

FORUM FÜR FACHSPRACHEN-FORSCHUNG

FORUM FÜR
FACHSPRACHEN
FORSCHUNG



**Interkulturalität von
Textsortenkonventionen**

Jin Zhao

T Frank & Timme

Verlag für wissenschaftliche Literatur

Jin Zhao

Interkulturalität von Textsortenkonventionen

Hartwig Kalverkämper (Hg.)
Forum für Fachsprachen-Forschung, Band 79

Jin Zhao

Interkulturalität von Textsortenkonventionen

Vergleich deutscher und chinesischer Kulturstile:
Imagebroschüren

F Frank & Timme

Verlag für wissenschaftliche Literatur

**Die Publikation wurde durch die
Alexander von Humboldt Stiftung gefördert.**

ISBN 978-3-86596-169-3
ISSN 0939-8945

© Frank & Timme GmbH Verlag für wissenschaftliche Literatur
Berlin 2008. Alle Rechte vorbehalten.

Das Werk einschließlich aller Teile ist urheberrechtlich geschützt.
Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechts-
gesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar.
Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen,
Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in
elektronischen Systemen.

Herstellung durch das atelier eilenberger, Leipzig.
Printed in Germany.
Gedruckt auf säurefreiem, alterungsbeständigem Papier.

www.frank-timme.de

**Für
meinen Mann Tianshen Fan
und
meinen Sohn Likuan Fan**

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	9
1. Einleitung	11
1.1. Erkenntnisbereiche und Zielsetzungen der Arbeit	11
1.2. Aufbau und Gliederung der Arbeit	14
2. Stil und Stilforschung	15
2.1. Der Begriff „Stil“	15
2.2. Forschungsperspektiven der Stilistik	17
3. Kulturstil und Kommunikationsstil	22
3.1. Kulturstil in Form von Kommunikationsstil	22
3.1.1. Was ist Kultur?	22
3.1.1.1. Gegenstände der Kultur	25
3.1.1.2. Bezugsgrößen der Kultur	29
3.1.1.3. Kulturwandel	35
3.1.2. Kommunikative Entstehung und Entwicklung von Kultur	39
3.2. Kommunikationsstil als Kulturstil	44
3.2.1. Was ist Kommunikation?	44
3.2.2. Kommunikation als kulturelle Erscheinung	46
3.3. Methodologische Hinweise zur Erforschung des Kulturstils	53
4. Methoden der Analyse von Kommunikationsstilen	55
4.1. Operationalisierung von Stil: Stilstruktur	57
4.1.1. Analysekatoren in der linguistischen Stilistik	59
4.1.2. Beschreibungskategorien für die Analyse von Kommunikationsstilen	61
4.2. Zur Bestimmung von Stilsinn	70
4.3. Die komparative Methode	75
5. Untersuchungsgegenstand: Imagebroschüren	78
5.1. Was sind Imagebroschüren?	80
5.2. Text oder Kommunikat?	83

5.2.1.	Textbegriff in der Textlinguistik	85
5.2.2.	Imagebroschüre als Kommunikat	90
6.	Beschreibungskriterien zur Analyse von Imagebroschüren	95
6.1.	Die nichtsprachlichen Zeichen	96
6.2.	Bilder	98
6.2.1.	Bildtypen	100
6.2.2.	Bildstruktur	101
6.2.3.	Bildinhalt	104
6.2.4.	Bildfunktion	105
6.3.	Der Bezug zwischen Text und Bild	109
6.4.	Verbale Zeichen	110
6.4.1.	Vergleichsebenen der Textsorten	112
6.4.1.1.	Die thematische Analyse der Textsorten	112
6.4.1.2.	Die funktionale Analyse der Textsorten	114
6.4.1.3.	Die sprachliche Analyse der Textsorten	115
6.4.2.	Erkenntnisse aus den chinesisch-deutschen Textsortenvergleichen	119
6.4.2.1.	Unterschiede der chinesischen und deutschen Texte auf der thematisch-strukturellen Ebene	119
6.4.2.2.	Unterschiede der chinesischen und der deutschen Texte auf der funktionalen Ebene	121
6.4.2.3.	Unterschiede der chinesischen und deutschen Texte auf der sprachlichen Ebene	123
7.	Untersuchungsergebnisse	125
7.1.	Korpus: Imagebroschüren aus der Pharmabranche und Websites aus der Textilbranche	125
7.2.	Untersuchungsergebnisse der Stilstruktur von Imagebroschüren aus der Pharmabranche	128
7.2.1.	Vergleich der nichtsprachlichen Zeichen aus dem Korpus der Pharmabranche	128
7.2.1.1.	Die extraverbalen Zeichen	128
7.2.1.2.	Die Wahl und Sequenzierung der Propositionen	130

7.2.1.3.	Die paraverbalen Zeichen	138
7.2.1.4.	Die nonverbalen Zeichen	145
7.2.2.	Die Bilder	147
7.2.2.1.	Bildtypen	147
7.2.2.2.	Bildstruktur	150
7.2.2.3.	Bildinhalt	155
7.2.2.4.	Bildfunktion	160
7.2.3.	Der Bezug zwischen Text und Bild	161
7.2.3.1.	Die topologische Beziehung	161
7.2.3.2.	Die semantische Beziehung	164
7.2.3.3.	Die funktionale Beziehung	168
7.2.4.	Die verbalen Zeichen	169
7.2.4.1.	Die thematische Analyse der Textsorte „Unternehmensprofil“	170
7.2.4.2.	Die funktionale Analyse der Textsorte „Unternehmensprofil“	179
7.2.4.3.	Die sprachliche Analyse der Textsorte „Unternehmensprofil“	181
7.2.4.4.	Die Analyse der Textsorte „Worte von der Leitung“	190
7.2.5.	Zusammenfassung der Untersuchungsergebnisse aus der Pharmabranche	193
7.3.	Untersuchungsergebnisse der Stilstruktur von Websites aus der Textilbranche	200
7.3.1.	Entwicklungsstufe der chinesischen und deutschen Unternehmen in der Marktwirtschaft	202
7.3.2.	Akzentsetzung auf Hardware oder Software in den chinesischen und deutschen Unternehmen	205
7.3.3.	Menschen in den chinesischen und deutschen Unternehmen	207
7.3.4.	Darstellungsweise der Websites von chinesischen und deutschen Unternehmen	209
7.3.5.	Gestaltung der Websites von chinesischen und deutschen Unternehmen	214
7.3.6.	Zusammenfassung der Untersuchungsergebnisse aus der Textilbranche	214

