

Title	Interkulturelle Kommunikation als Unterrichtsfach an der Universität
Sub Title	大学の授業科目としての異文化間コミュニケーション
Author	Moosmüller, Alois
Publisher	慶應義塾大学藝文学会
Publication year	1995
Jtitle	藝文研究 (The geibun-kenkyu : journal of arts and letters). Vol.67, (1995. 3) ,p.283(104)- 299(88)
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	七字慶紀, 若林真両教授退任記念論文集
Genre	Journal Article
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN00072643-00670001-0299

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the KeiO Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

INTERKULTURELLE KOMMUNIKATION ALS UNTERRICHTSFACH AN DER UNIVERSITÄT

Alois Moosmüller

1. INTERKULTURELLE KOMMUNIKATION ALS EIGENSTÄNDIGER STUDIENGANG

Die Popularität des Studienfaches interkulturelle Kommunikation hat an deutschen Universitäten in den letzten Jahren stark zugenommen und es gibt Bemühungen, dieser Fachrichtung ein eigenes Profil zu geben, wie z. B. an der Universität München, wo auf der Basis der Kulturwissenschaften ein interdisziplinärer Studiengang aufgebaut wird. Bislang jedoch ist der Unterricht in interkultureller Kommunikation zumeist eingebunden in den Fächerkanon existierender Studiengänge, wie z. B. Organisationspsychologie, Deutsch als Fremdsprache, Betriebswirtschaft, Pädagogik, usw. Die notwendige überdisziplinäre Zusammenarbeit auf diesem Gebiet entwickelt sich langsam und es ist zu erwarten, daß auch an deutschen Universitäten die Tendenz, entsprechende Studiengänge ins Leben zu rufen, zunehmen wird.

Ein Blick in die USA zeigt, in welche Richtung die Entwicklung wohl gehen wird. Dort bieten derzeit mehr als zehn Universitäten Magister- und Doktorprogramme in interkultureller Kommunikation an. Außerdem sind in letzter Zeit viele Universitäten dazu übergegangen, für alle Studenten im Grundstudium die Teilnahme an Kursen in inter-

kultureller Kommunikation zur Pflicht zu machen, wodurch sich die Zahl der in diesem Bereich lehrenden und forschenden Dozenten erheblich vergrößerte. Natürlich besteht in dieser Hinsicht in einer multikulturellen Gesellschaft wie den USA ein ungleich größerer Bildungsbedarf. Doch auch in Deutschland und anderen Ländern wächst in den verschiedensten gesellschaftlichen Bereichen die Notwendigkeit, sich mit fremden kulturellen Horizonten auseinanderzusetzen und mit Partnern aus anderen Kulturen zu kooperieren.

2. ZIELE UND INHALTE

Grundsätzlich gibt es zwei Antriebskräfte für den zunehmenden Bedarf an interkulturellem Wissen. Zum einen die Globalisierung der Wirtschaft und die damit einhergehende Intensivierung der Zusammenarbeit unter den Nationen auf den verschiedensten Ebenen und zum anderen der Prozeß wachsender kultureller Diversifizierung zu multikulturellen Gesellschaften. Die zunehmende Internationalisierung und Diversifizierung der Gesellschaften führen zu Konflikten, deren Lösung eine veränderte Wahrnehmung wie auch neue Verstehenskonzepte und Handlungsmodelle erfordern. Der universitäre Unterricht in interkultureller Kommunikation hat daher die Aufgabe, jenes Wissen zu vermitteln, das die interkulturelle Verständigungsbereitschaft und Handlungsfähigkeit der Mitglieder einer Gesellschaft nach außen, im Hinblick auf eine erfolgreiche internationale Kooperation, wie auch nach innen, im Hinblick auf ein tolerantes und produktives Miteinander, ermöglicht. Auch in Gesellschaften wie z.B. Japan, die weniger unter dem Druck stehen, sich zu multikulturalisieren, ergibt sich allein aus der mehr nach außen gerichteten Internationalisierungsdynamik genügend Bildungsbedarf im Bereich der interkulturellen Kommunikation.

