

## AUFSÄTZE

### Das „japanische Paradigma“ – Stereotypen und Klischees in der Deutung des japanischen Wirtschaftserfolges<sup>1</sup>

von  
Klaus Antoni

Seitdem über den japanischen Wirtschafts- und vor allem Exporterfolg, der, wie die neuesten Zahlen belegen, absolut ungebrochen ist, weltweit gerätselt wird, spaltet sich das Heer der Disputanten in zwei gegensätzliche, ja teilweise sogar feindliche Lager: Die einen, vornehmlich der rationalen Empirie der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften verbunden, negieren weitgehend sogenannte kulturelle Faktoren in der Analyse japanischer Wirtschaftstätigkeit. Für diese Gruppe gelten ausschließlich ökonomische Gegebenheiten, welche Japan in den vergangenen Jahren deutliche globale Wettbewerbsvorteile verschafft hätten. Je nach Schwerpunkt und auch politisch-weltanschaulicher Ausrichtung wird hier etwa auf die höheren Arbeitszeiten in japanischen Unternehmen verwiesen, die zu einer erhöhten Produktivität geführt hätten, während andere Interpreten optimierte Produktionsstrukturen in japanischen Unternehmen – wie die berühmte „schlanke Produktionsweise“ etwa – ebenso betonen wie rationale und non-hierarchische Management-Konzepte. Wiederum andere verweisen auf die Bedeutung der japanischen Industriepolitik, hier insbesondere die Rolle des berühmten-berühmten Handels- und Industrie-Ministeriums MITI her-

<sup>1</sup> Der vorliegende Text ist der eines Vortrages, den der Verfasser am 25. November 1992 in der O.A.G. in Tokyo gehalten hat.

vorstreichend, das den wirtschaftlichen Exportfeldzug des Landes steuere und strategisch plane wie ein militärischer Generalstab. Allgemein herrscht hier ein Vokabular, das dem der Kriegsführung entlehnt ist: Offensive, Schlacht, Angriff, Abwehr, Vernichtung, etc. Die Quintessenz dieser Erklärungsmuster läßt sich bereits daraus ersehen: Japan ist nicht nur durch wirtschaftliche Rahmenbedingungen begünstigt, sondern führt einen – nicht erklärten – ökonomischen Eroberungskrieg gegen den Rest der Welt.

Diesen martialisch-ökonomischen Deutungsmustern steht die Gruppe derjenigen gegenüber, die in Kultur und Mentalität nach Gründen für den japanischen Erfolg forschen. Von den Protagonisten dieses Ansatzes hören wir Erstaunliches nicht nur zum japanischen Arbeitsethos, dessen selbstverleugnenden Einsatz für Nation und Unternehmen man in der Jahrhunderte alten Ethik des Konfuzianismus begründet sieht; auch soziale Faktoren wie das japanische Gruppendenken, das der Ausprägung westlichen Individualismus<sup>1</sup> und damit auch hierarchischen Denkens entgegenstehe, werden häufig zur Erklärung bemüht. Andere schließlich verweisen auf das traditionelle Denken der Samurai, *bushidō*, den „Weg der Krieger“ also, oder auch den Zen-Buddhismus. Den meisten dieser Erklärungsmuster, so stichhaltig sie im Ansatz auch sein mögen, haftet jedoch der Geburtsfehler an, anstelle von klarer Analyse eher Mystifikation und letztlich Dämonisierung der japanischen Kultur zu betreiben. Wenn daraus dann gar das Süppchen einer ahistorischen, völkerpsychologisch determinierten „japanischen Mentalität“ gekocht wird, die sich aus für den Westler so unbegreiflichen – und damit unheimlichen – Ingredienzen wie Samurai-Geist, Zen-Buddhismus, abgeschmeckt mit einem Schuß Kamikaze-Heldentums und einer Prise Harakiri-Freitodes, zusammensetzt, dann kann der kulturelle Erklärungsansatz unvermittelt übergehen in jene dumpfen Parolen, die vor der unbegreiflichen Fremdheit des Ostens warnen und beim Schreckensbild der „Gelben Gefahr“ enden.

Wir sehen, beide Deutungsansätze, eigentlich um Aufklärung bemüht, laufen letztlich Gefahr, weiter zu verhüllen, was man doch eigentlich erklären möchte. Ob Japan von den „Ökonomen“ als Land arbeitswütiger *workaholics* geschildert wird oder von den Kulturtheoretikern als Reich von Nachfahren todesmutiger Samurai: Im Ergebnis nähern sich beide Deutungsmuster bedenklich einander an: Japan ist fremd, unbegreiflich, letztlich gefährlich und, wie es

ein Autor schreibt<sup>2</sup>, verurteilt zur Einsamkeit wie kaum ein anderes Land.

Welch bedrohliches Gemisch diese Essenz aus ökonomischer und kultureller Dämonisierung Japans ergeben kann, erleben wir seit geraumer Zeit am Beispiel der USA. In keiner anderen Weltgegend hat sich eine derartige, nur noch hysterisch zu nennende Japan-Angst ausgebreitet wie in Amerika. Uns allen sind noch die Kommentare in guter Erinnerung, die anlässlich des 50. Jahrestages von Pearl Harbor, am 7. Dezember des vergangenen Jahres, die amerikanische und auch internationale Debatte beherrschten. Pearl Harbor, als Symbol japanischer „Infamie“, legte nicht wenigen Interpreten Parallelen zur japanischen Wirtschaftsoffensive in den USA nahe.

Heute sind Kommentare und Befürchtungen in den USA gang und gäbe, in denen vor einer wirtschaftlichen Kolonialisierung durch Japan gewarnt wird. In Europa macht man sich (noch?) keine rechten Vorstellungen von dem Ausmaß dieser antijapanischen Befürchtungen in den USA, die mit dem bildhaften Begriff des *Japan-bashing*, „Japan-Prügelns“, bezeichnet werden. Japan als „neuer Feind der USA“ – diese Entwicklung hat, zumindest in der Presse, bedrohliche Dimensionen angenommen.

Bereits im Vorfeld des Pearl Harbor-Gedenktages hatte sich auch ein wissenschaftliches Forschungsinstitut, das Rochester Institute of Technology, dem Phänomen des japanischen Wirtschaftserfolges, seinen Ursachen und Auswirkungen auf die amerikanische Wirtschaft und die anderen westlichen Industriestaaten angenommen. Das Ergebnis dieser Studie, die seit Mai des vergangenen Jahres nicht nur in den USA, sondern mehr noch in Japan für großes Aufsehen gesorgt hat, ist tatsächlich bemerkenswert, gerade im hier zur Diskussion stehenden Kontext.

