

Joanna Andrzejewska

**Wirklichkeitswahrnehmung im
Lichte des kulturellen Relativismus**

*Eine trilateral-linguistische Studie des
Deutschen, Polnischen und Schwedischen*

Verlag Dr. Kovač

**Hamburg
2017**

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung	11
2 Die philosophischen Voraussetzungen der kulturellen Wahrnehmung	19
2.1 Allgemeines zur Wahrnehmung	19
2.2 Die „kopernikanische Wende“ und ihr Einfluss auf den neuzeitigen und gegenwärtigen Kulturbegriff	24
2.3 Zur symbolischen Wahrnehmung	27
2.3.1 Zu Wilhelm von Humboldts aktivistischer Sprachauffassung	27
2.3.2 Kultur als System der symbolischen Ausdrücke	29
2.3.3 Der kulturelle Relativismus und die linguistische Sapir-Whorf-Hypothese	30
3 Zu neuesten Auffassungen der Kultur	35
3.1 Kultur im Lichte der modernen Philosophie	35
3.2 Kultur als transdisziplinärer Begriff.....	43
4 Kultur – Kommunikation – Interkulturalität	51
4.1 Kultur aus der Sicht der Interkulturalität.....	51
4.2 Zum Begriff der Kommunikation.....	57
4.3 Interkulturelle Kommunikation.....	59
4.4 Interkulturelle Kompetenz in der Ära der Globalisierung.....	63
5 Stereotype und Fremdwahrnehmung	67
5.1 Auf der Suche nach der kulturellen Identität	67
5.2 Das Fremde	73
5.3 Fremdheit in der Kultur	82
5.4 Zum Begriff der Xenologie.....	82
5.5 Die Stereotype.....	85
5.6 Rolle und Zweck der Stereotype.....	90
5.7 Stereotyp versus Vorurteil	94
6 Fazit zu den theoretischen Überlegungen	105
7 Empirischer Teil	107
7.1 Aufbau der Umfrage.....	109
7.2 Umfrage – erster Teil.....	110
7.3 Umfrage – zweiter Teil.....	111
7.4 Umfrage – dritter Teil.....	113

Inhaltsverzeichnis

7.5 Ziel der Umfrage	114
7.6 Die Befragten.....	115
7.6.1 Die Geschlechterverteilung	115
7.6.2 Das Alter	116
7.6.3 Die Nationalität	117
7.6.6 Die Staatsangehörigkeit.....	118
7.6.7 Die Muttersprache	118
7.6.8 Die Studienfächer	119
7.6.9 Der soziologische und familiäre Hintergrund	120
8 Empirische Untersuchung – erster Teil	123
8.1 Abstrakte Substantive	124
8.1.1 Der Begriff <i>Tradition</i>	124
8.1.2 Der Begriff <i>Patriotismus</i>	126
8.1.3 Der Begriff <i>Sicherheit</i>	128
8.1.4 Der Begriff <i>Konflikt</i>	132
8.1.5 Der Begriff <i>Liebe</i>	135
8.1.6 Der Begriff <i>Alter</i>	139
8.2 Konkrete Substantive.....	143
8.2.1 Der Begriff <i>Nachbar</i>	143
8.2.2 Der Begriff <i>Familie</i>	145
8.2.3 Der Begriff <i>Berge</i>	147
8.2.4 Der Begriff <i>Meer</i>	150
8.2.5 Der Begriff <i>Kreuz</i>	153
8.2.6 Der Begriff <i>Grenze</i>	154
8.3 Adjektive	157
8.3.1 Der Begriff <i>jung</i>	157
8.3.2 Der Begriff <i>teuer</i>	160
8.2.3 Der Begriff <i>rot</i>	161
8.3.4 Der Begriff <i>schlank</i>	164
8.3.5 Der Begriff <i>glücklich</i>	166
8.3.6 Der Begriff <i>weiß</i>	168
8.4 Verben und verbale Gruppen.....	170
8.4.1 Der Begriff <i>Urlaub nehmen</i>	170
8.4.2 Der Begriff <i>arbeiten</i>	172
8.4.3 Der Begriff <i>feiern</i>	173
8.4.4 Der Begriff <i>helfen</i>	175
8.4.5 Der Begriff <i>zu Mittag essen</i>	176
8.4.6 Der Begriff <i>laufen</i>	179

9 Empirische Untersuchung – zweiter Teil.....	183
9.1 Polen – die Wahrnehmung der Polen, der Deutschen und der Schweden	184
9.1.1 Die Autowahrnehmung der Polen.....	185
9.1.2 Die Heterowahrnehmung der Deutschen	187
9.1.3 Die Heterowahrnehmung der Schweden.....	188
9.2 Deutschland – die Wahrnehmung der Polen, der Deutschen und der Schweden	190
9.2.1 Die Autowahrnehmung der Deutschen	191
9.2.1 Die Heterowahrnehmung der Polen	191
9.2.3 Die Heterowahrnehmung der Schweden.....	192
9.3 Schweden – die Wahrnehmung der Polen, der Deutschen und der Schweden	194
9.3.1 Die Autowahrnehmung der Schweden.....	195
9.3.2 Die Heterowahrnehmung der Polen	195
9.3.3 Die Heterowahrnehmung der Deutschen	196
10 Empirische Untersuchung – dritter Teil.....	199
10.1 Die Polen – die Wahrnehmung der Polen, der Deutschen und der Schweden.....	200
10.1.1 Die Autowahrnehmung der Polen	201
10.1.2 Die Heterowahrnehmung der Deutschen	202
10.1.3 Die Heterowahrnehmung der Schweden.....	202
10.2 Die Deutschen – die Wahrnehmung der Polen, der Deutschen und der Schweden	204
10.2.1 Die Autowahrnehmung der Deutschen	205
10.2.2 Die Heterowahrnehmung der Polen	205
10.2.3 Die Heterowahrnehmung der Schweden.....	206
10.3 Die Schweden – die Wahrnehmung der Polen, der Deutschen und der Schweden	207
10.3.1 Die Autowahrnehmung der Schweden.....	208
10.3.2 Die Heterowahrnehmung der Polen	208
10.3.3 Die Heterowahrnehmung der Deutschen	209
11 Schlusswort und Ausblick	211
12 Abbildungsverzeichnis	219
13 Bibliographie.....	221
14 Anhang	241