

MMK 2004 in Hamburg

AG 1: Interkulturelles Interface Design und Interkulturelle Kommunikation

Frank Thissen (Hochschule der Medien, Stuttgart)
Bernd Wingert, Forschungszentrum Karlsruhe)

Stand: 22. Oktober 2004

Kultur ist »die kollektive Programmierung des Geistes, die die Mitglieder einer Gruppe oder Kategorie von Menschen von einer anderen unterscheidet.«
(Geert Hofstede)

Zielsetzung der AG 1

Kultur ist die spezifische Art und Weise, wie Menschen miteinander umgehen, wie sie die Welt bewerten, wie sie mit Zeit und Raum umgehen, und vor allem die Antwort auf die Frage, welche Werte eine Gruppe von Menschen miteinander teilen. Kulturelle Werte und Verhaltensweisen werden in der Kindheit erworben und werden in der Gruppe generell akzeptiert und wertgeschätzt. Sie sind in den Menschen dieser Kultur tief verwurzelt und werden selten hinterfragt. Kultur ist etwas, das man zum größten Teil nicht sieht und bewusst wahrnimmt.

Die AG 1 geht der Frage nach, welchen Einfluss Kulturen auf die Gestaltung von Informationen und Interfaces haben, welche Kriterien es dabei gibt und ob und was zu beachten ist, wenn Informationen und Interfaces für unterschiedliche Kulturen gestaltet werden müssen. Wir werden dabei aufbauend auf praktischen Erfahrungen und grundlegenden theoretischen Konzepten uns intensiv mit dem Thema auseinandersetzen, um ein Konzept dafür zu entwickeln, wie man/frau vorgehen sollte, wenn Informationen bzw. Interfaces für eine fremde Kultur entwickelt werden sollen.

Ablauf:

Montag: Kultur erleben und begreifen durch Übungen und Kurzvorträge

Dienstag: Erarbeitung des Vorgehenskonzepts (optional: Film am Dienstagabend)

Aufgaben für die Teilnehmer/innen der AG 1:

Wir bitten alle Teilnehmer und Teilnehmerinnen, eine der unten stehenden „Hausaufgaben“ zu übernehmen und uns die Beiträge bis zum 8. November elektronisch (oder sonstwie) zuzuschicken, damit wir sie in das Programm einbauen und verteilen können (frank.thissen@gmx.de):

- ein Thesenpapier über interkulturelles Informations- bzw. Interfacedesign oder zu einem bestimmten Aspekt;
- die Analyse ausgewählter Web Sites, z.B.
http://www.nestle.com/Header/Internet_Directory/Home+Internet+Directory.htm
- eine eigene Produktion, Webseite, Broschüre oder andere interkulturelle Artefakte, oder
- die Beschreibung eines interkulturellen Erlebnisses.

Einführender Text

von Frank Thissen, Hochschule der Medien, Stuttgart

Zum grundlegenden Verständnis von Kultur

Ursprünglich kommt das Wort »Kultur« aus dem Landbau (lat. cultura) und bezeichnet die Pflege des Ackers, was später auf die Pflege des Körpers und Geistes übertragen wurde. Es ist etymologisch eng verwandt mit dem Wort Kolonie (lat. »colonia«)¹, das seit dem 16. Jahrhundert für »Ansiedlung, Niederlassung, Ländereien« steht und eine Wurzel hat mit dem lat. Wort »colere«, also dem »bebauen, [be]wohnen; pflegen und ehren«. Dahinter steckt das indogermanische Wort »kuel«, das »sich drehen, sich herumbewegen«, aber auch: »emsig beschäftigt sein; sich gewöhnlich irgendwo aufhalten« bedeutet.

Seit dem 18. Jahrhundert wird der Begriff Kultur in Gegenüberstellung zu dem der Natur verwendet. Natur ist dabei das Rohe, Ursprüngliche, Unverdorbene, dem die Kultur als das vom Menschen Gemachte gegenübersteht. Seit der Aufklärung wird Kultur als Ausdruck der menschlichen Schöpfungskraft verstanden, die sich in den Bildenden Künsten, der Musik, Literatur und Architektur zeigte. Für Gottfried Herder stellte Kultur die »Gesamtheit der geistigen und künstlerischen Lebensäußerungen einer Gemeinschaft, eines Volkes« dar. Mit dem Bildungsbürgertum im 19. und 20. Jahrhundert gewann Kultur einen eigenen Wert, der ihr einen religiösen Status verlieh.²

Der niederländische Anthropologe und Sozialpsychologe Geert Hofstede nennt diese Konnotation des Begriffs Kultur die »Kultur Eins«³, gegen die er den Begriff der »Kultur Zwei« abgrenzt. Unter »Kultur Zwei« versteht Hofstede »Muster des Denkens, Fühlens und potentiellen Handelns«⁴, die in der frühen Kindheit erworben werden und als eine Art »mentale Programme«⁵ wirken, die Menschen innerhalb einer Kultur miteinander teilen. Die Kultur Zwei umfasst auch Tätigkeiten des alltäglichen Lebens, z.B. »Grüßen, Essen, das Zeigen oder Nichtzeigen von Gefühlen, das Wahren einer gewissen physischen Distanz zu anderen, Geschlechtsverkehr oder Körperpflege«⁶.