8. Soziokulturelle Erklärungsangebote zu den chinesischen und den deutschen Kulturstilen	215
8.1. Die Entwicklungsgeschichte der chinesischen und deutschen Unternehmen	215
8.2. Die Wertschätzung der modernen Technik von Seiten der chinesischen Unternehmen und die Innovationsanstrengungen der deutschen Unternehmen	223
8.3. Die hierarchische Gesellschaftsordnung in China und die soziale Gleichberechtigung in Deutschland	230
8.4. Die chinesische indirekte bzw. emotionale Darstellungsweise und die deutsche Sachlichkeit	233
9. Literaturverzeichnis	238
Anhang 1: Die Reihe des Trainingsprogramms für interkulturelle Kommunikation von Autoren um Alexander Thomas bei dem Verlag Vandenhoeck und Ruprecht in Göttingen	264
Anhang 2: Korpus der Imagebroschüren aus der Pharmabranche	266
Anhang 3: Korpus der Websites aus der Textilbranche	267
Anhang 4: Unternehmensgrundsätze bzw. -mottos, die durch Gedichte oder Texte erläutert werden.	268
Anhang 5: Textsorte „Unternehmensprofil“ aus den Imagebroschüren der Pharmabranche	274
Anhang 6: Textsorte „Worte von der Unternehmensleitung“ aus den Imagebroschüren der Pharmabranche	306
Anhang 7: Fotoregister	311
Anhang 8: Textsorte „Unternehmensprofil“ aus den Websites der Textilbranche	354
Anhang 9: Textsorte „Worte von der Unternehmensleitung“ aus den Websites der Textilbranche	378
Sach- und Stichwortverzeichnis	382

Vorwort

Das vorliegende Buch entstand im Rahmen des von der Humboldt-Stiftung geförderten Forschungsprojekts „Vergleich chinesischer und deutscher Kulturstile“ im Jahr 2005 und 2006, das am Lehrstuhl „Interkulturelle Wirtschaftskommunikation“ an der Universität Jena durchgeführt wurde. Herr Prof. Dr. Jürgen Bolten und seine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Kolloquium haben mich immer unterstützt und mir zahlreiche Hinweise und Anregungen gegeben. Sowohl der Humboldt-Stiftung als auch dem Lehrstuhl sei an dieser Stelle herzlich gedankt. Der Humboldt-Stiftung danke ich zudem für ihren freundlichen Druckkostenzuschuss, der eine rasche Publikation ermöglichte

Die Niederschrift dieses Buches wurde von der Geburt meines Sohnes im Oktober 2006 unterbrochen, dann im Frühling 2007 in China fortgesetzt und im Sommer 2007 zu Ende gebracht. Als ich bei der Anfertigung des letzten Kapitels am Computer saß, krabbelte das Baby bereits dabei herum. Das Zustandekommen eines Buches ist ähnlich wie die Geburt eines Kindes, was abwechselnd von Sehnsucht, Sorge und Freude begleitet wird. Ich habe diesmal diese Gefühle besonders intensiv erlebt, denn tatsächlich habe ich mit der Geburt meines Sohnes und der Vollendung dieses Buches zwei Kinder hintereinander zur Welt gebracht.

Zeitprobleme nach der Geburt des Kindes haben die Fortführung des Buches erheblich erschwert. Ich bin meinem Mann für die besondere Unterstützung in dieser Zeit sehr dankbar.

Bei Dr. Hans-Claus Poeschel und Dr. Ulrich Jörg bedanke ich mich hier ganz herzlich für ihr Korrekturlesen sowie für kritische Anmerkungen.

Das eingereichte Typoskript ist für die vorliegende Buchfassung redaktionell und lektoral am Lehrstuhl Prof. Dr. Dr. h.c. Hartwig Kalverkämper (Humboldt-Universität zu Berlin) bearbeitet und betreut worden. Ich danke ihm und seinen Mitarbeiterinnen Andrea Möwius und Jenny Metzsig für die geleisteteten Redaktionsarbeiten in der Publikationsphase; insbesondere Andrea Möwius gilt mein ausdrücklicher Dank für ihre aufwendigen und kompetenten redaktionellen Arbeiten am Layout der vorliegenden Arbeit.

Jin Zhao

Shanghai, im November 2007

1. Einleitung

1.1. Erkenntnisbereiche und Zielsetzungen der Arbeit

Nach dem sogenannten „culture turn“ in den 80er Jahren des letzten Jahrhunderts ist Kultur nicht nur im Alltagsleben zu einem populären Modebegriff geworden, auch viele Geistes- und Sozialwissenschaften beschäftigen sich mit Fragen der Kultur und der Bedeutungsdimension ihrer Gegenstände (vgl. Landwehr / Stockhorst 2004: 74 ff.). Zugleich wird im Zuge der gesellschaftlichen Internationalisierung der wirtschaftliche, wissenschaftliche aber auch touristische Austausch zwischen verschiedenen Kulturen intensiviert. Demzufolge erfährt die interkulturelle Kommunikation immer mehr Aufmerksamkeit in der wissenschaftlichen Diskussion. Untersuchungen zur interkulturellen Kommunikation werden nicht nur als Forschungsperspektive von verschiedenen Disziplinen übernommen, sondern sie entwickeln sich langsam zu einem selbstständigen¹ Forschungsbereich. Die bisherigen Forschungstätigkeiten lassen sich neben den Grundlagenforschungen (vgl. Bolten 2000 a: 12) vor allem in zwei Teile gliedern: Zum einen betrifft das Forschungsinteresse die Begegnung verschiedener Kulturen, wobei Probleme, Vorurteile, Missverständnisse etc. in einer Interkultur untersucht und analysiert werden. Zum anderen werden zwei Kulturen aus kontrastiver Sicht erforscht, die daraus erzielten Ergebnisse bilden dann wiederum die Basis für die Forschungstätigkeiten im interkulturellen Bereich. Dieser zweite Teil der interkulturellen Kommunikationsforschung bedient sich der Methode „Vergleich“, um mit dem eigenen Blick das Fremde und mit einem fremden Blick das eigene Vertraute zu beobachten bzw. kennen zu lernen. Der Vergleich ist nicht nur insofern wichtig, als dadurch die Merkmale einer fremden Kultur bzw. deren Kulturstil herausgearbeitet werden können. Sondern das Normale in der eigenen Kultur wird erst im Hinblick auf eine andere Kultur seine Selbstverständlichkeit verlieren, so dass man ein neues Bild

1 Das Buch wird nach den neuen Rechtschreibregeln verfasst. Hinsichtlich der Zitate oder Titel im Literaturverzeichnis wird aber die Schreibweise der Autoren übernommen.

von sich selbst entwerfen kann. Deswegen bildet der Vergleich verschiedener Kulturstile überhaupt einen wesentlichen Bestandteil der interkulturellen Kommunikationsforschung.

