

**„Guidelines“**  
**zum Verfassen einer Promotion in Philosophie**  
**(Dominik Finkelde SJ)**  
**3. Jan. 2021**

**VORWORT**

Wenn Sie Interesse haben,  
bei mir eine Promotion schreiben zu wollen...

dann schicken Sie mir in diesem Fall ein substantielles Exposé von sechs bis acht Seiten (bibliographischer Apparat inklusive). Darin sollte auf begrifflich präzise Weise deutlich werden, welche philosophischen Fragestellungen Sie erörtern und welche Antworten Sie vorstellen möchten. Ebenso sollte in dem Exposé deutlich werden, in welchem Kontext einer zeitgenössischen Debatte Sie ihre Arbeit verorten. In diesem Zusammenhang muss im Verweis auf zahlreiche Bücher oder Autoren klar werden, dass Sie das Forschungsfeld, in dem Sie ihre Arbeit verorten, gut kennen und dort mit entscheidenden Autorinnen und Autoren in einen substanziellen Dialog treten können. Ihr Exposé sollte ein philosophisches Problem identifizieren und erste Ideen zur Lösung desselben andeuten. Wie ein Lektor achte ich beim Lesen des Exposés darauf, ob Sie schreiben und denken können, kompetent sind in der Beurteilung Ihres Forschungsfeldes und mehr oder weniger in der Lage sind, Ihre Promotion eigenständig zu schreiben.

Es sei kurz erwähnt, dass ich wiederholt Anfragen bekomme, in denen Promovierende ihren Wunsch zum Ausdruck bringen, zur Philosophie Slavoj Žižeks und dem Werk Jacques Lacans arbeiten zu wollen. Beide Autoren eignen sich jedoch wenig für eine akademische Qualifikationsarbeit. Ein Grund liegt in der bewussten Verweigerung einer Systematik ihrer Werke. Ebenso wie bei Arbeiten zum Werk von Gilles Deleuze gibt es daher (noch) wenig Sekundärliteratur, die den Standards der akademischen Philosophie standhält bzw. die mich überzeugen. Das heißt nicht, dass eine Arbeit zu Žižek und Lacan sich nicht auch im Grenzbereich von Kulturtheorie und Philosophie verorten kann, aber der Mangel einer Systematik in den Werken der Autoren stellt Promovierende nicht selten vor eine schwierige Aufgabe.

**„GUIDELINES“ ZUR PROMOTION**

**1.) Problemstellung und Lösungsvorschlag**

- Eine Promotion sollte in erster Linie ein philosophisches Problem entdecken und dann die Lösung ausführlich darlegen. Mehr muss eine Promotion nicht leisten: das Problem identifizieren und eine Lösung zur Debatte stellen. Die gute Nachricht ist: Probleme gibt es genug.

BEISPIEL: Sie können beim Lesen der Sekundärliteratur zu Hegels politischer Philosophie entdecken, dass der Begriff des „Pöbels“ nur wenig oder bisher gar keine Beachtung gefunden hat. Dann wäre hier ein Problem identifiziert und ihr Buch die Lösung. (Im Fachjargon für Förderanträge heißt es dann, dass Ihre Arbeit ein „Desiderat der Forschung“ erfüllt und tatsächlich sollte es das.) Oder aber Sie sind der Meinung,

dass die im Werk von Judith Butler tangierten Fragen zur Biopolitik bisher noch keine systematische Aufbereitung erfahren haben. Dann wäre hier das „Desiderat der Forschung“ bzw. die Problemlage zu sehen und Ihre Promotion die Erfüllung dieses Desiderats. Je klarer das philosophische Problem artikuliert und in einem Kontext der zeitgenössischen Philosophie reflektiert ist, um so leichter wird die Niederschrift der Promotion.

## **2.) Keine Eile bei der Thesenfindung**

- Lassen Sie sich Zeit bei der Ausgangsfrage Ihrer Promotion bzw. beim Finden des zu klärenden Problems. Das kann bis zu einem Jahr dauern. Manchmal sitzt man in dieser Zeit wie zwischen Stühlen an drei bis vier verschiedenen Ideen und entwirft verschiedene Exposés und Materialsammlungen dazu. Man versucht dann herauszufinden, welche Thematik das eigene Schreiben und Denken motiviert und ob genug Material für einen Text von 250-300 Buchseiten dabei zur Verfügung steht. Kurz: Legen Sie sich nicht all zu schnell auf eine These fest. Denn wenn eine gute gefunden ist, muss man im besten Fall die Arbeit nur noch unterschreiben.

- Wenn Ihre These steht: fassen Sie diese in ein oder zwei Sätzen so zusammen, dass auch Nicht-Philosophen davon etwas verstehen können. Fassen Sie die These aber auch noch einmal auf einer halben oder ganzen Seite zusammen. Verlage verlangen das: bündige Abstracts in verschiedenen Längen, die z.B. wie ein Klappentext potentiellen Leserinnen und Leser sagen, worum es geht. Wenn Sie nicht in wenigen Sätzen sagen können, worum es in Ihrer Promotion konkret geht, stimmt in der Regel etwas nicht mit Ihrer These.

