Kulturelle Kompetenz und erolgreiche Kommunikation: Zur Signifikanz von Kulturkenntnissen aus der Sicht von Kommunikationsmodellen

Michael Maerlein

Bereits Anfang des letzten Jahrhunderts wurde von Malinowski (1923) erstmalig die Bedeutung des Kontextwissens – und damit auch kultureller Kenntnisse – für das Verständnis von Äußerungen propagiert. Heutzutage ist jedem Fremdsprachenlehrer klar, dass Sprachunter-richt nicht ohne kulturelle Komponente auskommen kann. Im Folgenden soll aus der Sicht dreier Kommunikationsmodelle der Stellenwert von Kulturkenntnissen für den Kommunika-tionsprozess dargelegt werden: kulturelles Wissen hilft nicht nur häufig, den Kontext einer Nachricht zu verstehen, sondern ermöglicht oft erst eine erfolgreiche nonverbale Kommunika-tion.

Kulturkenntnisse als Schlüssel für erfolgreiche nonverbale Kommunikation

Während eines Studienaufenthalts in China wurde ich eingeladen, an der Exkursion einer deutschen Hochschulgruppe zu einem sehr angesehenen, international tätigen chinesischen Unternehmen teilzunehmen. Bei der anschließenden Gesprächsrunde, der selbst der Generaldirektor beiwohnte, was bei solchen Anlässen nicht üblich ist, kam es zu der folgenden Begrüßungszeremonie: der deutsche Professor begrüßte den chinesischen Generalmanager rudimentär aber passabel auf Chinesisch, worauf dieser die Begrüßung erwiderte und seine Visitenkarte überreichte, indem er sie an den ihm zugewandten Ecken mit beiden Händen jeweils zwischen Daumen und Zeigefinger hielt, die Karte so ausgerichtet, dass die Schrift für den Empfänger lesbar war, d. h. nicht auf dem Kopf stand, gefolgt von einer leichten Verbeugung. Der deutsche Professor nahm diese einhändig entgegen und steckte sie ein, ohne sie eines weiteren Blickes zu würdigen, während er gleichzeitig mit der anderen Hand seine eigene Visitenkarte übergab, die vom Gastgeber wiederum beidhändig ergriffen und gelesen wurde, bevor durch ein leichtes Kopfnicken Respekt geäußert und die Visitenkarte eingesteckt wurde. Wie sehr der Gastgeber durch das Verhalten seines Gastes verärgert war, zeigte sich, als er später mit einem weiteren Betreuer der deutschen Gruppe Visitenkarten austauschte und dies nun ebenfalls einhändig tat, und sogar ohne sich seinem Gegenüber zuzuwenden – ein Verhalten, das ich niemals zuvor beobachtet hatte und auch später nicht mehr bei einem chinesischen Geschäftsmann beobachtete.

Eine Gruppe dieser Hochschule wird vermutlich nicht mehr zu einer Exkursion eingeladen werden. Das Kommunikationsziel, sich für die Exkursionsmöglichkeit dankbar zu zeigen, konnte durch den deutschen Professor nicht erreicht werden. Dieses Scheitern lag weniger in seinen sprachlichen Fähigkeiten begründet, hatte er sich doch eigens darauf vorbereitet, wie ein Gastgeber auf Chinesich adäquat zu begrüßen ist. Neben der sprachlichen Ebene muss es also noch andere geben. Genau in dieser Mehrschichtigkeit von Kommunikation liegen laut Klaus und Schneider (1992) die Gründe für Kommunikationsprobleme oder gar ein Scheitern der Kommunikation. Das bekannteste Kommunikationsmodell, das sich mit den verschiedenen Kommunikationsebenen beschäftigt, ist Schulz von Thuns Kommunikationsquadrat (1981). Dieses Modell basiert überwiegend auf den psychologischen Ansätzen von Rogers, Adler, Cohn, Perls, Bühler und Watzlawick. Aufbauend auf Bühlers (1934) drei Aspekten der Sprache (Symbol, Symptom, Appell) und Watzlawicks (1969) Inhalts- und Beziehungsaspekt unterscheidet Schulz von Thun vier Kommunikationsebenen: Sachinhalt, Beziehung, Selbst-offenbarung und Appell.