In der Textlinguistik ist der Forschungsschwerpunkt nach der pragmatischen Wende Anfang der 70er Jahre von den einzelnen textkonstituierenden Komponenten zum „Ganztext-in-Funktion“ übergegangen, damit verbunden sind auch „Bestrebungen zur detaillierten Erfassung und Beschreibung bestimmter Klassen von Textexemplaren und im Zusammenhang damit zum systematischen Eruiieren von Gemeinsamkeiten und Unterschieden zwischen verschiedenen ‚Sorten‘ von Texten“ (Heinemann 2000: 508). Entsprechendes gilt auch für die Fachsprachenlinguistik (vgl. Gläser 1985: 3 f., Baumann / Kalverkämper 1992: 24). Seit dem Ende der 90er Jahre zeichnen sich dabei jedoch zwei neue Forschungsperspektiven ab: Zum einen macht sich die (Fach)textlinguistik zur Aufgabe, „Textsorten anderer Kulturen in ihrer kulturellen Geprägtheit und in ihrer traditionellen Einbindung zu erfassen und zu beschreiben“ (Fix / Habscheid / Klein 2001: 7), denn Textsorten stellen „historisch gewachsene Einheiten der kommunikativen Praxis einer Gesellschaft“ dar (Adamzik 2001: 28), sie weisen somit unvermeidlich eine spezifische kulturelle Prägung auf. Zum anderen rückt die Untersuchung der übersprachlichen Phänomene bzw. der polysemiotischen Kommunikationspraktiken ins Forschungsinteresse, was als Folge der Erweiterung des „linguistic turn“ um einen „semiotic turn“ zu verstehen ist. Insofern ist es relevant, die in der Wirtschaftskommunikation sehr wichtige, polysemiotisch ausgestattete „Imagebroschüre“ kontrastiv zu untersuchen.

An der Schnittstelle beider obengenannten Forschungsinteressen ist es hier sinnvoll, grenzenüberschreitend und zugleich integrierend vorzugehen. Nicht nur deswegen, weil die Erforschung des Kulturstils an sich schon interdisziplinär zu vollziehen ist, denn sie bedient sich methodisch vor allem der Erkenntnisse der Kulturwissenschaft, der Kommunikationswissenschaft und der Stilistik. Viel mehr übernimmt der Vergleich des Kulturstils mittels der kontrastiven Untersuchung der Imagebroschüren z.T. die Forschungsmethoden der (kontrastiven) (Fach)textlinguistik, der Semiotik, der Bildwissenschaft und der Medienwissenschaft. Allerdings ist zu

berücksichtigen, dass die Erarbeitung der verbalen, paraverbalen, nonverbalen und extraverbalen Unterschiede der Imagebroschüren in verschiedenen Kulturen in diesem Kontext nicht der Forschungszweck ist, sondern Mittel, um den jeweiligen kommunikativen Stil als kulturellen Stil herauszuarbeiten, was weiterhin aus der jeweiligen Geistesgeschichte bzw. aus dem jeweiligen kulturellen Wissensvorrat her erklärt wird, wenn auch die Untersuchungsmethode der polysemiotischen Imagebroschüren zugleich die (fach)textlinguistische Forschung bereichern kann.

Das Forschungsinteresse des vorliegenden Buches gilt dem Kulturstilvergleich von China und Deutschland, was sich aus der positiven Entwicklung der Wirtschaftsbeziehungen sowie aus Firmengründungen im jeweiligen Partnerland seit Ende der 70er Jahre und vor allem seit der Jahrtausendwende motiviert. Während China der wichtigste Handelspartner Deutschlands in der Asien-Pazifik-Region ist, stellt Deutschland den größten Handelspartner Chinas in Europa dar (vgl. People's Daily am 22.05.2006: 13.08.2007², Ma³ 2002: 13.08.2007). Das bilaterale Handelsvolumen beider Länder erhöhte sich zwischen 1993 und 1996 von 23,4 Mrd. DM auf 28,8 Mrd. DM und erreichte 2000 ca. 35 Mrd. DM (vgl. Zhao 2002: 150), während es 2005 bereits 62 Mrd. Euro und 2006 sogar 76,2 Mrd. Euro betrug (vgl. Bundesamt für Statistik: 13.08.2007). Diese intensiven Wirtschaftsbegegnungen zwischen China und Deutschland fordern von beiden Seiten das Verstehen der jeweiligen Begegnungskultur und das Reflektieren der eigenen Kultur, um die Wirtschaftskommunikation erfolgreich durchzuführen. Außerdem führen die zunehmenden wirtschaftlichen Beziehungen beider Länder zum Zuwachs der Firmenniederlassungen im jeweiligen Partnerland. Die deutschen Unternehmen begannen sich bereits seit Ende der 70er Jahre in China anzusiedeln, und es gibt

-
- 2 Da sich Internetseiten häufig erneuern, wird hier extra das Datum des Zugriffs angegeben. Die entsprechende Adresse ist im Literaturverzeichnis unter „Internetseiten“ aufzufinden.
 - 3 In Bezug auf chinesische Namen, Bezeichnungen, Buchtitel usw. wird im vorliegenden Buch die Pinyin-Umschrift benutzt. Bei wichtigen Begriffen oder Zitaten werden sowohl chinesische originale Zeichen als auch die entsprechende Pinyin-Umschrift angegeben. Im Fall der Angabe vollständiger Namen steht der Familienname nach der chinesischen Gewohnheit vor dem Vornamen.

z.B. im Jahr 2004 schon über 1600 deutsche Unternehmen in China (vgl. China-Botschaft 2004: 16.08.2007). Die chinesischen Unternehmensgründungen in Deutschland fingen zwar schon in den 1980er Jahren an, zeigten aber ihre Dynamik erst in den 90ern und hauptsächlich seit der Jahrtausendwende. Zurzeit sind z.B. über 400 chinesische Unternehmen in Hamburg angesiedelt (vgl. HK-Hamburg: 16.08.2007), darauf folgt die Rhein-Main-Region mit über 250 chinesischen Firmen (vgl. IHK-Frankfurt: 16.08.2007). In der Unternehmenspraxis stellt sich allerdings die Gestaltung der Unternehmensimagebroschüre, die auch als eine Visitenkarte des Unternehmens für die Zielkultur gilt, als problematisch heraus, denn eine rein sprachliche Übersetzung oder die Wahl einer Drittsprache wie des Englischen vernachlässigen den Kulturcode oder können ihn nicht im jeweiligen Fall geeignet einbringen, so dass nicht selten die Konventionen der Zielkultur missachtet werden. Solche Verstöße wirken sich geschäftsschädigende aus. Deshalb soll eine Imagebroschüre bei der Unternehmensniederlassung nicht einfach in die Zielsprache übersetzt, sondern vielmehr entsprechend der Zielkultur bearbeitet oder sogar neu entworfen werden (sogen. „Zielkulturadaptation“).

Die empirische Vergleichsuntersuchung chinesischer und deutscher Imagebroschüren bietet sich somit als eine Hilfestellung für chinesische und deutsche Unternehmen an, um ihre Kommunikationspraxis in der Zielkultur zu optimieren und kulturbedingte Kommunikationskonflikte (wie Vorurteile) geschäftsfördernd zu vermeiden.

1.2. Aufbau und Gliederung der Arbeit

Das vorliegende Buch erfüllt vor allem zwei Aufgaben und besteht dementsprechend aus zwei Teilen: Es beschäftigt sich methodisch damit, wie Kulturstil untersucht werden kann, und es führt eine empirische Untersuchung chinesischer und deutscher Imagebroschüren sowie Websites zum Vergleich der entsprechenden Kulturstile durch, wobei der zweite Teil zugleich als Exemplifikation des ersten Teils angesehen werden kann.

