

Polen und Deutsche brauchen einander, aber sie mögen sich nicht

Ein Vergleich der Selbst- und Fremdbilder von Polen und Deutschen

Von Andrea Schwutke M.A. und Dr. Bettina Franzke

Abstract

Der Beitrag beleuchtet die Selbst- und Fremdbilder von Polen und Deutschen. Dargestellt werden Vorgehensweise, Arbeitsprozess und Ergebnisse aus Workshops mit Studierenden der WSHE über die wechselseitigen Sichtweisen von Angehörigen beider Länder, in denen sich Stereotype und Missverständnisse, aber auch vielfältige Abhängigkeiten sowie überraschend positive und zukunftsweisende Vorstellungen und Ansätze widerspiegeln. Die Beobachtungen und Erkenntnisse werden mit kommunikationspsychologischen Theorien sowie Modellen der interkulturellen Kommunikation in Bezug gesetzt, wodurch sie überwiegend erklärt und nachvollzogen werden können.

Inhalt

1. Einleitung.....	2
2. Theoretischer Hintergrund	3
3. Vorgehensweise und Arbeitsprozess	5
4. Ergebnisse.....	7
4.1 Studienfach Deutsch – Motive, Wünsche und Träume	7
4.2 Das Selbstbild der Polen.....	8
4.3 Das Fremdbild der Polen	9
4.4 Das Selbstbild der Deutschen.....	10
4.5 Das Fremdbild der Deutschen	11
4.6 Themen und Tabus im Erstkontakt	11
5. Ausblick	14
6. Literatur	15

1. Einleitung

Um mit Menschen in einem anderen Land erfolgreich in Kontakt zu kommen, ist es unumgänglich, die dort gesprochene Sprache zu beherrschen. Dennoch verschaffen Fremdsprachenkenntnisse allein nicht automatisch einen Zugang zu Angehörigen einer anderen Kultur. Abgesehen von der Fähigkeit, sich verbal ausdrücken zu können, ist es wichtig, bestimmte länder- bzw. kulturspezifische Kommunikationsregeln und -muster zu beachten. *Wie* etwas gesagt wird, ist genauso wichtig wie das, *was* gesagt wird.

Der Umgang zwischen Polen und Deutschen ist sowohl im privaten als auch beruflichen Bereich nicht selten spannungsgeladen, da von langjährigen, historisch gewachsenen Vorbehalten belastet. Der vorliegende Beitrag beabsichtigt, über die Selbst- und Fremdbilder von Polen und Deutschen hinaus deren Kommunikationsstile näher zu beschreiben und Unklarheiten und Missverständnisse, die sich daraus ergeben können, offen zu legen.

Anlass für die Auseinandersetzung mit diesem Thema war der Besuch der aus Mannheim angereisten Gastreferentin Dr. Bettina Franzke, die vom Fachbereich Germanistik der WSHE, Lodz, eingeladen worden war, am 20. und 21. Oktober 2007 drei Lehrveranstaltungen zu moderieren, welche die Selbst- und Fremdsicht der Polen und Deutschen in den Mittelpunkt der Aufmerksamkeit stellten. Dr. Franzke ist Diplom-Psychologin und seit über 14 Jahren als Trainerin und Beraterin für Management Development, Kommunikation und Persönlichkeitsentwicklung tätig. Zu ihren Arbeitsschwerpunkten gehören Seminare und Coachings zu den Themen Rhetorik, Präsentation, interkulturelle Kommunikation, Laufbahnentwicklung und Selbstsicherheit.

Die Erarbeitung der Selbst- und Fremdbilder von Polen und Deutschen fand unter Mitwirkung von Frau Andrea Schwutke (M.A.) statt. Ihre externen Studierenden – 1. Studienjahr Lizenziat, 2. Studienjahr Lizenziat, 2. Studienjahr SUM, d.h. externer Magisterstudiengang¹ – hatten zuvor an dem Thema großes Interesse geäußert und so lag es nahe, die deutsch-polnischen Sichtweisen hinsichtlich der Mentalitätsunterschiede der beiden benachbarten Nationen im Rahmen von Workshops zu eruieren.

Im Folgenden werden das Vorgehen sowie die wichtigsten Erkenntnisse aus den Gruppen dokumentiert und diskutiert. Die Ausführungen verstehen sich als Grundlage zur weiteren Diskussion. Sie erheben weder Anspruch auf Vollständigkeit noch auf Objektivität. Was hier beschrieben wird ist ein Ausschnitt der Realität, so wie er sich in

¹ Das Lizenziat-Studium umfasst in Polen die ersten drei Jahre des Germanistikstudiums. Bei dem Magisterstudium handelt es sich um ein zweijähriges Aufbaustudium, das erst nach dem Lizenziat aufgenommen werden kann.

den spezifischen Unterrichtssituationen zeigte bzw. von den Autorinnen dieses Beitrags wahrgenommen wurde.

2. Theoretischer Hintergrund

Als theoretischer Hintergrund des Lehrveranstaltungs-konzeptes dienten Erkenntnisse der interkulturellen Kommunikation (Hofstede, 2007, Losche, 2005, Maletzke, 1996), Theorien der Sozialpsychologie (Bierhoff, 2006) sowie kommunikationspsychologische Modelle (Schulz von Thun, 1997). Relevante Begriffe und Konzepte der genannten Gebiete sollen an dieser Stelle kurz skizziert werden.

