

Prof. US/PWSZ dr. hab. Werner Westphal

Wirtschaft und Wissenschaft im Diskurs.

Eine Fallstudie aus der Perspektive der angewandten Linguistik.

Wenn Politiker über verlorene Wahlen klagen, dann hört man in der Regel die Entschuldigung: Es ist uns nicht gelungen, dem Wähler unsere Ziele „rüberzubringen“! Verlorene Wahlen werden so schlichtweg zu einem Kommunikationsproblem. Unternehmer und auch Wissenschaftler stehen anders in der Pflicht. Sie können sich für falsche Entscheidungen und Ergebnislosigkeit nicht einfach entschuldigen, denn sie stehen in einer kompromisslosen Verantwortung, in einem harten Wettbewerb mit der Konkurrenz. Dies gilt auch für den Wissenschaftler, ob an der Hochschule oder in der außeruniversitären Forschung. Im Zeitalter der wissensbasierten Ökonomie müssen beide Seiten, Wissenschaftler und Unternehmer, miteinander ins Gespräch kommen. Vertraut man den Prognosen, dann müsste der Tauschwert von Wissen schon jetzt steigen.

Klar ist: Der wirtschaftsnahe Wissenstransfer wird an Bedeutung gewinnen. Dafür gibt es eindeutige Indikatoren. Jedes Unternehmen wird täglich durch eine Unmenge von Informationen überflutet. Aber Informationen für sich ergeben noch kein Wissen, dass in einem Unternehmen genutzt werden kann (vgl. dazu unten).

So universell das Internet als Informationsspeicher auch ist, es hat einen gravierenden Nachteil - es kann nicht auf die individuellen Wissensbedürfnisse des Unternehmens eingehen.

Um Zeit zu sparen, wird es immer effektiver sein, Wissen und Wissenstransferprozesse genau auf die Bedingungen des jeweiligen Unternehmens abzustimmen. Dies bedarf entsprechender Fachleute, die als Mittler zwischen Unternehmen und Wissenschaft fungieren. Sie müssen die Didaktik der Wissenskommunikation beherrschen und die Rezeptionsbedingungen eines modernen Betriebes exakt modellieren können. Ein Faktor, der in diesem Zusammenhang oft zuwenig berücksichtigt wird, ist die kommunikative Situation.

Für das Auffinden von innovativen Lösungen ist der Kontakt zwischen Wissenschaftlern und Unternehmern über das Gespräch, die Diskussion - in direkter Form oder medienvermittelt - von besonderer Relevanz. Innovationen sind Qualitätssprünge in der Entwicklung von Problemlösungen.

Derartige Qualitätssprünge können ihren Niederschlag in völlig neuen Produkten oder neuartigen Dienstleistungen finden.

Am Anfang steht stets das Erkennen und das Formulieren einer Problemstellung (vgl. dazu Busch 2003, 25). Innovationen entstehen nicht selten als direktes Ergebnis einer Diskussion.

Es lohnt sich deshalb über Kommunikationsformen nachzudenken, die geeignet sind, Innovationsprozesse zu fördern.

Die Themen für diesen Diskurs sind vielgestaltig, sie reichen von Fragen der direkten Anwendbarkeit wissenschaftlicher Erkenntnisse bis zu Einzelfragen der Forschung.

Der Diskurs wird umso fruchtbarer desto präziser die Erwartungen von beiden Seiten definiert werden.

Beiträge für diesen Diskurs zwischen Wissenschaft und Wirtschaft liefern inzwischen auch Disziplinen, von denen man dies früher kaum erwarten konnte. So z.B. die Philosophie, die Kulturwissenschaften, die angewandte Linguistik usw. Die Wochenzeitschrift „Die Zeit“ liefert dafür wöchentlich geeignete Beispiele.

Im Zeitalter der wissensbasierten Ökonomie sichern Netzwerke von Partnern aus Wissenschaft und Wirtschaft den effektiven Transfer von Wissen und Erfahrungen in beide Richtungen:

- von der Wissenschaft zum Unternehmen

- vom Unternehmen zur Wissenschaft.

Beide Seiten benötigen die Inspirationen der jeweils anderen, um erfolgreich zu sein.

Dieser Diskurs zwischen Wirtschaft und Wissenschaft ist zunehmend auch für die „angewandte Linguistik“ von Bedeutung (vgl. Knapp, K. et al. 2004).

