

Gebhard Deißler

Werte: Eine Schlüssel-Axiomatik unseres Zeitalters

Wissenschaftliche Studie

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2013 GRIN Verlag
ISBN: 9783656457466

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/229935>

Gebhard Deißler

Werte: Eine Schlüssel-Axiomatik unseres Zeitalters

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

http://www.twitter.com/grin_com



Transcultural Management

Gebhard Deißler D.E.A./UNIV. PARIS I

WERTE

EINE SCHLÜSSEL-AXIOMATIK UNSERES

ZEITALTERS

CULTURE RESEARCH

KULTUR FORSCHUNG

RECHERCHE CULTURE

BÚSQUEDA CULTURAL

RICERCA CULTURALE

跨文化的智慧精髓

Утранскультурная

Copyright © Gebhard Deißler 2013

Inhalt/Index

Teil 1...5

1. Die geopolitische Dimension der Werte...6
2. Die gesellschaftskulturelle und globale Management Dimension der Werte:
Zwiebel-, Eisberg- und Gedächtnis-Antizipationsmodelle...10

Part 2...22

1. Ethical And Core Values Across Cultures: A Third Millennium Axiology...23
2. A Cultural Values Dynamic...37
3. Cultural Values Reconciliation Based On Dilemma Theory...63
4. Cultural Values Integration Based On Consciousness Research And Scientific
Research...77
5. 36 Values Attunement Strategies...137

Bibliography...156

Interkulturelles- u. Transkulturelles Management (German)

Intercultural & Transcultural Management (English)

Gestion Interculturelle et Gestion Transculturelle (French)

Gerencia Intercultural y Gerencia Transcultural (Spanish)

Gerência Intercultural e Gerência Transcultural (Portuguese)

跨文化的智慧精髓 - kua wen hua de zhi hui jing sui (Chinese)

транскультурная компетенция - transkulturnaja
kompetencija (Russian)

toransukaruchā · manējimento (Japanese)

トランスカルチャー ・ マネジメント

Vishua Chaytana (Sanskrit)

ZAKAA AL-TA'ALOF AL-THAQAFEE

Teil 1

1

Die geopolitische Dimension der Werte

Der amerikanische Präsident Barack Obama subsumierte am 19. Juni dieses Jahres, bei seiner Rede anlässlich seines Berlinbesuches, signifikanter Weise auf der östlichen Seite des Brandenburger Tores, die Quintessenz der geopolitischen Geschichte der Nachkriegsära sinngemäß mit den Worten: Unsere Werte der Freiheit, Offenheit und Toleranz haben gesiegt. Das heißt, dass sich die Welt in der Nachkriegsära in einem Krieg der Werte der Freiheit versus der Unterdrückung des Menschen befand, der sich als strategischer und politischer Krieg diverser Intensität vom kalten bis zu heißen Stellvertreterkriegen artikulierte. Nun scheinen, von einigen Inseln des Wertewiderstandes, insbesondere in der araboislamischen Welt abgesehen, in denen der Wertekrieg immer noch heiße Formen annimmt, die Würfel im wesentlichen gefallen zu sein oder ein weltweiter Dominoprozess der fallenden Wertewürfel in Gang zu sein, da das weltweite Aufbegehren für die Werte der Freiheit und Offenheit gegen staatliche Bevormundung, Unterdrückung und Ausbeutung im Kontext der globalen Medienreichweite einen weltweiten freiheitlichen Wertetsunami entfacht hat, der trotz großer Anstrengungen seitens einiger Hardliner Regierungen nicht mehr eindämmbar zu sein scheint. Die Fundamentalismen sind im und trotz des Kontextes eines globalen Medien gespeisten Wertewandels die resistentesten Formen des Wertewiderstands.

