

Gerhard M a l e t z k e

INTERKULTURELLE KOMMUNIKATION UND  
PUBLIZISTIKWISSENSCHAFT

Sonderdruck aus: Publizistik 11, 1966

With my best greetings!

J. M.

## INTERKULTURELLE KOMMUNIKATION UND PUBLIZISTIKWISSENSCHAFT

Jede Wissenschaft überschneidet sich mit anderen Fachgebieten. Für die Publizistikwissenschaft gilt dies in besonderem Maße; ihr Forschungsobjekt erstreckt sich in fast alle Bereiche menschlichen Daseins, und so ist diese Wissenschaft besonders darauf angewiesen, die Arbeiten ihrer Nachbarn zu beobachten und daraufhin zu überprüfen, wieweit deren Konzepte, Methoden und Ergebnisse auch publizistikwissenschaftlich relevant sind. Die Publizistikwissenschaft kann ihre Aufgaben nur lösen, wenn sie ihre Grenzen ständig offenhält und wenn sie bereit ist, von allen Seiten her neue Hinweise und Impulse aufzunehmen, wenn sie also jede Abkapselung in ihrem „wesenseigenen“ Felde vermeidet.

Zu den jüngsten Nachbarn der Publizistikwissenschaft gehört die sozialwissenschaftliche Kommunikationsforschung. Die Publizistikwissenschaft hat es in den vergangenen Jahren überraschend schnell und intensiv verstanden, die Grundgedanken, Methoden und Erkenntnisse dieser neuen Forschungsrichtung in sich aufzunehmen und für ihre eigenen Aufgaben fruchtbar zu machen. Dieser Prozeß vollzog sich so reibungslos, daß es schwer, wenn nicht gar unmöglich ist, heute noch präzise zu bestimmen, wo die Publizistikwissenschaft aufhört und wo die sozialwissenschaftliche Kommunikationsforschung einsetzt.<sup>1</sup> Nun darf jedoch die Publizistikwissenschaft nicht glauben, alles integriert zu haben, was die Kommunikationsforschung ihr zu bieten hat; vielmehr muß sich der Publizistikwissenschaftler der Tatsache bewußt sein, daß die Kommunikationsforschung in sich höchst dynamisch und entwicklungsfähig ist. Die Publizistikwissenschaft wird gut daran tun, auch weiterhin die Entwicklung der Kommunikationsforschung aufmerksam zu verfolgen. Die Chance, von dorthier neue Anregungen und Konzepte zu empfangen, soll im folgenden kurz am Beispiel eines noch sehr jungen Zweiges der Kommunikationsforschung demonstriert werden: am Beispiel des Studiums der interkulturellen Kommunikation.

Der Themenkreis der interkulturellen Kommunikation ist allerdings für die Wissenschaft nicht absolut neu. Sowohl in der Kommunikationsforschung als auch in der deutschen Publizistikwissenschaft und in verschiedenen anderen Disziplinen wurden schon immer hier und da einzelne Probleme der interkulturellen Kommunikation behandelt. Doch nahmen zunächst diese Arbeiten nur eine wenig beachtete Randstellung ein, und sie wurden recht zufällig, ohne Systematik und gegenseitige Abstimmung durchgeführt.

Im Unterschied zur Publizistikwissenschaft begriff die sozialwissenschaftliche Kommunikationsforschung bereits vor Jahren, daß hier ein theoretisch wie praktisch äußerst wichtiger Problemkreis seiner Erforschung harret.<sup>2</sup> Sie erkannte sehr klar die Kommunikations-Revolution, die heute in der ganzen Welt sowohl das Leben innerhalb der Nationen als auch die Beziehungen zwischen Nationen oder Kulturen grundlegend verändert. Aus dieser Einsicht entstand — wenngleich vorläufig nur in Ansätzen, sehr pragmatisch und ohne umfassendes theoretisches Konzept — die wissenschaftliche Untersuchung der interkulturellen Kommunikation als ein neues Teilgebiet der Kommunikationsforschung.

In der hier gebotenen Kürze werden im folgenden drei Fragen erörtert, die sich aus dieser Situation ergeben:

- I. Was ist interkulturelle Kommunikation?
- II. In welchen Formen und Bereichen vollzieht sich interkulturelle Kommunikation und welche psychologischen und soziologischen Aspekte weist der Prozeß der interkulturellen Kommunikation auf?
- III. Was bedeutet die Erforschung der interkulturellen Kommunikation für die Publizistikwissenschaft?

#### I.

Unter interkultureller Kommunikation verstehen wir die Kommunikationsprozesse zwischen Individuen oder Gruppen verschiedener Kulturen. Der Begriff der interkulturellen Kommunikation hängt also davon ab, was mit „Kultur“ gemeint ist. Wir verzichten darauf, hier in die uferlose Diskussion über den Kulturbegriff einzutreten und begnügen uns damit, eine Fassung von Kroeber und Kluckhohn anzuführen: „Culture consists of patterns, explicit and implicit, of and for behavior acquired and transmitted by symbols, constituting the distinctive achievement of human groups, including their embodiments in artifacts; the essential core of culture consists of traditional (i. e. historically derived and selected) ideas and especially their attached values; culture systems may, on the one hand, be considered as products of action, on the other as conditioning elements of further action.“<sup>3</sup>

Doch ist auch diese Fassung so allgemein, daß man den Umfang dessen, was Kultur sein soll, je nach der Sichtweise einengen oder ausweiten kann, indem man das Augenmerk mehr auf die Verschiedenheiten oder mehr auf die Gemeinsamkeiten der Menschen einer Gruppe oder Population richtet. Aus der Nähe gesehen weisen schon kleine Gruppen eine eigene Kultur auf; aus größerem Abstand dagegen lassen sich viele kleinere Gruppen zu einer größeren, übergreifenden Kultur zusammenfassen. In unserem Zusammenhang sind mit „Kulturen“ derartige größere Populationen gemeint, die durch eine weitgehende Einheitlichkeit ihrer Anschauungs- und Erlebensformen, ihrer Sitten, Normen und Verhaltensweisen und zumeist (aber nicht unbedingt) auch durch eine gemeinsame Sprache gekennzeichnet sind.

Interkulturelle Kommunikation ist dann der Prozeß der Gedanken- und Bedeutungsvermittlung zwischen einzelnen Menschen oder Gruppen, die verschiedenen Kulturen (in diesem Sinne) angehören.

Nicht selten wird in der amerikanischen Literatur auch der Begriff der *internationalen Kommunikation* verwendet, und nicht immer ist zu erkennen, ob und wo begriffliche Unterschiede zwischen interkultureller und internationaler Kommunikation bestehen.<sup>4</sup> In der Regel pflegt man jedoch unter *internationaler Kommunikation* die Kommunikation *zwischen Ländern*, also über Staatsgrenzen hinweg, zu verstehen. Akzeptieren wir diese Fassung, so bedeutet das: Internationale und interkulturelle Kommunikation können identisch sein, sie sind es aber durchaus nicht immer. Einerseits gibt es internationale Kommunikation zwischen Menschen, die durch Staatsgrenzen voneinander getrennt sind, aber einer gemeinsamen Kultur angehören (und oft auch eine gemeinsame Sprache sprechen); auf der anderen Seite begegnen wir interkultureller Kommunikation auch *innerhalb* eines Staatsgebildes, nämlich dann, wenn in einem Staat Menschen verschiedener Kulturen (und oft auch verschiedener Sprachen) leben und miteinander kommunizieren.<sup>5</sup> Beide Fälle treffen wir heute wegen der historischen „Zufälligkeit“ zahlreicher Staatsgrenzen in fast allen Regionen der Erde an.

