

**Abdunazarov Feruz Kuchkorovich**

Lektor des Lehrstuhls für die praktischen Fächer der deutschen Sprache

Wissenschaftlicher Mitarbeiter (PhD)

an der Usbekischen Staatlichen Weltsprachenuniversität

***Annotation:** It is better to have a relationship with strangers and people who are not strangers. Interacting with strangers is one of the most important aspects of demonstrating intercultural competence. The question of what is meant by "conformity" in this article, and what is meant by "foreignness" and "foreignness" can be found in this article.*

***Key words:** Dealing with strangers and strangeness, most important aspects, first approach to the meaning, the experiences of everyday normality*

**EINFÜHRUNG:**

Der angemessene Umgang mit Fremdem und Fremdheit oder besser: mit Unvertrautem zählt zu den wichtigsten Aspekten, wenn es darum geht, interkulturelle Kompetenz unter Beweis zu stellen. Was in diesem Zusammenhang überhaupt „angemessen“ heißt, was unter „Fremde“ und „Fremdheit“ zu verstehen ist, soll uns im Folgenden beschäftigen.

Eine erste Annäherung an die Bedeutung von „fremd“ mag der nachstehende Zeitungsartikel über das Familienrecht bei der Volksgruppe der Kisii in Kenia vermitteln. Zumindest dann, wenn wir versuchen die Besonderheiten dieses Rechtssystems auf Anhieb zu verstehen. Liest man den Artikel nur cursorisch, wird es vermutlich nicht gelingen, sich ein genaues Bild von den geschilderten Umständen und Hintergründen des dargestellten Rechtsfalls aus Kenia zu verschaffen. Warum? Die „Fremdheit“ des Artikels begründet sich nicht mit dem Stil des Autors, sondern damit, dass der dargestellte Sachverhalt für jemanden, der z.B. in Westeuropa aufgewachsen ist, zunächst mit seinen eigenen Erfahrungen von Alltagsnormalität nicht vereinbar ist. Die beschriebene Ehrengelung bei den Kisii erscheint aus dieser Perspektive unplausibel. Sie lässt sich nur schwer in Übereinstimmung bringen mit „westlichen“ Erfahrungen von institutionalisierten Regeln menschlichen Zusammenlebens und steht Lesern aus diesem Kulturkreis mit großer Wahrscheinlichkeit „fern“ (im Sinne der Bedeutungen des germanischen Wortstammes „fram“: „fern von“, „fort“ und „vorwärts“ aus dem sich der deutsche Begriff „fremd“ ableitet). Umgekehrt deklariert man dann etwas als „Eigenes“, wenn es „nah“ erscheint, wenn es auf Anhieb verständlich ist und nicht intensiveren Interpretationsbedarf hervorruft. Charakteristische Merkmale des „Eigenen“ sind daher \* „Normalität“ (im Sinne von Alltäglichkeit) \* Plausibilität \* Sinnhaftigkeit Sie bilden wesentliche Voraussetzungen für Routinehandlungen, mit denen man auf der Verhaltensseite Gewohnheiten als Gewohnheiten herausbildet und damit das „Eigene“ als solches bestätigt. Dass uns das Fernstehende, Fremde überhaupt nichts sagt, dass wir keinerlei Beziehung dazu entwickeln, stellt eher eine Ausnahme als die Regel dar. Ein Beispiel hierfür wäre allenfalls der logisch-mathematische Fremdheitsbegriff: „Fremd“ sind hier zwei Klassen oder Mengen, deren Durchschnitt leer ist, die also keinerlei Berührungspunkte besitzen. Nahezu alle anderen Verwendungszusammenhänge des Fremdheitsbegriffs beinhalten allerdings jenes Bezugsverhältnis, das schon in der erwähnten Bedeutungserklärung: „fremd von“ mitgedacht ist. Während dieses Bezugsverhältnis beispielsweise in der Philosophie mit den Eckpunkten von „ego“ (ich) und „alter“ (der/die/das Andere) noch eher abstrakt und neutral gedacht wird, ist dies in anderen wissenschaftlichen Bereichen nicht der Fall.

