitaten, Aufmerksamkeit, Fördermitteln), dem wird aller Wahrscheinlichkeit nach noch mehr davon zuteil. (Merton 1985, 147) „Die ‚Verlierer‘ in diesem Prozess“, so Margaret Rossiter, sind hingegen „oftmals marginale Figuren ohne festen Posten, feste Institution oder Schüler, die für sie kämpfen oder gegen ihren Ausschluss protestieren“ (Rossiter 2003, 192) – also insbesondere Personen, denen es nicht gelungen ist, eine Gefolgschaft anzuziehen.

Was sich allerdings im Wandel befindet, sind die hierbei in Anwendung gebrachten Medien, Infrastrukturen und Prozesse, welche Gefolgschaft jeweils fördern. Und wengleich sich in der Wissenschaft vieles nur langsam ändert, haben manche dieser Medien und Prozesse durchaus das Potenzial, an alten Hierarchien zu rütteln. So sind an die Nutzung von Social Media sowie Plattformen des digitalen akademischen Networkings und Publizierens gewisse Generationeneffekte ge-

→ Wer legt diese Aufgabe fest? Handelt es sich hierbei um Regeln oder um tradierte Konventionen? Und existieren nicht auch Interpretationen von Wissenschaft, die gerade das Kompetitive gegenüber dem Kollegialen stark machen?

Antwort der Autorin:
Es ist Teil der guten wissenschaftlichen Praxis, die erzielten Ergebnisse in den wissenschaftlichen Diskurs einzubringen, um Nachvollziehbarkeit, inhaltlichen Anschluss und Fortschritt zu gewährleisten. Zum wissenschaftlichen Berufsethos und zu guter wissenschaftlicher Praxis, die vielerorts zur Voraussetzung von Förderung gemacht wird, siehe unter anderem die Leitlinien „Wissenschaftliche Integrität“ der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG) (<https://wissenschaftliche-integritaet.de/kodex/>, 9. September 2022). Wo Forschung über Steuergelder finanziert wird, hat die Öffentlichkeit ein besonderes Interesse, an den Ergebnissen teilzuhaben; es ist zentrales Anliegen der Wissenschaftskommunikation, diesem nachzukommen und Forschungsergebnisse allgemeinverständlich zu präsentieren. Austausch mit Kolleg*innen bedeutet dabei keinesfalls reine Kooperation. Wenn ich

die Texte meiner Kolleg*innen ignorieren oder meine Arbeiten nicht zur Diskussion stellen würde, liefe ich jedoch Gefahr, wichtige Erkenntnisse zu übersehen oder selbst nicht zitiert zu werden. Das Arbeiten in der Wissenschaft gestaltet sich oft als ein Mischverhältnis von kooperativen und kompetitiven Praktiken, da individuelle Ambitionen – wie etwa eine bestimmte Stelle oder Förderung zu erhalten oder die erste Publikation zu einem wichtigen Thema zu verfassen – im zeitweiligen Widerspruch zu kollektiven Zielen und Werten (beispielsweise Erkenntnisgewinn, Fortschritt) stehen können.

Aufmerksamkeitsgewinne bedeuten keinesfalls das Ende der prekären Arbeitsverhältnisse. Und Social-Media-Aktivität kann sich je nach Fach oder Kontext auch negativ auswirken: Eine Juniorprofessur für Medienwissenschaft mag aktive Social-Media-Teilnahme für Wissenschaftskommunikation und Lehrprojekte gewinnbringend einsetzen, aber spätestens seit der Pandemie wissen die Meisten, wie unangenehm der Backlash für Wissenschaftler*innen werden kann, wenn es aufgrund unpopulärer Standpunkte hier nicht nur Gegenrede, sondern veritablen Hate Speech und Shitstorms gibt. Das Thema ist somit naheliegend, aber eher Gegenstand für eine Erörterung zu

bunden, die den ansonsten nach wie vor benachteiligten Jungwissenschaftler*innen gegenüber manchen Etablierten Vorteile verschaffen können. Noch vor 15 Jahren zählte im Hinblick auf mediale Repräsentation, Auffindbar- und Sichtbarkeit vor allem die institutionelle Anbindung, etwa über Institutshomepages, Newsletter etc. Finanzielle Mittel für Vernetzungsreisen und Publikationen waren und sind über institutionelle Kontexte leichter zu beschaffen und stellen so eindeutig die Etablierten in Vorteil. Heute stehen prekär situierten ‚Early Career Researchers‘ über die Nutzung von Open Access und Social Media zumindest alternative Mittel zur Verfügung, längerfristig sichtbar zu werden, wie nicht zuletzt die Initiative um die Hashtags #ichBinHannah und #ichbinReyhan gezeigt hat, in der Vertreter*innen des prekär oder gar nicht beschäftigten ‚Mittelbaus‘ erfolgreich in der Öffentlichkeit auf ihre Situation hinwiesen und eine gesellschaftliche Debatte anstießen, die 2021 nicht zuletzt im Koalitionsvertrag der neuen Bundesregierung Effekte zeitigte. Ob allerdings auf Twitter erworbene Aufmerksamkeit auch in akademisches Kapital umsetzbar ist, bleibt vielfach noch offen und an spezifische Kontexte in den jeweiligen Disziplinen gebunden.

4 Medien der Auszeichnung, Medien der Ehrerbietung, Medien der Gefolgschaft

Über Status und Gefolgschaft entscheiden am Aufmerksamkeitsmarkt also mediale Praktiken des Publizierens, Präsentierens, Zitierens. Unterschiedliche Medien der Auszeichnung und der Ehrerbietung setzen Einzelpersonen überdies mediale Denkmäler.

Unter ‚Medien der Auszeichnung‘ verstehe ich zum einen Preise und Auszeichnungen selbst, weil diese in aller Regel mithilfe eines öffentlichen Sprachakts übergeben oder verliehen, also *kommuniziert* werden. Medien der Auszeichnung werden als Resultat eines Wettbewerbs und einer Auswahl gewonnen oder erworben. Der symbolische Wert eines Preises, dessen monetäre Komponente (etwa ein Preisgeld, die Kostenübernahme einer Übersetzung oder Ähnliches) schnell verbraucht sein mag, wird in medialer und sozialer Form verstetigt – etwa, indem die Auszeichnung im Zusammenhang mit der Person bei ihrer Vorstellung genannt und so ein Teil des auszeichnenden Sprachakts wiederholt wird. Deshalb verstehe ich zum anderen auch Erwähnungen von Preisen, etwa über Laudationes, als Einträge in Lebensläufen und auf Institutshomepages oder am Rand eines veröffentlichten Aufsatzes, als Medien der Auszeichnung, da sie das Individuum und Teile seiner Arbeit als herausragend kennzeichnen. Die ausgezeichnete Person wird dauerhaft zur Preis-Tragenden; mit Pierre Bourdieus Habitus-Begriff gesprochen, wird hier „Haben“ zu „Sein“. (Bourdieu 1983, 187)