In unserem Zusammenhang geht es primär um Fragen der interkulturellen, gelegentlich aber auch um Fragen der internationalen Kommunikation. Eine strenge Trennung zwischen beiden Begriffen ist bei einem solchen großen Überblick weder immer nötig noch überall möglich.

## II.

Wenngleich bereits zahlreiche Studien über Probleme der interkulturellen Kommunikation vorliegen, fehlt es doch noch an einer ausgereiften und abgerundeten Theorie und Systematik dieses Forschungsgebietes. Aufgabe einer solchen Theorie wäre es einmal, den Standort der interkulturellen Kommunikation im gesamten Raum der Kommunikation überhaupt zu bestimmen; zum anderen müßte sie die wesenseigenen Merkmale dieser speziellen Form von Kommunikation herausarbeiten, das heißt sie müßte zeigen, wo, in welchem Umfang und auf welche Weise die *interkulturelle* Kommunikation charakteristisch von der Kommunikation *innerhalb* einer Kultur abweicht. Da eine solche Theorie nicht vorliegt, können wir den folgenden Überlegungen kein solides System zugrundelegen. Wir beschränken uns darauf, einen knappen Überblick über die wichtigsten Bereiche und Instrumente sowie über einige psychologische und soziologische Aspekte der interkulturellen Kommunikation zu geben.

1. Interkulturelle Kommunikation vollzieht sich heute auf fast allen Sektoren zwischenmenschlicher Begegnung. Kommunikation zwischen Menschen oder Menschengruppen verschiedener Kulturen geschieht (a) im Bereich der Politik (Diplomatie, Regierungsbesuche, Reisen von Parteifunktionären und -delegationen); (b) in der Wissenschaft (Bücher, Fachzeitschriften, Korrespondenz, Materialaustausch, Austausch von Professoren und Studenten); (c) in Kunst und Kultur (Bücher, Zeitschriften, Ausstellungen, Lesungen, Besuche, Gastspiele); (d) im wirtschaftlichen Bereich (Korrespondenz, Besuche, Zeitschriften, Tagungen, Ausstellungen); (e) in der Technik (Besuche, Expertentätigkeit, Fachzeitschriften, Ausstellungen); (f) auf dem kirchlichen und caritativen Sektor (Missionare, Ärzte, Schwestern, Hilfsaktionen); (g) im Bereich der Publizistik (Informationsaustausch, Auslandskorrespondenten, Reisen von Journalisten und Schriftstellern, Tagungen); (h) im Sport (internationale Wettbewerbe); (i) auf dem militärischen Sektor (Ausbildung, Austausch und Beratung in integrierten Truppen, Besatzung und Gefangenschaft im Krieg); (j) zwischen Institutionen, Verbänden, Interessengemeinschaften usw. (z. B. Gewerkschaften, Rotary-Club, Briefmarkensammler); (k) im Tourismus; (l) im persönlichen privaten Bereich (Briefe, Besuche, Telefongespräche usw. z. B. zwischen Verwandten und Bekannten).

Für das Verständnis der interkulturellen Kommunikation wäre es aufschlußreich zu wissen, wann und wo, in welchen Richtungen, in welchen Formen und in welchem Umfang sich interkulturelle Kommunikation in jedem dieser Bereiche vollzieht. Zu beantworten wären unter anderem Fragen wie diese: In welchen Lebensbereichen gibt es viel, in welchen wenig interkulturelle Kommunikation? Lassen sich in den einzelnen Bereichen Unterschiede qualitativer und quantitativer Art beobachten in der Kommunikation zwischen Industrieländern untereinander, zwischen Industrieländern und Entwicklungsländern, Entwicklungsländern untereinander? Zwischen nichtkommunistischen Ländern untereinander, kommunistischen und nichtkommunistischen Ländern, kommunistischen Ländern untereinander? So ließen sich noch zahlreiche weitere Fragen über die Kommunikationsprozesse in den verschiedenen Lebensbereichen herausarbeiten, Fragen, die zunächst nur auf eine deskriptive Bestandsaufnahme dessen zielen, was an interkultureller Kommunikation überhaupt in der Welt vor sich geht.

Es ist erstaunlich, wie wenig handfestes Material über diesen Fragenkreis vorliegt. Und das wenige vorhandene Material ist sehr ungleich auf die einzelnen Bereiche verteilt. Relativ viele Untersuchungen befassen sich mit der interkulturellen Kommunikation im akademischen Feld<sup>6</sup>, einige mit der Situation in Politik<sup>7</sup>, Wirtschaft<sup>8</sup>, Massenkommunikation<sup>9</sup> und Tourismus<sup>10</sup>, und nur ganz wenige mit den übrigen Bereichen. Hier steht also der künftigen Forschung noch ein weites Aufgabenfeld offen.

2. Fragen wir nun nach den Wegen, Mitteln, Instrumenten, mit denen sich interkulturelle Kommunikation vollzieht, so lassen sich vier Gruppen unterscheiden<sup>11</sup>: (a) Persönlicher Dialog, sei es als direktes (face-to-face) Gespräch oder als indirekte Kommunikation von Person zu Person, etwa durch Briefe, Telefongespräche u. ä.; (b) Massenkommunikation, also Aussagenvermittlung durch Zeitung, Zeitschrift und Buch, durch Film, Hörfunk, Fernsehen, Schallplatte; (c) sonstige publizistische Mittel wie Reden, Ausstellungen, Fahnen, Plakate usw.; (d) demonstrative Handlungen wie Krawalle, Paraden, Aufmarsch von Streitkräften<sup>12</sup>, Ausweisung von Diplomaten u. ä. Auch hier wäre ein zusammenfassender Überblick über die gegenwärtig zu diesem Fragenkreis vorliegenden Untersuchungen speziell unter dem Gesichtspunkt der interkulturellen Kommunikation sehr nützlich.

3. Die psychologische Grundproblematik der interkulturellen Kommunikation wird sichtbar durch die Frage nach dem Verstehen, Nichtverstehen und Mißverstehen zwischen Kulturen. Um diese Problematik in den Griff zu bekommen, um ihr eine tragfähige Grundlage zu schaffen, benutzen wir ein Konzept, das die Psychologie bereits seit geraumer Zeit kennt und mit Erfolg auf sehr verschiedene psychologische Fragestellungen anwendet: das Konzept von der kognitiven Struktur des Menschen.

Beim erwachsenen Individuum hat sich eine bestimmte Art und Weise ausgeprägt, die Welt wahrzunehmen und zu erleben, sie zu interpretieren und zu bewerten. Diese relativ konstante und stabile Weltsicht läßt sich auffassen als Resultante aus einigen wenigen vererbten Dispositionen und einer Vielzahl von Lebenserfahrungen in der dinglichen, sozialen und kulturellen Umwelt. Die Psychologen benutzen für diesen sehr komplexen Tatbestand mehrere Begriffe, die sich zwar im einzelnen nicht völlig decken, im Grundsätzlichen aber doch ein und dasselbe Phänomen intendieren, eben die Tatsache der geprägten Strukturierung menschlichen Umwelterlebens und -bewertens. Zu nennen wären hier Begriffe wie „kognitive Struktur“, „kognitiver Stil“, „Eigenwelt“, „subjektive Erlebniswelt“, „Bezugsrahmen“, „subjektives Wertsystem“, „Wertkonstellation“, „Denkstil“, „Ideologie“ und andere. Es wäre an der Zeit, kann aber nicht unsere Aufgabe sein, diese Begriffe vergleichend zu analysieren, um festzustellen, wie sie sich zueinander verhalten, welchen gemeinsamen und welchen abweichenden Bedeutungsgehalt sie aufweisen und auf welche Sektoren und Teilprozesse des Psychischen sie sich jeweils beziehen. Für unsere Zwecke mag die Feststellung genügen: Jeder erwachsene Mensch besitzt eine relativ stabile „Weltanschauung“ (im wörtlichen Sinne), ein Koordinatensystem, das weitgehend der Art zugrundeliegt, wie der Mensch die Welt sieht und wie er mit ihr umgeht.

