



Institut für Phänopraxie

Philosophie für die tägliche Praxis

Kommunikation im Zeitalter der Digitalisierung – Chancen und Risiken

Lust am Denken, 4.4.2020, 16-18 h

Konferenz im virtuellen Raum

Institut für Phänopraxie | Dr. Christian Rabanus (Leitung) | www.phaenopraxie.de | info@phaenopraxie.de

Telefon: +49 611 5828138 | Fax: +49 611 5828139 | Mobil: +49 179 5219528

◀ Lust am Denken | Kommunikation im Zeitalter der Digitalisierung 2

- Ausgangsfrage: Was ist Kommunikation?
- Annäherung: Etymologie.
- Herkunft des Wortes „Kommunikation“: lat. *communis* – gemeinsam, gewöhnlich, sich anderen gleichstellend
- Wortfamilie der Gemeinschaftlichkeit, Sozialität und Egalität: Kommune, Kommunion, Kommunitarismus, Kommunikation, Kommuniqué, Kommunismus

◀ Lust am Denken | Kommunikation im Zeitalter der Digitalisierung 3

- *Klaus Merten*, ein deutscher Kommunikationsforscher (1940-2020) unterscheidet 1977 schon 160 wissenschaftliche Definitionen von Kommunikation (Klaus Merten: Kommunikation. Eine Begriffs- und Prozessanalyse. Opladen 1977, S. 168-182).
- Der Begriff „Kommunikation“ ist offensichtlich sehr facettenreich.
- Kommunikation ist offensichtlich in sehr vielen unterschiedlichen Gebieten des menschlichen Daseins relevant.

◀ Lust am Denken | Kommunikation im Zeitalter der Digitalisierung 4

- Mertens eigene Definition von Kommunikation:

„Kommunikation ist das kleinste soziale System mit zeitlich-sachlich-sozialer Reflexivität, das durch Interaktion der Kommunikanden Behandlung von Handlungen erlaubt und soziale Strukturen ausdifferenziert.“ (ebd. S. 163)

- Kommunikation als System mit
 - Zeitbezug (Wann?)
 - Sachbezug (Was?)
 - Situationsbezug (In welchem Kontext?)
 - Sozialbezug (Mit wem?)

◀ Lust am Denken | Kommunikation im Zeitalter der Digitalisierung 5

○ Charakteristika

- Interaktion von Kommunikationspartnern
- Orientiert auf Handlung als Objekt, dabei selbst eine Handlung, also (auch) selbstreferentiell
- Soziale Funktion: Ausdifferenzierung und Begründung des sozialen Miteinander, also ein kreativer Prozess, wesentlich für die Gestaltung des menschlichen Miteinander

- Nicht nur in Bezug auf Mertens kann man festhalten, dass der soziale und handlungsbezogene Aspekt von Kommunikation zentral ist, so z.B. auch beim Soziologen *Jo Reichertz* (* 1949): „Kommunikation ist [...] stets eine Form sozialen Handelns, ihr Ausgangspunkt ist ein Handlungsproblem.“ (J. Reichertz: Kommunikationsmacht. Wiesbaden 2009, S. 98)

◀ Lust am Denken | Kommunikation im Zeitalter der Digitalisierung 6

- Merkmale von Kommunikationsprozessen nach Merten (vgl. Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Berlin ³2007, S. 15 ff.):
 - Profanität (Kommunikation ist banal und alltäglich.)
 - Universalität (Kommunikation reicht in alle Bereiche des menschlichen Daseins hinein.)
 - Flüchtigkeit (Kommunikation ist ein Prozess, der schwer unter Laborbedingungen nachzustellen und für Untersuchungen aufbewahrt werden kann.)
 - Relationalität (Kommunikation baut eine spezifische Relation zwischen Sender und Empfänger in einer Kommunikationssituation auf; die Bedeutung der Komponenten der Relation – z.B. ob mehr sender- oder mehr empfängerlastig – verschiebt sich ständig.)

