

Prof. Dr. Gustav Bergmann, Vorlesungsplan (aktualisiert 3. Mai)

## **Interkulturelle mediengestützte Kommunikation - Master**

SOSE 2020 Di 10-12 USA 134/I (MAK zusammen mit Innovations- und Prozessmanagement) ab 26. Mai (online Meetings siehe Moodle)

Lernziele: Verstehen der systemisch-relationalen Entstehung von Wirklichkeit, Verstehen der Wirkungen kultureller und medialer Kontexte. Verstehen der kulturellen Unterschiede und Gemeinsamkeiten insbesondere in der medialen Kommunikation. Erlernen von Möglichkeiten der Verständigung und der Auslösung von Entwicklungen und deren Verstetigung (Koevolution statt Kollusion) im interkulturellen Kontext. Musterextraktion und Anwendung. Kombination mit Innovationsmanagement Vorlesung. Reflexion der eigenen Herkunft: Milieu Schicht, emotionale Spürungen.

Gruppenarbeit und Präsentationen sind Bestandteil der Prüfung. Hier eine Präsentation zur Herkunfts- oder Bezugskultur oder eine thematische Präsentation entweder hier oder in Innovationsmanagement. Insgesamt also eine Präsentation pro Person im Modul!

I. Teil: Grundlagenbildung: 4 Vorlesungen GB

**Aus gegebenem Anlass starten die Präsenzveranstaltungen erst am 26. Mai. Bitte wählen Sie eins der unten genannten Themen aus, die sie in einer Kleingruppe thematisch vorbereiten. Entweder Innovation oder Hinterkultur. Kommunikation. Kurzvortrag 5 Folien, Gruppe 2-4 Personen. Vorträge eventuell ab 26. Mai. (vielleicht auch im Netz als Videokonferenz)**

**Bitte ihre Gruppe anmelden bei mir unter Simone Lürssen Sekretariat Prof Bergmann <simone.luerssen@bwl.uni-siegen.de>**

### **21. April: (fällt aus) Einführung, Organisation, Grundbegriffe**

Systemisch– relationale Theorie: “Alles ist Beziehung”; Entwicklungen sozialer Systeme, Systemische Interventionen, Selbstorganisation und Entwicklung,

#### **Kommunikation - Kultur - Medien**

**Medien**, interkulturelles Prozess- und Projektmanagement

**Kultur** (Soziefakte, Mentafakte, Artefakte), Kulturelle Vielfalt, Kulturdiagnosen

**Kommunikation**, menschliches Verhalten, Wahrnehmung,

### **28. April: Gruppenbildung ( fällt aus) 2. Teil/Vergabe der Themen**

**Soziale und kulturelle Kontexte**, Technologie, Ökologie, Entwicklung und Kulturveränderung/ Mitweltökonomie Diagnose und Differenzierung von sozio- kulturellen Systemen, Kontingenzen, Uneindeutigkeit und Gleichzeitigkeit, Turbulenz und Komplexität Segmentierung, Zielgruppen, Dichte Beschreibung, systemische Diagnose und Grounded Theory.

Entwicklung eines Common ground/ Visionsentwicklung und Zielbildung im interkulturellen Kontext, Verhandlungs- und Beziehungsstrategien.

**5. Mai: Migration, Gender und Interkulturelle Entwicklung**, Theorien und Methoden

**12. Mai: Kommunikatives Handeln**, Habitus, Stereotype, interkulturelle Kommunikation

**19. Mai Nachholtermin für die o.g. Themen** (GB) Impulsvorträge ab dem 26.5.

Im interaktiven 2. Teil der Vorlesung werden spezifische Kulturen vorgestellt und diskutiert. Teilnehmer können einen Kurzvortrag zu einer "Kultur" oder zu einem der Themen / Bücher vorstellen. Die Teilnehmer können also Ihre kulturellen Ursprungskontexte vorstellen. Dabei spielt die mediale Kommunikation einen Schwerpunkt, auch können Sie ein literarisches Werk verwenden, um eine Kultur zu verdeutlichen. Sie müssen sich einer Gruppe anschließen, die entweder in Innovation oder in Interkulturelle Kommunikation ein Buch liest und bespricht. Anfertigung eines Exposés von etwa 3 Seiten plus Präsentation - 5 Folien. Bücher werden bei Bedarf vom Lehrstuhl zur Verfügung gestellt. Die Vorträge gehen in die Bewertung zu 20% ein.

