

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	5
Nachwort	741
1. Einleitung	33
1.1 Vorschau	33
1.2 Spezifikationen und Formalia	43
A THEORIE	48
2 Bedeutung der Werten im kommunikativen Verstehensprozess	48
2.1 Werte als Schnittstelle zwischen Kommunikation und Kultur	49
2.2 Paradigmenwechsel: von der interkulturellen zur transkulturellen Kommunikation?	55
2.2.1 Das interkulturelle Paradigma	56
2.2.2 Das transkulturelle Paradigma	60
2.2.3 Interkulturalität versus Transkulturalität: „Kultur als System“ und „Kultur als Prozess“	65
2.3 Werte in der kulturvergleichenden Forschung	71
2.3.1 Das „Value Survey Module“ (VSM) von Hofstede	71
2.3.2 Der Werteansatz von Inglehart und der World Value Survey (WVS)	76
2.3.3 Die Wertesynthese nach Klages	82
2.3.4 Der Schwartz-Value-Survey (SVS)	83
3 Metaphern und Modelle: ein inter- und transkultureller Fokus	87
3.1 Metaphern aus dem Blickwinkel der inter- und transkulturellen Kommunikation	88
3.1.1 Vom Potential der Metapher	89
3.1.2 Metaphern, Kommunikation und Kultur	91
Metaphern: ein kultureller Diskurs	95
Von Universalien und kulturellen Varianzen	96
3.1.3 Fokus China	99
Die Bedeutung von Gesicht, Lächeln, Herz und Lebensenergie	100
Intrakulturelle Unterschiede und Wertewandel	106

3.1.4	Metaphern als Katalysator interkultureller Erkenntnis	108
3.2	Metaphorische Modelle vom Festen (Eisberg) und vom Flüssigen (Wellen und Strömungen)	114
3.3	Das statische, interkulturelle Eisbergmodell: eine kritische Reflexion und Erweiterung	116
3.3.1	Die verborgene Dimension von Kultur	116
	Ursprung der Eisbergmetapher	117
	Drei Ebenen von Kultur	119
3.3.2	Das Eisbergmodell in der interkulturellen Kommunikation	121
	Percepta: Die Ebene des Wahrnehmbaren	123
	Concepta: Die verborgene Dimension von Kultur	125
3.3.3	Erweiterung des Eisbergmodells um die kommunikative Dimension: die Ebene der Practica	126
3.4	Das dynamische, transkulturelle Wellen-und-Strömungsmodell	136
3.4.1	Die Metapher vom Fließen	136
3.4.2	Ein erster Modellüberblick	140
3.4.3	Die Basis des Modells: Sozialisation, Werte und Kommunikation	143
3.4.4	Die drei Zonen des Wellen-und-Strömungsmodells	147
3.4.5	Dynamiken und Diffusionsprozesse	152
	Dynamik 1/3: Ströme der Globalisierung	153
	Dynamik 2/3: Wellen und Verwirbelungen	155
	Dynamik 3/3: Schockwellen	156
4	Oszillieren zwischen dem Fremden und dem Eigenen	158
4.1	Das Fremde als Spiegel des Eigenen	159
4.1.1	Kultur: kein a priori-Phänomen	161
4.1.2	Der Tanz zwischen Innen und Außen	163
4.1.3	Die Verbindung zwischen Empathie und Introspektion	166
4.1.4	Xenophobie und Exotismus	168
4.2	Die kulturelle Matrix als praktische Hermeneutik des Fremden	170
4.2.1	Das Emik-Etik-Dilemma in der interkulturellen Forschung	171