◀ Lust am Denken | Kommunikation im Zeitalter der Digitalisierung 7

- Reflexivität (Kommunikationsprozesse sind immer auch selbstbezüglich, d.h. sie machen etwas mit sich selbst und beziehen sich auf sich selbst.)
- Also: Kommunikation lässt sich schwer fassen, insbesondere bei der Suche nach einer allgemeinen Begriffsbestimmung.
- Und: Wissenschaftstheoretisch gesehen hat der Mensch einen ungünstigen Blick auf Kommunikation, da er selbst immer in Kommunikation ist, d.h. das betrachtende System mit der Betrachtung immer schon verändert – die Problematik ist vergleichbar mit der Messproblematik in der Quantenmechanik, in der jede Messung das System verändert und auf den dann als Messresultat zurückgegebenen Zustand festlegt.

◀ Lust am Denken | Kommunikation im Zeitalter der Digitalisierung 8

- Einfache (aber nicht besonders erhellende) Antwort auf die Frage, was Kommunikation ist: Das, was die Menschen den Tag lang machen, wenn sie überhaupt irgendetwas machen.
- Verschiebung der Frage: Weg von: „Was ist Kommunikation?“, hin zu: „Was passiert bei Kommunikation?“, oder: „Wie läuft Kommunikation ab?“
- In den Mittelpunkt kommt also die Frage nach Kommunikationsmodellen und Kommunikationsprozessen.

◀ Lust am Denken | Kommunikation im Zeitalter der Digitalisierung 9

- Leitfaden bei der Frage nach den Kommunikationsmodellen: Differenzierung unterschiedlicher *causae* („Ursachenlehre“) nach *Aristoteles* (384 – 322 v. Chr.).



Stoffursache =
Causa materialis:
Marmor

Die vier allgemeinen Ursachen
am Beispiel des Tempels



Formursache =
Causa formalis:
Bauplan



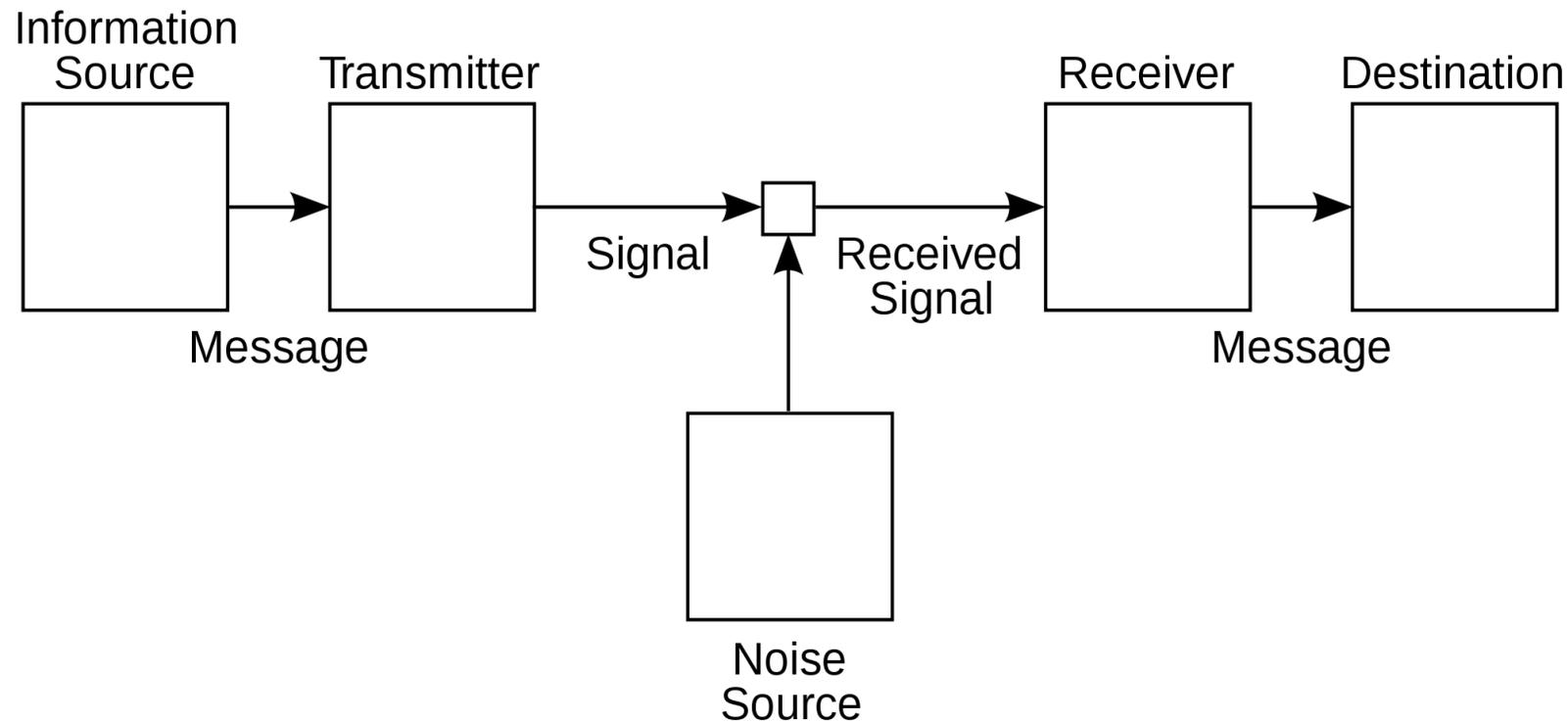
Antriebsursache =
Causa efficiens:
Arbeiter

