

COMMUMEDIA SKETCHBLOG

Wissenswertes, Auffälliges + Pointen aus dem Kommunikations- und Medien-Alltag



FRAUEN, MÄNNER & ANDERE WIDERSPRÜCHE :-)

Frauensprache, Männersprache

Auch wenn es einige religiös Verbrämte gerne leugnen, objektiv biologisch gesehen ist der Mensch ein Tier, das sich ebenso evolutionär entwickelt hat wie andere auch. **Wenn bei Bären und Wildschweinen, Hirschen und Riesenrochen die Männer ein teilweise extrem anderes Verhalten haben wie die Frauen, so akzeptieren wir dies beim humanen Weibchen und Männchen offensichtlich nicht.** Wir reden von Gleichberechtigung und meinen damit eigentlich etwas ganz anderes, nämlich arg Schlimmes: Gleichmacherei.

Berg und Tal haben gleichermaßen ihre Berechtigung; ja: ohne das jeweils andere wären sie gar nicht. Würde man sie egalisieren, entstünde eine langweilig-flache, formlose Ebene. Will man unprofilierte, ununterscheidbare Menschenmännchen und -Weibchen? **Warum neben biologischen Unterschieden nicht auch mentale zugelassen und als natürlich genommen werden, bleibt rätselhaft.** Im Gegenteil, da gebärden sich vor allem die Emanzen wie die Tumben im Tollhaus. Hysterisch kreischen sie, die Frauen seien ja viel klüger, kommunikativer, sanfter, besser, einfühlsamer und menschenkenntlerischer als die Männer (will sagen: die besseren Menschen), kaum jedoch billigt man ihnen zu, „anders“ zu sein, verfallen sie in ekstatische Veitstänze rethorischer Art: das sei diskriminierend, abwertend, schäbig und unzulässig. **Ja, was denn nun? Sind sie anders oder nicht?**

In aller Ruhe: **ja, sie sind es. Auch auf dem Gebiet der Kommunikation.** Denn die Geschlechter hatten über extrem lange biologisch-evolutionäre, gen-prägende Zeiträume in der Tat differente Aufgaben zu erfüllen, nicht nur bei der Fortpflanzung (wieso „Pflanzung“?).

- ▶ Frauen gehorchen. Männer wollen erobern, entdecken.
- ▶ Frauen suchen die Betroffenheit. Männer die Herausforderungen
- ▶ Frauen brauchen Argumente. Männer Fakten.
- ▶ Frauen trauen Ihrem Gefühl. Männer nennen Ihre Ängste Verstand.
- ▶ Frauen brauchen Begründungen. Männer Entschuldigungen.
- ▶ Frauen wägen ab. Männer wagen.
- ▶ Frauen suchen den Nutzen. Männer den Zusatznutzen.
- ▶ Frauen suchen Konstanz. Männer die Überwindung bisheriger Grenzen.
- ▶ Frauen möchten hören/bestätigt bekommen, was sie bereits wissen oder sich denken. Männer sind neugierig bis konfrontativ.

- ▶ **Und darum ergibt sich, dass es sehr wohl angeraten sein kann, differente Texte für Frauen und Männer zu schreiben. Fakten und Argumente (die Interpretationen und Wertungen der Fakten) fallen unterschiedlich aus; es interessieren eben andere Aspekte. Selbst ein und derselbe Umstand kann ja anders dargestellt werden, beide Male richtig, aber jeweils für andere Seelenlagen und Mentalitäten. Beispiel:**

♀ „Gehen Sie auf Kreuzfahrt. Von Ihrem ‚Zuhause‘ aus, Ihrer Kabine und dem vertrauten Schiff, machen Sie Visiten und Erkundigungen in neue Städte, andere Länder. Genießen Sie die Geborgenheit eines luxuriösen Ambientes und bestimmen Sie selbst, was Sie ‚draußen‘ entdecken wollen.“

♂ „Gehen Sie auf Kreuzfahrt. Permanent werden Sie neue Landschaften, Städte, Länder erleben, entdecken Sie auf Ausflügen und Rundgängen Unbekanntes und Anregendes. Sie erholen sich im luxuriösen Ambiente des Sealiners, müssen auf nichts verzichten und sind doch schnell in anderen Welten – in der Gruppe oder auf eigene Faust.“

Und jetzt die alles entscheidende Frage: ist es schlimm, ist es Diskriminierung, ist es Beleidigung, wenn man als Werber und Marketing-Mensch auch weiterhin diesen „Geschlechter-Unterschied“ macht?