Die angewandte Linguistik ist heute eine Disziplin, „die sich mit der Beschreibung, Erklärung und Lösung von lebens- und gesellschaftspraktischen Problemen in den Bereichen von Sprache und Kommunikation befasst“ (Vorwort). Dabei muss die angewandte Linguistik auch mit anderen Disziplinen kooperieren.

Dieser Diskurs zwischen Wissenschaftlern und Unternehmern dürfte über den Kreis der angewandten Linguisten hinaus als Gegenstand eigener Forschung auch die Kommunikationswissenschaft, die Bildungswissenschaften, die Psychologie, die Soziologie oder Managementwissenschaften usw. interessieren.

Wie generell zu konstatieren ist, dass eine „atomisierende“ wissenschaftliche Betrachtung von komplexen gesellschaftlichen Prozessen nicht mehr zeitgemäß ist. Wir plädieren in diesem Sinne bei der Erforschung derartiger Prozesse also für das Zusammenwirken von Wissenschaftlern verschiedener Provenienz.

1. Was ist ein Diskurs?

Kommunikationsprozesse sind, so trivial die Einsicht sein mag, stets zweiseitig. Kommunikation entsteht durch den Austausch von Informationen. Diskurse sind wie Texte Resultate kommunikativer Handlungen. Unter Diskurs wollen wir hier in aller Kürze die gezielte „Vertextung“ von Themen, Handlungszielen und Ideen verstehen, die einen Diskurs als einen inhaltlich zusammenhängenden Textkomplex konstituieren. In diesem Sinne sind Diskurse auch immer Ausdruck von Interessenkonstellationen von bestimmten Gruppen. In der Regel sind Diskurse öffentlich und damit Gegenstand von Meinungsbildungsprozessen (vgl. zum Begriff Öffentlichkeit, Schiewe 2004).

Diskurse zeichnen sich durch kohärente Relationen aus. Das heißt, zwischen einzelnen Texten oder Textteilen und dem thematischen Kern des Diskurses bestehen (neben anderen) inhaltliche bzw. thematische Beziehungen (Topikrelationen). Ebenso ist von funktional-pragmatischen Relationen als Konstituenten des Diskurses auszugehen. Kontrovers wird die Rolle von Diskursen hinsichtlich ihrer Einflusses, auf die Realität einzuwirken, diskutiert, „was als Wirklichkeit und Wahrheit gilt, ist nicht diskursextern vorgegeben, sondern wird historisch - diskursiv hervorgebracht“, so eine gängige Auffassung. Danach hat der Diskurs eine „wirklichkeitskonstituierende Macht“ (vgl. dazu Bublitz 2004, 56).

Typisch für den Diskurs ist der Bezug auf sogenannte „Prätexte“, also auf schon vorhandene bzw. produzierte Texte. Dies geschieht durch das Verweisen auf Aussagen von Autoritäten oder das Zitieren aus schon vorhandenen Texten usw. Im Rahmen der Textlinguistik wird dies als „Intertextualität“ bezeichnet. Hier kann es zu „Fehlleistungen“ kommen, die dennoch eine erhebliche Bestandskraft entfalten. Ein typisches Beispiel ist der von Michail Gorbatschow ausgelöste Diskurs zur Zukunft der DDR 1989: Gorbatschow antwortete während der Feierlichkeiten zum 40. Jahrestag der DDR am 7. Oktober 1989 auf die Frage von Journalisten, ob er die Situation in der DDR für gefährlich halte: „*Gefahren warten nur auf diejenigen, der nicht auf das Leben reagiert.*“ Im Rahmen des „Wendediskurses“ der damaligen Zeit entstand dann daraus der bekannte Satz: „*Wer zu spät kommt, den bestraft das Leben!*“ Diese Formulierung stammte jedoch nicht von Gorbatschow, sondern von dem ostdeutschen Wissenschaftler Manfred von Ardenne. Dieser formulierte laut Protokoll der Volkskammer der DDR vom 1. Dezember 1989: „*Ich möchte den Ministern Mut machen, in ihrem Nahbereich energisch aufzuräumen und Männer ihres Vertrauen und Denkens einzusetzen (Beifall). Lassen Sie mich in abgewandelter Form zitieren: Wer dazu nicht die Kraft hat, den bestraft das Leben*“ (Steyer 1997, 35). Im Protokoll der Volkskammersitzung