Ob als Teilnehmer in internationalen Kommissionen und Wirtschafts-

verhandlungen, als Student in einem anderen Land, oder als Manger in einer Auslandsniederlassung, für sie alle stellt die direkte Interaktion mit Partnern, die einem anderen Kulturkreis angehören, eine der größten Herausforderungen dar. Die durch kulturell unterschiedliche Perzeptions-, Kognitions- und Verhaltensmuster bedingten Unstimmigkeiten in der Kommunikation (Kommunikation ist hier in einem sehr allgemeinen, alle Arten von zwischenmenschlichen Beziehungen umfassenden Sinne gemeint) bleiben für die Beteiligten meist unerkannt und können sich dadurch zu nachhaltigen und tiefgreifenden Kommunikationsstörungen entwickeln. Die Akteure in kulturellen Überschneidungssituationen benötigen daher vor allem interkulturelle Kompetenz, d. h. sie müssen über emotionale, kognitive und verhaltensbezogene Fähigkeiten verfügen, die es ihnen erlauben, solche Unstimmigkeiten frühzeitig zu erkennen, Kommunikationsbrücken zu bauen und mit entstandenen Schwierigkeiten produktiv umzugehen.

Diese Kompetenz entsteht aus der Verbindung von theoretischem Wissen, dem "interkulturellen Grundwissen" und der interkulturellen Praxis. Zwar stellt in weitgehend monokulturellen Gesellschaften die interkulturelle Kompetenz weniger eine allgemeine, für die Mehrheit der Bevölkerung notwendige Qualifikation dar, wie das in multikulturellen Gesellschaften der Fall ist, vielmehr ist sie notwendig für einen begrenzten Personenkreis, der aus international tätigen Akademikern, Geschäftsleuten, Politikern usw. besteht. Aber gerade dann spielt die Universität bei Erarbeitung und Vermittlung jener Wissensgrundlagen, auf denen aufbauend sich in der interkulturellen Praxis diese Kompetenz entwickeln kann, eine besonders wichtige Rolle. Die Fachbereiche, zu deren Tradition ohnehin die Auseinandersetzung mit fremden Kulturen gehört, können bei der Erarbeitung und Vermittlung

dieses Grundwissens eine Schlüsselrolle spielen.

Die geistige Durchdringung fremder Kulturräume, wie sie in Germanistik, Romanistik, Sinologie usw. betrieben wird, bereitet den Boden für eine umfassende Beschäftigung mit dem Fremden und damit auch für die Reflektion der eigenen Traditionen und kulturellen Horizonte, die in der interkulturellen Kommunikation von grundlegender Bedeutung ist. Hinzu kommen die in diesen Fächern vermittelten Fremdsprachenkenntnisse, die die wichtigste Voraussetzung für eine fundierte Auseinandersetzung mit anderen Lebenswirklichkeiten darstellen. Der Unterricht in interkultureller Kommunikation ist im Kontext solcher Studienfächer als komplementäre Ergänzung zu verstehen: Zum Wissen über die "hohe Kultur" kommt die Kenntnis der "kleinen Kultur" (Redfield 1956), zur Beschreibung verdichteter Formen kommt die "dichte Beschreibung" (Geertz 1987) und zum Erfassen geistiger Grundströmungen kommt die Analyse des alltagsweltlichen Handelns (Schütz & Luckmann 1979) .

Das der interkulturellen Kompetenz zugrundeliegende Wissen hat zwei Aspekte, nämlich einen kulturalgemeinen und einen kulturspezifischen. Zum einen geht es um eine generelle Auseinandersetzung mit interkulturellen Prozessen, insbesondere um die Dimension der interpersonalen (face-to-face) Kommunikation. Dabei werden z. B. Themen wie Kultur und Persönlichkeit, Methoden des Kulturvergleichs, Kulturstandards und alltagskulturelles Handeln, kulturbedingte Muster von Perzeption und Kognition, Ethnozentrismus und Stereotypen, Anpassungsprozesse in fremden Kulturen, usw. besprochen. Diese Auseinandersetzung ist interdisziplinär und bezieht insbesondere Ansätze aus der Ethnologie, Psychologie, Pragmalinguistik, Fremdsprachendidaktik,

Pädagogik und des interkulturellen Managements mitein.

