

Am Anfang steht das Wort, am Ende die Kommunikation

Thomas Bauer, Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaft, Wien

Insofern es das Ziel dieses Panels ist, die Kriterien für die Vorstellungen von Qualität von Ernährungskommunikation auszumachen, muss es in diesem Beitrag um kommunikationstypische Werte gehen und um die Frage, inwieweit diese für ein gesellschaftlich akzeptiertes Vernunftmodell von Ernährung nutzbar gemacht werden können. Das verlangt – nach allen schon vorangegangenen sehr konkreten Analysen zu den möglichen Mythen, Widersprüchen und Skandalisierungen im Themenfeld Ernährung nach einer tiefer, d.h. auch theoretisch gestützten und legitimierten Interpretation der Wertvorstellungen, die sich im Kontext unserer gesellschaftlichen (und Medien-) Kultur mit dem Kommunikationsbegriff verbinden. Es macht (auch) im Kontext von Ernährungskommunikation (gerade im Hinblick auf mögliche Mythen und Skandalisierungen) Sinn, sich Gedanken über die Begrifflichkeit von Kommunikation zu machen, um zu sehen, was wir denn eigentlich dabei begriffen zu haben meinen. Und um dann zu sehen, ob die Anwendungen des Begriffes (von Kommunikation) für die Kulturwerte (Begriffswerte) der Ernährung am Ende auch so etwas wie eine (gelungene) Ernährungskommunikation ausmachen.

Wie der Titel schon andeutet: Ein noch so gutes Wort macht noch lange keine (gut) gelungene Kommunikation – auch nicht das Wort bzw. der Begriff der Kommunikation. Wenn man es als gelungene Kommunikation versteht, dass man sich verstanden hat, sich wechselseitig verstanden weiß, sich verstanden fühlt und sich wechselseitig einverstanden vermuten darf, dann ist am Ende „die“ Kommunikation (deshalb) geglückt, weil der Wille zu verstehen, sich verständlich zu machen und verstanden zu werden schon den Anfang (wörtlich) kennzeichnet. Genau das aber verlangt eine tiefersinnige Ausleuchtung (des Wortes) von Kommunikation als sie im Kontext von Anwendungen (für Ernährung, für Bildung, für...) üblich ist.

Was ist die Anfangsvermutung und was ist die Endvermutung von Kommunikation? Wo (wie) fängt sie „wirklich“ an, wo (wie und warum) gelingt sie endlich oder ist sie schon am Anfang dem Ende geweiht? Dies alles hat nicht mit als natürlich definierten Bedingungen oder Folgen zu tun, sondern mit kulturell generierten und sozial programmierten Vereinbarungen der Vernunft wechselseitig sozialer Wahrnehmung, erinnert und archiviert in Metaphern der Beschreibung von sonst unbeschriebenem Glück: Gemeinschaft, Gemeinsamkeit – Vorstellungen geglückten Lebens und geglückter Bestimmung von Wirklichkeit.

Dem gegenüber ist – theoretisch – aber erst als wahre Bestimmung zu betrachten, was vor dessen möglichem Widerspruch wirklich Bestand hat. Wirklichkeitsbestimmung braucht Kommunikation, oder besser: ist das soziale und kulturelle Muster von Kommunikation. Es ist also das Risiko der Wirklichkeit nicht für wahr gehalten zu werden. Oder anders: nicht nur, das was als wirklich relevant vergemeinschaftet ist, hat Anspruch auf Wahrheit (Wahrnehmung), sondern auch das, was nicht (gleich und nicht so einfach) vergemeinschaftet werden kann, weil es (zu) widersprüchlich, zu verschieden ist. Es gibt neben dem Motiv der Vergemeinschaftung (Konsens) auch das Motiv der Verschiedenheit (Differenz), um etwas für wirklich wahr zu halten: weil es andere Positionen des Denkens und der Wahrnehmung gibt als man sie für relevant und richtig hält, sind diese die für mich die notwendige Erinnerung, andere Positionen für wirklich möglich zu halten wie man selbst erwartet, dass andere meine Positionen für wirklich halten: die Wahrheitsmaterie wird beschrieben (konstruiert, konstituiert und konstatiert) durch die Qualität des (kommunikativ programmierten) Wahrheitsgeschehens: die (vergemeinschaftbare) Wahrheit (in) der Ernährungskommunikation findet sich in den dahinter zu erschließenden Widerspruchspunkten (Widerspruchsthemen) der Auffassung von Lebenswirklichkeit.