



13: ‚Eigenes‘ und ‚Fremdes‘ als Konstrukte des Framens - eine relationale Perspektive, Kontakthypothese

Hochschulzertifikat Interkulturelle Kompetenz

Prof. Dr. Maja Störmer

Lernziele

Nach dieser Lektion solltet ihr in der Lage sein...

- ... Erfahrungsabhängigkeit von Framing-Prozessen zu erklären.
- ... die Rolle des Zusammenspiels von Selbst-Fremd- und Metabilder zu verstehen.
- ... Fremdheit als diskursives Produkt zu erklären.

Frames & Kommunikation

Geschieht dies auf Grundlage einer nicht-offenen Erfahrungsbasis und nicht-veränderungsbereiter Schemata, können Vor-Urteile und Stereo-Type resultieren. Diese wiederum begünstigen Ressentiments → „Othering“.

- In welcher Weise Weltverständnisse und Handlungsperspektiven nachhaltig „geframed“ werden können, ist vor allem davon abhängig, welche „Normalität“ (→ Kulturalität) in Akteursnetzwerken kommunikativ hergestellt wird (→ communicare: „gemeinschaftlich machen“).

Erfahrungsabhängigkeit von Framingprozessen

Ob Entfernungen eher dem Typus „nah“ oder eher dem Typus „fern“ zugeschrieben werden, hängt u.a. von der mit individuellen Erfahrungen/ Kenntnissen und Vorkontakten verbundenen „psychischen Distanz“ zu dem Zielort ab. → Sog. „Fremdbilder“ bilden sich in Abhängigkeit von eigenen Erfahrungen und sog. „Selbstbildern“. Faktisch lassen sich Selbst- und Fremdbilder nicht so eindeutig trennen, wie es in idealtypischen Framings den Anschein hat.

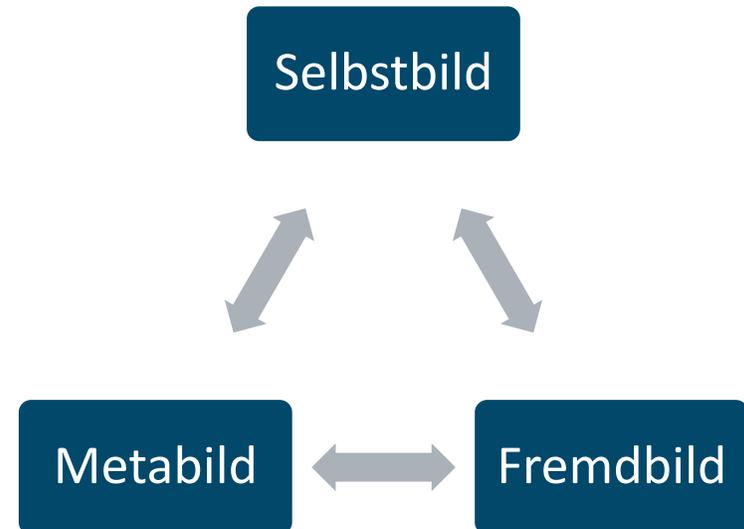
Algier
Athen
Dubai
Kaliningrad
Ankara
Washington
Bangkok
New Delhi
Las Palmas/ Gran Canaria
Teheran



