

Béla Anda | Stefan Endrös | Jochen Kalka (Hg.)

WertZeichen setzen!

Wege in die Kommunikationszukunft
in Marketing, Medien und PR



Stefan Endrös

Neues Spiel, neues Glück

Was uns erwartet

„Wer ist Herr der Kommunikation, wer ist ihr Diener, wer beherrscht und nutzt am schnellsten die ständigen Veränderungen? Wer spielt mit? Wer wird zum neuen Spielführer – und vor allem: Wohin führen die Spielzüge?“

Stellt Euch vor: Ihr redet und redet und redet und keiner versteht Euch. Ihr erzählt spannende Geschichten und niemand verspürt das geringste Prickeln. Ihr kreierte faszinierende Werbung – und die Faszination kommt blass und ohne jegliche Ausstrahlung rüber. Originelle Medien versuchen den ultimativ neuen, innovativen Ansatz der Zukunft und niemand merkt es.

Stellt Euch vor: Ihr kommuniziert und wisst nicht, ob Ihr im Krieg oder im Frieden sprecht. Ob es auf das Karma ankommt oder auf macchiavellistische Machtdemonstrationen, auf taktisch-strategische Winkelzüge im Stil des preußischen Generals von Clausewitz oder auf esoterische Gruppentherapiemethoden mit hohem sozialen Charakter.

Was passiert, wenn Kommunikation nicht mehr funktioniert?

Kommunikative Berufe stehen ganz oben auf der Beliebtheitskala

Stellt Euch vor: Kommunikation macht einsam, weil der Gesprächspartner ganz andere Sprachen spricht. Oder womöglich keine mehr?

Vor diesem Szenario will sich dieses Buch Gedanken machen beziehungsweise Gedanken anregen. Denn immer mehr Leute arbeiten, wirken in der Kommunikation, haben sogenannte kommunikative Berufe, die angeblich ganz oben stehen auf der Beliebtheitsliste von Berufswünschen und Traumjobs. Kein Handwerk mehr, sondern ein Zungenwerk, ein modernes Mundwerk. Und noch viel mehr Menschen, unausweichlich und fast überall, sind Konsumenten, sozusagen Betroffene von Kommunikation.

Wenn Worte wertlos werden

Aber was ist das eigentlich, diese Kommunikation? Was hat das mit Medien, mit PR, Marketing und Werbung zu tun, und was soll das sein – der Wert von Kommunikation – Wert-Zeichen in diesem Umfeld?

Vom Rauchzeichen zur Kommunikationsindustrialisierung

Einst waren es Rauchzeichen der Ureinwohner, Felsenmalerei und fremdartige Laute der Primaten. Später haben Philosophen den Akt des Sprechens zu definieren versucht – als Austausch zwischen Menschen und dem göttlichen Sein. Oder ist es doch nur der einfache, irdische Austausch von Informationen zwischen zwei Menschen? Zu „Kommunikation“ heißt es bei Wikipedia, es stamme von dem lateinischen „communicare“ und bedeute „teilen, mitteilen, teilnehmen lassen, gemeinsam machen“. Der Begriff werde seit den 1940er-Jahren aber auch verwendet, um Fragestellungen und Modelle bei der Signalübertragung von technischen Geräten wie Telefonen oder Computern zu beschreiben. Im Zeitalter der Kommunikationsindustrialisierung wandelte sich die Kommunikation zu einem Massenphänomen – und das Sprechen wurde zu einem Ereignis der (Massen-)Medien – den Kommunikationsmitteln. Aus dem einfachen Gespräch entwickelte sich eine Botschaft via Medien für bestimmte Zielgruppen und Communities. Aber je mehr

dieser Zielgruppenbotschaften auf den Markt kamen, je größer die Flut an Informationen und Gesprächsbestandteilen, je massenhafter die Sprechsituationen waren, umso stärker folgte die Frage nach deren Wert. Und deren Werthaltigkeit. Werte sind laut Definition „Tugenden, Haltungen und Qualität des Willens, die für menschliches Handeln vorgegeben und unverzichtbar sind“!

