

Martin Andree: Placebo-Effekte: Heilende Zeichen, toxische Texte, ansteckende Informationen

Paderborn: Wilhelm Fink 2018, 461 S., ISBN 9783770562756, EUR 49,90

In seiner vierten Monographie beschreibt Martin Andree die umfangreiche Phänomenologie des Placebo-Effekts. Fünf Kapitel strukturieren die hermeneutisch angelegte Studie. Der Autor beginnt seine Argumentation aus der medizinischen Perspektive und hält fest, dass der „Placebo-Effekt eben [kein] medizinisches Epiphänomen“ (S.34) ist, sondern als Biomanipulation jeglicher Art verstanden werden kann. In der Folge stellt er die Frage „nach den pharmakologischen Potenzen von Zeichen, Texten und Medien“ (S.79) und kündigt an, Zeichen- und Bedeutungswirkungen zu prüfen. Im zweiten Teil geht Andree auf die Begriffsgeschichte des Placebos ein. Aufgrund des weiten Verständnisses entwickelt er eine interdisziplinäre Beobachtung aus Medizin, Psychologie sowie Teilbereichen der Geistes- und Kulturwissenschaften. Die Studie geht in der Kulturgeschichte zurück bis in die Antike und bezieht Überlegungen von Platon und Aristoteles ein. Darüber hinaus enthält die Arbeit auch Darstellungen der neuronalen Struktur von Placebo-Effekten. In Unterkapiteln vertieft der Medienkulturwissenschaftler bestimmte Einzelaspekte des Phänomens, beispielsweise den Gegenspieler Nocebo („II.2 Tod durch Zeichen: Der Nocebo-Effekt“). Bevor mediale Codierungen (IV) im Mittelpunkt stehen, implementiert Andree im

dritten Kapitel Erkenntnisse aus dem Produktmarketing, die sicherlich von seiner ehemaligen Tätigkeit im Unternehmen Henkel profitieren. Im Epilog (V) bezeichnet der Autor die Wirkung von Placebo-Effekten als Superkräfte und konstatiert, niemand könne das Placebo-Prinzip überwinden (vgl. S.384). Durch die gesamte Studie hinweg reiht er unzählige kulturhistorische Manifestationen des Placebo-Effekts aneinander, darunter die Selbstkonditionierung des positiven Denkens (vgl. S.253ff.).

Es handelt sich bei der Publikation um eine beachtliche Analyse des komplexen Phänomens Placebo, die auf einem Konglomerat des Forschungsstands unterschiedlicher Disziplinen basiert. Der Weg, medizinisches Wissen in die Kulturwissenschaft zu übertragen und weiterzuführen, ist durchaus innovativ. Dem Vorhaben, die „semiosomatischen Begründungszusammenhänge [...] auszuleuchten“ (S.100), fehlt jedoch eine nachvollziehbare Systematik. Zu oft kommen die scheinbar beliebigen Beispiele wiederholt zur Sprache, obwohl, wie für das Thema Leistungssport, separate Unterkapitel vorhanden sind. Die für Andrees Analyse grundlegende Verortung des Medienbegriffs mit Roland Barthes (S.258ff.) erfolgt sehr spät, nachdem er den Dreisatz „Zeichen, Text und Medien“ (Kapitel II.1) bereits mehrfach verwendet

und illustriert hat. Umso wichtiger sind für die Leser_innen die Zwischenfazit sowie das Namens- und Sachregister. Als Belege seiner Argumentation findet der Autor Placebo-Effekte in medialen Erzeugnissen, wobei diese meist Fremdbeobachtungen sind und deren Aufgreifkriterien unklar bleiben. Eines dieser Beispiele beschreibt den positiven Effekt auf die Kreativität von Proband_innen, denen außerhalb der bewussten Wahrnehmung das Firmenlogo von Apple in einem vorgeführten Film angezeigt wurde (S.195).

Die Komplexität und zahlreichen Argumentationsstränge der Arbeit führen dazu, dass die Fragestellungen, „durch welche Codierungen, durch welche symbolischen Ordnungen, durch welche medialen Strukturen [...] die biologischen Wirkungen erzielt [werden]“ (S.257), in dieser Ausdifferenzierung nur lose beantwortet werden können. Andrees Denkansätze dürften dennoch sehr fruchtbare Kontroversen auslösen. So dürfte das Buch für Pharmazeutika-Gegner_innen wie gerufen kommen, weil er somatisch wirkende Therapien im Vergleich zum Placebo-Effekt pauschal abwertet: „Nichts wirkt

offenbar stärker als – nichts“ (S.35). Zumindest gesteht er etwas später ein, dass auch alternative Heilmethoden ausschließlich auf Placebo-Effekten beruhen (vgl. S.76). Als Beispiel für Nocebo-Effekte bezeichnet Andree Burnout als ‚Modekrankheit‘, die vor allem medial codiert werde (S.364f.). Das ‚Narrativ Arzt‘ (vgl. S.275f.) ist ein treffender Punkt in seiner Argumentation: Hier spricht der Autor von der heilenden Wirkung des weißen Kittels allein oder der nahezu magischen Performance des Unterschreibens auf dem Rezept. Allerdings bleiben aktuelle Paradigmenwechsel wie die Emanzipation der Patient_innen durch ein Mehr an Informationen im Web unerwähnt. Auch warten die Leser_innen vergeblich auf eine vom Autor durchgeführte empirische Untersuchung. Hier ist die Anschlussforschung gefragt weiterzuarbeiten. Am Ende seiner Arbeit regt Andree mögliche weiterführende Fragestellungen an, beispielsweise zur Rolle des Placebo-Effekts bei Nahrungsergänzungsmitteln (vgl. S.316).

Charmaine Voigt (Universität Leipzig)