Selbst-, Fremd- und Metabilder

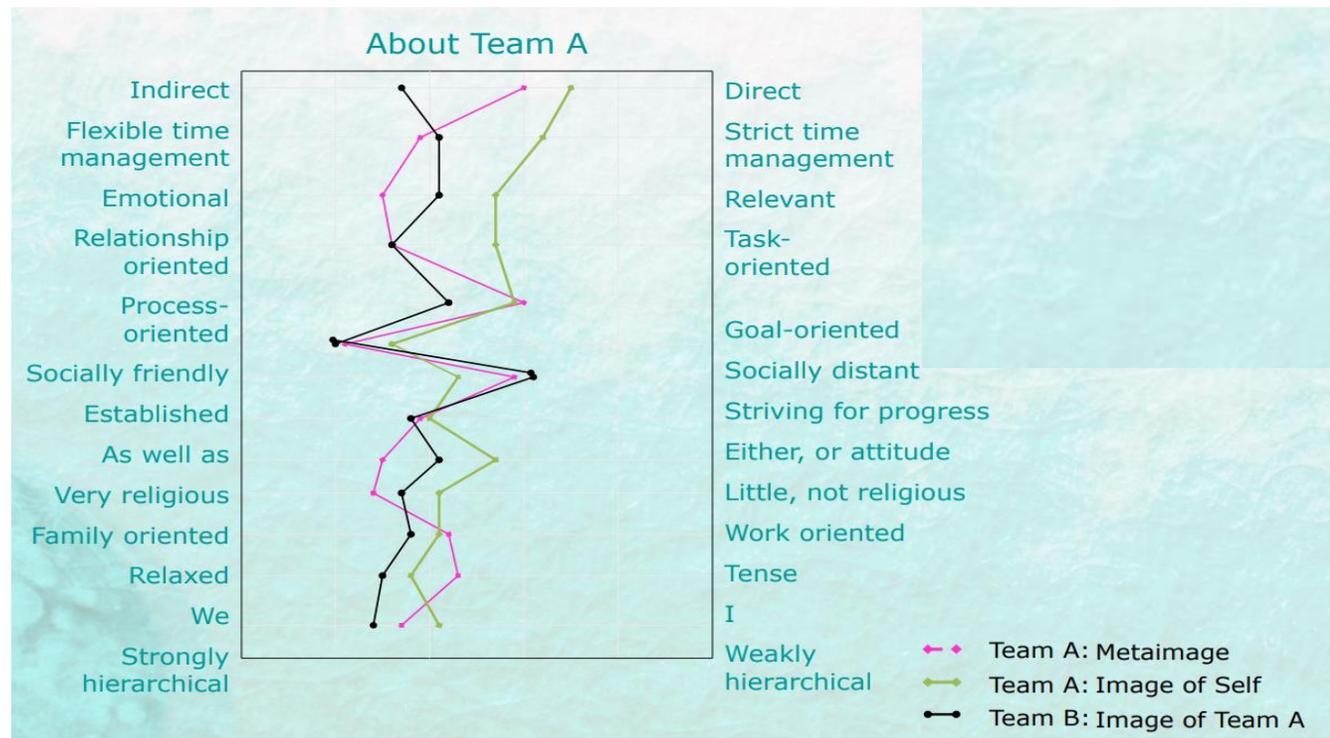
Als Selbst-, Fremd- und Metabilder bezeichnete Perspektiven bedingen sich wechselseitig: sie sind interdependent. Zusätzlich sind sie von dem Kontext abhängig, in dem sie generiert werden.

(Metabilder = vermutete Fremdbilder: was ich denke, was andere über mich denken)



Fallbeispiel: Selbst-/ Fremd-/ Metabildanalysen von Teams

Welche Eigenschaften man sich selbst und anderen zuschreibt, bzw. was man glaubt, was andere über einen denken, ist nie „objektiv“, sondern stets abhängig von den direkten und indirekten (→ multiple identities) wechselseitigen Beziehungen der beteiligten Akteur:innen.



„Eigenes“, „Anderes“, „Fremdes“

Jedes Individuum verfügt über eine Vielzahl gleichzeitiger, quantitativ und qualitativ aber sehr unterschiedlicher Beziehungen zu verschiedenen kulturellen Akteursfeldern (z.B: Familie in Leipzig, Arbeit in München → Multirelationalität). Der jeweils erfahrene/ konstruierte Vertrautheits- bzw. Fremdheitsgrad des „Anderen“ ist kontextabhängig.

→ In Abhängigkeit vom Kontext und der Perspektive des Einzelnen können sich seine Beziehungen zu ein und demselben Akteursfeld unterschiedlich darstellen; sie können (zugleich) mehr oder weniger vertraut, „eigener“ oder „fremder“ erscheinen.

Je stärker Akteursfelder (global) miteinander vernetzt sind, je intensiver sich die Beziehungsintensität darstellt, desto mehr verschwimmen klare Grenzen zwischen ‚Eigenem‘ und ‚Fremdem‘ . → Etwas kann sowohl vertraut als auch fremd erscheinen (z.B. der Arbeitskollege, wenn ich ihm in seinem mit unvertrauten familiären, konfessionellen, wohnbezogenen etc. Akteursfeld begegne). **Der Übergang vom vertrauten Anderen zum fremden Anderen ist faktisch graduell und situations-/kontextgebunden.**

Binäres Framing (das ‚Fremde‘ vs. das ‚Eigene‘) lenkt den Blick auf die „Knoten“ der Akteursfelder und generiert kommunikativ Gegensätze, die aus einer relationalen Perspektive der „Kanten“ nicht unbedingt als solche erscheinen würden (→ Ansatzpunkt für kohäsive Kommunikation)