Bei einer streng mikropsychologischen Betrachtung erweist sich diese Eigenwelt des Individuums als ein subjektives und persönliches, und das heißt nur dieser einen Person eigenes einmaliges Bezugssystem. Aus größerem Abstand dagegen erscheinen die kognitiven Strukturen von Gruppen oder ganzen Populationen als durchaus ähnlich oder gleichartig. Hier wie überall im menschlichen Leben gilt das Wort von Kluckhohn und Murray: „Every man is in certain respects (a) like all other men, (b) like some other men, (c) like no other man.“<sup>13</sup> Die meisten Menschengruppen, Populationen, Kulturen

zeichnen sich also dadurch aus oder werden dadurch konstituiert, daß sie aus Personen mit gleichartigen kognitiven Strukturen, Erlebniswelten, Ideologien, Bezugs- und Wertsystemen bestehen.<sup>14</sup>

Im übrigen sind diese gemeinsamen, gruppen- oder kultur-spezifischen Weltansichten auf das engste mit der Sprache verbunden. Die gemeinsame Sprache ist Ausdruck und zugleich Determinante der gemeinsamen „Weltanschauung“. Hier liegen sehr komplizierte Interdependenzen, ja zum Teil Identitäten vor, die sich simplifiziert auf die Formel bringen lassen, daß einerseits „die Art und Weise, wie man die Welt wahrnimmt, in hohem Maße bestimmt wird durch die Sprache, die man spricht“<sup>15</sup>, daß zugleich aber die Sprache auch Ausdruck des gruppenspezifischen Welterlebens ist und sich je nach der „Weltanschauung“ und nach den Wünschen, Erwartungen und Motivationen der Gruppen verschieden ausformt und differenziert. Auf diesen Zusammenhängen basiert die Überzeugung zahlreicher Forscher, man könne durch die Analyse der Sprache unmittelbaren Zugang zur kognitiven Struktur einer Gruppe oder Population finden.<sup>16</sup>

Für die Kommunikationsforschung folgt aus diesen psychologischen Fakten: Wieweit Individuen oder Gruppen einander verstehen, nicht verstehen oder mißverstehen, hängt von dem Ausmaß ab, in dem sich die Bezugssysteme, die kognitiven Strukturen der Kommunikationspartner überdecken. Je größer der gemeinsame „weltanschauliche“ Boden ist, umso einfacher und wahrscheinlicher kommt ein adäquates Verstehen zustande. Je weniger Gemeinsamkeiten zwei Bezugssysteme aufweisen, umso schwieriger wird die Verständigung und umso wahrscheinlicher treten Mißverständnisse oder ein völliges Nicht-Verstehen auf.<sup>17</sup>

Da nun interkulturelle Kommunikation dadurch definiert wird, daß sie Kommunikation zwischen Menschen verschiedener Kulturen ist, und da Menschen verschiedener Kulturen in vieler Hinsicht in verschiedenen kognitiven Strukturen leben, sind zunächst einmal — im Hinblick auf die *gesamte* Weltansicht — in der interkulturellen Kommunikation dem Verstehen des Kommunikationspartners in der Regel engere Grenzen gezogen als bei der Kommunikation zwischen Menschen oder Gruppen *innerhalb* einer Kultur. Von Ausnahmen abgesehen, von denen noch zu sprechen sein wird, können wir konstatieren: Das Ausmaß des interkulturellen Verstehens, Mißverstehens oder Nicht-Verstehens hängt vom Umfang der Gemeinsamkeiten und Verschiedenheiten in den kognitiven Strukturen und Weltansichten der beteiligten Kulturen, von deren kognitiver Distanz ab. Dieses Konzept von den psychologischen Hintergründen der interkulturellen Kommunikation deutet zugleich an, was es heißt, eine fremde Kultur zu verstehen und sich ihr — wenn erforderlich — anzupassen: Es bedeutet dies ein Begreifen der fremden Sicht-, Erlebens- und Beurteilungsweise, ein Sich-Aneignen der fremden kognitiven Struktur, das Übernehmen des fremden Bezugssystems. Nur am Rande können wir hier erwähnen, daß ein solcher Verstehens- und Anpassungsprozeß eine Fülle von Problemen und Schwierigkeiten in sich birgt, daß — um nur einige Punkte zu nennen — dieser Prozeß ein hohes Maß an Empathie<sup>18</sup> voraussetzt, daß die Menschen in ihrem Empathie-Vermögen stark variieren, daß es Kulturen mit großer und solche mit geringer Neigung und Bereitschaft zur Empathie gibt<sup>19</sup>, daß interkulturelles Verstehen immer nur bis zu einem gewissen Grade, kaum aber jemals perfekt möglich ist und daß interkulturelles Verstehen und Sich-Anpassen oft als mühsamer und schmerzhafter Prozeß erlebt wird, der nicht selten zu einem „Kulturschock“ führt. Somit bestehen durch die Verschiedenheiten der kognitiven Strukturen vertikale Barrieren zwischen den Kulturen, Barrieren, die das gegenseitige Verstehen erschweren oder verhindern und deren Höhe von der Distanz zwischen den kognitiven Strukturen der beteiligten Kulturen abhängt.

Es ist erstaunlich, wie wenig handfestes Material über diesen Fragenkreis vorliegt. Und das wenige vorhandene Material ist sehr ungleich auf die einzelnen Bereiche verteilt. Relativ viele Untersuchungen befassen sich mit der interkulturellen Kommunikation im akademischen Feld<sup>6</sup>, einige mit der Situation in Politik<sup>7</sup>, Wirtschaft<sup>8</sup>, Massenkommunikation<sup>9</sup> und Tourismus<sup>10</sup>, und nur ganz wenige mit den übrigen Bereichen. Hier steht also der künftigen Forschung noch ein weites Aufgabenfeld offen.

2. Fragen wir nun nach den Wegen, Mitteln, Instrumenten, mit denen sich interkulturelle Kommunikation vollzieht, so lassen sich vier Gruppen unterscheiden<sup>11</sup>: (a) Persönlicher Dialog, sei es als direktes (face-to-face) Gespräch oder als indirekte Kommunikation von Person zu Person, etwa durch Briefe, Telefongespräche u. ä.; (b) Massenkommunikation, also Aussagenvermittlung durch Zeitung, Zeitschrift und Buch, durch Film, Hörfunk, Fernsehen, Schallplatte; (c) sonstige publizistische Mittel wie Reden, Ausstellungen, Fahnen, Plakate usw.; (d) demonstrative Handlungen wie Krawalle, Paraden, Aufmarsch von Streitkräften<sup>12</sup>, Ausweisung von Diplomaten u. ä. Auch hier wäre ein zusammenfassender Überblick über die gegenwärtig zu diesem Fragenkreis vorliegenden Untersuchungen speziell unter dem Gesichtspunkt der interkulturellen Kommunikation sehr nützlich.

3. Die psychologische Grundproblematik der interkulturellen Kommunikation wird sichtbar durch die Frage nach dem Verstehen, Nichtverstehen und Mißverstehen zwischen Kulturen. Um diese Problematik in den Griff zu bekommen, um ihr eine tragfähige Grundlage zu schaffen, benutzen wir ein Konzept, das die Psychologie bereits seit geraumer Zeit kennt und mit Erfolg auf sehr verschiedene psychologische Fragestellungen anwendet: das Konzept von der kognitiven Struktur des Menschen.