Stellt Euch vor, Medien wollen etwas vermitteln, und sie haben keinen Wert. Werbung schafft keine Wertung. Public Relation keine Beziehung zur Zielgruppe, weil die Worte fehlen oder die entscheidenden Rahmenfaktoren. Kommunikation – ist das eine Sprache, ein Traumjob ohne Zukunft, eine Lehre, die sich im Nirwana von neuen technischen Entwicklungen und gesellschaftlichen Veränderungen vielleicht bald zunehmend selbst auflöst?

Ich benenne, also ist es

Dabei macht Kommunikation doch so viel Spaß. Sie ist ein Spiel der Worte, der Ideen und des Dialogs, ein Spiel mit oder ohne Regeln, mit raffinierten Spielzügen, taktischen Finessen und witzigen Spitzfindigkeiten, mit Leuten, die nichts verstehen, und anderen, die genau auf der gleichen Wellenlänge liegen. Sprache ist ein Spiel – und zugleich aber auch eine absolute Notwendigkeit: Für den Sprachphilosophen Ludwig Wittgenstein bedeuten die Grenzen der Sprache die Grenzen der Welt: Was man nicht sprechen kann, ist nicht. Wesentlicher geht es gar nicht! Und konsequentermaßen verlangt der französische Postmodern-Denker Jean-Francois Lyotard, dass deshalb die Sprache, die Sprechakte zwischen Sender, Referenten und Empfänger, also die vielfältigen, interessanten Sprachspiele der Kommunikation, im Lauf der Zeit immer neuer Überprüfung des Regelwerks bedürfen, der Spielvoraussetzungen und der beteiligten Spieler. Weil nur das ist, was gesagt wird. Von wem? Warum? Mit welchem Ziel?

Kommunikation – ist das eine Sprache, ein Traumjob ohne Zukunft?

Ludwig Wittgenstein: Die Grenzen meiner Sprache bedeuten die Grenzen meiner Welt

**Wissen ist
Macht! Aber
wem will man
sein Wissen
glauben?**

Wer ist Herr der Kommunikation, wer ihr Diener, wer beherrscht und nutzt am schnellsten die kontinuierlichen Veränderungen? Wer spielt mit? Wer wird zum neuen Spielführer – und vor allem: Wohin führen die Spielzüge?

Dies zu wissen, ist Pflicht. Doch auch das Wissen ist längst nicht mehr das, was es einmal war. Wissen ist zwar Macht, heißt es. Aber wer hat das Wissen beziehungsweise wem will man das Wissen glauben? Deshalb stellt dieses Buch eine Art Kursbuch kommunikativer Ansätze dar, eine Ideensammlung von möglichen Wissensbesitzern, von Wissenden auf ihrem Gebiet und interessanten Impulsegebern. Ob sie die nötige Autorität und Glaubwürdigkeit besitzen, um das richtige Wissen für die Kommunikation der Zukunft zu bieten und zu vermitteln, muss jeder für sich entscheiden. Denn die Quellen für das Wissen, die Rahmenbedingungen und auch die Zielrichtung scheinen sich zu verlagern und zu verändern.

Auf die Plätze ...

Oder verändern sie sich nicht, und es wechselt nur der kommunikative Schein, der Kanal beziehungsweise der Anzug? Vielleicht gibt es in diesem Urmeer an Inputs, Sprechblasen und Sprechspielern weiterhin einen Konsens über die Spielregeln, über das Innere, die Grundwerte der Kommunikation, auf die wir weder verzichten können noch wollen. Mit dem Buch *WertZeichen setzen!* wird das gesamte aktuelle Kommunikationsspielfeld aufgerollt – wie auch die Aufstellung aller möglichen Mitspieler. Wer ist welcher Spieler? In welcher Rolle, auf welcher Position? Dabei wird versucht, für jeden Kommunikator im Bereich von Medien, Marketing, Werbung und PR ein paar wichtige Anregungen zu schaffen.

Denn stellt Euch vor, Ihr spielt Kommunikation – und es klappt und hat Erfolg, ganz nach dem Motto: Neues Spiel, neues Glück!