Zum anderen sollen die eigenen Wahrnehmungs-, Gefühls-, Denk- und Verhaltensmuster mit den Mustern von Interaktionsspartnern, die einer anderen Kultur angehören, kontrastiert werden. Dabei sollen vor allem die Unterschiede bzw. Ähnlichkeiten zwischen der fremden und der eigenen Kultur in Bezug auf Werte und Kulturstandards, Kommunikationsstile und Verhaltensmuster herausgefunden werden. Spezifisches interkulturelles Wissen sollte auch praxisbezogen sein und den Personen, die in kulturüberschneidenden Situationen handlungsfähig sein müssen, von Nutzen sein. Wenn z. B. japanische Studenten an einer deutschen Universität studieren wollen, dann ist es nützlich, wenn sie sich neben der sprachlichen und fachlichen Vorbereitung auch Kenntnisse über die unter Deutschen vorherrschenden Kommunikationsstile, Beziehungs- und Verhaltensmuster aneignen können, und - denn das eine schließt das andere mit ein - sich der eigenen, individuell und kulturell geprägten Denk- und Handlungsweisen mehr bewußt werden. Dafür gibt es im Fach interkulturelle Kommunikation noch relativ wenig Ansätze, am nützlichsten sind die sogenannten Kulturassimilatoren (Brislin 1986, Müller & Thomas 1991). Hier soll an einem Beispiel eine weitere Möglichkeit aufgezeigt werden, kulturspezifisches, interaktionsorientiertes Wissen zu erschließen, indem die kulturellen Implikationen einer Alltagshandlung in Deutschland vor den Kontrastfolien der deutschen und japanischen Kultur interpretiert werden (vgl. Geertz 1987).

Ein älterer Herr fährt in den vierten Stock eines Kaufhauses, in dem er schon viele Jahre Stammkunde ist, um in der Schreibwarenabteilung einzukaufen. In der Abteilung angekommen, bemerkt er, daß dort keine

Schreibwaren mehr verkauft werden, sondern Bettwäsche. Die Schreibwarenabteilung war am Vortag in den fünften Stock verlegt worden - was der Kunde natürlich nicht weiß. Er ist zunächst unsicher, ob er sich tatsächlich im vierten Stock befindet, vergewissert sich an der Rolltreppe und geht dann nochmal zur Abteilung, die bisher Schreibwaren führte. Dort stehen zwei Verkäuferinnen, die sich gerade miteinander unterhalten; er fragt sie: "Entschuldigung, wo ist denn die Schreibwarenabteilung?" Die Damen unterbrechen ihr Gespräch, mustern den Kunden mit abschätzigen Blicken, und schließlich sagt die eine mit entrüsteter Stimme zur anderen: "Siehst du, und sooo geht das nun schon den gaaanzen Tag!!!" Wortlos wendet sich der Herr ab und verläßt das Kaufhaus.

Dieser authentische Vorfall mag sich zwar wie ein extremes Beispiel anhören, aber sehr viele Leute haben sich in Deutschland als Kunde schon mal in ähnlichen Situationen befunden. Im kürzlich erschienenen Spiegelartikel "Maul halten, zahlen" (26/1994) wird eine Fülle von Beispielen über die mangelhafte Servicekultur in Deutschland angeführt und resümiert, daß der Kunde in Wirklichkeit nicht, wie es die Werbesprüche wollen, als "König" behandelt wird, sondern eher als "Bittsteller". Der Kunde in Deutschland kann nicht wie in Japan ganz selbstverständlich davon ausgehen, zuvorkommend bedient zu werden, vielmehr muß er immer mit (unangenehmen) Überraschungen rechnen. Ob ein Kunde nun gut oder schlecht behandelt wird, hängt - abgesehen davon daß es auch notorisch unhöfliches Servicepersonal geben mag - gewöhnlich von der jeweiligen Situation und vom Verhalten des Kunden ab.