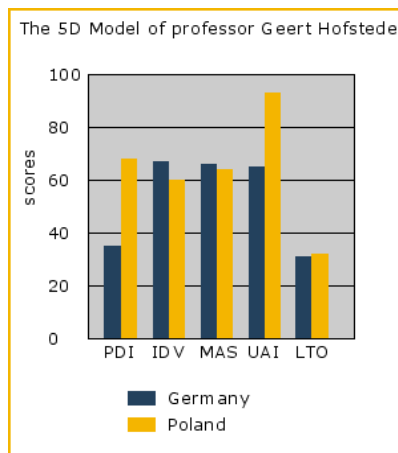
Die kulturelle Zugehörigkeit und die mit ihr verbundenen Merkmale wie die Staatsangehörigkeit und kulturspezifischen Merkmale stellen einen Teilaspekt der Identität dar. In der Fremdsicht einer Gruppe summieren sich verschiedene Erfahrungen, Vorstellungen und Vorurteile über ihre Mitglieder. Schreiben Angehörige der einen Gruppe den Mitgliedern einer anderen Gruppe ein Bündel von Eigenschaften und Verhaltensweisen zu, handelt es sich hierbei um Stereotype (Bierhoff, 2006, S. 350). Stereotype Merkmale können positiv, negativ oder neutral bewertet sein. Sie basieren auf einer Verallgemeinerung tatsächlicher Merkmale und dienen insbesondere der Orientierung sowie der Komplexitätsreduktion. Handelt es sich bei diesen Zuschreibungen um verfestigte, negativ besetzte Einstellungen, wird von einem Vorurteil gesprochen (Bierhoff, 2006, S. 349).

Kultur ist definiert als ein für eine Gesellschaft, Organisation oder Gruppe typisches Orientierungssystem (Thomas, 2003, S. 22). Kulturen variieren hinsichtlich einer Reihe von Aspekten wie Wahrnehmung, Zeit- und Raumerleben, Denken, Sprache, nonverbale Kommunikation, Wertorientierungen, Verhaltensmuster (Sitten, Normen, Rollen), sozialen Beziehungen und persönlichen Eigenschaften (Maletzke, 1996, S. 42). Besonders bekannt ist die Forschung von Geert Hofstede (2007). Er unterscheidet vier Dimensionen in Bezug auf länderspezifische Ausprägungen. Das erste Merkmal, die sog. „Machtdistanz“, ist der Grad, in dem Menschen die ungleiche Verteilung von Macht erwarten und akzeptieren. Die zweite Dimension, „Kollektivismus“ (versus „Individualismus“), bezieht sich auf das Ausmaß, in dem sich Menschen über die Zugehörigkeit zu sozialen Gruppen definieren. „Maskulinität“ (versus Femininität) kennzeichnet eine Gesellschaft, in der die Rollen der Geschlechter klar gegeneinander abgegrenzt sind. „Unsicherheitsvermeidung“ markiert den Grad, in dem die Mitglieder einer Kultur sich durch ungewisse oder unbekannte Situationen bedroht fühlen. Zuletzt werden unter einer „langfristigen Orientierung“ Gesellschaften subsumiert, in denen die Menschen ausdauernd und beharrlich sind.

Ein Vergleich der empirischen Befunde hinsichtlich der von Hofstede ausgewählten Merkmale verdeutlicht, dass sich Deutsche und Polen in vielerlei Hinsicht ähnlich sind (Hofstede, 2007; siehe Abbildung 1): In Bezug auf Individualismus, Maskulinität und

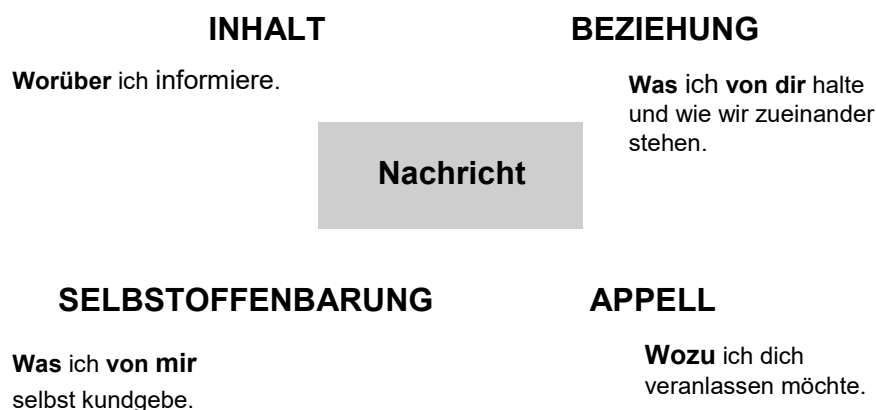
die zeitliche Orientierung gibt es keine nennenswerten Unterschiede. Sowohl Polen als auch Deutsche sind etwas überdurchschnittlich individualistisch, die Rollen zwischen den Geschlechtern sind teilweise abgegrenzt und die Menschen folgen einer eher kurzfristigen Orientierung. Anders sieht es bei der Machtdistanz aus. Dieses Kriterium ist bei den Polen sehr viel stärker ausgeprägt als in Deutschland: Autoritäten werden seltener in Frage gestellt. Ebenso zeigen die Polen hinsichtlich der Unsicherheitsvermeidung höhere Werte: Sie versuchen stärker als Deutsche, Unsicherheiten zu vermeiden und diese abzustellen, was mit einem lebhafteren Einsatz von Gestik verbunden ist.

Abb. 1: Vergleich von Deutschen und Polen hinsichtlich der von Geert Hofstede definierten Dimensionen (Hofstede, 2007)



Für ein Verständnis dessen, was gesagt wurde, ist neben der Wortbedeutung und dem Tonfall relevant, auf welcher Ebene eine Nachricht gesendet und empfangen wird. Das Vier-Ohren-Modell der Kommunikation (Schulz von Thun, 1997, S. 26-30) unterscheidet zwischen dem Sachinhalt (Information), der Beziehungsebene (Einstellung gegenüber dem Gesprächspartner), der Selbstoffenbarung (Selbstkundgabe) und dem Appell (Handlungsimpuls) (siehe Abbildung 2).