Im ersten Teil wird versucht, die Forschung zu Kulturstil zuerst in der allgemeinen Stilforschung zu positionieren (Kapitel 2).

Nach der Diskussion der zentralen Begriffe „Kultur“ und „Kommunikation“ sowie von deren Merkmalen wird Kulturstil als Kommunikationsstil erklärt und die methodische Herangehensweise zur Erforschung des Kulturstils dargestellt (Kapitel 3).

Die konkreten Untersuchungsmethoden des Kommunikationsstils werden anhand eingehender Beschäftigung mit dem Begriff „Stil“ diskutiert und modellhaft präsentiert (Kapitel 4).

Der zweite Teil thematisiert zuerst den Forschungsgegenstand „Imagebroschüre“ und geht auf seine Bezeichnungsproblematik als „Text“ oder „Kommunikat“ ein (Kapitel 5).

Nach einem Katalog der Beschreibungskriterien für Imagebroschüren (Kapitel 6), folgt die empirische Untersuchung chinesischer und deutscher Imagebroschüren aus der Pharmabranche, wobei Unternehmenswebsites beider Länder aus der Textilbranche als Vergleichsgruppe hinzugezogen werden (Kapitel 7).

Die daraus erarbeiteten branchenübergreifenden kulturstilistischen Merkmale der beiden Länder werden jeweils mit den kulturellen Tiefenstrukturen korreliert (Kapitel 8.).

2. Stil und Stilforschung

2.1. Der Begriff „Stil“

Im Alltagsleben, aber auch in der wissenschaftlichen Diskussion, wird das Wort „Stil“ vielfältig, ja sogar inflationär benutzt: Man redet von elegantem oder schlechtem Stil, von Argumentationsstil oder Erzählstil, von Behördenstil oder Unterrichtsstil, von Zeitstil oder Lebensstil, etc. In Form von Substantivgruppen mit „Stil“ als Kern und von Komposita mit „Stil“ als Grundwort werden verschiedene Lebens- und Handlungsbereiche der Menschheit stilisiert. Etymologisch

gesehen ist die Entwicklung des Wortes „Stil“ mit einer ständigen inhaltlichen Erweiterung verbunden. Im *Deutschen Wörterbuch* von Jacob und Wilhelm Grimm steht die folgende Erklärung:

In der concreten, lat. *stilus* ‚graphium‘ entsprechenden bedeutung ‚griffel‘ begegnet stil vom späten 15. bis 18. h. (I). weit entwickelter ist die abstracte verwendung des wortes (II). sie knüpft im ersten dritten des 15. jhs. an die übertragene bedeutung von lat. *stilus* ‚modus scribendi (et. dicendi)‘ an u. bildet als ‚literarische darstellungsweise‘ bis heute ein kernstück der wortbedeutung (IIA). alle weiteren abstracten verwendungen [...] setzen die bedeutungserweiterung von lat. *stilus* ‚modus scribendi‘ zu mlat. *stilus* ‚modus, usus, consuetudo, mos‘ voraus. [...], so stil als ‚brauch in der gerichtspraxis‘, vom späten 15. bis frühen 18. jh. (IIB), stil als ‚brauch in der zeitrechnung‘ vom 17. bis ins 19. jh. (IIC) als ‚art u. weise der musikalischen darstellung‘ geht stil seit dem frühen 17. jh. nur noch mittelbar über it. *stile maniera, usanza, costume* auf mlat. *stilus modus, mos* zurück (IID). ähnlich ist die von WINCKELMANN 1756 eingeführte anwendung des wortes auf die darstellungsweise in den bildenden künsten dem it. *stile maniera*, vielleicht auch franz. *style maniere*, engl. *style manner* nachgebildet (IIE). von der bildenden kunst her wird dann seit dem ende des 18. jhs der wortgebrauch im deutschen selbständig auf andere sachgebiete erweitert (IIF). das ursprünglich weiterhin synonyme verhältnis von stil und manier [...] entwickelt sich seit GÖTTE (1789) im sinne grundsätzlicher unterscheidung (IIG), die ins frühe 18. jh. fallenden anfänge der ausgeweiterten bedeutung ‚gewöhnheit in dingen des menschlichen lebens‘ weisen noch deutlich auf mlat., neulat. *stilus modus, mos*, doch tritt mit wachsender ausdehnung und vertiefung des gebrauchs diese beziehung zurück (IIH). eine verflachung des wortes zu formelhaftem gebrauch gehört dem 19., 20. jh. an (IIJ).

(*Deutsches Wörterbuch von Jacob Grimm u. Wilhelm Grimm* 1960: 2096 f.)

Daraus lassen sich insgesamt drei Erweiterungsstationen des Anwendungsbereiches von diesem Wort kristallisieren (vgl. auch Gauger 1995: 7 – 10):

1. Aus dem lateinischen Etymon *stilus* wurde der Griffel zum Schreiben und dann die Schreibart.
2. Von der Schreibart eines Textes wurde der Begriff zur Machart (die bildende Kunst, die Musik) erweitert.
3. Von dem handwerklich Künstlichen wurde das Anwendungsgebiet des „Stils“ auf Erscheinungen der Lebenswelt ausgeweitet.

Diese Bedeutungserweiterung vom „Stil“ ermöglicht die produktive Wortbildung bzw. die Bildung der Wortgruppen von „Stil“ überhaupt, so dass das Wort „Stil“ heutzutage fast in allen Lebensbereichen aufzufinden ist. Im Kern bleibt

jedoch die Bedeutung vom „Stil“ angesichts der geschichtlichen Entwicklung unverändert: Denn der Stil bedeutet immer noch „die Art und Weise von [...]“.

2.2. Forschungsperspektiven der Stilistik

Die Stilistik, welche die Lehre vom Stil darstellt, ist als selbständige Disziplin bereits seit dem späteren 19. Jahrhundert etabliert⁴ (vgl. Sanders 1996: 346 f.). Jedoch werden Stil und Stilistik, „was Definition, Terminologie, Prinzipien, Methoden usw. angeht, derart kaleidoskopisch bis kontrovers behandelt, daß sich an der Einheitlichkeit des Stilbegriffs füglich Zweifel einstellen können.“ (Sanders 1995: 386). Folglich wird „Stil“ in den Forschungen mit „Schwamm“, „Amöbe“ (Fix 1996: 308) oder mit „Chamäleon“ (Sandig 1986: Vorwort, Sandig 1995: 49) verglichen, denn dem Stilbegriff als „eine höchst, ungewisse, an den Rändern ihrer Gegenstandsbestimmung diffus verschwimmende Größe“ (Lerchner 1995: 94) fehlt es gerade an festen Konturen. Dies ist „bedingt durch die generelle Funktion von Stil mit seiner Vielfalt von systematisch unterscheidbaren Einzel-funktionen und der Vielzahl von im konkreten Fall sich überlagernden Sinn-aspekten“ (Sandig 1995: 49).