Beim erwachsenen Individuum hat sich eine bestimmte Art und Weise ausgeprägt, die Welt wahrzunehmen und zu erleben, sie zu interpretieren und zu bewerten. Diese relativ konstante und stabile Weltsicht läßt sich auffassen als Resultante aus einigen wenigen vererbten Dispositionen und einer Vielzahl von Lebenserfahrungen in der dinglichen, sozialen und kulturellen Umwelt. Die Psychologen benutzen für diesen sehr komplexen Tatbestand mehrere Begriffe, die sich zwar im einzelnen nicht völlig decken, im Grundsätzlichen aber doch ein und dasselbe Phänomen intendieren, eben die Tatsache der geprägten Strukturierung menschlichen Umwelterlebens und -bewertens. Zu nennen wären hier Begriffe wie „kognitive Struktur“, „kognitiver Stil“, „Eigenwelt“, „subjektive Erlebniswelt“, „Bezugsrahmen“, „subjektives Wertesystem“, „Wertkonstellation“, „Denkstil“, „Ideologie“ und andere. Es wäre an der Zeit, kann aber nicht unsere Aufgabe sein, diese Begriffe vergleichend zu analysieren, um festzustellen, wie sie sich zueinander verhalten, welchen gemeinsamen und welchen abweichenden Bedeutungsgehalt sie aufweisen und auf welche Sektoren und Teilprozesse des Psychischen sie sich jeweils beziehen. Für unsere Zwecke mag die Feststellung genügen: Jeder erwachsene Mensch besitzt eine relativ stabile „Weltanschauung“ (im wörtlichen Sinne), ein Koordinatensystem, das weitgehend der Art zugrundeliegt, wie der Mensch die Welt sieht und wie er mit ihr umgeht.

Bei einer streng mikropsychologischen Betrachtung erweist sich diese Eigenwelt des Individuums als ein subjektives und persönliches, und das heißt nur dieser einen Person eigenes einmaliges Bezugssystem. Aus größerem Abstand dagegen erscheinen die kognitiven Strukturen von Gruppen oder ganzen Populationen als durchaus ähnlich oder gleichartig. Hier wie überall im menschlichen Leben gilt das Wort von Kluckhohn und Murray: „Every man is in certain respects (a) like all other men, (b) like some other men, (c) like no other man.“<sup>13</sup> Die meisten Menschengruppen, Populationen, Kulturen

4. Nun vollzieht sich interkulturelle Kommunikation im allgemeinen nicht zwischen Kulturen in toto, sondern zwischen einzelnen Personen oder Gruppen zweier Kulturen. Dabei kommt die interkulturelle Kommunikation nicht wahllos zwischen beliebigen Personen oder Gruppen zustande, sondern in der weitaus überwiegenden Zahl aller Fälle zwischen Kommunikationspartnern, die eine Reihe von Gemeinsamkeiten aufweisen, beispielsweise gleichen Bildungsstand, gemeinsame Interessen, gleichen Beruf, ähnliche Motivationen usw. Der Wissenschaftler wird in einer fremden Kultur vor allem Kontakt mit den dortigen Wissenschaftlern finden, der Künstler mit Künstlern, der Sportler mit Sportlern, und auch Politiker, Geschäftsleute, Techniker, Journalisten, Militärs und Touristen kommunizieren in fremden Kulturen überwiegend mit Menschen gleicher oder ähnlicher Rolle, gleichen Status, ähnlicher Interessen und Motive, kurz mit Partnern, die ihnen in ihren kognitiven Strukturen, in ihren Sicht- und Denkweisen zum mindesten in diesen gemeinsamen Feldern sehr ähnlich sind. Auf Grund dieser Tatsache entwickeln sich quer zu den vertikalen Barrieren, quer zu den Grenzen zwischen Kulturen, also gewissermaßen horizontal, neue Schichten der Kommunikation mit gleichsam kosmopolitischem Charakter. Und zweifellos können diese Gemeinsamkeiten manchmal stärker und verbindender wirken als die anders gelagerten Gemeinsamkeiten der Schichten oder Gruppen *innerhalb* einer Kultur oder eines Landes. Ein deutscher Wissenschaftler versteht sich in mancher Hinsicht mit einem Wissenschaftler aus Frankreich, Nigeria, Indien oder Venezuela besser als mit einem deutschen Landarbeiter, und Techniker und Geschäftsleute aus verschiedenen Kulturen haben oft eine breitere gemeinsame Verständigungsbasis als ein Bayer und ein Holsteiner.

Auf der Grundlage derartiger interkultureller, horizontal gelagerter Gemeinsamkeiten bilden sich also „Interkulturen“ oder „Dritte Kulturen“ heraus.<sup>20</sup> Doch liegen bisher nur wenige Studien über Umfang, Struktur und Dynamik dieser Kulturen vor, die sich quer über die Grenzen der „eigentlichen“ Kulturen hinweg erstrecken. Dies ist umso bedauerlicher, als die praktische Bedeutung der Interkulturen evident ist: Bieten sich hier doch wichtige Ansatzpunkte zu einer bewußten und planmäßigen Verbesserung der interkulturellen und internationalen Beziehungen.

Unsere Analyse führt somit zu dem vorläufigen Ergebnis: Der Prozeß der interkulturellen Kommunikation läßt sich strukturell betrachten einmal unter dem Aspekt der vertikalen Trennung der Kulturen auf Grund der verschiedenen Weltansichten, zum anderen unter dem Aspekt der horizontal gelagerten, die Kulturen verbindenden Interkulturen auf der Basis von Gemeinsamkeiten, die auf gleichen oder ähnlichen Rollen und Funktionen beruhen.

5. Einen wesentlichen Faktor im Prozeß der interkulturellen Kommunikation bilden die Vorstellungen oder Images, die Attitüden, Vorurteile und Stereotype, die sich innerhalb einer Kultur gegenüber anderen Kulturen entwickeln. Diese Images pflegen sich auf einige wenige markante Züge zu beschränken, sie treten meist in einer Gruppe oder Population recht einheitlich auf, sind relativ konstant und nehmen nicht selten eine emotional abwertende Bedeutung an.

Jeder Kommunikationsprozeß im interkulturellen Raum wird durch solche Prädispositionen mitbestimmt. Images und Attitüden modifizieren entscheidend die Inhalte und Formen von Gesprächen, sie determinieren die Anpassungs- und Verstehensprozesse, die Inhalte und Formen diplomatischer, journalistischer oder privater Berichte über fremde Länder und viele andere Aspekte des interkulturellen Dialogs. Dabei unterscheiden sich sowohl Einzelpersonen als auch Gruppen und schließlich ganze Nationen und Populationen nach dem Grade ihrer Aufgeschlossenheit oder Verschlossenheit — Xenophilie oder

Xenophobie<sup>21</sup> — gegenüber Menschen oder Gruppen fremder Völker. In der Sozialpsychologie wurden in den vergangenen Jahrzehnten zahlreiche Untersuchungen über nationale Images, Vorurteile, Stereotype durchgeführt<sup>22</sup>, so daß wir hier auf recht gut erforschtem Boden stehen. Allerdings wurden dabei bisher die Images und Attitüden zwischen Industrie- und Entwicklungsländern sowie zwischen Entwicklungsländern untereinander noch stark vernachlässigt.