Zweckursache =
Causa finalis:
Wohnhaus der
Gottheit



◀ Lust am Denken | Kommunikation im Zeitalter der Digitalisierung 10

- (Mathematisch-technisches) Kommunikationsmodell – vorgestellt 1949 – von *Claude E. Shannon* (1916 – 2001) und *Warren Weaver* (1894 – 1978) als Beschreibung der *causa efficiens*:



◀ Lust am Denken | Kommunikation im Zeitalter der Digitalisierung 11

- Analyse des Modells
 - Ziel: Übertragung einer Nachricht (Message) von einer Quelle an einen Empfänger
 - Der Transmitter wandelt die Botschaft in ein Signal um.
 - Das Signal wird über einen Kommunikationskanal übertragen.
 - Im Kommunikationskanal gibt es Störgeräusche, bzw. kann es Störgeräusche geben.
 - Der Receiver wandelt das Signal wieder in eine Nachricht um.
 - Der Empfänger nimmt die Nachricht zur Kenntnis.
 - Feedback wird von dem Modell nicht berücksichtigt.

◀ Lust am Denken | Kommunikation im Zeitalter der Digitalisierung 12

- Problem: In jeder Phase der Nachrichtenübertragung können Störungen auftreten, die letztlich die Nachricht, die der Empfänger zur Kenntnis nimmt, beeinflussen (können).
- Also: Die Bedeutung vom Transmitter, der die Nachricht kodiert, und vom Receiver, der die Nachricht wieder dekodiert, sowie vom Kommunikationskanal, über den das Signal übertragen wird, darf nicht unterschätzt werden.
- Denkbar sind zwei Extrempositionen bzgl. des Kommunikationskanals (oder des Mediums der Nachrichtenübermittlung, d.h. der *causa formalis*):

◀ Lust am Denken | Kommunikation im Zeitalter der Digitalisierung 13

- Medien übertragen (möglichst) veränderungsfrei eine Botschaft. Medien sind das „vermittelnde Element“ zwischen Sender und Empfänger, sind ein (reines) Hilfsmittel, im Zentrum steht die Botschaft (vgl. z.B. Online Duden, Stichwort „Medium, das“, abgerufen am 2.4.2020). Das Medium soll neutral sein, d.h. es soll die Botschaft in keiner Weise verändern oder beeinflussen.
 - Grundproblem moderner Signalübertragungstechniken: Wie kann gewährleistet werden, dass eine Botschaft bei der Übertragung nicht durch Störgeräusche oder durch Angriffe verändert wird?
 - Technischer Lösungsansatz: Fehlerkorrekturalgorithmen und digitale Signaturen