Abb. 2: Das 4-Ohren-Modell der Kommunikation (Schulz von Thun, 1997, S. 26-30)



In der deutschen Kultur wird direkt kommuniziert. Ein Ja ist ein Ja, ein Nein ist ein Nein. Deutsche sagen in der Regel das, was sie meinen. Auch dann, wenn sie mit einer Sache nicht einverstanden sind, drücken sie dies direkt aus. Meistens wollen sie niemanden damit verletzen. Stattdessen halten sie diese direkte Art für ehrlich und vor allem für zielführend und zeitsparend. In Polen hingegen wird großer Wert auf die Beziehungsebene gelegt. Wünsche und Bedürfnisse, Meinungen und Auffassungen werden zumeist nicht direkt zu erkennen gegeben, sondern in verschlüsselter Weise dem Gesprächspartner mitgeteilt. Bevor sich Polen wirklich offen und ehrlich mit jemandem unterhalten, möchten sie eine gute zwischenmenschliche Beziehung hergestellt haben. Sie wollen sicher sein, dass sie jemandem trauen können. Erst dann kommen sie zur Sache, der Information.

Diese beiden Kommunikationsstile - direkter Ausdruck und Kommunikation auf dem „Inhaltsohr“ auf der einen Seite, indirekter Ausdruck und Betonung der Beziehungsebene auf der anderen Seite - treffen im Umgang zwischen Deutschen und Polen aufeinander und sorgen für Konflikte. Es war aufschlussreich, diesen Aspekt während der Erarbeitung der Selbst- und Fremdbilder zu beobachten und die Ergebnisse aus dem Blickwinkel der Kommunikationsstile zu betrachten. An entsprechender Stelle kommen die Autorinnen auf dieses Grundmodell der Kommunikation zurück.

3. Vorgehensweise und Arbeitsprozess

Zu Beginn des Unterrichts wurden die Studierenden aufgefordert, sich persönlich vorzustellen. Dies erfolgte anhand der Satzanfänge: „Mein Name ist...“, „Ich studiere Deutsch, weil...“ und „Wenn ich perfekt Deutsch könnte, würde ich...“.

Nach der Vorstellungsrunde wurden den Studierenden die vier Leitfragen mitgeteilt und erläutert:

1. Selbstbild Polen: Wie sehen wir Polen uns selbst?
2. Fremdbild Polen: Wie sehen die Deutschen die Polen?
3. Selbstbild Deutsche: Wie sehen die Deutschen sich selbst?
4. Fremdbild Deutsche: Wie sehen die Polen die Deutschen?

Aufgabe war es, markante (Charakter-)Eigenschaften, Mentalität, Arbeitsweisen, Freizeitinteressen, sozialpolitische Probleme des Landes, die Bedeutung der Familie, der Religion, die Stellung der Frau in der Gesellschaft, die politische Rolle des Landes in der Europäischen Union und weltweit sowie den Umgang mit Menschen aus anderen Kulturen auszugsweise und exemplarisch aufzuschreiben.

Es war von Anfang an klar, dass bei der Ausarbeitung der Selbst- und Fremdbilder von Deutschen und Polen auch Stereotype und eventuell Vorurteile zur Sprache kommen

würden. Anspruch der Unterrichtseinheit war es nicht, den Wahrheitswert der Aussagen festzustellen, sondern die sich aus den Annahmen und Stereotypen ergebenden Verständigungschancen und Konfliktpotenziale zu diskutieren.

Jeweils vier Studierende sollten einen der vier Aspekte bearbeiten, das heißt auf einem Flipchart-Papier ihre Ideen notieren und am Ende eine Bewertung der Attribute vornehmen, indem sie hinter der jeweiligen Eigenschaft ein Plus (positiv), Minus (negativ) oder einen Kringel (neutral) markierten. Für die Ausarbeitung der Fragestellung standen etwa 30 Minuten zur Verfügung.

Die Frage der Gastreferentin, wer gerne in der ersten, zweiten, dritten und vierten Gruppe mitarbeiten wollte, lief ins Leere: In einem der Kurse meldete sich auch nach Aufforderung und nachdrücklicher Ermutigung niemand zu Wort. Diese Situation auf polnisch-deutsche Kooperationen in der Wirtschaft übertragen kann zu fatalen Missverständnissen führen. Die Deutschen würden eine derartige Zurückhaltung der Polen als Desinteresse, persönliche Ablehnung, fehlendes Engagement, schlimmstenfalls sogar als mangelnde Kompetenz interpretieren. Sie würden die Anbieter, Mitarbeiter oder Kollegen (je nach Kontext) links liegen lassen und nicht mehr beachten. Dies wiederum könnten die betreffenden Polen als Arroganz, Missachtung und absichtliches Übergehen verstehen. Ein schwelender Konflikt wäre vorprogrammiert: Polen und Deutsche würden sich wechselseitig misstrauen und aus dem Weg gehen.