1 Was sind kommunikative Werte?

Christian Fieseler und Christian Pieter Hoffmann

1.1 Der Wert der Verständigung

Der Mensch kann nicht nicht kommunizieren

„Erst wenn Menschen miteinander und mit Bezug aufeinander handeln, lässt sich letztlich erkennen, ob Verständigung tatsächlich stattgefunden hat und ob Kommunikation erfolgreich war.“

Kommunikation verstehen

„Man kann nicht nicht kommunizieren“ – diese vielzitierte (und durchaus oft vielerorts missverstandene) Erkenntnis der Kommunikationswissenschaft (siehe Watzlawick, Beavin & Jackson, 2000) scheint nie treffender gewesen zu sein als heute.

In unserer vernetzten Informationsgesellschaft befassen sich unzählige Organisationen, Institutionen und Berufszweige, Berater und Experten mit der Erzeugung und Verbreitung von Kommunikation. Unternehmensskandale, politische Fehlschläge, selbst das Ausmaß der aktuellen Finanzkrise werden mit Vorliebe auf eine fehlerhafte und unzureichende Kommunikation der Beteiligten zurückgeführt.

Die Tücke fehlerhafter Kommunikation

Kommunikation wird als symbolische Interaktion verstanden

Und doch, entgegen der Allgegenwart und Bedeutung von Kommunikation bleibt der Begriff kaum zu greifen. In seiner bekannten Begriffsanalyse differenziert Klaus Merten (1977) nicht weniger als 160 mögliche Definitionen von Kommunikation, von soziologischen über psychologische bis hin zu technischen. Angesichts dieser Begriffsvielfalt möchten wir im Rahmen dieses Beitrags versuchen, die Funktion der Kommunikation in der heutigen Wertedebatte aufzuzeigen. Angesichts der Vielfalt möglicher Zugänge zum Konzept der Kommunikation widmen wir uns dabei primär neueren Kommunikationstheorien, welche Kommunikation als symbolische Interaktion verstehen. Frühere, oft technisch verortete Verständnisse der Kommunikation – etwa die bekannte mathematische Kommunikationstheorie nach Shannon und Weaver (1964) – gingen von einem isolierten Vorgang der bloßen Informationsübermittlung aus. Symbolische Interaktion wird dagegen als sozialer Prozess verstanden. Dieser Ansatz ermöglicht damit ein umfassenderes Verständnis der Bedingungen und Herausforderungen zwischenmenschlicher Kommunikation und nicht zuletzt auch der bedeutenden Rolle von Werten im Kommunikationsprozess.

Symbole sind Kommunikationsträger

Im symbolischen Interaktionismus werden Symbole als die Träger der Kommunikation verstanden. Kommunikationspartner setzen Symbole, basierend auf ihren Verständnissen, zum Zwecke der Verständigung ein. Symbolbedeutungen formen sich dabei in der Interaktion mit anderen. Im Rahmen sozialer Kommunikationsprozesse können Symbole in verschiedenster Form auftreten: Neben Zeichen, Worten und Sätzen können auch Handlungen – ein Gehaltsverzicht, ein Gipfeltreffen, ein Rettungspaket – als Symbol fungieren.

Symbolische Interaktion impliziert eine bestimmte Vorstellung der erlebten Umwelt eines Menschen, seine Umwelt besteht demnach stets aus interpretierten Objekten. Die Beschaffenheit aller Objekte entsteht in sei-

ner Wahrnehmung, den Bedeutungen, welche Objekten beigemessen werden. Diese grundlegende Erkenntnis der Kommunikationswissenschaft ist von zentraler Bedeutung für ein Verständnis einer jeden Wertediskussion. Sie liegt motivierenden Übereinkünften ebenso zugrunde wie Konflikten und bloßen Missverständnissen. Im Folgenden werden wir daher das Verständnis der Kommunikation als symbolische Interaktion vertiefen, um abschließend die Rolle der Kommunikation für die Entwicklung, Veränderung und Vermittlung von Werten einschätzen zu können.

