

Interkulturelle Kommunikation

〔德〕 Kai Bartel Thomas Kempa 编  
〔中〕 舒雨 张华南 周蕴

# 中德跨文化交际与管理



—Interkulturelles Management

 商务印书馆

# 中德跨文化交际与管理

Interkulturelle Kommunikation — Interkulturelles Management

〔德〕 Kai Bartel Thomas Kempa 编  
〔中〕 舒雨 张华南 周蕴

 商务印书馆  
The Commercial Press

2011年·北京

图书在版编目(CIP)数据

中德跨文化交际与管理/舒雨等编. —北京:商务印  
书馆, 2011

ISBN 978 - 7 - 100 - 06913 - 7

I. ①中… II. ①舒… III. ①文化交流—中国、德国  
IV. ①G125

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 240341 号

所有权利保留。  
未经许可,不得以任何方式使用。

ZHŌNG DÉ KUÀ WÉNHUÀ JIÀOJÌ YŪ GUǎNLǐ

中德跨文化交际与管理

[德] Kai Bartel Thomas Kempa 编

[中] 舒雨 张华南 周蕴

---

商务印书馆出版

(北京王府井大街36号·邮政编码100710)

商务印书馆发行

北京市白帆印务有限公司印刷

ISBN 978 - 7 - 100 - 06913 - 7

---

2011年8月第1版 开本 787×1092 1/16

2011年8月北京第1次印刷 印张 14½

定价: 28.00 元

## 前言

目前德国是中国在欧洲最重要的政治和经济伙伴之一，双方的合作已经涉及诸多领域。随着中国改革开放的深入发展和经济腾飞，对同时具有语言、文化和经济管理知识的专门人才的需求也与日俱增。这方面人才的标志是，他们在处理经济事务时有能力正确判断文化和跨文化因素的潜在作用，并能令人满意地发挥和驾驭其作用。因为问题的多视角性，涉及的领域也是多方面的，所以我们为本书设定的任务是在这方面提供一个基础。

本书除了介绍文化、交际和跨文化领域的知识外，还将介绍跨文化培训措施、中德交往中具有实践意义的行动指南、人员领导和管理及国际营销方面的企业管理知识。全书分为三大部分（重点），每个部分由两章组成。第一和第二章是理论和认识的基础；第三和第四章介绍跨文化培训措施及谈判中的跨文化问题，旨在为今后的跨文化工作做准备，具体形象地展示在经济生活中如何使用这些知识；第五和第六章涉及国际商务的重要企业管理知识和国际市场营销问题。

第一部分阐明必要的基础理论问题。第一章首先介绍什么是文化以及交际的概念，然后才能探讨什么是跨文化问题，并建立起跨文化的问题意识。在此，编者有意识地将本章内容仅限于最基本的问题。第二章研讨跨文化特性的理论原则，例如价值观及其作用，在这方面对于中国文化尤为重要的一项是关系和礼貌。本书所挑选的话题既顾及科学性也要顾及实用性。

随后本书引入与实践有关的跨文化问题。第三章主要涉及对象是外派人员。所以首先介绍文化适应性和“文化休克”这两个概念，然后回答跨文化培训为什么如此重要的问题，接着概要介绍跨文化培训的形式，其中一部分还配有实例说明。最后以描述文化同化类型作为本章的结束。第四章将跨文化管理问题具体到中国和德国交往的情景中，提供实用的行动建议，具体议题是代表团、口译和笔译、接待和谈判等。

第五章和第六章的重点是企业管理。在这方面的跨文化问题主要涉及管理和人员领导及管理，因此第五章主要介绍企业的跨文化管理和国际管理，具体探讨在跨文化管理方面对国际企业领导人员的要求和跨文化的人事管理。最后的第六章是市场营销问题，国际市场营销探讨国际市场营销的条件及具体构成。

本书旨在为大学本科德语学生介绍跨文化交际和跨文化管理的基本知识，为继续学习奠定基础，不要求学生事先在这些方面有初步知识，所以编者在编写本书时从内容到形式都充分考虑到了学习对象的知识状况和学习习惯。为了确保教材在内容和教学法方面适合学习对象，本书的编写工作是在一个具有不同文化背景的中国和德国教师小组中进行的，整个工作过程也可视为是跨文化交际的一次演习。初稿完成后，即在大学本科德语系三年级进行了有益的试用，根据课程目标和学生的学习过程，发现了不少尚可改进、补充和挪动的地方，我们对此作了相应的修改。