6. Zwei wichtige psychologische Faktoren wirken also am Prozeß der interkulturellen Kommunikation mit: die kognitiven Strukturen der Beteiligten und die gegenseitigen Images und Attitüden. Beide Faktoren hängen eng miteinander zusammen. Fragen wir nach den Funktionen, die sie für den Menschen erfüllen, fragen wir also nach den Antrieben und Motiven, denen diese Faktoren entgegenkommen, so erweisen sich beide als Entlastungsmechanismen des Ich, als Wege oder Instrumente, die Welt einfach, übersichtlich und fraglos zu erleben. Differenzierungen und Komplexitäten des Daseins werden subjektiv eliminiert, und übrig bleiben einige wenige, leicht überschaubare und beherrschbare Grundzüge. Diese Entlastungstendenz äußert sich in zwei psychologischen Tatsachen, die ebenfalls für das Verständnis der interkulturellen Kommunikation wichtig sind: in den „Selbstverständlichkeiten“ und in der Überschätzung der eigenen und Unterschätzung der fremden Position.

Dem unbefangenen, wenig reflektierenden Menschen ist weder das Bezugssystem bewußt, das seinem Erleben, Stellungnehmen und Handeln zugrundeliegt, noch weiß er viel von seinen Attitüden und Images. Die meisten Menschen leben aus der Grundhaltung eines naiven Realismus heraus, sie nehmen an, die Welt sei „selbstverständlich“ so, wie sie selbst sie sehen, erleben und interpretieren. Für sie besteht die Welt aus zahllosen „Selbstverständlichkeiten“, aus Dingen, Personen, Relationen und Prozessen, die so genommen werden, wie sie erscheinen, die als naturgegeben, allgemeingültig oder auch gottgewollt betrachtet werden.<sup>23</sup> Von der Relativität der Koordinatensysteme, von der Kultur- und Sozialbedingtheit der kognitiven Strukturen, vom Einfluß der individuellen Entwicklung und Lebenserfahrung auf sein Weltbild weiß der Mensch in der Regel nichts, und er will davon zumeist auch nichts wissen. Alles, was von seinen eigenen Normen, Stellungnahmen und Verhaltensmustern abweicht, wird als abwegig, sozial, unmoralisch, wenn nicht gar als pervers interpretiert. Individuen wie Gruppen neigen dazu, sich selbst und die eigene Sichtweite zum Maß aller Dinge zu machen. Und je stärker sie dies tun, umso größer wird der „Schock“, wenn sie in eine fremde Kultur mit wesentlich abweichenden Erlebensformen, Sitten, Normen und Verhaltensweisen hineinversetzt werden. Der „Kulturschock“ bedeutet nichts anderes, als daß in dieser Situation viele „Selbstverständlichkeiten“ in Frage gestellt werden.

Allerdings erfährt der Mensch — wie bereits angedeutet — im täglichen Leben immer wieder, daß andere Personen und insbesondere Menschen fremder Gruppen, Kulturen oder Länder die Welt in anderer Weise erleben und anders zu ihr Stellung beziehen als er selbst. Aber auch hier setzt — neben dem schon angedeuteten Abwerten des Fremden — ein psychologischer Selbstschutz- und Abwehrmechanismus ein, der verhindert, daß der Mensch in seiner Selbstsicherheit, in der subjektiven Gewißheit des wahren und richtigen Standpunktes erschüttert wird, ein Mechanismus, den man als Überschätzung der eigenen und Unterschätzung der fremden Position bezeichnen kann.

Sobald sich der Mensch genötigt sieht zu erkennen und anzuerkennen, daß neben seinem eigenen Standpunkt auch noch andere Ansichten, Images und Attitüden existieren, mißt er oft diesen abweichenden Positionen qualitativ eine untergeordnete Bedeutung zu, und auch quantitativ pflügt er den Kreis der Andersdenkenden zu unterschät-

zen. Der Mensch überschätzt also häufig das Gewicht und den Umkreis seiner eigenen Position wie auch der Position seiner Gruppe oder Nation. Offensichtlich strebt er danach, der „besseren“ Seite und der Majorität anzugehören. Ihm fällt es schwer und oft ist es ihm geradezu unmöglich, das Gewicht und die Reichweite seiner eigenen Position realistisch einzuschätzen.

Nicht selten werden diese Mechanismen noch unterstützt durch den Mechanismus der Projektion: Indem der Mensch seine eigenen Persönlichkeitszüge, Wünsche oder Sichtweisen in andere Personen, Gruppen, Nationen hineinprojiziert, erweitert er subjektiv den Kreis derjenigen, die ähnlich denken und handeln wie er selbst. Diese psychischen Mechanismen gelten sowohl innerhalb von Gruppen als auch im interkulturellen Bereich. Sie stellen einen wichtigen bedingenden Faktor im Prozeß der interkulturellen Kommunikation dar.

### III.

Welchen Nutzen kann die Publizistikwissenschaft — wie übrigens auch die praktische Publizistik — aus der Erforschung der interkulturellen Kommunikation ziehen? Welche der dort gewonnenen Einsichten und Konzepte sind für die Publizistikwissenschaft bedeutsam?

1. Einige wichtige Teilbereiche der interkulturellen Kommunikation sind ganz unmittelbar für die Publizistikwissenschaft relevant, ja sie fallen zum Teil direkt in deren genuinen Forschungsbereich hinein. Sie wurden dort jedoch bisher noch nicht voll erkannt und gewürdigt. Dafür einige Beispiele:

Alle publizistischen Kommunikationsmittel, die Massenmedien ebenso wie Reden, Ausstellungen, Demonstrationen usw., wirken nicht nur innerhalb von Ländern und Kulturen, sondern auch über nationale und kulturelle Grenzen hinweg. Ein solches Einwirken kann bewußt und planmäßig geschehen — etwa in Form von Broschüren, Flugblättern, Filmen oder Rundfunksendungen in fremden Sprachen; daneben kann sich interkulturelle Kommunikation aber auch beiläufig, unbeabsichtigt, am Rande vollziehen, beispielsweise wenn Menschen in Dänemark oder in der Schweiz bundesdeutsche Fernsehsendungen sehen oder wenn Touristen die Zeitungen und Zeitschriften des Gastlandes durchblättern.

Einen speziellen Sektor publizistischen Wirkens über Grenzen hinweg stellt die internationale Propaganda dar, also der geplante Versuch, Menschen anderer Länder unter politischer Zielsetzung zu beeinflussen. Allerdings scheut man sich heute in vielen Ländern, diese Beeinflussungsversuche offen als Propaganda zu deklarieren; man benutzt „neutralere“ Begriffe wie Öffentlichkeits- oder Informationsarbeit oder man spricht (mit etwas anderen Bedeutungsakzenten) von psychologischer Kriegführung. Da die Propaganda zu den am meisten diskutierten Erscheinungen unseres Jahrhunderts zählt, ist es verständlich, daß sich zahlreiche wissenschaftliche Studien diesem Themenkreis widmeten. Dabei ist jedoch — im Unterschied zur amerikanischen Kommunikationsforschung<sup>24</sup> — in der deutschen Publizistikwissenschaft der Anteil derjenigen Studien recht gering, die Probleme der *internationalen* Propaganda behandeln. Bedenkt man, daß heute der „Kalte Krieg“ keineswegs nur zwischen Ost und West stattfindet, sondern daß beide Seiten in die „Dritte Welt“ hineinzuwirken suchen und daß unsere Zukunft vom Ausgang dieses Kampfes abhängt, so wird evident, welche kaum zu unterschätzende Bedeutung diesem Problemkreis und damit auch seiner wissenschaftlichen Erforschung zukommt.