◀ Lust am Denken | Kommunikation im Zeitalter der Digitalisierung 14

- *Marshall McLuhan* (1911 – 1980): *Understanding Media*, 1964

„Die Wirkungen eines Mediums liegen, so McLuhan, nicht in dem, was es transportiert und worauf der Blick traditionellerweise gerichtet war. ‚Indeed, it is only too typical that the ‚content‘ of any medium blinds us to the character of the medium‘ (McLuhan 1964, 24). Mit seinem Satz ‚the medium is the message‘ stellt er das Verhältnis auf den Kopf: Das Entscheidende an Vermittlungen ist der Einfluss des Mediums auf das, was es überträgt, sowie die daraus folgende Umgestaltung der kulturellen, ästhetischen oder sozialen Ordnung. ‚The ‚message‘ of any medium or technology is the change of scale or pace or pattern that it introduces into human affairs‘ (ebd., 24).“ (Florian Sprenger: Warum ist das Medium die Botschaft? In: *Medien verstehen*. Hrsg. v. T. Heilmann u. J. Schröter. Lüneburg 2017, S. 41)

◀ Lust am Denken | Kommunikation im Zeitalter der Digitalisierung 15

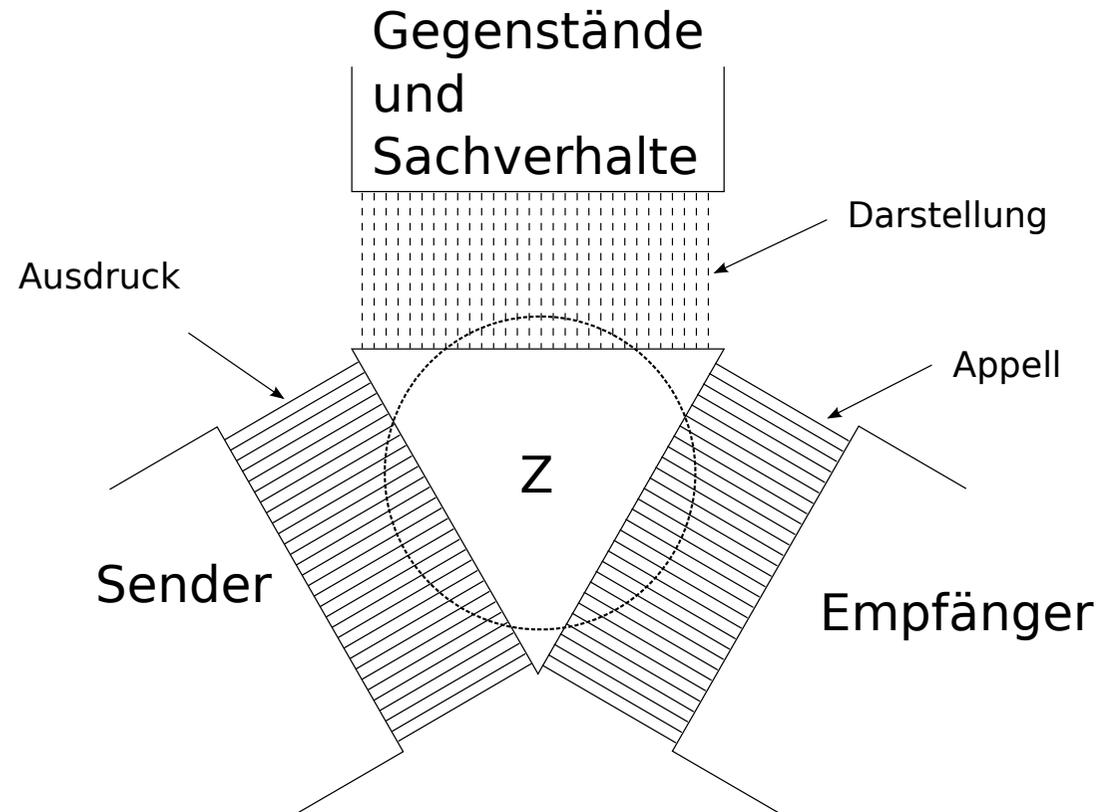
- Shannon/Weaver haben das Modell einer Signalübertragung entwickelt (*causa efficiens*), McLuhans Thesen legen nahe, dass der Verbund aus Transmitter, Signal, Störungen und Receiver – zusammen verstanden als „Medium“ – wesentlich die Botschaft prägen (*causa formalis*).
- Bleiben noch *causa materialis* und *causa finalis* der Kommunikation. Vermutung: Diese lassen sich in Rekurs auf die Kommunikationsmodelle von z.B. Karl Bühler, Paul Watzlawick und Friedemann Schulz von Thun verstehen, bzw. rekonstruieren.
- *Causa materialis*: Was wird kommuniziert? Also doch wieder der Inhalt, der aber nicht nur der Sachgehalt ist.
- *Causa finalis*: Was ist das Ziel der Kommunikation? Warum wird kommuniziert?