Die Studie, erschienen unter dem Titel *Japan 2000*, ist geprägt durch Aussagen und Urteile, die wir eingangs als Beispiele ökonomischer und kultureller Deutungsansätze bezeichnet haben. In ihrer rigiden Postulierung einer die USA im Kern bedrohenden „japanischen Gefahr“ bündelt diese Studie all jene diffusen Ängste und Befürchtungen in bezug auf die vermeintlichen und realen japani-

<sup>2</sup> Hans Wilhelm Vahlefeld: *100 Millionen Außenseiter. Die neue Weltmacht Japan*. Düsseldorf, Wien: Econ, 1969: 322.

<sup>2a</sup> Andrew J. Dougherty: *Japan 2000* Rochester Institute of Technology, 11.2.1991 (Unpublished Draft)

schen Wettbewerbsvorteile. Ihre programmatische Quintessenz findet die Studie folgerichtig in der Vision eines spezifisch japanischen wirtschaftlich-kulturellen „Paradigmas“, das dem der westlichen Welt diametral entgegengesetzt sei. Während die USA und Europa im Niedergang begriffen seien, erscheine die Überlegenheit des japanischen Paradigmas als unausweichlich.<sup>3</sup>

Der Report operiert ungeniert mit einem kulturellen Feindbild, das Japan außerhalb des westlichen – und damit nach Verständnis der Autoren – „globalen“ Werte-Maßstabes stellt. Und er versteigt sich stellenweise zu rassistischer Dämonisierung des Gegners: Japaner seien, so heißt es wörtlich, „*Kreaturen einer zeitlosen, amorralischen, manipulativen und kontrollierenden Kultur, mit der es keinen Wettbewerb geben kann, passend nur für diese Rasse, nur an diesem Ort*“<sup>4</sup>. Derartige Töne hatte man nicht mehr vernommen, seit die amerikanische Kriegspropaganda während des Pazifischen Krieges das Bild wesensmäßig fremder „Japs“ gezeichnet hatte.

Welch beklemmende Aktualität diesen Problemen derzeit zukommt, ist jedem interessierten Zeitungsleser klar. So berichtete die Presse etwa jüngst, am 14. November 1992, daß der designierte amerikanische Präsident Clinton plane, als höchstes Wirtschaftsberatungsorgan des Weißen Hauses einen neuen „Wirtschafts-Sicherheitsrat“ (Economic Security Council), in Analogie zum militärischen „Nationalen Sicherheitsrat“ der USA, zu schaffen. Dies impliziert nach Ansicht von Beobachtern die Gefahr, daß Amerikas neue Feinde nunmehr in wirtschaftlichen Supermächten wie Japan gesehen würden. Nach dem Ende des Ost-West-Gegensatzes habe Japan seine strategische Bedeutung für die USA verloren, es bräuchten nun keine wirtschaftlichen Konzessionen für die politische Loyalität Japans mehr eingeräumt zu werden. Ausdrücklich heißt es, die USA müßten nunmehr eine spezielle „Japan-Politik“ konzipieren; Japan stelle einen absoluten Sonderfall dar, seine Wirtschaftsstruktur sei mit der praktisch keines anderen Landes zu vergleichen. Wir erinnern uns an das „japanische Paradigma“ des Reports *Japan 2000*. In die nervöse Stimmungslage paßt auch die Meldung vom 17. November, daß die marktbeherrschenden Aktivitäten eines japanischen Elektronik-Konzerns auf die Möglichkeit einer Gefährdung

<sup>3</sup> Dougherty 1991: 9 f.

<sup>4</sup> Dougherty 1991: 151.

der nationalen Sicherheit der USA hin untersucht würden. Am folgenden Freitag, dem 20. November, schließlich wurde gemeldet, daß das amerikanische Handelsdefizit gegenüber Japan allein im September um 19 Prozent gestiegen sei.<sup>5</sup>

Doch nicht nur in den USA werden die Töne schriller. Auch in Europa kann das Schreckens-Szenario einer japanische Bedrohung mit zunehmender Aufmerksamkeit rechnen, wie etwa die Reportage im Deutschen Fernsehen vom Juli des Jahres 1992 mit dem reißerischen Titel „Krieg mit Japan?“ zeigt. Hier ist auch ein Vortrag zu nennen, der im vergangenen Jahr in Deutschland große Beachtung gefunden hat. Er wurde am 3. Juni 1991 von Konrad Seitz, dem damaligen Leiter des Planungstabes des Auswärtigen Amtes, zur Situation der High-Tech-Entwicklung in Deutschland, den USA und Japan vor Vertretern der deutschen Wirtschaft gehalten.<sup>6</sup>

Seitz vergleicht die gegenwärtige Situation Europas mit der Situation Englands um das Jahr 1890.

*„England“, so schreibt er, „das die erste industrielle Revolution heraufgeführt hatte, war damals das reichste Land Europas. Es war die Zeit der Pax Britannica. Und doch war die Basis des Reichtums bereits unterminiert ... England konnte bei der zweiten industriellen Revolution nicht mehr mithalten ... Deutschland und Europa kommen (heute) bei der dritten technologischen Revolution nicht mit!“<sup>7</sup>*

Es gibt für Seitz keine Frage, wer denn als Sieger aus dieser dritten technologischen Revolution hervorgehen wird: Japan. In knappen, prägnanten Ausführungen beschreibt er zunächst das Rennen zwischen Japan und Amerika in den 80er Jahren, das in nahezu allen Punkten zugunsten Japans ausgegangen sei. Auch Seitz bedient sich dabei eines dezidiert martialischen Sprachgebrauchs, so, wenn er etwa die Niederlage der amerikanischen Halbleiterindustrie in den 80er Jahren mit den folgenden Worten schildert:

*„Es war ein massiver Dumpingangriff ... Als der Staub der Schlacht sich gelegt hatte, zählten die japanischen Angreifer 4 Milliarden Dollar Verluste – aber fast alle amerikanischen Halbleiterfirmen waren*

<sup>5</sup> *Japan Times*, 14., 17., 20.11.1992.

<sup>6</sup> „Die japanische Herausforderung“, Vortrag von Konrad Seitz, Leiter des Planungstabes des Auswärtigen Amtes, vor der Geschäftsführung und dem internationalen Management von Bosch. Stuttgart, 3. Juni 1991. (Unveröffentlichtes Manuskript)

<sup>7</sup> Seitz 1991: 3.