Abbildung 1. Schulz von Thuns Kommunikationsquadrat (1981, S. 30)

Die Darstellung in Quadratform soll verdeutlichen, dass a) die Vermittlung einer Nachricht kein eindimensionaler Vorgang ist, sondern sich auf mehreren Ebenen ereignet, b) die Klarheit der Kommunikation daher auch mehrdimensional ist und nicht zwingend auf allen Seiten gegeben sein wird und c) alle vier Seiten als grundsätzlich gleichwertig zu betrachten sind. **1**

Implizite Botschaften werden in der Regel auf der nonverbalen Kommunikationsebene übermittelt, was durch eine bestimmte Betonung oder Modulation oder über eine entsprechende Gestik und Mimik erfolgt. Während dies theoretisch auf allen vier Nachrichtenseiten stattfinden kann, findet es in der Praxis überwiegend auf zwei Seiten statt.

Die Seite des Sachinhalts basiert auf dem Hamburger Verständlichkeitskonzept (Langer, Schulz von Thun, & Tausch, 1974), das die sprachliche

Formulierung, den Aufbau des Textes, die prägnante Ausführlichkeit und anregende Stilmittel als die ausschlaggebenden Einflussfaktoren anführt, die bestimmen, ob eine Botschaft verständlich ist. Die Kriterien für die Verständlichkeit einer Nachricht (und somit implizit für den Kommunikationserfolg) beruhen ausschließlich auf sachlichen Aspekten, was auch bei Schulz von Thuns Sachinhalt zutrifft. Er befasst sich damit, wie verständlich der Sender den Inhalt übermittelt und wie sachlich dies geschieht, wobei nonverbale Kommunikationsanteile nicht von Bedeutung sind. Im obigen Beispiel handelt es sich bei der mündlich geäußerten Begrüßung durch beide Parteien um den Sachinhalt der Botschaft.

Über den Appellaspekt einer Nachricht wird versucht, den Empfänger zu einer bestimmten Reaktion zu veranlassen, die darin bestehen kann, dass er etwas tut, denkt, fühlt oder auch unterlässt. Mit der Nachricht übermittelt der Sender gleichzeitig Informationen über seine eigene Person, was durch die Selbstoffenbarungsseite dargestellt wird. Im angeführten Beispiel ist dies u. a., dass der Sender kein chinesischer Muttersprachler ist. Der Begriff Selbstoffenbarung schließt dabei „sowohl die gewollte Selbstdarstellung als auch die unfreiwillige Selbstenthüllung ein" (Schulz von Thun, 1981, S. 27). Während jeder Sender versucht, sich auf eine bestimmte Weise darzustellen, wird er ebenfalls Informationen über sich preisgeben, die er nicht übermitteln wollte, deren Preisgabe er vermutlich nicht einmal selbst wahrnimmt. Im Rahmen der Selbstoffenbarung, insbesondere im Teilbereich der Selbstenthüllung, kommt der nonverbalen Kommunikation eine herausragende Rolle zu. Die Tatsache, dass der deutsche Professor die Begrüßung mit der Übergabe der Visitenkarten nicht auf die chinesische Art durchführte, deutet an, dass er mit diesem Aspekt der chinesischen Kultur nicht vertraut oder nicht sensibel genug für diese kulturell bedingte Handlungsweise war und deshalb keinen Grund sah sich anzupassen.

Durch die Nachricht wird die Beziehung zwischen Sender und Empfänger immer sichtbar, was durch die Beziehungsseite dargestellt wird, die eigentlich Teil der Selbstoffenbarung ist, aber als eigenständige vierte Seite geführt wird. Die enge Verzahnung mit der Selbstoffenbarung legt nahe, dass nonverbale Kommunikation hier ebenso von entscheidender Bedeutung ist, was auch Schulz von Thun betont: „Oft zeigt sich dies [wie der Sender zum Empfänger steht] in der gewählten Formulierung, im Tonfall und anderen nicht sprachlichen Begleitsignalen" (1981, S. 27). Frey (1984) stellt in seiner Untersuchung nonverbaler Kommunikation ebenfalls fest, dass diese in hohem Maße auf die emotionale Seite der Kommunikation, also auf die Beziehungsebene, positiv oder negativ einwirkt. Dadurch, dass der deutsche Professor die Visitenkarte einhändig ergriff und sie ohne eines Blickes zu würdigen einsteckte, empfing der chinesische Manager auf der Beziehungsseite die Botschaft, dass seine Person und Position als unwichtig betrachtet werden.