◀ Lust am Denken | Kommunikation im Zeitalter der Digitalisierung 16

- Nach *Karl Bühler* (1879 – 1963) ist Kommunikation „als ein sozialer Prozess aufzufassen, an dem mindestens zwei Menschen beteiligt sind, die mittels Zeichen, Medien und Sprache in ein wechselseitiges Mitteilungs- und Verständigungshandeln eintreten, um sich aktuell aneinander zu orientieren, etwas Bestimmtes zu erreichen oder gemeinsam auf ein zukünftiges Ziel hin tätig zu sein“ (Karl Bühler: Sprachtheorie. Stuttgart 1982 (1934), S. 35).
 - *Causa materialis*: Sozialität, Gemeinschaftlichkeit, Sprache als soziales Konstrukt, Mitteilung und Verständigung
 - *Causa finalis*: „aneinander orientieren, etwas Bestimmtes erreichen, auf ein Ziel hin tätig sein“

◀ Lust am Denken | Kommunikation im Zeitalter der Digitalisierung 17

- Organonmodell der Sprache (Bühler, 1934)



◀ Lust am Denken | Kommunikation im Zeitalter der Digitalisierung 18

- Funktion von Sprache nach Bühler:
 - Das sprachliche Zeichen „Z“ dient als Symbol der Darstellung von Gegenständen und Sachverhalten. -> Inhaltsfunktion
 - Das sprachliche Zeichen „Z“ ist als Symptom Ausdruck des Zustands eines Sprechers und dient seiner Kundgabe.
 - Das sprachliche Zeichen „Z“ ist ein Signal für den Empfänger: Es appelliert an ein bestimmtes Verhalten und intendiert eine Wirkung.

◀ Lust am Denken | Kommunikation im Zeitalter der Digitalisierung 19

- Während Bühler vor allem theoretisch die Funktion von Sprache im Rahmen von Kommunikation thematisierte, analysierten *Paul Watzlawick* (1921 – 2007) et. al. Kommunikation vor dem Hintergrund ihres Potentials zum Misslingen (P. Watzlawick, J. H. Beavin, D. D. Jackson: *Menschliche Kommunikation*. Bern 1969), wobei Kommunikation immer als soziale Interaktion (*causa finalis*) verstanden wird.
- Fünf metakommunikative Axiome:
 - „Man kann nicht nicht kommunizieren.“ (ebd. 53)
 - „Jede Kommunikation hat einen Inhalts- und einen Beziehungsaspekt, derart, dass letzterer den ersteren bestimmt und daher eine Metakommunikation ist.“ (ebd. 56)
 - „Die Natur einer Beziehung ist durch die Interpunktion [d.h. die Struktur der Interaktion, CR] seitens der Partner bedingt.“ (ebd. 61)
 - „Menschliche Kommunikation bedient sich digitaler und analoger Modalitäten. Digitale Kommunikationen [die auf einer Übereinkunft bzgl. der Beziehung zwischen Wort und Objekt be-

