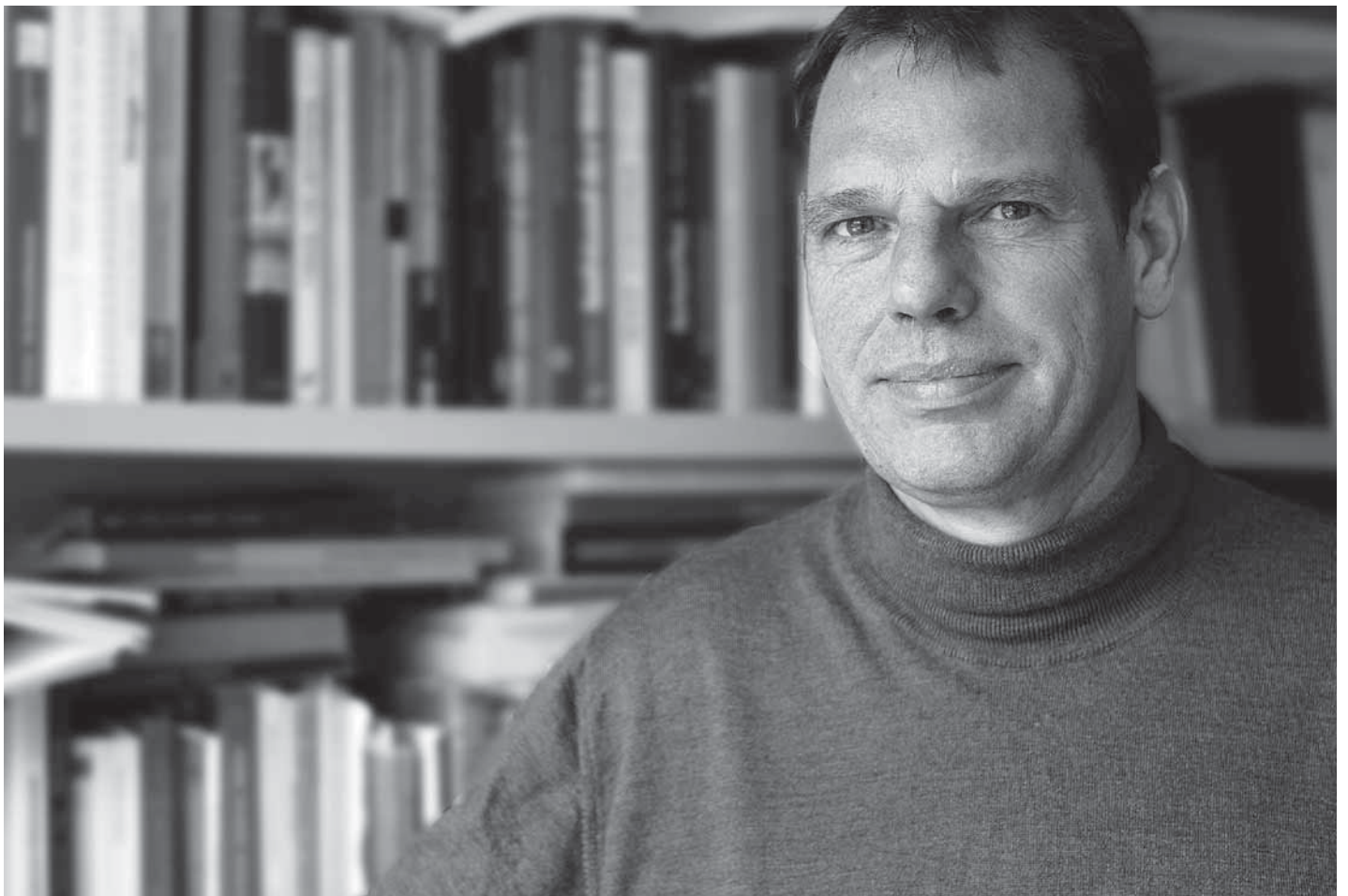


Das Porträt: Klaus Sachs-Hombach

Alexander Grau



Mit dieser Ausgabe beginnt eine Porträt-Reihe, in der spannende und anregende Wissenschaftler vorgestellt werden, die die medienwissenschaftliche Diskussion auf originelle und grundlegende Weise bereichern. Dazu gehören nicht nur Medienwissenschaftler, sondern auch Forscher aus verwandten oder weniger verwandten Fächern.