Kommunikation als symbolische Interaktion

Jede Kommunikation verfolgt als motivierte Handlung ein primäres, grundlegendes Ziel: Verständigung. Ohne ein gemeinsames Verständnis, also ohne eine Interpretation des Empfängers, die jener des Senders einer Kommunikationsbotschaft zumindest teilweise entspricht, können im Austausch zweier oder mehrerer Interaktionspartner keine weiteren Ziele verfolgt werden (Mead, 1973, S. 94; Burkart, 1998, S. 27; Maser, 1971, S. 13). Subjektive Symbolbedeutungen müssen sich somit in sozialer Interaktion bewähren (Glaserfeld, 1995, S. 38). Erst wenn Menschen miteinander und mit Bezug aufeinander handeln, lässt sich letztlich erkennen, ob Verständigung tatsächlich stattgefunden hat und ob Kommunikation erfolgreich war.

Die Selbsterzeugung und -organisation von Gesellschaft durch soziale Interaktion ist ein integraler Bestandteil der (sozialen) Realität. Die menschliche Realität besteht aus einem komplexen Netzwerk von Bedeutungen. Menschen handeln gegenüber ihrer Umwelt aufgrund der Bedeutungen, die sie ihr beimessen – sie leben in einer symbolischen Umwelt (Blumer, 1973). Durch Handlungen und Interaktionen sind sie in der Lage, ihre symbolische Umwelt zu verändern. Der Mensch besitzt die Fähigkeit zur Reflektion, er ist kein

**Verständigung
ist das primäre
Ziel jeder
Kommunikation**

bloßes Reflexwesen (Cassirer, 1996). Diese Eigenschaft verleiht seinem Handeln einen spezifischen Charakter. Die Objekte der menschlichen Umwelt erlangen ihren Sinngehalt mittels menschlicher Wahrnehmung. Von besonderer Bedeutung ist dabei der Austausch zwischen Menschen, basierend auf der Interpretation von Zeichen und Symbolen (Apel, 1975; Delhees, 1994; Schlögl, 2004). Die mit Symbolisierung benannten Prozesse bezeichnen verschiedenartige Formen einer „mehr oder weniger expliziten, mehr oder weniger sozial verbindlichen und mehr oder weniger verständlichen Weise des geistigen Austausches zwischen Menschen“ (Hülst, 1999, S. 54). Weltdeutung bedeutet Kommunikation; durch Kommunikation gewinnen Zeichen symbolische Qualität. Durch Kommunikation entsteht das menschliche Verständnis der Umwelt – und die entsprechenden Reaktionen des Individuums.

Was wir wahrnehmen, hängt von unserem Wissen und unserem Werdegang ab

Die Wahrnehmung einer Person hängt stets ab von ihrem jeweiligen Wissen, ihrem Werdegang, vielleicht auch von den, wie Kant es formuliert, inhärenten Strukturen des Geistes. Da dem Menschen aber immer neue Erfahrungen beschert werden, sind Wahrnehmungen veränderlich. Der symbolische Interaktionismus hat dabei vor allem die Bedeutung sozialer Interaktionen etabliert. Die Grundlagen des symbolischen Interaktionismus gehen auf Forscher wie George Herbert Mead, William Isaac Thomas, William James und Charles Horton Cooley zurück; er verfügt damit auch über Wurzeln im vor allem amerikanisch geprägten Pragmatismus. George Herbert Mead war es, der soziale Handlungen als Kommunikationsprozess beschrieb, welcher durch den ständigen Austausch von selbstverständlichen „natürlichen Zeichen“ und erlernten „signifikanten Symbolen“ zu einer gemeinsamen Orientierung der Beteiligten führt.

Die Bedeutung der Symbole für jede soziale Interaktion und damit für jede Gesellschaft ist nicht zu über-

schätzen. Symbole fungieren als Träger und Vermittler von Denkvorgängen und dienen als (Handlungs-)Orientierung der Menschen in der sie umgebenden physischen und sozialen Welt. Symbole sind die Grundlage subjektiver und geteilter Weltsichten – wortwörtlich: Das Symbol des Globus repräsentiert etwa ein verbreitetes Verständnis unserer Welt. Es liegt etwa auch der aktuellen Diskussion um Klimawandel und Treibhausgase zugrunde. Kulturelle Großkonflikte, wie etwa der Huntington'sche Kampf der Kulturen, basieren wesentlich auf unterschiedlichen Symbolverwendungen und -bedeutungen.