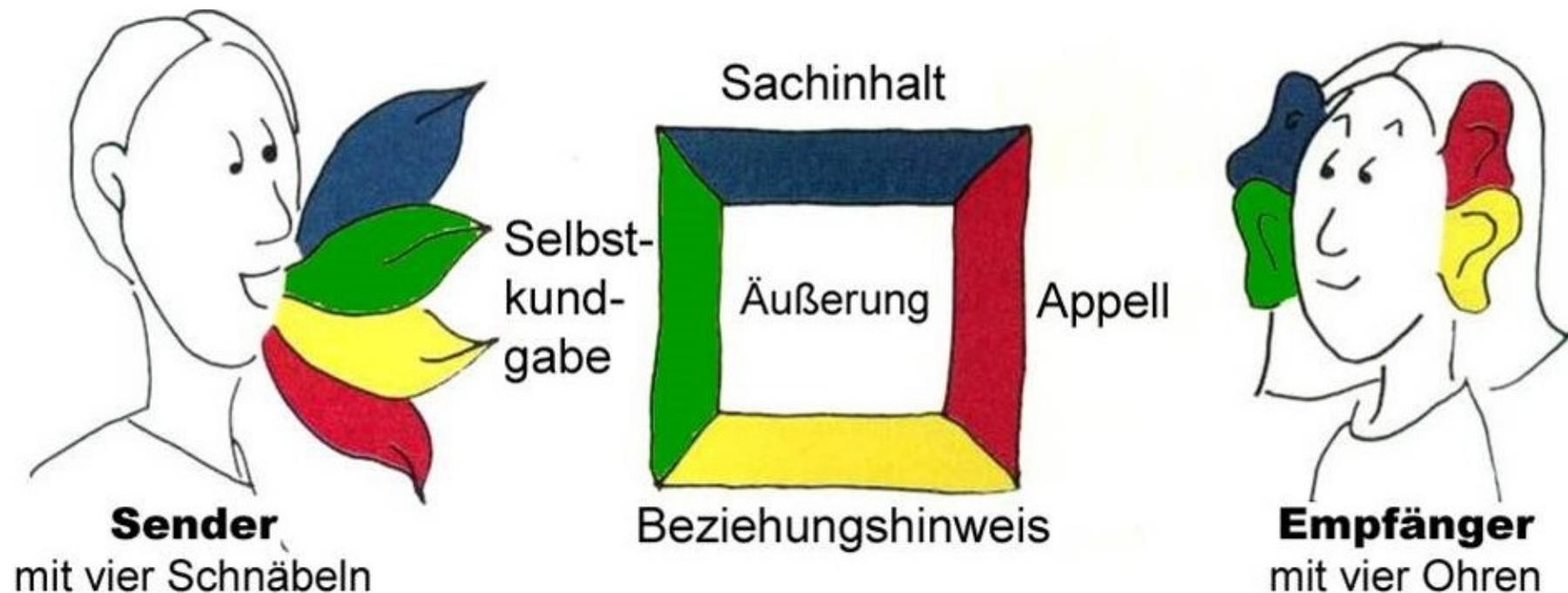
◀ Lust am Denken | Kommunikation im Zeitalter der Digitalisierung 20

ruhen, CR] haben eine komplexe und vielseitige logische Syntax, aber eine auf dem Gebiet der Beziehungen unzulängliche Semantik [d.h. sind klar und eindeutig, aber inhaltsarm, CR]. Analoge Kommunikationen [die auf Ähnlichkeitsbeziehungen/Analogien beruhen, z.B. Gestik und Mimik, und sich in der Regel nicht direkt auf Dinge beziehen, sondern auf Verhältnisse, Beziehungen und Auffassungen, CR] dagegen besitzen dieses semantische Potential, ermangeln aber die für eindeutige Kommunikationen erforderliche Syntax [d.h. sind bedeutungsschwer, aber unklar, CR].“ (ebd. 68)

- *„Zwischenmenschliche Kommunikationsabläufe sind entweder symmetrisch oder komplementär, je nachdem, ob die Beziehung zwischen den Partnern auf Gleichheit oder Unterschiedlichkeit beruht.“ (ebd. 70)*
- Sinn und Zweck der Ausformulierung dieser Axiome ist die Ermöglichung eines Verständnisses von Kommunikationssituationen, insbesondere von solchen, die nicht zufriedenstellend verlaufen sind. Die Axiome sollen den Versuch der Ergründung ermöglichen, warum bestimmte Kommunikationen nicht gelungen sind.