Immerhin konnte das Problem der Gruppeneinteilung zur Zufriedenheit der Studierenden, jedoch zum Unmut der Gastreferentin gelöst werden. Wer anfangs nicht wusste, welches Thema er oder sie bearbeiten wollte, schloss sich einfach mit befreundeten Kommilitonen zusammen. Sanfter Druck der Referentin und Zuteilen taten ein Übriges, um endlich alle Studierenden in einer Arbeitsgruppe unter zu bringen. Aus deutscher Sicht ist dieses Verhalten rätselhaft. In Deutschland stellt sich eine Person auch dann, wenn sie sich mit dem Thema nicht auskennt, für eine Fragestellung zur Verfügung. Die Wahl einer Arbeitsgruppe ist nicht notwendigerweise an Vorwissen geknüpft. Bei der Zurückhaltung der Polen fragt sich ein Deutscher: Waren die Studierenden zu scheu, ihre Präferenz für eine der vier Fragestellungen zu äußern? Hatten sie vielleicht gar keine Meinung? Wenn ja, warum nicht? Jeder macht sich doch schnell ein Bild und setzt sich dafür ein, dass er seine Lieblingsaufgaben bekommt. Einige Studierende erwarteten regelrecht, einer Arbeitsgruppe zugeteilt zu werden und zeigten sich anschließend zufrieden und kooperativ. Es war keinerlei Widerstand zu beobachten. Allerdings kostete dieses Durchgreifen „von oben herab“ die Gastreferentin einiges an Überwindung. In Deutschland wäre ein solches Über-den-Kopf-der-Anderen-hinweg-Bestimmen undenkbar. Dies ist möglicherweise auf den für die Deutschen festgestellten geringen Respekt vor Autoritäten zurückzuführen, was im für die Deutschen niedrigen Wert hinsichtlich des Merkmals „Machtdistanz“ zum Ausdruck kommt (Hofstede,

2007). Eine Zuteilung von Personen zu bestimmten Gruppen ohne deren Einverständnis entspricht nicht dem Selbstverständnis eines deutschen Lehrenden, Projektleiters oder einer deutschen Führungskraft. Es würde sich sofort vehementer Widerstand von Seiten der einzuteilenden Personen zeigen. Allenfalls durch überzeugendes Argumentieren würde es gelingen, jemanden dazu zu bringen, in eine andere als in die von ihm gewählte Gruppe zu wechseln. In Polen war dies kein Problem. Die Studierenden beugten sich den Anweisungen der Lehrenden.

Die Autorinnen dieses Beitrags wirkten bei der Erarbeitung des Selbstbildes der Deutschen und des Bildes der Deutschen über die Polen mit. Sie verstanden sich als gleichberechtigte Mitglieder der jeweiligen Kleingruppe und sahen davon ab, die Inhalte oder den Prozess in irgendeiner Weise zu steuern.

Bei der Erarbeitung des Selbstbildes der Polen wurde darauf geachtet, dass sich mindestens eine Person beteiligte, die länger in einem anderen Land gewohnt hat. Die Charakteristika des Heimatlandes fallen einer Person bekanntlich erst dann auf, wenn sie länger im Ausland lebt.

In einer der drei Gruppen wurde die Fragestellung etwas abgewandelt. Hier sollten die Studierenden in Vierergruppen typische Themen für die in Polen charakteristische Kontaktkommunikation notieren.

4. Ergebnisse

In der Darstellung der Ergebnisse werden die in den Arbeitsgruppen genannten Attribute in lockerer Reihenfolge aufgezählt, aus welcher keine Rangfolge abzuleiten ist.

4.1 Studienfach Deutsch – Motive, Wünsche und Träume

Als Motive, Deutsch zu studieren, wurden überwiegend genannt:

- Interesse an der deutschen Sprache und (oder) an deutscher Literatur
- Gute Noten in Deutsch in der Schule

Polen studieren demzufolge Deutsch, weil sie sich mit der deutschen Sprache und deutschen Belletristik verbunden fühlen, jedoch nicht in erster Linie deshalb, weil sie sich für Deutschland und / oder für die dort wohnenden Menschen begeistern. Mitunter wird das studiert, was jemand in der Schule gut konnte bzw. das Fach, in dem gute Leistungen erzielt wurden. Erwähnenswert ist ein Student, der hauptsächlich in Deutschland aufgewachsen ist und jetzt zusätzlich zu seinem BWL-Studium extern Germanistik studiert, um seine Deutschkenntnisse weiter zu pflegen.

Aufschlussreich sind auch die Antworten auf die Frage, was die Studierenden tun würden, wenn sie perfekt Deutsch könnten:

- In Deutschland leben und arbeiten

- Nach Deutschland reisen
- Als Deutschlehrer(in) tätig sein (in Polen)
- Eine bessere Arbeit haben
- Europapolitikerin sein

Hier fällt auf, dass einige polnische Studierende erst dann Kontakte zu Deutschen und nach Deutschland in Betracht ziehen, wenn sie über ausgezeichnete Deutschkenntnisse verfügen. Viele Studierende beabsichtigen, nach dem Studium als Deutschlehrer(in) an einer Schule in Polen zu arbeiten oder eine bessere Arbeit zu finden. Letzteres weist darauf hin, dass Deutschkenntnisse in der Wirtschaft wahrscheinlich einen Vorteil darstellen und zu einer höheren, besser bezahlten Anstellung führen. Die Vorstellung, die Funktion einer Europapolitikerin innezuhaben, ist sicherlich eine Ausnahme. Sie wurde von einer gebürtigen Polin geäußert, die über zwanzig Jahre in Deutschland gelebt hat und über die deutsche Staatsangehörigkeit verfügt.

Einige wenige Studierende wussten auf die Frage, was sie täten, wenn sie perfekt Deutsch könnten, keine Antwort. Offensichtlich waren sie hinsichtlich dieser Zielsetzung überfragt. Deutsch sehr gut zu beherrschen und diese Fähigkeit aktiv bei der Gestaltung der persönlichen und beruflichen Zukunft einzusetzen, liegt mitunter außerhalb der Vorstellungskraft.

4.2 Das Selbstbild der Polen

Werden Polen gefragt, wie sie sich selbst sehen, so schreiben sie sich folgende positive Eigenschaften zu: gastfreundlich, hilfsbereit, flexibel, mutig, mitfühlend, verständnisvoll, aufgeschlossen, großzügig, fleißig, gut ausgebildet, gut gelaunt / glücklich, sie amüsieren sich gerne, lieben Musik, interessieren sich für Kunst und Literatur, sind sozial engagiert, pünktlich und tief gläubig. Außerdem haben sie einen guten Geschmack. Familie und Kirche sind von großer Wichtigkeit.