Emanzen aller Länder: beruhigt Euch.

Denn dies vor Augen, sollte man wohl anerkennen können, warum die biologisch-habituelle Rolle (sprich: das Verhalten, die Lebensumstände) auch mentale (und damit auch gehirn-basiert „gefühlte“) Unterschiede zwischen Männchen und Weibchen geprägt hat:

Der gelbe Balken symbolisiert die bisherige Existenz des „homo sapiens“, einer Primaten-Art, die sich von „Affen“ unterscheiden lässt. Mit einer Lebensform, die summarisch als nomadisch, in Horden/Großfamilien bzw. Verbänden, „Jäger & Sammler“, „steinzeitlich“ beschreiben lässt. Die sozialen Strukturen waren strikt anders als heute, weil die Sesshaftigkeit und damit eine Konstanz fehlte, die für „Gesellschaft“ und ihre Normen nun einmal notwendig ist. „Zivilisation“, fußend auf Sesshaftigkeit und im Wechsel mit einer raschen Folge von Erfindungen und Verhaltensänderungen bzw. rasche Optimierung der Anpassung an Lebensräume findet evolutionsbiologisch erst „seit einem Wimpernschlag“ statt. Selbst der rote Streifen rechts, der die Zeitspanne symbolisiert, ist noch übertrieben – eigentlich könnte man ihn gar nicht sehen. Und das, was wir als „Normalleben“ in der heutigen „westlichen“ Kultur betrachten, ist gar nicht darstellbar, so „jung“ ist es. Mit anderen Worten: die Gesellschaft, die wir heute als „normal“ ansehen, mit einer Lebensweise, wie sie nunmal ist, ist menschen-entwicklungsgeschichtlich so jung, dass rein biologisch eine Anpassung gar nicht hat stattfinden können.

Was wir uns also rein intellektuell zumuten, ist von unserem Gemüt, unserer Grundausrüstung des Geistes und Körpers, gar nicht zu leisten. Es ist – sorry: Verblendung. ■

Nutzlose Tage. Sinnvolle Tage. Tägliche Tage.

„Tag der/des ...“ lesen wir oft in der Zeitung. Und blättern weiter. Denn wen interessiert es wirklich, ob heute der Tag der Ameise, der Tag des Sterbenden Schwans, der Tag der Armamputierten oder der Tag der Gewitterwolken ist. Weil: was ändert das wen-wo-wie-was ...?

das fordere ich sofort einzuführen. ■

Tag der Tage

01. September	Antikriegstag
03. September	Labor Day (variabler Feiertag)
05. September	Deutscher Kopfschmerztag
06. September	Abfraßtag
08. September	Weltbildungstag Tag der deutschen Sprache (variabler Feiertag)
09. September	Tag des alkoholgeschädigten Kindes Tag des offenen Denkmals (variabler Feiertag)
10. September	Welt-Suizid-Präventionstag
11. September	Tag der Wohnungslosen Internationaler Friedenstag (variabler Feiertag)
14. September	Tag der Tropenwälder
16. September	Tag für die Erhaltung der Ozonschicht Tag des Geotops (variabler Feiertag)
21. September	Tag der Ersten Hilfe Welt-Alzheimerstag Weltfriedenstag

Es gibt nichts Peinlicheres als die Bildzeitung

Er sang mit Schmelz in der Stimme „Immer wieder sonntags“. Sein Tod war der Bildzeitung noch einen Kalauer wert.