在指导思想，编者不但重视教材的科学内涵，更看重知识的使用，同时培养学习者对视角转换的敏感性，因为只有这样，才能促成将来在跨文化环境中双赢的合作。在视角转换中正确对待他人和进行自我反思起着关键的作用，犹如步履钢丝，必须自觉地对在本文化的经验条件中形成的思想进行检验，还要防止看问题定势化，在解释和思考不同文化现象时最需要的是向自己提出自我反思的任务。简言之，本书的目的就是希望读者能够对自己和他人的一切言行进行深思，在跨文化的相互交往中不再固执己见。

题材的广泛必然要求对内容进行选择，因此材料受到限制就在所难免。在众多理论模式中编者决定只选择一些基础性的论点，例如霍夫斯泰德的价值分类体系和豪尔的强语境文化和弱语境文化模式。霍夫斯泰德的价值分类体系在企业管理学界和实施者中都获得很好的反响，这一点我们必须加以重视，我们看重的是该体系能从理论上进行正确和实用的分类。为了提高学习者的学术水平，对于霍夫斯泰德体系中存在问题的部分，学习者也应该具备敏锐性。豪尔提出的模式可以将互动关系——例如在德国人和中国人之间产生的相互关系——快速有效地予以理论的归纳，从而便于分析和理解。

本书的另一个任务是通过具体指导和提供生词表帮助学习者开展讨论。在解释、尤其是翻译概念方面，我们花费了很多精力，因为中国在这个领域中的专业术语尚没有统一的译法。编者在书后附上专业术语词汇表及中文翻译和解释，这是全书的一个重要组成部分，也是我们为在中国在该领域能够进行科学讨论的一大贡献。

本书既可作为阅读书籍，亦可作为教科书使用，为此编者在每个章节后面都提供了可以加深理解和理论联系实际的练习。在每个篇幅较大的小节之后还附有复习性测试题，它们的依据是课文中提供重要内容信息及减轻学习者学习和理解负担的旁注。我们希望本书能够帮助中国的师生顺利进入跨文化交际和跨文化管理领域，并预祝学习者学习愉快！竭诚欢迎您的批评和指正！

编者 2010年6月

## Vorwort

### Zielsetzung und Inhalte dieses Buches

Deutschland ist einer der wichtigsten ökonomischen und politischen Partner Chinas in Europa. Dies äußert sich in zahlreichen Kooperationen im akademischen, kulturellen und natürlich auch im ökonomischen Bereich. Die zunehmende Öffnung und wirtschaftliche Expansion der Volksrepublik schafft einen wachsenden Bedarf an qualifizierten Fachleuten, die sowohl Sprach- und Kulturkenntnisse als auch Kenntnisse im Bereich der Wirtschaft und des Managements mitbringen. Ein wichtiges Qualifikationsmerkmal in diesem Zusammenhang ist die Befähigung, in wirtschaftlichen Kontexten, kulturelles bzw. interkulturelles Potenzial korrekt einschätzen und im Idealfall nutzen und steuern zu können. Dies erfordert eine breit angelegte Beschäftigung mit der Materie, die aus ganz unterschiedlichen Blickwinkeln analysiert werden muss. Es soll die Aufgabe dieses Lehrwerks sein, in diesem Bereich Grundlagen zu legen.

Neben Kenntnissen aus den Bereichen Kultur und Kommunikation, sowie der Interkultur, werden auch Wissen über interkulturelle Trainingsmaßnahmen und praxisorientierte Handlungsanweisungen im chinesisch-deutschen Kontakt sowie BWL-Wissen aus den Bereichen Personalführung, -management und dem internationalen Marketing vermittelt. Das Buch ist in drei Blöcke (Schwerpunkte) zu jeweils zwei Kapiteln aufgeteilt. Die Kapitel 1 und 2 sind die Basiskapitel. Die Kapitel 3 und 4 geben einen Überblick über interkulturelle Trainingsmaßnahmen, die auf interkulturelle Situationen vorbereiten, und zeigen konkrete und anschauliche Anwendungen dieser Kenntnisse im Wirtschaftsleben. Die Kapitel 5 und 6 thematisieren wichtige BWL-Themen im internationalen Business.