Er ist sicher einer der wichtigsten Bildwissenschaftler Deutschlands und einer der engagiertesten dazu: Dr. Klaus Sachs-Hombach, Professor für Medienwissenschaft an der Eberhard Karls Universität Tübingen. Als Herausgeber

einschlägiger Sammelbände, Gründer des Virtuellen Instituts für Bildwissenschaft und der Onlinezeitschrift „Image“ war er maßgeblich daran beteiligt, die Bildwissenschaft interdisziplinär zu etablieren und aus ihren traditionellen fachlichen Verwurzelungen zu lösen. Ähnliches schwebt ihm für die Medienwissenschaft vor, die er zu sehr in alten Frontstellungen gefangen sieht. Dabei sei gerade sie prädestiniert, schnell auf technische und gesellschaftliche Veränderungen zu reagieren.

Es ist ein Tübinger Bilderbuchherbsttag. In strahlendem Tiefblau wölbt sich der schwäbische Himmel wolkenlos über den Altstadtäckern. Der Stadtpark leuchtet gelb und rot. Der Neckar, in dem sich die Fassaden der Uferhäuser pittoresk spiegeln, scheint vor Ehrfurcht stillzustehen. Die Stocherkähne wenige Meter vor dem Höderlinterum wirken wie festgefroren, so regungslos ist das Wasser.

Deutlich betriebsamer wird es, wenn man vom Neckarufer hoch, an der Stiftskirche vorbei durch die Altstadtgassen Richtung Wilhelmstraße schlendert, dort wo die altehrwürdige Eberhard Karls Universität seit dem 19. Jahrhundert begonnen hat, ihre Institute zu versammeln. Studentenmassen schieben sich am neoklassizistischen Hauptgebäude der Universitätsbibliothek vorbei und am trostlosen Hegelbau, einer architektonischen Sünde der späten 1950er-Jahre. Schließlich steht man vor dem Neuphilologicum, das in politisch aufgeregteren Zeiten den Namen „Brechtbau“ verliehen bekommen hat. Neben den neuen Philologien sitzt hier das berühmte Seminar für Rhetorik und – seit wenigen Jahren – das Institut für Medienwissenschaft.

Das Büro von Klaus Sachs-Hombach wird beherrscht von einer großen Bücherwand, was bei einem Medienwissenschaftler durchaus beruhigend wirkt. Zwischen den heruntergelassenen Jalousien strahlt die Herbstsonne herein.

Geboren wurde Sachs-Hombach im Ruhrgebiet. Dass er sich in Tübingen dennoch äußerst wohlfühlt, hat vielleicht auch mit seiner Familiengeschichte zu tun. Mütterlicherseits, erklärt er, stamme er von jenen Schwaben ab, die im 19. Jahrhundert im damaligen Preußisch-Polen angesiedelt wurden. Und väterlicherseits hätte seine Familie Thüringer Wurzeln: „Da gibt es“, Sachs-Hombach muss schmunzeln, „zumindest die Gemeinsamkeit, dass es sehr protestantisch dort zugegangen ist.“

Bildwissenschaft

Sein Studium begann Klaus Sachs-Hombach in Münster. Die Fächer: Philosophie, Psychologie und Germanistik. 1990 wird er promoviert. Seine Doktorarbeit befasst sich mit der Entstehung der institutionellen Psychologie im 19. Jahrhundert. Unter dem Einfluss seines damaligen akademischen Lehrers Ferdinand Fellmann, einem Schüler Hans Blumenbergs, wendet er sich dann dem Bildthema zu und verbindet es mit der in den 1980er-Jahren innerhalb der Kognitiven Psychologie geführten Diskussion über mentale Repräsentationen.

Begonnen hatte diese Debatte mit dem Buch *Image and Mind* des in Harvard forschenden Psychologen Stephen M. Kosslyn. Waren Kognitionspsychologen und fast alle mit dem Thema befassten Philosophen bis zu diesem Zeitpunkt davon ausgegangen, dass Informationen und ihre Verarbeitung im Gehirn in irgendeiner Form sprachlich repräsentiert sind, so argumentierte Kosslyn anhand seiner Forschungsergebnisse nun, dass es auch piktoriale, also bildliche Wissensrepräsentationen und Denkprozesse gibt.