Verhaltensweisen in der »Kultur Zwei« zeichnen sich dadurch aus, dass sie weder geplant noch von einer Autorität festgelegt worden sind, sondern sich selbstorganisiert entwickelt haben. Die Entstehung von kulturellem Verhalten und (impliziten) kulturellen Regeln lässt sich als ein Phänomen der dritten Art auffassen. Phänomene der dritten Art sind im Verständnis Hofstedes »Dinge, die Ergebnisse menschlicher Handlungen, nicht aber Ziel ihrer Intentionen sind«⁷. Es gibt soziale Phänomene – z.B. die Entstehung der menschlichen Sprache und ihr Wandel –, die weder Naturphänomene sind, noch künstlich erzeugt worden sind. Diese Phänomene der dritten

¹ DUDEN. Herkunftswörterbuch. Etymologie der deutschen Sprache. 3. Aufl. Mannheim: Dudenverlag 2001

² Vgl. Noltenius, Rainer (1984). Dichterfeiern in Deutschland. Rezeptionsgeschichte als Sozialgeschichte. München

³ »In den meisten westlichen Sprachen bedeutet *Kultur* gemeinhin *Zivilisation* oder *Verfeinerung des Geistes* und insbesondere die Ergebnisse dieser Verfeinerung, wie Bildung, Kunst und Literatur.« Hofstede, Geert (2001). Lokales Denken, globales Handeln. 2. Aufl. München: Beck, S. 3

⁴ Hofstede, Geert (2001). Lokales Denken, globales Handeln. 2. Aufl. München: Beck, S. 2

⁵ Hofstede, Geert (2001). Lokales Denken, globales Handeln. 2. Aufl. München: Beck, S. 3

⁶ Hofstede, Geert (2001). Lokales Denken, globales Handeln. 2. Aufl. München: Beck, S. 4

⁷ Keller, Rudi (1994). Sprachwandel. 2. Aufl. Tübingen: Francke, S. 85

Art entstehen als chaotische Systeme ungeplant. »Sie entstehen durch Handlungen vieler, und zwar dadurch, dass die das Phänomen erzeugenden Handlungen gewisse Gleichförmigkeiten aufweisen, die für sich genommen irrelevant sein mögen, in ihrer Vielfalt jedoch bestimmte Konsequenzen zeitigen.«⁸

Kulturen zeichnen sich dadurch aus, dass ihre Mitglieder bestimmte Werte und Normen miteinander teilen, die in Praktiken wie religiösen und sozialen Ritualen (z.B. Begrüßung und Verabschiedung, das Feiern von Initiationsritualen wie Geburt, Taufe, Hochzeit, Tod), in der Verehrung bestimmter Helden (z.B. Jeanne d´Arc, Abraham Lincoln, Wilhelm Tell, Mahatma Gandhi) und in kulturellen Symbolen (z.B. die Landesflagge, der Berg »Fuji«, das Gebäude »Reichstag«, das [frühere] World Trade Center) sichtbar werden.⁹ Die Werte, die innerhalb einer Kultur eine besondere Bedeutung haben, entstehen durch das gemeinsame Handeln und die allgemeine, unhinterfragte Anerkennung dieser Werte. Sie entstehen prozesshaft und ungesteuert und sie werden normalerweise in früher Kindheit dadurch erlernt, dass ein Verstoß gegen entsprechende Normen je nach der Bedeutung der Werte mehr oder weniger stark sanktioniert wird.

Weil die Werte, die Mitglieder einer Kultur miteinander teilen, bereits sehr früh erworben und normalerweise nicht hinterfragt werden, sind sie ihren Mitgliedern meist nicht bewusst. Und auch soziale Verhaltensweisen wie der Körperabstand von Individuen während einer Unterhaltung, die Intensität von Blickkontakten oder die subjektive Wahrnehmung von Zeit¹⁰ werden nicht bewusst und gezielt gesteuert, sondern eher intuitiv eingehalten. Erst im Kontakt mit Vertretern einer anderen Kultur kann es zu Irritationen kommen, wenn beispielsweise ein Araber einem Deutschen »auf die Pelle rückt« (sehr geringer Körperabstand), was vom Deutschen als unangenehm und aufdringlich empfunden wird.

Kulturelle Elemente, also bestimmte Werte aber auch Praktiken, bieten in zweierlei Hinsicht Schutz. Zum einen bieten sie der Gruppe Identität, da sie ein relativ einheitliches Verhalten herbeiführen und damit eine gewisse Stabilität und Sicherheit suggerieren. Zum anderen erlauben sie es auch dem Individuum, sich innerhalb der Gemeinschaft so konform zu verhalten, dass es akzeptiert wird und seine Stellung innerhalb der Gruppe finden kann.