Der Krieg der Werte scheint sich nunmehr aber, trotz eines sich abzeichnenden Sieges der westlichen Werte der Freiheit und Offenheit und der unantastbaren Würde des Individuums, wie er in unser Grundgesetz in der Gestalt der Grundrechte, die der Faschismus zur Realisierung staatlicher Interessen außer Kraft gesetzt hat, eingeflossen ist, dennoch zumindest implizit fortzusetzen. Er geht weiter in der Gestalt der Schaffung des kompetitivsten und das zwanzigste Jahrhundert geopolitisch und wirtschaftlich und somit in Wertehinsicht zu beherrschenden Bündnisses einer Transatlantischen Freihandelszone, die Nordamerika und die EU als Sieger in ein Supersystem der Siegerwerte integriert und somit, wenn auch keine Hegemonialposition, so doch weiterhin eine beherrschende Vormachtstellung, insbesondere im Hinblick auf die aufstrebenden Drachen- und Elefantenstaaten und andere emergente Schwellenländer, einzunehmen beabsichtigt.

Diese strategische Wirtschafts- und geopolitische Allianz, die auf einer Wertegemeinschaft gründet, ist die Voraussetzung für die Vormachtstellung im 21. Jahrhundert. Basierend auf den gemeinsamen Werten, die ihrerseits auf dem millenären, wenn auch mit drastischen, weltweiten Konsequenzen relativierten Fundament der westlichen christlichen Zivilisation gründen, verfügt sie über ein hochgerüstetes Schwert und Schild in der Gestalt der NATO zur Verteidigung des geistig-territorialen transatlantischen, euroamerikanischen geographischen, Wirtschafts-, Werte- und Kulturraums, sowie dessen weltweite Interessen.

Obschon Europa geographisch eher zu Euroasien gehört, erkennt man, dass die Polarisierungskraft der geistigen Werte sogar die durch die geographische Distanz nahegelegten Affinitäten überflügelt. Die Amerikaner haben die Bedeutung Deutschlands im globalen Machtpoker erkannt, da es historisch dokumentierte geographisch-geistige Tendenzen nach Osten hat. Und in seiner Eigenschaft als wirtschaftliche und damit politische Lokomotive in Europa haben die USA größtes Interesse, Deutschland und somit Europa, im Interesse ihres zunehmend hinterfragten Hegemonialanspruches im 21. Jahrhundert, nicht seinem ebenso

natürlichen historischen östlichen Tendenzen zu überlassen. Es würde Amerikas Vorstellung von sich in der Welt des 21. Jahrhunderts gefährden. Und die Werte waren und sind nach wie vor der Köder, der Deutschland und somit den europäischen Pfeiler im euro-amerikanischen Machtgefüge polarisiert.

Würden sich die gesellschaftskulturellen Werte in Deutschland verändern, so könnte sich das globale Kräftegleichgewicht zu Ungunsten Amerikas verändern, da Deutschland eigene Wege gehen und somit einen Präzedenzfall in Europa schaffen könnte, insbesondere, wenn man auch noch die französische Tendenz der Freiheit und Unabhängigkeit in Namen des Ruhmes der eigenen Nation einbezieht. Seit De Gaulle ist dieser französische Sonderweg immer noch implizit präsent. Und die Abkopplung der konstitutiven europäischen Achse von den USA wäre ein Strich durch das geostrategische Kalkül der USA.

Das amerikanische Wertekonstrukt und seine Glaubhaftmachung als Hüter des Grals der maßgeblichen Zivilisation ist also das geopolitische Strategem unserer Zeit, in dessen Zeichen große Armeen unterhalten werden, die einen Großteil nationaler und globaler Ressourcen verschlingen, während sie eine Bedrohung für die Ressourcen der Welt darstellen. Und dies trifft nicht minder auf andere Kulturen und Zivilisationen zu. Doch die Werte rechtfertigen all dies mit dem Ziel der Durchsetzung einer wertebasierten Vormachtstellungserhaltung zulasten vieler Entwicklungschancen weltweit. Die Werte haben somit letztendlich die Macht über Leben und Tod, Sein oder Nichtsein in vielen Formen und Gestalten. Eine werteneutrale globale Gesellschaft, die ihre Ressourcen nicht für ihre wertebedingte Machtkonsolidierung und Ausweitung nutzt, sondern sie systematisch für die weltweite Entwicklung der Unterprivilegierten der Welt einsetzt, ist kaum vorstellbar, da mit den Werten und der dadurch bedingten Macht, Raison d'Étre, Engagement und Ansporn, ja selbst die Identität, hinfällig zu werden scheinen.