vom 29. Juni 1990 findet sich dann das angebliche Gorbatschow-Zitat in der heute bekannten Form: „Der Abgeordnete Dierling (CDU) beruft sich auf Gorbatschow und sagt: „Erinnern wir uns aber hier des Gorbatschow-Zitats, das gleichsam am Schnittpunkt der Wende mahnend vor der selbstgefällig jubelnden SED-Führung stand: „Wer zu spät kommt, den bestraft das Leben“ (Steyer 1997, 35). Die Geschichte dieses „Jahrhundertslogans“ zeigt, in welchem Maße Diskurse unser Denken und Handeln bestimmen können und welche Machtpotenziale dem Diskurs innewohnen. Die Gorbatschow zugesprochene These wurde tatsächlich zu einem Leitmotiv des Handels von Millionen Menschen, vor allem in Ostdeutschland. Gerade an diesem Beispiel zeigt sich die bewusstseinsverändernde und handlungsleitende Macht z.B. des politischen Diskurses.

Für die Wissenschaft können derartige „Diskursparadigmen“ auch zu einem Risiko werden, wenn z.B. durch den Einfluss von Ideologien der Blickwinkel des Wissenschaftlers eingengt wird. Die Wissenschaftsgeschichte kennt zahlreiche derartige Beispiele. (vgl. dazu Westphal 2003, 91-127).

2. Vertrauen und Diskurs

Der Diskurs als Resultat kommunikativen Handelns kann Menschen und Menschengruppen zu Macht und Einfluss verhelfen, er kann aber auch Vertrauen herstellen. So kann das Verhältnis zu den Nachbarländern durch eine wohlwollende und freundschaftliche Berichterstattung gefördert werden. Ebenso ist die Einhaltung abgeschlossener Verpflichtungen und Verträge zwischen Vertragspartnern eine entscheidende Basis für Vertrauen auf beiden Seiten.

Gerade in der internationalen Kooperation wirken sich Vorbehalte und Klischees oft negativ aus.

Überholt ist zum Beispiel eine alte deutsche Vorstellung, dass Fleiß und Disziplin lediglich deutsche Tugenden seien. Nach einer Spiegelumfrage, die im Vorfeld des Besuches des deutschen Bundeskanzlers Gerhard Schröder in Polen 2001 gemacht worden ist, bescheinigten u. a. 70% der befragten deutschen Unternehmen z.B. den polnischen Arbeitskräften, dass sie den deutschen hinsichtlich der Arbeitsleistung und der Disziplin ebenbürtig seien (vgl. Spiegel, 33, 2001, 64). Hier deutet sich ein Verfallsdatum für ein altes Vorurteil an. Dies zeigt zugleich, dass Vorurteile auch überwindbar sind. Und dort, wo sie überwunden sind, entsteht Vertrauen. Bleibt festzuhalten, dass Vertrauen und Kommunikation eng zusammenhängen und dass Vertrauen „erarbeitet“ werden muss (vgl. dazu Schiewe 2006, 41-49). Vertrauen aufbauen, heißt auch Konfliktpotenziale erkennen miteinander überwinden. Dies ist insbesondere im Zeitalter des Internet eine schwierige Aufgabe (vgl. dazu Kuhlen 1999), verführt doch die scheinbar unbegrenzte Verfügbarkeit von Informationen auch allzu oft zum Vertrauensmissbrauch.

2.1. Der Unternehmer als Wissenschaftskommunikator

Auch der Diskurs zwischen Wirtschaft und Wissenschaft leidet oft unter Missverständnissen und Vertrauensmangel. Die in der Alltagskommunikation häufigen Fälle, dass man sich verständigt, aber nicht versteht, dürften auch im Rahmen des Diskurses Wirtschaft - Wissenschaft häufig anzutreffen sein. Wenn man den Wissenschaftsdiskurs mit dem Alltagsdiskurs in einem Unternehmen vergleicht, kann man zumindest drei gravierende Unterschiede feststellen:

1. Der Wissenschaftsdiskurs ist an definierte Termini gebunden, die dem Laien nicht immer zugänglich sind. Schon dadurch kann es leicht zu Missverständnissen kommen.
2. Wissenschaftler entwickeln Theorien und Methoden, die der Modellierung von Erkenntnisprozessen dienen. Der Praxisbezug ist nicht immer sofort erkennbar.