Diese Schwierigkeit in der Gegenstandsbestimmung führt naturgemäß zu einer Vielfalt an Forschungsperspektiven und dementsprechend an Konzeptionen in der Stilforschung. Wie Wellmann (1997: 12) in der Definition von Sprachstil und Stilprägungen hingewiesen hat⁵, lassen sich hauptsächlich vier Forschungsperspektiven

4 Nach Püschel (2001: 474) hat sich die Stilistik bereits in der zweiten Hälfte des 18. Jh.s als eigenständige Disziplin aus dem System der Rhetorik herausgelöst. Jedoch stand Stilistik noch lange Zeit in der Verbindung mit Rhetorik und Poetik (vgl. Sanders 1996: 346).

5 „Stil und Stilprägungen“ – das sind die vielfältigen individuell, gattungs-, zeit- oder gruppenspezifisch gefärbten Typen sprachlicher Gestaltung, die in Leittexten der Sprach- und Literaturgeschichte hervorgetreten sind“.

darstellen⁶ (s. auch bei Püschel 2001: 477), die im Folgenden näher erläutert werden. Es handelt sich dabei um Forschungen zum

1. Individual- oder Persönlichkeitsstil,
2. Epochen- oder Zeitstil,
3. Textsortenstil,
4. Gruppenstil.

Zum Individual- oder Persönlichkeitsstil: Wie Fix (1991) in der Diskussion über die stilistische Textanalyse⁷ bereits ausführlich dargestellt hat, setzt der Stil immer ein Verhältnis von Gesetz und Freiheit, von Überindividuellem und Individuellem voraus. Denn einerseits entsteht ein Text immer vor dem Hintergrund der objektiven Gegebenheiten und der überindividuellen Forderungen, er bedient sich der sprachlichen Normen und der kulturellen Gewohnheiten und vollzieht sich unter Berücksichtigung von Faktoren wie Kommunikationssituation, Thema, Intention, Erwartungsannahme der Rezipienten usw. Andererseits zeichnet sich jeder Text aber auch durch seine Unikalität und seinen individuellen Umgang mit Vorgegebenem aus. Jeder Text ist ein individuelles Produkt und in sofern einmalig, als in ihm die Spur der subjektiven Gegebenheiten wie Sprachwissen, Spracherfahrung, Geschmack oder Wertvorstellungen hinterlassen werden. Der Text ist außerdem die subjektive Entscheidung, Freiräume im Rahmen des Überindividuellen zu nutzen. Denn gerade diese Wahlmöglichkeiten, diese Entscheidungsfreiräume der Individuen gewähren die individuellen Stilmöglichkeiten, Stil ist schließlich auf die Möglichkeit einer Option angewiesen (vgl. Assmann 1986: 127).

Da Stil vom Individuum realisiert wird, steht die Erforschung des Individual- oder Persönlichkeitsstils in einer stilistischen Tradition. Bereits in der zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts, und zwar in der Anfangsphase der Trennung der Stilistik von der

6 In der Kunstgeschichte wird zwischen individuellem Stil, Volksstil und Zeitstil unterschieden (vgl. Wölfflin 1915/1948: 11, zitiert nach Müller 2004: 247), wobei der Volksstil auch den Stil einer bestimmten Kultur bezeichnet.

7 Text wird in dem vorliegenden Buch als verbal und nicht als multisemiotisch angesehen. Die genaue begriffliche Auseinandersetzung damit erfolgt in 5.2.

Rhetorik, stand das Motto „Der Stil ist der Mensch selbst“⁸, so dass sich schon zu dieser Zeit eine Dominanz des „opting out“ oder eine Hinwendung zu einem subjektiven Persönlichkeitsstil beobachten ließ (vgl. Gauger 1995: 12; Sanders 1996: 346). Auch in der modernen Zeit, insbesondere bei der Analyse der literarischen Texte, sind weiterhin zahlreiche Arbeiten auf diesem Gebiet zu finden, wie zum Beispiel Goethe und Brinkmann (Wolf 1997) oder Gerhart Hauptmann und Robert Musil (Koller 1997) im Stilvergleich oder die Stilanalyse von Goethes „Werther“ (Anderegg 1997; Eroms 1997).

Zum Epochen- oder Zeitstil: Die Erforschung des Epochen- oder Zeitstils weist ebenfalls eine lange Tradition auf. Im Zusammenhang mit dem Aufkommen einer historischen Sicht bzw. dem Durchbruch des historischen Bewusstseins gegen Ende des 18. Jahrhunderts wurde dem Stil ein historisch bedingtes Recht zugesprochen, so dass es zu dem Verständnis gekommen ist, dass Stil einer geschichtlichen Veränderung unterworfen ist und ein historisch relativierendes und zeitbezogenes Element innehat (vgl. Gauger 1995: 11). Stil ist somit dynamisch und historisch veränderlich zu verstehen, nicht als statisch und ein für allemal invariabel konzipierbar bzw. rekonstruierbar aufzufassen. In verschiedenen Zeitepochen befinden sich die Rezipienten eines Textes in unterschiedlichen gesellschaftlichen Rahmenbedingungen und bedienen sich der ihrer Zeit entsprechenden textuellen Konvention, sie haben ihre zeitgenössischen potentiellen Rezipienten im Auge und realisieren ihre Stilintention insofern mit zeitgemäßen stilistischen Mitteln.

Die Forschung zum Epochen- oder Zeitstil schlägt sich nicht nur in der Literaturwissenschaft und Kunstgeschichte nieder, sondern seit den 80er Jahren auch in der Sprachwissenschaft (vgl. Sanders 1996: 350 f.). Sie ist außerdem durch ein fortwährendes wissenschaftliches Interesse gekennzeichnet, was sich daran zeigt, dass auch in der stilistischen Forschung neueren Datums dieser Bereich immer noch schwerpunktmäßig behandelt wird. Mit dem Titel *Stil und Stilwandel* (Fix / Lerchner 1996) wird z.B. ein einschlägiger Band mit über 20 Aufsätzen

8 Dieses weltberühmte Diktum des Grafen Georges Louis Leclerc de Buffon heißt original „Le style est l’homme même“ (1753) (zitiert nach Sanders 1996: 345).

dieser Forschungsrichtung gewidmet, die thematisch allerdings vielfältig sind. Dabei werden beispielsweise Stil und Stilwandel besprochen von einerseits Gebrauchs-Textsorten wie Brief, Zeitung, Argumentation, deutsche parlamentarische Geschäftsordnungen, Kochrezepte, von andererseits literarischen Textsorten (d.h. Gattungen) wie politische Sonette, sowie von einzelnen literarischen Texten, z.B. Walter Kempowskis ‚Echolot‘, wie auch schließlich von literarischem Handeln, z.B. Computerkultur oder Theateraufführung. Ähnlich heterogen werden in dem Band *Stile, Stilprägungen, Stilgeschichte: über Epochen- Gattungs- und Autorenstile; sprachliche Analyse und didaktische Aspekte; vergleichende Analysen* (Fix / Wellmann 1997) historisches Stilverstehen, Zeitstil und Epochenstil problematisiert, zudem aus didaktischer Sicht.