Im ersten Schwerpunkt werden einige unabdingbare theoretische Grundlagen gelegt. Konkret gesagt, werden im Kapitel 1 zuerst die Frage *Was ist Kultur?* und der Begriff der *Kommunikation* geklärt. Damit werden die Grundlagen für die Diskussion der Frage gelegt, was der Begriff des „Interkulturellen“ überhaupt beinhaltet. Im Abschnitt über *Interkultur* soll dann versucht werden, eine **Bewusstheit für die Problemstellung** zu schaffen. Die Autoren konzentrieren sich dabei auf die grundlegenden Problematiken. Das

zweite Kapitel behandelt theoretische Ansätze, z. B. wie an Interkulturalität herangegangen werden kann. Das beinhaltet die Frage nach den *Werten*, die den Kulturen zu Grunde liegen, und deren Auswirkungen. Dabei geht es vor allem um das gerade für China so wichtige Thema der *Beziehungen* und der *Höflichkeit*. Der für dieses Buch gewählte Aspekt ist, wie im Folgenden noch dargestellt werden soll, gleichzeitig wissenschaftlich und anwendungsbezogen.

Nach diesen grundlegenden, generell auf Kultur und Kommunikation bezogenen Anteilen wendet sich das Buch in seinem interkulturellen Schwerpunkt praxisbezogenen Themen zu. In Kapitel 3 wird die Frage aufgegriffen, welche Probleme auf Menschen zukommen, die einen Auslandsaufenthalt absolvieren. Dabei werden zunächst *Akkulturation* und „*Kulturschock*“ vorgestellt. Dann wird die Frage beantwortet, *warum interkulturelles Training* notwendig ist. *Formen interkultureller Trainings* (und deren Anwendungsbereiche) werden daraufhin im Überblick und teilweise mit Beispielen vorgestellt. Abschließend wird der *Culture Assimilator* beschrieben. Noch konkreter interkulturell wird das Buch im Kapitel 4, in dem chinesisch-deutsche Kontaktsituationen beschrieben und Handlungsmöglichkeiten dargestellt werden. Dabei werden die Themen *Delegationen*, *Dolmetschen* und *Übersetzen* sowie *Empfänge* und *Verhandlungen* abgehandelt.

Den betriebswirtschaftlichen Schwerpunkt des Buches bilden die Kapitel 5 und 6. Interkulturelle Problematiken entstehen häufig im Bereich des Managements und der Personalführung bzw. der Personalverwaltung. Daher ist das Kapitel 5 diesen Themen unter interkulturellen und internationalen Aspekten gewidmet. Hier werden das *interkulturelle Management* und dessen Anforderungen an international tätiges Führungspersonal, sowie das *interkulturelle Personalmanagement* behandelt. Im 6. und letzten Kapitel, das dem Marketing gewidmet ist, werden die *Bedingungen des internationalen Marketings* sowie seine konkrete Ausformung als *internationales Marketing* betrachtet.

Dieses Buch vermittelt den chinesischen Studierenden der Germanistik Grundbegriffe der Interkulturellen Kommunikation und des interkulturellen Managements und legt die Grundlage für ein weiterführendes Studium. Dabei wird von geringen bzw. keinen Vorkenntnissen in diesen Bereichen ausgegangen. Beim

Verfassen waren die Adäquatheit der vermittelten Inhalte sowie der Form der Vermittlung dieser Inhalte in Bezug auf die Vorkenntnisse und Lerngewohnheiten dieser Zielgruppe von größter Bedeutung. Die Entwicklung der dafür angemessenen Form fand in einer chinesisch-deutschen, also einer gemischtkulturellen Arbeitsgruppe statt, welche die inhaltliche und didaktische Eignung des Materials für die Zielgruppe prüfte und sicherstellte. Auch dieser Prozess war eine Übung in interkultureller Kommunikation. Nach der Abfassung der ersten Version wurde das Buch im Unterricht mit Studierenden des dritten Jahrganges getestet. Das war von großem Vorteil, da in dieser Testphase noch zahlreiche Änderungen, Ergänzungen und Umstellungen vorgenommen werden konnten, die aus der inneren Logik des Kurses und dem Lernprozess der Studierenden abgeleitet wurden.