*aus dem Speicherchipmarkt ausgeschieden. George Schmeer, Vizepräsident der Firma Intel, die den integrierten Speicherschaltkreis erfunden hat, kommentierte: „Es war wie Pearl Harbor.“<sup>8</sup>*

In den 90er Jahren sieht der Autor nun „die Schlacht um Europa“ anbrechen. Nun verlagere sich der „Hauptschauplatz des Hochtechnologiekrieges nach Europa“.<sup>9</sup>

Ich will die volkswirtschaftlich gesehen sicher durchaus bedenkenswerten Ratschläge und Erkenntnisse Seitz' nicht generell in Frage stellen. Es sei in diesem Zusammenhang jedoch darauf hingewiesen, daß auch – und gerade – dieser Autor mit dem Mittel der scheinbar rein ökonomischen Betrachtungsweise ein unheimliches, bedrohliches Bild von Japan zeichnet, das über das Maß einer rein wirtschaftlichen Bedrohlichkeit hinausgeht. Wenn er an einer Stelle bemerkt: „Während die Sowjetunion aus der Weltpolitik ausschied, trat Japan in die Weltgeschichte ein. Der ‚Weltgeist‘ ist, um begehianisch zu sprechen, auf Japan übergegangen. Es wird für den Rest der Welt zum Vorbild“<sup>10</sup>, dann finden wir hier eine – positiv gemeinte – Mystifizierung, die jedoch nur die andere Seite der Dämonisierung Japans markiert.

Bei näherer Betrachtung der genannten Japan-Interpretationen fällt zunächst auf, daß sie zumindest in einem Punkt über einen gemeinsamen Nenner verfügen: Sie entwerfen **Bilder** von Japan, die eine Antwort auf die Frage nach dem „japanischen Erfolg“ geben sollen. Es handelt sich um positiv wie negativ besetzte Bilder, die generalisierend und globalisierend mal von einem „japanischen Paradigma“ sprechen oder gar den unermüdlichen „Weltgeist“ nun in Japan tätig sehen. Japan wird damit zu einem Wettbewerber auf dem internationalen Wirtschaftsfeld, der nicht nach den „normalen“ – im Sinne von westlichen – Maßstäben zu beurteilen ist, sondern vielmehr in wirtschaftlicher wie auch generell kultureller Hinsicht „anders“ ist. Japan ist das Land der *100 Millionen Außenseiter*, wie ein in den 60er Jahren populäres Japan-Buch betitelt war.<sup>11</sup> Es ist anders, ganz anders, fremd, aber auch verheißungsvoll. In Schilderungen wie der Konrad Seitz' nimmt es Züge eines real werdenden Utopia an, in welchem alles ganz anders, im Sinne von „viel besser“,

<sup>8</sup> Seitz 1991: 5.

<sup>9</sup> Seitz 1991: 9.

<sup>10</sup> Seitz 1991: 7.

<sup>11</sup> Vahlefeld 1969; vgl. Anm. 2.

gemacht wird, während die amerikanischen *Japan-basher* die dämonische Fratze eines Landes zeichnen, das nun daran gehe, seinen einstigen Lehrmeister – Amerika – zu vernichten, nachdem es alle Fertigkeiten, Verfahren und Methoden von dort her abgesogen und für sich verwertet habe. Japan als gewissenloser Nachahmer, das ist der Vorwurf, welcher hier deutlich an die Wand gezeichnet ist.

Wir haben es also mit mindestens zwei sich gegenseitig ergänzenden Japan-Bildern zu tun: Zum einen Japan als das – je nachdem bedrohliche oder utopisch-verheißungsvolle – Andere, Fremde, zum anderen Japan als das Land der Nachahmer und einer imitierenden Sekundärkultur, das andere Länder und Kulturen um die Früchte deren eigener Entwicklungen bringt.

Spätestens an dieser Stelle sollte der Kulturwissenschaftler aufmerksam werden. Handelt es sich bei diesen beiden Motiven doch allzu offensichtlich weniger um Beschreibungen einer aktuellen Wirklichkeit als vielmehr um Aussagen, wie wir sie schon seit langem als festgefügte Stereotypen über Japan kennen. Und wir sollten uns fragen, ob nicht möglicherweise derartige Stereotypen unser Japan-Bild nach wie vor in weit höherem Maße prägen, als es uns zunächst bewußt sein mag.

---

### *Europäische Bilder von Japan*

---

Es darf wohl ohne Übertreibung festgestellt werden, daß über kaum ein anderes Land derartig viele Klischees und Stereotypen verbreitet sind wie über Japan. Waren es in früheren Zeiten Begriffe wie Geisha und Kirschblüte, welche die europäische Phantasie zu beflügeln vermochten, so umschrieben in den dreißiger und vierziger Jahren unseres Jahrhunderts eher kriegerische Bilder das jeweilige Stereotyp und zeichneten die Figur des in seinem aberwitzigen Todesmut vollkommen unbegreiflichen Japaners. Heute haben sich die Begriffe wiederum gewandelt, formulieren sich eher in Markennamen als in martialischen Ausdrücken, doch sahen wir bereits, wie präsent die kriegerische Sicht Japans nach wie vor ist. Die Begriffe mögen sich ändern, doch die Faszination, oder auch das Unbehagen, angesichts des ganz Anderen, das Japan nach wie vor repräsentiert, sind geblieben.

Auf der Suche nach den tieferen Gründen unseres Japan-Klischees möchte ich Sie nun auf eine Reise ins Amerika des 15. Jahr-

hunderts einladen. Es ist gerade in diesem Jahr, 1992, dem 500. Jahrestag der ersten Reise des Kolumbus in die Neue Welt, von besonderem Reiz, in diesem Zusammenhang auf die Reisen des Genuesers einzugehen und der Frage nachzuforschen, welches denn wohl das eigentliche Ziel seiner Suche gewesen sein mag. Wir alle wissen, daß er den Seeweg nach Indien suchte, nach den Reichtümern des Ostens, nach Gewürzen, Seide und – dies vor allem – nach Gold. Kolumbus hatte sich, wie aus seinen Aufzeichnungen hervorgeht, auf die Suche nach dem sagenhaften Goldland im Osten gemacht, von dem bereits Marco Polo berichtet hatte. Ein Land, dessen Paläste aus purem Gold errichtet sein sollten und das über märchenhaften Reichtum verfüge. Marco Polo hatte dieses sagenhafte Reich zwar selbst nie bereist, doch seinen Namen konnte er überliefern. Er lautete Zipangu<sup>12</sup>.

Aus den Tagebüchern des Kolumbus<sup>13</sup> geht nun hervor, wie sehr er sich danach verzehrte, den Seeweg nach diesem Land des Goldes und des Überflusses zu finden. Eines Tages, am 23. Oktober 1492 – Kolumbus ankerte bereits in karibischen Gewässern –, schien ihm das Ziel zum Greifen nah. Er notiert in seinem Tagebuch, Eingeborene hätten ihm von einem reichen Land unweit des jetzigen Standortes berichtet, es trüge den Namen Cuba. Kolumbus notiert begeistert, nun habe er Zipangu, das Goldland, gefunden, man nenne es hier Cuba<sup>14</sup>.

