

Kognitiver und handlungsorientierter Ansatz in der Kulturtheorie - Auswirkungen auf die Interkulturelle Kommunikation

Quelle: „Kultur (Clifford Geertz)“ In: Peter Auer: *Sprachliche Interaktion. Eine Einführung anhand von 22 Klassikern*. Niemeyer Verlag, Tübingen 1999. S. 198-212.

Kognitive Anthropologie

= **Kultur ist in den Köpfen (und Herzen) der Menschen**

Wurzeln im späten 19. Jahrhundert. **Edward B. Tyler** (1891): Def.: „*culture or civilization, taken in its wide ethnographic sense*“ is „*that complex whole which includes knowledge, belief, art, morals, law, custom, and any other capabilities and habits acquired by man as a member of society.*“

Später weiterentwickelt durch: **Ward Hunt Goodenough, Charles Frake**.

Kultur besteht aus dem Wissen, Denken und Fühlen der Mitglieder einer Gesellschaft oder Ethnie. Goodenough: Kultur ist all das, was man wissen und glauben muss, um für die Mitmenschen in einer Gesellschaft akzeptabel zu „funktionieren“.

Kultur lässt sich nicht direkt beobachten, denn sie besteht weder in Dingen noch in Handlungen, sondern aus den kognitiven Modellen, die die Mitglieder einer Ethnie im Kopf (und im Herzen) haben, um die Dinge in der Welt um sie zu verstehen und zu bewerten.

Ziel der anthropologischen Beschreibung muss es deshalb sein, ein System von Regeln, eine Art ethnologischen Algorithmus aufzustellen, das/der die kognitiven Muster modelliert, die das konkret beobachtbare, in der Kultur akzeptable soziale Verhalten generieren.

(In der Praxis schwierig, denn die Muster können auch unlogisch, widersprüchlich, ambig und redundant sein. Der kognitive Ansatz funktioniert besser bei Verwandtschaftsbegriffen, ethnomedizinischen Begriffssystemen, Begriffe für die Bereiche von Häusern, insgesamt bei *Ethno-Terminologien*. Schlechter bei den Bewertungskategorien der Menschen, denn sie sind kontextfrei nur schwer beschreibbar.)

Handlungsorientierte Kulturtheorie

= **Kultur manifestiert sich in den Handlungen und erzeugt den Sinn von Situationen**

Clifford Geertz sucht die Kultur in den Handlungen, in den tatsächlich verwendeten Symbolen. Weil Symbole nur in Texten vorkommen, ist Kultur für ihn ein Text. Dieser Text besteht aus dem konkreten oder standardisierten (idealtypischen) Verhalten der Menschen. Ihre Bedeutung bekommen die Handlungen aus ihrem Gebrauch in der jeweiligen Situation.

„Anthropologen dürfen sich also weder darauf beschränken, Verhalten in behavioristischer Manier zu dokumentieren (etwa zu messen) – dies wäre in Geertz' Terminologie lediglich eine „dünne Beschreibung“ -, noch dürfen sie sich in mentalistischer Manier damit begnügen, psychische oder kognitive Befindlichkeiten der Mitglieder einer Gesellschaft aufzudecken. Nötig ist vielmehr eine verstehende Analyse des in einer Kultur vorgefundenen Handelns, das notwendigerweise mehrfach kontextuell eingebunden („in ungleichen Interpretationsrahmen“ gestellt) ist. Geertz nennt eine solche Analyse eine „dichte Beschreibung“.

Vorteile der handlungsorientierten Kulturtheorie:

1. Nur ein „öffentlicher“ Kulturbegriff ist in der Lage, zu erklären, dass kulturelles Wissen erworben und vermittelt werden kann. Solange Kultur nur in den Köpfen (und Herzen) der Menschen versteckt ist, ist sie nicht erlernbar.

2. Ein anderer Vorteil ist, dass der Geertz'sche Kulturbegriff anders als der kognitive durch Inkonsistenzen nicht zu erschüttern ist. Eine wesentliche Evidenz kognitiver Kulturmodelle besteht in der Stimmigkeit der einzelnen Wissensbestandteile zueinander, d.h. ihre Verknüpfung muss Sinn ergeben.

„**Kognitiv** kann man Ansätze nennen, die unterschiedliche Wissensbestände der Mitglieder zweier unterschiedlicher Kulturen explizieren wollen – etwa die jeweils andere Art und Weise, bestimmte sprachliche Aktivitäten auszuführen. Aus der Differenz zwischen diesen Wissensbeständen ergibt sich die Vorhersage interkultureller Kommunikationsprobleme.

