

# Visionäres aus einem Land ohne Visionäre

Wissensgesellschaft und neue Medien: Widersprüchli

Von Gabriele Hooffacker

»Wissen war über Jahrhunderte an das Medium Buch gebunden. Text war der Wissensträger, der unseren Ansprüchen an die Rationalität des Wissens am besten entsprach.« Für Christa Maar gehört diese Phase der Vergangenheit an. Der Präsidentin der Burda-Akademie ist klar: »Die Darstellung von komplexem Wissen in Form von Bildern wird immer wichtiger.«

Wie das aussehen wird, sollten die Vorträge und Workshops Anfang Februar auf der Messe mit dem schönen Titel »Envisioning knowledge – Die Wissensgesellschaft und die neuen Medien« in München zeigen. Vollmundig wurde dieser sechste Kongreß der Burda Akademie »Medien-Biennale« genannt. Doch die gepriesene Visualisierung blieb im Ansatz stecken.

## Bilder für die Masse, Text für die Elite

Mit Schlagworten immerhin waren die Akademiker während des ganzen Kongresses großzügig. Vom »Paradigmenwechsel vom Text zum Bild« schwafelten die PR-Texter von Burda Medien. Einen »pictorial turn«, einen Bilder-Wechsel in der Wissensvermittlung sahen die Kongreß-Organisatoren bereits in der Einladung heraufziehen. »Die Infographiken in der Zeitschrift »Focus« haben entscheidenden Anteil am Erfolg dieses innovativen Zeitschriftenformats«, jubelte Vorstandsvorsitzender Hubert Burda. Die Bedeutung von Boden, Maschinen oder Kapital sieht der Erbe des Medienunternehmens in den Hintergrund treten, denn »Wissen ist der Motor des gesellschaftlichen Wandels«.

Ein Glück, daß es »Focus« gibt, denkt der Kongreßbesucher, sonst würde die bundesdeutsche Gesellschaft glatt auf der Stelle treten. Doch wohin schweift der Blick des »Visionärs« Hubert Burda? Zurück: »Mit der Digitalisierung haben Bild und Text wieder zu einer Einheit gefunden, die sie im Mittelalter schon einmal



Internet-Bus in Nordrhein-Westfalen – Kommunika

besaßen«. Bekanntlich war im Mittelalter, der Wissensgesellschaft *par excellence*, der Besitz von Boden von *unvergleichlicher* Wichtigkeit. Dafür ist die mittelalterliche Wissensgesellschaft ein gutes Beispiel für die »völlig neuen Formen der Kommunikation, Arbeit und Bildung«: Bilder für die Masse der Leseunkundigen, Text für die winzige Elite der kirchlichen Wissensträger, Rechnen für die Kaufleute.

Die Zunft der Kaufleute, vertreten durch die Deutsche Bank, präsentierte ihren – zugegebenermaßen gelungenen – Web-Auftritt als Visualisierung. Die »einmaligen« Visualisierungsergebnisse aus Forschung und Wirtschaft entpuppen sich beim näheren Hinsehen als typische Messe-Präsentationstechnik: überall Bürotische, Stehpulte, PC-Bildschirme, Overhead-Screens und Video-Beamer.

Viel Andrang auf der Ausstellung gab es nicht; mit dem Platz wurde großzügig umgegangen. In einem toten Winkel, auf der Kehrseite der Messewände, hatte irgendjemand den Stand des Fraunhofer Instituts für Graphische Datenverarbeitung plazierte. Ein begeisterter Nach-