3. Der Wissenschaftsdiskurs findet in der Regel in wissenschaftlichen Teams und in entsprechenden wissenschaftlichen Publikationen statt. Die Verstehensvoraussetzungen (Präsuppositionen) sind klar prognostizierbar. Damit ist ein relativ hohes Maß an Verstehen in dieser Gruppe gesichert.

Der Begriff „scientific community“ beschreibt die soziologisch nachvollziehbare Tatsache, dass Menschen mit spezieller Profession eine bestimmte Gruppe mit bestimmten Merkmalen bilden. Derartige Gruppierungen kennt die menschliche Zivilisation spätestens seit der römisch-griechischen Antike. Der Wissenschaftsdiskurs stand Jahrhunderte relativ abgegrenzt neben dem Alltagsdiskurs, dem Politikdiskurs, Rechtsdiskurs, dem Wirtschaftsdiskurs usw. Die Einbeziehung von fachlichen Laien in den Fach- bzw. Wissenschaftsdiskurs musste zwangsläufig zu Verstehensproblemen führen. Derartige „kommunikative Barrieren“ waren und sind nichts Ungewöhnliches. Als Institution hat sich die Wissenschaft in Europa dagegen relativ spät etabliert. Die Gründung der Universitäten und Hohen Schulen war dazu ein erster Schritt. Damit einher entstand die noch heute aktuelle Fragestellung nach der Praxisrelevanz der Wissenschaft als Institution.

Noch Bernal konstatierte in seinem Grundlagenwerk „Die Wissenschaft in der Geschichte“ (1948): „Wissenschaft unterscheidet sich dadurch von allen anderen so genannten freien Berufen, dass ihre Ausübung keinen unmittelbaren wirtschaftlichen Wert hat... Die einzelnen Ergebnisse der Wissenschaft lassen sich, abgesehen von gewissen direkten Anwendungen nicht verkaufen, obwohl sie insgesamt und durch die Anwendung in Technik und Produktion in kurzer Zeit mehr neue Reichtümer schaffen als alle anderen Berufe zusammengenommen“

(Bernal 1967, 6).

Auch heute noch unterscheidet man zwischen angewandter Forschung und Grundlagenforschung, dennoch deuten sich im Zeitalter der digitalen Medien bereits Änderungen an.

Innovationen werden schneller als je zuvor zu wirtschaftlichen Faktoren. Der Wissenschaftler an der Universität bekommt Konkurrenz durch wirtschaftsnahe Forschungseinrichtungen, die auf eine effektive wirtschaftliche Verwertung von neuen Erkenntnissen zielen. Denn Wissen ist zum universellen Rohstoff für die Ökonomie des 21. Jahrhundert geworden.

Die entscheidende Frage für unser Thema ist deshalb, wie können „Kommunikationsbarrieren“ zwischen Wissenschaft und Wirtschaft überwunden werden, damit der Austausch von Erkenntnissen und Innovationen reibungslos erfolgen kann?

Dafür gibt es zwei Möglichkeiten:

1. Der Unternehmer verbindet seine fachpraktische Qualifikation zunehmend mit entsprechender wissenschaftlicher Qualifikation. Dies ist schon heute sehr oft der Fall, z.B. bei denjenigen, die aufgrund eigener wissenschaftlicher Leistungen selbst Unternehmen gegründet haben.

2. Der Unternehmer nimmt die Hilfe einer entsprechend qualifizierten Institution in Anspruch, die auf die Bedürfnisse seines Unternehmens zugeschnittene Wissenstransferprozesse organisieren kann.

Angesichts der Tatsache, dass die Wettbewerbsposition zunehmend direkt von der Nutzung von vorhandenen Wissensressourcen abhängen wird, bleiben nur diese beiden Möglichkeiten.

In diesem Sinne stellt die „Informationskompetenz“ die Basiskompetenz für den Wissenstransfer dar (vgl. dazu nfd - Information - Wissenschaft und Praxis 2000, 324).

Der Wirtschaftsdiskurs wird so (zumindest partiell) auch zu einem Element des Wissenschaftsdiskurses einer Gesellschaft.