Als neutrale Aspekte wurden genannt: hartnäckig, über Leichen ans Ziel gelangen, den Menschen nicht immer trauen und eine „schlechte Regierung“ (man beachte, dass die Ausarbeitung genau an jenem Wochenende stattfand, an dem eine neue Regierung gewählt wurde). Ebenfalls in diese Sparte wurde der Umgang der Polen mit Alkohol eingeordnet.

Als negative Eigenschaften schrieben sich die Polen die Attribute „Versager“, „neidisch“ und „übertrieben unzufrieden“ zu.

Die Polen sind sich offenbar über ihre Stimmung nicht einig. Während eine Gruppe die gute Laune der Polen herausstellte, wurden dieselben von der anderen Gruppe als unzufrieden bezeichnet. Möglicherweise unterscheiden sich hier Sein und Schein. Es ist gut denkbar, dass eine Person, die eigentlich – aus welchem Grund auch immer – unglücklich ist, trotzdem vorgibt, positiv gestimmt zu sein. Aber auch das Gegenteil ist möglich: Eine Person hat allen Grund zufrieden zu sein, klagt jedoch über Missstände.

4.3 Das Fremdbild der Polen

In die Ergebnisse bezüglich der Sicht der Deutschen auf die Polen sind die vermuteten Fremdbilder eingeflossen. An der Ausarbeitung waren auch Studierende beteiligt, die länger in Deutschland gelebt und die Haltung der Deutschen ihnen gegenüber am eigenen Leib erfahren haben.

Deutsche nehmen bei Polen eine Reihe positiver Eigenschaften wie Anpassungsfähigkeit, Belastbarkeit und Gastfreundschaft wahr. Polen, die in Deutschland studieren, gelten als fleißig. Polnische Arbeitskräfte werden geschätzt, da sie billig sind und als Handwerker und Pflegekräfte gute Arbeit leisten. Ferner gilt das Land Polen als ein billiges Urlaubsziel. Polnische Frauen – nicht jedoch polnische Männer - haben den Ruf, gute Ehepartner zu sein. Mit ihnen verbindet sich das Bild einer Frau, die noch weiblich geblieben ist, sich hübsch kleidet und die klassische Rollenaufteilung akzeptiert. Werden Deutsche auf Polen angesprochen, stellen viele ihre polnischen Wurzeln („Mein Name ist polnisch“) und Verwandten heraus. Allerdings beziehen sich die polnischen Wurzeln in der Regel nicht auf das jetzige, sondern auf ein früheres Polen, das heute nicht mehr existiert. Eine gewisse Verbundenheit scheint dennoch gegeben. Jede(r) hat Bekannte oder Verwandte, bei welchen sie/ er ausrangierte Kleidung und Elektrogeräte für die polnische Verwandtschaft abgibt. Einmal im Jahr wird dann das Auto mit dem größten Ladevolumen vollgepackt und die Sachen werden nach Polen gefahren. Oder es werden riesige Pakete gepackt und nach Polen geschickt.

Neutral wurde bewertet, dass die meisten Polen katholisch sind. Polen sind nach Meinung vieler Deutscher „arm“ und ein „geschundenes Volk“, das unter historischem Gesichtspunkt viel mitgemacht hat. Beide Attribute sind ambivalent: Einerseits kann man mit einem armen Menschen und einem geschundenen Volk Mitleid haben. In diesem Fall stellt jemand die andere Person unter sich. Andererseits können ein geringerer Lebensstandard und das Erbe traumatischer Erlebnisse innerhalb der letzten 250 Jahre auch Verständnis erzeugen. In diesem Fall wäre die Bewertung positiv zu sehen. Genauso häufig wie die positiven Stereotype sind die den Polen zugeschriebenen negativen Eigenschaften. Immer noch weit verbreitet sind die Vorurteile, dass Polen stehen (bevorzugt Autos), sich unkultiviert benehmen, viel trinken und dass sich manch eine polnische Frau zu aufreizend kleidet.² Die Winter seien kalt. Hinsichtlich Religion und Sexualität herrsche in Polen eine Doppelmoral. Innerhalb der Europäischen Union stellen Polen sture Querulanten dar. Polen gelten darüber hinaus als undurchsichtig und im Arbeitskontext sind sie unselbstständig, brauchen Anleitung und äußern keinen Widerspruch. Sie machen einfach das, was man ihnen sagt. An diesem Punkt zeigt

² Erwähnt werden sollte an dieser Stelle ein heftig diskutiertes sprachliches Detail. Ursprünglich hieß es, polnische Frauen kleiden sich so „wie Huren“. Die polnische Übersetzung dieses Wortes ist jedoch äußerst negativ besetzt. Der im Deutschen ebenfalls geläufige Begriff „Nutte“ ist gegenüber der Bezeichnung „Hure“ wesentlich abschätziger. Da kein Konsens erzielt werden konnte und die Studierenden das Wort „Hure“ wegen der Assoziation mit dem polnischen Begriff vehement ablehnten, wurde das Gemeinte mittels „zu aufreizend“ ausgedrückt.

sich ein gewisser Zwiespalt: Einerseits schätzen Deutsche die Polen genau deshalb, weil letztere Dinge tun, für die sich die Deutschen für „zu gut“ halten oder die Deutschen in Frage stellen würden; andererseits haben sie genau deshalb Vorbehalte gegen die Polen. Zu einer heftigen Diskussion in einer Kleingruppe führte die in gebildeten Kreisen der deutschen Gesellschaft vorhandene Annahme, Polen seien antisemitisch. Die Tatsache, dass deutsche Medien darüber informieren, welche Botschaften Radio Maryja sendet und wie Polen in der Vergangenheit mit Juden umgegangen sind, löste Erstaunen aus.