Ein weiteres noch wenig erforschtes Gebiet tut sich auf mit der Frage nach dem

Umfang und der Bedeutung des internationalen und interkulturellen publizistischen Informations- und Materialaustausches.<sup>25</sup> Wieviele und welche Informationen fließen aus der Bundesrepublik in westliche Industrieländer, in Ostblockstaaten, in Entwicklungsländer? Wieviele und welche Informationen kommen von dort zu uns herein? Welchen Anteil nehmen dabei politische Nachrichten, Sportberichte, Sensationen, Gesellschaftsklatsch usw. ein? Durch welche Kanäle fließen die Informationen? Wie und von wem werden sie gesiebt, gefiltert, kontrolliert, zensiert? Mit anderen Worten: Wer sind die „Gatekeeper“ im internationalen und interkulturellen Kommunikationsfluß und unter welchen Prinzipien und Zielvorstellungen arbeiten sie? Welchen Veränderungen unterliegen die Informationen im internationalen Austausch?<sup>26</sup>

Zu erforschen wäre auch die Psychologie und Soziologie der zahlreichen Auslandskorrespondenten<sup>27</sup>, Schriftsteller, Kameraleute usw., die aus fremden Ländern und Kulturen berichten und damit entscheidend die Vorstellungen, Images und Attitüden formen, die in einer Kultur gegenüber anderen Kulturen herrschen und die Beziehungen zwischen den Kulturen mitbestimmen.

Wenig bekannt sind ferner die Wirkungen, die sich einstellen, wenn Aussagen der einen Kultur in eine andere Kultur exportiert und dort konsumiert werden. Einige aufschlußreiche Studien zeigen, daß insbesondere die Vorstellungen der Menschen in Entwicklungsländern von den Verhältnissen in Industrieländern stark von Rundfunk- und Fernsehsendungen, Filmen, Zeitschriften, Büchern, Schallplatten geprägt werden, die aus Industrieländern importiert werden.<sup>28</sup> Da, wie durch die systematische Aussagenanalyse vielfach belegt wird<sup>29</sup>, viele dieser Aussagen in ihrem Inhalt von der Realität abweichen, muß man befürchten — und in einigen Untersuchungen zeigt sich dies bereits deutlich —, daß die Wirkungen für das gegenseitige Verstehen zwischen Industrie- und Entwicklungsländern höchst unerwünscht sein können.

Beim Studium dieser Aspekte kommt der systematischen Aussagenanalyse besondere Bedeutung zu. Weit mehr als bisher müßte diese Methode für die Untersuchung der Inhalte und Formen exportierter publizistischer Produkte eingesetzt werden. Und ebenso ist die Aussagenanalyse in der Lage festzustellen, wie in den Massenmedien eines Landes die Menschen und die Lebensverhältnisse anderer Länder dargestellt werden.<sup>30</sup>

Insgesamt wurde der Komplex publizistischen Hineinwirkens in andere Länder und Kulturen sowie des internationalen und interkulturellen Informationsaustausches bisher nur in einigen Teilaspekten erfaßt und behandelt. Angesichts der Kommunikationsrevolution, die wir heute in aller Welt erleben, ist es an der Zeit, diesem Feld weit mehr Aufmerksamkeit zu widmen, und zwar zunächst in einer Bestandsaufnahme dessen, was ist, sodann in einer Analyse der beteiligten Faktoren und ihrer Zusammenhänge und endlich als System und Theorie der internationalen und interkulturellen Publizistik.

2. Sobald sich die Publizistikwissenschaft in größerem Ausmaß der Erforschung der interkulturellen publizistischen Prozesse zuwendet, wird sie ihrer Aufgabe besser gewachsen sein, wenn sie die bei der interkulturellen Kommunikation sichtbar gewordenen Aspekte und Einsichten in ihren eigenen Forschungsbereich hineinnimmt und sinnvoll auf die eigenen Fragestellungen anwendet. Sie sollte also, um es noch einmal zusammenzufassen, wissen und berücksichtigen,

a) daß sich internationale und interkulturelle Kommunikation auf fast allen Gebieten menschlichen Daseins vollzieht und dabei auf den einzelnen Gebieten jeweils in charakteristischen Modifizierungen auftritt;

b) daß sämtliche publizistischen Medien, Methoden und Instrumente im Dienste der interkulturellen Kommunikation stehen können und dabei teils planmäßig und beabsichtigt eingesetzt werden, teils beiläufig, ohne besondere Absichten wirken;

c) daß Kulturen durch Verschiedenheiten der Weltanschauung, des Bezugsrahmens, der kognitiven Struktur, der Sitten, Normen und Verhaltensweisen voneinander getrennt sind, also durch vertikale Barrieren, die man in der Regel nur mühsam und unvollkommen überwindet;

d) daß die Erfolge in der internationalen und interkulturellen Publizistik davon abhängen, wie weit der Kommunikator willens und in der Lage ist, diese Barrieren zu überwinden, das heißt: sich — mittels Empathie — in die kognitiven Strukturen und in die Wünsche und Motive der Zielgruppe hineinzusetzen;

e) daß sich quer zu den vertikalen Grenzen zwischen Kulturen (also gleichsam horizontal) sogenannte „Interkulturen“ oder „Dritte Kulturen“ erstrecken, in denen auf dem Boden gemeinsamer Rollen und Interessen zwischen Menschen verschiedener Kulturen relativ leicht ein gegenseitiges Verstehen zustandekommt;

f) daß jeder interkulturellen Kommunikation bestimmte Images und Attitüden gegenüber dem Kommunikationspartner vorgelagert sind, durch die der Kommunikationsprozeß wesentlich mitbestimmt wird;

g) daß interkulturelle Kommunikation beeinflusst wird durch die Entlastungsmechanismen der „Selbstverständlichkeiten“, der Projektion und der quantitativen und qualitativen Überschätzung der eigenen und Unterschätzung der fremden Position.

Die Publizistikwissenschaft sollte aber auch wissen, daß diese Erkenntnisse nicht mehr sind als die ersten Ansätze und Grundlagen zu einer wissenschaftlichen Bewältigung der interkulturellen Kommunikation.

3. Auch derjenige Kommunikator, der nichts mit interkultureller Kommunikation zu tun hat, sondern der seine Aussagen innerhalb seiner eigenen Kultur an den Mann bringen will, kann aus den wissenschaftlich erfaßten Aspekten der interkulturellen Kommunikation einiges lernen: Die meisten eben genannten Punkte gelten — wenn gleich in weit schwächerem Maße — auch *innerhalb* einer Kultur. Sieht man eine Kultur nicht aus großer Distanz als ein homogenes Gebilde, sondern aus der Nähe, so begreift man sie als eine Vielfalt von Subkulturen, von Gruppen also, die sich ebenfalls voneinander abheben durch a) verschiedene Sichtweisen, Wertsysteme, kognitive Strukturen; b) relativ konstante Vorstellungen, Images und Attitüden gegenüber anderen Subkulturen<sup>31</sup>; c) die Selbstverständlichkeit, mit der die Zustände und Vorgänge in der eigenen Subkultur betrachtet und beurteilt werden; d) die quantitative und qualitative Überschätzung der eigenen Position im Vergleich zur Position anderer Subkulturen.

Auf Grund dieser Situation kann es auch zwischen Subkulturen zu ernsthaften Kommunikationsschwierigkeiten kommen. Zugleich gibt es aber auch zwischen Subkulturen Brücken dadurch, daß sich zwischen ihnen, über ihre Grenzen hinweg „Inter-Subkulturen“ auf der Basis gleicher Rollen und Funktionen, gemeinsamer Interessen und gemeinsamer Bildung entwickeln.

Der Publizist, der sich bei der großen Reichweite der modernen Massenmedien oft an eine sehr große und inhomogene Menge wendet, kann die Vorgänge in seinem Publikum besser verstehen, wenn er dieses unter dem Blickwinkel der vertikalen und horizontalen Gliederung sieht und wenn er die Subkulturen in seinem Publikum und deren Beziehungen zueinander sorgfältig studiert.