Unter ‚Medien der Ehrerbietung‘ verstehe ich all jene Medien, die im Namen einer Person, zu ihrer Ehrung eingerichtet oder benannt werden: Dies betrifft ebenfalls manche Auszeichnungen, etwa, wenn ein Preis nach einer bestimmten Persönlichkeit benannt wird (nicht zu verwechseln mit der ausgezeichneten Person) und Stipendien oder Förderprogramme, die eine strukturelle Verstetigung und meist ein angenommenes Handeln im Sinne der namensgebenden Person bedeuten oder von ihrem wissenschaftlichen oder gesellschaftspolitischen Vermächtnis inspiriert sind, wie etwa das Emmy Noether-Förderprogramm der DFG oder Stiftungs-Stipendien (etwa Rosa Luxemburg-, Hans Böckler-, Konrad Adenauer-, Heinrich Böll-Stiftung). Des Weiteren gehören für mich Medien wie Festschriften oder auch manche Symposien in diese Kategorie, wenn sie von einer Gefolgschaft und im Sinne des wissenschaftlichen Wirkens einer Wissenschaftsperson als Hommage verfasst sind. Auch Nachrufe aus dem Kolleg*innenkreis gehören zu dieser Gattung – im Übrigen eine bislang völlig unterschätzte Ressource der wissenschaftskulturellen Forschung.

Medien der Ehrerbietung sind wichtig für den wissenschaftskulturellen Zusammenhalt, dahingehend, dass sie Medien des Gedenkens darstellen und so gemeinsame Referenzen für die *imagined community* von Wissenschaftler*innen herstellen. In Anlehnung an Pierre Noras *Lieux de Mémoire* (1989), sind sie kollektive Erinnerungen an vergangene Errungenschaften und

zugleich Anklänge dessen, was in Zukunft noch geleistet werden kann. Sie stellen auch Möglichkeiten der Kurskorrektur dar, wenn etwa eine Wissenschaftspersönlichkeit zu Lebzeiten nicht die ihr gebührende Anerkennung erfahren hat, und sie gewährleisten ein personenbezogenes kulturelles Erbe neben der reinen Bewahrung von Schriften. Anders als Medien der Auszeichnung, könnten wir Medien der Ehrerbietung auch ohne Weiteres ‚Medien der Gefolgschaft‘ nennen. Während Preise zwar dazu beitragen können, dass eine Person mehr Wahrnehmung erhält und in Folge auch mehr Personen ihrer Argumentation folgen und diese zitieren, so ist der Preis selbst noch nicht Ausdruck einer Gefolgschaft (es sei denn, es handelt sich etwa um einen Popularitätspreis). Medien der Ehrerbietung zeigen eindeutiger, dass es bereits eine Gefolgschaft gibt, die für ihr Folgen und Erinnern einer Persönlichkeit einen medialen Ausdruck findet und deren Wirken verstetigt.

Nehmen wir allgemein wissenschaftliche Medien in den Blick, die von Gefolgschaft zeugen, dann können auch Lektürelisten von für kanonisch befundenen Werken als solche verstanden werden, denn Kanoneffekte sind auch Gefolgschaftseffekte. Und Gefolgschaft, gleichgesetzt mit treuer Leser*innenschaft, signalisiert in der Wissenschaft besondere Macht: „Wo vom Kanon die Rede ist [...] geht es um wissenspolitische Hegemonie. Der Kanon ist Ausdruck des Wissenschaftsverständnisses und Wissenshorizontes jener, die Wissen herstellen, anerkennen, verbreiten und institutionalisieren“. (Arbeitskreis Kanonkritik 2022, 148) Umso problematischer ist es natürlich, wenn manche Autor*innen trotz hoher Relevanz keine Gefolgschaft finden oder manche Leser*innen allzu beharrlich in der Lehre bei ihren Lieblingslektüren bleiben (was durchaus auch dem Umstand geschuldet sein mag, dass die Zeit zum Lesen immer knapper, die Nachfrage nach Publikationen aber immer größer wird). Bei vielen meiner Kolleg*innen herrscht „Verwunderung über die ungebrochene Relevanz von Autoren (hier bewusst männlich formuliert), deren Werk historisch sicherlich bedeutsam gewesen sein mag, aber [schon] während unserer Studienzeiten kaum Bezüge zur zeitgenössischen Medienlandschaft aufwies“. (Arbeitskreis Kanonkritik 2022, 162–164) Fair verteilt ist die Währung der Aufmerksamkeit keinesfalls, und Beliebtheit spricht nicht immer für Relevanz.

den medialen Bedingungen von Wissenschaftsfeindlichkeit: Im Internet können Wissenschaftler*innen durchaus auch gegenrische Gefolgschaften anziehen. (Einwächter 2022b)

5 Begeisterte Gefolgschaften: Parallelen zwischen Fans und Wissenschaftler*innen

Zu unterschiedlichen Gelegenheiten habe ich darauf hingewiesen, dass es innerhalb der Wissenschaft (auch der Medienwissenschaft) Phänomene von Fandom und Celebrity gibt, und dass es lohnen könnte, diese aus einer kulturwissenschaftlichen Perspektive heraus zu untersuchen. (siehe u. a. Cuntz-Leng et al. 2015, 460–463; Einwächter 2017, 190–191) Neben durchaus substanziellem Zuspruch für diese Sichtweise erhalte ich immer wieder, insbesondere von professoraler Seite, Reaktionen des Entsetzens und der Distanzierung, die nicht zuletzt mit der sich immer noch hartnäckig haltenden Assoziation von Fandom mit pathologischem Verhalten und mit einer Geringschätzung populärer Kulturgüter zu tun hat, welche trotz aller Bemühungen der Cultural Studies in der Wissenschaft immer noch vorhanden sind. Wie könnte Wissenschaft, erlernte Profession und Impetus der Wahrheitssuche mit etwas so Trivialem wie Fandom zu vergleichen sein?

