

COMMUMEDIA SKETCHBLOG

Wissenswertes, Auffälliges + Pointen aus dem Kommunikations- und Medien-Alltag



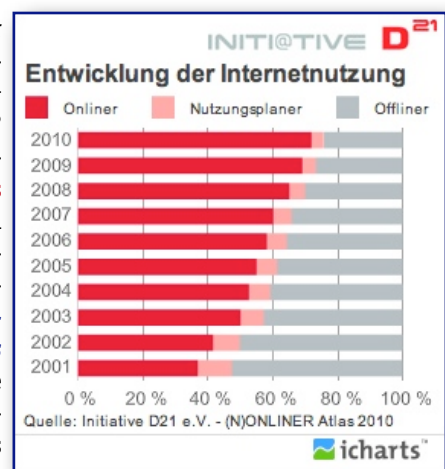
Schwarz. Wüst. Muskel.

Der Ruhrpott. Keine Landschaft Europas wird so durch ein falsches – weil völlig veraltetes – Klischee gebeutelt wie eine der größten Agglomerationen („Ballungsgebiete“) Europas. Zwischen Duisburg und Dortmund, Oberhausen und Hagen leben um die 7,5 Mio. Menschen. In einer Landschaft, die vorwiegend grün ist, quirlige, aber auch „spießige“ Städte vereint und die Schmutzindustrie inzwischen weitgehend stillgelegt oder zum Museum geworden ist. Eine Region, die begeistert; am meisten diejenigen, die dort leben. Und einer von ihnen ist typisch, weil er das Feeling dieser *Lebensanschauung Ruhrpott* rüberbringt, dass man das Vorurteil glatt umdrehen kann in: *hell, weise, Hirn*. Seine Cartoons sind besser als es die ganze „Kulturhauptstadt“-Kampagne 2010 zusammengenommen war. Wer hier klickt, kann nur noch staunen – und zum Fan werden:

► <http://www.oli-hilbring.de/blog/>

Ende des Außenseiter-Status

Sind wir uns einig: nicht jeder Mensch isst Kartoffeln. Würde man deshalb diese Knolle in Europa – vor allem Deutschland – als „Minderheiten-Speise“ bezeichnen können? Angesichts einer schwabbelbäuchigen Pommes-Generation sicher ganz und gar nicht. Also: *das Internet*, nur eine Angelegenheit der Jüngeren und der exotischen Freaks? Das war es sicherlich einmal, nun aber hat es den Status der Kartoffel: *Fundament des Medien-Konsums. Gehört auf den täglichen Informationsteller des Normalbürgers*. Ist so selbstverständlich wie Fernsehen und ein Mobiltelefon. Eine Volks-Sache. Die Statistik beweist es, wir nähern uns hinsichtlich Nutzung der Vollversorgung.



Deja vu im Rattenhirn

Dröge Wissenschaft kann ganz spannend sein. Weil die Rückschlüsse auf uns Menschen durchaus zulässig und extrem erhellend sind.

Jeder hatte es schon einmal, jedem war und ist es sicherlich unheimlich. Dieser kurze, seltsame Moment, in dem man glaubt, „hey, das hab' ich doch schon mal erlebt!“. Was zu einem Konflikt führt: kann das, was jetzt ist und in nächster Kürze sein wird (also Zukunft) gleichzeitig Vergangenheit, Erinnerung sein? Nein, kann es nicht. Aber das Gehirn kann sich täuschen lassen. Und wir alle wissen nicht, wie oft, wann und in welchem Maße wir solche „Gehirnschäden“ haben, Fehlfunktionen vielleicht für Sekundenbruchteile – oder auch längere Zeit und öfter.

Bei Parkinson-Erkrankten setzen irgendwann massive Halluzinationen ein. Zustände, die man sich rational-logisch kaum erklären kann: wieso sieht ein Erkrankter eingemischt und verwoben mit dem realen Bild rein Fiktives, Eingebildetes? – Sieht er ja auch gar nicht, er wird von seinen Erinne-

rungsbruchstücken getäuscht. Wer mit Altersdementen zu tun hat (oder leider [schon] davon betroffen ist, wird immer wieder feststellen, „früher“ „hat man drauf“, das aktuelle, Jetzige, vergisst man auf der Stelle. Auch hier sind ähnliche Effekte aktiv, wie in einem Experiment, dass nun gemacht und ausgewertet wurde.