Hat sich denn der Herr gegenüber den Angestellten unangemessen

verhalten ? Vielleicht, denn er hat ja die Unterhaltung der Verkäuferinnen einfach unterbrochen, um, wie an diesem Tag wohl schon viele vor ihm, nach der Schreibwarenabteilung zu fragen. Er nahm wahrscheinlich an, als Kunde jederzeit die Dienste des Verkaufspersonals in Anspruch nehmen zu dürfen. Aber genau da liegt das Problem, denn die Verkäuferinnen verstehen sich in ihrer Berufsrolle nicht nur als verfügbares Dienstpersonal, sondern auch als Privatpersonen mit eigenen Interessen und Ansprüchen, und im Grunde erwarteten sie von einem Kunden, daß er das auch so sieht. Stattdessen hat er sie jedoch auf ihre rein dienstliche Funktion beschnitten und damit eine für diesen Moment unpassende Kommunikationsebene gewählt.

Was hätte der Kunde anders machen können ? Er hätte beispielsweise sagen können : “Dürfte ich Sie mal kurz stören”, um dann nach einer Pause - die den Respekt vor der Privatunterhaltung der Damen gezeigt hätte und ihnen auch die Möglichkeit gegeben hätte, ihm nötigenfalls zu bedeuten, daß er noch einen Moment warten möge - mit “wissen Sie zufällig, wo die Schreibwarenabteilung ist ?” fortzufahren. Oder er hätte sich auch mit “Sag’n Sie mal, das ist ja wohl’n Witz, was haben Sie denn mit den Schreibwaren angestellt ?” in die Unterhaltung einmischen können, denn mit dieser frechen Bemerkung hätten sich die Verkäuferinnen auf ihrer momentanen, privaten Gesprächsebene als Partner angesprochen gefühlt und nicht das Gefühl vermittelt bekommen, daß sie dem Kunden jederzeit bereitwillig zur Verfügung stehen müßten. In dieser Situation zeigt sich gewissermaßen ein Machtkonflikt: die Verkäuferinnen wollen sich dem Kunden, der sich in der machtigeren Position wähnt, nicht zwangsläufig unterordnen.

Aus japanischer Sicht klingt dies absurd, denn Verkäufer passen sich

ganz selbstverständlich den Wünschen des Kunden an und würden in einer vergleichbaren Situation sofort das Privatgespräch unterbrechen, um höflich Auskunft zu geben. Während der Kunde in Deutschland am Ablauf der Kommunikation mitverantwortlich ist, liegt diese Verantwortung in Japan ausschließlich auf der Seite des Verkäufers. Der Kunde muß den Gefühlen von Dienstpersonen keine Beachtung schenken und die Idee, daß er diese auch als Privatpersonen sehen und entsprechend aufmerksam behandeln müsse, erschiene ihm vollkommen fremd. Wie lassen sich diese fast gegensätzlichen Beziehungsmuster erklären ?

Zum einen mit Geld und Macht, d. h. mit den in Japan und Deutschland vorherrschenden "Konzepten" davon. "Konzepte" sind gemeinschaftliche, kognitive Strukturierungen von Alltagshandlungen, die aufgrund ihrer Alltäglichkeit in der Regel nicht reflektiert werden. Das japanische Konzept ist sehr einfach: der Kunde hat das Geld, an das die Verkäufer ran wollen, also werden sie alles tun, um dies zu erreichen. Die Macht ist immer auf der Seite des Geldbesitzers, der sein Geld nur dann ausgeben wird, wenn er in dieser Position voll bestätigt und als "verehrter Kunde" behandelt wird. In Deutschland dagegen ist eher der Besitzer der Ware bzw. der Dienstleistung in der mächtigeren Position und der Kunde muß sich, obwohl die Münzen in seinen Taschen klingeln, schon etwas bemühen, um den stolzen Händlern und Produzenten klar zu machen, daß er einen würdigen Käufer für ihre erlesenen Waren oder Dienstleistungen abgibt. Während in dieser Hinsicht in Deutschland gewissermaßen noch merkantilistische Verhältnisse vorherrschen, haben sich in Japan die kapitalistischen Beziehungsformen in reiner Form entfaltet.