Die tradierte Formel: „Er/sie lässt denken!“, hat ihren Realitätsbezug längst verloren. Der Unternehmer von heute ist Manager und Wissensvermittler zugleich:

1. Zum einen in dem Sinne, als er die notwendigen Inhalte für sein Unternehmen auswählt und die erforderlichen technischen Voraussetzungen für den gesteuerten Erwerb von Wissen sichert (z.B. über Unternehmensportale).

2. In dem Sinne, als dass der Unternehmer zugleich über die Form und den Abstraktionsgrad der zu vermittelnden Gegenstände entscheidet, denn nur er kann das Qualifikationsniveau seiner Belegschaft realistisch einschätzen.

Welches sind die entscheidenden prototypischen kommunikativen Merkmale eines solchen Managertyps?

2.2. Kommunikative Kompetenz versus Diskurskompetenz

Die Fähigkeit zur Kommunikation ist dem Menschen zwar angeboren, aber ohne entsprechende Ausbildung wird er keine kommunikative Kompetenz erreichen, die den Ansprüchen der modernen Mediengesellschaft genügt.

Nachfolgend sollen einige Kompetenzen, die aus der Sicht des Themas für den Unternehmer von Bedeutung sind, kurz skizziert und kommentiert werden (vgl. Lipczuk, R.; Mecner, P.; Westphal, W. 2000, 137-139):

1. Die Kompetenz zur effektiven Rezeption von branchenüblichen Texten und von wissenschaftlichen Texten sowie die Kompetenz, derartige Texte selbst mündlich und schriftlich produzieren zu können.

Dies setzt in der Regel ein umfassendes Training voraus, das den Unternehmer sein Leben lang begleitet.

Das schnelle Erfassen von wichtigen Textteilen und deren Sicherung durch Konспекte oder Exzerpte sind auch im Zeitalter digitaler Medien noch wichtige Werkzeuge des Wissenserwerbs. Das Formulieren von mündlichen und schriftlichen Texten entsprechend den Normen einer Sprache gehört zum Alltag des Unternehmers, wird allerdings hinsichtlich seiner Bedeutung für die Außenwirkung oft unterschätzt.

2. Die Kompetenz zur Herstellung einer Vertrauensbasis mit dem Kommunikationspartner. Schiewe sieht den Prozess der Vertrauensbildung im Rahmen von Kommunikation auf drei Ebenen:

- auf der Ebene von Wissen und Wissensbeständen
- auf der Ebene von Begriffen und Bewertungen
- auf der Ebene von Diskursmustern und Kommunikationsstilen (Schiewe 2006, 45).

3. Die Kompetenz zur interkulturellen und intrakulturellen Kommunikation (nationale Grenzen überschreitende Kommunikation bzw. Kommunikation zwischen unterschiedlichen Kulturen innerhalb einer Kommunikationsgemeinschaft, z.B. zwischen Deutschen und Türken usw.) (vgl. dazu Westphal 1999, 321-339).

4. Die Kompetenz zum wissenschaftlichen Diskurs. Voraussetzung dafür ist die Beherrschung von grundlegenden Elementen des terminologischen Systems eines Fachgebietes. Verbunden damit ist die Fähigkeit, Inhalte mit einem wissenschaftlichen oder fachgerechten Textmuster mündlich und schriftlich kommunizieren zu können (z.B. Geschäftsbericht, Bilanzkonferenz, Talkrunde, Plenarvortrag usw.)

Gerade diese Kommunikationsformen spiegeln die Tatsache wider, dass Unternehmer zugleich wie Wissenschaftler auch Expertenwissen kommunizieren müssen.

Dies ist für das Image eines Unternehmens von erheblicher Bedeutung und bringt in der Regel Wettbewerbsvorteile.

Wissenschaftliche Texte spiegeln in der Regel einen spezifischen Erkenntnisprozess des Autors wider. Dieser Erkenntnisweg muss ebenso erkannt und dargestellt werden können wie die Resultate selbst (Einheit von Gegenstand und Methode). Dies bedeutet, dass der Unternehmer eine wissenschaftliche Methodenkompetenz beherrschen muss.

Dazu zählt u. a. das Erkennen von Problemen, das Formulieren von Problemen sowie das Formulieren von Erkenntniswegen und Schlussfolgerungen (vgl. dazu Busch, oben). Innovationen können nur dann realisiert werden, wenn sie auch formuliert, also „versprachlicht“ werden können.

