

Das Porträt: Elke Wagner

Alexander Grau



Elke Wagner ist Mediensoziologin. Ihr Weg führte sie von München nach Mainz, von der Soziologie der Medizin zur Soziologie der Medien. Das verbindende Thema dabei: die Öffentlichkeit. Denn Öffentlichkeit wird über Medien hergestellt. Das Beispiel der Medizinkritik zeigt das besonders deutlich. Nach ihrer Habilitation befasste sich

Wagner vor allem mit der Transformation von Öffentlichkeit durch die neuen Medien. Im Zentrum ihres Interesses standen dabei u. a. Kommunikationsstrategien, die die Wahrung von Privatheit vor dem Hintergrund von grenzenloser Öffentlichkeit erlauben, und die damit einhergehende Intimisierung von Diskursen.

Mainz ist ohne Zweifel die älteste Medienstadt Deutschlands, wenn nicht des Abendlandes. Immerhin begann hier die vorletzte Medienrevolution: der Druck mit beweglichen Lettern, initiiert durch den Mainzer Johannes Gensfleisch, besser bekannt unter dem Namen Gutenberg. Und wenn man bedenkt, dass es ohne bewegliche Lettern wohl kaum Computer gäbe, so könnte man auch argumentieren, dass hier in Mainz vor etwa 565 Jahren nicht nur die Gutenberg-Galaxis entstand, sondern das digitale Zeitalter gleich mit.

Doch Mainz kann sich nicht nur auf eine stolze Vergangenheit berufen. Immerhin hat hier ein nicht unbedeutender öffentlich-rechtlicher Sender seinen Hauptsitz. Und die Universität Mainz verfügt mit dem Institut für Publizistik über eine traditionsreiche medienwissenschaftliche Forschungseinrichtung, die sich von Anfang an der empirischen Sozialforschung verschrieben und mit Elisabeth Noelle-Neumann eine Direktorin hatte, die der Institution auch international Ansehen verschaffte.

Doch mediensoziologischen Fragen wird in Mainz nicht nur seitens der Publizistik nachgegangen, sondern selbstverständlich auch am Institut für Soziologie. Den dortigen Lehrstuhl für Mediensoziologie hat derzeit Elke Wagner inne.

Seit April 2010 ist die gebürtige Münchenerin Juniorprofessorin in der rheinlandpfälzischen Landeshauptstadt. Als sie 1997 in ihrer Heimatstadt zu studieren begann, hatte sie eigentlich das Berufsziel, Journalistin zu werden. Das war auch der Grund für ihre Fächerwahl. Da die Soziologie breit angelegt ist, erschien sie ihr eine gute akademische Vorbereitung für die Journalistenlaufbahn. „Aber dann“, erzählt sie, „kam das Internet und hat die Branche stark verändert. Gleichzeitig hatte ich eine Promotionsstelle an der Uni.“ So verabschiedete sie sich vom Journalismus und konzentrierte sich auf ihre akademische Laufbahn.

Neben Soziologie studierte Wagner auch Kriminologie. Ein Grund dafür waren die innenstadtpolitischen Veränderungen der 1990er-Jahre. „Da gab es eine breite Diskussion etwa zur Videoüberwachung im öffentlichen Raum, über amerikanische Rechtspraxis wie ‚Three Strikes and You’re Out‘ oder die Broken-Windows-Theorie, das fanden wir damals unheimlich spannend.“ Die Themen hätten sie damals so sehr interessiert, dass sie mit Kommilitonen zwei Veranstaltungsreihen organisierte – die eine zur Videoüberwachung, die andere zu kriminalpolitischen Entwicklungen im Internet.

Zugleich waren diese Themen aber auch der Brückenschlag zur soziologischen Analyse von Medien. „Zur Mediensoziologie bin ich über das Thema ‚Öffentlichkeit‘ gekommen“, erklärt Elke Wagner. Im Zentrum ihrer Forschung stand dabei allerdings zunächst nicht so sehr der videoüberwachte öffentliche Raum, sondern die Öffentlichkeit von Ethikkommissionen in Krankenhäusern – mithin ein Thema der Medizinsoziologie. Das hört sich aus mediensoziologischer Sicht zunächst nach einem Umweg an, doch die Mainzer Soziologin erklärt: „Was mich damals interessiert hat, war die Frage, welche Form von Öffentlichkeit im Klinikalltag hergestellt wird. Wenn man sich mit Öffentlichkeit beschäftigt, taucht jedoch früher oder später das Thema ‚Medien‘ auf. Das eine ist ohne das andere nicht zu haben. Ohne Medien kann man keine Öffentlichkeit herstellen.“

»Wenn man sich mit Öffentlichkeit beschäftigt, taucht [...] früher oder später das Thema ›Medien‹ auf. Das eine ist ohne das andere nicht zu haben. Ohne Medien kann man keine Öffentlichkeit herstellen.«

Medien und Öffentlichkeit

Wenn Medien Öffentlichkeit konstituieren, dann konstruieren sie sie auch. Oder etwas realistischer: Dann ist es möglich, das Verständnis von Öffentlichkeit mittels Medien zu beeinflussen. Es ist dieser Punkt, der im Zentrum von Elke Wagners Forschung steht.