Insgesamt kamen die mit dem Fremdbild der Polen beschäftigten Arbeitsgruppen zu dem Schluss, dass Deutsche die Polen zwar brauchen, sie aber nicht mögen.

4.4 Das Selbstbild der Deutschen

Als Vertreter(innen) der deutschen Mentalität sind die Autorinnen dieses Beitrags sowie ein weiterer deutscher Mitarbeiter des Fachbereichs Germanistik der WSHE, Dr. Georg Grzyb, zu nennen. Sie hatten maßgeblichen Einfluss auf die Erarbeitung des Selbstbildes der Deutschen. Demnach bewerten Deutsche folgende Eigenschaften an sich selbst als gut: Sie sind ordentlich, pünktlich (allerdings mit abnehmender Tendenz), rational, genau, praktisch (z.B. in Bezug auf Kleidung), sparsam, sozial, gemeinnützig sowie im öffentlichen Leben offen und hilfsbereit. Darüber hinaus lieben sie ein geregeltes Leben. Im Allgemeinen beachten sie Regeln, kommunizieren direkt, planen gerne, reisen viel und gern, äußern eine eigene Meinung und verfügen über selbstständiges Denken. Besuch muss sich anmelden, spontanes Vorbeikommen ist verpönt. Religion ist Privatsache. Deutschland ist ein relativ reiches Land mit einer großen Mittelschicht. Deutsche tolerieren unterschiedliche Lebensformen.

Neutral fassen die Studierenden den individualistischen Kleidungsstil auf, die Demonstration gegen Missstände sowie das offene Äußern von Widerspruch. Auch dass die Deutschen oft viele Bekannte, aber nur wenige Freunde haben, wurde als neutral eingeschätzt.

Auf der negativen Seite wurde genannt, dass Deutsche eher distanziert auftreten, sich für ihre Emotionen schämen und immer die Besten sein wollen. Jugendliche durchlaufen ein von den Eltern finanziertes Freizeitprogramm. Frauen sind theoretisch gleichgestellt, praktisch existieren jedoch sowohl im privaten als auch im beruflichen Leben immer noch viele Benachteiligungen. Die größten sozialpolitischen Probleme, mit denen Deutschland zu kämpfen hat, sind Arbeitslosigkeit, die negative Bevölkerungsentwicklung (viele alte, wenig junge Menschen) und die Integration von Migranten.

Interessant bei diesen als negativ eingeschätzten Merkmalen ist die von den polnischen Studierenden vorgenommene Bewertung. Polen mögen offensichtlich nicht das distanzierte und kopfgesteuerte Auftreten der Deutschen. Es ist fraglich, ob die Deutschen selbst dies als negativ bewerten würden, denn Distanz und Vernunft haben

durchaus Vorteile: Auf diese Weise gestaltet sich eine Situation pragmatisch und sachlich, die zwischenmenschliche Ebene spielt eine untergeordnete Rolle.

4.5 Das Fremdbild der Deutschen

Einige Attribute, welche die Deutschen an sich selbst gut finden, werden auch von den Polen für positiv gehalten. Als positive Eigenschaften der Deutschen heben die Polen hervor: Pünktlichkeit, Ordentlichkeit, pedantisch sein, Arbeitsamkeit, Unternehmenslust, gute Facharbeit, konkret sein (im Sinne von direkt und verbindlich sein), Stolz, Selbstsicherheit, Rücksicht im Straßenverkehr, hohe Lebensqualität, große politische Bedeutung in der Europäischen Union. Bemerkenswert ist hier die Einordnung von „pedantisch“ in der Rubrik der positiven Eigenschaften, denn das Wort ist im Deutschen eher negativ besetzt und bedeutet soviel wie „übergenu“. Offensichtlich - und das erstaunt nicht - mögen die polnischen Deutsch-Studierenden eine ganze Reihe von Eigenschaften der Deutschen. Sie identifizieren sich ein Stück weit mit der deutschen Mentalität oder zumindest ist ihnen diese nicht vollkommen unsympathisch.

Als weder positiv noch negativ beurteilten die Studierenden folgende Verhaltensweisen und Auffälligkeiten der Deutschen: Bier trinken, blaue Augen und blonde Haare haben (Männer), früh selbstständig werden sowie früh sexuelle Erfahrungen machen, weniger Wert auf Religion legen und festen Vorschriften folgen. Der Punkt „frühe Selbstständigkeit und frühe sexuelle Erfahrungen“ wurde zur Diskussion gestellt. Die Teilnehmenden wurden aufgefordert, diesen Aspekt, der immerhin einen zentralen Aspekt der persönlichen Entwicklung und gesellschaftlichen Moral darstellt, zu bewerten. Die Studierenden indes reagierten zurückhaltend, keiner mochte eine eigene klare Position beziehen. Dieses Verhalten wirkt aus deutscher Perspektive verwunderlich: Hatte die polnischen Studierenden keine Meinung dazu oder wollten sie diese nicht äußern? Vielleicht war die Frage falsch gestellt oder handelt es sich etwa um ein Tabu-Thema? Die Haltung der polnischen Studierenden in der befragten Studiengruppe bleibt ein ungeklärtes Rätsel.

In Bezug auf die negativen Eigenschaften wurde erneut „Stolz“ genannt, das heißt, dass dieses Attribut sowohl unter den positiven als auch unter den negativen Eigenschaften angeführt wurde. Als eindeutig negativ wurden genannt: unsympathisch, geizig, eingebildet, nicht gastfreundlich, übergewichtig und nicht gläubig sein. Dass sich die Deutschen gut zu amüsieren wissen, wird von den Polen ebenfalls kritisch bewertet. Angehörige der älteren Generation mögen den Deutschen aufgrund ihrer schlechten Erfahrungen mit Deutschen im Zweiten Weltkrieg skeptisch bis ablehnend gegenüberstehen.