Die Fan Studies blicken zwar längst auf über 30 Jahre wissenschaftlichen Wirkens zurück, in denen sie dem Verständnis von Fans als besonders labilen und beeinflussbaren Personen („particularly vulnerable to media influence and crowd contagion“, Jensen 1991, 18) argumentativ zahlreiche Studien entgegengesetzt haben, die insbesondere mediendidaktische Meriten von Fankultur herausgestellt haben. Dennoch bleibt Joli Jensens Gedankenspiel aus dem Jahr 1991 bestechend aktuell, denn sie schlägt vor, Wissenschaftler*innen einmal als Fans zu denken: „What if we describe the loyalties that scholars feel to academic disciplines rather than to team sports, and attendance at scholarly conferences, rather than [...] concerts and soccer matches? [...] Do the assumptions

→ Vergleiche hierzu auch den Beitrag von Nacim Ghanbari in diesem Kompendium, der die Logiken des Fantums in der Literaturpraxis des 18. Jahrhunderts untersucht.

about inadequacy, deviance and danger still apply?“ (Jensen 1991, 19) Die Zuschreibungen an die vorgefundenen Begeisterungsformen änderten sich radikal und entlarvten so, wie stark Fandom von Wissenschaftler*innen als ‚das Andere‘ begriffen werde, von dem man sich bewusst abgrenzen müsse: „Fandom, it seems, [...] is what ‚they‘ do; ‚we‘, on the other hand, have tastes and preferences, and select worthy people, beliefs and activities for our admiration and esteem“. (Jensen 1991, 19)

Dass bei akademischer Begeisterung eher von ‚Liebhaberei‘ oder ‚Kenner*innentum‘ gesprochen werde als von ‚Fandom‘, führt Jensen auch darauf zurück, dass mit diesen Begriffen eine Form der Zurückhaltung im Ausdruck verbunden werde: „Fandom involves an ascription of excess, and emotional display [...]. Affinity, on the other hand, is deemed to involve rational evaluation, and is displayed in more measured ways – applause and a few polite ‚Bravos!‘ after concerts; crowd murmurs at polo matches; attendance of ‚big-name‘ sessions at academic conferences“. (Jensen 1991, 20) Matt Hills weist in diesem Zusammenhang darauf hin, dass eine als angemessen empfundene Distanz zum Gegenstand („proper distance“, 2012, 14) stets die zentrale Referenzgröße für Diskussionen um fankulturelle und wissenschaftliche Engagements darstelle. Jensen wiederum findet eine Reihe von Beispielen, in denen akademische Arbeit durchaus von starker Leidenschaft oder Emotion begleitet ist, und folgert, dass im Bestehen auf Unterschieden etwa zwischen Fans von Popmusik und besonders gründlichen Leser*innen der Literatur einer bestimmten wissenschaftlichen Persönlichkeit immer auch eine klassenbasierte Unterscheidung und Hierarchisierung mitschwingt. (Jensen 1991, 21) Ihre eigene wissenschaftliche Tätigkeit weise genug Merkmale auf, welche das folgende Fazit zuließen: „my aficionado-hood is really disguised, and thereby legitimated, fandom“. (Jensen 1991, 23)

Auch wenn Wissenschaftler*innen sich selten gerne mit Fans vergleichen lassen, sind doch viele Rahmenbedingungen und Probleme für akademische und freizeitbasierte Wissensgemeinschaften die Gleichen: Bereits in Henry Jenkins' Fandom-Definition von 1992 ist die Kritik am Text und an den Produzierenden von Texten konstitutiv. (1992, 277–280) Zudem geht es um längerfristige Investitionen von Zeit und auch Geld, die in die leidenschaftliche Auseinandersetzung mit einem Gegenstand fließen. (Roose et al. 2010, 12) Welche Wissenschaftskarriere käme ohne diese Ressourcen aus? In den Fan Studies wurde mehrfach erörtert, dass Fans und Wissenschaftler*innen Gemeinsamkeiten besitzen (siehe u. a. Cuntz-Leng et al. 2015; Hills 2012; Hills 2018; Jensen 1991) und es zudem Doppel-Identitäten in beiden Feldern gibt: wissenschaftliche Akteur*innen, die zugleich Fans sind (sogenannte *Aca-Fans* oder *Scholar-Fans*) oder umgekehrt Fans, die mit wissenschaftlichem Anspruch tätig sind (*Fan-Scholars*).

Nirgendwo ist dieser Vergleich jedoch so naheliegend wie in den Medienwissenschaften, bezeichnen sich doch viele Film-, Fernseh- oder Computerspielwissenschaftler*innen selbst durchaus auch offen als Fans oder etwas subtiler als ‚Cinephile‘, ‚Serien-Kenner*innen‘ oder ‚Gamer*innen‘. Und selten wird der Kompetenzen ausbildende Charakter von Liebhaber*innen-Tätigkeiten so deutlich wie hier: Wer leidenschaftlich gern gespielt, gelesen, oder geschaut hat, also in Gefolgschaft zu bestimmten Medien einen Teil der eigenen Sozialisation bestritten hat, verfügt über Wissen, das in Schule und auch Universität Vorteile verspricht.

6 Institutionalisierte Gesten der Reverenz oder: Wie die Fanboys der *Cahiers du Cinéma* Filmwissenschaft erfanden

Weite Teile der Fan Studies begreifen ihren Gegenstandsbereich schlicht als einen besonders intensiven Rezeptionsmodus, der bestimmte kulturelle Praktiken hervorbringt, wie etwa den Austausch mit anderen über gemeinsame oder differierende Lesarten von Medien. (Jenkins 1992) Wenngleich die emotionale Involviertheit eine wichtige Rolle spielt, ebenso wie die Bereitschaft, sich längerfris-

tig damit auseinanderzusetzen (Roose et al. 2010, 12), gilt Fandom der (Kultur-)Wissenschaft keineswegs als unkritische Praxis, sondern vielmehr als genaue Textkenntnis mit produktivem Resultat.

Dass sich genau dieser Zusammenhang von Begeisterung für Personen und ihre Werke, intensiver Beschäftigung und Produktivität in der wissenschaftlichen Auseinandersetzung wiederfinden lässt, erhellt das Beispiel der *Cahiers du Cinéma*, die eine bedeutende Rolle bei der Etablierung und Institutionalisierung von Filmkritik innehatten. Die französische Zeitschrift filmbegeisterter Journalist*innen diente in den 1950er Jahren vor allem der Huldigung amerikanischer Regisseure, denen die Schreibenden Autorenstatus zuerkannten und in ausführlichen Interviews eine Plattform boten. In der Diskussion dieser historischen Fakten wird bezeichnenderweise – was wiederum wissenschaftskulturell von Bedeutung ist – jedoch nicht von ‚Fandom‘ gesprochen: Es ist gehobener von *Cinéphilie* oder von *Connoisseurship* (Elsaesser 2005; Martin 2009) die Rede, was auch als Streben nach Distinktion (Jancovich 2002) gegenüber dem immer noch als unkritisch gedeuteten Fandom verstanden werden kann.