„Eigentlich gab es ja lange Zeit keine Mediensoziologie in diesem Sinne“, erklärt die Wissenschaftlerin. „Die musste ja erst erfunden werden. Ursprünglich kam das alles aus den Kulturwissenschaften. Dort hat das eine sehr lange Tradition, sich mit Medien auseinanderzusetzen. Die Mediensoziologie hinkt da etwas hinterher.“

Zugleich setzt Wagner die mediensoziologische Methode klar von der kommunikationswissenschaftlichen Inhaltsanalyse ab. „Mediensoziologische Analyse ist nicht eine Beschreibung dessen, was in den Fernsehnachrichten vorkommt oder in der Tageszeitung, sondern der Blick auf die Formate selbst.“ Wie dieser mediensoziologische Blick aus ihrer Sicht aussieht, beschreibt die Wissenschaftlerin an einem Beispiel: „In einer Studie haben wir uns etwa die Facebook-Kommunikation angeschaut und untersucht, was die listenförmige Aneinanderreihung von Postings, die Algorithmen, die serielle Abfolge von Themen für die Konstruktion von Öffentlichkeit leisten.“

Wie leistungsfähig solch ein qualitativer mediensoziologischer Ansatz ist, zeigten die Wissenschaftler u. a. anhand der Auswertung sogenannter Make-over-Shows, also von Dokumentationsformaten, die Schönheitsoperationen zum Gegenstand haben.

„Der klassische soziologische Diskurs“, erläutert Wagner, „geht zu vorschnell von einer Manipulationsthese aus, ohne sich überhaupt empirisch anzuschauen, wie die Menschen praktisch mit diesen Medienbildern umgehen.“

Viel wichtiger bei der Entscheidung für eine Schönheitsoperation, das zeigten die Untersuchungen der Mainzer Wissenschaftlerin, ist das soziale Umfeld, der Kontext: „Medien spielen zwar eine Rolle, das Thema immer wieder auf Dauer zu stellen, aber sie verführen die Leute nicht“. Viel wichtiger bei der Entscheidung

»Medien machen Themen, sie sorgen dafür, dass etwas für normal gehalten wird, dass es sagbar ist und angesprochen werden kann.«

für solche ästhetischen Eingriffe sei der Partner, die ökonomische Situation, die Eltern, Arbeitskollegen. „Teilweise leiden die Menschen schon ihr ganzes Leben beispielsweise an ihrer schiefen Nase, etwa, weil sie auf dem Schulhof ausgelacht wurden.“ Die Medien würden dann lediglich darauf aufmerksam machen, dass man an diesem Problem etwas ändern kann. Selbst die Frage, wie die Nase dann aussehen soll, werde nicht so sehr durch entsprechende Medienformate vorgegeben. Viel wichtiger sei hier beispielsweise der Einfluss des Arztes, die Frage etwa, ob die betroffenen Patienten sich bei ihm wohlfühlen.

„Das heißt, dass der Einfluss der Medien an einer ganz anderen Stelle einsetzt, als üblicherweise vermutet“, fasst Wagner ihre Untersuchungen zusammen. „Etwa bei den Bildern, die der entsprechende Arzt dann präsentiert, da spielen dann Medien eine große Rolle.“

Zudem bestätigten die Untersuchungen von Wagner eine alte Vermutung, die auch in der Spruchpraxis der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) hinsichtlich einschlägiger Formate eine große Rolle spielt: „Den Leuten geht es nicht darum, Cinderella zu sein, sie wollen vielmehr normal aussehen.“ Der Aneignungsprozess der dabei zugrunde gelegten Vorstellungen von Normalität speise sich jedoch nicht aus Fernsehshows, sondern aus anderen sozialen Quellen.

Normierung und Demokratisierung

Elke Wagners Forschungen zu Maker-over-Shows sind nicht nur deshalb wichtig, weil sie immer noch vorhandene Klischees über die Wirkung von Schönheits-OP-Formaten widerlegen bzw. differenzieren, sondern weil sie generell darüber Aufschluss geben, wie normativ stark belastete Themen medial vermittelt werden.

Denn ganz generell lässt sich formulieren, dass Massenmedien Themen jeder Art vor allem präsent halten. Die normative Bewertung dieser Themen findet dann allerdings nicht über die klassischen Medien statt, sondern über andere Kommunikationskanäle, wie etwa private Gespräche oder soziale Netzwerke in den neuen Medien.