**ANALYSE DER LITERATUR ZUM THEMA:**

In der Soziologie erscheint der Fremde in der Regel negativ als „Randseiter“, in kultur- und religionsgeschichtlichen Darstellungen häufig als das „Unheimliche“. Mit anderen Worten: der

Fremdheitsbegriff scheint relativ und damit subjektiv definiert zu sein. Dies gilt auch, wenn wir das „fern von“ in seiner engen geographischen Bedeutung verstehen. In diesem Zusammenhang sind international tätige Manager gebeten worden Entfernungen von der Hauptstadt ihres Landes zu verschiedenen Städten der Welt zu schätzen. Das Ergebnis war verblüffend: Städte, die aus eigener Erfahrung oder aus Sekundärerfahrungen (Medien, Kollegen etc.) besser bekannt waren, wurden kilometerbezogen viel „näher“ eingeschätzt als eher unbekannte Städte, die dementsprechend erheblich „ferner“ angesiedelt wurden. Das heißt, dass bei Definitionen des Fremden nicht tatsächliche oder „objektive“ Kriterien zur Geltung kommen, sondern dass letztlich unsere Beziehung zu diesem Anderen darüber entscheidet, wie „fern“ oder fremd es für uns ist. Viel folgenreicher noch ist der Umstand, dass wir nicht nur das Andere, sondern auch uns selbst über die Einschätzung dieser Beziehung definieren; ein Sachverhalt, der deutlich in dem von Psychologen und Philosophen häufig verwendeten Gegensatzpaar ego – alter ego zum Ausdruck kommt. Kurz gesagt: Wir definieren uns immer im Verhältnis zu anderen – und umgekehrt. Hierbei handelt es sich in der Regel nicht um einmalige Definitionen: Ob ich mich als „mager“, „dünn“, „vollschlank“ oder „dick“ bezeichne, hängt unter anderem auch davon ab, in welchem Bezugsverhältnis ich mich auf diese bestimmte Art und Weise einschätze. Fest steht, dass ein Selbstverständnis nicht möglich wäre, wenn es nicht den „Anderen“, „Fremden“ gäbe, mit dem ich mich vergleichen könnte. Umgekehrt ist auch mein Verständnis des Fremden in erster Linie davon abhängig, wie ich mich selbst in dieser Beziehung sehe. Ein Beispiel hierfür bietet die unterschiedliche Positionierung der jeweils „eigenen“ geographischen Lage in australischen und europäischen Weltkarten. In Australien sieht man sich selbst verständlicherweise nicht „am Rand der Welt“: Dass das jeweils „eigene“ Land den Mittelpunkt der Darstellungen einnimmt, um den sich alles andere herumgruppiert, kann auch als Hinweis darauf verstanden werden, dass man ethnozentrisches Denken selbst dann nicht unterbinden kann, wenn man sich dessen negativer Auswirkungen bewusst ist. Ähnliche Belege hierfür gibt es in der Geschichte im Überfluss:

## **FORSCHUNGSMETHODIK:**

Teilweise hat sich eine solche ethnozentrisch vom „Eigenen“ ausgehende Weltsicht auch in der Selbstbezeichnung vieler Völker niedergeschlagen: „Bantu“, „Inuit“ oder auch „Comanche“ bedeutet jeweils „Mensch“, womit natürlich gleichzeitig auch eine Abgrenzung gegenüber Fremdem impliziert ist. Selbst- und Fremdbilder stehen in einem wechselseitigen Zusammenhang und wären außerhalb dieses konkreten Zusammenhangs auch nicht denkbar. So können sich Selbsteinschätzungen in Abhängigkeit zu unterschiedlichen Fremdbildern vollkommen verändern. Das lässt sich an einem Beispiel gut vorstellen, wenn man überlegt, wie sich ein nationales Selbstverständnis z.B. in Hinblick auf die weltpolitische Geltung aus deutscher Perspektive einerseits in Bezug auf die USA, andererseits in Bezug auf Mali formuliert. Unsere Wahrnehmung von Eigenem und Fremden ist über das direkte Wechselspiel von Selbst- und Fremdverstehen hinaus auch wesentlich durch das geprägt, was wir annehmen bzw. vermuten, was andere von uns denken und erwarten. Man spricht in diesem Zusammenhang von „Metabildern“. Wenn ich z.B. vermute, dass der Andere von mir erwartet, dass ich in einer bestimmten Kleidung zu einer Veranstaltung gehe, die derjenige auch besucht, so kann diese Vermutung bzw. dieses Metabild für mich durchaus handlungsleitend sein und mich zur Wahl entsprechender Kleidungsstücke motivieren (die ich „von mir aus“ eventuell gar nicht in Betracht gezogen hätte).