Es lässt sich festhalten, dass von den vier Seiten einer Nachricht besonders die Selbstoffenbarungs- und Beziehungsseite durch nonverbale Kommunikationsanteile stark geprägt werden. Ausgehend von der Gleichrangigkeit der vier Seiten bedeutet dies, dass bis zu 50 % der in einer Nachricht enthaltenen Botschaften durch nonverbale Kommunikation bestimmt werden. Watzlawicks Feststellung, „Man kann nicht nicht kommunizieren" (1969, S. 50) indiziert, dass im Falle der Abwesenheit jeglicher sprachlicher Äußerungen die Sachinhaltsseite des Quadrats zwar leer bleibt, die nicht sprachliche Nachricht jedoch aus den drei anderen Seiten besteht und folglich der Einfluss nonverbaler Signale auf den Kommunikationsprozess weiter steigt. Smith, Paige und Steglitz (2003) kommen gar zu dem Ergebnis, dass 60 - 80% unseres Kommunikationsverhaltens nonverbaler Art sind und auch Schulz von Thun hebt die Bedeutung impliziter, d. h. nonverbaler, Botschaften hervor: „Die ‚eigentliche' Hauptbotschaft wird oft implizit gesendet" (1981, S. 33). Idealerweise ergänzen und unterstützen sich die Botschaften auf verbaler und nonverbaler Ebene gegenseitig und führen zu einer kongruenten Nachricht. Es kann aber – wie im Beispiel beschrieben – auch dazu kommen, dass die Signale im Widerspruch zueinander stehen oder gar Entgegengesetztes ausdrücken.

Dass in bestimmten Fällen nonverbale Kommunikationsanteile festlegen, was durch eine Nachricht übermittelt wird, wurde z. B. anschaulich von Fordham (2004) dargestellt. Im Rahmen eines Workshops wurden die Teilnehmer angewiesen, sich dreimal hintereinander gegenseitig zu begrüßen, unter der Annahme, dass sie a) zu ihrem Gegenüber ein neutrales Verhältnis hätten, b) mit ihrem Chef sprächen und c) einen lange nicht gesehenen Freund träfen. Obwohl die Wortwahl über die Runden fast identisch war, wurde – aufgrund divergierender nonverbaler Kommunikation – in jeder Situation eine andere Botschaft übermittelt. Laut Frey (1984) liegt die Bedeutung nonverbaler Kommunikation vorrangig in der beim Empfänger ausgelösten Reaktion, wobei nonverbale Signale die Grundlage für die Interpretation verbaler Informationen bilden und somit bestimmen, ob der Empfänger dem verbal Ausgedrückten Glauben schenkt. Auch in Schulz von Thuns Kommunikationsquadrat kommt dem Empfänger eine besondere Bedeutung zu: „Der Empfänger hat prinzipiell die freie Auswahl auf welche Seite der Nachricht er reagieren will" (1981, S. 45). Es kann also passieren, dass dem Sachinhalt keine oder nur wenig Beachtung seitens des Empfängers beigemessen wird, er auf der Beziehungsseite aber besonders sensibel reagiert, was zu einer Bedeutungsabwertung des verbalen Kommunikationsanteils und einer Aufwertung nonverbaler Signale führt, wie dies im Begrüßungsbeispiel der Fall ist. Eine solch selektive Wahrnehmung ist nicht verwunderlich, da es sich bei China um eine beziehungsorientierte, stark formell geprägte Gesellschaft handelt, in der Titel, Status und dementsprechende Verhaltensweisen als besonders wichtig gelten (Gesteland, 1999).

