

nach Gunter jedoch lediglich in der Lage, auf mögliche Ursachen hinzuweisen. Daher endet er mit der Präsentation von Kausalmodellen diverser Labor- und Feldexperimente zu Medienwirkungen und beantwortet schließlich die Frage „what next?“ mit einem Plädoyer für ein fruchtbares Miteinander qualitativer und experimenteller Forschung.

Gunter bietet einen sehr bunten Strauß unterschiedlichster Verfahren und vor allem Anwendungen zu zentralen Aspekten der Kommunikationsforschung. Eine grobe Gliederung des enormen Materials – immerhin referiert er etwa 700 Studien – ist ihm durchaus geglückt. Eine klare Struktur oder gar Systematisierung fehlt jedoch. Insgesamt reduziert sich die teilweise ermüdende Darstellung auf ein Potpourri von Verfahren, Anwendungen und Ergebnissen. Dass viele, vor allem aktuelle Studien fehlen, dass weder das Internet noch die elektronische Inhaltsanalyse angesprochen werden, reduziert den Wert des Buches ebenfalls. Seine These der Konvergenz qualitativer und quantitativer Verfahren und sein Plädoyer für ein Miteinander ist sicherlich anregend, seine Darstellung belegt hingegen eher ein Nebeneinander.

Verabschiedet man sich jedoch von der Hoffnung auf eine methodisch fundierte, systematische und umfassende Darstellung der aktuellen Forschungsmethoden und Verfahren und betrachtet das Buch als reichhaltigen Erfahrungsbericht von Barrie Gunter über Medienforschung, so ist es durchaus mit Gewinn zu lesen. Dies gilt insbesondere für die Kapitel, in denen er eigene Studien präsentiert bzw. die auf eigenen Forschungserfahrungen basieren, in denen also Gewaltforschung, Fernsehforschung und Experimente thematisiert werden. Es gibt dann keinen Grund mehr, sich daran stören, dass er mit Vorliebe sich selbst zitiert – mit 26 Nennungen im Literaturverzeichnis ist er die klare Nummer eins (vor Gerbner mit acht Publikationen). Insgesamt hätte man sich allerdings etwas weniger Barrie Gunter und mehr Substanz gewünscht.

Edmund Lauf

**Olaf Breidbach/Karl Clausberg (Hrsg.)
Ute Hagel (Bearb.)**

Video ergo sum

Repräsentation nach innen und außen zwischen Kunst- und Neurowissenschaften

Hrsg. von Klaus Peter Dencker im Auftrag der Kulturbehörde Hamburg

Hamburg: Verlag Hans-Bredow-Institut, 1999. – 375 S.

(Interface 4)

ISBN 3-87296-087-3

Am Anfang war ein Sehfehler. Der französische Philosoph René Descartes litt unter einem Silberblick (Abb. 1, S. 9). Schenkte er deshalb der Optik und ihrer Bedeutung für die menschliche Wahrnehmung so großes Augenmerk? In jedem Fall ist verbürgt, dass Descartes nicht nur den Spruch „ich denke, also bin ich“ geprägt hat. Er ist auch der Autor des Mottos „video ergo sum“, das den Band der 4. Hamburger Interface-Tagung übertitelt. 22 Beiträge, davon zwei in englischer Sprache, umreißen ein weites und wahrlich transdisziplinäres Feld, das sich von „Licht und Sicht in Descartes' Selbstverständnis“ (Karl Clausberg), über die „Konturierung einer Neuronalen Ästhetik“ (Olaf Breidbach), „Cognition as Collage“ (Barbara Maria Stafford) bis zur „Entropie der Bilder“ (Joachim Paech) erstreckt.

Die Auseinandersetzung mit philosophischen Gedankenbildern spielt dabei eine zentrale Rolle. Thomas Macho untersucht „Wittgensteins Frage nach dem inneren Sehen“. Beschäftigte Descartes noch die Frage, wie die äußeren Bilder tatsächlich in den Kopf kommen, so fragte sich Wittgenstein im 20. Jahrhundert, ob dem Selbst überhaupt bekannt sei, dass es sehe.