In wissenschaftlichen Texten spiegelt sich der Wissenschaftsprozess als Teil des Wissenschaftsdiskurses wider (vgl. dazu Meyer 2005).

Wissenschaftstexte sind in einem bestimmten wissenschaftlichen Stil geschrieben, der von der Alltagskommunikation erheblich abweicht. Typisch ist die „Entpersönlichung“ von Stellungnahmen (z.B. „man geht davon aus, allgemein wird davon ausgegangen usw.“).

5. Die Kompetenz zur Nutzung der digitalen Medien. Sie umfasst zumindest die Rezeption und Erzeugung computerhergestellter Text sowie die Nutzung von diversen Möglichkeiten der Visualisierung von komplexen Vorgängen (vgl. dazu Ballstaedt 1996, 191-233; Westphal 2005, 169-183). Außerdem gehört dazu auch die Fähigkeit, elektronische Datenbanken für die Informationsgewinnung („information retrieval“) zu nutzen, um Wissen ständig vertiefen und erweitern zu können. Daneben ist und bleibt das geschriebene Buch ein wertvoller Wissensspeicher (vgl. dazu auch Jochum; Wagner 1998).

6. Die Kompetenz zur Moderation von Wissenstransferprozessen.

Gesprächsrunden mit Experten innerhalb und außerhalb des Unternehmens sind gut geeignet, um Lösungsansätze zu vermitteln und Innovationsprozesse auszulösen. Derartige Gesprächsrunden müssen professionell moderiert werden, damit thematische Stränge, Schlussfolgerungen usw. transparent gemacht werden können. Wichtig ist auch die Dokumentation der erzielten Erkenntnisse. Hierzu gehören auch Verfahren, die ein gegenseitiges Verstehen der Kommunikationspartner sichern: Z.B. Das Stellen von Fragen zur Verständnissicherung, das Rückkopplungsverhalten, die Nutzung der Körpersprache zum Ausdruck von Bestätigung, Distanz und Ablehnung usw. Verstehen und Verständigung werden in der Literatur oft als unterschiedliche Begriffe gebraucht. Im Sinne der Konversationsanalyse wird unter „verständigen“ das Einigen auf eine Bedeutung eines Terminus, eines Textsinns usw. verstanden. „Verstehen“ wird meist als „etwas begreifen“, „den Sinn erfassen“, aufgefasst (vgl. dazu u. a. Paul, I. 2000, 182-194). Es ist durchaus möglich, dass sich Kommunikationspartner verständigen, aber nicht verstehen. Dies könnte, bei aller Annäherung, gerade auch in der Kommunikation zwischen Wirtschaft und Wissenschaft ein Problem sein. Oft sind unzureichende Verstehensvoraussetzungen (Präsuppositionen) dafür die Ursache (vgl. dazu oben).

3. Lernen und Wissenstransfer als Teil der Unternehmenskultur

Der modern gewordene Begriff „Wissenstransfer“ bringt bewusst einen Aspekt zum Ausdruck, der für die Wissensgesellschaft von strategischer Bedeutung ist: die Kommunikation von Wissen.

Kommunikation von Wissen ist die Profession des Lehrers und Wissenschaftlers. Zunehmend sind, wie oben festgestellt wurde, auch Unternehmer und andere Berufsgruppen in diesem Sinne gefordert.

Vor dem Wissenstransfer steht der Lernprozess. Die Psychologie bringt Lernen und Lernprozesse in der Regel mit Verhalten und Verhaltensänderung in Verbindung. Und tatsächlich ist Lernen für die Justierung menschlichen Verhaltens und Handelns eine unabdingbare Voraussetzung. Wir betonen im Zusammenhang mit unserem Thema bewusst den pädagogischen und informationstheoretischen Aspekt des Lernens und folgen Klix, der feststellt: „Lernen besteht in der Ausbildung oder Korrektur von individuellem Gedächtnisbesitz“ (Klix 1980, 348). Lehren und Lernen stehen aber vor allem im Spannungsfeld von Textrezeption und Textproduktion. Denn im eigentlichen Sinne sind Lernen und Lehren genuine Formen kommunikativen Handelns. Wir definieren Lernen