Wir wissen, daß er den Seeweg nach Zipangu ebenso wenig hat finden können wie den zu den Gewürzinseln oder nach Indien. Doch blieb Zipangu immer das goldene Traumreich des großen Entdeckers. Dabei hatte Marco Polo mit dem Goldland ein ganz reales Land gemeint: Japan. Der Name Zipangu ist lediglich die verballhornte Aussprache des chinesischen Wortes für Japan: *Ri-pen-guo*.

Doch auch Marco Polos Zipangu trug alle Attribute eines paradiesischen Landes, wie wir sie zumal aus der chinesischen Überlieferung in reicher Zahl kennen, einer idealen Inselwelt, in der Reichtum und Überfluß herrschten. Der vergleichenden Kultur- und Re-

---

<sup>12</sup> Vgl. Peter Kapitza (Hg.): *Japan in Europa: Texte und Bilddokumente zur europäischen Japankenntnis von Marco Polo bis Wilhelm von Humboldt*. München: Iudicium Verlag, 1990: 45 ff.

<sup>13</sup> Vgl. Kapitza 1990: 49–53.

<sup>14</sup> Vgl. Kapitza 1990: 50.

Land“ lässt sich historisch zurückverfolgen, wie die japanologische Forschung zeigt.<sup>17</sup> Bereits die ersten portugiesischen Missionare, die im 15. und 16. Jahrhundert das Land betraten, rühmten die hohe Sittlichkeit der japanischen Bevölkerung. Man erkannte alsbald den Konfuzianismus als Quelle dieser hohen ethischen Gesinnung. Doch legte diese Erkenntnis auch den Grundstein für ein sich nun radikal ins Negative wendende Bild, welches das ursprünglich so positive Japan-Bild trübte – und zwar nachhaltig. Die Denker der europäischen Aufklärung hatten zunächst ebenfalls Japan seiner konfuzianischen Sittlichkeit wegen gerühmt, dann aber erkannten sie in aller Deutlichkeit, daß der Konfuzianismus seine Heimat nicht in Japan hatte, sondern in China. Damit wandte sich das intellektuelle Interesse von Japan ab und China zu. Japan galt nun als ein Land, das kulturelle Fremdeinflüsse lediglich aufnehmen und verarbeiten, nicht jedoch eigene kulturelle Leistungen hervorbringen könne. Damit war das Image des kulturellen Imitators geboren. Besonderen Auftrieb hat dieses Bild in der frühen Moderne, d. h. der Zeit nach der Meiji-Restauration von 1868, erhalten. Kein anderes Land hat sich scheinbar so willig und unkritisch dem überlegenen Ausland und ehemaligen Gegner geöffnet und unterworfen wie Japan. Es ist viel gespottet worden über die Meiji-Japaner, die in ihren europäischen Kostümen einherstolzten und, oftmals ins Grotteske verzerrt, die westlichen Vorbilder nachzuahmen suchten. Dabei hat kaum jemand verstanden, daß das Land sich auf diese Weise vor dem Schicksal, eine Kolonie zu werden, bewahrt hat.

Was also ist zu tun? Sollte ich nun dazu aufrufen, Japan nicht länger durch die Brille des Vorurteils zu sehen, sondern vielmehr einen Blick auf das echte, wirkliche Japan zu wagen? Ein solcher Appell wäre zweifellos zu begrüßen, wenn, ja wenn seine Umsetzung sich nicht so außerordentlich schwierig gestalten würde. Denn, so lautet unser Problem, was ist es dann, das wirkliche Japan, wenn es denn kein Utopia sein soll und auch kein mediokres Anhängsel der strahlenden Kultur Chinas? Und, dies vor allem: Wie sollen wir authentische, echte Auskunft erhalten, die uns vor der klischeehaften Sichtweise bewahrt?

<sup>17</sup> Vgl. u. a. Josef Kreiner: Das Japan-Bild in der europäischen Geistesgeschichte. In: *Japanstudien: Jahrbuch des Deutschen Instituts für Japanstudien der Philipp-Franz-von-Siebold-Stiftung* (München: Iudicium Verlag) Band 1, 1989: 13–42, hier S. 22 ff.

ligionsgeschichte ist eine große Anzahl derartiger Inselparadiese bekannt, die sich nicht nur durch ihren Überfluß auszeichnen, sondern vor allem auch dadurch, daß dort alles „ganz anders“ sei als in der bekannten Welt. Sie offenbaren sich damit als ideale Jenseitswelten. Das Anderssein dieser Insel-Paradiese äußert sich meist bildlich leicht faßbar dahingehend, daß dort alles anders herum funktioniere. Was hier – im Diesseits – aufrecht steht, würde dort auf dem Kopf stehen, alles sei umgekehrt. Ich will den religionswissenschaftlichen Exkurs nicht zu weit treiben, doch bin ich überzeugt, daß eine Analyse der Zipangu-Überlieferung in Hinsicht auf das in ganz Asien beheimatete „Insel-Paradies“-Motiv in Verbindung mit chinesisch-taoistischen Vorstellungen äußerst aufschlußreiche Ergebnisse bringen würde.

Kolumbus jagte also einem uralten Idealbild nach, das Jahrhunderte vor ihm ein anderer Europäer, Marco Polo, in China kennengelernt und nach Europa übermittelt hatte. Durch diese Berichte hat sich das früheste Japan-Bild in Europa etabliert: Das eines paradiesischen Landes<sup>15</sup>, des „irdischen Paradieses“, eines Ortes, an welchem alles ganz anders war als in der bekannten Welt. Es ist vielleicht aufschlußreich, an dieser Stelle kurz im historischen Diskurs innezuhalten und eine moderne Stellungnahme, aus Vahlefelds eingangs genanntem Buch, zu zitieren. Er bemerkt zur Andersartigkeit Japans:

*„Was ist das für ein Volk? ... Es trocknet sich mit feuchten Handtüchern ab, ißt seine Speisen kalt, trinkt seinen Wein heiß, schlürft die Suppe nach dem Essen und hängt Verkehrsampeln hinter den Kreuzungen auf; lächelt, wenn es traurig ist; nimmt nicht den Hut ab, sondern zieht die Schube aus; fürchtet sich nicht vor Abschluß, sondern vor Aufnahmeexamina ... In Japan ist so vieles ganz anders als bei uns.“<sup>16</sup>*

Unbewußt liefert der Autor hier weniger eine originelle Schilderung eigener Anschauungen, sondern füllt vielmehr ein vorgegebenes Bild mit aktualisierten Inhalten, welche die Authentizität des Stereotyps zu bestätigen scheinen.

Auch das zweite Stereotyp, das von Japan als einem „Nachahmer-

<sup>15</sup> Vgl. auch Engelbert Jorissen: *Das Japanbild im „Traktat“ (1585) des Luis Frois*. Münster: Aschendorff, 1988, Kap. IV: „Die Annäherung – der Weg nach Osten. Japan und das irdische Paradies“.