Fremdheit als diskursives Konstrukt

Gerade in Phase des Framewandels und in semantischen Konkurrenzsituationen/ ‚Kämpfen‘ dokumentiert sich „dass Fremdheit keine natürliche Eigenschaft eines Anderen ist, sondern dass Fremdheit, ebenso wie andere Konstruktionen von Wirklichkeit auch, ein Konstrukt ist, das diskursiv innerhalb kultureller Kontexte und Machtverhältnisse innerhalb von Verständigungsgemeinschaften auf Zeit verhandelt wird.“ (Wilden, 2013: 288)

Angesichts der zunehmenden Erfahrungsvielfalt „im Rahmen“ globaler Vernetzungsprozesse hat das in Europa seit der frühen Neuzeit etablierte kommunikative „Othering“ einerseits an Plausibilität eingebüßt. Andererseits initiieren lokale Ängste (→ Unbestimmtheitserfahrung durch ‚Überfremdung‘, Migration, hohe Veränderungsdynamik) genau diese Abgrenzung. Um Polarisierungen zu vermeiden ist es notwendig, Befindlichkeiten ernst zu nehmen → glokale Denkweisen balancieren strukturprozessual zwischen Erfahrungen von ‚Herausforderung‘ einer- und ‚Bedrohung‘ andererseits.

→ Frage: wie wird etwas ‚Fremdes‘ zum ‚Eigenen‘?

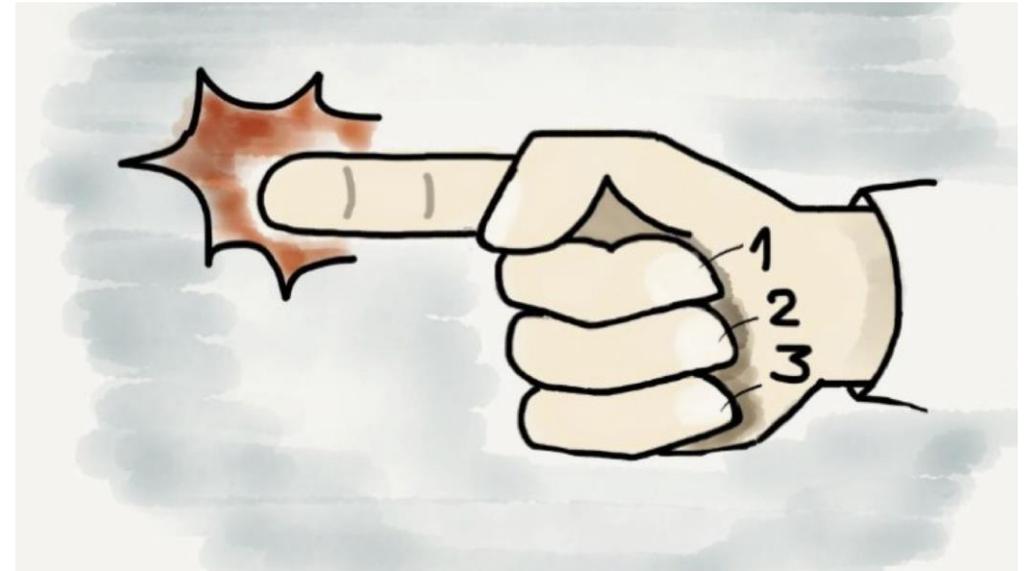


Abb.: 3: Die 3 zurückweisenden Finger der zeigenden Hand – eine relationale Perspektive

Kontakthypothese und Flexitypen

Aufschlussreich für die Erforschung von Stereotypenverwendungen und daraus potentiell resultierenden Ressentiments ist die von G. Allport 1958 publizierte und 1998/ 2000 u.a. von T.F. Pettigrew modifizierte „**Kontakthypothese**“. Sie weist nach, dass die Neigung zu Stereotypenverwendung und zu Ressentimentverhalten i.d.R. sinkt, je umfangreichere Sachkenntnisse über und Kontakte zu entsprechend ‚gelabelten‘ Akteur:innen bestehen (→ Beziehungsorientierung).