deshalb als spezielle Form der kognitiven Verarbeitung von Informationen zu Wissen im Sinne des Erwerbs von (zumindest angestrebtem) langfristigem Gedächtnisbesitz. Durch den Transfer von Informationen in den Gedächtnisbesitz werden Informationen zu Wissen, indem sie in ein vorhandenes Speichersystem integriert werden und eine Zweckorientierung erhalten. Dies setzt die selektive Verarbeitung von Informationen voraus. Dabei soll das Wissen dauerhaft in einer Weise gespeichert werden, dass es schnell reproduzierbar (abrufbar) ist (Speicherung im Langzeitgedächtnis) (vgl. dazu Schnotz 1994, 95-101). Insofern ist der Begriff „Wissenstransfer“ nicht eindeutig, da die Umwandlung von Informationen in Wissen eine Leistung des Individuums ist. Besser sollte man von Informationstransferprozessen sprechen, diese bilden die Grundlage für Konstituierung von Wissen im Rahmen von (individuellen) Lernprozessen. Weil zugleich zweckorientiert, ist Wissen stets Wissen von Personen oder Gruppen von Menschen. Ein Unternehmer vermittelt im Rahmen betrieblicher Lernprozesse jenes Wissen, das für das Unternehmen und seine Wettbewerbsposition wichtig ist.

Zu den Wesensmerkmalen von Lernhandlungen zählen:

Sie sind regelgeleitet.

Sie sind motiviert.

Sie sind zielbestimmt.

Sie setzen ein bestimmtes Niveau kommunikativer Kompetenz voraus (vgl. Westphal 2004).

Praktischer Zweck von Lernprozessen im Sinne von Wissenserwerb ist die Voraussehbarkeit bzw. Kalkulierbarkeit von Ereignissen und Zusammenhängen (vgl. dazu auch Calvin 1998). Der gebildete und geschulte Mitarbeiter minimiert so das Risiko für das Unternehmen, durch unvorhergesehene Ereignisse überrascht zu werden. Darüber hinaus wird so die Mitverantwortung für den Erfolg des Unternehmens gestärkt, um nur zwei Faktoren in diesem Zusammenhang zu nennen. Das „lernende Unternehmen“ ist heute schon vielfach gelebte Unternehmensrealität.

Fazit

1. Der Diskurs zwischen Wissenschaft und Wirtschaft erhält im Zeitalter der digitalen Medien eine neue strategische Bedeutung.

Er ist ein Mittel zum direkten Umschlag von Wissen und Erkenntnissen in beide Richtungen: Von der Wissenschaft zum Unternehmen und vom Unternehmen zur Wissenschaft.

2. Unternehmer und Wissenschaftler stehen mehr denn je in einer Innovationspartnerschaft. Netzwerke zwischen Wissenschaft und Wirtschaft spielen für die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen und ganzer Volkswirtschaften eine zunehmende Rolle.

3. Der Unternehmer von heute muss mehr als zuvor über (kommunikative) Kompetenzen verfügen, die es ihm ermöglichen, in der Partnerschaft mit der Wissenschaft zielsicher und überzeugend agieren zu können.

4. Die Erforschung dieses Diskurses durch die angewandte Linguistik und anderer Wissenschaften ermöglicht es zum einen, tiefere Einsichten in die komplexen inneren Strukturen von derartigen Diskursen zu bekommen und zum anderen Methoden und Modellannahmen zu entwickeln, die die gewonnenen Erkenntnisse für Lehr-, Lernprozesse und Training verwertbar machen.

Literatur

Ballstaedt, S.-P. (1996): Bildverstehen, Bildverständlichkeit - Ein Forschungsüberblick unter Anwendungsperspektive. In: Krings, H.P. (Hg.): Wissenschaftliche Grundlagen der technischen Kommunikation. FFF 32, Tübingen, 191-23