Im Zentrum steht neben der wissenschaftlichen Darstellung stets die Anwendung der erworbenen Kenntnisse, aber auch **die Sensibilisierung der Lernenden für den Perspektivenwechsel**, der notwendig ist, um in interkulturellen Umfeldern eine für beide Seiten produktive und damit erfolgreiche Zusammenarbeit zu ermöglichen. Bei diesem Perspektivenwechsel spielen Fremdstellung und Selbstreflexion eine wesentliche Rolle. Unter Fremdstellung und Selbstreflexion verstehen die Autoren den Drahtseilakt, das eigene Denken im Kontext der eigenen kulturell geprägten Erfahrungsbedingungen bewusst zu überprüfen. Ein weiteres Anliegen ist es, Stereotypisierungen vorzubeugen. Daher schließen sich an Interpretationen und Überlegungen über die „andere“ Kultur stets Aufgaben mit selbstreflektorischem Anteil an. Kurz gesagt, soll das Buch zum Nachdenken über das Eigene und das Andere anregen und helfen, feste Standpunkte im Sinne eines wechselseitigen interkulturellen Austausches zu relativieren.

Das umfangreiche Thema verlangt eine inhaltliche Auswahl, hierbei sind Beschränkungen leider unumgänglich. So haben die Autoren sich dafür entschieden, aus den vielfältigen theoretischen Modellen grundlegende wissenschaftliche Ansätze auszuwählen. Die Darstellung konzentriert sich auf die Hofstede'schen Kulturdimensionen und das Modell der High-Context- und Low-Context-Kulturen von Hall. Gerade die Hofstede'schen Kulturdimensionen haben

in der Betriebswirtschaft und unter Praktikern großen Anklang gefunden, sodass deren großem Einfluss Rechnung getragen werden musste. Besonderer Wert wurde auf eine korrekte Einordnung der praxisorientierten Darstellungen in theoretische Zusammenhänge gelegt. Um akademisch-wissenschaftlichen Ansprüchen zu genügen, werden die Lernenden aber auch für die problematischen Aspekte der Hofstede'schen Darstellung sensibilisiert. Der Hall'sche Ansatz liefert ein Modell, mit dessen Hilfe interaktionale Konstellationen, wie sie beispielsweise zwischen Deutschen und Chinesen entstehen können, schnell und effektiv in einen theoretischen Bezugsrahmen gesetzt, und damit analysiert und verstanden werden können.

Ein weiteres wichtiges Anliegen dieses Buches ist es, den Lernenden einen anschaulichen Einstieg in die Diskussion sowie das dafür notwendige Vokabular zu liefern. Auf die Klärung der Begriffe wurde (vor allem bei der Übersetzung) großer Wert gelegt, da dies ein Bereich ist, in dem hier in China noch gewisse Unklarheiten vorhanden sind. Daher ist das Glossar der Fachbegriffe, in dem diese Begriffe übersetzt und erläutert werden, ein wesentlicher Bestandteil des Ganzen und damit der wichtigste Beitrag dieses Buches zur wissenschaftlichen Diskussion dieser Themen in China.

Das Buch kann als durchgängiger Text gelesen werden. Aber in Hinblick auf seine Verwendung als Lehrbuch sind zwischen die einzelnen Abschnitte Vertiefungs- und Anwendungsübungen eingefügt, und jeder größere Abschnitt wird von einem Wiederholungstest abgeschlossen. Diese Tests basieren auf den Randglossen, welche die wichtigsten Informationen des Textes hervorheben und so das Lernen und Verstehen vereinfachen. Wir hoffen, den chinesischen Lehrenden und Lernenden mit dieser Publikation einen interessanten und zugleich gewinnbringenden Einstieg in die Thematiken *Interkulturelle Kommunikation* und *Interkulturelles Management* bieten zu können und wünschen viele interessante Stunden damit. Wie in jeder Arbeit dieses Umfangs sind Mängel und Fehler nicht immer vermeidbar. Die Autoren laden daher alle Leserinnen und Leser dazu ein, ihnen ihre Korrekturen und Anregungen mitzuteilen.