Seitens der Philosophie ging es in der anschließenden Debatte um ein Kernproblem: Ist unser Wissen vollständig sprachlich und diskursiv erfassbar, oder gibt es einen Bereich, der sich unserer sprachlichen Verfügbarkeit entzieht? Das klingt sehr akademisch. Für Sachs-Hombach haben diese Fragen aber auch eine existenzielle Dimension, gerade weil er davon überzeugt ist, dass sich Bilder

»Das Bild, das Sinnliche, das Gegebene, das sind Phänomene, die sich sprachlich sperren, durch die wir aber durchaus geprägt werden, die wir bedenken müssen, die uns als anthropologische Vorgaben prägen.«

nicht vollständig sprachlich erschließen: „Das Bild, das Sinnliche, das Gegebene, das sind Phänomene, die sich sprachlich sperren, durch die wir aber durchaus geprägt werden, die wir bedenken müssen, die uns als anthropologische Vorgaben prägen“. Es wäre ein Fehler, sie einfach auszuklammern. „Und Bilder generell, insbesondere mentale Bilder“, ergänzt er, „sind Unverfügbarkeitsreservoir“.

Der Bildbegriff selbst ist natürlich notorisch unscharf und reicht vom mentalen Bild über die Metapher bis zum Tafelbild und dem Foto von Oma im Schrank. Das Grundphänomen alles Bildlichen ist für Sachs-Hombach jedoch – hier knüpft er an den englischen Philosophen Richard Wollheim an –, dass man etwas in etwas sieht („seeing in“ nennt es Wollheim): sei es, dass man in Farbpunkten auf einer Leinwand eine Landschaft erkennt oder in einer Wolke ein Gesicht.

Wie grundlegend diese Fähigkeit des Menschen ist, zeigt sich für den Tübinger Medienwissenschaftler auch darin, dass wir Bilder Texten im Grunde jederzeit vorziehen: „Menschen finden das Lesen generell anstrengend. Man muss sich konzentrieren, man muss in einer geordneten Weise lesen, von links nach rechts, von oben nach unten.“ Bilder hingegen könne man scheinbar mühelos zur Kenntnis nehmen und sich von ihnen unterhalten lassen. Deshalb sei Unterhaltung in der Regel audiovisuell.

Aus diesem Grund sieht Sachs-Hombach im Internet vor allem ein Bildmedium. Selbst Texte müssten dort, um gelesen zu werden, entsprechend optisch gestaltet sein. Dass Bilder in den Anfangsjahren des Internets noch eine geringere Rolle spielten, habe vor allem technische Gründe. In Zukunft würden Informationen im Internet, so Sachs-Hombachs Prognose, jedoch vor allem piktorial vermittelt. Das läge auch daran, dass Bilder von allen Rezipienten in gleicher Weise wahrgenommen werden würden, was ihre Verbreitung in einem universalen Medium begünstigt. Erst ihre praktische Verwendung – zu warnen, hinzuweisen etc. – unterläge kulturellen Eigenarten.

Medienwandel

Wir sitzen über Eck an dem großen Tisch, der in der Mitte von Sachs-Hombachs Büro steht. Der Tübinger Professor hat sich zurückgelehnt und seine Beine übereinandergeschlagen.

»Bilder generell, insbesondere mentale Bilder, sind Unverfügbarkeitsreservoir.«

Gerade das Beispiel „Internet“ und die Frage, ob es als Text- oder Bildmedium zu verstehen ist, wie es begann und wie es sich weiterentwickeln wird, lenkt das Gespräch auf ein Thema, mit dem sich Sachs-Hombach in den letzten Jahren intensiv auseinandergesetzt hat: den Medienwandel. Die nächstliegende Frage in diesem Zusammenhang betrifft zunächst nicht einmal nur die Medien, sondern gilt für alle technischen Entwicklungen: Verlaufen diese intentional oder eher zufällig? Oder weniger akademisch ausgedrückt: Wandeln sich die Medien, weil ein echtes mediales Bedürfnis vorhanden ist oder konfrontiert uns die Entwicklung einfach mit Techniken, deren Möglichkeiten wir uns erst erschließen müssen?