- Ein bescheidenes Thema bzw. Forschungsproblem kann manchmal viel Zeit und Energie ersparen verglichen mit einer angeblichen Superidee. Aber auch ein bescheidenes Thema sollte nicht auf Kosten ihrer Freude an dem Thema gehen.

## **3.) Reflektieren Sie auf die Formstruktur ihrer Promotion, nicht nur auf die Inhalte**

- Eine Promotion kann verschiedene formale Strukturen haben. Seien Sie sich dessen bewusst, welche Form Sie wählen.

BEISPIEL: Eine Promotion kann *exegetisch* über einen bestimmten Autor oder eine bestimmte Autorin konzipiert sein und z.B. sich über einen Paragraphen aus Hegels „Enzyklopädie der philosophischen Wissenschaften“ oder über den Begriff der Negativität im Werk von Judith Butler auslassen. Oder sie kann als *systematische* Arbeit zum Themenbereich zeitgenössischer „Handlungstheorie“ konzipiert werden. Weitere Alternativen sind *philosophie-historische* Studien, die genealogische Zusammenhänge z.B. von Humes Einfluss auf die Anti-Aufklärer des 18. Jahrhunderts offenlegen, oder eine *Kombination von systematischer und historischer* Arbeit sind. Kurz: Eine Promotion kann verschiedene Formenstrukturen annehmen. Entscheidend ist, dass Sie sich über Ihre Wahl bewusst sind diese in der Arbeit reflektieren. Spätestens in einer Defensio kann es sonst grundlegend kritische Methoden-Anfragen geben, zu denen Sie souverän Stellung nehmen sollten.

## **4.) Thema und Stand der Forschung**

- Stellen Sie ihre Promotion in einen Kontext zeitgenössischer Debatten und erwähnen Sie dies auch evtl. in einem Exposé. Die Leser möchten erfahren, ob Sie sich in einem bestimmten Bereich präzise auskennen und nicht nur oberflächlich Theoriebausteine ineinanderschieben.

Deshalb ist es notwendig, eine Promotion auf eine bestimmte ‚academic community‘ hinzuschreiben: sei es Hegel-Exegeten, Expertinnen Radikaler Demokratietheorie, oder Vertreter einer Tugendethik in der Anlehnung an Iris Murdoch etc.

- Verlage bitten Autorinnen und Autoren in deren eingereichten Exposés fünf bis sieben Bücher der, maximal, letzten 30 Jahre zu nennen, mit denen die Promotion in einem intellektuellen Austausch der Untersuchungsfrage steht. Das erhöht die Chancen, dass Ihr Buch rezensiert und von Universitätsbibliotheken bestellt wird. Für einen Verlag sind das entscheidende Voraussetzungen, ihr Buch absetzen zu können. Ein Buch zum Thema „Hegel und die Aidskrise in Afrika“ oder „Hegel und politische Korruption in Honduras“ mag für Sie bereichernd sein, ist jedoch für die betreffende ‚academic community‘ wahrscheinlich nur von geringer Bedeutung.

### **5.) Zum Prozess des Schreibens**

- Beginnen Sie früh zu schreiben und mögliche Kapitel zu konzipieren. Bücher hintereinander lesen, ohne sich dabei ausreichend Notizen und später auch wiederverwertbare Kommentare zu machen, wird dazu führen, dass sie nach dem fünften Buch nicht mehr wissen, was im ersten stand. Verpassen Sie daher nicht den Einstieg ins Schreiben durch eine zelebrierte Angst vor dem „weißen Blatt“.

### **6.) Umgang mit dem Betreuer / der Betreuerin**

- Lernen Sie Ratschläge zu selektieren und nur diejenigen umzusetzen, die Ihnen zufolge Sinn machen. Betreuerinnen und Betreuer geben nicht selten widersprüchliche Ratschläge, manchmal auch aus dem einfachen Grund, dass sie Ihr Forschungsvorhaben eventuell noch gar richtig verstanden haben.

- Reichen Sie spätestens nach zwei Jahren in regelmäßigen Abständen fertige Kapitel ein.

### **7.) Ausdauer**

- Wenn Sie bei Ihrer Promotion über Monate hinweg den Eindruck haben zu leiden, nicht vorankommen und das, was sie schreiben, für langweilig zu halten, dann ist sehr wahrscheinlich etwas mit dem Thema nicht in Ordnung. Generell sollten Sie einen Drang verspüren, mit Ihrem Text die Leserinnen und Leser tatsächlich belehren und diesen etwas Neues und Interessantes mitteilen zu können. Das ist ein wichtiger Motivationsfaktor, den Sie nicht vernachlässigen sollten.

- Ein zeitlicher Rahmen für eine Promotion sollte bei maximal vier Jahren liegen.