

„Neuro“ als Marke

## Prothesen

Neurowissenschaftler sind heute fast überall zu Hause, haben zu allem etwas zu sagen. Ihre Expertise ist gefragt, wenn es um Neurotheologie, Neuroökologie, Neuropsychoanalyse oder Neuroästhetik, kurz um jene Felder geht, die seit der „Dekade des Gehirns“ wuchern. Diesen Wucherungen widmete sich eine Berliner Tagung, die das Max Planck Institut für Wissenschaftsgeschichte mit dem ICI Kulturlabor Berlin und dem Bios-Centre der London School of Economics ausgerichtet hat. (Die Vorträge sollen demnächst auf den Internetseiten des MPI für Wissenschaftsgeschichte abrufbar sein.) Fernando Vidal und Nicolas Langlitz hatten als Organisatoren eingeladen, um zu fragen, welche Interessen Neuroforscher verfolgen, welche Anforderungen sie an ihre Praktiken und Erkenntnisse stellen, wie sich fachspezifische Wissensstandards durch die Neuroeuphorie verändern und welcher sozialen oder politischen Agenda er zuspielet.

Vor einseitigem Neuro-Bashing warnten dabei die Ethnographen Andreas Roepstorff und Martijn van Beek (Aarhus). Sie wollten Vorurteile gegen die Neurotheologie, etwa gegen das serienmäßige Scannen der Gehirne von Buddhisten ausräumen. Das Potential dieser neurophänomenologischen Ansätze bestehe in der Vermittlung von Neurophysiologie mit behavioristischen und introspektiven Sichtweisen. Eine derartige „Triangulierung der Erfahrung“ mochte Fernando Vidal noch als guten Willen gelten lassen. Oft sei der Neuro-Buddhismus jedoch reiner Buzenzauber oder eine bloße Reduktion von Mystik auf Medizin.

Allan Young (Montreal) teilte diese Bedenken. Am Beispiel der Empathieforschung führte er die Absurdität evolutionsgeschichtlicher Argumentationsstile vor. So verstünde der Chicagoer Psychiater Jean Decety unter Empathie die Fähigkeit, Schmerzen anderer als eigene zu empfinden. Wenn Empathie – wie in Untersuchungen zum so genannten „Dictator Game“ – zugleich auch die Lust an der Empfindung des Schmerzes anderer meint, sei damit das Gegenteil behauptet. Missbrauch wird also nicht nur dort betrieben, wo neurowissenschaftliche Begriffe ihre Laborkontexte verlassen und als Gesellen, Meister, Exilanten oder Gaukler auf Wanderschaft gehen, sondern auch wissenschaftsintern.

In seinem Kommentar zu Youngs Referat, der zu den rhetorischen Glanzleistungen der Tagung zählte, warnte der Neurowissenschaftler Hauke Heekeren (Berlin) im kritischen Geist eines Aufklärers vor seiner eigenen Zunft und gelobte selbst Besserung. Unsinn sei die Gleichsetzung von Neuronenaktivität mit „BOLD“, also der Messung von Veränderungen des Durchflusses in den Blutgefäßen. Auf einer solchen Messung fußten jedoch viele Arbeiten zu menschlichen Spiegelneuronen. Der Ethnograph, so die Warnung des Nervenforschers, beschäftige sich also gerade mit umstrittenen Vertretern des für ihn fremden Faches.

Gegen eine allgemeine Hermeneutik des Verdachts richteten sich Nikolas Rose und seine Kollegin Iina Singh (London). Weder der neurowissenschaftliche Reduktionismus noch das Neuro-Bashing seien ernstzunehmende Positionen, wenn es darum gehe, die Aufmerksamkeit auf jene politisch relevanten Felder zu richten, in denen Forschungsergebnisse auf entsprechende Ideologien und bereits etablierte Praktiken treffen. Das sei beim Screening oftmals schon der Fall. In der britische Verbrechensprävention zeigten sich beispielsweise längst massive Konsequenzen der neurowissenschaftlichen Kriminalanthropologie.

Allgemeiner Konsens war, dass sich die Neurokulturen von überzogenen Erkenntnisambitionen ebenso fernzuhalten haben wie ihre Kritiker vom fröhlichen Konstruktivismus. Vidal forderte daher eine Neuro-Kritik, die die Prämissen, Methoden, Konsequenzen und Argumentationsstile der Neurokulturen hinterfragen müsse. Von welchem Standpunkt diese Kritik, soll sie nicht gleich in der Klamottenkiste verschwinden, formuliert werden kann, blieb allerdings unklar; inwieweit die Erforschung der Neurokulturen selbst ein Effekt der von den Hirnforschern ausgelöst, von Bedürfnissen der Geisteswissenschaften genährten Mode ist, leider auch.

Eine wichtige Frage wurde gar nicht gestellt: Funktioniert das Präfix „Neuro“ eigentlich wie ein Markenzeichen, ein Logo? Als die Sportfirma Nike einst wegen Kinderarbeit in die Kritik geriet, erfand ihr an Roland Barthes geschulte Public Relation Manager einen Mythos: Er machte das Engagement gegen Kinderarbeit zum Motto der Firma. Gibt es einen vergleichbaren Mythos der Neurokulturen? Sind sie der Versuch, einstmals als unzureichend, ja primitiv beschriebene Deutungen in den Geisteswissenschaften – von der Ästhetik bis zur Theologie – unter neuem Signet nunmehr als letzten Schrei zu verkaufen? Möglicherweise wird derzeit vieles, was hinkt und lahmt, mit viel Geld und schlechten Neuroprothesen mobil gemacht. Wenn das so wäre, dann stünden die Neurokulturen schon im Zeichen des Verfalls: Ihr Präfix ähnelte jenen Bio-Siegeln, in die eine bereits marode Landwirtschaft ihre letzten Hoffnungen setzt.

YVONNE WÜBBEN