



ZWIEBELN, EISBERGE UND ETHNISCHE BARBIEPUPPEN

Anzeigen Bearbeiten

globe-M Boulevard Artikel wurde aktualisiert.

Annemarie Kruse am 25.11.2012



Foto: © A. Kruse



Foto: © A. Kruse



Foto: © A. Kruse



Foto: © A. Kruse



Foto: © A. Kruse

Die Ausstellung „Glücksfälle – Störfälle. Facetten interkultureller Kommunikation“ im Museum für Kommunikation Berlin setzt sich kreativ und interdisziplinär mit einem schwer zu definierendem und höchst komplexem Thema auseinander.

Was genau ist das eigentlich, die „interkulturelle Kommunikation“? Dieser Begriff ist im gesellschaftlichen Diskurs in Deutschland, in Politik und Medien ständig präsent. Wann immer es um Themen wie Globalisierung oder Migration geht, ist auch gleich die interkulturelle Kommunikation mit dabei.

Irgendwie geht es um die Verständigung zwischen verschiedenen Kulturen, das ist soweit klar. Die klassischen Beispiele kultureller Missverständnisse, dass zum Beispiel die linke Hand in arabischen Ländern als unrein gilt und man in vielen orientalischen und asiatischen Ländern auf gar keinen Fall mit der Fußsohle auf seinen Gegenüber zeigen sollte, kennt man ebenfalls.

Höflich oder unhöflich?

Dass es in Japan allerdings unhöflich ist, sich die Nase in der Öffentlichkeit zu schnäuzen, gewisse Handzeichen bei uns eine positive Bedeutung haben, anderswo hingegen als tödliche Beleidigung gelten, Barbie-Puppen in Saudi-Arabien nicht verkauft werden und man einer Mexikanerin niemals gelbe Rosen schenken sollte, ist den meisten Deutschen vermutlich weniger bekannt.

„Glücksfälle – Störfälle“ ist bunt, spannend und überraschend. Die Ausstellung illustriert unterschiedliche kulturelle Hintergründe und Prägungen und beleuchtet die verschiedenen Erklärungsansätze, die im Themenfeld der interkulturellen Kommunikation eine Rolle spielen.

Anhand von Fallbeispielen und interaktiven Displays können die Besucher selbst ihre interkulturelle Kompetenz austesten und erweitern. So will die Ausstellung die Besucher auch zum Nachdenken über ihre eigenen kulturellen Hintergründe und Wurzeln anregen – und damit einen Beitrag zur internationalen Verständigung leisten.

Vom internationalen Bierkonsum

Die Ausstellung beginnt mit einer Analyse der vielzitierten „Kultur“. Was ist die Kultur eigentlich und wie hat sich unser (westliches) Kultur-Verständnis in den letzten Jahrhunderten verändert?

Direkt am Eingang stehen mehrere Cafétische, auf denen Menükarten mit teilweise skurrilen demografischen Daten und Fakten ausgebreitet sind. Hier kann man sich über den weltweiten Wasserverbrauch und Bierkonsum, über Bücherverkäufe, Exekutionen, Waffenexporte und Weltreligionen, binationale Eheschließungen, Ausländer in Deutschland und deutschstämmige Menschen im Ausland informieren.

Danach taucht der Besucher ein in die Welt der verschiedenen „Kultur“- Begriffe. Die unterschiedlichsten Wortschöpfungen werden erläutert, historisch und politisch eingordnet und mit den verschiedensten Exponaten illustriert.

Die Themenvielfalt reicht dabei von der Erinnerungskultur, Kontrastkultur, Kulturlosigkeit und Hochkultur über die Kultiviertheit, fremde Kultur, primitive Kultur, Stammeskultur und den Kulturrelativismus bis hin zu modernen Begriffen wie kulturelle Identität, Streitkultur, Kulturrevolution, Subkultur und Kulturbetitel.

Dialog-Situationen

Im zweiten Ausstellungsteil geht es dann um die Kommunikation, und speziell um die interkulturelle Kommunikation. Wo genau kommt dieser Begriff her und was versteht man darunter?

Interkulturelle Kommunikation ist ein Prozess, eine Verständigung zwischen verschiedenen Kulturen. Vermehrt universelle Dinge und Verhaltensweisen – zum Beispiel Lächeln oder Kopfnicken, Schmerzbeschreibungen, Handzeichen oder Werbemotive – werden je nach kulturellem Hintergrund sehr unterschiedlich wahrgenommen und ausgedrückt und können so schnell zu Missverständnissen und Konfliktsituationen führen.

Zwiebel und Eisberg

Wissenschaftliche Erklärungsmodelle wie die „Zwiebel“ und der „Eisberg“ illustrieren Betrachtungsweisen der interkulturellen Kommunikation. Der größte Teil eines Eisbergs liegt unter Wasser und sein sichtbarer Teil ist somit nur ein Bruchteil des eigentlichen Ausmaßes.

Mit der kulturellen Prägung eines Menschen verhält es sich ganz ähnlich. Die sichtbaren Unterschiede wie Körpersprache, Mimik und Gestik lassen sich vergleichsweise schnell identifizieren. Das Verständnis von Religion, Tabus, Konfliktverhalten, Kindererziehung, Geschlechterrollen oder gesellschaftlichen Hierarchien hingegen ist unsichtbar, also unter Wasser. Und genau diese Aspekte unserer individuellen kulturellen Prägung haben einen starken Einfluss auf Verhalten und Wahrnehmung.

Hochinteressant ist auch die Kunstinstitution „Stillepost“, mit der kulturspezifische Wahrnehmungsmuster sehr anschaulich illustriert werden. Ein afrikanischer Künstler schnitzte eine hölzerne Porträtplastik der Bildhauerin Angelika Böck. Nach dem Prinzip des Flüsterspiels „Stille Post“ kopierten vier weitere afrikanische Bildhauer diese erste Büste – und mit jeder Kopie bekam das ursprünglich europäische Frauenbildnis afrikanischere Gesichtszüge.