Textsortenstil: Die textlinguistische Diskussion seit den 70er Jahren führte zur Erforschung des Textsortenstils. Wie Stolt (1995: 381 f.) bereits erläutert hat, signalisiert der Textsortenstil die Relevanz des Mitgeteilten in seinen Wahrheits- und Wirklichkeitsbezügen. Beispielsweise wird der Romanstil mit Fiktionalität, der Gesetzesstil mit gerichtlicher Autorität und der Fachsprachenstil mit sachlicher Kompetenz verbunden. Die konkreten Untersuchungen erfolgen normalerweise über die Beschreibung von Textmustern und stehen in enger Verbindung mit textlinguistischen Forschungen. In stilistischen Sammelbänden sind sie nur einzeln vertreten, wie z.B. die Analyse des offenen Briefes (Brinker 1997) oder die Untersuchung von Arbeitszeugnis/Beurteilung (Kühn 1995). Oft stehen die Forschungen des Textsortenstils in der Verschränkung mit anderen Forschungsperspektiven wie z.B. der historischen Perspektive, die oben in Bezug auf den Epochenstil bereits mit Beispielen erwähnt wurde.

Gruppenstil: Die Erforschung des Gruppenstils steht im Zusammenhang mit der soziolinguistischen Diskussion. Wie in Bezug auf den Individualstil bereits geschildert wurde, ist der Stil ein Ergebnis der Kombination von Konformismus und Originalität, von obligatorischen und fakultativen Elementen (vgl. Stolt 1995: 379). Da jedes Individuum zugleich auch Mitglied einer sozialen Einheit ist, die einen Handlungsrahmen für ihre Mitglieder absteckt, stehen die Mitglieder derselben sozialen Einheit unter dem Einfluss gleicher bzw. ähnlicher obligatorischer

Merkmale und bilden dadurch ihren Gruppenstil. Stil wird in diesem Sinne „als Mittel der Kennzeichnung von Gruppen durch ihren jeweiligen Stil nach außen“ und „bei der Durchführung von Handlungstypen als gruppeninterne Signalisierung der Mitgliedschaft in einer Gruppe“ verstanden (Sandig 1995: 35), oder mit anderen Worten, Stil wird als Bildung sozialer Identität aufgefasst.

Es gibt verschiedene soziale Einheiten, wie Altersgruppen, Geschlechtsgruppen, Berufsgruppen, Gruppen verschiedener sozialer Schichten, ethnische Gruppen etc., die sich durch ihren jeweiligen Sprach- und Handlungsstil charakterisieren und voneinander abgrenzen. In den soziolinguistischen Forschungen ist z.B. die Untersuchung der Jugendsprache, der Frauensprache oder der Fachsprachen bereits ein jeweils eigenständiger Forschungsbereich geworden, obwohl er sich nicht nur mit dem Stil der jeweiligen sozialen Gruppe beschäftigt. In der neuesten Zeit sind noch einzelne Forschungsarbeiten zu lesen, welche z.B. die Sprachstilisierung der oberen sozialen Schicht (s. Holly 2001) oder den kommunikativen Stil der Migrantengruppen (s. Keim 2001; Kallmeyer 2001) thematisieren.

Nicht zuletzt zeigt sich seit dem Aufkommen der interkulturellen Kommunikationsforschung in den 80er Jahren auch verstärkt die Tendenz, den **Kulturstil** mittels Textsorten bzw. Kommunikationshandlungen zu untersuchen. Nur ein paar Titel zur Untersuchung bestimmter kulturspezifischer Stilaspekte sollten dies schon belegen: „Grammatische Stilcharakteristiken in spanischen Textsorten“ (Eggelte 2001), „Interpersonalität und Textsortenstile: kontrastive Aspekte (Deutsch-Finnisch)“ (Piitulainen 2001), „Argumentationsstile in deutschen und finnischen Fernsehdiskussionen“ (Tiittula 2001), „Kulturelle Stildifferenzen – am Beispiel der Verwendung von Sprichwörtern“ (Günthner 2001), „Vortragsstile im Kulturvergleich: Zu einigen deutsch-russischen Unterschieden“ (Kotthoff 2001), „Sharan, Galaxy oder Alhambra: ‚Kommunikation‘ und ‚Kultur‘ als Differenzierungsmerkmale im internationalen Wettbewerb“ (Bolten 2000) usw. Bei Bolten u.a. (1996) wird die kulturspezifische Kommunikationsweise der Geschäftsberichte in Deutschland, Frankreich, Großbritannien und den USA verglichen.

Aus den gerade genannten Beispielen zur Erforschung des Kulturstils lässt sich durchaus schließen, dass die Kulturgrenze mit der Ländergrenze vergleichbar ist.

Andererseits kann, so wie Galtung (1985) bei seiner essayartigen Schilderung über die kulturell bedingten intellektuellen Stile vorgeht, die Kultur auch mehrere Länder umfassen⁹. Jedoch muss die Kultur nicht über die Grenze einer Gesellschaft oder eines Landes hinausgehen, und in diesem Sinne ist der Gruppenstil ebenfalls als Kulturstil zu verstehen. Über die Bezugsgröße der Kultur wird in Kapitel 3.1.1.2. genauer diskutiert. Das nächste Kapitel geht genauer darauf ein, was die Kultur bzw. der Kulturstil ist und wie der Kulturstil untersucht werden kann.

3. Kulturstil und Kommunikationsstil

Wie in einigen Forschungsarbeiten zum Kulturstil im letzten Kapitel bereits angedeutet wurde, steht die Untersuchung des Kulturstils eng mit der des Kommunikationsstils in Verbindung. In diesem Kapitel wird versucht, die Beziehungen der beiden Bereiche zu erläutern und damit die methodischen Herangehensweisen zur Erforschung des Kulturstils zu erarbeiten.

3.1. Kulturstil in Form von Kommunikationsstil

3.1.1. Was ist Kultur?

„Kultur“ stellt einen so facettenreichen und vielschichtigen Begriff dar, dass die Definitions- bzw. Erklärungsbemühungen in der wissenschaftlichen Geschichte und auch in verschiedenen Disziplinen ununterbrochen sind. Nach Bolten (2001: 10) haben amerikanische Forscher bereits in den 60er Jahren über 250 unterschiedliche Bedeutungen von „Kultur“ ausfindig gemacht. Aber im Großen und Ganzen gibt es in der wissenschaftlichen Geschichte die folgenden Erkenntnisse zum Kulturbegriff:

9 Nach ihm umfasst der gallische Stil die romanischen Länder sowie Rumänien und der teutonische Stil dann Deutschland, Osteuropa einschließlich der ehemaligen Sowjetunion, während der sachsenische Stil für die englischen Länder mit England sowie den USA als Vertreter steht und sich der nipponische Stil auf Japan bezieht.