Die Mitbegründer der Autorentheorie haben jedenfalls selbst aus ihrem Fandom für US-amerikanische Regisseure keinen Hehl gemacht. Die Kritikerszene tritt hier, auch retrospektiv noch, deutlich befürwortend wertend auf. Andrew Sarris' *Confessions of a Cultist* (1970) oder auch Truffauts *Mr. Hitchcock, wie haben Sie das gemacht?* (2003 [1966]) sind dahingehend Medien der Gefolgschaft, dass sie das Werk der darin beschriebenen Filmemacher als Kunst darstellen und eben jener Neutralität entsagen, die von vielen ins Feld geführt wird, die in Wissenschaftler*innen keine Fans sehen möchten. Sarris etwa gibt offen zu, dass die von ihm propagierte *politique des auteurs* eine Wertung („a decision to be for certain directors and to be against others“, Barrett 1972, 196) aufgrund persönlicher Präferenz abbildete: „The policy of the critics writing in *Cahiers du Cinéma* was that they only gave serious analysis to the films of the directors they liked“. (Barrett 1972, 196) Die Rechtfertigung für solche Subjektivität sieht er in exakt jenem Lektüremodus, der auch für die Fan Studies der 1990er Jahre im Hinblick auf Fankultur bereits definitionsgebend ist, und der letztlich ein Mehr an Auseinandersetzung verspricht: „If you like somebody, you go to see his films again and again, you see things other people don't see, you think about him more“. (Barrett 1972, 196) Interessant für unsere Fragestellung ist, dass Sarris begeistertes Folgen nachdrücklich als einen Motor wissenschaftlicher Produktivität beschreibt: „Most scholarship is done on the basis of likes, not dislikes. [...] The best scholarship is done on the basis of enthusiasms“. (Barrett 1972, 196)

Sarris beschreibt zudem die medialen Bedingungen seiner leidenschaftlichen Gefolgschaft. Die Wertschätzung von Film und seine eigene Beschäftigung damit sei von einem bestimmten Modus des Rezipierens geprägt, der wesentlich durch die technischen Möglichkeiten des Fernsehens verursacht sei. Dieses mache alte Filme – im kurzlebigen Kino bald zum Vergessen verdammt – wieder einem Publikum zugänglich, das auf dem heimischen Bildschirm die Möglichkeit habe, Tausende an Kinofilmen (erneut) zu sehen. (Barrett 1972, 196–197) Diese Möglichkeit der medialen Wiederholung schaffe neues Potenzial der Historisierung und somit auch erst bestimmte wissenschaftliche Perspektiven. (Barrett 1972, 197) Wiederholung und Vervielfältigung gehören also zu den medialen Faktoren, sogar den Voraussetzungen von Ruhm und Gefolgschaft. Auch das Medium des Interviews mit den neu zu Stars erkorenen Regisseuren spielt in diesem Kontext eine wichtige Rolle. Es wird zum Vehikel ihrer Individualität und schafft so eine Voraussetzung von Celebrity. (Ruchatz 2014)

In ihrer Intellektualität angezweifelt, sahen sich die Kritiker der *Cahiers* genötigt, ihre Leidenschaft für das Werk eher unterhaltungsorientierter Regisseure rechtfertigen zu müssen. Dies geschah einerseits, indem diese vom generellen Mainstream abgegrenzt und als besonders gekennzeichnet wurden: „Like the cult movie fans after him, Sarris overtly used the apparently ‚low brow‘ rather than the ‚high brow‘ to beat the ‚middle brow‘ or ‚mainstream‘“. (Jancovich 2002, 316) Zudem spielen die Betonung des künstlerischen, also letztlich doch wieder hochkulturellen Wertes und des Kontexts eines Lebenswerks als Referenzgröße („you have to study the whole body of someone's work the way you would with, say, a painter“, Barrett 1972, 197–198) hierbei wichtige Rollen. Die Aufwertung des Unterhaltungsmediums per Assoziation mit dem Künstlerischen

Die Journalisten der *Cahiers du Cinéma* in der im Folgenden beschriebenen Zeit waren ausschließlich männlich und haben ausschließlich männliche Regisseure verhandelt. Da die *Cahiers* heute immer noch publiziert werden und sich die Genderpolitik mittlerweile verändert hat, wurde entsprechend einer gendersensiblen Schreibweise angepasst.

fürte schließlich dazu, dass auch die daran geknüpfte Begeisterung geadelt wurde. Das Verfolgen des Werdegangs eines Regisseurs wurde so zu einer potenziell sinnstiftenden Beziehung zwischen (Lebens-)Werk eines künstlerischen Individuums und einem nun als besonders versiert gerechtfertigten Publikum.

Heute ist die *politique des auteurs* wichtiger Lehrinhalt der Filmwissenschaft. Sind es nur die richtigen Gegenstände, die begeistert betrachtet werden, so findet Fandom durchaus Platz in den geheiligten Hallen der Wissenschaft, wenngleich die Überlappung von Fandom und *Cinéphilie* bislang allenfalls vorsichtig formuliert wird: „the adoring, self-reflecting cinephile and the engaged, creative fan might be articulating similar things in different ways“. (Goodsell 2014, 3) Den nötigen Distinktionsgewinn verspricht das französische Label, eine Form des intellektuellen Brandings, und natürlich die mit spitzen Ellbogen vorgetragene Überzeugung jener Filmwissenschaftler*innen, die auf die Institutionalisierung ihrer Begeisterung als Studienfach verweisen können, wenn sie sich von jener Befürwortung oder Kritik distanzieren möchten, die in Onlineforen oder auf Conventions geteilt wird.

7 Altherrenspektakel in ausverkaufter Arena: Žižek vs. Peterson

Wenngleich die Etablierung eines Lebenswerks bei Wissenschaftler*innen immer von Formen der Gefolgschaft abhängt, gibt es gerade in der Wissenschaft auch eine Reihe unerwünschter Folgen des Folgens. Der *Selling-Out-Factor* der medialen Aufmerksamkeit ist eine der wichtigsten davon, denn erhalten Wissenschaftler*innen größere Mengen von Aufmerksamkeit durch außeruniversitäre Publika, so gerät ihr wissenschaftliches Ansehen leicht in Gefahr.

Am 19. April 2019 spielte sich im großen Theaterbau in Toronto, dem Sony Center for Performing Arts, ein ungewöhnliches Spektakel ab, das ohne wissenschaftsexterne Gefolgschaften sicherlich so nicht denkbar gewesen wäre. Unter dem Titel *Happiness: Capitalism vs. Marxism* führten der Psychologe Jordan B. Peterson und der Philosoph Slavoj Žižek eine Diskussion über die Vor- und Nachteile der genannten Gesellschaftsordnungen. Bereits das Gebäude markierte den angekündigten Schlagabtausch als hybrides intellektuelles Format mit Unterhaltungsaspekten. Vor Beginn des Programms untermalten Vivaldis *4 Jahreszeiten* das Stimmengewirr einer gut gefüllten Halle. Die klassische Musik schien eine getragene Atmosphäre schaffen zu wollen, manche Wortwahl im Vorfeld (so war mehrfach vom „Duell des Jahrhunderts“ die Rede gewesen, siehe Rabe 2019) und auch die einführende Ansage aus dem Off, die an einen Boxkampf-Moderator erinnerte, jedoch eher auf ein Sportevent hinzudeuten. Auch die Anwesenden trugen zu diesem Eindruck bei, wie im Videomitschnitt gut nachvollzogen werden kann: Lautes Klatschen und Jubeln nach den einzelnen Wortbeiträgen sowie Pfiffe und Zwischenrufe – entgegen einer zuvor angesagten „zero tolerance policy for any heckling or disruptions“ – schafften eine Atmosphäre, die von Interaktionswillen zeugte. Die *Süddeutsche Zeitung* sprach später von einer „Atmosphäre wie beim Rummelboxen“. (Rabe 2019)