Juni 2010

Die Verfasser

## Inhaltsverzeichnis

1. Kapitel	Kultur, Kommunikation, Interkultur	1
1.0	文化、交际与跨文化交际	1
1.1	Was ist Kultur?	3
1.2	Kommunikation	16
1.3	Interkultur	32
2. Kapitel	Werte, Beziehungen, Höflichkeit	40
2.0	东西方的文化差异	40
2.1	Werte	42
2.2	Beziehungen	58
2.3	Höflichkeit	83
3. Kapitel	Interkulturelle Trainings	91
3.0	外派人员文化适应阶段和跨文化的企业培训	91
3.1	Akkulturation und „Kulturschock“	94
3.2	Warum interkulturelles Training?	101
3.3	Formen interkultureller Trainings	113
3.4	Culture Assimilator	126
4. Kapitel	Delegationen, Dolmetschen und Übersetzen, Empfänge, Verhandlungen	130
4.0	跨文化的谈判	130
4.1	Delegationen	132
4.2	Dolmetschen und Übersetzen	140
4.3	Empfänge	149
4.4	Verhandlungen	155
5. Kapitel	Interkulturelles Management	161
5.0	跨文化的领导和人事管理	161
5.1	Interkulturelles Management	162
5.2	Führung im interkulturellen Kontext	168

5.3	Interkulturelles Personalmanagement	177
6. Kapitel	Internationales Marketing	181
6.0	跨文化与国际市场营销	181
6.1	Grundbedingungen des internationalen Marketings	183
6.2	Internationales Marketing	193
	Abbildungsverzeichnis	199
	Tabellenverzeichnis	200
	Fachbegriffe, neue Wörter, Namen der Wissenschaftler	201
	Mehr Informationen zu den für das Buch relevanten Wissenschaftlern	211
	Verwendete sowie weiterführende Literatur	214
	Lösungen	220

# 1. Kultur, Kommunikation, Interkultur

## 1.0 文化、交际与跨文化交际

### 简介:

有关文化和交际的问题是学习跨文化的企业管理的理论基础。编者将遵循由浅入深的原则，首先介绍什么是文化，什么是交际，进而过渡到什么是跨文化的交际。本章着重阐述文化与交际的概念及其相关理论，对跨文化交际进行概括性的介绍，为第二章的学习打下基础。

本章共分三小节。第一小节介绍什么是文化。很多学者曾尝试给“文化”一词下定义，但“文化”至今仍没有统一的概念。本书采用的是一个比较简单、实用的概念：文化是某个群体中共有的价值和标准体系。价值影响我们的思维、感知和行为，标准则是针对某个重复出现的情况的一般行为准则，它以价值为基础。文化可以帮助人们在其生存的环境中获得认同感并且顺利地与他人交往。但文化存在界限，这导致了人们对其他文化的认知是极为有限的。通常把异文化比喻成一座冰山，人们能看到的只是冰山露出水面的有限部分，而对理解异文化更为重要的价值和标准则是冰山隐藏在水中的不可见的大部分。

荷兰社会学家霍夫斯泰德提出了跨文化交际中以实际应用为目的的文化概念。他把文化看作“心灵软件”，他认为每个人都拥有自己的思维、感觉以及潜在行为模式，这些是人们在出生、成长的社会环境中学习到的。他把这些模式比喻成计算机的软件，这些模式一旦被固定下来就很难再改变。霍夫斯泰德还把文化分为第一文化和第二文化两个层次，第一文化指文明，而第二文化包括那些更基本、更日常的事物，也正是第二文化把来自不同文化的人们区别开来。

美国人类学家爱德华·豪尔把文化分为强语境文化和弱语境文化。人们在弱语境文化中直接说明意思，而在强语境文化中则需要理解“字里行间”的意思。正是由于弱语境文化和强语境文化中人们的交际方式不同，来自两种不同语境文化的人们在交际时很容易产生误会，比如在贸易谈判中，来自弱语境文化的人们希望首先签订合同，然后在此基础上建立一个良好的、长期的关系，而强语境文化的人们则希望首先确立良好的关系、获得信任，而后才能谈及合同。

本章的第二节阐述什么是交际。和“文化”一样，“交际”也没有统一的概念。人们经常用“发送者—接收者”这种简化的模型来描述交际。为了更全面地描述交际，德国的心理学教授舒尔茨·封·图恩指出交际信息包含四个方面的内容，即事实、关系、自白和命令。为了实现恰当的交际，在交际时人们要针对信息的这四个方面分别采用四个“耳朵”聆听。