Zu nonverbaler Kommunikation zählt neben der (durch das Begrüßungsbeispiel offensichtlichen) Gestik ferner Mimik, Blickkontakt, Körperhaltung, Körperkontakt, Abstandsverhalten, Kleidung und Erscheinung sowie Stimmmodulation (Hartley, 1993). Allerdings sind nicht alle Aspekte kulturell unterschiedlich. Vielmehr gibt es eine universelle Mimik, die sich auch bei Blindgeborenen nicht von anderen unterscheidet. Somit kann Mimik nicht kulturell erlernt sein. Wer einerseits an den eher stillen und neutralen Gesichtsausdruck eines Asiaten und andererseits an die expressive Mimik eines Südeuropäers denkt, wird versucht sein, dem Postulat einer universellen Mimik zu widersprechen. Hier hat sich gezeigt, dass die Mimik sich zwar grundsätzlich weltweit gleicht, im asiatischen Bereich aber beispielsweise im Beisein anderer Menschen mimische Äußerungen größtenteils unterdrückt bzw. hinter einem Lächeln verborgen werden (Eberle, 2004).

Der Großteil nonverbaler Kommunikation ist jedoch kulturspezifisch und besonders folgende Aspekte wurden als kulturell different identifiziert (Smith et al., 2003): Abstandsverhalten (d. h. wie der Raum zwischen zwei Kommunikationspartner genutzt wird, ohne in die räumliche Intimzone des Gegenübers einzudringen), Köperkontakt, Gestik, Blickkontakt, Zeit und Stimmmodulation. Der Zeitaspekt, auch „chronemics" genannt, bezieht sich darauf, wie Kulturen Zeit wahrnehmen und welche Vorstellung sie von Zeit haben (Hall, 1983). Während meines Studienaufenthalts in Irland machte unter meinen internationalen Kommilitonen ein kleiner Scherz die Runde: Wenn man sich um 16.00 Uhr mit einem Spanier, einem Iren und einem Deutschen treffen wollte, müsse man dem Spanier sagen, dass das Treffen um 15.00 Uhr stattfände, dem Iren, dass man sich um 15.30 Uhr träfe und dem Deutschen, dass er um 16.15 Uhr kommen solle. Habe man das getan, würden alle drei ziemlich genau um 16 Uhr erscheinen.

Die kulturell bedingte Bedeutung nonverbaler Kommunikation kann dabei nicht nur differieren, sondern mitunter Gegensätzliches ausdrücken. So bedeutet der zu einem Kreis zusammengehaltene Daumen und Zeigefinger in Amerika, dass alles in Ordnung ist, in Japan, dass jetzt über Geldangelegenheiten

geredet werden kann, in Russland und großen Teilen Südamerikas ist dies allerdings eine vulgäre, extrem beleidigende, sexuelle Geste (Gesteland, 1999).

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass nonverbale Kommunikationsanteile stark kulturell beeinflusst und für den Kommunikationsprozess von nicht zu vernachlässigender Wichtigkeit sind, da Kommunikation immer aus verbalen und nonverbalen Signalen besteht. Dabei können die nonverbalen Äußerungen den Hauptteil einer Nachricht ausmachen. Nonverbale Signale bilden die Grundlage für die Interpretation verbaler Kommunikationsanteile, drücken jedoch in verschiedenen Kulturen Unterschiedliches aus. Der Empfänger entscheidet, vorwiegend kulturell bedingt, welcher Nachrichtenseite er besondere Bedeutung zumisst, und ob er z. B. die stark geprägte Beziehungs- und/oder Selbstoffenbarungsseite ins Zentrum rücken will.

