

Das Porträt: Andreas Ziemann

Alexander Grau



Prof. Dr. Andreas Ziemann ist Mediensoziologe. Begonnen hat der akademische Werdegang des gebürtigen Münchners an der Universität Essen. Dort studierte er Kommunikationswissenschaften, Germanistik und Psychologie. 2003 wurde er Juniorprofessor an der Bauhaus-Universität Weimar, 2009 Universitätsprofessor. Seine Arbeitsschwerpunkte liegen in

der Erforschung der Wechselwirkung von Medien, Individuum und Gesellschaft, ihrer Entwicklung und Strukturen, der medialen Anthropologie, der Integrationsprozesse von Mediengesellschaften, der Mediengeschichte, Medienkultur und Medientheorie.

Weimar! Man erstarrt unwillkürlich. Weimar, das ist ER. Und natürlich Schiller und Wieland und Herder. Weimar, das ist Sturm und Drang, Klassik und Musenhof, Ernst August und Anna Amalia, das sind die Lottes – die Buff und die von Stein –, das ist Frauenplan und Hoftheater.

Und natürlich waren sie alle hier, Heine etwa oder Mendelssohn, um IHN zu besuchen. Immerhin rang Heine sich Jahre später noch einen Witz ab: „Ich war nahe daran, ihn griechisch anzureden; da ich aber merkte, dass er deutsch verstand, so erzählte ich ihm auf deutsch, daß die Pflaumen auf dem Wege zwischen Jena und Weimar sehr gut schmeckten“.

Weimar ist einer der deutschesten unter den deutschen Erinnerungsorten. Nirgendwo liegen Mittelmaß und Größe, das Provinzielle und das Erhabene, das Piefige und das Schöne näher beieinander als hier, ebenso wie das Weihevollte und das Abgründige. Dies kulminiert symbolisch im Hotel „Elephant“. Alle sind sie hier abgestiegen: die Gäste der Klassiker, später Liszt, Wagner, Tolstoi, Gropius und seine Bauhäusler und natürlich Thomas Mann, der auch Lotte – die Buff – hier nächtigen lässt in seinem vielleicht schönsten Roman.

Und dann gab es natürlich jenen Stammgast, für den der Architekt Hermann Giesler – verantwortlich auch für das Gauforum nur ein paar hundert Meter weiter – den altherwürdigen Bau bis 1938 umbauen ließ, mit Tiefgarage und Fahrstuhl, mit massigen Fensterfriesen und Eckelementen aus Naturstein, gedungen und düster. Über dem wichtigen Entree ließ Giesler einen Balkon anbringen, auf dass am Weiheort deutscher Kunst dem verhinderten Künstler gehuldigt werde.

Das alles ist etwas beklemmend. Deshalb lässt man nun verschämt lebensgroße Plastikpuppen Weimarer Kulturgrößen vom Balkon hinunter auf den Markt grüßen. „Balkonskulpturen“ heißt das im Jargon der Tourismusindustrie. Im Sommer dieses Jahres etwa Henry van de Velde. Wer das Surreale liebt, ist hier ganz gut aufgehoben.

Schlendert man weiter, am Frauenplan vorbei zur Bauhaus-Universität, und steht vor dem Gebäude der Medienwissenschaftlichen Fakultät, überkommt einen ein Déjà-vu-Erlebnis: der gleiche Balkon wie am „Elephanten“, bis ins Detail. Wäre man nicht ohnehin schon in Weimar, man würde sich die Augen reiben.

Graugrün ist der Bau, errichtet als Sitz für die NS-Ärzteschaft. Wenn man eintritt, öffnet sich zur Linken das Treppenhaus, erhellt von in Blei gefassten bunten Fensterscheiben in Pastelltönen. In unregelmäßigen Abständen zeigen einzelne Scheiben Figuren, die die Berufsgruppen der „Volksgemeinschaft“ symbolisieren sollen, als deren Teil die NS-Ärzte gesehen werden wollten: Bauern, Ingenieure, Arbeiter, Soldaten, Handwerker, Mütter.

Während ich fasziniert die Bilder betrachte, kommt jugendlich gelöst Andreas Ziemann die Treppe hinuntergesprungen. „Den meisten Besuchern“, berichtet er schmunzelnd, als wir die Treppe hochgehen, „fallen die Figuren gar nicht auf. Viele halten sie auch für Darstellungen aus DDR-Zeiten“. Doch dann stehen wir im zweiten Stock, und Ziemann deutet auf eine Scheibe unten links. Sie zeigt einen kleinen HJ-Jungen, der einem Blinden über die Straße hilft. „Wir müssen das Gebäude noch ‚gesundwohnen‘“, sagt er lachend, als wir vor seiner Bürotür stehen.