Symbole und ihre Interpretation

Wissen steht damit immer im Kontext eines sozialen Entstehungszusammenhangs – im Kontext menschlicher Kommunikation. Symbolische Interaktion ist unvermeidlich interpretationsbedürftig. Symbole sind nicht eindeutig, sondern interpretationsoffen – sie bieten damit vielfältige Anschlussmöglichkeiten. Symbole stehen für sozial erlernte und getragene Synthesen, die Einzelerfahrungen allmählich verdichten. Sinnvolle Kommunikation ist daher auch nur möglich, wenn zumindest die zentralen Bedeutungen des symbolischen Universums von allen Adressaten einer Botschaft weitgehend geteilt werden. Obwohl der Empfänger einer kommunikativen Botschaft stets frei ist, deren Bedeutungsgehalt in seinem Sinne zu interpretieren, ist es möglich, unter den Kommunikationsteilnehmern einen Konsens hinsichtlich der Symbolinterpretation zu erzielen. Damit wären wir erneut beim grundlegenden Ziel der Kommunikation: der Verständigung.

Die soziale Gruppe der Investmentbanker basiert ihre Interaktionen etwa mit Vorliebe auf monetären Symbolen. Die Bedeutungen solcher Symbole – Renditen, Zinsen, Gewinne, Verluste – werden weitgehend geteilt. Gemeinsame Verständigung geht einher mit kom-

**Wissen kann
nur im Kontext
menschlicher
Kommunikation
entstehen**

**Der Mensch
ist durch
Kommunikation in unter-
schiedliche
Welten eingebunden**

patiblen Wertehierarchien. Die Sphäre der Politik spricht dagegen eine andere Sprache; hier stehen Symbole der Macht, des Ausgleichs und der Überzeugung im Mittelpunkt. Die Finanzkrise offenbart so zugleich Verständigungshürden wie auch Wertedisparitäten, welche durch unterschiedliche symbolische Umwelten und Verständigungsmuster bedingt sind.

Nach dem oben Gesagten wird deutlich, dass Menschen sehr unterschiedliche Umwelten besitzen. Auch ein Investmentbanker kann sich etwa in der politischen Sphäre engagieren. Daraus folgt, dass eine Erklärung für menschliches Handeln ein Verständnis für die jeweilige symbolische Umwelt voraussetzt: Wird ein Mensch als Investmentbanker oder als Politiker angesprochen? Nach William James hat jedes Sinnuniversum auf seine Art eine eigene Existenz (Helle, 2001, S. 158): Die Welt der sinnlichen Wahrnehmung, die Welt wissenschaftlicher Objekte, die Welt abstrakter philosophischer Wahrheiten, die Welt des Mythos und übernatürlichen Überzeugungen, die sich alle in den nichtverbalen Dimensionen einer Kultur (Architektur, Kunst, Design und mehr) genauso wie in Lauten, Wörtern und den Sätzen der Sprachen widerspiegeln (Leach, 1978). Durch Kommunikation, also symbolische Interaktion, ist der Mensch in unterschiedliche Welten, in unterschiedliche soziale Umfelder eingebunden. Er kann nicht jenseits dieser Welten kommunizieren, verstehen, handeln.

Eine Konstante fehlerhafter Kommunikation ist der Versuch eines Austausches unter Ausblendung oder Ignoranz der jeweiligen symbolischen Umwelten. Der christliche Führer einer westlichen Nation spricht zu einem muslimischen Publikum von politischen Institutionen, die interpretativ nicht anschlussfähig sind. Der Bankier verteidigt vor einem politischen Ausschuss Geschäftspraktiken aufgrund finanzieller Optimierungsversuche, die den Adressaten fremd sind. Der Unternehmensvorstand begründet Entlassungen mit Rentabili-

tätsüberlegungen, während die Belegschaft von einer emotionalen Bindung zum lokalen Traditionsarbeitgeber ausgeht. Die Liste ließe sich beliebig fortsetzen.