Konsum-Konflikte

Zu sehen sind auch Ausschnitte von Bundeswehr-Lehrfilmen über interkulturelle Kommunikation; es gibt eine „Konfliktsschraube“, an der gedreht werden kann, um eine potentiell konfliktgeladene Situation zu entschärfen oder zu eskalieren.

Besucher können sich über die Rolle der christlichen Missionare informieren, die noch im letzten Jahrhundert in die Welt zogen, um den sogenannten „primitiven“ Völkern die westliche Kultur nahezubringen, oder etwas über transkulturelle Bildsprachen wie Piktogramme oder Flaggensprache lernen.

Unter dem Stichwort „Intergalaktische Kommunikation“ wird die Nachbildung einer Datenplatte gezeigt, wie sie 1977 an Bord der Raumsonde Voyager mitgeführt wurde. Auf der Platte sind Geräusche und Grußworte in verschiedenen Sprachen gespeichert. Für den Fall eines Kontaktes mit Außerirdischen soll diese Datenplatte eine erste Möglichkeit der Kommunikation bilden.

Auch Produktwerbung und Konsumgüter müssen teilweise für die unterschiedlichen Kulturräume stark adaptiert werden. Der



Foto: © A. Kruse



Foto: © A. Kruse



Foto: © A. Kruse



Foto: © A. Kruse



Foto: © A. Kruse



Foto: © A. Kruse

Autohersteller Audi verkauft in der Volksrepublik China längere Automodelle als in Westeuropa, da viele wohlhabende Chinesen einen Chauffeur haben.

Barbie International

Ein anderes Beispiel ist die Barbie-Puppe, die von der Firma Mattel vertrieben wird und das weiße, westliche Schönheitsideal verkörpert.

Seit 1980 bietet Mattel auch ethnische Barbies an. In der Ausstellung werden hispanische Barbies, afro-amerikanische Barbies und sogar asiatische Barbies gezeigt. Als Kontrast hierzu steht die saudi-arabische Puppe Fulla. Seit 2003 darf Mattel in Saudi-Arabien seine Barbie-Puppen nicht mehr verkaufen, da diese dem islamischen Frauenideal nicht entsprechen.

Daher lancierte ein syrischer Spielzeughersteller die Puppe Fulla. Fulla hat weniger Oberweite als westliche Barbies, besitzt dafür aber eine islamisch-konservative Garderobe, inklusive schwarzer Abaya (ein Übermantel, den saudi-arabischen Frauen in der Öffentlichkeit tragen müssen) und Gebetsteppich.

Und da es auch unter den arabischen Ländern teilweise große kulturelle Unterschiede gibt, wurde Fullas Garderobe für den Verkauf in moderneren Ländern wie Syrien und Jordanien wiederum an westlich inspirierte Kleidungstrends angepasst.

Weitere Informationen

Die Ausstellung „Glückfälle – Störfälle. Facetten interkultureller Kommunikation“ ist noch bis zum 24. Februar 2013 zu sehen. Es gibt ein umfassendes museumspädagogisches Begleitprogramm für Kinder und Schulklassen sowie Führungen für Schulklassen und Erwachsene.

Ort: Museum für Kommunikation Berlin
Leipziger Straße 16, 10117 Berlin

Tel: 030 202 940. Internet: www.mfk-berlin.de

Öffnungszeiten: Di 09.00-20.00 Uhr

Mi-Fr 09.00-17.00 Uhr

Sa, So und Feiertag 10.00-18.00 Uhr

Der Eintritt kostet 4 Euro (ermäßigt 2 Euro).

[Boulevardartikel](#) [ausstellung](#) [Ereignisse - Boulevard](#) [interkulturelle kommunikation](#) [Museum für kommunikation berlin](#)

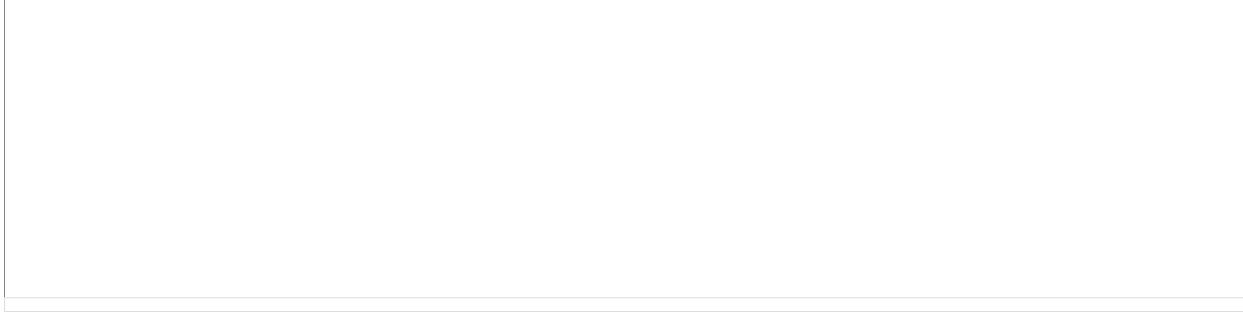
Kommentare

Kommentar hinzufügen

Ihr Name:

[Annemarie Kruse](#)

Kommentar: *



- Internet- und E-Mail-Adressen werden automatisch umgewandelt.
- Zeilen und Absätze werden automatisch erzeugt.
- Erlaubte HTML tags: <a>
 <p> <!--break-->

[Weitere Informationen über Formatierungsoptionen](#)

[Vorschau des Kommentars](#)

[Kommentar hinzufügen](#)