SSOAR

Open Access Repository
www.ssoar.info

Buchbesprechung zu: Rietz, I.; Kliche, Th.; Wahl, S. (Hrsg) (1999): Das Image der Psychologie. Empirie und Perspektiven zur Fachentwicklung. Lengerich: Pabst

Jaeggi, Eva

Veröffentlichungsversion / Published Version
Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:
Jaeggi, E. (2000). Buchbesprechung zu: Rietz, I.; Kliche, Th.; Wahl, S. (Hrsg) (1999): Das Image der Psychologie. Empirie und Perspektiven zur Fachentwicklung. Lengerich: Pabst. [Rezension des Buches *Das Image der Psychologie : Empirie und Perspektiven zur Fachentwicklung*, von I. Rietz, T. Kliche, & S. Wahl]. *Journal für Psychologie*, *8*(4), 85-86. https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-33644

Nutzungsbedingungen:
Dieser Text wird unter einer CC BY-NC-ND Lizenz (Namensnennung-Nicht-kommerziell-Keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier:
https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.de

Terms of use:
This document is made available under a CC BY-NC-ND Licence (Attribution-Non Comercial-NoDerivatives). For more Information see:
https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0

gesis Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften

Mitglied der Leibniz-Gemeinschaft

Rietz, I. Kliche Th., Wahl, S. (Hrsg) (1999): Das Image der Psychologie, Empirie und Perspektiven zur Fachentwicklung. Lengerich: Pabst

Fragt man PsychologInnen, welches Prestige ihr Fach wohl in der Öffentlichkeit genießt, dann wird man mit großer Sicherheit eine eher negativ gefärbte Vermutung zu hören bekommen. Psychologen haben wenig Selbstwertgefühl in bezug auf ihr Fach und dessen Bedeutsamkeit in der Öffentlichkeit. Dies steht in krassem Gegensatz zu einem allgemein verbreiteten Welt-und Menschenbild, das stark gefärbt ist von psychologischem Denken.

Die Autoren des vorliegenden Bandes haben daher eine ganze Reihe von empirischen Untersuchungen und einigen theoretischen Überlegungen zum Thema des »Image« der Psychologie herausgegeben und mit einer klugen Einführung versehen.

Die Begründung für das Interesse am Image der Psychologie ist vielfältig und leuchtet unmittelbar ein: Es ist die Voraussetzung für eine »Erziehung« zum vernünftigen psychologischen Denken, das Scharlatanerie von Wissenschaft unterscheiden lernt, für die Überzeugungarbeit bei Arbeitgebern, daß Psychologen sinnvolle Arbeit in verschiedensten Berufsfeldern leisten können, die Beeinflussung von den Geldgebern wissenschaftlicher Forschung u.ä.m. – das sind nur einige der wichtigen Begründungen.

Trotz großer Medienpräsenz und offensichtlicher »Verpsychologisierung« des Denkens auch bildungsärmerer Schichten ist - allen Befragungen zufolge - die Ambivalenz in bezug auf die Vertreter des Faches recht groß. Im Einleitungsartikel wird den Gründen dafür spekulativ nachgegangen: die Angst vor sozialen Zwängen, aber auch der Wunsch nach sozialen Rezepten, die mit Leid für den Einzelnen verbundene Definition von Normalität, die oft fatale Medienpräsenz von Psychologen, die nichts als Banalitäten von sich geben - all das trägt bei zu einer Stereotypenbildung, die neben der warmen Einfühlsamkeit narzißtische Ausbeutungsmentalität und neurotische Verhaltensweisen thematisiert. Erschwerend kommt hinzu, daß das Fach selbst sich alles andere als eindeutig präsentiert, was in der Öffentlichkeit nicht als Beweis der lebendigen Kreativität angesehen, sondern als Konfusion wahrgenommen wird.

Es ist der Zusammenstellung der Arbeiten über das Image der Psychologie (teils selbst erhobene Untersuchungen, teils Übersichtsartikel über empirische Untersuchungen) zu danken, daß eine Differenzierung der Fragestellung in vielerlei Facetten ermöglicht wird.
So finden wir einen Vergleich zwischen Fremdbild und Selbstbild von PsychologInnen (das Selbstbild ist noch wesentlich schlechter als das Fremdbild!), eine Befragung von Internetbenutzern die das Bild einer großen Ambivalenz abrundet und verfeinert und einige Auskunft gibt über Assoziationen zu wichtigen psychologischen Begriffen wie »Psychologisches Experiment« oder »Behaviorismus«.

Daß die Psychologische Tätigkeit von Berufsgruppen, die »Ähnliches« machen (Ärzte, Betriebswirte) oft abgewertet wird, überrascht nicht unbedingt. Allerdings sind die Urteile dieser Berufsgruppen wesentlich milder, wenn sie tatsächlich schon mit PsychologInnen zusammengearbeitet haben. Auch darüber finden wir Untersuchungsergebnisse. (Burghofer) Die Darstellung von Psychologen in den Printmedien (im Vergleich zu direkten Aussagen von Personen mit und ohne Psychologieerfahrungen) von Sydow und Reimer ermöglicht einen sehr guten Überblick über die durch die Medien inszenierten Stereotypen. (»Der typische Psycho ist männlich, psychoanaly-

tisch orientiert und sieht Freud ähnlich!«), vermutetes Prestige des Berufes bei Psychologiestudenten (miserabel!, noch hinter dem Bäcker, Schreiner und Gärtner), die Bedeutung der »Kinderschänder-Debatte« für das Image der Psychologen u.ä.m. runden das Bild ab.

Vorschläge zur Verbesserung des Psychologen. Images werden von Kobbé, Tausch, und Witte vorgestellt, wobei mir persönlich vor allem die Analysen und (vorsichtigen) Vorschläge von Kobbé außerordentlich bedenkenswert erscheinen: Eine recht differenzierte Analyse der gesellschaftlichen Einbettung der Psychologie als Wissenschaft und Praxis gipfelt in der schon von Foucault erhobenen Forderung, Psychologen mögen nicht in systemstabilisierender Weise ihre Handlungskompetenz immer wieder »beweisen« (um dann zu enttäuschen), sondern sie mögen ihre Kompetenz darin sehen, daß sie »die Gewohnheiten und Handlungen des Denkens aufbrechen«. Daß damit auch eine Umorientierung des Studiums nötig wird, sei nur am Rande bemerkt.

Auch wenn der schmale vorliegende Band (241 Seiten) sicher nicht alle Felder des Gegenstandes besetzt, auch wenn eine gewisse Uneinheitlichkeit der Ansätze nicht zu übersehen ist: das Feld der Image-Bildung sowohl als empirisches als auch als theoretisches Problem in Angriff genommen zu haben verdient Achtung und Interesse.

Eva Jaeggi