Kulturen können als Vorurteile über die Wahrheit aufgefasst werden, bei der Menschen ihre Wahrnehmung der Wirklichkeit interpretieren und diese individuelle, subjektive Interpretation in der Kommunikation und im gemeinsamen Handeln abgleichen.¹¹

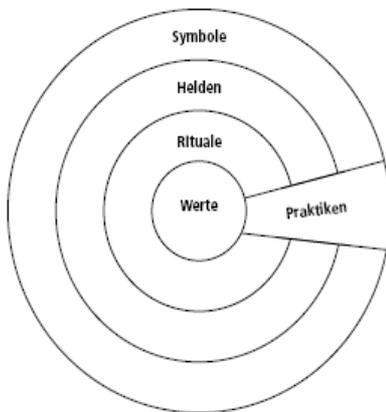
⁸ Keller, Rudi (1994). Sprachwandel. 2. Aufl. Tübingen: Francke, S. 90

⁹ Hofstede, Geert (2001). Lokales Denken, globales Handeln. 2. Aufl. München: Beck, S. 9

¹⁰ Levine, Robert (2001). Eine Landkarte der Zeit. Wie Kulturen mit Zeit umgehen. München: Piper

¹¹ Luhmann, Niklas (1987). Soziale Systeme. Frankfurt/M.: Suhrkamp

Hofstede hat in seinem Zwiebelmodell (von außen: Symbole, Helden, Rituale, Werte) zwischen den unsichtbaren impliziten kulturellen Werten unterschieden, die



durch die quer dazu laufenden „Praktiken“ einer Kultur zum Ausdruck kommen.

Ein anderes Modell stellt das Eisberg-Modell dar, das sagt, dass Verhaltensweisen, die Art sich zu kleiden oder die Essenszubereitung der sichtbare Teil einer Kultur ist, hinter dem sich der viel größere und bedeutsame unsichtbare Teil verbirgt: Glaubenssätze, Werte, Empfinden, Stimmungen und Einstellungen.

Wie Bateson und Watzlawick gezeigt haben, besteht Kommunikation immer aus einer Inhalts- und einer Beziehungsebene.¹² Und so vermitteln auch Produkte des Interface-Design nie immer

nur die reinen Daten und Informationen, sondern zugleich auch einen kulturellen Gehalt, der sich durch die Art und Weise der Darstellung und Präsentation zeigt.

Stufen des interkulturellen Interface-Design

Es gibt drei Stufen des interkulturellen Interface-Design. Das Interface-Design der ersten Ordnung beschäftigt sich mit der kulturellen Kodierung von Zeichen, also der Art und Weise, wie Informationen dargestellt werden. Das Interface-Design der zweiten Ordnung berücksichtigt Formen der kulturellen Wahrnehmung, die sogenannten kulturellen Dimensionen. Im Interface-Design der dritten Ordnung geht es um die Auseinandersetzung mit Kultur in ihrer Gesamtheit und Komplexität.

Während sich beim Interface-Design 1 noch sehr konkrete Hinweise auf die Gestaltung von Informationen geben lassen, wird es mit zunehmender Stufe komplexer, komplizierter und immer weniger auf rasch erlernbare Regeln reduzierbar.

Interface-Design der ersten Ordnung beschäftigt sich mit den semiotischen Systemen einer Kultur. Für Ernst Cassirer ist Kultur ein System der »symbolischen Formen«¹³ und die Zeichenebene einer Kultur ist Ausdruck ihrer innersten Werte, denn »jede Kultur stellt sich dar«¹⁴, muss sich darstellen, um sichtbar zu sein – für ihre Mitglieder zur Identifikation durch Schaffung eines »Wir«-Gefühls und für Menschen fremder Kulturen zur Abgrenzung als eine Art Revierverhalten – die Ethnologie spricht hier von »limitischen Symbolen«¹⁵.

Kulturelle Symbole sind Sprache und Körpersprache, die Art und Weise, sich zu kleiden, die Gestaltung von Wohn- und Arbeitsräumen und öffentlichen Orten, die Verehrung bestimmter Helden als Ikonen der Kultur¹⁶, die Art und Weise, zu schrei-

¹² Watzlawick, Paul / Beavin, Janet H. / Jackson, Don D. (1996). Menschliche Kommunikation. 9. Aufl. Bern: Huber

¹³ Ernst A. Cassirer (1994). Philosophie der symbolischen Formen. 2. Aufl. Darmstadt: Wiss. Buchges.

¹⁴ Sundermeier, Theo (1996). Den Fremden verstehen. Eine praktische Hermeneutik. Göttingen: Vandenhoeck, S. 159

¹⁵ Sundermeier 160 W.E. Mühlmann

¹⁶ Barthes, Roland (2003). Mythen des Alltags. Frankfurt/M.: Suhrkamp

ben, die Verwendung von Typographie, von Bildern und Symbolen, der Einsatz von Farben und vieles andere mehr.¹⁷

Die spezifischen Zeichen einer Kultur sind ihren Mitgliedern geläufig und vertraut, werden aber oft nicht als kulturspezifische Zeichen wahrgenommen, weil sie zu selbstverständlich sind. Die Symbole der anderen Kultur werden »nur durch einen Filter wahrgenommen. Der Vereinfachungsmechanismus hilft, den Feind oder Freund auszumachen und Zuordnungen vornehmen zu können. Stereotypenbildungen, Etikettierungen sind schnell bei der Hand und gehören zum Mechanismus der Grenzziehung und Ausgrenzung.«¹⁸ Beim Interface-Design der ersten Ordnung gilt es, durch den Einsatz kulturspezifischer Zeichen das Verständnis der Informationen zu erleichtern (Rot z.B. ist in China eben keine Warnfarbe, sondern die Farbe des Glücks), aber auch, Vertrauen zu erzeugen.