»Medien ermöglichen Wahrnehmungsweisen, Handlungsweisen, Denkweisen, steuern sie auch, initiieren sie und formen sie immer mit.«

Kommunikationswissenschaft und Soziologie

Das Büro, in das wir eintreten, ist nüchtern und sachlich eingerichtet. Weiß ist die dominierende Farbe, wenn man von den zahlreichen Buchrücken im Regal absieht. Wir setzen uns an einen runden Tisch in der Mitte.

Eigentlich ist Ziemann gebürtiger Münchner, was man allerdings nur in ganz wenigen Sekunden hört. Studiert hat er in seiner Heimatstadt jedoch nie. Stattdessen ging er 1990 nach Essen. Der Grund: „Ich wollte damals irgendwas mit Kommunikation machen und dachte, ich könnte irgendwann mal als Kreativer, als Texter in einer Werbeagentur landen.“ Also machte Ziemann ein Praktikum in einer Marktforschungsagentur. Und da ihn gute Freunde warnten, Berlin sei nach der Wende nicht mehr Berlin, entschloss er sich, nicht an der FU zu studieren, sondern im Ruhrgebiet.

Das Studium der Kommunikationswissenschaft in Essen ist in diesen Jahren geprägt durch Hans-Georg Soeffner und Dieter Krallmann, die ihr Fach als Mischung aus Soziologie und Sprachwissenschaft verstehen. „Die Grundausbildung“, erinnert sich Ziemann, „bestand in den Klassikern der Soziologie: also Weber, Mead, Simmel, Habermas und dann natürlich Luhmann.“

Im Nebenfach studiert Ziemann Germanistik und Psychologie. Nach dem Magister folgt ein Promotionsstudiengang in Soziologie. Ende 1999 bekommt er bei Krallmann eine Assistentenstelle in Kommunikationswissenschaft.

Während seiner Assistenzzeit, es ist das Jahr 2003, bewirbt sich Andreas Ziemann schließlich erfolgreich auf eine Juniorprofessur für Mediensoziologie an der Bauhaus-Universität Weimar, die 2008 in eine Tenure-Track-Stelle umgewandelt wird. Als Ziemann schließlich 2010 habilitiert wird, ist er bereits seit einem Jahr Professor.

In Weimar setzt sich Ziemann, angeregt durch seine neuen Kollegen – etwa den Germanisten Joseph Vogl –, mit den Medientheorien französischer Provenienz auseinander. „Das war ein enormer Lerneffekt, insbesondere auch durch die Filmwissenschaftler hier, die mit Derrida und Deleuze arbeiteten, Foucault war sehr prominent vertreten.“

Die französischen Theoretiker erweisen sich für ihn als anschlussfähig an Luhmanns Systemtheorie, da sie Medien nicht als

»Nicht nur Menschen machen etwas mit den Medien, sondern die Medien machen was aus den Menschen.«

neutrale Vermittler verstehen, sondern als eigenständige Produzenten und Akteure von Informationen und gesellschaftlichen Strukturen: „Medien ermöglichen Wahrnehmungsweisen, Handlungsweisen, Denkweisen, steuern sie auch, initiieren sie und formen sie immer mit.“

Diese theoretische Perspektive hat auch einen erheblichen Effekt auf das Verständnis der Mediengeschichte und des Medienwandels: „Ich glaube, dass Medien einen Innovationsdruck aus sich selbst heraus erzeugen“, betont Ziemann. „Medien sind Problemlösungsinstanzen, Problemlösungsakteure für gesellschaftliche oder kommunikationstheoretische Probleme, etwa das Problem der Erreichbarkeit oder das Problem der Abwesenheit.“ Zugleich entstünden mit der Etablierung eines Mediums neue Probleme und neue Bedürfnisse, die durch das Medium selbst nicht mehr gelöst werden könnten, sondern erst durch wiederum neue Medien. Im gewissen Sinne schreibe sich so die Mediengeschichte selbst fort. Schöne Beispiele hierfür seien das Telefon oder der Film, der ursprünglich als eine Art Varieté-Ersatz gedacht war.

Vor allem aber, so Ziemann, reiche die Eigendynamik der Medien weit über sie selbst hinaus, da sie Ereignisse generierten, die ohne sie gar nicht stattgefunden hätten, etwa die Wende 1989 oder 9/11.

Da Medien jedoch nicht nur ihre eigene Geschichte schrieben, sondern zugleich unsere Gesellschaft und damit ihre eigene Nutzung gestalteten, stelle sich die Mediengeschichte als eine permanente Ausweitung und eben nicht Verdrängung von Medien, Medienmöglichkeiten und Medienangeboten dar, die vor allem unheimlich viele Freiräume für Mediennutzer zur Verfügung stelle. „Die Digitalisierung und die Computer etwa verdrängen eben vieles geradezu nicht, sondern ermöglichen beispielsweise den Schriftwechsel über E-Mail. Ich kann aber trotzdem noch die Postkarte schreiben oder den handschriftlichen Brief aufsetzen.“ Zudem würden traditionelle Kulturtechniken im Internet weiterleben, wenn dort Zeitungen gelesen, TV-Serien geschaut oder Blogs aufgelegt würden.