Schließlich wird es dem Selbstverständnis des Publizisten dienen, wenn er sich selbst und seinen sozialen Standort im Koordinatensystem der senkrechten und waagerechten

Gliederung seiner eigenen Kultur und Subkultur sieht, wenn er also erkennt, daß er einerseits Gruppen angehört, die durch vertikale Barrieren von anderen Gruppen getrennt sind, zugleich aber auch weiß, daß er in einer horizontal gelagerten Interkultur lebt, etwa in der kosmopolitischen Interkultur der Journalisten oder der Intellektuellen.

4. Abschließend noch ein ergänzender Hinweis: Das Verständnis für die Faktoren und Prozesse der interkulturellen Kommunikation kann wesentlich dadurch gefördert werden, daß man die Kommunikationssysteme möglichst vieler Länder und Kulturen analysiert und systematisch miteinander vergleicht.<sup>32</sup> Dabei sollte man jedoch den Begriff der Kommunikationssysteme keineswegs auf die Massenmedien beschränken, sondern auch die weiterreichenden Kommunikationsaspekte mit einbeziehen, so beispielsweise den Umfang und die Richtung der persönlichen Kommunikation, die Kommunikation zwischen Stadt und Land, Arm und Reich, zwischen Obrigkeit und Bevölkerung, zwischen Stämmen, Sippen, Clans usw.; dazu gehört ferner der Einfluß der Gruppennormen und die Rolle der Meinungsführer; dazu gehören Kommunikationsfaktoren wie die Sprachensituation, das Bildungssystem, das Transport-, Post- und Fernmeldewesen usw.

Das Studium dieser und anderer Aspekte in verschiedenen Kulturen und Ländern sowie der sich daran anschließende Vergleich — also eine kulturvergleichende Publizistikwissenschaft — wird in hohem Maße geeignet sein, vieles von dem in Frage zu stellen und zu relativieren, was man in unseren Industrieländern fast schon für selbstverständlich und allgemeingültig hält. Allzu leicht vergessen wir zum Beispiel, a) daß in vielen fremden Kulturen ein großer Teil der Bevölkerung aus Analphabeten besteht, b) daß die kognitiven Strukturen von Analphabeten in entscheidenden Punkten von der Weltsicht der Alphabeten abweichen<sup>33</sup>, c) daß durchaus nicht überall das Angebot an publizistischen Aussagen die Nachfrage befriedigt oder übersteigt, d) daß die „Sprache“ der einzelnen Medien keineswegs immer und überall ohne weiteres verstanden wird, e) daß durchaus nicht in allen Kulturen die Menschen eigene Meinungen zu Fragen des öffentlichen Lebens haben, f) daß nicht in allen Kulturen ein Freizeitproblem existiert. Diese Liste ließe sich verlängern. Entscheidend ist nur die Besinnung darauf, daß wir, die wir in hochindustrialisierten Ländern leben, nicht das Maß aller Dinge sind und daß die Erscheinungsformen unseres eigenen Kultursystems alles andere als selbstverständlich sind.

\*

Wenn sich die Publizistikwissenschaft mehr als bisher den hier umrissenen Themen und Fragen zuwendet, wird sie dazu beitragen, die Probleme der internationalen und interkulturellen Beziehungen zu lösen.

#### ANMERKUNGEN

Bei der Weite unseres Themas ist es unmöglich, auch nur die wichtigste Literatur anzuführen. Die folgenden Anmerkungen sind daher in den meisten Fällen nur als Hinweis auf markante Beispiele zu verstehen.

<sup>1</sup> Interessante Aufschlüsse über diesen Prozeß geben zahlreiche Aufsätze in den vergangenen Jahrgängen der Zeitschrift „Publizistik“, insbesondere mehrere Beiträge in Heft 3/10. Jg. 1965 (Festschrift für Otto Groth). Zum Verhältnis von Publizistik und Kommunikation siehe vor allem J. G. Stappers: *Publicistiek en communicatie modellen*. Diss. Nijmegen 1966

- <sup>2</sup> Als eine der ersten wichtigen Publikationen ist das Winterheft 1952—53 des „Public Opinion Quarterly“ zu nennen.
- <sup>3</sup> A. L. Kroeber und Clyde Kluckhohn: Culture. In: „Papers of Peabody Museum“, Vol. 41 (1952), No. 1, S. 181
- <sup>4</sup> Unklar formuliert zum Beispiel Wedge: „International social communication will be defined as the conveying of messages from one national political culture to another“; vgl. Bryant Wedge: Principles and elements in international social communication (unveröffentlichtes Manuskript, Princeton, N. J., 1966)
- <sup>5</sup> Über derartige interkulturelle Kommunikation innerhalb eines Staates siehe auch Karl W. Deutsch: Nationalism and social communication. New York 1953: Wiley, S. 9
- <sup>6</sup> Als Beispiele sind zu nennen Dieter Dandwortt: Probleme der Anpassung an eine fremde Kultur. Köln o. J.: Carl-Duisberg-Gesellschaft; Cora DuBois: Foreign students and higher education in the United States. Washington D. C. 1956: American Council on Education; Sverre Lysgaard: Adjustment in a foreign society. In: „International Social Science Bulletin“, 7/1955, S. 45—51; John und Ruth Hill Useem: The western-educated man in India. New York 1955: Dryden; Joseph Veroff: African students in the United States. In: „Journal of Social Issues“, 19/1963, S. 48—60; Jeanne Watson und Ronald Lippit: Learning across cultures. Ann Arbor 1955: Univ. of Michigan Press; W. Reginald Wheeler, Henry H. King und Alexander B. Davidson: The foreign student in America. New York 1925: Association Press
- <sup>7</sup> W. Phillips Davison: International political communication. New York 1965: Praeger; Suzanne Keller: Diplomacy and communication. In: „The Public Opinion Quarterly“, 20/1960, S. 176—182; Bryant Wedge und Cyril Muromcew: Psychological factors in Soviet disarmament negotiation. In: „Journal of Conflict Resolution“, 9/1965, S. 18—36
- <sup>8</sup> Raymond A. Bauer, Ithiel de Sola Pool und Lewis A. Dexter: American business and public policy. New York 1963: Atherton Press; George N. Gordon, Irving Falk und William Hodapp: The idea invaders. New York 1963: Hastings House, S. 144 ff.; Ithiel de Sola Pool, Suzanne Keller und Raymond A. Bauer: The influence of foreign travel on political attitudes of American businessmen. In: „The Public Opinion Quarterly“, 10/1956, S. 161—175
- <sup>9</sup> Einen ausgezeichneten Überblick und wichtige Literaturhinweise bietet Wilbur Schramm: Mass media and national development. Stanford Univ. Press und Paris 1964: Unesco
- <sup>10</sup> W. Phillips Davison: a.a.O., S. 335; George N. Gordon u. a.: a.a.O., S. 114 ff.; Wilbur Schramm: a.a.O., S. 65
- <sup>11</sup> Angell geht in diesem Zusammenhang nur von der Zweiteilung von Point-to-point-Kommunikation und Massenkommunikation aus, also von einem Ansatz, der uns ergänzungsbedürftig erscheint; vgl. Robert C. Angell: International communication and the world society (S. 370). In: Bernard Berelson und Morris Janowitz: Reader in Public Opinion and Communication. Glencoe/Ill. 1953: The Free Press, S. 369—380
- <sup>12</sup> Zahlreiche Beispiele finden wir in William E. Daugherty (Hrsg.): A psychological warfare casebook. Baltimore 1958. Johns Hopkins Press, so z. B. Penelope Babcock: The world cruise of the US Navy 1907—1909, S. 84—87
- <sup>13</sup> Clyde Kluckhohn und Henry A. Murray: Personality in nature, society, and culture. New York 1964: Knopf, S. 53
- <sup>14</sup> Als besonders wichtige Ansätze bei dem Versuch, die kulturspezifischen Eigenwelten systematisch und vergleichend zu erfassen, sind hier zu nennen: Hadley Cantril: The pattern of human concerns. New Brunswick, N. J. 1965: Rutgers Univ. Press und Edward T. Hall: The silent language. Garden City, N. Y. 1959: Doubleday
- <sup>15</sup> Cora DuBois: Anthropology: Its present interests (S. 36). In: Bernard Berelson (Hrsg.): The behavioral sciences today. New York 1963: Basic Books, S. 26—37
- <sup>16</sup> Erich Rothacker: Philosophische Anthropologie. Bonn 1964: Bouvier, S. 89 ff. — Als ein Beispiel für die große Zahl derartiger Studien sei hier nur genannt Ralph K. White: „Socialism“ and „capitalism“: An international misunderstanding. In: „Foreign Affairs“, Jan. 1966, S. 216—218