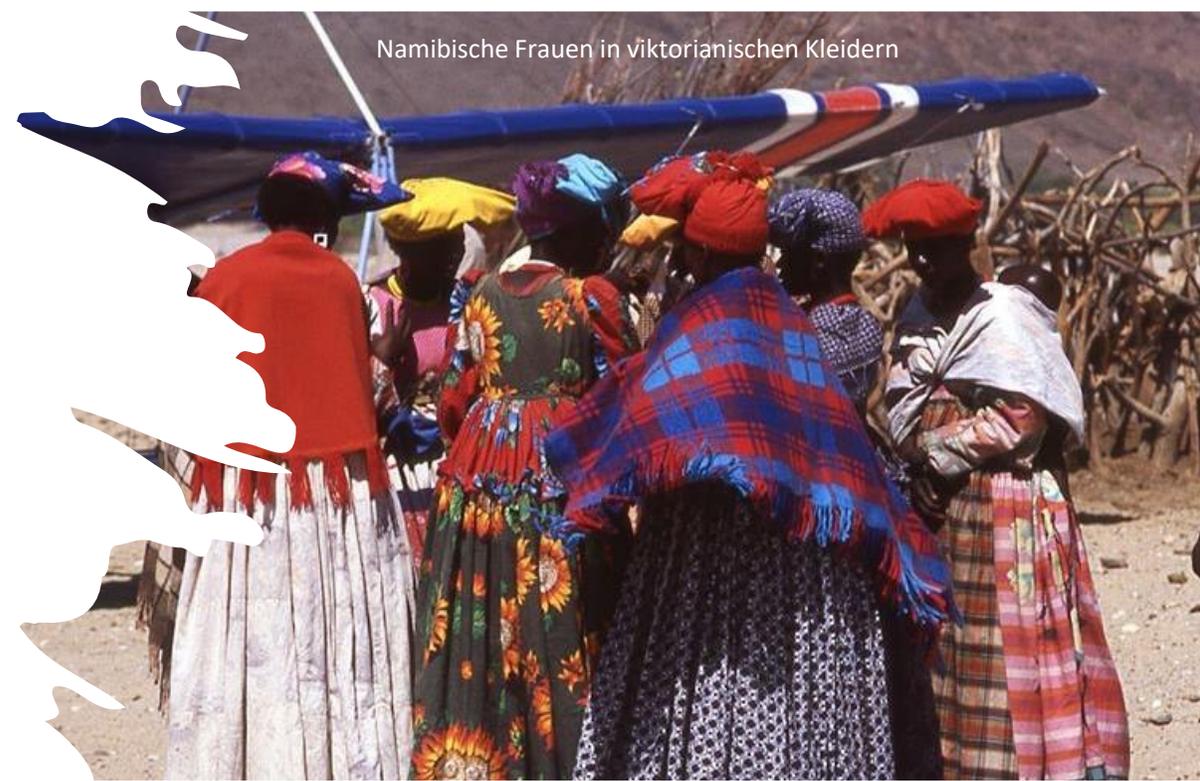
ABER

Dies ist nur unter bestimmten Voraussetzungen möglich, u.a. wenn...

- ... die Menschen in der Kontaktsituation gemeinschaftliche Ziele verfolgen
- ... die Menschen von etwa gleichem Status sind
- ... die Menschen miteinander interagieren müssen, um ihre Ziele zu erreichen
- ... dieser Kontakt von Autoritäten unterstützt wird.

Eigenes & Fremdes Beispiel: Kulturelle Aneignung (Cultural Appropriation)

Kulturelle Aneignung bezeichnet die Übernahme von Ausdrucksformen oder Artefakten, Geschichte und Wissensformen von Trägern einer anderen Kultur oder kulturellen Identität. Im wissenschaftlichen Austausch ist der Begriff neutral und bekommt erst im konkreten Zusammenhang eine positive oder negative Konnotation (etwa Ausbeutung oder Bereicherung). Die Beurteilung ist häufig schwierig und gelingt nur unter Berücksichtigung der Motivation der Aneignenden: Sind Machtausübung, kommerzielle Interessen oder Diskriminierung die tieferen Beweggründe oder handelt es sich um unreflektierte (etwa romantisch-naive), wohlmeinende oder gar anerkennende Übernahmen?



Deutsche Karnevalisten in Verkleidungen, welche die traditionelle Bekleidung verschiedener Prärie-Indianer imitieren (2017)

Kulturelle Aneignung in anderen Kontexten ...?

- Selektive Aneignung (z.B. Neuinterpretation von Religion)
- Mimesis (Prinzip der Nachahmung)
- Integration (z.B. Migrationserfahrungen)