Den vielfältigen subjektiven Realitäten zum Trotz besitzen Menschen dennoch eine gemeinsame Umwelt, geprägt durch gemeinsame Interessen – trotz unterschiedlicher Standpunkte lassen sich dieselben Objekte betrachten (Schütz 1970, S. 237). Die Vieldeutigkeit der Welt resultiert somit nicht aus einem Relativismus: Nichts in der Welt ist unabhängig von der individuellen Interpretation, aber diese Interpretation ist zugleich nicht unabhängig von der Umwelt. Bandura (1997, S. 475) weist darauf hin, dass menschliche Interpretationen und Handlungen einem erbarmungslosen Funktionalitätstest unterworfen sind. Fehltritte führen zu einer aversen Reaktion der Umwelt, manche subjektive Interpretationen sind damit erklärungs- oder wirkungsmächtiger als andere. Dies liegt nahe, denn bei aller Unterschiedlichkeit menschlicher Umwelten und sozialer Sphären sind diese doch stets – in Form einzelner Personen und ihrer Interaktionen – verbunden, sie überschneiden sich. Ohne einen Abgleich und eine Annäherung durch Kommunikation wäre der allgegenwärtige Dauerkonflikt vorprogrammiert.

Nichts in der Welt ist unabhängig von der individuellen Interpretation

Interaktion und Erkenntnisprozess

Der symbolische Interaktionismus, gerade auch aufgrund seiner pragmatischen Wurzeln, betont daher die Bedeutung von Erkenntnisprozessen (Mead, 1969). Subjekte, Interpretationen und Objekte oder Erkenntnisgegenstände stehen in einem Interaktionsprozess. Die Wahrheit schwebt damit gleichsam über uns, und wir verarbeiten sie im Handeln, beziehen sie ein oder blenden sie aus (Helle, 2001, S. 48). Unsere Erkenntnis der Wahrheit, also intersubjektive Realitäten erzeugen wir dabei ausschließlich mittels der geteilten Bedeutungen der Symbole. Im kommunikativen Raum werden poten-

zielle Bedeutungen eines Symbols verhandelt und so angeglichen, ohne je eine völlige Übereinstimmung erlangen zu können. Hierin liegen Fluch und Segen zugleich.

Weltbilder und die Verständigung über Werte

Menschen kommunizieren, um gewisse Ziele zu erreichen

Wir können nun in Hinblick auf ein Verständnis der Kommunikation zusammenfassen: Menschen kommunizieren, um gewisse Ziele zu verfolgen. Grundlegendes Ziel ist dabei die gegenseitige Verständigung – ohne diese lassen sich weitere Ziele nicht erreichen. Mittel der Kommunikation und zugleich Grundlage des Wissens, der Wahrnehmung und des Verständnisses sind Symbole. Diese sind interpretationsbedürftig und -offen. Erfolgreiche Kommunikation setzt somit ein Verständnis des Interaktionspartners, seiner symbolischen Umwelt voraus. Jeder Kommunikator hat stets die Interpretationsleistung der Interaktionspartner zu antizipieren: Wie denkt und fühlt der andere? Welches Verständnis der verwendeten Symbole – Zeichen, Worte, Formulierungen, Handlungen – hat er? Was ist seine Perspektive, sein Weltbild? Verständigung erfordert die Einigung auf übereinstimmende oder zumindest kompatible Symbolbedeutungen. Dabei können subjektive Symbolbedeutungen durch soziale Interaktion zwar verändert und angeglichen werden, nie jedoch völlig deckungsgleich sein.