本节还讲述了文化和交际的关系。文化是用于储存和传递已有知识的体系，文化被储存和传递就是一种交际。

## Interkulturelle Kommunikation – Interkulturelles Management

在本节中还介绍了一些和交际有关的语言学知识，包括语言的表达功能、语言和交际的关系、周围环境对交际的影响、语言和上下文的关系等内容。需要强调的是，交际是一种有意识、有目的性的行为，共同的语言是交际的前提，人们通过语言渠道、副语言渠道和非语言渠道进行交际。

第三节扼要介绍跨文化的有关内容，首先介绍跨文化交际的概念，然后分析跨文化交际中产生误解的原因。为此，编者以实例来介绍语言层面、副语言层面和非语言层面上的文化差异。由于没有共同的文化背景、没有共同的价值认同和评判标准，人们在跨文化交际中容易产生误解，甚至发生冲突。研究文化间的差异和跨文化交际中的问题有助于我们更好地理解不同文化之间的交际过程，从而有效地指导我们解决企业管理中的跨文化交际问题。

读者在本章应主要掌握以下内容：

1. 文化是什么？如何理解文化是“心灵软件”？
2. 第一文化和第二文化分别包括哪些内容？
3. 弱语境文化和强语境文化有什么区别？
4. 什么是交际？舒尔茨·封·图恩提出的交际的四个方面分别是什么？根据这四个方面人们在交际中应该注意什么？
5. 文化和交际有什么关系？
6. 如何理解交际的三个渠道？
7. 什么是跨文化交际？在跨文化交际时人们为什么容易产生误解？

读者在本章应掌握以下主要概念：

- 文化 (Kultur)、交际 (Kommunikation)、跨文化交际 (interkulturelle Kommunikation)
- 文化是“心灵软件” (Mentale Programmierung)
- 弱语境文化 (Low-Context-Kulturen)、强语境文化 (High-Context-Kulturen)
- 信息的四个方面：事实、关系、自白和命令 (Sachinhalt, Beziehung, Selbstoffenbarung, Appell)
- 交际的三个渠道：语言渠道、副语言渠道和非语言渠道 (verbale, para- und nonverbale Kommunikation)

## 1.1 Was ist Kultur?

### 1.1 Was ist Kultur?

#### Ein selbstverständlicher und doch ein problematischer Begriff

Es ist nie zu spät, Vorurteile abzulegen.

*Henry David Thoreau (1817–1862),  
US-amerikanischer Philosoph, Naturalist, Schriftsteller und Mystiker*

#### Definition von Kultur

Was ist Kultur? Die Antwort auf diese Frage scheint auf der Hand zu liegen. Doch bei genauerem Hinsehen fällt auf, wie vielschichtig und komplex diese Frage in Wirklichkeit ist. So hat es bereits zahlreiche Versuche gegeben, den Begriff *Kultur* zu definieren. Heute geht das Spektrum der Definitionen von anthropologischen, über betriebswirtschaftliche Versuche bis hin zu geschichtsphilosophischen Ansätzen. Ursprünglich ist der Kulturbegriff in den westlichen Sprachen vom lateinischen Wort *cultura* abgeleitet. *Cultura* bedeutet Landbau, also das Bestellen des Bodens, um landwirtschaftliche Produkte zu erzeugen.

„Kultur“ leitet sich von „cultura“ (lateinisch für Landbau) ab

Der Begriff wurde seit dem 18. Jahrhundert vor allem von Gelehrten und Philosophen (z. B. von Kant in der „Kritik der Urteilskraft“) gebraucht. Häufig wurde Kultur im 18. und 19. Jahrhundert mit Zivilisation gleichgesetzt und im Gegensatz zur Natur gesehen. Im 19. Jahrhundert wurde der Begriff in der Anthropologie breiter definiert. Kultur basierte nach dieser Auffassung auf der Fähigkeit des Menschen, Versuche systematisch auszuwerten und die Ergebnisse schriftlich und mündlich weiterzugeben. Die moderne Anthropologie fordert in letzter Zeit sogar, bestimmte Fähigkeiten von Primaten (so etwa von Orang Utans) als kulturelle Leistungen zu betrachten. Forschungen haben gezeigt, dass diese Tiere erlernte Fertigkeiten – wie den Gebrauch einfacher Werkzeuge – in kleinen Gruppen weitergeben.