Kulturspezifische Zeichen haben zwei Arten von Bedeutungen. Die erste Art vollzieht sich auf der emotionalen Ebene und spricht das Zugehörigkeitsgefühl zur und die Identität mit der Kultur an. Die zweite Form der Bedeutung ist eine semantische, indem die Zeichen für etwas stehen. Informationsdesigner sollten diese Ebenen nicht verwechseln und sie beide gleichberechtigt berücksichtigen.

Analysebeispiele

Wendy Barber und Albert Badre haben sog. Cultural Marker definiert, worunter sie Elemente des Interface-Designs verstehen, die innerhalb einer kulturellen Gruppe weit verbreitet und bevorzugt sind und die eine kulturelle Verbundenheit anzeigen. Für ihre Studie der Culturability Inspection Method identifizierten sie kulturelle Marker und Muster auf Web Sites wie die Verwendung von Icons und Metaphern (z.B. Uhr, Zeitung, Buch, Seite, Stempel, Musiknote etc.), Farben, den Einsatz von Bildern und nationalen Symbolen (z.B. Flaggen), die Gruppierung von Elementen auf einer Web-Seite (symmetrisch, asymmetrisch, zentriert etc.), die verwendeten Sprachen, geographische Elemente (z.B. Landkarten, Umrisse, Erdkugeln), die generelle Richtung (von links nach rechts, von rechts nach links, zentriert), den Einsatz von Ton (Sprache oder Musik), die Verwendung von typographischen Elementen, die Markierung von Links, den Einsatz von geometrischen Elementen (Quadrat, Kreis, Dreieck, Linie, Pfeile) und das Zeigen von Gebäuden (Regierungsgebäude, Wohnhaus, Kirche, Büro, Skyline einer Stadt).

In ihrer Analyse mehrerer hunderter Web-Sites¹⁹ haben sie nachgewiesen, dass Cultural Markers die Nutzbarkeit von Software-Interfaces und Informationsprodukten stark beeinflussen. »Ultimately, we argue, cultural markers can directly impact user performance, hence the merging of culture and usability.«²⁰ Dabei unterscheiden sie zwischen »culturally deep sites«, also jenen Sites, die die Landessprache verwenden und auf Sites der eigenen Kultur verlinken, und den »culturally shallow sites«, den

¹⁷ In diesem Zusammenhang spielen auch Gerüche eine wesentliche Rolle. USA-Besucher z.B. kennen den spezifischen Geruch in Bürogebäuden, der durch die verwendeten Reinigungsmittel erzeugt wird. Oder auch der typische Geruch in englischen Häusern, der durch die Verwendung von Gas zum Heizen und Kochen zustande kommt.

¹⁸ Sundermeier, Theo (1996). Den Fremden verstehen. Eine praktische Hermeneutik. Göttingen: Vandenhoeck, S. 160

¹⁹ Barber, Wendy / Badre, Albert (1998): Culturability: The Merging of Culture and Usability. <http://www.research.att.com/conf/hfweb/proceedings/barber/> (Zugriff: 26.7.04)

²⁰ Barber, Wendy / Badre, Albert (1998): Culturability: The Merging of Culture and Usability. <http://www.research.att.com/conf/hfweb/proceedings/barber/> (Zugriff: 26.7.04)

Sites, die eine Fremdsprache (meistens Englisch) verwenden und auf Seiten außerhalb der Kultur verweisen.

In dieser Studie wird der spezifische Einsatz der Sites allerdings vernachlässigt, also die Frage, ob eine Regierungs-Site anders mit nationalen Symbolen wie beispielsweise Flaggen und spezifischen Farben umgeht als eine Tourismus-Site oder die Site einer Computerfirma.

Aufbauend auf dem Konzept der cultural markers haben Sheppard und Scholtz mit Hilfe einer kommerziellen Site die kulturellen Unterschiede zwischen Nutzern im Mittleren Osten und Nordamerika untersucht.²¹ Dabei wurden aus der Original-Site zwei Ausgaben entwickelt, die kulturspezifische cultural markers enthielten, für den Mittleren Osten waren das verschnörkelte Bildschirmschriften, ein grüner Hintergrund und die Anordnung der Navigationsmenüs auf der rechten Seite. Mit Hilfe von Aufgaben wurde der Umgang von Nutzern beider Kulturen mit den beiden Sites untersucht. Es zeigte sich, dass die Versuchspersonen in ihrer Nutzung generell sehr ähnlich vorgehen, aber im Umgang mit der Site der eigenen Kultur ihre Ziele etwas besser erreichten.

Eine ähnliche Untersuchung führte Huangton Sun im Jahre 2001 durch, indem er die landesspezifischen Seiten der Firmen Lotus und Adobe in den Ländern USA, Deutschland, Brasilien und China analysierte.²² Seine Ergebnisse bestätigen die ursprünglichen Grundannahmen von Barber und Badre:²³

- Kultur spielt eine wichtige Rolle im multilingualen Web Site-Design.
- Cultural Markers sind im multilingualen Web-Design erkennbar.
- Cultural Markers können die Usability von multilingualen Web Sites steigern.
- Wenn Kulturelle Marker mit ergonomischen Elementen konkurrieren, entscheiden sich mehr Nutzer für die Usability.
- Nutzer aus verschiedenen Kulturen bevorzugen verschiedene Arten von kulturellen Markern.
- Der aktuelle [d.h. Oktober 2001] Gebrauch von kulturellen Markern auf multilingualen Web Sites ist bisher wenig effektiv.