Fazit & Ausblick

- ✓ Aufgrund ihrer Multirelationalität sind „Ich“ und „Anderes“, „Eigenes“ und „Fremdes“ nicht binär getrennt, in mehr oder minder intensiver Form untereinander vernetzt (→ vgl. das „Jeder-kennt-jeden-Gesetz“): etwas kann zugleich als vertraut und als fremd empfunden werden.
 - ✓ Dementsprechend sind Erfahrungen von Fremdheit immer perspektivenabhängig/ relativ.
 - ✓ Das „Andere“ und „Fremde“ ist immer sprachlich bzw. kommunikativ markiert: „Fremdheit“ bezieht sich auf das, was Akteure ‚gemeinschaftlich‘ (→ kommunikativ) aufgrund ihrer Einstellungen und Perspektiven als solches konstruieren.
 - ✓ Wird das „Andere“ essentialistisch (→ ‚Knoten‘) gedacht, ist der implizite Gegensatz potentiell strikter als bei einer relationalen Perspektive, die „Eigenes“ und „Fremdes“ in deren Vernetzungszusammenhang (→ ‚Kante‘) sieht („im selben Boot“).
 - ✓ Außer der spezifischen Beziehungsperspektive spielt bei der Bestimmung von Fremdheit (→ ‚Othering‘) eine Rolle, mit welchen Interpretationen sich die Bestimmenden auf der Inhaltsebene versorgen (und natürlich auch, welche Medien sie in diesem Kommunikationsprozess nutzen J)
- 14: Was bleibt, was geht? Tradierungen, Kultur-Geschichte(n) und die Metapher des kulturellen Gedächtnisses

Quellen Abbildungen

Abbildung 1: Bolten, 2020

Abbildung 2: eigene Darstellung

Abbildung 3: <https://www.adumconsulting.com/liderazgo-lean-manager/>

Abbildung 4: <https://taz.de/Kulturelle-Aneignung-bei-FFF-Demo/!5840424/>

Quellen & weiterführende Literatur

Allport, Gordon W.: Die Natur des Vorurteils. Köln 1971 (Original 1954)

Bolten, J. (2019): Stereotypenverwendung in der Werbung und das Konzept der Multiple Identities – ein Widerspruch? In: N.Janich (Hg.): Stereotype in Marketing und Werbung. Wiesbaden:Springer VS, 29-46.

Balzer, J. (2022). Ethik der Appropriation. Matthes & Seitz Berlin.

Dettmar, E.: Rassismus, Vorurteile, Kommunikation, Hamburg/Berlin 1989

Eichler, H. (2017): Die verblüffende macht der Sprache. Wiesbaden.

Esser, H. (2000): Normen als Frames: Das Problem der „Unbedingtheit“ des normativen Handelns. in: R. Metze / K. Mühler / K.-D. Opp (Hrsg.), Normen und Institutionen: Leipzig, 137–155

Fillmore, C.(1977): Scenes-and-frames-semantic. In: Zampolli, A. (Hg.): Linguistic Structures Processing. Amsterdam, 55-81

Ganter, Stephan (1997): Stereotype und Vorurteile: Konzeptualisierung, Operationalisierung und Messung. Mannheim • Gegenfurtner, Karl R. (2004): Gehirn & Wahrnehmung. Fft./M.(2) 2004 • Geideck, S. (2003): Leitbilder und organisationaler Wandel. In: dies./ Liebert, W.A. (Hg.), Sinnformeln. Berlin/ New York.

GIZ, Gesellschaft für intern. Zusammenarbeit (2018): Deutschland in den Augen der Welt. Bad Honnef.

Goffman, E. (1992): Rahmen - Analyse. Ein Versuch über die Organisation von Alltagserfahrungen. Fft./M.

Goldstein, Bruce (2002) : Wahrnehmungspsychologie. Heidelberg

Johnson-Laird, Philip (1983): Mental Models, Harvard University Press • Kant, I. (1968/ 1781): Kritik der reinen Vernunft I. Werke in zwölf Bänden, hg. Von W. Weischedel. Frankfurt/M. Band 3

Leiber, T. (1996): Kategorien, Schemata und empirische Begriffe: Kants Beitrag zur kognitiven Psychologie. In: KantStudien, Band 87: Heft 1, DOI: <https://doi.org/10.1515/kant.1996.87.1.1> • Lo, Tsann-ching: Die Bedeutung kultureller Selbst- und Fremdbilder in der Wirtschaft. Sternenfels 2005

Nauck, D. u.a. (1996): Neuronale Netze und Fuzzy-Systeme: Grundlagen des Konnektionismus. 2. Auflage Wiesbaden

Neuroscience, Fourth Edition (2008) Edited by Dale Purves, George J. Augustine, David Fitzpatrick, William C. Hall, Anthony-Samuel LaMantia, James O. McNamara, and Leonard E. White, Sinauer (vgl. <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/bv.fcgi?call=bv.View..ShowTOC&rid=neurosci.TOC&depth=10> .

Oswald, M. (2019): Strategisches Framing. Wiesbaden.

Pettigrew, T. F. (1998). Intergroup contact theory. Annual Review of Psychology, 49, 65-85.

Wilden, A. (2013). *Die Konstruktion von Fremdheit: eine interaktionistisch-konstruktivistische Perspektive*. Waxmann Verlag.