- Das normative Kulturverständnis, das der Ausgrenzung des Fremden bzw. des sozial Anderen dient. Dabei wird Kultur als „Ergebnis eines komplexen, nicht nur natürlichen, sondern auch historisch-schicksalhaften Bildungsvorganges“ aufgefasst und „demnach Menschen oder Menschengruppen als ‚unkultiviert‘ bzw. als mehr oder minder ‚kultiviert‘ bewertet“ (Stagl / Stagl ²1995: 14). Dies führt zu qualitativen Unterschieden zwischen verschiedenen ethnischen Gruppen und zwischen verschiedenen gesellschaftlichen Schichten, die jeweils für „kulturhabend“ oder „kulturlos“ gehalten werden¹⁰.
- Das registrierende Kulturverständnis, das zwischen primitiven und entwickelten bzw. Hochkulturen unterscheidet. Danach wird zwar allen ethnischen Gruppen eine Kultur zugesprochen, dennoch weisen sie kulturelle quantitative Unterschiede auf, denn sie befinden sich auf verschiedenen Stufen des Zivilisationsfortschrittes¹¹. Aus diesem evolutionistischen Kulturverständnis ist außerdem der „intellektuell-ästhetische Kulturbegriff“ abzuleiten, dem „moralisch-ethisch[e] Werte“ zugrunde liegen (Lüsebrink 2005: 10). Dieser führt automatisch zur Abgrenzung der Bildungs- und Elitenkultur von der sogenannten Massen- oder Volkskultur. Es liegt zudem nahe, dass Kultur als Repräsentant des Schönen, Wahren und Guten zu verstehen ist.
- Das kulturrelativistische Verständnis besagt, dass Kulturen voneinander verschieden, aber nicht besser oder schlechter zu bewerten sind. Sie stehen als

10 Nicht nur Griechen und Römer in der Antike haben Kultur speziell für sich reserviert und das Andersartige als Barbarei bewertet (vgl. Hansen 2003³: 217), sondern auch die alten Chinesen hatten eine sinozentrische Kulturvorstellung. Demnach waren die Menschen des Reiches der Mitte von ihrer kulturellen Überlegenheit überzeugt und nannten die fremden Völker in den vier Himmelsrichtungen außerhalb von China alle Barbaren (vgl. Müller 1980: 52). Außerdem war Kultur nur der Adelschicht vorbehalten, wohingegen die gesellschaftlichen Unterschichten als „wildes Volk“ (ye min 野民) bezeichnet wurden.

11 Die Unterscheidung zwischen Kultur und Zivilisation ist in unterschiedlichen wissenschaftlichen Traditionen verschieden. Nach Posner (1992: 13) wird „Zivilisation“ z.B. in der Kultursoziologie auf die materiale Kultur angewendet und „Kultur“ für die mentale Kultur reserviert. Dagegen werden beide Begriffe bei den britischen und französischen Anthropologen gleichgesetzt. In dem hier vorliegenden Buch gelten für „Zivilisation“ die materiale und die soziale Seite der Kultur.

gleichberechtigte Varianten nebeneinander. Zu diesem kulturellen Verständnis haben beispielsweise die in den 50er Jahren des letzten Jahrhunderts in Großbritannien entstandenen „Cultural Studies“ (s. Bromley / Göttlich / Winter 1999) einen wesentlichen Beitrag geleistet. Dabei wird versucht, die Unterscheidung zwischen Hochkultur und niedriger Kultur zu untergraben und die Entgegensetzung von elitärer und populärer Kultur aufzulösen.

Aus den bisherigen Darstellungen ist klar zu ersehen, dass der normative und der registrierende Kulturbegriff Bewertungen implizieren, die Vergleichskriterien benötigen. Jedoch wie Bolten (2001: 11 f.) zu Recht kritisiert, sind die Bewertungskriterien historisch gebunden und unterliegen dem historischen Wandel, so dass sich das inhaltliche Spektrum der so zu verstehenden Kultur oft ändert. Darüber hinaus neigen solche Kulturverständnisse leicht zum Ethnozentrismus, der die eigene Kultur als den Mittelpunkt von allem und somit als Bewertungsmaßstab versteht. Die eigene Kultur wird oft als den anderen überlegen angesehen.

Zwar herrscht in der modernen Kulturdiskussion bereits Einigkeit, dass alle Kulturen als gleichberechtigte Entitäten zu betrachten sind. Jedoch sind die Meinungen weiterhin unterschiedlich, wenn es darum geht, was Kultur eigentlich ist. Dies zeigt sich z.B. in den folgenden Kulturdefinitionen oder Definitionsversuchen:

[Kultur ist] im weitesten ethnographischen Sinne jener Inbegriff von Wissen, Glauben, Kunst, Moral, Gesetz, Sitte und allen übrigen Fähigkeiten und Gewohnheiten, welche der Mensch als Glied der Gesellschaft sich angeeignet hat. (Tylor 1871: 1, zitiert nach Hansen ³2003: 37)

Kultur ist die Menge alles Artifiziiellen. Sie ist die gesamte Ausrüstung mit Werkzeugen [...], die von Menschen erfunden und dann von einer Generation zur nächsten weitergegeben worden sind. (Folsom 1928: 15, zitiert nach Posner 1992: 19)

[Kultur sind] die Artefakte, Institutionen, Ideologien und die gesamte Breite gebräuchlicher Verhaltensweisen, mit denen eine Gesellschaft für die Ausbeutung ihrer besonderen Umwelt ausgestattet ist. (Cohen 1974: 46, zitiert nach Viveló ²1995: 51)

Der Kulturbegriff [...] ist wesentlich ein semiotischer. Ich meine mit Max Weber, daß der Mensch ein Wesen ist, das in selbstgesponnene Bedeutungsgewebe verstrickt ist, wobei ich Kultur als dieses Gewebe ansehe. Ihre Untersuchung ist daher keine experimentelle Wissenschaft, die nach Gesetzen sucht, sondern eine interpretierende, die nach Bedeutungen sucht. (Geertz 1994³: 9)

Kultur ist ein universelles, für eine Gesellschaft, Organisation und Gruppe aber sehr typisches Orientierungssystem. Dieses Orientierungssystem wird aus spezifischen Symbolen gebildet und in der jeweiligen Gesellschaft usw. tradiert. Es beeinflusst das Wahrnehmen, Denken, Werten und Handeln aller Mitglieder und definiert deren Zugehörigkeit zur Gesellschaft. Kultur als Orientierungssystem strukturiert ein für die sich der Gesellschaft zugehörig fühlenden Individuen spezifisches Handlungsfeld und schafft somit die Voraussetzungen zur Entwicklung eigenständiger Formen der Umweltbewältigung. (Thomas 1993: 380)

Sieht man sich die oben angeführten Bedeutungsvarianten des lateinischen Ursprungswortes *colere* an, so steht dem erweiterten Kulturbegriff sicherlich die als erstes aufgeführte Form: wohnen, ansässig sein am nächsten [...]. Gemeint ist damit die Lebenswelt, in der wir uns bewegen, die wir uns durch unser Zusammenleben geschaffen haben und ständig neu schaffen. (Bolten 2001: 12)

Kultur umfaßt Standardisierungen, die in Kollektiven gelten. (Hansen 2003³: 39)

In solchen Definitionsbemühungen wird Kultur als „die Menge alles Artifiziel- len“ (Folsom 1928: 15), als „Artefakte, Institutionen, Ideologien“ sowie „Verhaltensweisen“ (Cohen 1974: 46), als „Bedeutungsgewebe“ (Geertz ³1994: 9), als „Orientierungssystem“ (Thomas 1993: 380) oder als „Fähigkeiten und Gewohnheiten“ (Tylor 1871: 1) bzw. „Standardisierungen“ (Hansen ³2003: 39) apostrophiert, die in einer „Gesellschaft“ (Tylor 1871: 1; Cohen 1974: 46; Thomas 1993: 380), in einer „Lebenswelt“ (Bolten 2001: 12) oder in „Kollektiven“ (Hansen 2003³: 39) existieren bzw. zur Geltung kommen.