4.6 Themen und Tabus im Erstkontakt

In einem der drei Kurse wurde die Selbst- und Fremdsicht der Polen und Deutschen auf eine konkrete Fragestellung zugeschnitten. Herausgearbeitet wurden Themen und

Tabus im Erstkontakt im privaten oder beruflichen Umfeld, zum Beispiel in einer Projektgruppe, bei einer Konferenz, auf einer Zugfahrt oder in einem Reisebus.

Wenn zwei Polen aufeinander zugehen und sich kennen lernen, unterhalten sie sich gerne über Mode – vor allem Polinnen interessieren sich für Modeneuheiten und setzen diese zügig um (vgl. auch Gawin / Schulze, 2005, S. 185). Außerdem sprechen sie gerne über Kleidung allgemein, über Politik, Religion und über ihre Familie. Auch die finanzielle Situation einer Person wird ausgelotet, indem beispielsweise nach der Höhe der Miete gefragt wird, woraus sich in verlässlicher Weise der Lebensstandard ableiten lässt. Ebenso ist das Klagen über Missstände sehr verbreitet und beliebt. Gründe hierfür gibt es ja genug. Gemeinsames Jammern schafft Verbundenheit und Verständnis für den jeweils Anderen.

Die in Polen üblichen Themen im Erstkontakt lösen in Deutschland Kopfschütteln aus. Mode, Kleidung? Kein Thema! Kleidung ist praktisch, im Beruf konventionell und im Privatleben Ausdruck der Persönlichkeit. Die Zeiten, da Kleidung ein Statussymbol darstellte, sind in Deutschland lange vorbei. Mit der Art, wie sich eine Person kleidet, demonstriert sie heutzutage ihren Typ: Ob sie elegant (z.B. schicke Uhr), sportlich (z.B. Turnschuhe) oder vielleicht ein bisschen zickig (z.B. abgewetzte Jeans mit Löchern) ist. Im Beruf orientiert sich der Kleidungsstil an dem jeweiligen Unternehmen. Und wie steht es mit dem Thema Politik? Das ist nun wirklich Privatsache! Klar, (fast) jeder geht wählen, aber man sieht den Menschen ihre politische Anschauung nicht unmittelbar an. Und Religion? Das ist ja noch privater! Der Glaube spielt im Alltag des Zusammenlebens in Deutschland keine große Rolle. Protestanten, Katholiken, Anhänger verschiedener Varianten des Islam und anderer, zuweilen unbekannter Glaubensrichtungen leben meist friedlich nebeneinander. Die Mehrzahl der Betriebskantinen und Kindergärten haben sich auf Allesesser, Schweinefleischvermeidende und Vegetarier eingestellt. Wer nun meint, das Gespräch auf die Familie bringen zu können, tritt ebenso ins Fettnäpfchen. Zwar hat jeder eine Familie, aber die familiären Beziehungen in Deutschland sind oftmals kompliziert und von Spannungen geprägt. Beginnt ein Pole über die positiven Eigenschaften seiner Mutter und/ oder seines Vaters zu erzählen, bringt er den Deutschen in der Regel in Verlegenheit. Was soll letzterer dazu sagen? Die Mutter lebt vielleicht in München, der Vater in Mannheim, dieser hat eine zweite Frau und mit ihr zusammen ein weiteres Kind. Einmal im Jahr, zu Weihnachten, besucht man sich gegenseitig, aber eigentlich hat man sich nicht viel zu sagen... Mit anderen Worten: Familie ist in der Regel genauso ein Tabu.

Nachdem geklärt worden ist, worüber sich die Deutschen beim ersten Kontakt auf keinen Fall unterhalten, bleibt die Frage, welche Themen denn möglich sind. In der Tat tun sich die Deutschen schwer mit dem so genannten „Small Talk“, einem Phänomen, das den Deutschen so lästig ist, dass sie kein deutsches Wort dafür haben. Wann

immer es möglich ist und es vor allem keinen Anlass dazu gibt, vermeiden es die Deutschen, miteinander ins Gespräch zu kommen. Auf der Straße, im Bus, im Zug, in der Warteschlange im Einkaufsladen – schauen Sie bitte weg und sagen Sie am Besten nichts! Die Erfahrung der Gastreferentin, die auf einem dreißigminütigen Fußweg am Sonntag morgen von der Lodzer Innenstadt zur WSHE dreimal von wildfremden Menschen auf der Straße angesprochen wurde - zweimal offensichtlich Fragen nach dem Weg, einmal ein Mann auf dem Weg zum Trinkertreff -, ist in Deutschland undenkbar. Wer den Weg nicht kennt, orientiert sich an einem Plan oder den Straßenschildern, aber deshalb „belästigt“ man nicht fremde Leute.

Irgendwann kommt der Moment der Wahrheit, das heißt, auch ein Deutscher muss über etwas reden. Nur über was? Beginnen Sie mit sehr unverbindlichen und unverfänglichen Themen, die zur Situation passen: zum Beispiel über Essen und Trinken, über Ihre Meinung über das Lokal, in dem Sie sitzen, oder den Ort, den Urlaub, den Beruf. Wählen Sie nach Möglichkeit positive Themen, jammern und klagen Sie nicht. Niemand mag Menschen, die unzufrieden oder unglücklich wirken. Deutsche mögen stattdessen Leute, die positiv gestimmt sind und gute Laune verbreiten. Das trifft zumindest auf Westdeutschland zu.³

Im beruflichen Umfeld kommen die Deutschen schnell und direkt zum Thema. Kommunikation ist klar und eindeutig. Sprechen um des Sprechens willens ist den Deutschen fremd. Das Sachohr steht gegenüber dem Beziehungsohr eindeutig im Vordergrund.