<sup>16</sup> Vahlefeld 1969: 16 f.

---

## Kulturhermeneutik

---

Hier bietet sich zunächst ein Ansatz an, der als Credo aller Kulturwissenschaften gelten kann: Er besagt, eine Kultur, zumal eine fremde, könne man nur dann erfassen, wenn man versuche, sie aus sich selbst heraus zu verstehen, d. h. wenn man hermeneutisch vorgeht. Kulturhermeneutik<sup>16</sup> bedeutet demnach, vorurteilsfrei in eine andere Kultur einzudringen und sie im Kontext ihres eigenen Wertesystems zu beschreiben und zu verstehen. Mag dieses Verfahren der „teilnehmenden Beobachtung“ in kleinen Gemeinschaften noch gut funktionieren, so sind ihm im Falle hochkomplexer moderner Gesellschaften wie der japanischen naturgemäß deutliche Grenzen gesetzt. Kein Anthropologe beispielsweise könnte nach Japan gehen und dort im Stile einer ethnologischen Feldforschung über „Sitten und Gebräuche der Japaner“ forschen. Man wird also versuchen, die Feldforschung auf räumlich, zeitlich oder thematisch begrenzte Bereiche zu beschränken oder aber Erkenntnisse auf dem Wege der ‚klassischen‘ Hermeneutik zu erlangen, d. h. über das Studium relevanter **japanischer** Schriften. Hier vermutet der Beobachter Erkenntnisse über die japanische Kultur, die nicht von europäischen Stereotypen getrübt sind und folglich eine authentische Binnensicht der japanischen Kultur erlauben.

Doch machen wir auch hier eine überraschende Entdeckung, die geeignet scheint, auch diesen Zugang zur japanischen Wirklichkeit unendlich zu erschweren: Wir müssen erkennen, daß auch die japanische Binnensicht, und gerade diese, von einem dichten Panzer an Stereotypen und Klischees in bezug auf die eigene Kultur umgeben ist.

---

## Japanische Selbstbilder

---

Dies ist zweifellos eine weitreichende Aussage, vielleicht sogar eine gewagte dazu; ist es denn nicht am ehesten zu erwarten, daß wir aus erster Hand, von einem Angehörigen derjenigen Kultur, mit der wir uns zu befassen trachten, eine zutreffende Antwort auf unsere Fragen nach „der“ japanischen Kultur erhalten? Ich möchte Sie

---

<sup>16</sup> Vgl. u. a. Dietrich Krusche u. Alois Wierlacher (Hg.): *Hermeneutik der Fremde*. München: Iudicium Verlag, 1990.

nun nicht mehr auf einen weitreichenden Exkurs in die Gestalt und Geschichte der japanischen Vorstellungen und Bilder von dem, was Japan denn sei, bitten, dies wäre sicherlich ein zu weit gefaßtes Unternehmen. Wir müßten uns mit der Frage auseinandersetzen, was man in japanischer Sicht unter „Japan“ versteht und, mehr noch, verstand. Denn es steht außer Zweifel, daß die Ansichten nicht nur in bezug auf fremde Kulturen, sondern ebenso auf die eigene Kultur von vorgeprägten Bildern besetzt sind, die wiederum ihre eigene Entwicklung und Geschichte haben.

Nehmen wir uns deshalb nur ein Beispiel vor, das den Konflikt zwischen Eigenbild und Realität in, wie ich finde, eindrucksvoller Art und Weise veranschaulicht. Sicher ist Ihnen der Name Ryūnosuke Akutagawa ein Begriff, eines der berühmtesten Schriftsteller der modernen japanischen Literatur, geboren 1892 in Tokyo, gestorben 1927. Akutagawa, ein Meister der modernen Kurzgeschichte – von ihm stammt u. a. die thematische Vorlage zu Akira Kurosawas berühmtem Film „Rashōmon“, verfaßte im September 1916 eine kleine, nichts desto weniger brillante Kurzgeschichte mit dem Titel „Das Taschentuch“<sup>19</sup>. Die Erzählung handelt von einem gewissen Kinzo Hasegawa, Professor an der Juristischen Fakultät der Kaiserlichen Universität zu Tokyo, der eine ihn schockierende Erfahrung machen muß.

Hasegawa ist zum einen geprägt von der westlichen Moderne, die das Japan jener Zeit mehr und mehr gestaltet, zum anderen aber ist er ein japanischer Patriot, der die kulturelle Eigenständigkeit des Landes im Weg der Samurai, dem *bushidō*, manifestiert sieht. Er ist überzeugt davon, daß es der *bushidō* ist, der Japan von allen anderen Ländern unterscheidet und letztlich wohl auch über diese erhebt. *Bushidō* ist ihm die Essenz der spezifisch japanischen Kultur.

Eines Tages nun hat jener Professor Hasegawa eine denkwürdige Begegnung. Eine Dame besucht ihn in seinem Privathaus, es ist die Mutter eines seiner begabtesten Studenten. Mit für ihn unglaublicher Gefäßtheit berichtet die Besucherin dem Professor vom unerwarteten, plötzlichen Tod ihres Sohnes. Der Professor ist betroffen, doch mehr noch hinterläßt die Haltung der Besucherin tie-

---

<sup>19</sup> Vgl. Ryunosuke Akutagawa: *Rashomon. Ausgewählte Kurzprosa*. Aus dem Japanischen von Jürgen Berndt. München: C.H. Beck, 1985: 53–73.

des eigentlich tragischen Inhalts – auch subtil-ironischer die geistigen Erschütterungen erfahren können, die mit der Störung, ja dem Zusammenbruch eines sicher geglaubten Welt- und Selbstbildes einhergeht. *Bushidō*, die einzigartige Seele Japans, und dann die „Mätzchen“ bei Strindberg ...

Doch offenbart sich die wahre Bedeutung dieser Erzählung erst in dem Umstand, daß die Person des Professors Hasegawa keine reine Kunstfigur darstellt, sondern vielmehr nach einer historischen Persönlichkeit ersten Ranges gestaltet ist<sup>23</sup>: Nach dem Kulturpolitiker und wichtigsten Ideologen des modernen japanischen *bushidō* Inazo Nitobe (1862–1933). Nitobe, ein einflußreicher Politiker seiner Zeit, hatte insbesondere mit seinem 1905 bezeichnenderweise zuerst auf Englisch erschienenen und bis heute in zahllosen Neuauflagen ungebrochen populären Buch *Bushido: The Soul of Japan*<sup>24</sup> einen entscheidenden Anteil an der Ausarbeitung und internationalen Verbreitung der Anschauung, daß der Geist der Samurai, *bushidō*, die geistige Grundhaltung auch des modernen, westlich orientierten Japan darstelle. In diesem Buch findet sich der gesamte Katalog der ethischen Maximen des sogenannten Neokonfuzianismus, vereint zu einem idealtypischen Bild des japanischen Samurai und damit der japanischen Kultur. Ehre, Loyalität, Erziehung, Selbstbeherrschung, das Schwert und der ehrenvolle Freitod – all das sind die Themen des Buches, das ein von *bushidō* geprägtes Bild Japans im Ausland, aber auch im Lande selbst, populär machen sollte.