Neben Clausbergs Eröffnungsbeitrag widmet sich auch Lambert Wiesing in seinem Artikel „Vom cogito zum video“ der Bewusstseinstheoretischen Bedeutung des Sehens bei Descartes (S. 143): Das Sehen vermittele ein zweifelhaftes Wissen über die Außenwelt, aber durch den Akt des Sehens gäbe es zweifelfreies Wissen über das Funktionieren der Innenwelt. Die These des Sehens als Selbstbeobachtung und damit Mittel zum Zweck der Selbsterkenntnis wird ebenfalls, wenn auch auf ganz andere Weise, in dem Beitrag von Paul Ziche aufgegriffen, wenn er wissenschaftshistorisch die „Inspektion als psychologische Methode“ dar-

stellt. Hermann Schweppenhäuser verhandelt die Theorie der Imagination empiristisch am Beispiel des englischen Philosophen Francis Bacon, und Edda Hevers behandelt „Lacans Theorie visueller Symbolisierung“. Zwischen diesen, eher durch einen philosophischen Bildbegriff geprägten Beiträgen befinden sich kunstwissenschaftliche und neurowissenschaftliche Artikel, wie etwa Klaus Holthausens „Brainscanning – Einsicht ins Hirn“. Der Physiker geht der Frage nach, wie und wo die Logik dem Gehirn entspringt. Dabei kommt er zu dem – beruhigenden – Ergebnis, dass trotz aller technischer Perfektion ein „Lauschangriff auf das Gehirn“ nicht zu befürchten sei, denn die interne Repräsentation gewährleiste eine perfekte Verschlüsselung des geistigen Innenlebens allein schon dadurch, dass sie keinerlei Information für einen externen Beobachter bereithielte. Ohne auf den verstorbenen Soziologen Niklas Luhmann einzugehen, kommt Holthausen zu dem Schluss (S. 75): „Das Denken ist eine Systemeigenschaft, man müsste also selbst das System sein, um es zu erfassen.“ Eine Außensicht auf das Denken ist so, mathematisch-physikalisch betrachtet, unmöglich.

Die Frage nach ebenjenem Verhältnis von innen und außen, von Mentalbildern und Abbildern, ist das Leitmotiv des Tagungsbandes. Dieses Thema taucht zwar in beinahe allen Artikeln explizit oder implizit auf, jedoch in ganz unterschiedlicher Gewichtung. Es gibt durchaus Berührungspunkte bei einigen Beiträgen. Diese befinden sich jedoch selten in guter Nachbarschaft. Meist sind sie durch Artikel mit ganz anderer Schwerpunktsetzung voneinander getrennt. Holthausen schließt beispielsweise mit dem Satz: „Der Mensch ist einerseits Besitzer seines systemganzen Gehirns und andererseits Teil des Systems der menschlichen Gesellschaft. Zwischen diesen beiden Polen hin und her geworfen, vermag er mitunter die Drift beider Systeme zu spüren“ (S. 75). Der bildhafte Gedanke der bipolaren Pendelbewegung, die das menschliche Bewusstsein vollzieht, ist auch ein Kernelement von Aby Warburgs Kulturwissenschaft, die Friederike Plaga in ihrem Beitrag zur „Ikonologie des Zwischenraums“ faktenreich, interessant und kontextbezogen darstellt. Für den Ikonologen Warburg gab es „keine stetige Entwicklung hin zu größeren Denkräumen, seine Vorstellung vom menschlichen Denken meinte eher ein Hin- und Herpendeln zwischen Extremen“ (S. 259).