Interkulturelle Trainingskurse, wie sie heute vor allem für Geschäftsreisende angeboten werden, stehen oft in dieser Tradition und zielen darauf ab, den Kursteilnehmern, Wissen über die fremde Kultur, in der sie ihre Geschäftsabschlüsse tätigen sollen, beizubringen. Man erwirbt zum Beispiel ein minimales Rezeptwissen darüber, wie man in Japan eine Bitte formuliert, wie man die Bitte des japanischen Geschäftspartners ablehnt, etc.“ (S. 209)

Das Modell von interkultureller Kommunikation, auf dem diese Interkulturellen Trainingskurse aufbauen, macht u.a. die **folgenden Vorannahmen**:

Vorannahmen der Trainingskurse für Interkulturelle Kommunikation:

Kritik daran aus Sicht der handlungstheoretischen Kulturtheorie:

1) Interkulturelle Kommunikation findet immer dann statt, wenn zwei Menschen miteinander kommunizieren, die aus zwei verschiedenen Gesellschaften oder Ethnien stammen.	Kultur als relevanter Kontext – wie jedes andere Kontextwissen auch – ist nicht unabhängig von der in ihm stattfindenden Interaktion gegeben; vielmehr muss eine Interaktion – sagen wir: zwischen einem holsteinischen und einem Tokyoter Geschäftsmann – erst interkulturell werden. Die Tatsache, dass ein Japaner und ein Holsteiner sich miteinander unterhalten, sagt noch nichts darüber aus, ob eine interkulturelle Begegnung stattfindet. Lediglich das Potential ist dazu gegeben.
2) Kultur ist eine Ansammlung von Wissensbeständen über richtiges und falsches Verhalten, die kontextfrei aufgelistet werden können.	Kultur ist nicht (nur) in den Köpfen der Menschen als Wissen gespeichert, sondern findet in ihren Handlungen statt. Mit dem Wissen über die ‚japanische Kultur‘ ist es also nicht getan. Vielmehr muss dieses Wissen kontextspezifisch eingesetzt werden; der interkulturell Handelnde muss – mehr oder weniger bewusst – selbst eine „dichte Beschreibung“ der Situation, in der er sich befindet, vornehmen.
3) Wenn zwei Individuen aus verschiedenen Kulturen aufeinander treffen, erwarten sie trotzdem von ihrem Gegenüber, dass er/sie sich wie ein Mitglied der eigenen Kultur verhält; zugleich sind sie selbst nicht in der Lage, ihr Verhalten den kulturellen Erwartungen des Interaktionspartners anzupassen. Als Konsequenz muss interkulturelle Kommunikation scheitern.	<p>In beiden Punkten unbegründet. Erstens: Wir können sicher nicht davon ausgehen, dass die Teilnehmer an potentiell interkulturellen Treffen ihr Gegenüber ausschließlich nach ihren eigenen kulturellen Mustern beurteilen. Wahrscheinlich wird sogar ein Holsteiner, der sich vollständig in Übereinstimmung mit den japanischen Normen verhält, mindestens beim ersten Treffen erhebliche Irritationen bei seinen japanischen Partnern provozieren. Denn alle Beteiligten gehen mit bestimmten Vorannahmen (Stereotypen) in eine deutsch-japanische Interaktion, also einem Vorwissen darüber, wie sich typische Deutsche oder Japaner verhalten. Sie werden von diesen Vorannahmen geleitet – bisweilen auch fehlgeleitet.</p> <p>Zweitens werden bestimmte Verhaltensweisen, die innerhalb einer Kultur gelten, in interkulturellen Begegnungen automatisch außer Kraft gesetzt – etwa deshalb, weil das <i>face-work</i>¹, das Mitglieder einer Gesellschaft untereinander leisten, in solchen Außenkontakten weitgehend irrelevant ist. (U.a. aus diesem Grund wirken zum Beispiel Japaner auf Deutsche in interkulturellen Begegnungen keinesfalls immer höflich.)</p>
4) Wird jedoch Wissen über die fremde Kultur vermittelt, so verbessert dies die Chancen erfolgreicher Kommunikation.	Baut auf dem irrigen Glauben auf, die Menschen seien grundsätzlich immer bestrebt, sich zu verstehen. Es ist aber durchaus denkbar, dass zumindest eine der beiden Parteien in einer interkulturellen Kommunikationssituation eine konflikt- statt konsensorientierte Strategie verfolgt, also durch Nicht- oder Missverstehen gerade die Grenze zwischen der eigenen und der fremden Ethnie oder Gesellschaft aufrecht zu erhalten oder zu bestätigen versucht. Das ist der Fall, den die berühmte Werbung einer norddeutschen Bierbrauerei aus den Mitt-90ern karikiert, in der drei Ostfriesen den smarten Surfer aus der Großstadt, der sie nacheinander auf Hochdeutsch, auf Plattdeutsch und auf Friesisch nach dem Weg zum Strand fragt, mit Schweigen bestrafen und das Ganze – nachdem der Surfer in seinem Cabrio kopfschüttelnd die Szene verlassen hat – mit den Worten kommentieren: „Viele Sprachen konnte er ja – aber genützt hat’s ihm nichts.“

¹ = Gesichtswahrendes Verhalten nach Erving Goffman. Vgl. S. 150 „Für Goffman ist *face* ein positiver sozialer Wert, [...] den eine Person durch ein konsistentes Verhalten für sich beansprucht bzw. der ihr aufgrund dieses Verhaltens zugeschrieben wird. [...] Jede Interaktion bietet den Handelnden die Möglichkeit und legt ihnen die Verpflichtung auf, ihr eigenes *face* zu wahren und sich zugleich so zu verhalten, dass dies auch dem Interaktionspartner möglich ist.“