Die publikumswirksame intellektuelle Debatte wurde keinesfalls an diesem Abend erfunden; das Format kannte Vorgänger, die ebenfalls außerhalb der rein universitären Öffentlichkeit stattfanden, wie etwa die Diskussion zur Existenz Gottes von Frederick Copleston und Bertrand Russell, die 1948 im Radio übertragen wurde (BBC) oder die im TV übertragene Debatte „Human Nature and the Ideal Society“ (1971) zwischen Noam Chomsky und Michel Foucault. Neu am Setting der Debatte in Toronto war ihr Vorspiel in sozialen Medien, das ebenfalls an die Anbahnung eines Boxkampfes erinnerte. Žižek übte 2018 im *Independent* umfassend Kritik an Peterson und mutmaßte, dass dessen Aussagen zur LGBTQ- und #MeToo-Bewegung pseudowissenschaftlich und nah an einer Verschwörungstheorie seien. Umgehend folgte die Aufforderung des derart Beleidigten auf Twitter, sich zum (Rede-)Duell zu stellen. Beide, so ließen die Kommentare und Likes online ebenso wie die Begeisterungsbekundungen aus der Menge im Theatergebäude schließen, verfügten über große Anhänger*innenschaften, die jedes vermeintlich ‚punktende‘ Argument entsprechend

→ Vergleiche hierzu auch den Beitrag von Philip Hauser in diesem Kompendium.

Auch hier zeigt sich im Präsentationsformat von KI-Software eine gewollte Nähe zum Showspektakel des Boxkampfes durch gezielte Zitation der Inszenierung, um eine Affizierung des Publikums zu erreichen. Jedoch wird auch hier deutlich, dass eine allzu offensichtliche Zitation von Inszenierungsformen des Boxrings eher ins Absurde zu kippen droht.

quittierten. „Indeed, in less than a day, pirated copies of the livestream appeared on Youtube, with view counters quickly nearing the magical first million. The Toronto debate was called the hottest event in the city“. (Lian 2019, 645) Die letzten beiden Tickets zur Debatte waren im Vorfeld für 1,500 Dollar gehandelt worden.

Der intellektuelle Gewinn aus dieser fast dreistündigen Auseinandersetzung, so war sich die überwiegende Mehrheit der journalistischen Kommentator*innen hinterher einig, fiel gering aus: „The mere dumb presence of the celebrities on the stage mattered vastly more than anything they said, naturally“. (Marche 2019) Der *Spiegel* höhnte über Peterson als einen „Clown, der seinen Trotz im offiziellen Merchandise vertreibt (Hoodies für 47,99, Socken, aber ja doch: Jordan-Peterson-Socken für 14,16 Euro)“. (Frank 2019) Das vernachlässigt, dass auch Žižek längst zur Marke aufgebaut ist; auf Reddit wird er von seinen Fans „the Giant of Ljubljana“ genannt (www.reddit.com/r/zizek, 17. Juni 2022). Aber während Petersons Stardom vor allem außerakademisch auf YouTube und anderen Social-Media-Plattformen stattfindet, nutzt Žižeks Gefolgschaft stärker wissenschaftskonforme Wege der Ehrerbietung: Seit 2007 erscheint vierteljährlich das *International Journal of Žižek Studies*, unter Bedingungen des Peer Review und im Open Access. Und dies geschieht ganz offen mit dem Impetus des Markenerhalts zu Lebzeiten: „IJŽS aims to provide a valuable resource for those interested in his inimitable brand of critical thought.“ (<http://zizekstudies.org/index.php/IJZS>, 17. Juni 2022)

Wenngleich sich so gut wie alle Medien darin einig zu sein schienen, dass Peterson zum diskutierten Marxismus schlicht keine nennenswerten Quellenkenntnis vorweisen konnte, sah die *Neue Zürcher Zeitung* bezeichnenderweise den Punkte-Sieg Žižeks ausgerechnet darin begründet, dass er unterhaltsamer gewesen sei: „Peterson kann mit seinen Zahlen, seinem nüchternen, etwas steifen Diskurs und seiner anständigen Art nicht mit dem lauten Witzbold mithalten, der alles ironisiert und auf den Kopf stellt“. (Basad 2019) Die *Süddeutsche Zeitung* übt sich hingegen in Kulturpessimismus: „Nein, das Schlimmste war, dass die Debatte am Ende zu Unrecht ein trauriges Beispiel lieferte für die Unfähigkeit unserer Zeit, der Erörterung eines etwas komplexeren Themas zu folgen“. (Rabe 2019)

Die hohe Popularität des Events lässt sich als ein Musterbeispiel dafür verwenden, dass die Wissenschaft – wie andere Gesellschaftsbereiche auch – sich in einem Mediatisierungsprozess befindet, der zunehmend Logiken der Medienbranche einsickern lässt und in der Folge Kurzweiligkeit und Entertainment bevorzugt. (siehe u. a. Hjarvard 2008; Krotz et al. 2017) Innerhalb eines solchen Mediatisierungsprozesses spielt die Celebrifizierung einzelner Akteur*innen sowie ihre Vermarktung und Förderung durch fankulturelle Gefolgschaften eine wichtige Rolle. (Einwächter 2020, 325–327)

Peterson ist ein typischer Akteur und zunächst auch Gewinner in dieser Entwicklung. Anders als bei Žižek, ist Petersons großer Bekanntheitsgrad nämlich eindeutig auf seine Nutzung verschiedenster Social-Media-Plattformen zurückzuführen: Er ist in unzähligen YouTube-Videos vertreten, unterhält Verbindungen zu 4Chan und Reddit und nutzt die Microfunding-Plattform Patreon (van de Ven und van Gemert 2020, 3), des Weiteren ist er in Podcasts (*Joe Rogan Experience* und *Pangburn*), im Fernsehen (unter anderem Auftritte bei *BBC News* und *Channel 4*) sowie auf Instagram präsent. (van de Ven und van Gemert 2020, 4–7) In Peterson treffen unterschiedliche Kompetenzen zusammen, die aus ihm weniger einen Wissenschaftler, denn einen Celebrity mit großer Gefolgschaft machen: „media literacy and resulting visibility in online culture, aided by YouTube’s algorithms, a highly effective posture that makes a dominant masculine stance seem like an attainable goal and, finally, vague obscure writings that lend the author the aura of the guru“. (van de Ven und van Gemert 2020, 14)