**26. Mai Gruppe** | **\*Soziale Macht und globale Krisen: Philip Pettit: Gerechte Freiheit, Berlin 2015, Latour, Bruno: Kampf um Gaia. Berlin. Laudato si' (2015): Über die Sorge für das gemeinsame Haus. Die Umwelt-Enzyklika mit Einführung und Themenschlüssel. Stuttgart. Bericht des Weltklimarates. <https://www.de-ipcc.de/128.php>**

---

---

---

---

---

**28. Mai Gruppe 2 Die Kultur der Banken und Investoren Honegger, C./  
Neckel, S. / Magnin, C.: Strukturierte Verantwortungslosigkeit, Frankfurt  
2010;  
Chamayou, G. : Die unregierbare Gesellschaft, Berlin 2020;  
Müller, Jan W. : Furcht und Freiheit -Für einen anderen Liberalismus,  
Berlin 2020**

**Brunckhorst, H.: Das doppelte Gesicht Europas. Zwischen Kapitalismus  
und Demokratie, Frankfurt, 2014; Sandel, M.: Was man für Geld nicht  
kaufen kann**

---

---

---

---

---

---

---

**2. Juni (fällt aus, wegen Pfingsten!!! Verschoben auf nächste Termine)**

**Gruppe 3 Werte des Westens? Sind die Menschenrechte universell??  
Ther, P.: Die neue Ordnung auf dem alten Kontinent, Berlin 2014; derselbe  
Das andere Ende der Geschichte, Berlin 2020; M. Sandel Gerechtigkeit-  
wie wir das richtige tun, Berlin 2013, Brand Ulrich; Wissen, Markus.  
Imperiale Lebensweise, Ökom: München 2017;**

---

---

---

---

---

---

---

**9. Juni Gruppe 4 Kulturelle Verständigung, Kulturspiele: Bafabafa etc. ;  
Rosenberg, M.: Gewaltfreie Kommunikation, Paderborn 2005**

**Sozialpsychologische Experimente und Empirie: Milgram S.: Das Milgram  
Experiment; Zimbardo, P.: Das Stanford Experiment; Welzer, H.: Täter**

---

---

---

---

---

**16. Juni Gruppe 5 Schwarmkommunikation**, mediale Vernetzung und Demokratie  
(Literatur dazu im Internet verfügbar, z.b. [connected.org](http://connected.org)); **Manow P.: Die Politische Ökonomie des Populismus, Berlin 2018; Die Autoritäre Persönlichkeit (Adorno); Lessenich, S.: Grenzen der Demokratie. Stuttgart 2020, Bauer, Th.: Die Vereindeutigung der Welt, Stuttgart 2019; A. Löwenhaupt Tsing: Der Pilz am Ende der Welt, Berlin 2017; Donna J. Haraway: Unruhig bleiben. Die Verwandtschaft der Arten im Chthuluzän, Frankfurt 2018**

---

---

---

---

---

**23. Juni Gruppen 6: Identität, Bildung, Habitus, Vorurteile**  
**Marcuse, H. (1965): "Repressive Toleranz". In: Wolff, R./ P./Moore, B./ Marcuse, H: Kritik der reinen Toleranz. Frankfurt. /Bourdieu, P. Habitus Theorie (web Lit) dazu auch: Aladin El-Mafaalani: Mythos Bildung: Die ungerechte Gesellschaft, ihr Bildungssystem und seine Zukunft, Köln 2020, Stereotype und illusorische Korrelation, (web , Lit) Hall. S. : Rassismus und kulturelle Identität. Argument, Hamburg 1994; Jullien, F. : Es gibt keine kulturelle Identität. Wir verteidigen die Ressourcen einer Kultur, Frankfurt 2017**

---

---

---

---

---

**30. Juni Gruppe 7 Zukunft der Weltkulturen**, Kapitalismus aus Sicht der Außenperspektive. Buch: **Dasgupta, R.: Dehli: Im Rausch des Geldes, Berlin 2015; Mishra, P.: Aus den Ruinen des Empires, Frankfurt 2014 – Achille Mbembe: Kritik der Schwarzen Vernunft – Sarr, Felvine. 2018 Afropolis, Matthes und Seltz: Berlin**