Kulturkenntnisse als Schlüssel zum Kontext einer Nachricht

„Die Bayern sind wieder Meister geworden". Während dieser Ausspruch für die meisten Deutschlerner einer Erläuterung bedarf, werden wohl fast alle muttersprachlichen Deutschen damit eine eindeutige Botschaft verbinden: „die Bayern", das ist der 1. FC Bayern München, und „Meister" bedeutet deutscher Fußballmeister, also der 1. Platz in der 1. Fußballbundesliga in Deutschland. Aber selbst wenn die Aussage noch deutlicher formuliert wird („Der 1. FC Bayern München ist wieder deutscher Fußballmeister geworden"), wird sich die Bedeutung ausländischen Deutschlernern in den meisten Fällen nicht erschließen. Dies ist nur mittels kulturellen Hintergrundwissens möglich, wenn die Nachricht im entsprechenden soziokulturellen Kontext gesehen wird und man weiß, welche wichtige Rolle Fußball im Allgemeinen und die 1. Bundesliga im Besonderen in Deutschland spielen. **2**

Nicht die Ebene, auf der kommuniziert wird, sorgt hier für Verständnisprobleme, sondern wie die Nachricht interpretiert bzw. dekodiert werden muss, um neben der rein sprachlichen Bedeutung auch die sich aus dem kulturellen Kontext ergebende assoziative Bedeutung zu erfassen. Dies gilt auch für Begrifflichkeiten, die interkulturell semantisch grundsätzlich gleichbedeutend sind. So kann das Wort „Mauer" kulturell bedingt völlig unterschiedliche Assoziationen auslösen: Deutsche werden wohl vor allem an die Mauer als Symbol der Trennung West- und Ostdeutschlands denken, Chinesen an die Chinesische Mauer und Israelis an die Klagemauer. Am deutlichsten wird die Bedeutung kulturellen Kontextwissens bei literarischen Texten, die in wenigen Zeilen und Worten ein komplexes Netz an Bedeutungen umfassen können.

Die Bedeutung kulturellen Kontextwissens kann am Kommunikationsmodell von Shannon und Weaver (1949) verdeutlicht werden, das auf der Informationstheorie basiert. Die Grundannahme von Kommunikation als Informationsaustausch zwischen einem Sender und einem Empfänger trifft auch hier zu.