Während seine fachwissenschaftlichen Beiträge zur klinischen Psychologie von Kolleg*innen geschätzt werden, wird seine Online-Präsenz weitaus kritischer verfolgt. Ania Lian etwa beschreibt seinen ‚Guru-Status‘ innerhalb einer Facebook-Gruppe: „Those who support him describe him as a ‚savior of Western culture‘, ‚a hero‘, ‚a free speech advocate‘, ‚the gateway drug for Christ‘, [...] ‚a godfather‘ and ‚a wise king archetype““. (2019, 645) Inge van de Ven und Ties van Gemert skizzieren den großen Erfolg Petersons als ein Resultat gelungener Simplifizierung von Inhalten, da er diese so aufbereite, dass sie „accessible and attractive to the public“ (2020, 4) seien: „By speaking

in understandable language about both Fyodor Dostoevsky and the perils and benefits of smoking weed, Peterson is able to draw enormous audiences“ (van de Ven und van Gemert 2020, 4) Auswahl und Arrangement seiner Inhalte helfe seinem Publikum, ein breites Feld an gesellschaftlichen Themen zu überblicken, und zu diesen eine Meinung zu bilden, allerdings eine einseitig konservative: „his particular way of ‚filtering‘ information for his audience at times leads to misinformation“ (van de Ven und van Gemert 2020, 4) Der Umstand tendenziöser Information wird besonders von der linksliberalen Wissenschaftsgemeinschaft kritisch verfolgt, da Peterson vor allem jungen weißen Männern Rechtfertigungen liefert, sich einseitig mit Feminismus und Fragen der sozialen Gerechtigkeit auseinanderzusetzen und diesen eine entschieden ablehnende Haltung gegenüber einzunehmen. (Bartlett 2018)

Öffentlichkeitswirksame Simplifizierung und Orientierung am Entertainment sind kommunikative Leistungen, die im Rahmen der Wissenschaftskommunikation durchaus gewinnbringend sein können. Wissenschaftler*innen bringen diese jedoch stets (auch ohne eine tendenziöse Färbung wie bei Peterson) das Misstrauen und die Kritik von Kolleg*innen ein. So lautet ein Hauptkritikpunkt an Petersons Onlinebeiträgen, dass er sich in diesen als schlechter Wissenschaftler erweise: „His book recommendations and readings of (scientific) literature are often limited, one-sided, and at times demonstrably incorrect“ (van de Ven und van Gemert 2020, 5) Insbesondere falle auf, dass er selbst kaum noch lese: „His reading is not only inaccurate, but reflects a lack of reading altogether“ (van de Ven und van Gemert 2020, 5)

Und es ist dieser letzte Aspekt, der ein generelles Problem von Celebrity-Wissenschaftler*innen auf den Punkt bringt: Es ist kaum möglich, an der wissenschaftlichen Fachdiskussion und ihrer im erwünschten Fall immer reziproken Aufmerksamkeitsökonomie von Lesen und Gelesen-Werden teilzunehmen und zugleich den Anforderungen einer digitalen Netzgemeinde und einer aktivistischen Karriere Rechnung zu tragen. Beide Publika verlangen signifikant andere Kompetenzen und dabei hohe Investitionen von Zeit.

Wenngleich das Bespielen sozialer Netzwerke auch und gerade bei Peterson zu einem Anstieg an Verkaufszahlen seiner Bücher und einer hohen Nachfrage für Vorträge geführt haben (van de Ven und van Gemert 2020, 6–7), lässt sich das hierdurch gewonnene Kapital an Aufmerksamkeit vor allem außerhalb der Universität umsetzen. Hier wird er wahlweise zur Vater- oder Märtyrfigur (van de Ven und van Gemert 2020, 11) einer Generation junger Männer, welche ihre Privilegien in Gefahr sieht und darin von Peterson nachdrücklich bestätigt wird: „my qualified and supremely trained heterosexual white male graduate students [...] face a negligible chance of being offered university research positions, despite stellar scientific dossiers“ (Peterson 2022) Innerhalb der Institution häufen sich Zerwürfnisse aufgrund seiner anhaltenden Ablehnung von Diversitätsbestrebungen, das Befremden von Petersons Kolleg*innen seinen digitalen Umtrieben gegenüber mündet in einer Entfremdung Petersons von der Institution der Universität, welche er 2022 – publikumswirksam als Protest deklariert – in den vorzeitigen Ruhestand verlässt. Begleitet ist dies von einer Ankündigung, die sich für manche wie eine Drohung liest: „I can now teach many more people and with less interference online“ (Peterson 2022) Auch hier, so ließe sich ein früheres Argument dieses Artikels aufgreifen, hat ein Mismatch von Habitus und Feld (Matthies und Rehbein 2020) zum Austritt aus der Wissenschaft geführt.

8 Fazit

Manchmal erinnert der Wissenschaftsbetrieb an kulturwirtschaftliche Verhältnisse: Wenige Stars konzentrieren die Aufmerksamkeit vieler auf sich; die Arbeitsverhältnisse sind prekär und getragen von hochmotivierten Personen, die sich selbst ausbeuten, während sie mit vielfältigen Praktiken des Bewunderns, Imitierens und Zitierens kostenlos Werbung für andere machen (und dabei eigentlich selbst gerne Stars wären).

Dass Wissenschaftskultur mal mehr mal weniger explizit, aber immer konstitutiv von Gefolgschaftseffekten getragen wird, war zentrales Argument dieses Artikels, denn Denkschulen und die Kanonisierung von Wissen beruhen genauso auf Gefolgschaften, wie erfolgreiche Wissenschaftskarrieren zentraler Persönlichkeiten. Ein zweites Anliegen war, für die prekären Implikationen dieser Mechanismen zu sensibilisieren. Denn beides bedeutet in der Wissenschaft schließlich Überlebensstrategie: Sich in Gefolgschaft zu den erfolgreichen Systemgewinner*innen zu begeben, von ihnen zu lernen, ihnen zuzuarbeiten und ihnen damit oftmals ähnlich zu werden, ebenso, wie eine Gefolgschaft von Multiplikator*innen um sich zu versammeln, die das eigene Lebenswerk sichtbar machen und verstetigen helfen.

Die in der Wissenschaft zentrale Währung der Aufmerksamkeit ist ungleich verteilt und findet ihren Ausdruck in Medien der Anerkennung und Ehrerbietung, von denen manche sehr eigene Formate der Wissenschaft darstellen, die außerhalb ihrer vermutlich keinen Markt finden würden (beispielsweise Festschriften). Der kulturelle Wert, der ihnen zukommt, ist jedoch von großer Bedeutung: Hier tradieren und pflegen Gefolgschaften Erinnerung an wichtige Leistungen und Personen und stiften so Gemeinschaftssinn im jeweiligen Fach.