Tatsächlich ist das Konzept des Weltbilds ein sehr treffendes und bedeutsames. Das Erlernen von Symbolen ist ein wesentlicher Bestandteil der menschlichen Sozialisation (Badura, 1973, S. 46). Symbole verbinden und integrieren. Sie trennen jedoch zugleich von jenen, die einen symbolischen Bedeutungsgehalt nicht teilen. So lässt sich die Entwicklung unterschiedlicher Philosophien, Wertehierarchien und Kulturen verstehen – und die unvermeidlichen Konflikte zwischen ihnen. Heute verbinden globale Kommunikationsnetzwerke

Menschen, die Mitglied unterschiedlichster Kulturkreise und sozialer Referenzgruppen sind. Das soziale Netz führt einen weiteren Schritt an das globale Dorf heran. Zweifellos nimmt damit die Anzahl und Intensität der Reibereien und Zusammenstöße zwischen symbolbasierten sozialen Sphären zu. Zugleich wird jedoch das Gegenmittel – und zwar das einzige Gegenmittel – mitgeliefert: Kommunikation.

Die Herausforderung der Gegenwart

Symbolische Interaktion, der Abgleich von Symbolen, Verständnissen, Interpretationen, Wissen und Überzeugungen in sozialen Interaktionsprozessen ist die Herausforderung der Gegenwart. Dabei bedarf es gar nicht ökonomischer Exkurse in Hinblick auf das Wesen und die Produktivität moderner Wissens- und Informationsgesellschaften. Ein fundiertes Verständnis von Kommunikation allein macht deutlich: Koordination, Zusammenarbeit, soziale Harmonie, Ausgleich, Fortschritt – all dies erfordert gegenseitiges Verständnis. Im Rahmen der Kommunikation, der symbolischen Interaktion, haben die Beteiligten daher stets die Rolle oder Perspektive des Gegenübers einzunehmen, sodass „jeder der beiden sich durch die Augen des anderen sieht“ (Foerster, 1993, S. 280). Das Ziel erfolgreicher Kommunikation hat somit unmittelbar bedeutende Implikationen dafür, wie Menschen aufeinander zugehen und miteinander umgehen. Treffend beschrieben dies die Biologen und Philosophen Humberto Maturana und Francisco Varela (1990, S. 264): „Die einzige Chance für eine Koexistenz ist also die Suche nach einer umfassenderen Perspektive, einem Existenzbereich, in dem beide Parteien in der Hervorbringung einer gemeinsamen Welt zusammenfinden.“



Dr. oec. Christian Fieseler

Seit Anfang 2008
Habilitation und Nachwuchsdozent für Medien- und Kommunikationsmanagement am Institute for Media and Communications Management der Universität St. Gallen.



Dr. oec. Christian Pieter Hoffmann

Projektleiter am Institut für Medien- und Kommunikationsmanagement der Universität St. Gallen. Seit 2007 auch Dozent an der Hochschule für Wirtschaft Zürich.

Oliver Armknecht

1.2 Meilensteine der Kommunikation

*„Verstehen, das heißt: etwas
Neues ausdrücken können in
der Sprache von etwas Altem.“*

Nietzsche

30.000 v. Chr. Erste Höhlenmalereien

Zu einer Zeit, als es weder Papier noch Stife gab, griff der Mensch zu Stein und Holzkohle, wenn er seine Umwelt bildlich festhalten wollte. Zum Glück für Archäologen, denn dank des robusten Materials können wir viel über unsere frühen Vorfahren, ihr Jagdverhalten, aber auch ihre Kulte erfahren. Die ältesten bekannten Höhlenmalereien befinden sich in der Chauvet-Höhle in Südfrankreich. Aber auch in Afrika und Australien gibt es zahlreiche Fundorte mit beeindruckenden Bildern.

3.500 v. Chr. Entstehung der Keilschrift

Wenn es damals schon Patentämter gegeben hätte, die Sumerer wären steinreich geworden. Denn das hochentwickelte Volk in Mesopotamien (heute südlicher Irak) war nicht weniger als der Erfinder der ersten „echten“ Schrift. Die sumerische Keilschrift war zunächst eine reine Bilderschrift, die in Stein und gebranntem Ton geritzt wurde. Später entwickelte sie sich zu einer Silbenschrift weiter und beeinflusste zahlreiche Kultur-