4.2.2	Die Grundstruktur der kulturellen Matrix und ihre fünf Phasen	178
4.3	Dekonstruktion von Typologien: Individualismus versus Kollektivismus	192
4.3.1	Kritik am bipolaren Typologiekonstrukt Individualismus versus Kollektivismus	194
4.3.2	Das Circumplex individueller und kollektiver Lebensführung	196
5	Kontext China: Kommunikation, Kultur und Werte in China	202
5.1	Die Macht des westlichen Paradigmas in der Wissenschaft	203
5.1.1	Ein Blick zurück: Jaspers Achsenzeit	203
5.1.2	Verschiebung wirtschaftlicher Kräfteverhältnisse	205
5.1.3	Sozialwissenschaften als Produkt der modernen westlichen Welt	207
5.2	Kommunikationswissenschaft aus asiatischer Sicht	209
5.2.1	Kritik an einem westlich geprägten Wissenschaftsdiskurs in der Kommunikationswissenschaft	210
5.2.2	Westliche Dominanz bei Lehrmaterialien, Curricula und Lehrenden	213
5.2.3	Loslösungsprozesse	215
5.2.4	Der Terminus Kommunikation in China	218
5.2.5	Entwicklung des modernen kommunikationswissenschaftlichen Diskurses	220
	Die vier Entwicklungsphasen	221
	Erste Phase: Zeit des Umbruchs	221
	Zweite Phase: Öffnung und Reproduktion	223
	Dritte Phase: Beginn der kritischen Evaluation	223
	Vierte Phase: Aufbruch in die Eigenständigkeit	224
	Die kommunikationswissenschaftliche Landschaft in China	225
5.2.6	Katalysator Bildung: Das bildungspolitische Wiedererwachen Chinas	230
5.3	Systematisierung asiatischer und chinesischer theoretischer Ansätze	233
5.3.1	Prozess der De-Westernisierung in der Kommunikationswissenschaft	234
5.3.2	Panasiatische Wertekonzeptionen	244

5.3.3	Kulturantagonistische Werteansätze	246
5.3.4	Kulturoriginiäre Werteansätze	252
	Singulär-kulturelle Ansätze	253
	Asiatische Wertekonzeptionen als Metakonstrukt	261
	Wertbasierte Modellentwicklungen	269
5.4	Kritische Betrachtungen	284
5.4.1	Methodologischer Nationalismus	286
5.4.2	Ethnozentrischer Dualismus	291
5.4.3	Kontextarmes Konzeptualisieren	293
5.4.4	Komplexität und emotionaler Zugang	294
5.4.5	Idealisierung und mangelnde Evaluierung	296
5.4.6	Limitationen der De-Westernisierung	301
B	METHODIK	303
6	Erkenntnisinteresse und Forschungsspezifikation	303
6.1	Forschungsziele und Forschungsfragen	304
	Von der Mikro- bis zur Metaebene	306
	Zielgruppe und Zielregion	310
6.2	Polaritätsfelder und theoretische Grundlagen	312
	Polaritätsfeld West – Ost	312
	Polaritätsfeld Stabilität – Wandel	313
	Polaritätsfeld Statuserhöhung – Selbsttranszendenz	314
	Polaritätsfeld Individualismus – Kollektivismus	314
	Polaritätsfeld Jung – Alt	315
6.3	Forschungsspezifikationen	316
	Der Polaritätsfeldansatz:	
	vom Entweder-oder zum Sowohl-als-auch	316
	Drei-Generationen-Perspektive	323
	Einbindung inter- und transkultureller Aspekte	324
6.4	Herausforderungen im Forschungsprozess in China	325
7	Triangulation	334
7.1	Ziel: West-Ost-Verzahnung mittels Triangulation	336
7.2	Sequentielle Verbindung qualitativer und quantitativer Forschung	338
7.3	Schritt 1: Qualitative Exploration	339
7.4	Schritt 2: Quantitative Erhebung	342
	7.4.1 Der Fragebogen: Grundwerte und Sekundärwerte	344
	7.4.2 Stichprobenbeschreibungen	346