In der kurz umrissenen Auseinandersetzung von Slavoj Žižek und Jordan Peterson treffen neue und alte Medien der Gefolgschaft aufeinander, was nicht zuletzt auch eine fortschreitende Mediatisierung von Wissenschaft illustriert, welche für die Wissenschaft relevante Prinzipien des Folgens diversifiziert. Beide Akteure werden von ihren Gefolgschaften auf unterschiedliche Weise bestätigt und getragen: Ersterem wird wissenschaftskonform im Peer Reviewed Journal seines eigenen Namens gehuldigt, zweiterer generiert Aufrufzahl-Rekorde auf YouTube. Die Beliebtheitsprinzipien digitaler sozialer Plattformen können eine Ergänzung, aber auch ein Konkurrenzmodell zum Erwerb wissenschaftlichen Kapitals darstellen, und so bewegt sich die dortige Beschäftigung auf einem schmalen Grat. Die Investition von Zeit in ein Publikationsmedium, das sich nicht in den wissenschaftlichen Zitationsmarkt einbinden lässt, bleibt karrierestrategisch riskant.

Eine problematische Dimension der Ungleichverteilung von Beachtung und Beachtet-Werden habe ich in diesem Artikel aufgrund ihrer hohen Komplexität ausgeklammert, weil sie einen eigenen Artikel verdient. Diedrich Diederichsen umschreibt sie wie folgt: „Die Handlungen, die diejenigen ausführen, die Wissen vermitteln, sind von Zuwendung gekennzeichnet, von Nähe, oft Intimität. Sie tragen zur Ladung und Entladung zwischenmenschlicher, kollektiver, ja auch erotischer Spannungen bei, die oft weit über die zur sachlichen Erkenntnis notwendige Zugewandtheit hinausgehen.“ (2017, 113) Die Aufladung der Lehrperformance mit Erotik verweist um ein weiteres Mal auf die Relevanz einer Perspektive der Celebrity sowie der Gender Media Studies auf Wissenschaft, weil hier das lehrende Subjekt Begehren auf sich zieht oder auch selbst Begehren in die Tat umsetzt, alle problematischen und missbräuchlichen Dimensionen der zumeist asymmetrischen Personenkonstellation inklusive. Diesem Phänomen würde im Kontext der Leitthematik des ‚Folgens‘ allerdings keine Gerechtigkeit widerfahren, weshalb ich es an dieser Stelle bei einer Notiz und dem Hinweis darauf belasse, dass auch die Wissenschaft eine eigene #MeToo-Debatte führt (siehe u. a. Bergermann und Heidenreich 2019).

→ Vergleiche hierzu auch den Beitrag von Bent Gebert zu agonalen Gefolgschaftsprozessen in diesem Kompendium.

Literatur

- Afonso, Alexandre. „How Academia Resembles a Drug Gang“. *Social Science Research Network* (11. März 2014). <https://ssrn.com/abstract=2407748> (1. April 2022).
- Arbeitskreis Kanonkritik. „Welcher Kanon? Wessen Kanon? Eine Einladung zur Diskussion“. *zfm - Zeitschrift für Medienwissenschaft* 26.1 (2022): 159–171.
- Avin, Chen, Barbara Keller, Zvi Lotker, Claire Mathieu, David Peleg und Yvonne-Anne Pigolet. „Homophily and the Glass Ceiling Effect in Social Networks“. *Proceedings of the 2015 Conference on Innovations in Theoretical Computer Science* 2015: 41–50.
- Barrett, Gerald. „Andrew Sarris Interview: October 16, 1972 (Part One)“. *Literature/Film Quarterly* 1.3 (1973): 195–205.