In gewissem Sinne steht die Mainzer Soziologin hier in der Tradition der klassischen Agenda-Setting-Theorie von Maxwell McCombs und Donald Shaw (vgl. tv diskurs, Ausgabe 62, 4/2012, S. 78 ff.). „Medien machen Themen“, erläutert Wagner, „sie sorgen

dafür, dass etwas für normal gehalten wird, dass es sagbar ist und angesprochen werden kann.“ Erst dann setze eine Diskursivierung ein und es werde ausgehandelt, wie über ein Thema gesprochen werden darf und wie nicht. Hierbei käme den Medien die Funktion eines Forums zu, auf dem Normalisierungsprozesse ablaufen.

Doch Normalisierung kommt von Norm, weshalb solche Normalisierungsprozesse Normierungsprozesse sind. Diese aber finden mehr und mehr außerhalb der klassischen Massenmedien statt bzw. in deren Onlinekommentarspalten. „Ein riesiges Problem, insbesondere für Redaktionen“, betont Wagner, „immer mehr Zeitungen gehen daher dazu über, Diskussionen beispielsweise nur noch für bestimmte Themen zuzulassen“.

Allerdings, zeigt sich die Soziologin überzeugt, hat das auch einen pädagogischen Mehrwert: „Durch die Web-2.0-Formate lernt die Gesellschaft, dass jeder zu allem etwas sagen kann. Frühere starke Asymmetrien des öffentlichen Diskurses – Experte versus Laie, Berufsjournalist versus Publikum – werden verschoben, und die Leute lernen, dass sie ein Rederecht haben, dass sie mitsprechen dürfen“.

Besonders deutlich werde das auch wieder unter einer medizinsoziologischen Perspektive. So hätte sich etwa das Arzt-Patient-Verhältnis in den letzten Jahren enorm verändert, die klassische Asymmetrie zwischen den Göttern in Weiß einerseits und dem Patienten andererseits weiche zunehmend auf.

Bleibt die Frage, ob für diese sozialen Prozesse die Medien zumindest mitverantwortlich sind oder ob es sich hier um Zeichen eines historischen Emanzipationsprozesses handelt, der vor 250 Jahren begann, als Thron und Altar infrage gestellt wurden, und nun bei Ärzten und anderen Fachleuten angekommen ist.

„Das Stichwort lautet: Demokratisierung“, betont Wagner. „Und diese Demokratisierung findet jetzt auch im Mediensystem statt. Zugleich sind Massenmedien ein starker Generator, um Demokratisierung zu befördern.“

Dieser Demokratisierungsprozess, das ist Wagner wichtig, führt allerdings zu einer vollständig neuen Konzeption von Öffentlichkeit. „Bisher“, so die Wissenschaftlerin, „hatten wir eine Öffentlichkeit, die quasi alles aufeinander bezogen hat und zumindest als Fiktion alles miteinander in Beziehung setzen konnte.“ Diese homogene Vorstellung der einen Öffentlichkeit werde durch die Demokratisierungsprozesse, die auch durch die neuen Medien befördert werden, zerstört. „Was empirisch im Web 2.0 passiert, ist, dass Medien oder Leute, die einem nicht mehr passen, einfach ausgeschlossen werden. Der Effekt: Man kreiselt zunehmend um sich selber, hat seine Freunde, die Abos, die man gut findet, und was anderes taucht in diesem Diskursfeld gar nicht mehr auf.“ Das Ergebnis sei ein Pluralismus von Öffentlichkeiten.

Mit diesem Gedanken greift Elke Wagner eine These des Internetaktivisten Eli Pariser auf. Statt von einer „Filter Bubble“ wie Pariser spricht Wagner jedoch lieber von einer Intimisierung des Diskurses, die angesichts der vorhandenen Informationsmenge kaum zu vermeiden sei: „Bei unserer Studie zu Facebook sind wir daher zu der Figur des ‚Sekretärs‘ gekommen. Wie ein Alltags-Sekretär sind die Leute nur noch damit beschäftigt, den Like-Button zu verwalten, also Informationen zu ‚liken‘, zu beobachten, wer woanders etwa ‚gelikt‘ hat usw.“

Privatheit durch Unbestimmtheit

Damit stellt sich die Mainzer Soziologin zugleich relativ deutlich gegen all jene, die ein Verschwinden von Privatheit durch das Internet entweder befürchten oder – wie einige Netzideologen – sogar herbeifabulieren. „Von solchen Thesen haben wir uns distanziert. Die Leute sind sehr wohl in der Lage, ihre Privatheit zu managen.“ So würden etwa Facebook-Nutzer sehr differenzieren, welche Kontakte sie an welchen Informationen oder Ereignissen teilnehmen ließen. Ausgeschlossenen Kontakten würden so bestimmte Sachverhalte nur noch indirekt vermittelt.