Sun weist abschließend darauf hin, dass im gezielten Einsatz von kulturellen Markern die besondere Herausforderung der Zukunft liegt.²⁴

Interface-Design der 2. Ordnung und Beispiele

Das Interface-Design der 2. Ordnung geht über die reine Zeichenebene hinaus und versucht, kulturelle Muster (patterns) zu definieren. Dabei sollte deutlich sein, dass es sich bei diesen Mustern um Beschreibungsmodelle für Phänomene der Wirklichkeit handelt.

²¹ Charles Sheppard / Scholtz, Jean (1999): The Effects of Cultural Markers on Web Site Use.

[<http://zing.ncsl.nist.gov/hfweb/proceedings/sheppard/>] Zugriff: 28.7.04

²² Sun, Huantong (2001): Building a culturally-competent corporate web site: an exploratory study of cultural markers in multilingual web design. In: Proceedings of the 19th annual international conference on Computer documentation. Sante Fe, New Mexico, USA, pp. 95-102.

²³ Sun, Huantong (2001): Building a culturally-competent corporate web site: an exploratory study of cultural markers in multilingual web design. In: Proceedings of the 19th annual international conference on Computer documentation. Sante Fe, New Mexico, USA, p. 99.

²⁴ Sun, Huantong (2001): Building a culturally-competent corporate web site: an exploratory study of cultural markers in multilingual web design. In: Proceedings of the 19th annual international conference on Computer documentation. Sante Fe, New Mexico, USA, p. 101.

Die Anthropologinnen Ruth Benedict (1887 - 1948) und Margaret Mead (1901 - 1978) entwickelten die These, dass sich alle Gesellschaften und Kulturen unseres Planeten mit den gleichen sozialen Grundproblemen auseinandersetzen, auch wenn ihre Antworten auf diese Fragen sehr unterschiedlich sind. Die erste Konkretisierung dieser These geschah durch Alex Inkeles und Daniel Levinson in einer Untersuchung im Jahre 1954, in der die Autoren folgende anthropologischen Grundprobleme identifizierten:

- Das Verhältnis des Individuums zu Autorität
- Die Beziehung des Individuums zur Gruppe
- Die Wahrnehmung von Maskulinität und Feminität
- Die Art und Weise des Umgangs mit Konflikten und Aggressionen sowie
- der Ausdruck von Gefühlen

Dieses Konzept hat Geert Hofstede in den 90er Jahren des 20. Jahrhunderts aufgegriffen und mit Hilfe einer Studie zu verifizieren und zu detaillieren versucht. Mittels Fragebögen, die er an Mitarbeiter der Firma IBM in über fünfzig Ländern verteilte²⁵, untersuchte er die kulturellen Ausprägungen folgender anthropologischer Grundprobleme:²⁶

- Soziale Ungleichheit, einschließlich des Verhältnisses zur Autorität.
- Die Beziehung zwischen Individuum und der Gruppe.
- Vorstellungen von Maskulinität und Feminität: die sozialen Auswirkungen, als Junge oder Mädchen geboren zu sein.
- Die Art und Weise, mit Ungewissheit umzugehen, und zwar in Bezug auf die Kontrolle von Aggression und Ausdrücken von Emotionen.

Hofstede nennt diese Grundprobleme »Kulturdimensionen« und führt neben den Dimensionen Machtdistanz, Kollektivismus versus Individualismus, Feminität versus Maskulinität und Unsicherheitsvermeidung noch langfristige Orientierung versus kurzfristige Orientierung auf. Mit Hilfe dieses Rasters ist es möglich geworden, Kulturen miteinander zu vergleichen und kulturspezifische Besonderheiten herauszukristallisieren. Dabei darf nicht unerwähnt bleiben, dass es in jeder Kultur eine gewisse Streuung hinsichtlich der Ausprägung dieser Kulturdimensionen gibt. Selbstverständlich beschreiben diese Dimensionen lediglich Tendenzen und es gibt stets einige Ausnahmen, aber grob gesehen sind die Tendenzen doch sehr signifikant.

Richard Lewis argumentiert für diese Betrachtungsweise, wenn er schreibt: »Stereotypisierungen sind gefährlich, bieten aber auf nationaler Ebene einen brauchbaren Leitfaden. Ein bestimmter Däne ähnelt vielleicht einem bestimmten Portugiesen, aber ein dänischer Chor oder eine dänische Fußballmannschaft sind leicht von ihren portugiesischen Pendanten zu unterscheiden. Bei Individuen erweisen sich Verallgemeinerungen von nationalen Eigenheiten als nicht haltbar, aber bei größeren Gruppen sind sie durchaus tragfähig.«²⁷

Fons Trompenaars hat Hofstedes fünf Dimensionen erweitert und unterteilt sie in Universalismus versus Partikularismus (universalism versus particularism), Individualismus versus Gemeinschaft (individualism versus communitarianism), Neutralität versus Emotionalität (neutral versus emotional), spezifisch versus diffus (specific