Dennoch gäbe es eine Möglichkeit, die Werte global sozialverträglicher dergestalt zu nuancieren, dass die Ressourcenvergeudung zugunsten des Menschen genutzt

werden kann, ohne den unveräußerlichen Grundwerten Abbruch zu tun. Damit könnte der Implementierung westlicher Wertvorstellungen weltweit besser Rechnung getragen und Vorschub geleistet werden, weil sie besseren Anklang fänden. Im Moment steht der Schutz der Werte in der Gestalt großer Verteidigungsbudgets und Armeen noch im Vordergrund. Der Sieg der Werte ist also noch kein nachhaltiger Frieden, sondern ein Sieg, den es zu verteidigen gilt. Und solange die Werte nur die Erringung des Sieges, nicht aber dauerhaften Frieden bewirken können, bedürfen sie eines Wandels, der den finalen Frieden der Menschheit gleichermaßen ermöglicht. Darin besteht die eigentliche weltpolitische Aufgabe unserer Zeit. Das bedeutet, dass die Bezugskategorien sich von Nationalen und Kontinentalen zum Planetaren wandeln müssen, wie es in den klimatisch-ökologischen Bereichen bereits als unverzichtbar erachtet wird. Die globale institutionelle Architektur dafür wurde weitgehend implementiert, doch ohne den entsprechenden Wandel in der Bewusstseinsarchitektur der Menschen und insbesondere der strategischen Akteure können sie nichts Nachhaltiges bewirken.

Die vom amerikanischen Präsidenten Barack Obama angekündigte Bereitschaft zu weiterer nuklearstrategischer Abrüstung würde die Implementierung der Werte gleicher Chancen weltweit begünstigen, da durch die strategische Verteidigung beanspruchte Ressourcen für die Realisierung dieser Wertepriorität valorisiert werden könnte. Eine diesbezügliche Konferenz scheint, trotz des von den Medien berichteten russischen Desinteresses, in Planung und somit ein weiterer Schritt hin zu global verträglicheren west-östlichen Wertvorstellungen realistisch zu sein.

Über den geopolitischen Bereich hinaus spielen die Werte eine maßgebliche Rolle im Bereich der Multikulturalisierung und der damit einhergehenden zweiten globalen Herausforderung der Menschheit unserer Ära. Die Rolle der kulturellen Werte mit Blick auf das globale Management wird in den beiden folgenden Kapiteln thematisiert:

2

Die globale Management Dimension der Werte: Zwiebel- Eisberg- und Gedächtnis-Antizipationsmodelle

(Exzerpt aus der Publikation Transcultural Management- Transkulturelles
Management, Grin-Verlag 2009)

a. Das Zwiebelmodell

Eine andere Sichtweise von Kultur wird im sogenannten Zwiebeldiagramm verdeutlicht. Es wird als solches bezeichnet, weil es gleich einer Zwiebel verschiedene Schichten in unterschiedlichen Tiefen kultureller Programmierung veranschaulicht.