Der einzige künstlerische Beitrag ist als Außenseiter an den Schluss gehängt, obwohl Gabriele Leidloffs Beitrag „log-in/locked out“ in Bezug zu Machos Ausführungen steht. Das Locked-in-Syndrom bezeichnet eine seltene klinische Situation, in der ein Mensch bei Bewusstsein ist, sich aber nur indirekt mitteilen kann. Macho schildert unter der Metafrage, ob sich Menschen ihres Sehens bewusst seien, ein Fallbeispiel aus der Praxis eines Neuropsychologen: „Der letzte Hippie“ hat eine Gehirnkrankheit, die das Gedächtnis im Jahr 1970 einfriert. Der Patient nimmt die gesehenen Abbilder nicht mehr als solche wahr, sondern benutzt sie als Stimuli, um seine eigene, ihm zugängliche Vorstellungswelt zu assoziieren – eine Welt ohne Realbilder, die lediglich aus den selbst generierten Vorstellungsbildern der eigenen Geschichte besteht.

Zwei weitere Artikel sind durch eine gedankliche Brücke verbunden, die jedoch viele dazwischen liegende Buchseiten überwinden muss: Olaf Breidbach verbindet in seinem Beitrag „Die Innenwelt der Außenwelt – Weltkonstitution im Hirngewebe?“ die Frage nach den Bildern mit der Frage nach der Topik (S. 57). In dem kürzesten, prägnantesten und für visuelle Kommunikationsforscher interessantesten Beitrag erinnert der Kunsthistoriker Hans Belting daran, dass „der Körper der Ort unserer Bilder ist“ (S. 287): „Ohne unseren Blick gäbe es keine Bilder, sondern wären die Bilder etwas anderes oder gar nichts. Zwar empfangen wir Bilder von außen, aber wir machen sie zu unseren eigenen Bildern.“ Belting steuert so gezielt auf die Hauptproblematik des Innen-außen-Bildverhältnisses zu und benennt es (S. 288): „Die Bilder der Wahrnehmung hinterlassen ihre Spur in den Bildern unserer Vorstellung und Erinnerung, doch ist die Interaktion der beiden Bildgenesen schwer zu beschreiben.“ Die Frage der Interaktion, die auch als Frage nach der Kommunikation zwischen der inneren und der äußeren Bildrepräsentation formuliert werden könnte, wird nicht geklärt, sondern in dem Band dualistisch umschifft. Denkbilder und Abbilder bleiben so auch nach der Lektüre ein ambivalentes Phänomen – ein unstrukturierter wissenschaftlicher Ort.

Der Altmeister der Kunstgeschichte gibt jedoch eine These mit auf den Weg, die diesem akademischen Leerraum eine forschungsleitende Frage geben könnte, wenn er einen Paradigmenwechsel von den alten zu den neuen Medi-

en und ihren Bildern konstatiert (S. 291): „Waren bisher die Bild-Artefakte an physische Orte gebunden, von denen sie nicht getrennt werden konnten (ich denke nur an die Bild-Originale in Museen), so löst sich diese Ortsbindung in den neuen Bildern der globalen Medien weitgehend auf. Diese suchen gleichsam nach einem Ort, an dem sie wahrgenommen werden können, und finden ihn nicht mehr in der Außenwelt, sondern nur noch im Körper der Betrachter. Dieser war immer schon der geborene Ort der Bilder, aber er wird es heute in einem geradezu exklusiven Maße. Wenn die Bilder jeden äußeren Ort verlieren, bedürfen sie noch mehr jenes alten Orts der Bilder, der wir selber sind.“ Und auf S. 295: „Wir trauern nicht mehr um ideale Orte, sondern um solche, die einmal unverwechselbar real waren und Identität stifteten. Diese wollen wir wiederfinden (...). Das Imaginäre und das Reale, so scheint es, tauschen die Plätze.“