²⁵ Hofstede, Geert (2001). Lokales Denken, globales Handeln. 2. Aufl. München: Beck, S. 17

²⁶ Hofstede, Geert (2001). Lokales Denken, globales Handeln. 2. Aufl. München: Beck, S. 17

²⁷ Lewis, D. Richard (2000). Handbuch internationale Kompetenz. Frankfurt/M.: Campus, S. 44

versus diffuse), Leistungsorientierung versus Statusorientierung (achievement versus ascription), Wahrnehmung von Zeit (attitudes to time) und Wahrnehmung des Raumes, der Umgebung (attitudes to the environment)²⁸

Neben Hofstede und Trompenaars haben einige andere Autoren kulturelle Dimensionen definiert, wie z.B.:

- Nancy J. Adler: Dimensionen: The Nature of the Individual, The Relationship of People to Their World, Individualism versus Collectivism, Doing versus Being, Time Orientation, and Space Orientation,
- John C. Condon und Fathi S. Yousef (25 Kategorien),
- Edward T. Hall: Context, Polychronic or Monochronic Time, Preferred Message Speed (»Beyond Culture«); and Space (»The hidden dimension«.),
- Florence Rockwood Kluckhohn und Fred Strodbeck: Relationship to Nature, Time, Character of Human Nature, Human Action, and Relationships to Others,
- Talcott Parsons: Affectivity-Affective Neutrality, Universalism-Particularism, Diffuseness-Specificity, Ascription-Achievement, and Instrumental-Expressive Orientation,
- David A. Victor: LESCANT-Modell: Language, Environment and Technology, Social Organization, Contexting and Face-Saving, Authority Conception, Non-verbal Communication and Face-to-Face Negotiations, and Conceptions of Time, und
- Quincy Wright: Rate of Economic Progress, Rate of Political Decentralization, Degree of Power, Rate of Development of International Trade and Communication, Rate of Technological Development, and Resources.²⁹

Der Brite Richard Lewis entwickelte noch eine andere Einteilung von Kulturen, die er in drei große Gruppen aufteilte: Linear-aktive Kulturen, multi-aktive Kulturen und reaktive Kulturen.

»Für linear-aktive Kulturen ist charakteristisch, dass man aufeinander folgende Handlungsschritte plant, organisiert und durchführt und immer nur eine Sache zurzeit erledigt. In diese Kategorie fallen zum Beispiel Deutsche und Schweden. Zur Gruppe der multi-aktiven Kulturen gehören jene lebhaften, redseligen Völker, die viele Dinge gleichzeitig tun und ihre Prioritäten nicht nach einem festen Zeitplan setzen, sondern nach der relativen Unterhaltsamkeit oder Bedeutung der einzelnen Verabredung. In dieser Gruppe findet man zum Beispiel Italiener, Lateinamerikaner und Araber.

In reaktiven Kulturen legt man großen Wert auf Höflichkeit und Respekt, hört seinem Gesprächspartner ruhig und aufmerksam zu und geht einfühlend auf die Vorschläge der anderen Seite ein. Zu dieser Gruppe gehören Chinesen, Japaner und Finnen.«³⁰

Die Probleme entstehen, wenn Vertreter dieser drei sehr unterschiedlichen Kulturgruppen zusammentreffen. Weil sich ihre Erwartungen und Wertmaßstäbe nicht decken, wird es zwangsläufig Probleme geben. Während beispielsweise ein Vertreter einer linear-aktiven Kultur sehr zielstrebig versucht, einen Zeitplan einzuhalten und

²⁸ Trompenaars, Fons / Hampden-Turner, Charles (1997). *Riding the Waves of Culture*. 2nd edition London, S. 8–10

²⁹ Eine gute Übersicht über die verschiedenen Weisen der Definition von Kulturdimensionen findet sich in der Diplomarbeit von Valentina-Johanna Baumgartner »A Practical Set of Cultural Dimensions for Global User-Interface Analysis and Design«. Graz 2003 [http://mavas.at/val/de/ausbildung05_diplomarbeit00.asp]

³⁰ Lewis, D. Richard (2000). *Handbuch internationale Kompetenz*. Frankfurt/M.: Campus, S. 13

sich an Termine und Absprachen zu halten, zeigt der Mensch einer multi-aktiven Kultur eine wesentlich größere Flexibilität und kann viel spielerischer mit »Störungen« und Veränderungen umgehen. Die Beziehungen zu Personen sind wichtiger als vorgegebene Termine und Fakten. Beide Seiten halten ihr Vorgehen für das effizientere und kommen oft schwer mit dem Verhalten des Anderen klar, so entstehen zwangsläufig Irritationen.