---

---

---

---

---

---

---

**7. Juli Gruppe 8 Digitalität, Demokratieentwicklung und soziale Medien** (Lobbyismus, Big Data); **Staab, Ph.: Digitaler Kapitalismus, Berlin 2020; Stadler, F. Kultur der Digitalität, Berlin 2016; Morozov: Smarte Neue Welt - Lanier, J.: Wem gehört die Zukunft? Du bist nicht der Kunde der Internetkonzerne. Du bist ihr Produkt, Hamburg 2014**

---

---

---

---

---

---

---

**14. Juli Gruppe 9 Mitwelt, Nachhaltigkeit**, Entwicklungshilfe Film “Süßes Gift”?, Land grabbing, Hunger oder Welternährung? (**Bommert, W.: Bodenrausch** )  
**Gruppe 10 Happy Planet? Sustainability, Jackson, T. Prosperity without Growth, London 2009; Berners-Lee, M: Es gibt keinen Planet B: Das Handbuch für die großen Herausforderungen unserer Zeit 2020**

---

---

---

---

---

## Abschluss und Reflexion

“Gruppe“ bedeutet, dass Sie sich einer Expertengruppe anschließen, deren Mitglieder sich zum jeweiligen Thema besonders kundig machen, ein Buch gemeinsam lesen und die Inhalte präsentieren und sich dabei kennen lernen und damit unterstützen können. Sie erarbeiten zum jeweiligen Thema eine Kurzpräsentation. Es kann sich hier um eine Buchbesprechung oder Empirie handeln. Aktive Mitarbeit und Diskursteilnahme sind erwünscht, mindestens 10 Anwesenheitstage zudem, denn dies ist kein Fernstudium! Die Vorlesung wird in der Regel 60 Minuten laufen, danach wird diskutiert und es werden Fragen geklärt. Diese interaktiven Elemente beleben die Vorlesung und Sie bekommen bis zu 30 Theorien und Bücher vorgestellt, die Ihnen einen umfassenden und teilweise tiefen Einblick in die Thematik geben.

Zur der Vorstellung der eigenen Herkunftskultur kann auch Literatur herangezogen werden. So bspw. Annie Ernaux, Die Jahre, oder Didier Eribon, Rückkehr nach Reims o.a.

Ppt im Downloadbereich: inno-uni-siegen.de

Sehr empfehlenswerte Informationsbasen:

#Atlas der Globalisierung: Die Welt von morgen, Von Le Monde Diplomatique, Luxusausgabe, Über 150 neue Karten und Infografiken

176 Seiten, Format 23,5 x 30,5 cm ISBN 978-3-937683-39-3 und

Atlas der Globalisierung hg. Von Le Monde Diplomatique, Großformatiges Paperback, 216 farbige Seiten, Format 22,5 x 30 cm, über 300 neue Karten und Schaubilder, Berlin 2009, ISBN 978-3-937683-24-9

### **Literaturempfehlungen:**

Apfelthaler, G. (1999): Interkulturelles Management, Wien 1999.

Backhaus, K.; Büschken, J.; Voeth, M. (2002): Internationales Marketing, 4. Aufl., Stuttgart 2002.

#Bakan, Joe: Das Ende der Konzerne, Leipzig 2005

(siehe auch: TheCorporation.com)

Bergemann, N.; Sourisseaux, A. L. J. (Hrsg.) (2003): Interkulturelles Management, 3. Aufl., Berlin 2003.

#Bergmann, G./ Daub, J. (2008): Systemisches Innovations- und Kompetenz-Management, Gabler 2. Aufl.