Vielleicht dürfen wir auf weitere sprachliche Schwachsinnigkeiten hoffen. Nur mal so als Anregung:

- ▶ Duisburgs-Ex-OB Sauerland in der Eifel gesichtet
- ▶ Gottschalk blieb höllisch ernst
- ▶ Altkanzler Kohl isst lieber Salat
- ▶ Udo Jürgens („Aber bitte mit Sahne“) tut seinen Schlager als Schlagobers in den Kaffee. ■



Ist das nicht toll: Internationale Konzerne beklagen die Katastrophen, die sie selbst verursachen. Weil sie glauben, von der Natur unabhängig zu sein.

Unternehmen erleiden durch Katastrophen Verluste

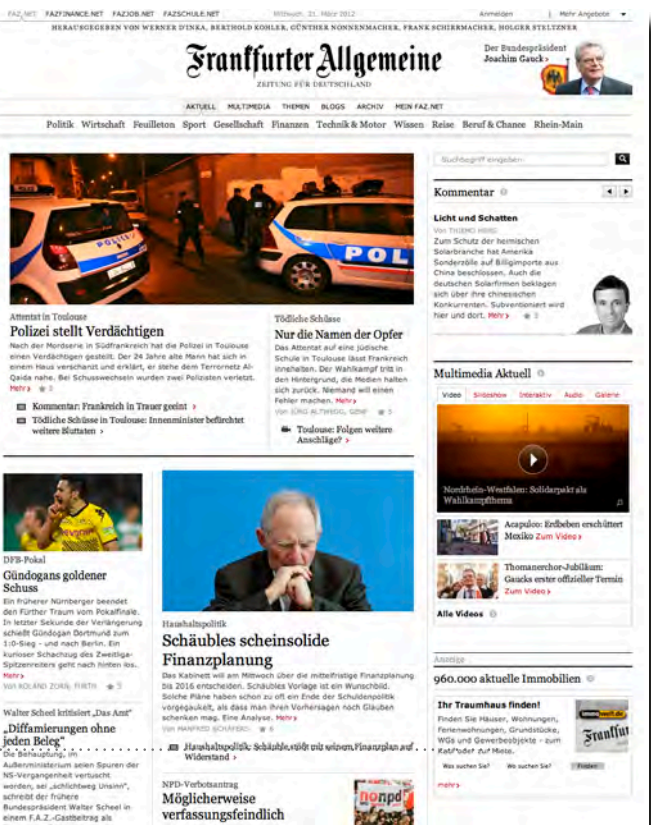
Von Erdbeben über Wirbelstürme bis hin zu Terroranschlägen und Cyberangriffen – lokale sowie unternehmensweite Katastrophen bedrohen viele globale Unternehmen und verursachen immense Kosten, weil sie deren Geschäftstätigkeit teils über Tage oder Wochen zum Stillstand bringen. Allein im vergangenen Jahr entstand durch unvorhergesehene Ereignisse ein wirtschaftlicher Schaden von 123,9 Milliarden US-Dollar. In dieser Summe noch nicht enthalten sind die Verluste sekundär betroffener Unternehmen, die beispielsweise durch Lieferausfälle Gewinneinbußen hinnehmen mussten. Dieses Ergebnis

Deutschland, verrotte

- ▶ Die gelesene Auflage der Bild: 2,8 Mio
- ▶ Die gelesene Auflage der FAZ: 0,4 Mio

Wissen Sie jetzt, wie es geistig um dieses Land steht?!

Screenshots zur gleichen Minute:



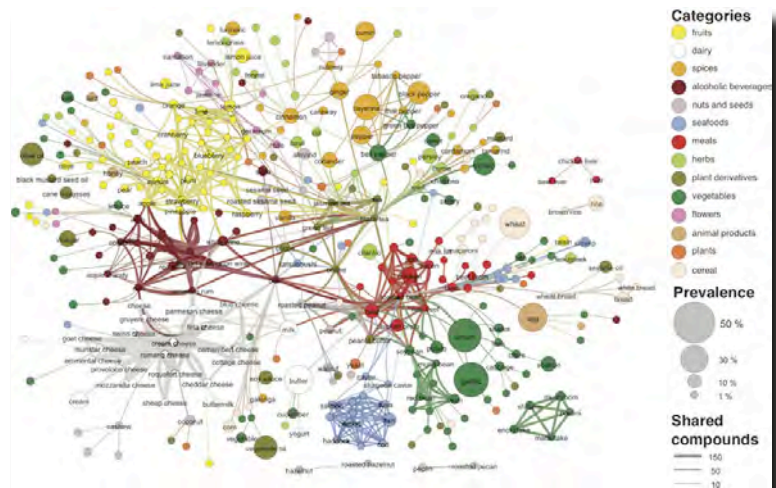
des Centre of Research on the Epidemiology of Disasters veröffentlichte die Beratungsgesellschaft Ernst & Young nun in ihrer aktuellen IT-Studie „Business continuity management – Current trends“.

Cloud Computing und Governance-Modelle sind die aktuellen Trends zum Schutz vor Katastrophen

Ein solches Modell dient als Rahmen für alle weiteren Maßnahmen des Business Continuity Management. Zu diesen gehören in den weltweit führenden Unternehmen beispielsweise die Integration einer Business-Impact-Analyse und des Risk Assessments sowie die Einführung von Cloud Computing. Letzteres hat den Vorteil, dass wichtige Daten nicht mehr physikalisch im Unternehmen gespeichert werden, sondern aus der Cloud auch von anderen Standorten aus genutzt werden können. ■

Gewürz-Gehirn

Es ist unglaublich, was Forscher alles erforschen können, wenn man sie nur lässt. Irgendein Team hat jetzt die Beziehungen von Gewürzen anhand ihrer Geschmacks-Komponenten zusammengesetzt. Herausgekommen ist dabei – ein „Atlas“, der frappant dem neuronalen Netzwerk der Gehirne gleicht. Bleibt nur noch zu fragen, ob Sie kräutrig und ich eher wie Curry denke. ■



Medienkonzerne betrügen Allgemeinheit

Firmen verdienen Geld mit rechtefreien Inhalten auf YouTube

(pte) Viele Firmen, darunter auch namhafte Medienkonzerne wie NBC Universal, Al Jazeera und Discovery Communications missbrauchen gewerbmäßig die Urheberrechte-Regelung von YouTube. Die Unternehmen lassen sich als Schöpfer von eigentlich der Allgemeinheit gehörendem Material eintragen und schöpfen so die Werbeeinnahmen ab oder verhindern die Verbreitung. "Das ist Diebstahl. Die Konzerne eignen sich Rechte an, die ihnen nicht gehören. Das ist ein Versuch, 'public domain' durch un gerechtfertigte Behauptungen zu verhindern", sagt Quintessenz-Obmann Georg Markus Kainz.

Diese Praxis ist mittlerweile weit verbreitet. Es gibt sogar Musikrechteinhaber, die Rechte an Stummfilmen geltend gemacht haben. "Die Industrie verzerrt durch die Verhinderung der Verbreitung von gemeinfreien Inhalten den Wettbewerb und versucht, ein Unterhaltungsmonopol durchzusetzen", so Kainz.

Firmen wie YouTube genießen in den USA Schutz vor Urheberrechtsansprüchen, solange sie sofort reagieren, sobald eine Partei Eigentümerschaft anmeldet. Um der aggressiven Content-Industrie entgegen zu kommen, geht YouTube aber noch einen Schritt weiter. Das ContentID-Programm durchforstet die Inhalte der Google-Plattform automatisch nach Audio- und Videomaterial, an dem jemand Rechte geltend gemacht hat. Dabei kann sich praktisch jeder als Urheber von Inhalten eintragen lassen. Die vermeintlichen Rechteinhaber werden automatisch informiert, sobald Kopien ihres angeblichen geistigern Eigentums bei YouTube hochgeladen werden. ■

Neu ist das übrigens nicht.

Die katholische Kirche ist so im Mittelalter an Besitztümer gekommen.

Indem die des Lesens und Schreibens mächtigen Urkunden fälschten.