

Freitag, 27. Juli 2007

## **Serengeti**

In jedem Gespräch lässt sich eins feststellen. Die subjektive Wahrnehmung der gerade ablaufenden Wirklichkeit ist nicht homogen. Sensationell dabei finde ich, dass trotzdem so etwas wie ein Dialog zustande kommt. Obwohl wir auch das vermutlich nur annehmen. Wie komme ich darauf? Mir fiel gerade eine Geschichte ein, die ich früher einmal irgendwo gelesen habe. Ein Safariabus voller Touristen fährt in der Serengeti an den verschiedensten Tieren vorbei. Wie die Wilden hängen alle Reisenden an den Fenstern, ihre verschieden teuren Kameras vorm Gesicht und fotografieren unaufhörlich. Nur ein Mann sitzt still und unbewegt am Fenster und schaut hinaus. Nach einer Weile bemerkt das sein Sitznachbar und fragt ihn: „Sagen Sie einmal. Warum fotografieren Sie denn nicht?“ Der Mann antwortet: „Ich seh's mir gleich hier an.“ Ich denke, so kann man sich an die Begriffe ‚Wirklichkeit und Wahrnehmung, Erinnerung und Persönlichkeit‘ ganz gut annähern. Wenn wir die Wirklichkeit mal definieren als die Szenerie in der Serengeti: Mehrere Affenbrotbäume und Schirmtannen, einiges Gebüsch und verschiedenste Tiere malerisch in der Steppe verteilt. Es ist Tag, die Sonne steht hoch und wirft starke Schatten, in denen Löwen dösen. In der Ferne ziehen einige Giraffen. Dazu - ganz nebenbei - eine Frage aus dem Zen: Existiert diese Szenerie auch ohne Beobachter? Doch wir haben ja unsere Touristen. Fotografieren sie, sind sie bereits mit einer doppelten Meta-Wirklichkeit befasst. Alle Sinneseindrücke werden im Gehirn gesammelt, bewertet und interpretiert. Das ist Filter Nummer 1. Filter Nummer 2 ist dann die Kamera, die das bereits interpretierte Geschehen abbildet. Wird sich später das Foto angeschaut, befinden wir uns in Meta-Ebene 3. Sprechen anschließend zwei Touristen anhand der entwickelten Fotos über ihre gemeinsame Reise und die oben beschriebene Szenerie, kommen Ebene 4, 5 und 6 dazu. Wie wirklich ist jetzt noch die Wirklichkeit? Der Tourist, der nicht fotografierte, müsste der Realität um drei Ebenen näher sein, wenn man so will. Wohl gemerkt, ich spreche über einen Ausschnitt gemeinsam erlebten Geschehens. Um wieviel schwieriger wird die Verständigung, wenn wir uns über ein abstraktes oder ideelles Thema unterhalten wollen? Wobei dieses Thema auch noch individuell interpretierbar sein dürfte, wie es ja meistens passiert. Ein Beispiel: Ist Provokation ein geeignetes Mittel der Werbung? - Sind Sie noch bei mir? Wenn ich diese täglichen Diskussionen, in denen es um eigene Standpunkte und deren Wichtigkeit geht und die über mehrere Meta-Ebenen ablaufen, so verfolge, frage ich mich manchmal: Meint Ihr das alle ernst oder ahnt Ihr wenigstens, welcher Irrsinn da gerade abläuft? Interessiert Sie meine Meinung dazu? Ich fürchte, nein!

Geschrieben von Kai Falkenberg in 03 .Marketing, Management, Werbung, Kommunikation um 10:23