Interface-Design der 3. Ordnung und Modelle des Begegnens

Interface-Design der dritten Ordnung setzt sich mit der Fremdartigkeit anderer Kulturen auseinander. Während sich das Interface-Design der ersten Ordnung mit Zeichen als Ausdruck von kulturellen Werten auseinandersetzt, und sich das Interface-Design der zweiten Ordnung mit dem sozialen Verhalten beschäftigt, geht es im Interface-Design der dritten Ordnung darum, den Menschen einer fremden Kultur in seiner Fremdheit, also in seiner Andersartigkeit zu verstehen. Dabei geht es um die »Überzeugung, dass Verstehen Voraussetzung und Grundlage jeder Kommunikation ist.«³¹ Und das Ziel ist es, die Welt mit den Augen des Anderen zu sehen (wenigstens ansatzweise) und eine humane Begegnung der Kulturen zu ermöglichen. Das Sich-einlassen auf den Anderen kann dazu führen, dass sich mehr ereignet, als die Zeichen (Interface-Design der ersten Ordnung) oder sozialen Wertssysteme (Interface-Design der zweiten Ordnung) einer fremden Kultur wahrzunehmen. Es kann dazu führen, dass die andere Kultur zum Teil zur eigenen Kultur wird und die Kommunikation nicht nur vor dem eigenen kulturellen Hintergrund geschieht, sondern auf der Folie der anderen Kultur selbst. Damit wäre ein echter Dialog ermöglicht. Theo Sundermeier hat in Anknüpfung an die Forschungen von Tzvetan Todorov³² vier Modelle der Begegnung mit dem Fremden definiert. Der erste Typus ist der, den Fremden als eigentlich Gleichen wahrzunehmen, der höchstens vorübergehend fremd ist. Dieses Modell basiert auf dem Gleichheitsprinzip, dessen Grundlage die Menschenwürde ist. »Kulturelle Unterschiede, religiöse Differenzen, rassische Fremdheiten können und dürfen nicht zählen, auch wenn sie im faktischen Umgang miteinander eine Rolle spielen und im Verstehensprozess beachtet und in ihrer Bedeutung gewichtet werden müssen.«³³ Eigentlich negiert dieses Modell die Fremdheit und ermöglicht deshalb auch nicht ein Verstehen der Andersartigkeit. Das zweite Modell – das Alteritätsmodell – respektiert die Andersartigkeit und strebt nicht die kulturelle oder zivilisatorische Gleichheit der Menschen an. »Es geht darum, die Vielfalt wahrzunehmen und in ihr die Andersheit des anderen zu akzeptieren und den Verstehensprozess zu initiieren. Dass Fremdheit Angst weckt und Neugier, sind Alltagserfahrungen, die beachtet werden müssen.«³⁴ Allerdings führt die »einseitige Betonung der asymmetrischen dualen Begegnung«³⁵ dazu, dass die Trennung bestehen bleibt und es keinen echten dialogischen Austausch gibt. Das dritte Modell – das Komplementaritätsmodell – sieht den Anderen als Ergänzung und Erweiterung der eigenen Person und der eigenen Kultur an. Somit wird es

³¹ Sundermeier, Theo (1996). Den Fremden verstehen. Eine praktische Hermeneutik. Göttingen: Vandenhoeck, S. 7

³² Todorov, Tzvetan (1982). Die Eroberung Amerikas. Das Problem des Anderen. Frankfurt/M. 1982

³³ Sundermeier, Theo (1996). Den Fremden verstehen. Eine praktische Hermeneutik. Göttingen: Vandenhoeck, S. 129 f.

³⁴ Sundermeier, Theo (1996). Den Fremden verstehen. Eine praktische Hermeneutik. Göttingen: Vandenhoeck, S. 130

³⁵ Sundermeier, Theo (1996). Den Fremden verstehen. Eine praktische Hermeneutik. Göttingen: Vandenhoeck, S. 130

zum Material, das die eigene Kultur erweitert. Für Sundermeier ist dies eine typisch abendländische Wahrnehmungsweise »Das Fremde kann offenbar als Fremdes nicht wahrgenommen werden. Wohin der Europäer auch blickt, er schaut in einen Spiegel und sieht den anderen als Spiegelbild seiner selbst oder aber spiegelverkehrt, als die Negation seiner selbst. [...] Die daraus folgende ethische Haltung dem Fremden gegenüber lautet: Assimilation oder Unterwerfung, resp. Vernichtung. In beidem war das Abendland effektiv.«³⁶ Der Fremde wird zum »alter ego in positiver oder negativer Gestalt«.³⁷

In Abgrenzung zu den ersten drei Modellen schlägt Sundermeier ein viertes Modell der Begegnung mit dem Fremden vor, das »Frontmodell«, »das zum Verstehen führt, indem ein Dreifaches festgehalten wird: Die Identitäten der sich Begegnenden, ihre unaufkündbare Zusammengehörigkeit und ein Aufeinanderangewiesensein, das zur Anerkennung führt. Das kommt der Verwirklichung eines Paradoxes gleich: Bei sich selbst und gleichzeitig beim Fremden sein, Fremdheit akzeptieren, die dennoch Vertrautheit nicht unmöglich macht, Distanz halten, die Nähe ist und ein Mitsein mit dem anderen einschließt.«³⁸

Sundermeiers Modell basiert auf dem buddhistischen Ansatz der Kyoto-Schule³⁹, der über die Definition des Begriffs *sunyata*⁴⁰ die Beziehung zweier Dinge zueinander veranschaulicht. »Wenn zwei Zimmer A und B durch eine Wand (W) abgeteilt sind [...], so ist die Wand (W) eine unentbehrliche Komponente beider Zimmer, da ein Zimmer ohne Wände nicht möglich ist.«⁴¹