Macht ist in allen Gesellschaften ungleich verteilt, das ist eine anthropologische Grundkonstante, worin sich Gesellschaften unterscheiden, ist der Grad zu dem diese Ungleichheit von den Mitgliedern einer Gesellschaft akzeptiert wird - so zumindest hat Geert Hofstede (1980) eine seiner vier universellen Kulturdimensionen charakterisiert und in einer vergleichenden Untersuchung in ca. fünfzig Ländern herausgefunden, daß in Japan die Akzeptanz vergleichsweise hoch, in Deutschland dagegen fast am niedrigsten ist. Das bedeutet nebenbei gesagt nicht, daß Deutschland eine ausgesprochen egalitäre Gesellschaft wäre - in anderen, offensichtlich egalitäreren Ländern als Deutschland, wurde eine deutlich höhere Ungleichheitsakzeptanz festgestellt - sondern vielmehr, daß die Unzufriedenheit mit diesem Zustand der Ungleichheit ausgeprägter ist als anderswo. Solche Gesellschaften sind u. a. dadurch charakterisiert, daß Machtpositionen immer wieder neu ausgehandelt und legitimiert werden müssen, daß es also keine festgefügtten Konstellationen gibt, nicht einmal in scheinbar so einfach strukturierten Beziehungen wie denen zwischen Kunde und Verkäufer.

Hinzu kommt, daß Deutsche in der Tendenz weniger inneren Abstand zur beruflichen Rolle haben, als Japaner. Während eine japanische Verkäuferin nach Dienstschaft mit der Uniform auch ihre Dienerrolle ablegt, ist der deutschen Verkäuferin ihre Berufsrolle fast zur zweiten Haut geworden. Würde sie sich daher im Beruf zu sehr als willfährige Dienerin verhalten, liefe sie Gefahr, daß die machtlose Unterwürfigkeit der Berufsrolle zum Charaktermerkmal ihrer Gesamtpersönlichkeit würde. Hier zeigt sich die Wirkung zweier unterschiedlicher kultureller Strukturen, wonach die Position des Einzelnen einmal durch den "Rahmen" (z. B. durch die Gruppe, Firma) und im anderen Fall durch "Attribute" (z. B. durch Beruf, Herkunft) bestimmt ist, wie Nakane (96)

(1985) in ihrer vergleichenden Analyse festgestellt hat. Während im ersten Fall die individuelle Person im jeweiligen Rahmen "verschwindet" und mit Leichtigkeit ihre Identität wechselt, wann immer sie den Rahmen wechselt, bleibt im anderen Falle die Person immer gleich, auch wenn sich die äußeren Bedingungen verändern. Verständlich, daß eine deutsche Verkäuferin möglichst vermeidet, eine dienende Haltung einzunehmen, und daß sie versucht, mit Kunden auf partnerschaftlicher Ebene zu verkehren.

Um zum Ausgangspunkt zurückzukommen : Die Fallgeschichte und die Art sie zu interpretieren sollten illustrieren, was mit dem Aneignen bzw. Erarbeiten von "spezifischem interkulturellem Wissen" gemeint sein kann. Fallgeschichten eignen sich hervorragend dazu, tiefer in den Vergleich zweier Kultur einzutauchen, dabei auch auf abstrakte Dimensionen der Kulturunterschiede zu sprechen kommen, ohne die konkrete Problemstellung auf der Ebene der Interaktion aus den Augen zu verlieren (vgl. Brislin 1986) . Solches interaktionsbezogene Wissen, das die kulturelle Selbsterfahrung und die Kenntnis der fremden Kultur- und Verhaltensmuster miteinbezieht, ist für die Bewältigung der vielfältigen Herausforderungen des Alltags in kulturellen Überschneidungssituationen sehr hilfreich. Daß solches Wissen nur exemplarisches Wissen sein kann, versteht sich angesichts der Komplexität und Vielfalt alltagsweltlicher Handlungssituationen von selbst.

3. DIE THEORETISCHEN GRUNDLAGEN DES FACHES INTERKULTURELLE KOMMUNIKATION

Interkulturelle Kommunikation ist ein interdisziplinäres Fach, das noch sehr neu ist und - außer in den USA - noch kein eigenes Profil in der universitären Lehre entwickeln konnte. Für den Unterricht ergibt sich