Wir können an dieser Stelle keine geistesgeschichtliche Vertiefung dieser Diskussion anstreben. So muß die Feststellung genügen, daß die Idee des *bushidō* im ausgehenden 19. und beginnenden 20. Jahrhundert als geistige Grundlage des modernen japanischen Nationalstaates offiziell propagiert wurde, um damit ein innerlich nach wie vor zerrissenes Land unter einer starken Führung, der des neuen Kaisers, zu einen. Wie wenig *bushidō* und Samurai-Geist zu jener Zeit das allgemeine Verhalten prägten, schon gar nicht auf dem heutzutage so sehr betonten Gebiet der japanischen Arbeitsethik, mögen zeitgenössische europäische Berichte illustrieren

<sup>23</sup> Vgl. Akutagawa 1985: 580, Anm. 53.

<sup>24</sup> Inazo Nitobe: *Bushido: The Soul of Japan. An Exposition of Japanese Thought*. Rev. and enl. ed. Rutland, Tokyo: Tuttle, 1988.

fen Eindruck bei ihm. Denn während sie lächelt, zerknüllt sie in heimlicher Verzweiflung unmerklich ihr Taschentuch. „Die Dame lächelte mit dem Gesicht“, heißt es in der Erzählung, „in Wirklichkeit aber weinte sie, seit sie gekommen war, weinte sie mit dem ganzen Körper.“<sup>20</sup>

Professor Hasegawa, der mit einer Amerikanerin verheiratet ist, berichtet seiner Frau am Abend von dem Besuch. „Während des Essens hatte er seiner Frau die Geschichte von Anfang bis Ende erzählt und dabei die Haltung der Dame als Beispiel für *Bushido* der japanischen Frau gepriesen.“ Später beschließt er, dieses Beispiel höchster *bushidō*-Moral in einem kleinen Zeitschriftenartikel schriftlich niederzulegen, in Form eines „Briefes an die heutige Jugend“ zu Fragen der allgemeinen Moral.

Doch zunächst setzt er die Lektüre eines Buches fort, in welcher er durch den Besuch der Dame unterbrochen worden war. Hier nun muß er unvermittelt die folgenden Sätze aus der Feder des Autors, des schwedischen Dichters August Strindberg, lesen:

„Als ich jung war, erzählte man sich die wohl aus Paris herrührende Geschichte von dem Taschentuch der Frau Heiberg. Dabei ging es um die zwiefache Darstellung, bei der die Frau Heiberg mit dem Gesicht lachte, während ihre Hände das Taschentuch zerrissen. Wir nennen so etwa heute ‚Mätzchen‘ ...“<sup>21</sup>

Ich möchte Ihnen das Ende der Geschichte in den Worten Akutagawas nicht vorenthalten:

„Der Professor ließ die Hand mit dem Buch in den Schoß sinken. Es war noch immer aufgeschlagen, und die Visitenkarte mit dem Namen ‚Aisuko Nishiyama‘ [d.i. die Besucherin] lag mitten auf der Seite. Aber das, woran der Professor jetzt dachte, war schon nicht mehr die Frau dieses Namens. Und es war auch nicht seine Frau oder die japanische Kultur. Es war ein nicht Greifbares, das die stille Harmonie dieser Dreieinigkeit zu zerstören drohte ... *Bushido* und dann die Maniertheit .. Verstimmt schüttelte der Professor den Kopf, richtete den Blick wieder nach oben und starrte in das helle Licht der mit Herbstgräsern bemalten Gifu-Laterne ...“<sup>22</sup>

Mit dieser kleinen Skizze hat Akutagawa tatsächlich ein Meisterwerk vollbracht. Wo hätte man wohl je eindringlicher – und trotz

<sup>20</sup> Akutagawa 1985: 61.

<sup>21</sup> Akutagawa 1985: 63.

<sup>22</sup> Akutagawa 1985: 63.

ren, die im Jahre 1904 von einem gewissen Alexander Tille<sup>25</sup> zusammengestellt worden waren – in einer durchaus üblen Absicht, dies soll hier nicht verschwiegen werden. Dort heißt es etwa zur Arbeitsmoral der japanischen Arbeiter:

*„Der japanische Arbeiter hat sich noch nicht dieser soldatischen Disziplin gebeugt wie sein europäischer Bruder. Er arbeitet nur, wenn es ihm passt. Eine Fabrik von etwa 1000 Arbeitern kann im Durchschnitt nur immer auf etwa 800 ihrer Arbeiter rechnen; jeder Arbeiter nimmt seinen Feiertag, wenn es ihm gefällt, kommt an und geht, wenn es ihm beliebt; und wenn man ihn deswegen ausschimpft, geht er seiner Wege.“<sup>26</sup>*

In einem anderen Bericht heißt es über die Lage der japanischen Wertindustrie:

*„Unfähige Leitung, nachlässige und gleichgültige Werkführer, Handwerker ohne Interesse an ihrer Arbeit, vollständiger Mangel an Disziplin, keine systematische Arbeitseinteilung, kein Versuch, die Zeit innezuhalten, Massen von Arbeitern, die langsam und schlecht eine Arbeit läsen, die in England von einem Viertel der Zahl getan würde.“<sup>27</sup>*

Da die japanischen Arbeiter, wie Tille nicht müde wird zu betonen, „wenig zu Gewissenhaftigkeit bei schwierigen Arbeiten geneigt“ seien, zieht er das – aus heutiger Sicht mehr als merkwürdig klingende – Resümee:

*„Man möchte fast behaupten, der Japaner werde niemals lernen, eine feine Uhr oder eine feine Waage (!) zu verfertigen.“<sup>28</sup>*

Dies wurde geschrieben im Jahre 1904, in einer Zeit, als Europa erstmals mit Macht auf Japan aufmerksam wurde, da Nitobe seine Konstrukte eines modernen *bushidō* in die Welt setzte, und da ein so feinsinniger Mensch wie Akutagawa all dies nur noch mit unendlich feiner Ironie bloßstellen konnte.

Vom Geist der Samurai in der japanischen Arbeitswelt ist – zu dieser Zeit zumindest – noch nichts zu spüren.

Ich beabsichtige mit diesen Beispielen keinerlei Anspruch auf argumentative Vollständigkeit; es sei lediglich damit auf den Umstand verwiesen, daß nicht nur von außen her ein Blick auf Japan

<sup>25</sup> Alexander Tille: *Der Wettbewerb weisser und gelber Arbeit in der industriellen Produktion*. Berlin: Otto Eisler, 1904.