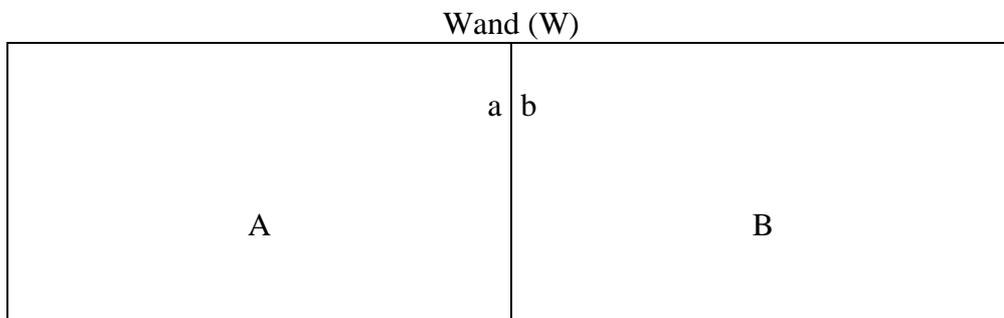


Bild: Sundermeier⁴²

In diesem buddhistischen Modell der »Front-Struktur«⁴³ wird die Beziehung von Kulturen als bewegliche Wand angesehen, wobei das deutsche Wort »Front«, das auch im japanischen Originaltext verwendet wird, im komplexen Bedeutungszusammenhang verstanden werden muss: Die repräsentative Gebäudefront, das menschliche Gesicht, aber auch die militärische Front. Die Abbildung verdeutlicht dieses Konzept: Die eigene Konstitution und Identität hängt von dem Vorhandensein

³⁶ Sundermeier, Theo (1996). Den Fremden verstehen. Eine praktische Hermeneutik. Göttingen: Vandenhoeck, S. 24

³⁷ Sundermeier, Theo (1996). Den Fremden verstehen. Eine praktische Hermeneutik. Göttingen: Vandenhoeck, S. 24

³⁸ Sundermeier, Theo (1996). Den Fremden verstehen. Eine praktische Hermeneutik. Göttingen: Vandenhoeck, S. 132

³⁹ Nishintani, Keiji: Ku to Soku. In: Bukkyo Shiso (Buddhistische Gedanken), hrsg. von Saisagu, M., Tokyo, Risosha, 1982, Bd. 5, 4 ff.

⁴⁰ *sunyata* ist einer der zentralen Begriffe des buddhistischen Denkens. Wörtlich bedeutet *sunyata* Leerheit, Nullheit, bezeichnet aber im buddhistischen Denken Non-Substantialität alles Seienden: Nichts hat den zureichenden Grund in sich selbst. (Yagi, Seiichi (1988). Die Front-Struktur als Brücke vom buddhistischen zum christlichen Denken. München: Chr. Kaiser, S. 23)

⁴¹ Yagi, Seiichi (1988). Die Front-Struktur als Brücke vom buddhistischen zum christlichen Denken. München: Chr. Kaiser, S. 23

⁴² Sundermeier, Theo (1996). Den Fremden verstehen. Eine praktische Hermeneutik. Göttingen: Vandenhoeck, S. 133

⁴³ Seiichi Yagi: Die Front-Struktur als Brücke vom buddhistischen zum christlichen Denken. München 1988

des Anderen ab, die Wand trennt und verbindet zugleich, sie verdeutlicht sowohl Differenz als auch Zusammengehörigkeit. Sie ist durchlässig, verbindet und trennt. Es findet ein Austausch statt, aber keine Synthese. So wird der Fremde zum Mitkonstituenten der eigenen Wirklichkeit.

Die Begegnung in diesem Modell ist von starker Empathie bestimmt und von einer Haltung, Hörender und Lernender auf der Basis von Geduld und Bescheidenheit⁴⁴ zu sein. Grundlage davon ist der grenzenlose Respekt vor der Andersartigkeit. »Respekt kennt noch das Erstaunen über den anderen und Fremden. Im Erstaunen schlägt mein Herz. Staunen ist die Mutter der Philosophie, sagen die Griechen. Das Erstaunen jedoch ist der Urgrund der Hermeneutik. Im Erstaunen bin ich offen für das Geringe, Unansehnliche und entdecke darin Andersartigkeit, Schönheit, Vielfalt. Wer erstaunt ist, kann Dissonanzen gelassen ertragen und sucht nicht vorschnell nach Harmonie, denn auch die Dissonanz gehört zum vollen Klang des Lebens.«⁴⁵

»Man muss lernen, für eine Weile die Schuhe der eigenen Kultur auszuziehen und sich »barfuss« unter den anderen zu bewegen.«⁴⁶

⁴⁴ Sundermeier, Theo (1996). Den Fremden verstehen. Eine praktische Hermeneutik. Göttingen: Vandenhoeck, S. 165

⁴⁵ Sundermeier, Theo (1996). Den Fremden verstehen. Eine praktische Hermeneutik. Göttingen: Vandenhoeck, S. 184 f.

⁴⁶ Sundermeier, Theo (1996). Den Fremden verstehen. Eine praktische Hermeneutik. Göttingen: Vandenhoeck, S. 34