

Chaeböl als Gestalter der sozialen und gesellschaftlichen Wirklichkeit in der Republik Korea

Problemstellung und Zielsetzung

Chaeböl wie Samsung, Hyundai oder Lotte beschreiben für die Republik Korea typische i.d.R. familiengeführte Wirtschaftskonglomerate, welche eine maßgebliche Rolle für die rasanten Entwicklungen seit den 1960er Jahren in Korea einnahmen. Die Omnipräsenz und Dominanz der Chaeböl in zahlreichen Wirtschaftsbereichen sowie deren politischer und gesellschaftlicher Einfluss gehören seit Jahrzehnten, insbesondere seit der Asienkrise 1997, zu drängenden Fragen in dem ostasiatischen Staat. Dieses Promotionsprojekt hat sich in diesem Kontext zur Aufgabe gemacht, insbesondere die gesellschaftlichen und sozialen Dimensionen der Omnipräsenz der Chaeböl zu untersuchen und einzuordnen. Konkret dargestellt und diskutiert wird diese Thematik anhand des wirtschaftsmächtigsten und präsentesten Chaeböl, Samsung. Hierzu werden verschiedene Paper erstellt, die unterschiedliche Aspekte und Bereiche der Einflussnahme zum Thema haben.

Paper und Rahmung

Drei Paper werden im Rahmen der Promotion erarbeitet (siehe unten): Das erste beschäftigt sich mit der Wahrnehmung Samsungs durch Koreaner:innen und in diesem Zusammenhang mit Samsungs (aktiv) betriebener Imagebildung, das zweite Paper fokussiert sich auf den Einfluss der Chaeböl auf den koreanischen Arbeitsmarkt sowie das koreanische Bildungssystem. Im dritten Paper werden die räumlichen Wirkungen von Samsung anhand ausgewählter Raumbeispiele in Seoul und Suwon untersucht. Neben den Papern wird die Arbeit durch die inhaltliche Darstellung der Entwicklungsprozesse in Korea seit der Mitte des 20. Jahrhunderts, die Einordnung der Theorie, die Darstellung der Methodik und eine abschließenden Systematisierung und Diskussion der Ergebnisse gerahmt.

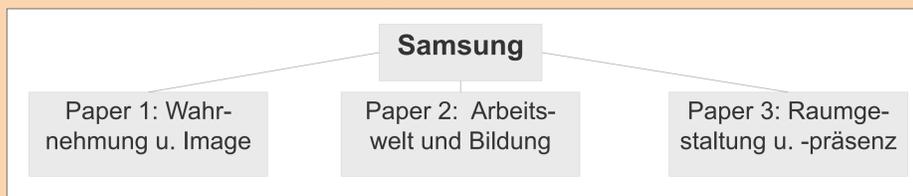


Abb. 1: Thematische Gliederung der Paper.
Quelle: Eigene Darstellung.

Theoretische und methodische Einbettung

Die Untersuchungsaspekte in den Papern basieren auf den Grundgedanken von Anthony Giddens' Sozialtheorien, welche die Aspekte der Dualität und des Alltäglichen in den Fokus rücken. Räumliche und geographische Bezüge werden mit Hilfe der auf Giddens aufbauenden Überlegungen von Benno Werlen hergestellt. Methodisch bedient sich die Arbeit verschiedener Instrumente. Nebst der Datenanalyse und Literaturarbeit bedarf es qualitativer Methoden. Im Fokus der Arbeit steht das Führen von unterschiedlich stark strukturierten Interviews mit für die jeweiligen Aspekte relevanten Expert:innen und der direkte Kontakt zu Koreaner:innen. Außerdem werden im Hinblick auf die räumlichen Wirkungen Samsungs Beobachtungen und Kartierungen vor Ort durchgeführt.

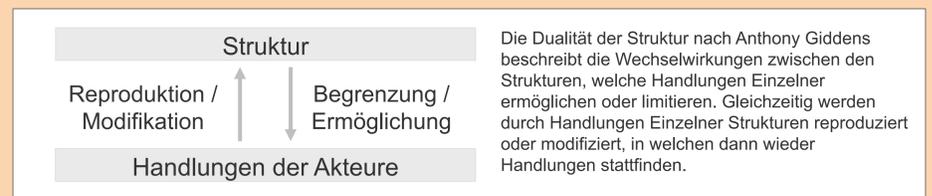


Abb.2: Dualität der Struktur.
Quelle: Eigene Darstellung nach Anthony Giddens' Theorie der Strukturierung.

Bisherige Forschungsergebnisse

- Samsung greift aktiv über Medien und Politik in die Imagebildung ein.
- Die Stellung der Chaeböl hebt sich von der kleiner- und mittelständischer Unternehmen ab.
- Chaeböl werden in engem Zusammenhang mit dem rasanten Wirtschaftswachstum in Korea gesehen.
- Politische und soziale Prozesse werden trotz politischer Maßnahmen weiterhin (verdeckt) durch die großen Chaeböl beeinflusst.
- Samsung übt direkten sowie indirekten Einfluss auf den koreanischen Arbeitsmarkt und das koreanische Bildungssystem aus.
- Gesellschaftlicher und/oder politischer Druck bewirken unterschiedlich stark ausgeprägte Veränderungsprozesse innerhalb der Strukturen und Handlungsweisen der Chaeböl, darunter auch Samsung.
- Die Omnipräsenz der Chaeböl ist meist nicht räumlich direkt sichtbar, sondern zeigt sich verdeckt in räumlichen Strukturen oder in den alltäglichen Routinen vieler Koreaner:innen.



Abb.3: Samsung Digital City in Suwon.
Quelle: Eigenes Foto (2022).



Abb.4 (links): Samsung Headquarter in Seoul.
Quelle: Eigenes Foto (2022).



Abb.5 (rechts): Raemian Apartments – Samsung.
Quelle: Eigenes Foto (2022).