Um diese Frage zu beantworten, so Sachs-Hombach, müsse man sich klarmachen, dass Medien zwei grundsätzliche Bedürfnisse des Menschen bedienen: „Überwindung von Raum und Zeit ist das eine, das andere ist kulturelle Selbstverständigung.“ Wenn ein neues Medium eines dieser beiden Bedürfnisse befriedigen kann – oder gar beide gleichzeitig –, dann hat dieses Medium Aussicht auf Erfolg.

Das beste Beispiel hierfür ist die Fotografie, deren Grundprinzip – mittels Linsen wird lichtempfindliches Material belichtet – auch noch für moderne Netzkameras gilt. „Weil in dieser Weise die Überwindung des Raumes möglich wird, ist das für Menschen interessant. Das ist ein anthropologisches Bedürfnis.“ Menschen würden am liebsten überall sein, „am besten zur selben Zeit“, und Medien – so kann man ergänzen – helfen ihnen ein Stück weit dabei. „Medien“, so bringt es Sachs-Hombach auf den Punkt, „liefern uns die Beruhigung, alles einfangen zu können“.

Dieser Gedanke ist ihm wichtig. Das merkt man, als er ihn weiter ausführt: „Es ist zunehmend meine Ansicht“, seine Hände scheinen seine Worte nachzumodellieren, „dass die Menschen im Wesentlichen von Angst geprägt sind bzw. von der Überwindung oder Vermeidung ihrer Angst.“ Genau das gelinge jedoch nur unzureichend. Die Abwehrmechanismen, die wir zu diesem Zweck in der Kindheit und Jugend entwickelten, erwiesen sich mitunter etwa als Korsett: Gerade im fortgeschrittenen Erwachsenenalter würde man dann bemerken, dass die erlernten Angstvermeidungsroutinen einen einschränken und der eigenen Freiheit berauben.

Setzt man diese grundlegenden anthropologischen Überlegungen in Beziehung zum Thema „Medien“, so erweisen sich diese „als eine groß angelegte gesellschaftliche Aktion, um die Menschen besser funktionabel zu machen.“ Und das bedeutet vor allem: ihnen ihre Ängste zu nehmen.

Doch Medien sind nicht nur Ausdruck unserer anthropologischen Gegebenheiten. Umgekehrt ist es auch möglich, dass Medien uns in einem elementaren Sinne ändern. Ein schönes Beispiel hierfür sei die Wahrnehmung. „Die meisten Menschen in unseren westlichen Gesellschaften sind gewohnt, viele Filme zu schauen, die im-

mer schneller geschnitten sind und somit anders auf die Welt reagieren können.“ Das, so der Medienwissenschaftler, war schon eine Beobachtung von Walter Benjamin.

Was Medien somit bewirken, betont Sachs-Hombach, sind kulturelle Überformungen elementarer, kognitiver Eigenschaften. Besonders anfällig dafür sei unsere emotionale Ausstattung, nicht zuletzt, weil sie sich evolutionär entwickelt habe, um das Handeln des Menschen in der Welt zu flexibilisieren – etwa bei Angst auf einen Baum zu springen, ohne erst lange nachzudenken.

Da Emotionen dafür da sind, sich schnell auf Veränderungen der Umwelt einzustellen, lassen sich emotionale Reaktionen besonders leicht kulturell verändern. Damit aber stellt sich die Frage, ob nicht gerade der Konsum sehr eindrücklicher Bildmedien mit gewalthaltigen oder auch nur actionbetonten Inhalten zu Abstumpfungen führen kann.

Sachs-Hombach sieht hier weniger eine Gefahr. Stumpft man etwa ab, wenn man Splatterfilme anschaut? „Das glaube ich nicht. Ich denke, dass man mit einer gewissen Vorentscheidung, einer gewissen Schulung, einem gewissen Interesse Medien nutzen kann, ohne dass das negative Folgen hat.“ Und zwangsläufig sei in diesem Zusammenhang gar nichts. Auch nicht im positiven Sinne: „Die kritische Berichterstattung in den Nachrichten“, bemerkt er lapidar, „trägt auch nicht auf jeden Fall zu einer Verbesserung der Welt bei, selbst wenn man jeden dazu zwingen würde, sich das anzuschauen.“

Jugendmedienschutz

Besonders intensiv hat sich Sachs-Hombach in den letzten Jahren mit Computerspielen befasst. „Natürlich hat jeder den Eindruck“, knüpft er an das Thema „Gewalt“ an, „dass das irgendetwas bewirken muss, wenn man ständig Ballerspiele spielt. Und das scheint mir auch ein plausibler Eindruck zu sein. Was man jedoch nicht sagen kann, ist, dass etwa die Amokschützen Amokschützen geworden sind, weil sie Computerspiele gespielt haben“. Solche engen Zusammenhänge bestünden nicht. Die Gründe für die ausbrechende Gewalt lägen in dem Fall woanders.