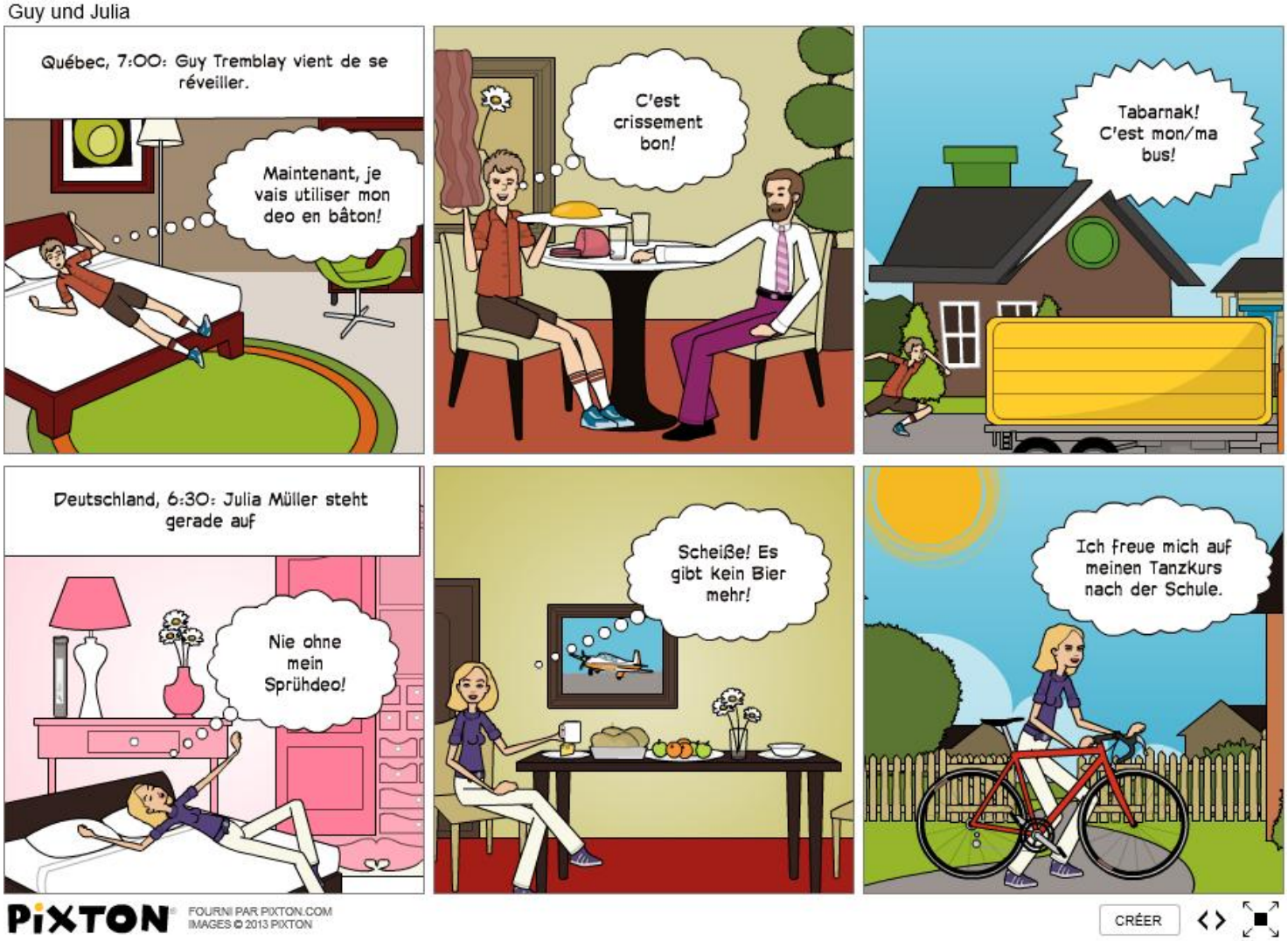

Abbildung 2. Das Kommunikationsmodell von Shannon und Weaver (1949, S. 34)

Der Sender verfügt über eine Information bestimmten Inhalts, die er an den Empfänger übermitteln möchte, was über einen vom Sender festgelegten Kanal erfolgt (z. B. mündlich oder schriftlich), der mehrere Ebenen umfasst, wie es Schulz von Thuns Kommunikationsmodell darstellt. Vor der Übermittlung

muss die Information kodiert, d. h. beispielsweise in Worten, in eine bestimmte Sprache umgesetzt werden. Der Empfänger dekodiert nun die Nachricht, wandelt die empfangenen Worte wieder in Information um. Der Kodierung und Dekodierung kommen folglich eine bedeutende Rolle bei der Kommunikation zu. Wenn der Sender lediglich in der Lage ist, Information in chinesischer Sprache zu kodieren, der Empfänger aber nur deutsche Sprache dekodieren kann, muss die Kommunikation scheitern (selbst wenn die Übertragung der Nachricht, im Hinblick auf die verschiedenen Kommunikationsebenen, problemlos verläuft), da aus dem Empfangssignal die ursprünglich gesendete Information nicht wieder dekodiert werden kann. Anders ausgedrückt: wenn sowohl Sender als auch Empfänger nicht über die gleichen bzw. stark ähnliche Kodebücher verfügen, wird die Kommunikation scheitern.

Die während des Kommunikationsprozesses vorgenommene Kodierung und Dekodierung beziehen sich nicht ausschließlich auf Sprache. Saville-Troike definiert Kommunikationskompetenz als „What a speaker needs to know to communicate appropriately within a particular speech community" (2003, S. 5), also sind für eine erfolgreiche Kommunikation mehr als rein sprachliche Fähigkeiten erforderlich. Besonders gut wird dies anhand Winograds (1983) Kommunikationsmodell aus der KI-Forschung sichtbar.