daher die schwierige Situation, aus dem unübersehbar großen und heterogenen Angebot an Daten, Analysen und Theorien, sinnvolles Material auszuwählen. Dabei ist es hilfreich, zum einen die wichtigsten Ansätze und den Diskussionsstand in diesem Fach zu kennen - zu empfehlen sind hier die Arbeiten von Adler 1991, Brislin 1993, Condon & Yousef 1975, Kim & Gudykunst 1988, Pedersen 1988, Seelye 1987, wie auch Veröffentlichungen in den Fächern Psychologie, Deutsch als Fremdsprache, Pädagogik und Wirtschaftswissenschaft, die einen Einblick in die Diskussion in Deutschland geben, wie Bergeman & Sourisseaux 1992, Gorzini & Müller 1993, Müller 1991, Thomas 1993, Wierlacher 1993 - und zum anderen, Grundkenntnisse der theoretischen Grundlagen dieses Faches zu haben, die zu einem wesentlichen Teil aus der Kulturanthropologie kommen. Insbesondere drei Richtungen sind hier von Bedeutung.

Die sogenannte "culture and personality school", die in den 30er und 40er Jahren in den USA die Kulturanthropologie dominierte, beschäftigte sich mit dem Verhältnis von Individuum und Kultur und insbesondere mit der Enkulturation von Menschen in eine bestimmte Gesellschaft. In jeder Gesellschaft, so wurde angenommen, müsse eine Art Idealmodell, "basic personality type" genannt, vorhanden sein, das den Individuen die idealen, d. h. optimal an die Erfordernisse einer Gesellschaft angepaßten Verhaltensweisen vorgab. Die wichtigste Dimension dieser Persönlichkeits-Modelle waren "Werte und Einstellungen", die aus der Binnen-Perspektive der jeweiligen Kultur erschlossen wurden. Die bis dahin vorherrschende evolutionäre Sichtweise von Kultur wurde zunehmend von einer kulturrelativen Sichtweise abgelöst, wonach unterschiedliche Kulturen als grundsätzlich gleichwertig gesehen wurden (Applebaum 1987, LeVine 1974).

Die kognitive Anthropologie, die sich in den 50er und 60er Jahren entwickelte, hat viele Ansätze der "culture and personality school" weitergeführt. Ward Goodenough (1964), der prominenteste Vertreter dieser Richtung, hob hervor, daß Kultur sowohl eine "phenomenal order" als auch eine "ideational order" darstelle, d. h. sowohl eine äußere, materielle, verhaltensmäßige, als auch eine innere, ideelle, mentale Dimension habe. Da die "phenomenal order" aber Artefakt der "ideational order" sei, könne die Kultur nicht aus den äußeren, gemeinschaftlichen Handlungen, etwa dem Alltagsleben, sondern nur aus den sie determinierenden "mental Programmen" der Kulturangehörigen, erklärt werden (Applebaum 1987, Dougherty 1985, Renner 1983). Wenn die "culture and personality school" danach suchte, wie die kulturellen Muster im Individuum wirksam werden, fragt die kognitive Anthropologie danach, mit welchem mentalen Programm ein Individuum ausgestattet sein muß, damit es in seiner Gesellschaft angemessen funktionieren kann. Die wichtigste Aufgabe bestehe daher in der Entschlüsselung jener unbewußt in den Individuen wirkenden Programme und der damit korrespondierenden Strukturen in den kulturellen Systemen.

Der Kulturanthropologe Edward T. Hall (1959, 1969), sicherlich einer der bedeutendsten Theoretiker im Bereich interkulturelle Kommunikation, ist beiden genannten Richtungen verpflichtet. Er setzt Kultur mit Kommunikation gleich, da jede Lebensäußerung des Menschen einen Austausch mit ihrer natürlichen und kulturellen Umwelt darstelle. Diese komplexe kommunikative Vernetzung unterteilt er in zehn sogenannte "primary message systems", von denen nur eines verbale, die anderen dagegen non-verbale und extra-verbale Dimensionen von

Kommunikation beinhalten. Mit zwei dieser Systeme, nämlich Zeit und Raum, hat Hall sich eingehend beschäftigt und ausgeführt, wie sie im Unterbewußtsein der Individuen verankert sind und auf verborgene Weise ihre Wahrnehmungen und Handlungsweisen determinieren. In jeder Kultur haben sich eigene Raum- und Zeitsysteme entwickelt, die als unbewußte Programme die Wahrnehmung und das Handeln der Individuen steuern. So empfinden und handeln die Menschen in sogenannten "polychronen" Kulturen ganz anders als in "monochronen" Kulturen, und die Auffassungen von Territorialität, etwa die Gestaltung von Wohn- und Arbeitsräumen, die Strukturierung von Räumen nach Machtverhältnissen, oder die Regulierung von Körperdistanzen, unterscheiden sich in der verschiedenenen Gesellschaften grundlegend.