7.4.3	Stichprobenbeschreibung #1: ManagerInnen in Shanghai und Peking 2007	347
7.4.4	Stichprobenbeschreibung #2: Chinesische Studierende in Shanghai 2014	353
7.4.5	Stichprobenbeschreibung #3: Salzburger Studierende 2015	361
7.5	Schritt 3: Qualitative Sozialforschung	368
7.5.1	Qualitativer Methodenmix	369
7.5.2	Auswertungsverfahren: Qualitative Inhaltsanalyse	385
C	EMPIRIE	397
8	Werthaltungen und Einflussfaktoren auf das Wertesystem	398
8.1	Werthaltungen und Wertänderungen in China und Österreich	398
8.1.1	Ausgangslage: ein Blick zurück	398
8.1.2	Generationencluster: Peking und Shanghai	401
8.1.3	Werthaltungen chinesischer Studierender im Zeitvergleich (1988, 1995, 2014)	406
8.1.4	Interkulturelle Wertunterschiede chinesischer und österreichischer Studierender	418
8.2	Einflussfaktoren auf das Wertesystem	425
8.2.1	Stabile und veränderbare Merkmale	425
8.2.2	Einfluss stabiler auf veränderbare Merkmale	431
9	Polaritätsfelder zu Lebensstil und Identität: Individuelle Autarkie und soziale Ordnung	446
9.1	Kollektivistisches China, individualistische Chinesen?	447
9.1.1	Selbstsüchtiges Streben versus Wahrung sozialer Pflichten	448
9.1.2	Das Circumplex: Dekonstruktion der Individualismus-Kollektivismus-Typologie	456
9.2	Individueller Leistungsgedanke als Herausforderung des gesellschaftlichen Gleichklangs	461
9.2.1	Transitionsprozesse in Zeiten der Modernisierung und ihre kulturellen Herausforderungen	461
	Unsicherheit vor Veränderung	462
	Aktive und passive Einflussfaktoren, die eine starke Verwurzelung fördern	463

9.2.2	Öffnung nach außen und Stabilität nach innen	468
	Geringe Berührungsängste	468
	Bewusstsein gegenüber der eigenen Tradition	471
	Belebung traditioneller Werte	472
	Das aufkeimende neue Selbstbewusstsein	473
9.3	Out of Balance: sozialer Gleichgewichtsverlust im Transformationsprozess	475
9.3.1	Emotionale Bindung nach innen und apathische Gleichgültigkeit nach außen	475
	Materialismus im Aufwind	475
	Erosion bestehender sozialer Strukturen:	
	Chinas Vertrauenskrise	479
9.3.2	Das Aufweichen der sozialen Einbettung des Individuums in das Kollektiv	492
9.4	Gegensteuerungsmechanismen	509
9.4.1	Identitätsstiftende Kollektive als Reaktion auf Ab- und Auflösungstendenzen	509
	Furcht vor Degeneration gesellschaftlicher Moral	509
	Soziale Dauerbaustelle China	511
9.4.2	Sozialer Kitt: Bindemittel auf gesellschaftlicher und individueller Ebene	515
9.5	Herausforderung: Jugend unter Druck	526
	Zwischen Selbstverantwortung und Egoismus	526
	Gefahr eines überbordenden utilitaristischen Individualismus	530
	Zwischen Leistungsorientierung und Hedonismus	533
	Die Dankbarkeit-Verpflichtungs-Spirale	543
	Solidarität zwischen den Generationen?	547
10	Polaritätsfelder zu interkultureller Arbeitswelt und Internationalisierung	558
10.1	Europa als Vorbild, China als Nabel der Welt	559
10.1.1	Positives Europabild	559
10.1.2	Statuserhöhung und Selbststärkung	569
	Imagebildung und Nationalstolz	571
	Selbststärkung durch Bildung	572
	Wichtigkeit beruflicher Ziele	575

10.2 Chinas polarisierender Blick bezüglich wirtschaftlicher Öffnung	578
10.2.1 Der Einfluss von außen	579
10.2.2 Fremd- und Selbstbild	588
10.3 Chinesische Führungskräfte zwischen Tradition und Moderne	607
10.3.1 Führung, Kommunikation und Kooperation	608
10.3.2 Arbeitsweise und Entlohnung	621
10.4 Typenbildungen im Wirtschaftsleben	628
10.4.1 Typenbildungen und Korrelationen zu Identität, Arbeitswelt und Internationalisierung	629
10.4.2 Managementtypen und Grundwerte: Der Versuch einer Einordnung	646
D RESÜMEE	652
11 Fazit	653
11.1 Theoretischer Rückblick	653
Das transkulturelle Wellen-und-Strömungsmodell	653
Implementierung des Sowohl-als-auch-Denkrahmens	657
Der Beitrag von Metaphern im interkulturellen Diskurs	659
De-Westernisierung der Kommunikationswissenschaft?	661
11.2 Das Phänomen der kulturellen Oberflächensynchronisation	664
Empirisches Fazit: vier Schlussfolgerungen	665
Weder Konvergenz, noch Divergenz, noch Hybridisierung ...	674
... sondern unterschiedliche Modernisierungspfade	676
Entzauberung der Fremde	677
11.3 Aufruf	679
Literaturverzeichnis	681
Nachwort	741