Die für uns Menschen sehr interessante, weil viele Merkwürdigkeiten im Zusammenleben erklärende Frage ist: wieviele und in welchem Maße sind Personen, mit denen wir es zu tun haben und „merkwürdig“, „sonderbar“, „komisch“ denken-entscheiden-handeln-sprechen vielleicht von (leichten bis massiven) Schäden betroffen, die dem isoliert ausgearbeiteten Effekt des Experiments entsprechen. Wer „spinnt“, könnte eigentlich nur einen „Leitungsschaden“ haben – wusste das ein umgangssprachliches Schimpf- und Sprichwort nicht schon immer?



spektrumdirekt berichtet:

«Bei der Gedächtnisbildung spielt eine [bestimme] Hirnregion eine herausragende Rolle. Neurobiologen ... von der University of Cambridge nahmen ihn jetzt genauer unter die Lupe. Die Forscher ließen Versuchsratten zunächst einen Gegenstand beschnuppern. Anschließend kamen die Tiere entweder in einen Käfig, von dem aus sie die Umgebung betrachten konnten, oder in eine Dunkelkammer, abgeschirmt von visuellen Eindrücken. Eine Stunde später wurde ihnen entweder dasselbe Objekt wie zuvor gezeigt oder aber ein neues. Gesunde Ratten erinnerten sich an den bekannten Gegenstand und erkundeten ihn beim zweiten Mal weniger ausgiebig. Würden Tiere mit geschädigtem perirhinalem Kortex [der für diese Funktion wichtig ist] auf Grund ihres Gedächtnisausfalls zuvor Präsentiertes nun für neu halten? Paradoxerweise schienen sich die beeinträchtigten Nager nicht nur an die bekannten Dinge zu erinnern – sie behandelten auch **neue** Objekte so, als wären sie mit ihnen vertraut. Allerdings trat dieser Effekt nur dann auf, wenn sie während der einstündigen Wartezeit die Umgebung beobachtet hatten. **Des Rätsels Lösung suchten die Forscher in der Neurophysiologie des Sehens:** Beim Erkennen von Gegenständen ist der so genannte ventrale Pfad (auch "Was"-Pfad genannt) aktiv. Am Anfang dieses Verarbeitungswegs liegt der für einzelne Aspekte von Gesehenem zuständige primäre visuelle Kortex. Im Schläfenlappen werden dann Konturen und Farbe immer weiter kombiniert, bis Bilder von abgrenzbaren Objekten entstehen – die der perirhinale Kortex speichert. Ist dieser geschädigt, fällt die Repräsentation komplexer Objekte aus. Somit greift das Gedächtnis auf frühere Abschnitte der ventralen Bahn zurück, in denen visuelle Informationen noch eher fragmentarisch verarbeitet seien. Folge: Die Tiere können neue Gegenstände nicht von in Farbe oder Form ähnlichen Umgebungsreizen unterscheiden.» ■

Weltreligion

Eigentlich müssten wir jubeln. Wir haben erreicht, was selbst dem Papst oder Dalai Lama nicht gelang, selbst optimistischen Philosophen unmöglich erschien: **Die Vereinigung aller Religionen der Welt** zu einer friedlich-freundlichen, „wir haben uns alle lieb und helfen uns“-Christmas-Gesäusel (na ja, so'n bisschen Islam vielleicht ausgenommen). Kein Geringerer stand Pate und machte es möglich als der Kommerz, das Gewinn- und Geldraff-Wesen.

Deshalb dachten wohl die Johanniter, eine absolut ehrenwerte und vertrauenswürdige Hilfsorganisation, **das das Volk das alles nicht so recht auseinanderhalten kann; das mit den Religionen:** Frohe Weihnachten nun auch den Muslimen in Pakistan, vor allem, wenn sie klein sind.

- **Steht ja völlig außer Frage, dass Kindern, welcher Religion und Nationalität auch immer, geholfen werden soll. Aber muss man dafür wirklich so vordergründig-primitiv auf die Spendentube drücken?**

Ab 1945 zoffte Gandhi mit den Kolonial-Engländern, die gaben Indien schließlich frei. Um politisch die Zone zu stabilisieren, schuf man das

Frohe Weihnachten!



„Auch für die Kinder in Pakistan?“

moslemisch orientierte Pakistan, Indien war vorwiegend hinduistisch – eine Religion, in der Spirituelles im Vordergrund steht.



Gandhi gilt wegen seines persönlichen Weges und als absoluter „Keine Gewalt“-Mensch als Symbol für materielle **Armut**, Besitzlosigkeit, Bescheidenheit. So etwas ist, wie Jesus, Buddha und Lebkuchenherzen, gut fürs gefühlsduselige Weihnachtsgeschäft. Legitim, wenn auch ziemlich geschmacklos, wenn sich die Luxusmarke Montblanc dieser Symbolik bedient. Und wie vieles in der Werbung ist natürlich auch dieser Spruch in dieser Form **unwahr**, um nicht zu sagen, weihnachtlich gelogen. Denn komplett heißt er „**God is truth. The way to truth lies through ahimsa (non-violence)**“.

Weil Weihnachten ist, kann man Gott ja mal eben weglassen. Und dafür den Preis auf göttliches Niveau heben. Ein Füller für **2.500,- Euro**?! Ja, durchaus einem Armenprediger wie Gandhi angemessen, denn schließlich wurde **Jesulein zart mit Gold und Weihrauch von den Königen überschüttet**. Der Stall war ja nur konspirative Tarnung.



So kuschelig nikolaus-rot feiert der Araber oder Sahara-Beduine doch immer mal wieder gerne sein Weihnachtsfest. Und der Chinese liefert seine traditionelle Bommelmütze dazu.