Diese Beispiele spiegeln allerdings nur einen kleinen Teil der Theorien der Bewertung und des Verständnisses menschlichen Daseins wider. Es gibt zahllose Definitionen von Kultur. In der Ausgabe ihres Buches *Culture: A Critical Review of Concepts and Definitions* haben die Anthropologen Kroeber und Kluckhohn bis

Mehr als 150 Definitionen von „Kultur“

zum Jahr 1963 eine Liste mit über 150 verschiedenen Definitionen des Begriffs Kultur zusammengetragen.

Kultur ist ein System kollektiver Werte und Normen in einer bestimmten Gruppe

Für unsere Darstellung wollen wir uns allerdings mit einer einfacheren, für die Praxis brauchbaren Definition begnügen. Unter Kultur verstehen wir ein System kollektiver Werte und Normen, die für eine bestimmte Gruppe wie z. B. ein Volk oder eine soziale Gruppe gelten, die aber auch das Verhalten der einzelnen beeinflussen. Die Normen und Werte werden während der Sozialisation von den Mitgliedern einer sozialen Gruppe bewusst oder auch unbewusst erlernt und verinnerlicht.

Kultur hilft den Menschen, sich in ihrer Umwelt zurechtzufinden

Werte können wir als Auffassungen davon betrachten, was als wünschenswert anzusehen ist: Sie beeinflussen unser Denken, Fühlen und Handeln. Normen basieren auf Werten und sind verallgemeinerte Verhaltensmuster für bestimmte, meistens wiederkehrende Situationen. Kultur hilft den Menschen also, sich in ihrer Umwelt zurechtzufinden, und sorgt für eine problemlose Kommunikation und Interaktion. Sie erlaubt es, das Verhalten der anderen Mitglieder der eigenen Gruppe bis zu einem gewissen Punkt vorherzusehen.

Man kann andere Kulturen immer nur sehr begrenzt wahrnehmen

Kultur setzt Grenzen, grenzt von anderen Gruppen ab und schafft zugleich Identität. Die Wahrnehmung anderer Kulturen kann man mit einem Eisberg vergleichen. Meist wird nur ein kleiner Teil der anderen Kultur für „den Fremden“ sichtbar. Zum Beispiel lassen sich typische Verhaltensweisen oder die Architektur leicht wahrnehmen und beschreiben. Unsichtbar sind dagegen die Normen und Werte der anderen Kultur. Dennoch sind sie für das Verstehen anderer Kulturen noch viel wichtiger als die beobachtbaren Äußerlichkeiten.

#### **Aufgaben zum Abschnitt *Definition von Kultur*:**

1. Vergleichen Sie die Herkunft des westlichen Begriffes „Kultur“ mit der Herkunft des chinesischen Begriffes „wenhua“ 文化! Was für Unterschiede finden Sie?
2. Sammeln Sie Beispiele für *Werte* in Ihrer oder der deutschen Kultur!

## 1.1 Was ist Kultur?

3. Finden Sie kulturelle Eigenheiten Chinas und vergleichen Sie diese mit der deutschen Kultur!

### **Kultur als „mentale Programmierung“**

Eine auf die praktische Anwendung des Kulturbegriffs in der Interkulturellen Kommunikation zielende Definition stammt von dem Sozialwissenschaftler Geert Hofstede. Er bezeichnet die Kultur als eine „mentale Programmierung“. Laut Hofstede trägt jeder Mensch Muster des Denkens, Fühlens und potenziellen Handelns in sich, die er im Laufe seines Lebens erlernt hat. Die meisten dieser Muster erwirbt der Mensch in seiner Kindheit, denn in der Kindheit ist der Mensch am lernfähigsten und am formbarsten. Hofstede vergleicht diese Muster mit der Programmierung eines Computers. Demnach ist die Kultur die mentale Software des Menschen, die es ihm erlaubt, sich in seiner Umwelt zurechtzufinden. Die „mentalen Programme“ stammen aus dem sozialen Umfeld, in das jeder Mensch hineingeboren wird und in dem er aufwächst. Die „Programmierung“ beginnt in der Familie, um sich dann in der Nachbarschaft, in Freundescliquen, in der Schule, in Vereinen, auf der Arbeit – im Grunde überall – fortzusetzen.

