

Zeitschrift: Neue Wege : Beiträge zu Religion und Sozialismus
Herausgeber: Vereinigung Freundinnen und Freunde der Neuen Wege
Band: 98 (2004)
Heft: 1

Rubrik: Kolumne : Zeit-Wörter : Kommunikation

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 02.04.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Alexander J. Seiler

Zeit-Wörter: Kommunikation

In meiner Jugend, also vor rund 60 Jahren, gab es noch keine Kommunikation. Es gab auch keine Medien. Es gab Presse und Radio, und es gab das *Communiqué*, in dem sich Behörden, Institutionen, gelegentlich auch bekannte Persönlichkeiten mit offiziellen oder doch offiziellen Mitteilungen an die Öffentlichkeit wandten. Und gleichsam als Kleinform des Communiqués füllten unter der Abkürzung *Mitg.* (eteilt) meist anonyme Kurzmeldungen über Alltägliches wie Merkwürdiges ganze Zeitungsspalten. (Scharf davon zu unterscheiden war die Rubrik «Unglücksfälle und Verbrechen», die redaktionell betreut wurde. Noch um 1960 bot mir der Herausgeber einer grossen Deutschschweizer Tageszeitung den Posten eines Welschlandkorrespondenten unter der Bedingung an, dass ich mich auch um den *chien écrasé* zu kümmern hätte...)

Kommunizieren: Darunter verstand man in katholischen Gebieten des deutschen Sprachbereichs auch noch nach dem Zweiten Weltkrieg nichts anderes als «zur Kommunion gehen», also das Sakrament der Eucharistie empfangen. Ausserhalb der katholischen Kirche *kommunizierte* man nicht, man sprach miteinander (oder schwieg sich an), schrieb und empfing Briefe und Postkarten und im Not- oder Glücksfall Tele-

gramme, schickte einander Grüsse durch Boten, schimpfte über und intrigierte gegen Abwesende, und was Feinde und Gegner betraf – nun, die *schnitt* man, verweigerte ihnen Blick und Gruss, verleugnete ihre Existenz. All das war Kommunikation, aber es hiess nicht so, es gehörte einfach zum Leben.

Wenn ich mich nicht sehr täusche, tauchte der Begriff Kommunikation in den frühen Sechzigerjahren zunächst in der Wortverbindung *Massenkommunikation* auf. Ich erinnere mich, dass ich damals ein Referat über den «Film als Massenkommunikationsmittel» mit der lapidaren Begründung ablehnte: Massenkommunikation – das gibt es nicht. Heute würde ich sagen: Je mehr man von Kommunikation redet, desto weniger findet sie statt. Oder umgekehrt: Erst wenn sie nicht mehr stattfindet, redet man von Kommunikation.

Ich weiss, dass ich mit diesen Sätzen nicht weniger als einen fest *etablierten Berufsstand*, ja einen ganzen Wirtschaftszweig (ganz zu schweigen vom Bundesamt für Kommunikation) in Frage stelle. Eine Behörde, eine Institution, ein Unternehmen, die oder das auf sich hält, besoldet zu allermindest einen Kommunikationsberater und/oder eine Kommunikationsbeauftragte, wenn nicht eine mehrköpfige Abteilung für Kommunikation. Ohne Kommunikation geht nichts – oder frei nach Descartes: Wir kommunizieren, also sind wir...

Ohne Kommunikation geht nichts: Das lässt sich in unserer hochkomplexen Technowelt nicht bestreiten. Aber eben diese Technowelt scheint eine Grundtatsache vergessen zu haben: Kommunikation beruht ihrem Wesen und auch dem Wort nach auf *Gegenseitigkeit* – sie ist, wie man heute wohl sagen müsste, bilateral. In kommunizierenden Röhren steht die Flüssigkeit überall gleich hoch. Was sich heute Kommunikation nennt, geht hingegen bewusst oder unbewusst von der Vorstellung, genauer: von dem Anspruch aus, es gelte, aus dem quasi

unerschöpflichen Inhalt eines Kolossal-tanks eine Vielzahl kleiner, leerer oder doch undichter Behälter möglichst pausenlos aufzufüllen.

Kommunikation wird also genannt, was eigentlich nichts anderes ist als *Information*. Und da im digitalen Zeitalter Information als Akkumulation angeblich wertfreier Daten leicht in Desinformation umschlägt, mutiert letzthin auch sogenannte Kommunikation leicht zu Verschleierung und Vernebelung, und zwar umso öfter, je unangenehmer die Tatsachen sind, die eigentlich zu *kommunizieren* wären. Das *Grounding* der Swissair, die Spekulationsverluste renommierter Grossbanken, die Dämonisierung des Irak-Kriegs (die bis heute nicht aufgefundenen Massenvernichtungsmittel!) und handkerum die Verharmlosung der Kriegsfolgen durch die Regierungen Bush und Blair sind nur die spektakulärsten Beispiele dieses Sachverhalts.

Kommunikation: Das war, bevor es so hiess, die auf Austausch beruhende *Beziehung* zwischen Menschen. Zwischen Liebenden, zwischen Freunden, zwischen Eltern und Kind, Lehrer und Schüler, Arzt und Patient, aber auch zwischen Rivalen, zwischen Gegnern und nicht zuletzt zwischen sozialen Gruppen. Ohne Kommunikation ist eine Verständigung zwischen Gewerkschaften und Patrons, zwischen Journalisten und Zeitungsverlegern nicht möglich. Wo sie fehlt oder defekt ist, kommt es, wie in letzter Zeit immer häufiger, zum Diktat des wirtschaftlich Stärkeren, das dann von den *Kommunikationsverantwortlichen* beider Seiten möglichst beschönigt wird.

Mein Vorschlag: Man möge die Kommunikation, die keine ist, wieder durch den aus den USA importierten, aber mit *Öffentlichkeitsarbeit* leicht übersetzbaren Begriff der *Public Relations* ersetzen. Da geht es, wie die Bezeichnung sagt, um die naturgemäss einseitigen Beziehungen einer Institution, eines Unterneh-

mens, einer öffentlichen Person zur Öffentlichkeit. Ein *feedback* in Form von Leserbriefen, Fanpost, gewiss auch Beschimpfungen ist als Gradmesser der Aufmerksamkeit willkommen, wird aber nicht zum Austausch hochstilisiert. Und vor allem: Gute Public Relations zeichnen sich aus durch verlässliche Information.

Zum Schluss eine (wahre) Geschichte aus der Welt jener Kommunikation, die keine ist. Eine noch junge, aus öffentlichen Geldern gespiesene Institution kulturellen Charakters ernennt einen bewährten Mitarbeiter zum «Public Relations-Verantwortlichen». Er nimmt seine Funktion während Jahren mit zunehmendem und von keiner Seite in Frage gestelltem Erfolg wahr, knüpft Verbindungen zu verwandten Institutionen, beschafft Sponsorengelder, sichert seiner Institution Präsenz in Publikationen und Veranstaltungen, kurz: Er verschafft ihr einen Platz in der Öffentlichkeit. Aber dann erhält er aus heiterem Himmel die briefliche Mitteilung, dass seine Funktion im Rahmen einer Restrukturierung abgeschafft sei und künftig von der Geschäftsleitung wahrgenommen werde. Eine Begründung für ihren Entscheid *kommuniziert* eben diese Geschäftsleitung dem Mitarbeiter nicht.

Die abgeschaffte Funktion heisst nun nicht mehr Public Relations, sondern *Kommunikation...* ●