Daraus sind zwei Streitpunkte abzuleiten, nämlich welche Gegenstände Kultur umfasst und was die Bezugsgröße der Kultur ist. Darauf wird in den folgenden zwei Unterkapiteln eingegangen. Im dritten Unterkapitel wird diskutiert, ob Kultur stabil bleibt bzw. ob und gegebenenfalls wie der Kulturwandel stattfindet.

3.1.1.1. Gegenstände der Kultur

Nach Posner (1992: 12 f.) wird der Kulturbegriff in der Anthropologie in materiale, soziale und mentale Dimensionen dreigeteilt.

- Die materiale Kultur bezieht sich auf Artefakte und die Fertigkeiten ihrer Herstellung sowie Verwendung¹². Gemeint sind damit z.B. Werkzeuge, Gebäude, Bilder usw. Dagegen bezeichnet
- die soziale Kultur Institutionen und die in diesen vollzogenen Rituale. Die Institution definiert Hansen (2003³: 134 – 144) in der Tradition von Veblen (1914) als Verhaltensgewohnheiten, sie besteht aus einer Folge von Handlungen und kann die schnelle Handlungsfähigkeit der Einzelnen sichern bzw. auch den Zusammenhalt des Ganzen gewährleisten.
- Die mentale Kultur wird dann als Mentefakte und Konventionen zur Bestimmung ihrer Verwendung wie Darstellung verstanden. Gemeint sind dabei Werte, Normen, Ideen usw.

Durch unterschiedliche Kombinationen dieser drei Dimensionen variieren die Bedeutungen des Kulturbegriffs. Posner (1992: 14) stellt vier verschiedene Bedeutungen von „Kultur“ in der Anthropologie fest:

- Kultur als die mentale Kultur allein, als
- mentale zusammen mit der materialen Kultur, als
- mentale Kultur zusammen mit sozialer Kultur sowie als
- Einheit von materialer, sozialer und mentaler Kultur.

In den Definitionen bzw. Definitionsversuchen vom Kulturbegriff, die in Kapitel 3.1.1. aufgelistet wurden, postuliert Folsom als Einziger einen materiellen Kulturbegriff, was heutzutage in der wissenschaftlichen Diskussion schon selten, aber im Alltagsleben¹³ noch häufig zur Geltung kommt. Die wissenschaftlichen Auseinandersetzungen zum Kulturbegriff favorisieren dagegen eine mentalistischen und der holistische Betrachtungsweise.

12 Diese Bedeutung stammt aus dem Lateinischen *Agricultura*, gemeint ist damit Pflege (des Ackers), Bearbeitung, Bestellung, Anbau, Landbau (vgl. *Etymologisches Wörterbuch des Deutschen* 1989: 943).

13 Nicht selten tauchen in den chinesischen Boulevardzeitungen Begriffe wie „Esskultur“, „Schuhkultur“ usw. auf, wobei verschiedene Gerichte bzw. ihre Kochweisen oder verschiedene Schuhdesigns gemeint sind.

Zu dem ersten Lager gehören hier vor allem Thomas und Hansen. Thomas' Kultur als Orientierungssystem „beeinflusst das Wahrnehmen, Denken, Werten und Handeln aller Mitglieder“, was eine abstrakte mentale Kulturvorstellung zum Ausdruck bringt¹⁴. Kultur in diesem Sinne ist geistige Orientierung für das menschliche Verhalten, sie ist zugleich ein Ordnungsmechanismus, der das Wahrnehmen und das Denken steuert.

Mit „Standardisierungen“ beschränkt sich der Kulturbegriff bei Hansen (³2003) ebenfalls auf Geistiges, obwohl er auch zugibt, dass die Materialität und die Institutionalisierung direkter gegeben und empirisch zugänglich sind (vgl. dort 248). In seinem Buch *Kultur und Kulturwissenschaft* (³2003) finden sich folglich alle drei Aspekte berücksichtigt. Die Standardisierungen sind in vier inhaltliche Arten kategorisiert, nämlich Standardisierungen der Kommunikation, des Denkens, des Empfindens und des Verhaltens bzw. Handelns, wobei die Kommunikation (wie Zeichen, Sprache) und das Verhalten bzw. Handeln ohne weiteres die materiale und die soziale Dimension der Kultur betreffen. Jedoch verweist er bei der Kommunikation auf die Konvention des Zeichens in einem Kollektiv, mit der bestimmte Bedeutungen einem Bedeutungsträger zugewiesen werden (s. dort 51), denn erst über seine materielle Funktion hinaus und durch seine Zeichenfunktion bzw. symbolische Funktion werde ein Artefakt ein kultureller Gegenstand (vgl. dort 61). Ähnlich meint er, dass Verhalten, Handlungen und Institutionen hoch ritualisiert seien und ihr Hauptakteur die (mentale) Kultur darstelle. Obwohl man dabei oft

14 Für die konkrete Anwendung des Kulturbegriffes benutzt Thomas „Kulturstandards“, die ein „für die Angehörigen einer Kultur gültiges und sinnstiftendes Orientierungssystem“ darstellen (2004: 151). Sie sind aber weiterhin als „alle Arten des Wahrnehmens, Denkens, Wertens und Handelns“ zu verstehen (1996: 112). Somit erstrecken sich seine Kulturstandards sowohl auf die mentale als auch auf die materiale direkt erfahrbare Ebene. Dies zeigt sich ebenfalls in seinen unter dieser Theorie stehenden Trainingsbüchern. In seinem Trainingsprogramm für deutsche Manager in China werden konkrete soziale Erscheinungen wie „Danwei-System“ und „Etikette“ zusammen mit geistigen Hintergründen wie „Hierarchie“, „Soziale Harmonie“ usw. als Kulturstandards parallel dargestellt (s. Thomas / Schenk 2001). Daraus ergibt sich eine gewisse Widersprüchlichkeit zwischen seiner Kulturdefinition als mentalistischem Begriff und den Kulturstandards in der Praxis, die sowohl die mentale als auch die materiale Dimension umfassen.