<sup>26</sup> Tille 1904: 41.

<sup>27</sup> Tille 1904: 38.

<sup>28</sup> Tille 1904: 43.

durch die Brille von Stereotypen und Klischees geworfen wird, sondern daß eine solche stereotypisierte Sicht auch in Japan selbst im Hinblick auf die eigene Kultur vertreten und – dies ist ganz entscheidend – nach außen vermittelt wird. Wenn ein international so geachteter Mann wie Nitobe, der es sogar zum Stellvertretenden Generalsekretär des Völkerbundes gebracht hat, die Welt über die „Seele Japans“ aufklärt, dann verhält die kritische Stimme des Schriftstellers Akutagawa in melancholischer Ironie. Mögen die Japaner jener Zeit auch kaum durch soldatische Tugenden und aufopferungsvollen Arbeitsgeist geprägt gewesen sein, wie uns die Beispiele aus Tilles (in seiner generellen Aussageabsicht zeitbedingt nicht unproblematischem) Werk zeigen, so ist das Bild, also das Stereotyp, doch geboren und durch die Aura der eigenkulturellen japanischen Selbstaussage legitimiert.

---

#### *Hetero- und Autostereotypen: Die ‚Bilder in unseren Köpfen‘*

---

An dieser Stelle sei ein kurzer Ausflug in die allzu „neine Stereotypen-Lehre erlaubt, der uns hilfreich bei unserem Weg in das immer unüberschaubarere Dickicht japanischer Außen- und Binnensicht sein soll. Schlägt man im Lexikon oder einem einführenden Fachbuch unter dem Begriff „Stereotyp“ nach, so wird man eine Reihe von Definitionen finden, deren eine ich, ihrer prägnanten Kürze wegen, hier zitieren möchte: Stereotypen sind demnach

*„Meinungen über die persönlichen Attribute einer Gruppe von Menschen. Wenn diese Meinungen weitbin geteilt werden, kann man von einem kulturellen Stereotyp sprechen. Der Begriff des Stereotyps als sozialwissenschaftliches Konzept geht auf Lippman (1922) zurück, der Stereotype als ‚Bilder in unseren Köpfen‘ im Gegensatz zu der ‚Welt draußern‘ auffaßte.“<sup>29</sup>*

Das Stereotyp ist dem Vorurteil nah verwandt, „Vorurteile und Stereotype sind sehr stabil und schwer zu ändern“.<sup>30</sup> Eine entscheidende Voraussetzung unserer Erkenntnisfähigkeit in bezug auf An-

<sup>29</sup> Hans Werner Bierhoff: *Sozialpsychologie: Ein Lehrbuch*. Stuttgart, Berlin, Köln: Kohlhammer, 1984: 199.

<sup>30</sup> Werner Herkner: *Lehrbuch Sozialpsychologie*. 5. Auflage. Bern, Stuttgart, Toronto: Huber, 1991: 493.

dere – seien es Einzelpersonen oder Gruppen – formuliert Herkner. Er stellt fest:

*„Wenn man zuerst ein Stereotyp lernt, bevor man Wissen über Individuen erwirbt, wird das Stereotyp die Urteile dominieren.“*

Wolfgang Manz bemerkt übereinstimmend,

*„daß die ‚Bilder in unserem Kopf‘ mit der ‚äußeren Welt‘ durchaus nicht übereinstimmen müssen und dennoch das Handeln des Menschen im sozialen Feld stärker beeinflussen und steuern als die objektiven Bedingungen“<sup>31</sup>.*

Die Bedeutung dieser Aussagen in dem hier zur Diskussion stehenden Kontext kann gar nicht überschätzt werden: Sie besagen nicht weniger, als daß wir in unserer Erkenntnisfähigkeit in bezug auf die Außenwelt, hier diejenige der japanischen Kultur, vorgeprägt sind durch ‚Bilder in unseren Köpfen‘, die uns über die fremde Kultur zugänglich sind. Doch geht die Stereotypen-Lehre noch einen entscheidenden Schritt weiter. Sie differenziert zwischen zwei grundsätzlich unterschiedlichen, sich gegenseitig jedoch bedingenden und ergänzenden Kategorien von Stereotypen, die sie mit den Begriffen „Heterostereotyp“ und „Autostereotyp“ belegt. Diese Termini lassen sich im Deutschen sehr anschaulich mit den Begriffen „Fremdbild“ und „Selbstbild“ wiedergeben. Die gesamte Stereotypen-Lehre, die hier aus verständlichen Gründen nicht dargestellt werden kann, basiert auf dem hoch komplexen Beziehungsgeflecht zwischen diesen „Hetero-“ und „Autostereotypen“, die in bezug auf Individuen, jedoch ebenso auf Gruppen, Gesellschaften und Nationen zum Tragen kommen. Die sogenannten „Völkerbilder“, als stereotype Sichtweisen einzelner Nationen, sind ein fester Bestandteil dieser Vorstellungswelt.<sup>32</sup>

Erich Witte<sup>33</sup> gibt einen anschaulichen Abriss der einzelnen Kategorien am Beispiel des Verhältnisses von Deutschen und Franzosen: Autostereotyp = Deutsche sehen Deutsche; Heterostereotyp = Deutsche sehen Franzosen; vermeintliches Autostereotyp = Franzosen sagen, wie sich die Deutschen selber sehen; vermeintliches He-

<sup>31</sup> Wolfgang Manz: *Das Stereotyp. Zur Operationalisierung eines sozialwissenschaftlichen Begriffs*. Meisenheim am Glan: Anton Hain, 1968: 3.

<sup>32</sup> Vgl. Peter R. Hofstätter: *Einführung in die Sozialpsychologie*. 5. Aufl. Stuttgart: Kröner, 1973: 110 ff.

<sup>33</sup> Erich H. Witte: *Sozialpsychologie. Ein Lehrbuch*. München: Psychologie-Verlagsunion, 1989: 428.

terostereotyp = Franzosen sagen, wie sie glauben, von Deutschen gesehen zu werden.

Für uns von entscheidender Bedeutung ist die Formulierung eines korrespondierenden Gegensatzpaares aus Heterostereotyp und Autostereotyp. Hier wird die Tatsache theoretisch gefaßt und analysiert, daß nicht nur von außen her die Sicht einer Kultur von Vorurteilen, Klischees und Stereotypen geprägt ist, sondern auch die Binnenansicht derjenigen Gruppe in weit höherem Maße von den „Bildern in den Köpfen“ dominiert wird, als man es vom rein hermeneutischen Ansatz her vermuten würde. Klar ausgedrückt bedeutet dies für unsere Fragestellung: Auch japanische Selbstaussagen über die eigene Kultur dürfen nicht *a priori* als authentisch – im Sinne von vorurteilsfrei – gelten, nur weil sie aus Japan selbst stammen, vielmehr müssen auch sie zunächst auf etwaige (Auto-) Stereotypen hin untersucht werden.