Was die Körpersprache betrifft, so bleiben die Deutschen auf Abstand. Rücken Sie dem Anderen nicht zu nahe! Lassen Sie immer eine ganze Armlänge Zwischenraum zwischen sich selbst und Ihrem Gesprächspartner! Fassen Sie ihn auf keinen Fall an, erst recht nicht am Oberschenkel oder an der Schulter. Das könnte Ihnen schnell als obszön ausgelegt werden.

In der Literatur wird beschrieben, dass in Bezug auf die Distanzzonen die Deutschen zu den Gesellschaften gehören, in denen die Mitglieder auf Armeslänge Abstand halten und wenig Wert auf Berührung legen. Dem gegenüber werden Polen in diejenigen Kulturen eingestuft, in denen die Menschen so sitzen und stehen, dass sie sich mit den Handgelenken berühren können (Losche, 2005, S. 59). Zur Verblüffung der Gastreferentin saßen die polnischen Studierenden in einem Stuhlkreis viel näher zusammen, als es in Deutschland üblich ist: Die Studierenden berührten mit ihren Ellenbogen den Nachbarn! In Deutschland sitzen die Menschen viel weiter auseinander, in einer Distanz, dass sie sich bequem recken und strecken könnten, ohne dabei dem Anderen zu nahe zu kommen.

³ Die ostdeutsche Kontaktkommunikation ist der polnischen wesentlich ähnlicher. Hier ist es durchaus üblich, mit Klagen über Missstände zu einer anderen Person Kontakt herzustellen (Klein, 2004).

5. Ausblick

Die hier ermittelten Befunde über die Selbst- und Fremdbilder von Deutschen und Polen stimmen erstaunlich genau mit denjenigen überein, die für in Stettin 2005 abgehaltene Workshops dokumentiert sind (Scheitza / Kopka, 2005).

Die Zusammenschau zeigt, dass Polen und Deutsche in vielerlei Hinsicht zusammenarbeiten, sich gegenseitig jedoch oft misstrauen oder nicht verstehen. Einige dieser Verständigungsschwierigkeiten sind durch die unterschiedlichen Kommunikationsstile bedingt. Einerseits gehen Polen unkomplizierter und persönlicher auf andere Menschen zu, auch im öffentlichen Raum. Dies kann einen Deutschen irritieren und ihm schnell als zu nah erscheinen. Andererseits lieben Deutsche direkte Worte, wenn es um Probleme oder um die Sache geht. Hier dürften Polen oftmals verunsichert sein, denn sie nehmen das Gesagte persönlich und erleben eine Beeinträchtigung auf der Beziehungsebene.

Es ist anzunehmen, dass das eine oder andere Stereotyp, das über Deutsche und Polen geäußert wurde, mit den verschiedenen Kommunikationsstilen zusammenhängt. Wer sich mit einem anderen Menschen nicht gut versteht, wird diesen für unsympathisch halten und ihm negative Eigenschaften unterstellen.

Die hier erzielten Ergebnisse sollen im Unterricht entlang folgender Fragen weiterbearbeitet werden:

1. Wo gibt es Gemeinsamkeiten?
2. Wo gibt es Fehlwahrnehmungen und die Gefahr von Missverständnissen?
3. Warum ist das so? Was sind die Ursachen?
4. Was können wir tun, um uns besser kennen zu lernen? Was erwarten die Polen von den Deutschen? Was erwarten die Deutschen von den Polen?

Verständigung zwischen den Kulturen beginnt im Kleinen. Erst dann, wenn die Menschen verschiedener Länder persönlich aufeinander zugehen und bereit sind, eine gemeinsame Kommunikationsebene zu finden, werden sie voneinander profitieren und sich so kennen lernen, wie sie wirklich sind.

6. Literatur

Bierhoff, H. W. (2006). Sozialpsychologie. Ein Lehrbuch (6. Aufl.). Stuttgart: Kohlhammer.

Gawin, I. / Schulze, D. (2005). Kulturschock Polen. Bielefeld: Reise Know-How Verlag.

Hofstede, G. (2007). Geert Hofstede Cultural Dimensions. Verfügbar über: www.geert-hofstede.com [Zugriff: 15.10.2007].

Klein, O. G. (2004). Ihr könnt uns einfach nicht verstehen! Warum Ost- und Westdeutsche aneinander vorbeireden. München: Knauer Verlag.

Losche, H. (2005). Interkulturelle Kommunikation. Sammlung praktischer Spiele und Übungen. Augsburg: ZIEL – Zentrum für interdisziplinäres erfahrungsorientiertes Lernen.

Maletzke, G. (1996). Interkulturelle Kommunikation. Zur Interaktion zwischen Menschen verschiedener Kulturen. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Scheitza, A. / Kopka, M. (2005). Typisch deutsch? Typisch polnisch? Herausforderungen polnisch-deutscher Zusammenarbeit. Verfügbar über: http://www.spirit-initiative.de/fileadmin/user_upload/wmp/Reader_Szczecin_Workshop.pdf [Zugriff: 30.10.2007].

Schulz von Thun, F. (1997). Miteinander reden. Band 1. Störungen und Klärungen. Reinbek: Rowohlt Taschenbuch Verlag.

Thomas, A. (2003). Kultur und Kulturstandards. In: Thomas, A. / Kinast, E.-V. / Schroll-Machl, S. (Hrsg.), Handbuch interkulturelle Kommunikation und Kooperation. Band 1: Grundlagen und Praxisfelder. S. 19-31. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.