Da lobe ich mir doch deutsche Weihnachtsmärkte. Auf denen werden

inzwischen mindestens so viele Buddhaköpfe verkauft wie Krippen (letztere gehen wahrscheinlich immer weniger), auch buddhistische Gebetsfahnen am ur-heidnischen Weihnachtsbaum oder islamisch-marokkanische Lederlampen machen sich gut (an Stelle von Schwippbögen und Strohsternen). Noch ein bisschen Hinduismus dazu und ein wenig Voodoo – fertig ist das Fest der Liebe, der Papst mag derweilen in der vatikanischen Krippe den Esel dazu geben. Denn Weihnachten ist ja vor allem dreierlei: **Fresen, Saufen, Grölen**. Vornehm ausgedrückt wird die neue Weltreligion daraus: **Generation Fun**.



Monopoly

(pte) **Nur eine Handvoll Internet- und Technologie-Konzerne dominieren das Web 2.0.** Während sich die Macht im Netz immer stärker auf Online-Giganten wie Google oder Facebook, aber auch Microsoft, Apple oder Amazon konzentriert, scheinen die Tage gezählt, an denen die Online-Welt noch eine Spielwiese mit grenzenlosem Potenzial für neue Ideen von Nachwuchs-Unternehmen war. Der "Web-2.0-Himmel" ist voll - Innovationen und fortschrittlicher Services für die User bleiben auf der Strecke.

Platzhirschen verteidigen ihr Revier

"Gerade im Bereich der sozialen Netzwerke, wo etwa die Menge von Nutzern über den Erfolg entscheidet, haben es neue Anbieter inzwischen sehr schwer", unterstreicht Medienwissenschaftler Kai-Uwe Weidlich, Geschäftsführer Medien Institut in Ludwigshafen. Selbst die vielversprechende Open-Source-Entwicklung, die der Kreativität auf der Suche nach neuen Diensten durch die Einbindung von Drittentwicklern aus der Online-Community freien Lauf lässt, haben sich die Platzhirschen im Technologie-sektor mittlerweile zu Eigen gemacht. Kaum eine Anwendung oder App, die massenhaft User findet, steht nicht unter dem Banner der dominanten Konzerne.

Härtere Hahnenkämpfe und Ausleseprozess

"Wir steuern auf eine Ära zu, in der die Internet-Titanen mehr daran interessiert sind, sich gegenseitig um Macht und Einfluss zu bekämpfen als User mit neuen Erfindungen zu erfreuen." Derart resignierend beschreibt Mercury News die Stimmung beim diesjährigen Web 2.0 Summit in San Francisco, einem der weltweit wichtigsten Branchentreffs. "Der Ausleseprozess wird sich mit hoher Wahrscheinlichkeit weiter fortsetzen, da wohl die meisten User aus Zeitgründen nur in einem oder zwei Netzwerken wirklich aktiv sein können", meint Weidlich. Allerdings ist damit zu rechnen, "dass nach einer Phase der Konsolidierung auch wieder eine Phase der Differenzierung folgen wird". In dem Markt wird dem Experten zufolge weiterhin Dynamik bleiben. Für neue Angebote werden die Nutzer aber erst offen sein, wenn sie gegenüber den etablierten einen Mehrwert bieten können.

GEKRÜMEL**Kleidertipp für Männer auf Freiersfüßen**

(ots) - Ob lässig im T-Shirt oder fein im edlen Zwirn: Wie auch immer sich Männer zur ersten Verabredung kleiden, die Farbe **Rot** sollte dabei sein, rät die "Apotheken Umschau". Das Magazin zitiert Forscher der Universitäten Rochester (USA) und München. Sie fanden heraus, die **Signalfarbe Rot** erhöht die Chancen beim anderen Geschlecht, meine Herren **Rottweiler**, **Rotzlöffel**, **Rotarier** !! ■

Wie dämlich

Neulich verließ mich der Mut. Als ich die Idee zu einem Buch hatte und es zu schreiben begann. Mit dem Titel: **"Zickige Vorzimmer-Sekretärinnen und Empfangsdamen, die ich jederzeit wieder gerne vergiften würde."** Denn: wie lange sollte ich denn daran schreiben, bei nur zwanzig, dreißig Seiten am Tag ... ■

Zülig überholt

Übrigens: Neuerdings ist es wieder irre chic, im ICE **statt des Laptops ein Notizbuch** aufzuklappen. Und mit Füllhalter zu schreiben, auf Umweltpapier. So zeigt man, man hat es nicht nötig, zu sein wie die anderen. ■

Lautsprecher aus

(pte) Ab 2012 darf Werbung im US-Fernsehen nur mehr höchstens so laut sein wie die Sendung, die sie unterbricht. Das sieht der Advertisement Loudness Mitigation (CALM) Act vor, der vom Kongress abegesegnet wurde. Bisher empfahl man den Zusehern, bei zu lauten Werbespots auf die Stumm-Taste zu schalten. Hörbare Unterschiede sind jetzt verboten. ■