Paul Watzlawick (1992, 23) berichtet von kuriosen Unfällen, die vor einigen Jahren durch die Weltpresse gingen, und die illustrieren, was mit unbewußter Regulierung von Körperdistanz gemeint ist: "In einem sehr eleganten Reitclub der Stadt Sao Paolo mußte das Geländer der Veranda erhöht werden, denn es war schon mehrfach vorgekommen, daß Menschen dort rücklings über das Geländer gestürzt waren und sich schwer verletzt hatten. Ein Verhaltenswissenschaftler ging der Sache nach und kam zu dem an sich schon bekannten Ergebnis, daß es in jeder Kultur eine für richtig gehaltene Entfernung gibt, die man einnimmt, wenn man stehend mit einem anderen Menschen spricht. Bei uns in Westeuropa oder in den Vereinigten Staaten ist das die sprichwörtliche Armeslänge. In den Mittelmeerländern und in Südamerika ist die Distanz jedoch kürzer. Nun stellen Sie sich vor, daß ein Nordamerikaner und ein Brasilianer auf jener Veranda ins Gespräch gekommen waren. Der Nordamerikaner nahm die richtige Distanz ein, die jeder Normale einnimmt, wenn er mit einem anderen spricht. Der

Brasilianer fühlte sich aber zu weit abstehend und rückte auf, der Nordamerikaner stellte wieder die richtige Entfernung her, der Brasilianer tat das ebenfalls, bis dann der Nordamerikaner an jenes Gelände anstieß und hinunterfiel.”

Neben den eher deterministischen Ansätzen, wonach der Mensch den Programmierungen durch seine Primärkultur quasi unterworfen ist, wird der Mensch in der symbolischen Anthropologie als Subjekt, als “kulturschaffendes Wesen” gesehen. Der gemeinschaftlich handelnde Mensch, so führt Geertz (1987, 9) in Anlehnung an Max Weber aus, ist “ein Wesen, das in selbstgesponnene Bedeutungsgewebe verstrickt ist”. Bei seiner sinnschaffenden Tätigkeit bedient sich der Mensch komplexer kognitiver Modelle oder “Konzepte”, das sind Bündelungen aus Werten, Zielorientierungen, Paradigmen usw., die die Grundlage bilden für die Fähigkeit, zwischen gut und böse, schön und häßlich, wahr und falsch, passend und unpassend, usw. zu unterscheiden. Diese Konzepte gestalten in jeder Kultur eine eigene “Normalität”, die nicht als menschengemacht verstanden, sondern als naturgegeben gesehen wird. Aus der Entschlüsselung dieser Konzepte lassen sich wesentliche Erkenntnisse sowohl über die quasi gegebenen kulturellen Systeme als auch über die lebendigen, sinnschaffenden Handlungen der Einzelnen im sozialen Netz gewinnen (Applebaum 1987, Blok 1985, Geertz 1973, 1983, Peacock 1986). Damit gelingt es im Unterschied zu den vorher geschilderten Ansätzen auch besser, die sich rasch wandelnden kulturellen Elemente miteinzubeziehen, was für das Fach interkulturelle Kommunikation besonders wichtig ist.

4. ZUSAMMENFASSUNG

Den Ausgangspunkt bildet die Annahme, daß auf Grund der Herausfor-

derung einer zunehmend vernetzten Welt die Etablierung des Fachs interkulturelle Kommunikation in der universitären Forschung und Lehre dringend notwendig ist, sei es als eigener Studiengang oder als Ergänzungsfach innerhalb eines Studienganges. Je nach gegebener Situation wird dieses Fach wohl verschieden definiert und unterrichtet werden. Allerdings gibt es auch einige gemeinsame Grundbedingungen, die dem Fach künftig ein eigenes Profil geben können. Dazu gehören einige grundlegende Ansätze der Kulturanthropologie, außerdem die Kernthemen des bereits verfügbaren allgemeinen und spezifischen interkulturellen Wissens und schließlich das angestrebte, übergreifende Lernziel interkulturelle Kompetenz. Letzteres erfordert einen Lernprozeß, der Theorie und Praxis integriert und zu "interaktionsorientiertem Wissen" führt.