Mediale Anthropologie

Nein, ein Kulturpessimist ist Ziemann nicht. „Auffällig ist, dass die Kritiker häufig vergessen, dass sie ein altes Medium hochhalten und hoch loben, das einstmals selbst kritisiert wurde, als es neu war. Da gibt es eine epistemische Dauerparadoxie, gegen das Neue per se anzukämpfen.“

Auch den etwa von Eli Pariser formulierten Standardeinwand, dass das Internet nicht zu mehr Pluralismus führe, sondern den Nutzer dazu verleite, sich informativ abzuschotten, da er – wie etwa bei Google oder bei Amazon – nur noch mit den Informationen konfrontiert werde, die er ohnehin suche und sich daher wie in einer Blase bewege („Filter Bubble“), lässt der Weimarer Mediensoziologe nicht gelten.

„Die große Frage ist doch“, Ziemann stockt für einen kurzen Moment, „wie werden Informationen gesammelt und systematisiert?“ Wenn man ganz traditionell durch eine Bibliothek ginge, gäbe es aufgrund ihrer Verschlagwortung und anderer Ordnungssysteme bestimmte Nähen von Büchern. „Der große Luxus mit eigenen Erkenntniseffekten bestand für mich immer darin, nicht nur das gesuchte Buch aus dem Regal zu nehmen, sondern immer links und rechts auf den Kontext zu schauen. Und in diesem Sinne machen Google oder Amazon nichts anderes, als Kontexte anzubieten.“

Nun könnte, gibt Ziemann zu bedenken, allerdings tatsächlich der Fall eintreten, dass Kontextpfade technologisch standardisiert und uniformiert würden. Ob deshalb die Vielfalt verloren gehe und nichts Neues mehr zustande komme, sei allerdings fraglich. Denn letztlich hinge Kreativität am individuellen Erkenntnisinteresse: „Solange es individuelle Befindlichkeiten und Problemstellungen und Motive gibt, kommt immer etwas anderes bei rum.“

Auch die politische Gefahr, dass die Gesellschaft zunehmend ihre breite gemeinsame Informationsbasis verliert und sich in kleine oder größere Weltanschauungszirkel fragmentiert, die gegenteilige Meinungen überhaupt nicht mehr zur Kenntnis nehmen, sieht der Mediensoziologe nicht: „Solange es alltagsweltliche Notwendigkeiten gibt und gewachsene soziale Strukturen, die einen an gemeinsame Themen, gemeinsame Erinnerungen, gemeinsame Problemstellungen rückbinden, gibt es, glaube ich, immer wieder diesen Rettungsanker, der dazu führt, dass diese Fragmentierung nicht zu stark aus dem Ruder läuft.“

Besucht man die Homepage von Andreas Ziemann, fällt unter seinen angegebenen Forschungsschwerpunkten sofort das Stichwort „mediale Anthropologie“ auf. Das liegt vor allem daran, dass dieses Forschungsfeld in Deutschland in dieser expliziten Form erstaunlich selten bearbeitet wird. Dabei sind die zentralen Fragen der Medienwissenschaften im Kern anthropologisch. Etwa: Verändern Medien lediglich unsere Kultur oder unsere Weise der Kommunikation oder greifen sie in unsere Hardware ein, verändern sie die biologische Basis unseres Menschseins, indem sie die Voraussetzungen unseres Fühlens oder Denkens verändern?

Dass das so ist, steht für Ziemann außer Zweifel und ist die Voraussetzung medialer Anthropologie: Ihre Fragestellung zielt tatsächlich auf die Wechselwirkung medialer Verhältnisse und medialer Bedingungen und menschlicher Verhältnisse und menschlicher Bedingungen: „Nicht nur Menschen machen etwas mit den Medien, sondern die Medien machen was aus den Menschen.“

Leitend sei bei diesem Forschungsprojekt das Bonmot von Friedrich Nietzsche, die Schreibmaschine arbeite an dem Gedanken mit: „In dieser Hinsicht arbeitet tatsächlich die Computertastatur an diesem Mitteilungsgeschehen mit.“ Die Frage sei daher,

ob man tatsächlich verschiedene Medienmenschen identifizieren kann, etwa den Schriftmenschen, den Schreibmaschinenmenschen, den Computermenschen – und was sind das für Gattungen?