- Bartlett, Tom. „What’s So Dangerous About Jordan Peterson?“ *The Chronicle of Higher Education* (17. Januar 2018). <https://www.chronicle.com/article/whats-so-dangerous-about-jordan-peterson/> (1. April 2022).
- Basad, Judith. „Slavoj Žižek und Jordan Peterson haben sich in Toronto duelliert“. *Neue Zürcher Zeitung* (20. April 2019). <https://www.nzz.ch/feuilleton/iek-ich-wollte-sie-irritierslavoj-iek-und-jordan-peterson-haben-sich-in-toronto-duellierten-peterson-das-haben-sie-geschafft-ld.1476563> (1. April 2022).
- Bergermann, Ulrike, und Nanna Heidenreich. „Intimacy Expectations‘: Wissenslust, sexuelle Gewalt, universitäre Lehre“. *zfm - Zeitschrift für Medienwissenschaft* 11.1 (2019): 25–37.
- Bourdieu, Pierre. „Ökonomisches, kulturelles, soziales Kapital“. *Soziale Ungleichheiten*. Hrsg. von Reinhard Kreckel. Göttingen 1983: 183–198.
- Bourdieu, Pierre. *Homo academicus*. Frankfurt am Main 2018.
- Cuntz-Leng, Vera, Sophie G. Einwächter und Sven Stollfuß. „Perspektiven auf Partizipationskultur: Eine Auswahl“. *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews* 32.4 (2015): 449–467.
- Diederichsen, Diedrich. „Hilfe, mein Lover ist Ethnologe!“. *Mittelweg* 36 26.4–5 (2017): 112–130.
- Einwächter, Sophie G. „Aktuelle Themen der Celebrity (und Fan) Studies: Politik, Selbstvermarktung und Interviews als Forschungsgegenstand und -werkzeug“. *zfm - Zeitschrift für Medienwissenschaft* 9.1 (2017): 185–191.
- Einwächter, Sophie G. „Das Marken-Fan-omen‘ Trump: Ein Exzess der Mediatisierung von Politik“. *Trump und das Fernsehen: Medien, Realität, Affekt, Politik*. Hrsg. von Dominik Maeder, Herbert Schwaab, Stephan Trinkaus, Anne Ulrich und Tanja Weber. Köln 2020: 308–340.
- Einwächter, Sophie G. „Was hindert uns daran, Forschungsdaten zu publizieren?“. *Zeitschrift für Medienwissenschaft/Open Media Studies Blog* (17. März 2022). <https://zfmedienwissenschaft.de/node/1746> (1. April 2022).
- Einwächter, Sophie G. „Feindlichkeit gegenüber Wissenschaftler*innen – Kartierung eines Phänomens“. *Wissenschaftsfeindlichkeit. Angriffe auf Wissenschaft(ler*innen) und ihre Bedeutung für Bildung und Demokratie. Demokratie gegen Menschenfeindlichkeit* 2 (2022), 10–28.
- Elsaesser, Thomas. „Cinephilia or the Uses of Disenchantment“. *Cinephilia: Movies, Love and Memory*. Hrsg. von Marijke de Valck und Malte Hagener. Amsterdam 2005: 27–43.
- Essed, Philomena. „Cloning amongst Professors: Normativities and Imagined Homogeneities“. *NORA – Nordic Journal of Feminist and Gender Research* 12.2 (August 2004): 113–122.
- Frack, Georg. *Ökonomie der Aufmerksamkeit: Ein Entwurf*. München 2019.
- Frank, Arno. „Philosophenduell Zizek vs. Peterson: Mit dem Taschenmesser ins Artilleriegefecht“. *Spiegel Online* (20. April 2019). <https://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/slavoj-zizek-vs-jordan-peterson-marxist-gewinnt-philosophenduell-a-1263756.html> (1. April 2022).
- Franz, Anja. *Symbolischer Tod im wissenschaftlichen Feld*. Wiesbaden 2018.
- Goodsell, Matthew John. *Cinephilia and Fandom: Two Fascinating Fascinations*. MA-Thesis. Department of Interdisciplinary Studies of the Manchester Metropolitan University 2014.
- Hills, Matt. „Implicit Fandom in the Fields of Theatre, Art, and Literature: Studying ‚Fans‘ Beyond Fan Discourses“. *A Companion to Media Fandom and Fan Studies*. Hrsg. von Paul Booth. Oxford 2018: 477–491.
- Hills, Matt. „Proper Distance‘ in the Ethical Positioning of Scholarfandoms: Between Academics‘ and Fans‘ Moral Economies?“ *Fan Culture: Theory/Practice*. Newcastle-upon-Tyne 2012: 14–37.
- Hjarvard, Stig. „The Mediatization of Society: A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change“. *Nordicom Review* 29. 2 (2008): 102–131.
- Jancovich, Mark. „Cult Fictions: Cult Movies, Subcultural Capital and the Production of Cultural Distinctions“. *Cultural Studies* 16.2 (2002): 306–322.
- Jenkins, Henry. *Textual Poachers: Television Fans & Participatory Culture*. London 1992.
- Jensen, Joli. „Fandom as Pathology: The Consequences of Categorization“. *The Adoring Audience*. Hrsg. von Lisa A. Lewis. London 1991: 9–29.
- Jordan, Juanita, und Katrin Mack. „Zentrale Handlungsfelder zur Förderung von Frauenkarrieren im Ingenieursumfeld“. *Karrierechancen von Frauen erfolgreich gestalten: Analysen, Strategien und Good Practices aus modernen Unternehmen*. Hrsg. von Andreas Boes, Anja Bultemeier und Rainer Trinczek. Wiesbaden 2013: 275–381.
- Krotz, Friedrich, Cathrin Despotović und Merle-Marie Kruse. *Mediatisierung als Metaprozess: Transformationen, Formen der Entwicklung und die Generierung von Neuem*. Wiesbaden 2017.
- Lazarsfeld, Paul F., und Robert K. Merton. „Friendship as a Social Process: A Substantive and Methodological Analysis“. *Freedom and Control in Modern Society* 18.1 (1954): 18–66.
- Lian, Ania. „The Toronto Debate: Jordan Peterson and Slavoj Žižek on Ethics and Happiness“. *The European Legacy* 24.6 (2019): 644–650.
- Marche, Stephen. „The ‚Debate of the Century‘: What Happened When Jordan Peterson Debated Slavoj Žižek“. *The Guardian* (20. April 2019). <https://www.theguardian.com/world/2019/apr/20/jordan-peterson-slavoj-zizek-happiness-capitalism-marxism> (1. April 2022).
- Martin, Adrian. „Cinephilia as War Machine“. *Framework: The Journal of Cinema and Media* 50.1/2 (2009): 221–225.
- Martin, Patricia Yancey. „Mobilizing Masculinities‘: Women’s Experiences of Men at Work“. *Organization* 8. 4 (2001): 587–618.

- Matthies, Hildegard, und Stella Rehbein. „Inkongruenz. Ausstieg aus der Wissenschaft als Folge eines Mismatch zwischen Feld und Habitus“. *Die Hochschule: Journal für Wissenschaft und Bildung* 29.1 (2020): 87–97.
- Merton, Robert K. *Entwicklung und Wandel von Forschungsinteressen: Aufsätze zur Wissenschaftssoziologie*. Frankfurt am Main 1985.
- Nora, Pierre. „Between memory and history: Les lieux de mémoire“. *representations* 26 (1989): 7–24.
- Peterson, Jordan. „Why I Am No Longer a Tenured Professor at the University of Toronto“. *National Post* (19. Januar 2022). <https://nationalpost.com/opinion/jordan-peterson-why-i-am-no-longer-a-tenured-professor-at-the-university-of-toronto> (1. April 2022).
- Rabe, Jens-Christian. „Narzisstisches Talkshow-Ping-Pong“. *Süddeutsche Zeitung* (22. April 2019). <https://www.sueddeutsche.de/kultur/philosophie-zizek-peterson-toronto-auftritt-1.4417325> (1. April 2022).
- Rieger, Stefan. „PROF. Über Beratungsresistenz“. *zfm - Zeitschrift für Medienwissenschaft* 10.1 (2018): 193–196.
- Roose, Jochen, Mike S Schäfer und Thomas Schmidt-Lux. *Fans. Soziologische Perspektiven*. Hrsg. von dens. Wiesbaden 2010.
- Rossiter, Margaret W. „Der (Matthäus) Matilda-Effekt in der Wissenschaft“. *Zwischen Vorderbühne und Hinterbühne: Beiträge zum Wandel der Geschlechterbeziehungen in der Wissenschaft vom 17. Jahrhundert bis zur Gegenwart*. Hrsg. von Theresa Wobbe. Bielefeld 2003: 191–210.
- Ruchatz, Jens. *Die Individualität der Celebrity: Eine Mediengeschichte des Interviews*. Köln 2014.
- Sarris, Andrew. *Confessions of a Cultist: on the Cinema, 1955–1969*. New York 1970.
- Van de Ven, Inge, und Ties van Gemert. „Filter Bubbles and Guru Effects: Jordan B. Peterson as a Public Intellectual in the Attention Economy“. *Celebrity Studies* (2020): 1–19.
- Van den Brink, Marieke, und Yvonne Benschop. „Gender in Academic Networking: The Role of Gatekeepers in Professorial Recruitment“. *Journal of Management Studies* 51. 3 (2014): 460–492.
- Žižek, Slavoj. „Why Do People Find Jordan Peterson so Convincing? Because the Left Doesn't Have Its Own House in Order“. *The Independent* (14. Februar 2018). <https://www.independent.co.uk/voices/jordan-peterson-clinical-psychologist-canada-popularity-convincing-why-left-wing-alt-right-cathy-newman-a8208301.html> (1. April 2022).