LITERATUR

- ADLER, Nancy 1991. *International Dimensions of Organizational Behavior*. Boston.
- APPLEBAUM, Herbert 1987. *Perspectives in Cultural Anthropology*. Albany. BERGENMANN, Niels & Andreas SOURISSEAUZ (Hrsg.) 1992. *Interkulturelles Management*. Heidelberg.
- BERGEMANN, Niels & Andreas SOURISSEAUZ (Hrsg.) 1992. *Interkulturelles Management*. Heidelberg.
- BLOK, Anton 1985. *Anthropologische Perspektiven*. Stuttgart.
- BRISLIN, Richard W. u. a. 1986. *Intercultural Interactions. A Practical Guide*. Newbury Park.
- BRISLIN, Richard W. 1993. *Understanding Culture's Influence on Behavior*. Fort Worth u. a.
- CONDON, J. C. & YOUSEF, F. S. 1975. *An Introduction to Intercultural Communication*. Indianapolis.

- DOUGHERTY, Janet W. D. 1985. *Directions in Cognitive Anthropology*. Urbana.
- GEERTZ, Clifford 1973. *The Interpretation of Cultures*. New York.
- GEERTZ, Clifford 1983. *Local Knowledge. Further Essays in Interpretive Anthrology*. New York.
- GEERTZ, Clifford 1987. *Dichte Beschreibung*. Frankfurt.
- GOODENOUGH, Ward H. 1964 "Introduction" in Ders. (Hrsg.) *Explorations in Cultural Anthropology*. New York u. a. S. 1-24.
- GORZINI, Mehdi Jafari & MÜLLER, Heinz (Hrsg.) 1993. *Handbuch zur interkulturellen Arbeit*. Wiesbaden.
- HALL, Edward T. 1959. *The Silent Language*. Garden City.
- HALL, Edward T. 1969. *The Hidden Dimension*. Garden City.
- HOFSTEDE, Geert 1980. *Culture's Consequences : International Differences in Work Related Values*. Beverly Hills.
- KIM, Young Kim & GUDYKUNST 1988. *Theories in Intercultural Communication*. Newbury Park.
- LEVINE, Robert A. 1974. *Culture and Personality*. Chicago.
- MÜLLER, Andrea & Alexander THOMAS 1991. *Interkulturelles Orientierungstraining für die USA*. Saarbrücken, Fort Lauderdale.
- MÜLLER, Bernd-Dietrich (Hrsg.) 1991. *Interkulturelle Wirtschaftskommunikation*. München.
- NAKANE, Chie 1985 (Original 1970) . *Die Struktur der japanischen Gesellschaft*, Frankfurt.
- PEACOCK, James L. 1986. *The Anthropological Lens. Harsh Light, Soft Focus*. Cambridge u.a.
- PEDERSEN, Paul 1988. *A Handbook for Developing Multicultural Awareness*. New York.
- REDFIELD, Robert 1956. *Peasant Society and Culture. An Anthropological Approach to Civilization*. Chicago.

- RENNER, Egon. 1983. "Die Grundlinien der kognitiven Forschung" in H. Fischer (Hrsg.) *Enthnologie*. Berlin.
- SCHÜTZ, Alfred & Thomas LUCKMANN 1979. *Strukturen der Lebenswelt*. 2 Bde. Frankfurt.
- SEELYE, Ned H. 1987 (1974). *Teaching Culture. Strategies for Intercultural Communication*. Lincolnwood.
- THOMAS, Alexander (Hrsg.) 1993. *Kulturvergleichende Psychologie*. Göttingen u.a.
- WATZLAWICK, Paul 1992. *Vom Unsinn des Sinns oder vom Sinn des Unsinn*s. Wiener Vorlesungen. Wien.
- WIERLACHER, Alois (Hrsg.) 1993. *Kulturthema Fremdheit*. München.