- Bernal, J. D. (1967): Die Wissenschaft in der Geschichte (Science and History), Übers. nach der 3. Auflage, Berlin.
- Busch, H. (2003): Handbuch - Innovationen erfolgreich realisieren. Erfinden lernen - lernend erfinden, trafo -Verlag, Berlin.
- Bublitz, H. (2003): Diskurs, Transcript - Verlag, Bielefeld.
- Calvin, W.H. (1998): Wie das Gehirn denkt. Spektrum – Verlag, Heidelberg.
- Jochum, U.; Wagner, G. (Hrsg.) (1998): Am Ende das Buch? Semiotische und soziale Aspekte des Internet. Konstanz.
- Klix, F. (1994): Wissensselemente: Bausteine für Gedächtnis und Sprache. In: Sprache und Kognition (Hrsg. H.-J. Kornadt; J. Grabowski; R. Mangold-Allwin). Heidelberg, Berlin, Oxford: Spektrum Akademischer Verlag, 133-160.
- Knapp, K. et al. (Hrsg) (2004): Angewandte Linguistik, A. Francke-Verlag, Tübingen und Basel.
- Kuhlen, R. (1999): Die Konsequenzen von Informationsassistenten. Was bedeutet informationelle Autonomie oder wie kann Vertrauen in die elektronischen Dienste in offenen Informationsmärkten gesichert werden? Frankfurt a. Main: Suhrkamp-Verlag.
- Lipczuk, R.; Mecner, P.; Westphal, W. (2000): Lexikon der modernen Linguistik. Ausgewählte Begriffe zur Kommunikation und Kognitionswissenschaft. Szczecin, Verlag Albatros.
- nfd - Information - Wissenschaft und Praxis, Heft 6, 2000, 324.
- Meyer, P.G. (2005): Kommunikation von Erkenntnis in Wissenschaftstexten: Die Rolle der morphosyntaktischen Oberfläche. In: Sprache(n) in der Wissensgesellschaft, Hrsg. Sabine Braun und Kurt Kohn, Forum Angewandte Linguistik, Bd.46, Peter Lang-Verlag, 195- 212.
- Paul, I. (2000): Verständigung ohne Verstehen. Subjektive Thesen eines Gesprächsanalytikers. In: Ruth Reiher, Antje Baumann(Hrsg.): Mit gespaltener Zunge? Die deutsche Sprache nach dem Fall der Mauer. Aufbau Taschenbuch Verlag, Berlin, 182-193.
- Schiewe, J.; Lipczuk, R.; Westphal, W. (Hrsg.) (2006): Kommunikation für Europa. Interkulturelle Kompetenz als Schlüsselkompetenz, Peter-Lang Verlag, Frankfurt am Main, Berlin.
- Schiewe, J. (2004): Öffentlichkeit. Entstehung und Wandel in Deutschland. Paderborn, München, Wien, Zürich.
- Schiewe, J. (2006): Kommunikation und Vertrauen. In: Jürgen Schiewe, Ryszard Lipczuk, Werner Westphal (Hrsg.), Kommunikation für Europa, Peter Lang, Frankfurt am Main, Berlin, 41-49.
- Schnotz, W. (1994): Aufbau von Wissensstrukturen. Untersuchungen zur Kohärenzbildung beim Wissenserwerb mit Texten. Weinheim: Beltz, Psychologie -Verl. Union.
- Steyer, K. (1997): Reformulierungen - Sprachliche Relationen zwischen Äußerungen und Texten im öffentlichen Diskurs. Studien zur deutschen Sprache, Bd. 7, Gunter Narr-Verlag, Tübingen.
- Westphal, W. (1999): Kulturwissen als Verstehensvoraussetzung. In: Göppinger Arbeiten zur Germanistik, Nr. 672, Festschrift für Rolf Bräuer zum 65. Geburtstag. Göppingen: Kümmerle Verlag, 321-339.
- Westphal, W. (2003):“Damit befinden Sie sich im Gegensatz zu Marx!“ - Zur Entstehung und Funktionen eines Diskursparadigmas. In: Colloquia Germanica Stetinensia, Nr. 12, 91-125.
- Westphal, W. (2004): Der Text als Lernmedium. In: Kommunikation für Europa, Hrsg. Ryszard Lipczuk, Krzysztof Nerlicki, Werner Westphal, Szczecin, 183-191.
- Westphal, W. (2005): Augmented Reality - Kommunikatives Handeln im Zeitalter des Internet. In: Wissensbasierte Ökonomie im Zeitalter des Internet, Hrsg. Michal Jasiulewicz, Franz Stepanek, Werner Westphal, Koszalin, 169-183.

Der Autor ist Professor an der Universität Szczecin und der Fachhochschule Walcz.
Er ist zugleich Consultant und Projektmanager in der Unternehmensberatung der Wirtschaft – UdW GmbH und Vorsitzender des Vereins: „ Institut zur Förderung deutsch/polnischer Innovations - und Wissenstransferprozesse“ in Torgelow (www.wwestphal.eu, www.torgelow.net).