Abbildung 3: Winograds Kommunikationsmodell (1983, S. 14)

Winograds Wissensbasis (d. h. die für die Kodierung und Dekodierung benötigten Kodebücher) umfasst neben sprachlichem Wissen auch Wissen über die Welt, wobei kulturelles Wissen ein Teilbereich dieses Wissens dastellt. Die Bedeutung, die der Kultur als Kodebuch zukommt, hebt auch House hervor, wenn sie resümiert: „Sprache und Kultur sind untrennbar verbunden, und eine fremde Sprache kann gar nicht gelernt werden, ohne Bezug zu dem ihre Bedeutung entschlüsselnden soziokulturellen Kontext" (1994, S. 85). Bei zwischenmenschlicher Kommunikation wird neben der Information immer eine Bedeutung übermittelt, die ebenfalls kodiert ist. Neben solcher Mimik, die universell ist, gibt es eine Vielzahl allgemein gültiger Interpretationen, die von allen Menschen auf die gleiche Weise vorgenommen und als konventionalisierte oder institutionalisierte Kodes (Lenke, Lutz, & Sprenger, 1995) bezeichnet werden. Daneben gibt es idiosynkratische Kodes, d. h. Assoziationen, die individuell unterschiedlich sind. So wird beispielsweise jeder mit dem Wort „Mutter" auch Persönliches verbinden, das nur auf ihn selbst zutrifft. Neben diesen rein privaten Assoziationen gibt es solche, die bei den meisten Angehörigen einer bestimmten Sprache und damit auch einer bestimmten Kultur, die gleiche Bedeutung auslösen. Diese Bedeutungszuordnung zeichnet sich dadurch aus, „daß sie relativ stabil … in einem Kulturkreis oder in einer bestimmten Gesellschaftsform oder -gruppe sein kann" (1995, S. 232) und wird als Konnotation bezeichnet. Bleyhl betont diesen Aspekt besonders: „Für jedes Verständnis von Sprache ist Hintergrundwissen notwendig. Sprachphänomene einer Fremdsprache ohne deren kulturelle Konnotationen lehren zu wollen, würde bedeuten, den Fremdsprachenschüler zu einem Sprach-Chamäleon seiner Muttersprache abrichten zu wollen" (1994, S. 11).

Der kulturelle Kontext bestimmt, welche Assoziationen die Angehörigen einer bestimmten Kultur mit einer Nachricht verbinden. Erst wenn der Empfänger auch über das kulturelle Kodebuch verfügt, also über ein Verständnis des kulturellen Kontexts, wird er den vollen Sinn einer Nachricht erfassen, d. h. dekodieren können. Obwohl der deutsche Professor in dem Begrüßungsbeispiel zwar über rudimentäre Sprachkenntnisse, nicht jedoch über die relevanten kulturellen Kenntnisse verfügte, wusste er nicht, wie wichtig eine adäquate Begrüßung dort ist (der Kommunikationskontext wurde also falsch verstanden) und konnte die Begrüßung nicht wie in China üblich durchführen. Dies vermittelte seinem Gegenüber auf der nonverbalen Ebene genau das Gegenteil davon, was er sprachlich ausdrückte. Hätte er sich statt rudimentärer Sprachkenntisse kulturelle Kenntnisse angeeignet, wäre sein beabsichtiges Kommunikationsziel erreicht worden. Kulturelles Wissen als Kodebuch zur Kodierung und Dekodierung von Informationen stellt somit die Grundlage für die kongruente Ausrichtung nonverbaler Kommunikationsanteile dar.

---

1. An dieser Stelle sei kurz erläutert, was Schulz von Thun unter den Begrifflichkeiten Nachricht und Botschaft versteht. Der Grundvorgang zwischenmenschlicher Kommunikation beruht auf einer Interaktion zwischen einem Sender und einem Empfänger. Die Gesamtheit dessen, was zwischen Sender und Empfänger ausgetauscht wird, also sowohl sprachliche als auch nicht-sprachliche Kommunikationsanteile, bezeichnet Schulz von Thun als Nachricht. Eine Nachricht kann somit aus lediglich einem einzelnen Wort oder nur einer Geste bestehen, aber auch aus einer komplexen Handlungsabfolge wie der in dem einleitenden Beispiel beschriebenen Begrüßungszeremonie oder einer längeren Rede oder einer Kombination.
Diese Nachricht wiederum besteht aus mehreren Botschaften, die sich den o. g. vier Seiten der Kom-munikation zuordnen lassen. Eine Botschaft kann dabei in der Nachricht implizit oder explizit enthalten sein. Wird sie ausdrücklich formuliert, so handelt es sich um eine explizite Botschaft. Implizite Botschaften dagegen werden nicht direkt ausgesprochen, sondern es handelt sich um das was „zwischen den Zeilen steht". Wichtig ist in diesem Zusammenhang, dass alle vier Seiten der Kommunikation sowohl implizite als auch explizite Botschaften ermöglichen.
2. Die Aussage ist somit in dem Kontext zu sehen, dass es sich bei Fußball um die Sportart schlechthin in Deutschland handelt, sowohl aktiv als auch passiv: über 6,5 Millionen Deutsche gehen in fast 26.000 Fußballvereinen dieser Sportart nach (http://www.dfb.de/index.php?id=11015) und zumindest

