

Vorwort

Semiotik und Arbeitswelt

Martin Nies

Auch abseits akademischer Diskurse finden sich vielfältige Anwendungsbereiche semiotischer Theorien und Methoden. Dieser Sonderband der *Schriften zur Kultur- und Mediensemiotik* | Online des [VIRTUELLEN ZENTRUMS FÜR KULTURSEMIO-TISCHE FORSCHUNG](http://www.kultursemiotik.com) (www.kultursemiotik.com) gibt Einblicke in einige Arbeitsfelder, in denen die Semiotik als eine allgemeine Theorie der Zeichen und ihrer Funktionsweisen alltäglich von hohem praktischem Nutzwert ist. Semiotisch fundierte Analysen sind nicht nur im Bereich der Linguistik und den der ästhetischen Kommunikation zugewandten Literatur-, Medien- und Kunstwissenschaften anwendbar, sondern prinzipiell überall dort, wo kommuniziert wird.

Denn die Semiotik stellt Beschreibungsmodelle zur Verfügung, die erkennbar machen, wie mittels zeichenhafter Äußerungen Sinn bzw. Bedeutung produziert und medienspezifisch vermittelt wird. Damit eröffnet Sie Anwendungspotenziale auch in vielen konkreten arbeitsweltlichen Kontexten. So stellt Hermann Sottong in seinem Beitrag fest, dass heute tendenziell „alle Berufe zu Kommunikationsberufen“ werden, die sich damit per se notwendig und selbstverständlich semiotischer Verfahren bedienen, jedoch häufig, ohne sich dessen bewusst zu sein.

Während im anglo-amerikanischen Sprachraum semiotische Analysen auch in den Bereich der Unternehmenskulturen Einzug gehalten haben und dort gegenwärtig zu den Standardverfahren gehören, stehen diese hierzulande noch unter Legitimationszwang und sind einem Generalverdacht des ‚rein akademischen‘ Interesses ausgesetzt. Somit versteht sich der Band auch als ein Brückenschlag zwischen akademisch-‚geisteswissenschaftlicher‘ Theorie und den Phänomenen und pragmatischen Bedürfnissen der Arbeitswelt. Kultursemiotische Analysen sind dabei ohnehin mehr den gesellschaftlichen und kulturellen ‚Realitäten‘ als dem ‚Schöngestigen‘ verpflichtet, da sie Kunst primär als einen ‚kulturellen Speicher‘ verstehen, der Auskunft gibt über das Denken und Wissen, über Normen und Werte der Gesellschaft, die diese kommunikativen Artefakte hervorgebracht hat.¹ Dass die Semiotik aber *überall* dort, wo Textproduktion ‚Content‘ schafft,²

¹ Als ein Beispiel siehe etwa den aktuell erschienenen Band: Martin Nies (Hg.), *Deutsche Selbstbilder in den Medien. Gesellschaftsentwürfe in Literatur und Film der Gegenwart*. Marburg 2018 (Schriften zur Kultur- und Mediensemiotik; Bd. 6).

von Relevanz ist, müsste evident sein. So trifft dies nicht nur auf Literatur und das Arthaus-Kino, sondern auch auf jede Form der Alltagskommunikation und (Re-)Präsentation zu, unbenommen, ob diese der Kultur-, Wissens- bzw. Sachinformationsvermittlung oder werberisch einer Produkt- oder Imagevermarktung dienen. In szenographischer Hinsicht sind museale Ausstellungskonzepte ebenso semiotisch interpretierbar wie grundsätzlich jede Präsentationsform vom Firmenlogo über das Schaufenster, vom Webdesign über die Werbung bis hin zur Powerpoint-Präsentation oder die Gestik, Mimik, Proxemik und Stimmmodulation in einem Kunden- oder Mitarbeitergespräch.³

Die Beiträge dieses Bandes widmen sich nun also Zeichen, die uns in Arbeitswelten und damit in konkreten wirtschaftlichen Zusammenhängen begegnen. Oliver Fohrmann interpretiert zunächst in einem Grundsatzbeitrag das Geld selbst als ein Zeichen, die Arbeit als ein Simulakrum des Geldes. Die folgenden Beiträge von Hermann Sottong, Michael Müller, Kathrin Dreckmann und Klaus M. Bernsau widmen sich dem Nutzen semiotischer Analysen im Rahmen der Unternehmensführung. Unternehmen werden hier als Semiosphären aufgefasst und interpretiert. Im Kontext von *Change-Management* sind, wie die Beiträge darlegen, offenbar insbesondere erzähltheoretische Verfahren gefragt, wie etwa die *Storytelling-Analyse* und die *Strukturanalytische Interpretation (SAI)* – in fundamentalen Unternehmenskrisen sind semiotische Analysemethoden also als Mittel der Wahl erfolgreich etabliert. Mit Schwerpunkt auf dem Verpackungsdesign behandelt dagegen Klaus Kerschensteiner konkrete Produktzeichen des täglichen Warenangebots und Matthias Herz gibt Einblicke in semiotische Verfahren, die in der Bedienkonzeptentwicklung der Automobilindustrie zum Tragen kommen. In ihrem Beitrag über den Stellenwert der Dramaturgie in der Filmproduktion plädiert schließlich Marietheres Wagner für eine semiotisch-narratologische Schulung von Filmschaffenden. Über die in den Beiträgen verhandelten Themen hinaus trägt das **VIRTUELLE ZENTRUM FÜR KULTURSEMIOTISCHE FORSCHUNG** mit dem neuen Forschungsschwerpunkt *Wirtschaftssemiotik* den Anwendungsmöglichkeiten der Theorie in der wirtschaftlichen Praxis Rechnung.⁴ Die Erfahrungen mit semiotisch fundierten Methoden im Bildungsbereich werden dagegen Thema eines eigenen Sonderbandes im Jahr 2019 sein.⁵

Martin Nies

Flensburg, im Juli 2017

² Ein ‚Text‘ ist im semiotischen Sinne jede zeichenhafte Äußerung.

³ Zur Analyse von Ausstellungskonzeptionen vgl. Matthias Bauer, „Immersive Exhibition Design. Titanic Belfast and the Concept of Scenography“. In: Burcu Dogramaci and Fabienne Liptay (Ed.), *Immersion in the Visual Arts and Media*. Ed. Amsterdam New York (in print); zur Diagrammatik als einer semiotischen Analysemethode von Schaubildern siehe, Ders., *Diagrammatik. Einführung in ein kultur- und medienwissenschaftliches Forschungsfeld*. Bielefeld 2010.

⁴ Siehe <http://www.kultursemiotik.com/vz kf/forschungsfelder/>

⁵ SKMS | Online No. 5/2019 – Sonderband: Mirjam Dick, Dorothe Knapp, Romina Seefried, Amelie Zimmermann (Hgg.), *Spuren – Netze – Horizonte. Potentiale eines semiotischen Blicks in der Lehrerbildung*. In Vorbereitung.