## **ANALYSE UND ERGEBNISSE:**

Hieraus folgt: Wenn wir Fremdes (und Eigenes) wahrnehmen und verstehen, dann geschieht dies auf der Grundlage des wechselseitigen Zusammenhangs von Selbst-, Fremd- und Metabildern: Wie bei Selbstbildern, so gibt es auch bei Fremdbildern positive und negative Extreme, die so genannten Freund- bzw. Feindbilder. Beide haben fast immer die Funktion, die eigene Identität zu stärken: „Freundbilder“ in dem Sinne, dass Verbündete das Eigene stärken und bestätigen,

<b>16</b>	ISSN 2277-3630 (online), Published by International Journal of Social Sciences & Interdisciplinary Research., under Volume: 13 Issue: 07 in July-2024 <a href="https://www.gejournal.net/index.php/IJSSIR">https://www.gejournal.net/index.php/IJSSIR</a>
	Copyright (c) 2024 Author (s). This is an open-access article distributed under the terms of Creative Commons Attribution License (CC BY). To view a copy of this license, visit <a href="https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/">https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/</a>

Feindbilder dadurch, dass sie Abgrenzungen etwa in dem Sinne von „das will ich auf gar keinen Fall“ oder „ich bin das Gegenteil“ ermöglichen. Dass es sich auch hierbei um Prozesse handelt, die ständigen Veränderungen unterliegen, lässt sich gut anhand der Fremdbildveränderungen im Zusammenhang mit den politischen Umwälzungen in Osteuropa dokumentieren. So hat mit dem Wegfall des verbindenden Elements eines gemeinsamen Feindes beispielsweise das Fremdbild Europas in den USA seine Qualität als „Freundbild“ verloren; genauso wie Russland nicht mehr als „großer“ Bruder mittelosteuropäischer Staaten und auch nicht mehr als „Feind“ Westeuropas dient.