Um dem Thema „Computerspiele“ gerecht zu werden, müsse man es in das größere Thema „Spiel“ einordnen. Sachs-Hombach bezieht sich hier auf den romantischen Pädagogen Friedrich Fröbel, den „Erfinder“ der Kindergärten. Fröbel hatte in seinen Schriften auf die die Welt erschließende Funktion des Spiels hingewiesen. „Kleinen Kindern wird durch die Spielgeräte, die sie bekommen, ermöglicht, Welt zu erfahren und so eine sinnliche Präsenz elementarer Begriffe zu gewinnen.“ „Im Spiel“, so Sachs-Hombach, „probieren wir unser Menschsein aus“.

In diesem Simulationshaften, in dieser Als-ob-Haltung des Spiels liegt auch seine kognitionspsychologische Nähe zum Bild. „Wir üben, indem wir im Als-ob-Modus operieren, uns in der Welt zu bewegen. Und es ist unsere Natur“, Sachs-Hombach betont es mit Nachdruck, „das zu können und uns eigentlich eher virtuell zu bilden. Das meiste, was wir als Menschen lernen, ist virtuell.“

Bezogen auf Computerspiele bedeutet das dann konsequenterweise: „Die computerisierte Form des Spiels ist in einer computerisierten Welt wichtig, da es die elementaren Weisen einübt, überhaupt noch in der Welt aktiv zu sein“.

Der naheliegende Einwand ist an dieser Stelle naturgemäß, dass Computerspiele niemals reale Erfahrung in der Welt ersetzen können, das Klettern auf einem Baum, das Um-die-Wette-Rennen, das Herumstromern in einem Wald.

Doch die Gefahr, dass Computerspiele motorisch und kognitiv defizitäre Kinder mit einem übertrainierten rechten Daumen erzeugen, sieht Sachs-Hombach nicht. Vielmehr verweist er auf die kognitiven Fähigkeiten, die mit den Spielen erlernt würden. Hinzu käme, dass Jugendliche so eine enorme Kompetenz im Umgang mit Rechnern erwerben würden, die häufig über diejenige von Erwachsenen hinausgehe. „Das finde ich eine bemerkenswerte Sache, auch für pädagogische Zusammenhänge: Durch die schnelle technische Entwicklung beherrschen unsere Kinder einige Bereiche kompetenter als die Eltern. Und das finde ich insofern gut, als Kinder oft mit Ohnmachtsgefühlen zu kämpfen haben.“ Computerspiele könnten Kindern helfen, die Diskrepanz zwischen ihrem Selbstbild, nämlich eigentlich alles zu können, und dem Scheitern in der Realität zu überwinden.

Dieser häufig autodidaktisch erworbenen Medien- oder zumindest Computerkompetenz zum Trotz plädiert der Medienwissenschaftler allerdings dennoch für ein entsprechendes Schulfach. Das allerdings müsste eher technisch und grundlegend ausgelegt sein: Informatik, Programmiersprachen, Erstellen von Apps.

Defizite sieht Sachs-Hombach zudem in der kognitiven Medienkompetenz vieler Jugendlicher: etwa der Fähigkeit, einen Film kritisch und ästhetisch zu bewerten. „Dazu gehört auch die Kompetenz, zu wissen, dass, wenn ich ein Foto habe, nicht gesagt ist, dass das, was da abgebildet ist, auch wirklich so passiert ist.“ Oder auch das Bewusstsein dafür, dass Realityformate eben keine Realität abbilden, sondern hochgradig inszeniert sind, um Bedürfnisse zu befriedigen.