jeder männliche Bundesbürger hat selbst irgendwann in seinem Leben Fußball gespielt. In der medialen Sportberichterstattung ist diese Sportart überproportional repräsentiert.

Literaturverzeichnis

Bleyhl, W. (1994). Das Lernen von Fremdsprachen ist interkulturelles Lernen. In K.-R. Bausch, H. Christ & H.-J. Krumm (Hg.), *Interkulturelles Lernen im Fremdsprachenunterricht*. (S. 9-20). Tübingen: Narr.
Bühler, K. (1934). *Sprachtheorie*. Jena: Gustav Fischer.
Eberle, U. (2004). Gehirnforscher lesen aus dem Gesicht. *bild der wissenschaft, 2004* (1), 22-31.
Fordham, K. (2004). Drama Pedagogy in the Language Classroom: A Workshop. *Notos, 4* (2), 5-10.
Frey, S. (1984). *Die nonverbale Kommunikation*. Stuttgart: SEL-Stiftung für Technik und Wirtschaftliche Kommunikationsforschung im Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft.
Gesteland, R. R. (1999). *Global Business Behaviour*. Zürich: Orell Füssli.
Hall, E. T. (1983). *The dance of life: The other dimension of time*. Garden City, NY: Anchor Press/Doubleday.
Hartley, P. (1993). *Interpersonal Communication*. London: Routledge.
House, J. (1994). Kontrastive Pragmatik und interkulturelles Lernen: von metapragmatischem Wissen zu kommunikativem Handeln. In K.-R. Bausch, H. Christ & H.-J. Krumm (Hg.), *Interkulturelles Lernen im Fremdsprachenunterricht* (S. 85-93). Tübingen: Narr.
Klaus, H., & Schneider, H. J. (1992). Personalführung. In H. J. Schneider (Hg.), *Mensch und Arbeit* (S. 191-302). Köln: Bachem.
Langer, I., Schulz von Thun, F., & Tausch, R. (1974). *Verständlichkeit in Schule, Verwaltung, Politik und Wissenschaft.* München: Reinhardt.
Lenke, N., Lutz, H.-D., & Sprenger, M. (1995). *Grundlagen sprachlicher Kommunikation*. München: Fink.
Malinowski, B. (1923). The Problem of Meaning in Primitive Languages. In C. K. Ogden & I. A. Richards (Hg.), *The Meaning of Meaning*. London: K. Paul, Trench, Trubner & Co.
Saville-Troike, M. (2003). Extending Communicative Concepts in the Second Language Curriculum: A Sociolinguistic Perspective. In D. L. Lange & R. M. Paige (Hg.), *Culture as the Core: Perspectives on Culture in Second Language Learning*. Greenwich, CT: Infor-mation Age Publishing.
Schulz von Thun, F. (1981). *Miteinander reden*. Hamburg: Rowohlt.
Shannon, C. E., & Weaver, W. (1949). *The Mathematical Theory of Communication*. Urbana, IL: University of Illinios Press.
Smith, S. L., Paige, R. M., & Steglitz, I. (2003). Theoretical Foundations of Intercultural Training. In D. L. P. Lange, R. M. (Hg.), *Culture as the Core* (S. 89-125). Greenwich, CT: Information Age Publishing.
Watzlawick, P., & Beaven, J. H. (1969). *Menschliche Kommunikation*. Bern: Huber.
Winograd, T. (1983). *Language as a Cognitive Process*. Reading, MA: Addison-Wesley.