„Ich glaube, dass die neuronalen Vernetzungen und Verschaltungen unter Medien geradezu anders getaktet werden können. Ich glaube aber auch, dass massenmediale oder bildhafte Sinne das Menschsein begleiten, wenn nicht überhaupt erst hervorbringen.“ Das gelte insbesondere für das, was normativ wünschenswert ist, und das, was normativ nicht wünschenswert ist. Letztlich seien Medien immer schon dabei gewesen, wenn es darum gegangen sei, was das gute Leben ausmache. Und die hätten diese Diskurse direkt bestimmt oder sogar erst hervorgebracht.

Ziemann bringt zur Illustration dieser These ein spannendes Beispiel: die Prostitution. Letztlich, so betont er, seien es immer medial vermittelte Menschenbilder, die Einblicke in Lebenswirklichkeiten geben würden, etwa von der Dirne, dem Bordell oder dem gefallenen Mädchen, von denen die meisten vielleicht keine Ahnung hätten, die aber die normativen Haltungen in einer Gesellschaft erheblich beeinflussen würden.

Im Grunde, so fasst er zusammen, gehe es immer um anthropomediale Relationen: „Notwendigerweise gibt es immer die Wechselwirkung und die Relationierung von menschlichen Bedingungen und medialen Bedingungen.“

Normierung und Perspektivenpluralismus

Das Verhältnis von Medien und Mensch bezeichnet jedoch nicht nur eine gattungsspezifische Relation, sondern ereignet sich zunächst auf einer individuellen, ontogenetischen Ebene, deren Schlüsselbegriff die berüchtigte Medienkompetenz ist.

Für Ziemann besteht Medienkompetenz konsequenterweise „in einem gezielten Umgang mit den Problemlösungskapazitäten und -angeboten eines Mediums für eine bestimmte eigenständige Ziel- und Problemstellung.“ Das heißt: Mit welchem Medium kann ich die alltagsweltlichen und arbeitsweltlichen Bedürfnisse lösen und mit welchem Medium kann ich das bestmöglich initiieren? Entsprechend sei derjenige der Kompetente, der seine Medienutzung seinen Bedürfnissen, Problemen und sozialen Bedingungen flexibel umdeuten und anpassen kann.

Doch gerade bei Kindern und Jugendlichen sieht der Weimarer Medienwissenschaftler erhebliche Defizite in der Medienkompetenz. Sie betreffen die Aufmerksamkeitsspanne, die Geduld und die intrinsische Motivation, sich auch mit schwierigen Angelegenheiten auseinanderzusetzen. „Das betrifft die Lesekompetenz, die Schreibkompetenz, Lesedauerhaftigkeit und auch die Faszination aus intrinsischen Gründen. Sich etwa durch einen Roman, der auch immer ein Bildungsroman ist, anleiten zu lassen, was es für Lebensentwürfe gibt und ob das für mich interessante Lebensoptionen sind, geht zunehmend verloren.“

Das könne man auch nicht ersatzweise in Computerspielen lernen, da diese ichzentriert seien und bestenfalls pragmatische Problemlösungskompetenzen erfordern würden, nicht aber auf mögliche Lebensentwürfe oder andere, fremde Perspektiven abzielten.

»Notwendigerweise gibt es immer die Wechselwirkung und die Relationierung von menschlichen Bedingungen und medialen Bedingungen.«

Dabei sind Medien für die Erschließung unterschiedlichster Lebensperspektiven geradezu prädestiniert. Und dieser Perspektivenpluralismus, betont Ziemann, bilde sich auch in den Medienwissenschaften ab, in denen theaterwissenschaftliche, publizistische, soziologische oder literaturwissenschaftliche Methodiken vereint werden.

Desiderate in den Medienwissenschaften sieht Ziemann dennoch: insbesondere bei der medialen Anthropologie und in der Geschichte und Theorie des Digitalen, den gesellschaftlichen und ästhetischen Auswirkungen der Digitalisierung. Auch das Akustische sieht Ziemann gegenüber dem Piktoralen in den Medienwissenschaften unterrepräsentiert.

Vor allem aber vermisst Ziemann eine breitere gesellschaftswissenschaftliche Ausweitung medienwissenschaftlicher Fragestellungen. Dabei lägen die Defizite nicht so sehr in den Medienwissenschaften, sondern insbesondere in der Soziologie, deren Problemstellungen, Terminologie und Theoriediskurse noch lange nicht medienwissenschaftlich anschlussfähig seien. Und mit einem entschlossenen Lächeln fügt er hinzu: „Da geht noch was!“

Weiterführende Literatur:

Ziemann, A.: *Soziologie der Medien*. Bielefeld 2006

In der nächsten Ausgabe der *tv diskurs*:
der Landauer Medienpsychologe Prof. Dr. Markus Appel

Dr. Alexander Grau
arbeitet als freier Kultur-
und Wissenschaftsjournalist
u. a. für „Cicero“, „FAZ“
und den Deutschlandfunk.