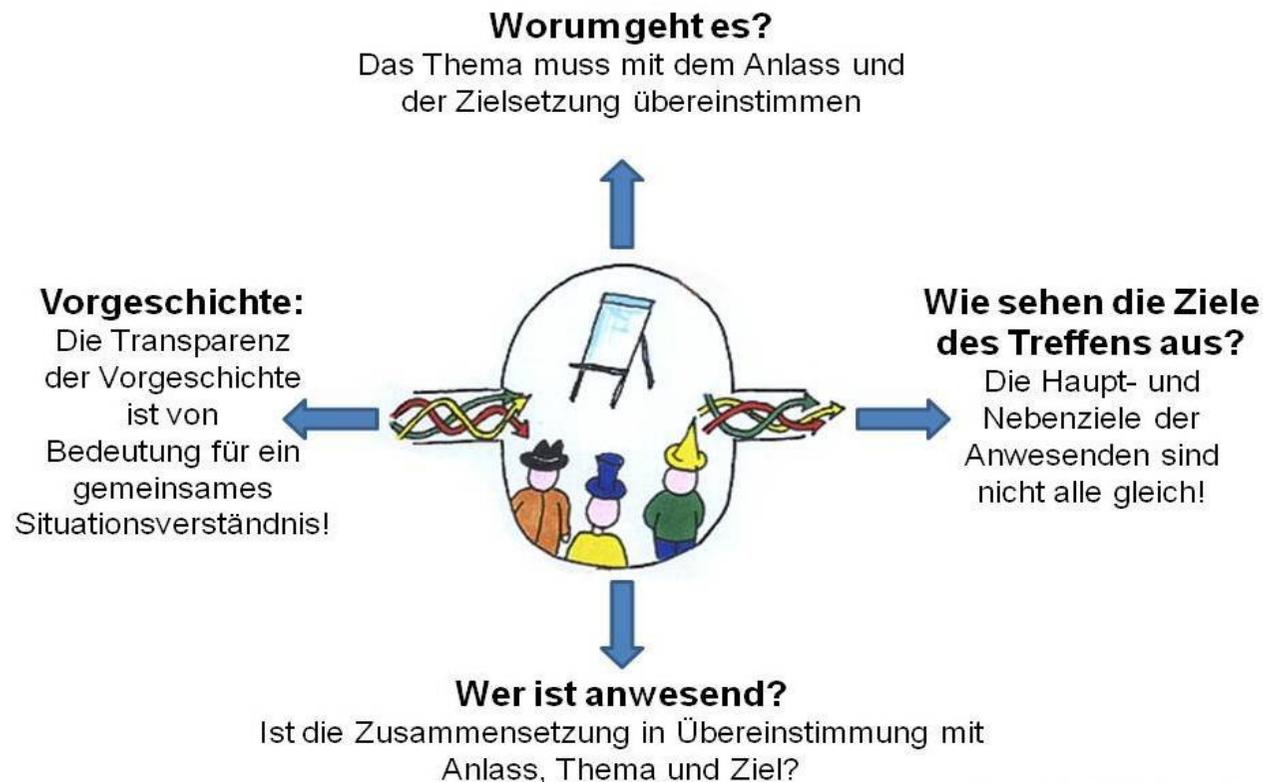
◀ Lust am Denken | Kommunikation im Zeitalter der Digitalisierung 21

- *Friedemann Schulz von Thun* (* 1944) hat u.a. auf der Basis der Überlegungen von Bühler und Watzlawick ein radikal einfaches und für den Gebrauch in der Kommunikationsberatung gedachtes Modell entwickelt.



◀ Lust am Denken | Kommunikation im Zeitalter der Digitalisierung 22

- Mit dem Modell der situationsangemessenen Kommunikation berücksichtigt Schulz von Thun, dass jede Kommunikationssituation in einem Kontext stattfindet.



© Prof. Dr. F. Schulz von Thun

◀ Lust am Denken | Kommunikation im Zeitalter der Digitalisierung 23

- Diese Modelle können auch als Versuch angesehen werden, eine Antwort auf die von *Harold D. Lasswell* (1912 – 1978) schon 1948 als fundamental identifizierte Fragestellung jeder Kommunikationstheorie (sog. „Lasswell-Formel“) zu finden – nämlich (wobei die Analogisierung mit Aristoteles nicht von Lasswell stammt, sondern von CR hinzugefügt wurde):

<i>Wer sagt</i>	Sender/Quelle	<i>causa efficiens</i>
<i>was</i>	Inhalt	<i>causa materialis</i>
<i>in welchem Kanal</i>	Medium	<i>causa formalis</i>
<i>zu wem</i>	Empfänger	<i>causa finalis 1</i>
<i>mit welchem Effekt?</i>	Wirkung	<i>causa finalis 2</i>

- Die erwähnten Modelle fokussieren in der Regel immer nur auf einzelne Aspekte der Kommunikation, wobei die zuletzt angeführten Modelle von Bühler, Watzlawick und Schutz von Thun überraschend wenig über das Kommunikationsmedium aussagen.