#dieselben (2012): Das menschliche Maß - Entwurf einer Mitweltökonomie, München

- #dieselb.:Wunderbare Welt, Münster Berlin 2015
- #Bergmann, G.: Großgesinntheit, Resonanz und Schwingungen, Essay, 2012/3
- Bergmann, G. (2011): To enable development – how to move on when the move is on?; Essay, Köln Siegen (downloads)
- Blom, H.; Meier, H. (2002): Interkulturelles Management, Herne 2002.
- #Breuer, F. (2010): Reflexive Grounded Theory, Wiesbaden
- Clarke, I.; Owens, M.; Ford, J. B. (1999): The Harmonization of Product Country Marketing Statutes. Strategic Implications for International Marketers, in: JIM, Vol.7 (1999), No.2, pp.81-92.
- #Clausing, P.: Die grüne Matrix, Bad Vilbel 2014
- Cravens, K. S. (1997): Examining the Role of Transfer Pricing as a Strategy of Multinational Firms, in: IBR, Vol.6 (1997), No.2, pp.127-145.
- #Christiakakis, N., Fowler, J.H. (2010): Connected, Frankfurt (siehe auch connected.org)
- Dreesmann, H. (2003): Motivation im interkulturellen Kontext, in: Bergemann/Sourisseaux (2003, S.137-163).
- #Diamond, J. (2012): Vermächtnis - Was wir von traditionellen Gesellschaften lernen können, Frankfurt
- #Erl, A./ Gymnich, M. (2010): Interkulturelle Kompetenzen, Stuttgart
- Grael, R.; Heuer, S.; Kölling, M. (2003): Das globale Dorf, in: McK Wissen. Das Magazin von McKinsey, 2.Jg. (2003), Nr.6, S.66-77.
- Gelbrich, K.: The Relationship between Intercultural Competence and Expatriate Success. A Structural Equation Model, in: die Unternehmung, 58. Jg. (2004), Nr.3/4, pp. 261-278.
- Graham, J. L.; Lam, N. M. (2004): Geschäfte mit Chinesen, in: Harvard Business Manager, 26.Jg. (2004), Nr.1, S.41-55.
- Hofstede, F.T.; Steenkamp, J.-B.; Wedel, M. (1999): International Market Segmentation Based on Consumer-Product-Relations, in: JMR, Vol.27 (1999), February, pp.1-17.
- #Hofstede, G. (1994): Cultures and Organizations, 2nd Ed., London 1994.
- #Hofstede, G. (1993): Interkulturelle Zusammenarbeit, Wiesbaden 1993.
- Hofstede, G.; Bond, M. H. (1988): The Confucius Connection: From Cultural Roots to Economic Growth, in: OD, Vol.16 (1988), No.4, pp.4-21.
- Hsieh, M. H. (2002): Identifying Brand Image Dimensionality and Measuring the Degree of Brand Globalization. A Cross-National Study, in: JIM, Vol.10 (2002), No.10, pp.46-67.
- Hünerberg, R. (1994): Internationales Marketing, Landsberg/Lech 1994.
- #Inglehart, R. (1998): Modernisierung und Postmodernisierung. Kultureller, wirtschaftlicher und politischer Wandel in 43 Gesellschaften, Frankfurt/Main 1998.
- Kumar, S.; Thacker-Kumar, L. (1996): Investing in India. Strategies for Tackling Bureaucratic Hurdles, in: BUSH, Vol.39 (1996), No.1, pp.10-16.
- #Kumbier, D./ Schulz von Thun, F. (2006): Interkulturelle Kommunikation, Reinbek
- Leach, B. (1999): Arbitrageure setzen den Hebel an, in: LZ, Nr.38 (24.9.1999), S.56-58.
- Levine, R. (1998): Eine Landkarte der Zeit. Wie Kulturen mit Zeit umgehen, 2. Aufl., München 1998.
- Lynch, P. D.; Kent, R. J.; Srinivasan, S. S. (2001): The Global Internet Shopper, in: Journal of Advertising Research, Vol.41 (2001), May/June, pp.15-23.
- #Maletzke, G. (1996): Interkulturelle Kommunikation, Opladen
- Mead, R. (1992): Cross-Cultural Management Communication, Chichester 1992.
- #Piore, C.F./Sabel, F.: Das Ende der Massenproduktion, Berlin 1985
- Schuster, C. P.; Copeland, M. J. (1999): Global Business Exchanges. Similarities and Differences Around the World, in: JIM, Vol.7 (1999), No.2, pp.63-80.
- Szallies; R.; Wiswede, G. (Hrsg.) (1991): Wertewandel und Konsum, Landsberg 1991.
- Takeuchi, H.; Porter, M. E. (1989): Die drei Aufgaben des internationalen Marketing im Rahmen einer globalen Unternehmensstrategie, in: Porter, M. E. (Hrsg.): Globaler Wettbewerb, Wiesbaden.
- #Trompenaars, F. (1993): Riding the Waves of Culture: Understanding Cultural Diversity in Business, London 1993.

# besonders empfehlenswert für die Vorlesung