**SCHLUSSFOLGERUNGEN UND VORSCHLÄGE:**

Dass Stereotypen eine bestimmte Form und Funktion von Wahrnehmungsschemata darstellen, haben wir bereits gesehen. Schemata sind demzufolge vorstellbar als „Typen“, denen bestimmte Wahrnehmungen zugeordnet werden, die dann als „Subtypen“ spezifizierungen des übergeordneten Typs darstellen („Schimpanse“ in Bezug auf „Affe“). Die Definition von „fremd“ im Sinne von einerseits „fern von“ und andererseits „vorwärts“ beinhaltet zum einen, dass etwas genau dann „fremd“ ist, wenn entsprechende Erfahrungen nicht vorliegen. Das heißt: was ich nicht kenne, ist mir fremd. Verräterisch für unseren Umgang mit Fremdheit ist allerdings die zweite Bedeutung „vorwärts“: Sie zeigt an, dass wir stets versucht sind, Fremdes zu erkunden, uns verständlich und es zu unserem „Eigenen“ zu machen. Kommen wir zunächst noch einmal zum Zusammenhang von Fremdheit und Erfahrungsmangel zurück, der zwangsläufig auch beinhaltet, dass zumindest eine minimale Erfahrungsbasis vorhanden sein muss, um etwas überhaupt als „fremd“ und nicht als „nichts“ zu klassifizieren: Indem wir vom Fremden weder genaueres wissen noch erwarten, nähern wir uns ihm mit relativ undifferenzierten Rastern, Schemata oder „Typen“. So wird jemand, der noch nicht in Australien gewesen ist, aufgrund von Medienberichten, Postkarten, Filmen etc. hinsichtlich seiner Wahrnehmungen und Erwartungen vermutlich in erster Linie auf Kängurus und nicht unbedingt auf Blechdächer ausgerichtet sein. Von daher kann es leicht passieren, dass Australien durch den nach und nach verfestigten (→ gr. stereos) Schematyp „Känguru“ repräsentiert wird. Dieses Stereotyp ist im Sinne eines verfestigten Images („Bildes“) maßgeblich für das eigene Handeln verantwortlich. Wer nach Australien fährt, glaubt, den Zweck seiner Reise erst dann erfüllt zu haben, wenn er das erste Känguru gesehen hat, und australische Waren werden bei uns erst dann als „echt“ australische akzeptiert, wenn sie in irgendeiner Form mit einem Känguru-Symbol versehen sind. Wie sich Bilder (Images) bzw. Vorstellungen von etwas Fremdem zu Stereotypen verfestigen, so fossilieren nach genau dem gleichen Mechanismus Einstellungen und Meinungen zu Vorurteilen. Welche Konsequenzen dies haben kann, lässt sich an einem Beispiel aus der Wirtschaft zeigen: Von Mitte der neunziger Jahre bis 2006 wurde unter den Typenbezeichnungen VW Sharan, Ford Galaxy und Seat Alhambra ein nahezu identischer Minivan produziert und vertrieben. Obwohl die Fahrzeuge auch hinsichtlich des Verkaufspreises kaum differierten, wurden vollkommen unterschiedliche Absatzzahlen erzielt. In der Phase der größten Differenz wurden Volkswagen in Deutschland fast doppelt so oft verkauft wie die entsprechenden Ford-Modelle und sogar um das Neunfache mehr als der Seat Alhambra.

**Zusammengefasst** können wir hieraus folgern, dass Stereotype den Umgang mit Fremden einerseits erleichtern und in gewisser Weise auch erst ermöglichen, indem sie Orientierungsfunktionen bieten. Andererseits sind sie inhaltlich auch immer ein Spiegel der Erfahrungen und des Wissensvorrates derjenigen, die sie äußern. Wie insbesondere das taiwanesisches Werbebeispiel zeigt, muss interkulturelle Kompetenz folglich nicht nur beinhalten, dass man sich im Sinne einer permanenten (inter)kulturellen Lernbereitschaft um die fortschreitende Differenzierung seiner eigenen Schemata bzw. Stereotype bemüht. Ebenso wichtig ist es, die Zusammenhänge zu verstehen, in denen in anderen Kulturen beispielsweise Stereotype als Fremdstereotype in Bezug auf die eigene Kultur gebildet werden. Das hat sehr viel mit dem Bestreben zu tun, den Anderen zumindest bis zu gewissen Grenzen in seinem Anderssein zu verstehen.

<b>17</b>	ISSN 2277-3630 (online), Published by International Journal of Social Sciences & Interdisciplinary Research., under Volume: 13 Issue: 07 in July-2024 <a href="https://www.gejournal.net/index.php/IJSSIR">https://www.gejournal.net/index.php/IJSSIR</a>
	Copyright (c) 2024 Author (s). This is an open-access article distributed under the terms of Creative Commons Attribution License (CC BY). To view a copy of this license, visit <a href="https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/">https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/</a>

**LITERATURVERZEICHNIS:**

1. Petschenig, Der kleine Stowasser München 1969, 114.
2. Zit. nach Heinz L.Kretzenbacher, Der „erweiterte Kulturbegriff“ in der außenpolitischen Diskussion der BRD. In: Jahrbuch Deutsch als Fremdsprache 18 (1992), S.180
4. Beck, Ulrich (1997): Was ist Globalisierung. Frankfurt/M., S.46
5. Beck, Ulrich (1997): Was ist Globalisierung. Frankfurt/M.
6. Herder, J.G., Auch eine Philosophie der Geschichte zur Bildung der Menschheit. . Fft./M. 1967, 44
7. Lt. Duden die Unwörter der Jahre 1991–1993 (in dieser Reihenfolge). In: Duden. Die deutsche Rechtschreibung. Mannheim 2000, Innenseite der hinteren Umschlagklappe.