Ziel der Interface-Reihe, deren letztes Symposium in diesem Jahr stattfindet, ist es, aus den Fragestellungen und Prognosen weltweit eingeladenen Experten über die zukünftige Rolle elektronischer Technologien in einer digitalisierten und globalisierten Umwelt zu lernen. Der Ausgangspunkt für die behördlichen Interface-Initiatoren war ein beobachteter Wandel von Kommunikationsstrukturen, Kommunikationsqualität und Kommunikationsverhalten. Im Interface-4-Band spielt „Kommunikation“ weder als Begriff noch als wissenschaftliche Disziplin eine Rolle. Zudem fehlt eine thematische Gliederung der Beiträge und ein inhaltliches Vorwort der Herausgeber, das auf die Schnittstellen der Tagungsbeiträge hinweisen würde. So ist zu bezweifeln, dass der Tagungsband für Kommunikations- und Medienwissenschaftler hilfreich ist. Aber: unkonventionell, überraschend interessant und stellenweise kurios (S. 43: „So ist die visuelle Umwelt der Hundezecke vergleichsweise bescheiden“) ist er allemal. „Video ergo sum“ weitet den Forschungsblick im Bereich der visuellen Kommunikation für ganz andere Herangehensweisen. Zudem ist die redaktionelle Bearbeitung des Buches vorbildlich. Sach-, Personen- und Autorenregister sowie 115 Schwarzweißabbildungen inklusive Quellenangaben in guter Druckqualität runden den Band ab, den ein Descartes'sches Diktum trefflich beschreibt: Werke, die aus mehreren Stücken bestehen und von der Hand verschiedener Mei-

ster stammen, sind oft nicht so vollkommen wie Arbeiten eines Einzelnen.

Marion G. Müller

Beate Schneider / Silvia Knobloch (Hrsg.)
Controlling-Praxis in Medien-Unternehmen
 Neuwied, Kriftel: Luchterhand 1999. – 252 S.
 ISBN 3-472-03429-7

Mit diesem Buch startet die neue Schriftenreihe „Medienmanagement“ anhand des Themas Controlling mit der längst überfälligen Aufarbeitung und Darstellung der medienwirtschaftlichen Praxis. Die Herausgeberinnen gehören beide der Hochschule für Musik und Theater Hannover an. Beate Schneider ist Leiterin des Instituts für Journalistik und Kommunikationsforschung, Silvia Knobloch wissenschaftliche Mitarbeiterin im Studiengang Medienmanagement am selben Institut. Der Band besteht aus drei Teilen. Zunächst werden die Besonderheiten von Medien als Wirtschaftsunternehmen dargelegt. Der zweite Teil dient der Erläuterung der Funktionen und Instrumente des Controlling. Im dritten Teil, der etwa drei Viertel des Sammelbandes ausmacht, finden sich insgesamt elf Beiträge aus der Controlling-Praxis von unterschiedlichsten Medien-Unternehmen. Ein Anhang mit Angaben zu den Autoren und ein gemeinsames Stichwortverzeichnis runden den Sammelband ab.

Im ersten Teil weisen die beiden Herausgeberinnen auf die Besonderheiten der Medien hin, die sich vor allem im Produkt, in der Produktion, dem Vertrieb sowie in den besonderen Marktkonstellationen manifestieren. Die Verbundenheit des Vertriebs- und Werbemarktes in der Medienbranche wird am Beispiel der Anzeigen-Auflagen-Spirale dargestellt. Die Autorinnen verweisen darauf, dass das Angebotssortiment von den Medien ständig, häufig sogar täglich neu zusammengestellt und auch hergestellt werden muss: „Diese kontinuierliche Produktion eines kreativen Inhalts, der in aller Regel jeweils ein Unikat darstellt, ist mit erheblichem Koordinationsaufwand verbunden und erschwert die Planung und Steuerung eines Medienunternehmens im Vergleich zu anderen Branchen wesentlich“ (S. 10). Der besondere Koordinationsaufwand begründet einmal mehr die Notwendigkeit eines Medien-Controlling.