

EINLADUNG ZUM KOLLOQUIUM

Prof. Dr. Jürgen Schulz

(Universität der Künste Berlin)

Strategische Kommunikationsplanung als Problem der Linguistik

In den Management- und Organisationswissenschaften spielt Sprache traditionell eine untergeordnete Rolle und kommt höchstens als Kommunikationsleistung vor.

Dagegen verweisen vorwissenschaftliche Erzählungen wie die Babylonische Sprachverwirrung bereits auf fundamentale Probleme.

Gegenstand des Vortrags ist die Funktion der Sprache in Organisationen und vor allem in Organisationen, die sich gewerbsmäßig mit Kommunikation beschäftigen.

Unter anderem am Beispiel der Werbung wird gezeigt wie Organisationen sich als Lebensform durch Sprache konstituieren und welche für die Organisation und Entscheidung wesentlichen Denkfiguren und Selbstverständnisse emergieren. Ein Aspekt hierbei ist der Einfluss von Wissenschaft und Theorie auf die Praxis.

Durch die Beobachtung der Verhältnisse von dem, was Menschen in Organisationen kommunizieren zu dem, was sie entscheiden bzw. dem, was dabei herauskommt, stellt sich unweigerlich die Frage nach der Unterscheidung zwischen geglückter und missglückter Kommunikation.

In Organisationen, die sich gewerbsmäßig mit strategischer Kommunikationsplanung beschäftigen, wie Werbeagenturen oder Marketing- und Kommunikationsabteilungen in Unternehmen (und nicht nur dort!), stößt man dabei auf interessante Aspekte der Fiktionalisierung und Nachahmung, die hinsichtlich des Erfolgs zwar erkenntnistheoretisch fragwürdig sind, dafür aber Exzellenz darin beweisen, permanent Kommunikationsanschlüsse zu produzieren.

Prof. Dr. Jürgen Schulz: war nach einer kaufmännischen Ausbildung und einem berufsbegleitenden Studium an der FH Ludwigshafen zunächst im internationalen Marketing und Vertrieb der BASF AG tätig.

Von 1991 bis 1995 studierte er Gesellschafts- und Wirtschaftskommunikation an der Hochschule der Künste Berlin, war danach wissenschaftlicher Mitarbeiter am selben Studiengang und promovierte an der Humboldt Universität zu Berlin über Risiko- und Krisenkommunikation.

Seit 2005 ist Jürgen Schulz Juniorprofessor für strategische Kommunikationsplanung an der Universität der Künste Berlin.

Forschungsschwerpunkte im Bereich der Organisations- und Marketing-Kommunikation: insbesondere Organisation und Entscheidung, Risiko- und Krisenkommunikation, Repräsentation, Innovation und Wandel.

Mi., 29. Juni 2011, 18:15 Uhr, O.11.40

Prof. Dr. Monika Rathert & Prof. Dr. Jarek Krajewski

<http://www.sprachforschung.uni-wuppertal.de/>