- <sup>17</sup> Eine Fülle von Beispielen interkultureller Mißverständnisse auf dieser Basis analysiert Bryant Wedge: *Visitors to the United States and how they see us*. Princeton N. J. 1965; Van Nostrand; weitere Beispiele siehe u. a. Leonard W. Doob: *Communication in Africa*. New Haven 1961: Yale Univ. Press, S. 261 ff.
- <sup>18</sup> Klaus Holzkamp: Zur Geschichte und Systematik der Ausdruckstheorien. In: R. Kirchhoff (Hrsg.): *Ausdruckspsychologie. Handbuch der Psychologie*, 5. Band 1965, S. 25 ff.; Daniel Lerner: *The passing of traditional society*. New York 1958: Free Press of Glencoe, S. 47 ff.
- <sup>19</sup> Daniel Lerner: a.a.O.
- <sup>20</sup> John Useem, R. H. Donoghue und Ruth Hill Useem: *Men in the middle of the third culture*. In: „*Human Organization*“, 22/3 (Fall 1963), S. 169—197
- <sup>21</sup> Fritz Heider: *The psychology of interpersonal relations*. New York 1958: Wiley, S. 193; Howard Perlmutter: *Some characteristics of the xenophilic personality*. In: „*Journal of Psychology*“, 38/1954, S. 291—300
- <sup>22</sup> Als einige Beispiele aus der großen Zahl dieser Studien wären etwa zu nennen: William Buchanan und Hadley Cantril: *How nations see each other*. Urbana 1953: Univ. of Illinois Press; George V. Coelho: *Changing images of America*. Glencoe, Ill. 1958: Free Press; Hans Joachim Eysenck und S. Crown: *National stereotypes*. In: „*International Journal of Opinion and Attitude Research*“, 2/1948, S. 26—39; O. R. Holsti: *The belief system and national images*. In: „*Journal of Conflict Resolution*“, 6/1962, S. 244—252; Harold R. Isaacs: *Scratches on our minds*. New York 1958: John Day; Franz M. Joseph: *As others see us*. Princeton 1959: Univ. Press; Kripal Singh Sodhi und Rudolf Bergius: *Nationale Vorurteile*. Berlin 1953: Duncker und Humblot.
- <sup>23</sup> Ortega y Gasset: *Der Mensch und die Leute*. München 1961: Deutscher Taschenbuch Verlag, S. 221 spricht in demselben Sinne vom „Sozial-Gültigen“. Über die „Selbstverständlichkeiten“ siehe ferner Peter R. Hofstätter: *Einführung in die Sozialpsychologie*. Stuttgart 1963: Kröner, S. 57 ff.
- <sup>24</sup> Einige Beispiele sind: Frederick C. Barghoorn: *Soviet foreign propaganda*. Princeton 1964: Univ. Press; John C. Clews: *Communist propaganda techniques*. New York 1964: Praeger; William E. Daugherty (Hrsg.): *A psychological warfare casebook*. Baltimore 1958: Johns Hopkins Press; L. John Martin: *International propaganda*. Minneapolis 1958: Univ. of Minnesota Press; Urban G. Whitaker: *Propaganda and international relations*. San Francisco 1960: Howard Chandler; John B. Whitton (Hrsg.): *Propaganda and the Cold War*. Washington D. C. 1963: Public Affairs Press; John B. Whitton und Arthur Larsen: *Propaganda*. Dobbs Ferry, N. Y. 1964: Oceana Publications
- <sup>25</sup> Hierzu vor allem Wilbur Schramm: *Mass media and national development*. Stanford Univ. Press und Paris 1964: Unesco, insbesondere S. 58 ff.; ferner Don R. Browne: *The limits of limitless medium: International broadcasting*. In: „*Journalism Quarterly*“ 42/1965, S. 82—86; George A. Coddington: *Broadcasting without barriers*. Paris 1959: Unesco; Wilson P. Dizard: *International television: A world view*. Syracuse 1966: Univ. Press
- <sup>26</sup> Wilbur Schramm: a.a.O., S. 81 ff.
- <sup>27</sup> John William Maxwell: *The foreign correspondents*. Ph. D. Diss. State Univ. of Iowa 1956; Leo Calvin Rosten: *The Washington correspondents*. Ph. D. Diss. Univ. of Chicago. New York 1937
- <sup>28</sup> Zum Beispiel Robert C. Angell: *International communication and the world society* (S. 377 ff.). In: Bernard Berelson und Morris Janowitz (Hrsg.): a.a.O., S. 369—380; Paul Cressey: *The influence of moving pictures on students in India*. In: „*American Journal of Sociology*“, 41/1935, S. 341—350; William John Millard: *A study in the sociology of communications. Determinants and consequences of exposure to American motion picture films in the Near and Middle East*. Ph. D. Diss. Columbia Univ. 1955; James N. Mosel: *Communication patterns and political socialization in transitional Thailand* (S. 210 ff.). In: L. W. Pye (Hrsg.): *Communications and political development*. Princeton 1963: Univ. Press, S. 184—228
- <sup>29</sup> Gerhard Maletzke: *Psychologie der Massenkommunikation*. Hamburg 1963: Hans Bredow-Institut, S. 61 ff.

- <sup>30</sup> Vergleiche hierzu Ernst Thiele: *Asien und Afrika in unseren Zeitungen*. Hannover o. J.: Verlag für Literatur und Zeitgeschehen; Charles Stephen Lewis: *The treatment of foreign peoples and cultures in American high-school literature books*. Ph. D. Diss. Univ. of Michigan 1956; Hans Helmut Prinzler und Rudolf Syrowy: *Politik und Wirtschaft der Entwicklungsländer im Spiegel ausgewählter Zeitschriften*. In: „Publizistik“, 8/1963, S. 131—147
- <sup>31</sup> Dieter Kappe: *Soziale Vorurteile*. In: *Hamburger Jahrbuch für Wirtschafts- und Gesellschaftspolitik*. 8. Jahrgang. Tübingen 1963: Mohr, S. 169—180
- <sup>32</sup> Godwin C. Chu: *Problems of cross-cultural communication research*. In: „*Journalism Quarterly*“ 41/1964, S. 557—562; Charles Y. Glock: *The comparative study of communications and opinion formation*. In: „*The Public Opinion Quarterly*“, 16/1952, S. 512—523
- <sup>33</sup> Bruce L. Smith: *Communications research on non-industrial countries*, S. 532 ff. In: „*The Public Opinion Quarterly*“, 16/1952, S. 527—538