Kurz: Was aus Sicht des Tübinger Medienwissenschaftlers bei Jugendlichen mehr geschult werden muss, ist die hermeneutische Fähigkeit, Medienprodukte zu analysieren, die Intentionen ihrer Macher zu entschlüsseln, das Inszenierte vom Realen zu unterscheiden. Man müsse vermitteln, dass Medienprodukte gemacht seien. „Und in der Weise, wie sie gemacht sind, folgen sie gewissen Regeln, Mechanismen, Vorgaben und Ideologien“. Das bedeutet jedoch nicht, dass Sachs-Hombach die Zukunft der Medienwissenschaft in einer ausschließlich hermeneutisch orientierten Methodik sieht.

Die Zukunft der Medienwissenschaften

„Die Medienwissenschaft ist eine sehr junge Wissenschaft“, hebt Sachs-Hombach hervor. Anders etwa die Kommunikationswissenschaft. Diese sei die ältere und wissenschaftlich etabliertere der beiden Wissenschaften, ursprünglich aus der Publizistik hervorgegangen und sehr stark quantitativ und empirisch orientiert. „Das ist eine Form der Sozialwissenschaft, die sehr etabliert ist, die ihre Zukunft hat und sich weiterentwickeln wird.“

Die Medienwissenschaft hingegen sei aus den Philologien entstanden, insbesondere aus der Anglistik oder Amerikanistik, die immer schon einen Medienswerpunkt hatten. Als dann in den 1960er- und 1970er-Jahren erste medienwissenschaftliche Institute ausgegliedert wurden, erwiesen sich diese als extrem erfolgreich –

zumindest bei den Studenten. In der Folge anverwandelten sich die Medienwissenschaften, ausgehend vom Gegenstand Film und einer stark literaturwissenschaftlich geprägten Theorie, die noch frei flotternden Themen – etwa Computerspiele. Das Ergebnis: „In dem Maße wie die Medienwissenschaft erfolgreicher wurde, wurde sie auch heterogener.“

Diesem Erfolg stünde gegenüber, so Sachs-Hombach kritisch, dass die Grundlagen des Fachs nicht wirklich geklärt seien. Anders als bei anderen Fächern seien nicht einmal die Arbeitsbereiche und deren Strukturierungsprinzipien annähernd festgelegt. Zwar habe jedes medienwissenschaftliche Institut einen Lehrstuhl für Film und Fernsehen, doch darin würde sich das Curriculum der Medienwissenschaften auch schon erschöpfen.

Die Frage nach der Zukunft der Medienwissenschaften sei allerdings auch deshalb so schwer zu beantworten, weil sich die Phänomene, mit denen sie sich befassten, schnell wandelten und traditionelle Aufgabenteilungen – etwa mit den Kommunikationswissenschaften – infrage gestellt würden. Gleichwohl bestünden zwischen den Fächern wechselseitig nach wie vor erhebliche Vorbehalte. Aufgrund der ausgeprägten methodischen Unterschiede und „kulturellen“ Aversionen sieht Sachs-Hombach nicht, dass etwa Kommunikations- und Medienwissenschaften in naher Zukunft zusammenwachsen. „Ich empfinde es eher so, dass es sehr unterschiedliche Lager gibt, die sehr eigensinnigen und eigenwilligen Forschungslogiken und -bestrebungen nachgehen.“

Gleichwohl – oder gerade deswegen – hält es Sachs-Hombach für erstrebenswert, größere Institute zu schaffen, die sowohl medien- als auch kommunikationswissenschaftlich verbunden und interdisziplinär ausgerichtet sind. Vor allem aber müsste eine theoretische und wissenschaftliche Fundierung erfolgen, indem man die unterschiedlichen methodischen Ansätze miteinander ins Gespräch bringt. Sachs-Hombach plädiert für eine Professionalisierung der Medienwissenschaften und mahnt: „Der Erfolg der Medienwissenschaften insbesondere bei den Studenten ist eher ein Nachteil. Er verleitet dazu, zu denken, man hat den Erfolg, weil man so gut ist.“

Sachs-Hombach votiert also für Veränderungen und Bewegung in den Medienwissenschaften – nicht zuletzt, weil sich die Welt verändert und weil die Medienwissenschaften aufgrund ihres jungen Alters besonders gut geeignet sind, auf diese Veränderungen zu reagieren. Dazu passt ganz gut das Lieblingsbild des Bildwissenschaftlers: Es ist *Die große Welle vor Kanagawa* von Katsushika Hokusai.

In der nächsten Ausgabe der *tv diskurs*:
der Friedrichshafener Soziologe Prof. Dr. Dirk Baecker

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