Hofstede: Kultur als mentale Programmierung – Kultur ist „mentale Software“

Haben sich diese Denk-, Handlungs- und Fühlmuster erst einmal gefestigt, so wird es für den Menschen unter Umständen schwierig, diese wieder abzulegen und etwas anderes zu lernen. Ein einfaches Beispiel: Essgewohnheiten. Ein Mensch, der in China aufwächst, ist an das Essen mit chinesischen Essstäbchen sowie an die chinesischen Speisen gewöhnt. Es wird ihm beim ersten Kontakt mit westlichem Essen unter Umständen schwer fallen, sich an die Zusammensetzung der Speisen, die Rituale beim Essen und das ungewohnte Essbesteck zu gewöhnen. Er ist mental auf „chinesisches Essen“ programmiert.

Einmal gefestigte kulturelle Muster sind schwer abzulegen

Der Begriff der mentalen Software bedeutet natürlich nicht, dass der Mensch wie ein Computer funktioniert. Man sollte immer im Gedächtnis behalten, dass es sich bei diesem Begriff um eine Metapher und nicht um ein reales Phänomen handelt. Sein Verhalten ist nur zum Teil durch jene „mentalen Programme“ bestimmt, und er kann von seinen „Programmierungen“ abweichen.

„Mentale Software“ ist bloß eine Metapher – der Mensch kann von ihnen abweichen

Die Metapher beschreibt nur die Wahrscheinlichkeit, dass ein Mensch auf Grund seiner persönlichen Vergangenheit in einer bestimmten Weise handeln und reagieren wird.

### Ebenen von Kultur

Unterscheidung:  
Kultur I (Kunst) und  
Kultur II (Alltags-  
leben)

Kultur ist, wie wir bereits wissen, ein Begriff, der sich nur schwer definieren lässt. Ja, eigentlich ist er selbst kulturabhängig und kann daher auf sehr verschiedene Weisen erklärt werden. Diese Verschiedenheit findet sich nicht nur, wenn man abendländisch-westliche Kulturen und orientalisches-östliche Kulturen vergleicht. Auch „innerhalb“ einer Kultur bestehen Meinungsverschiedenheiten, was der Begriff *Kultur* eigentlich bedeutet. In den meisten westlichen Sprachen versteht man unter Kultur Zivilisation sowie geistige Verfeinerung und meint damit die Produkte dieser Verfeinerung wie zum Beispiel Bildung, Kunst und Literatur. Dieser Begriff von Kultur ist sehr eng gefasst, und wird von Hofstede als „Kultur Eins“ bezeichnet. Sein Kulturverständnis umfasst jedoch weitaus mehr Phänomene des täglichen Lebens, deren Gesamtheit er als „Kultur Zwei“ bezeichnet. Dazu gehören nicht nur Kunst und Bildung sondern auch viel grundlegendere, gewöhnlichere Dinge: z. B. Essen, Gefühlsausdruck, Körperpflege, soziale Rituale wie das Grüßen und vieles andere mehr. Die Gesamtheit dieser Phänomene, die Hofstede „Kultur Zwei“ nennt, bildet den Hintergrund, vor dem sich eine Gruppe kulturell von einer anderen unterscheidet. Mit seinen Worten gesagt: „Sie ist *die kollektive Programmierung des Geistes, die die Mitglieder einer Gruppe oder Kategorie von Menschen von einer anderen unterscheidet.*“ (Hofstede 1993, 19, Kursivdruck im Original)

Bourdieu: Konzept  
des „Habitus“, der  
durch bestimmte  
soziale Zugehörig-  
keiten erzeugt wird

Dieser Begriff von Kultur ähnelt den Ideen des französischen Soziologen Pierre Bourdieu, der das Konzept des *Habitus* entwickelte. Bourdieu ist der Ansicht, bestimmte soziale Zugehörigkeiten erzeugten einen Habitus. Das Wort *Habitus* ist aus dem Lateinischen entlehnt und bedeutet Verhalten und Erscheinungsform eines Lebewesens. Der Habitus ist laut Bourdieu die Basis für Handlungen und Vorstellungen. In ihm zeigen sich Wahrnehmungsschemata, die Prinzipien des Urteilens und Bewertens begründen. Nach Bourdieus Ansicht manifestiert sich der Habitus deutlich sichtbar im Körper. So lassen sich zum