FIGURE 1.2 The "Onion": Manifestations of Culture at Different Levels of Depth

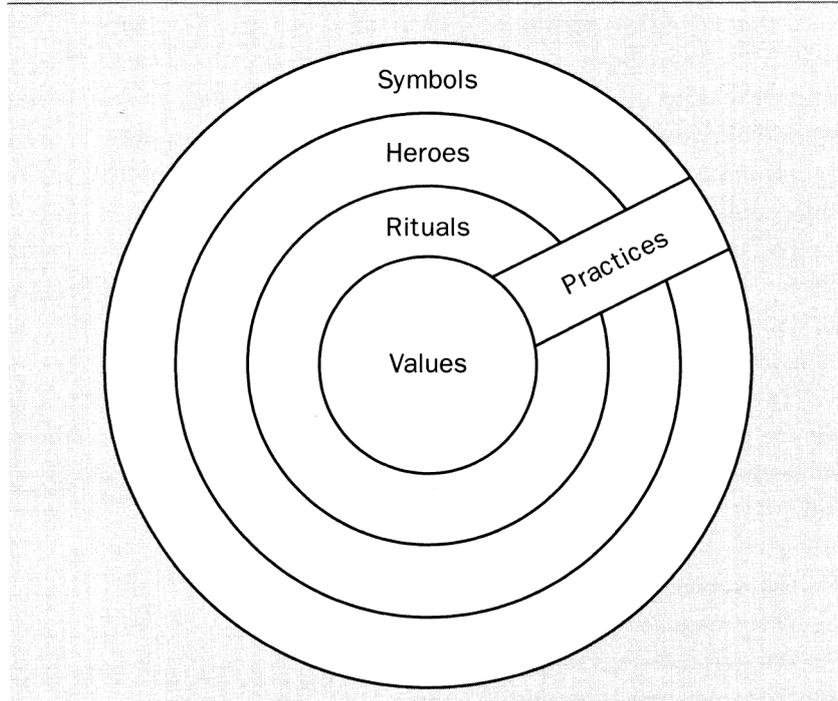


Bild1. Quelle: Hofstede Geert und Hofstede G. J., Cultures and Organisations, 2005
Darüber hinaus bringt Hofstede in diesem Modell den Unterschied zwischen Gesellschaftskultur und Organisationskultur auf einen klaren Nenner. Siehe Bild 1 oben.

Die äußeren Schichten des Zwiebeldiagramms bestehen aus Symbolen, Helden und Ritualen, die unter dem Begriff kulturelle „Praktiken“ zusammengefasst werden können. Während in der Unternehmenskultur der Schwerpunkt auf den Praktiken liegt, sind die Werte das Spiegelbild der nationalen oder regionalen Gesellschaftskultur. Die Grundannahmen oder Grundwerte bilden Kern und Zentrum des Modells. Diese werden in der primären Sozialisierung in der Kindheit vermittelt und sind im Alter von 10 Jahren im Unbewussten verankert. Ob etwas sauber, schön, wahr oder gut ist im Gegensatz zu den entgegengesetzten Kategorien ist über diese Zeit hinaus schwerlich umzuerziehen. Dies macht auch die Adaptation in andern als der Ausgangskultur schwierig. Die Assimilation und Integration in

anderen Zielkulturen ist deshalb schwierig, weil, besonders jenseits eines bestimmten Alters, die sehr früh erworbenen Grundannahmen für nicht Gruppenmitglieder schwer erlernbar sind. Im Gegensatz zu den Praktiken die sichtbar, leichter erlern- und veränderbar sind, sind die Grundannahmen und Werte unsichtbar, implizit. Die Schichten im einzelnen:

1. Symbole bestehen aus Worten, Gesten und Objekten.
2. Helden sind die in einer Gesellschaft angesehenen Vorbilder, die die bevorzugten Grundtugenden einer Kultur verkörpern.
3. Rituale haben scheinbar keinen praktischen Nutzen. Sie geben der Gruppenkultur Kohäsion und Kontinuität. Ihr Nutzen ist sozialer Natur.
4. Werte und Grundannahmen. Die Grundannahmen bilden als dichotomistische Urkonstrukte, die in der frühesten Lebensphase erworben werden, eine mentale Basisinfrastruktur und beziehen sich daher auf hygienische, sittliche und ethische Ge- und Verbote. Darauf baut eine spezifischere mentale Infrastruktur der Werte, bez., die Wertepreferenzen auf, die gleichermaßen dichotomistisch, das heißt mit einem Plus- und einem Minuspol versehen sind und die die Anthropologen wie Kluckhohn und Strodbeck, Hall und Hall, Trompenaars und Hampden-Turner oder Hickson and Pugh als Cluster mehrerer Dimensionen in sogenannten Kulturmodellen oder interkulturellen Referenzrahmen in der zweiten Hälfte des zwanzigsten Jahrhunderts systematisch erfasst haben.

Die Modelle überschneiden und ergänzen sich teilweise, da alle mit einer relationalen Kategorienbildung der Beziehung der Menschen untereinander, zu sich selbst, zu Zeit und Raum befasst sind, und je nach Zielsetzung abstrakter oder konkreter, spezifischer (Management, insbesondere Personalmanagement) oder