Um diese Kommunikationsprozesse begrifflich zu fassen, greift Wagner auf das Konzept der Unbestimmtheit zurück, wie es der Konstanzer Germanist Albrecht Koschorke formuliert hat, für den der eigentliche Funktionswert des (literarischen) Erzählens in seiner Unbestimmtheit und Unzuverlässigkeit liegt.

„Unbestimmte Kommunikation ermöglicht offene Anschlüsse und hält trotzdem den Diskurs am Laufen“, erläutert Wagner. Damit ermöglicht sie einen scheinbar paradoxen Effekt: „Privatheit wird organisiert und erhalten vor der Öffentlichkeit des Netzwerkes.“

Das heißt: In den sozialen Netzwerken entwickeln die Nutzer Kommunikationstechniken, die ihre Intimität und Privatheit schützen, ohne sich dabei aus den Netzwerken selbst zu verabschieden.

Wagner nimmt dabei eine konsequente Nutzerperspektive ein und wendet sich damit zugleich gegen eine „Soziologie der Gefährdung“, wie sie es nennt. „Bevor man den Weltuntergang beschwört, sollte man sich anschauen, wie die Menschen tatsächlich mit einem Medium umgehen und was sie daraus machen.“

In den Interviews, die sie im Rahmen ihrer Forschung geführt habe, werde immer wieder eine Entwicklung deutlich. Am Anfang stehe die Überraschung über die Offenheit des Netzes und die Eigendynamik, die das haben könne. Dann würden die Menschen jedoch lernen, darauf zu reagieren und ihre Kommunikation entsprechend anzupassen.

Diese zunehmende Kompetenz im Umgang mit sozialen Netzwerken und die Intimisierung von Kommunikation, die damit einhergehe, habe allerdings auch ihre Schattenseite: „In den Interviews bekennen die Teilnehmer ganz oft, dass jemand, der Sachen postet, die einen nicht interessieren, geblockt wird, der wird ausgeschlossen aus dem Netzwerk.“

Damit würden alte Vorstellungen von öffentlichen Diskursen und Kommunikation zusammenbrechen. „Da wird nicht mehr diskutiert“, betont Wagner, „dafür ist überhaupt keine Zeit mehr, das lässt schon die Listenförmigkeit der Kommunikation nicht mehr zu, weil umgehend der nächste Post auftaucht.“

Zugleich hätte die Intimisierung der Kommunikation auch Effekte auf die mediale Präsentation von Informationen: „Es reicht nicht mehr aus, in einem Kommentar kritisch das System anzuprangern. Heutzutage braucht man den Tweet einer Person, die auf einer Demonstration war, also eine Person, die wirklich etwas erlebt hat.“

»Bevor man den Weltuntergang beschwört, sollte man sich anschauen, wie die Menschen tatsächlich mit einem Medium umgehen und was sie daraus machen.«

Das Ergebnis sei eine Authentifizierung öffentlicher Kommunikation. In deren Mittelpunkt stehe notwendigerweise das Bild, das, anders als die Bildunterschrift, selten angezweifelt werde. Das Bild stelle Plausibilität her.

Strategien im Umgang mit dem Unbekannten

Um solche Prozesse beschreiben und in ihrer Wirkung abschätzen zu können, plädiert Elke Wagner für eine stärkere Empirisierung der mediensozilogischen Forschung. Interessant seien keine Gemeinplätze à la „die Medien verändern alles“, sondern genau hinzuschauen, wo, was und wie Medien verändern. Zudem müsse man, so Wagner, in der Forschung davon abrücken, dass Medien immer gleich Massenmedien seien. Medien würden bei vielen Normierungsprozessen eine große Rolle spielen, aber die Rolle der Massenmedien würde häufig überschätzt.

In ihrer eigenen aktuellen Forschung knüpft Wagner an die Ergebnisse ihrer Untersuchung über die Wahrung oder Konstituierung von Privatheit in sozialen Netzwerken an. Vor dem Hintergrund der seit einigen Jahren laufenden Diskussion über die Algorithmen der großen Internetunternehmen und der von ihnen gesammelten Daten interessiert die Mainzer Wissenschaftlerin nun, welche Strategien die Nutzer im Umgang mit dem Internet entwickeln, um der Datensammelwut zu entgehen. „Die Frage ist, wie Menschen mit etwas umgehen, was sie gar nicht durchschauen können.“

In der nächsten Ausgabe der *tv diskurs*:
der Würzburger Medienpsychologe Prof. Dr. Frank Schwab

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