Doch wie soll ein solch anspruchsvolles Unternehmen gelingen, das nicht weniger von uns verlangt, als daß wir auf dem Weg zur Erkenntnis einer wie auch immer gearteten „japanischen Realität“ nicht nur unsere eigenen Bilder, die Heterostereotypen, erkennen und überwinden, sondern dazu auch noch die japanischen Selbstbilder – die (von uns vermuteten) Autostereotypen – erfassen sollen? Ist der Beobachter damit nicht letztlich überfordert, und sollte man daher an dieser Stelle die Untersuchung nicht lieber abbrechen, sich der weisen Erkenntnis fugend, daß unsere Sicht der Dinge nun einmal von vorgegebenen Rastern geprägt ist und wir lediglich versuchen sollten, innerhalb dieser Determinanten möglichst solide zu arbeiten?

Ich kann mich einem solchen resignativen Einspruch nicht gänzlich verschließen, da anderes zu behaupten letztlich von Naivität zeugen müßte. Dennoch meine ich, wir sollten zumindest versuchen, den Weg in Richtung objektiverer Erkenntnis einzuschlagen, den Weg der entwicklungsgeschichtlichen Analyse.

---

### Conclusio

---

Dieser Weg ist uns bereits weitgehend bei der Analyse unserer eigenen Stereotypen in bezug auf Japan, des Heterostereotyps also, deutlich geworden. Wir können eine stereotype Aussage erst dann als solche erkennen, wenn wir uns über die historische Entwicklung

des jeweiligen Bildes Klarheit verschafft haben. Die Erkenntnis, daß wichtige Elemente unseres Japan-Bildes in den Anschauungen etwa eines Marco Polo oder auch dem Zeitalter der Aufklärung beruhen, kann zumindest unseren Blick für die Korrektheit jetziger (Vor-)Urteile schärfen. Und wir werden ein Gespür dafür bekommen, wann wir echte Aussagen über Japan vor uns haben, oder wann eben die alten Bilder nur immer wieder neu projiziert und justiert werden.

Eine Dechiffrierung der japanischen Selbstbilder, die wiederum unsere Urteile nachhaltig prägen, ist demgegenüber weitaus schwieriger zu leisten. Die Beispiele Akutagawas und Nitobes zeigen überdeutlich, wie kompliziert es ist, die einzelnen Schichten kultureller Selbstaussagen zu erkennen und freizulegen. Hier ist nicht nur eine genaue Kenntnis des historischen und geistesgeschichtlichen Entwicklungsprozesses gefordert, vielmehr müssen wir uns auch von einem statischen Kulturbegriff lösen, der Kultur im Sinne einer überzeitlichen, psychisch vorgeprägten Mentalität sieht, die unabhängig vom historischen Prozeß sei. Von nichts kommt nichts, sagt die Spruchweisheit, und diese Erkenntnis können wir ungeschmälert auf unsere Versuche übertragen, die andere, uns fremde Kultur zu erfassen – die japanische. Hier bieten Kulturwissenschaften wie die Japanologie die notwendige Grundlagenforschung; und es ist zu hoffen, daß deren Ergebnisse in Zukunft vermehrt Eingang in die allgemeine Debatte, nicht nur in Wirtschaftskreisen, sondern vor allem auch in den Medien – als Multiplikatoren von Meinungen – finden.

Wir sollten stets, dies möchte ich abschließend bemerken, ein wenig skeptisch sein gegenüber allzu glatten Antworten, die den zweifellos gegebenen japanischen Erfolg mit Hinweisen auf eine – gar psychisch determinierte – „Mentalität“ der Japaner oder auch auf überhistorische Prägungen durch ein angebliches japanisches Paradigma, wie in dem unsäglichen Report *Japan 2000* postuliert, zu erklären meinen. Es ist jedoch ebenso angebracht, durchaus auch vorsichtig zu sein gegenüber so mancher japanischen Selbstaussage, die den eigenen Erfolg mit Japans kultureller Einzigartigkeit zu erklären sucht. Beide Sichtweisen sind von vorgegebenen Bildern, Fremd- und Selbstbildern, durch und durch geprägt. Wenn wir diese Bilder entschlüsseln, dann erst haben wir möglicherweise eine Chance, den Blick auf die Wirklichkeit richten zu können. Die Entschlüsselung dieser Bilder kann uns aber nur gelingen, wenn wir ihre Herkunft und Entwicklung bis heute hin nachzuzeichnen

und damit zu verstehen lernen. Ich würde es damit schon als einen großen Erfolg meiner Ausführungen werten, wenn es mir gelungen sein sollte, die Neugier ein wenig auf die **Entwicklungsgeschichte** der japanischen Kultur gelenkt zu haben. Ich bin sicher, daß dabei eine ganze Reihe von den „Bildern in unseren Köpfen“ auf der Strecke bleiben werden.

Anzeige

**Gerd Reinhold*****Wirtschaftsmanagement und Kultur in  
Ostasien*****Sozial-kulturelle Determinanten wirtschaftlichen  
Handelns in China und Japan**

ISBN 3-89129-288-0 · X / 311 S., kt. · DM 48,-

Der Autor untersucht in seiner Studie über China und Japan, die beide zur (neo-)konfuzianisch beeinflussten Sphäre Asiens gehören, welche Auswirkungen die sozial-kulturellen Faktoren auf die jeweiligen Wirtschaftssysteme und auf das konkrete Wirtschaftshandeln von Firmen und Konzernen wie auch von einzelnen Unternehmern und Managern haben. Reinholds Studie stellt einen materialreichen Beitrag zur qualitativen Bestimmung von nicht-wirtschaftlichen Variablen beim individuellen wie kollektiven Wirtschaftshandeln in einem asiatischen Entwicklungsland (China) und in der ersten hochmodernen asiatischen Industriegesellschaft (Japan) dar. Der Autor weist im Detail nach, daß sowohl in China als auch in Japan bemerkenswerte und für jedes ökonomische Handeln von Europäern unbedingt zu beachtende Zusammenhänge zwischen Wirtschaft und Kultur bestehen. Reinholds Systemanalyse der sozial-kulturellen Einflüsse auf ausgewählte Bereiche des Wirtschaftsmanagements in China und in Japan vermag zur Orientierung im erfahrungsgemäß nicht einfachen Handels- und Wirtschaftsverkehr mit den beiden Ländern wertvolle strategische Hinweise zu bieten.

**iudicium**

Postfach 701067 · D-8000 München 70 · Telefon 089/718747 · Fax 089/7142039