

MASARYK-UNIVERSITÄT BRÜNN
PÄDAGOGISCHE FAKULTÄT
LEHRSTUHL FÜR DEUTSCHE SPRACHE UND LITERATUR

**STEREOTYPE VORSTELLUNGEN DER DEUTSCHEN VON DEN
TSCHECHEN UND DER TSCHECHEN VON DEN DEUTSCHEN**

PROJEKT

Brünn 2012

Verfasserinnen: Borkovcová Jana
Klukanová Kateřina
Šivicová Eva
Weintgartová Tereza

1. Theoretische Grundlagen

1.1. Begriffsdefinitionen und Begriffsklärung

Mit unserem Thema hängen zwei Grundbegriffe zusammen und zwar „das Vorurteil“ und „der Stereotyp“. In verschiedenen Quellen findet man verschiedene Definitionen; in unserer Arbeit stützen wir uns bei der Begriffsklärung auf die Inhalte des Buches *Stereotype Vorstellungen*.¹

Die Bedeutung des Begriffs „Vorurteil“ hat sich in den letzten Jahren gewandelt. Ursprünglich bezeichnete er einen harmlosen Tatbestand. „In alten Zeiten war es das auf frühere Erfahrung und Entscheidung begründete Urteil, später hat die Metaphysik, Descartes, Leibniz zumal, eingeborene Wahrheiten, Vorurteile im strengen Sinne zur höchsten Wahrheit erklärt.“² Heute kann der Begriff „Vorurteil“ auf Grund mehrerer Kriterien betrachtet werden; es handelt sich um die Kriterien des Wahrheitsgehaltes, des Wertakzents, der Starrheit und der Verallgemeinerung. Wir wollen uns nicht mit der Kategorisierung der Begriffsbestimmungen befassen und daher erwähnen wir nur eine Definition, die zu unseren Zwecken genügt: „Ganz allgemein ist unter einem Vorurteil ein über eine Sache oder eine Person gefälltes Urteil zu verstehen, dem die vorgängige Erfahrung fehlt, auf die es sich zu stützen hätte.“³ Dazu ist es noch wichtig hinzuzufügen, dass das Vorurteil meistens als eine Vorstellung verstanden wird, die auch nicht durch Erfahrung kontrolliert und korrigiert wird und die für längere Zeit festgelegt bleibt.

Im Zusammenhang mit diesem Phänomen der Starrheit hat der US-amerikanische Journalist, Schriftsteller und Medienkritiker Walter Lippmann schon 1922 den Ausdruck „stereotype“ eingeführt. Lippmann erklärte die Stereotype als Konzepte, die von der Kulturgemeinschaft geprägt und vom Einzelnen übernommen werden, als bestimmte Bilder, mit denen der Mensch die Welt wahrnimmt. Wichtig ist, dass diese Bilder nicht aufgrund eigener Erfahrungen entstehen, sondern in der Sozialisation als fertige Vorstellungen übernommen werden. Es geht um den kognitiven Bestandteil, der die Kenntnisse, Vermutungen und Erwartungen des Beobachters beinhaltet. In der sozialen Ansicht spiegeln diese Bilder die Mentalität der Menschen und sie beeinflussen automatisch, wie z.B. eine Nation von den anderen Nationen angesehen/wahrgenommen wird.

¹ JESSL, Oskar R.. *Stereotype Vorstellungen von ethnisch-nationalen, rassischen und religiösen Gruppen in Jugendschriften. Ein Beitrag zur Vorurteilsforschung*. München, 1966.

² Jessl 1966: 4

³ Jessl 1966: 6

Einerseits gibt es Autoren, die den Begriff „Stereotyp“ synonym mit dem Begriff „Vorurteil“ verwenden. Andererseits wird der Ausdruck „Vorurteil“ von vielen anderen als nicht glücklich angesehen: Das „Vor-urteil“ wäre nämlich ein Urteil *vor* der Erfahrung und durch dieser Erfahrung könnte dann das Vorurteil korrigiert werden. „Das hier gemeinte „Vorurteil“ hat aber gerade die Eigenschaft, dass es sehr resistent ist gegen Erfahrung und vernünftige Überlegung.“⁴ Wir stimmen der Meinung zu und daher gebrauchen wir in unserer Arbeit den Ausdruck „Stereotyp“.

1.2. Funktionen von Stereotypen

Die stereotypen Vorstellungen beeinflussen jede Person. Sie werden schon von der Kindheit an durch die Erziehung unabsichtlich im Gedächtnis gespeichert. Wenn es nötig ist, tauchen sie automatisch auf und die neue Situation wird nach ihnen unbewusst eingeschätzt. Dieses Verhalten gehört zu den Phänomenen eines Menschen und wird als normal betrachtet.

Der Grund für die stereotypen Vorstellungen entsteht mit dem Bedarf an der Ökonomie des Denkens und auch an dem kommunikativen Aspekt des Individuums.⁵

Die Stereotype haben nicht nur negative, sondern auch positive Funktionen in dem Leben eines Individuums oder einer Gesellschaft.

Meine genaue Korrektur endet hier. Die Probeseiten sind sehr gut auf allen Ebenen: Sprache, Aufbau, Stil, Inhalt. Achten Sie nur bitte bei den Folgekapitel 1.3 und 1.4 darauf, genau zu kennzeichnen, woher Sie Ihre Informationen haben. Wenn Sie sich z.B. in einem gesamten Kapitel auf eine Quelle beziehen, dann setzen Sie die Fußnote zu Beginn des Kapitels und schreiben in die Fußnote, dass sich die gesamten Ausführungen in diesem Kapitel auf diese Quelle beziehen. WORTLAUT: Zu Ausführungen in diesem Kapitel vgl.

Die später zitierte Quelle der Uni Saarland ist weder im Literaturverzeichnis, auch muss sie genauer angegeben werden, dass man es auch tatsächlich finden kann.

Die positive Funktion der stereotypen Vorstellungen

Eine der positiven Funktionen der stereotypen Vorstellungen besteht darin, dass sie den Leuten die Mühe des kritischen Denkens erspart. Man verlässt sich auf solche Kenntnisse,

⁴ vgl. Jessl 1966: 7 laut E. E. Boesch, Politische Psychologie III. 1964: 20

⁵ vgl. Jessl 1966: 9

welche man schon in der Vergangenheit erworben hat und nicht bei jeder Gelegenheit überlegen muss. Sowie welche Stellung man zu dem Kommunikationspartner nehmen soll, was ihm eine Sorte der Bequemlichkeit garantiert. Die Orientierung wird schneller und deswegen kann man vollständige Kommunikation zwischen unterschiedlichen Gruppen ohne Hindernisse führen.

Es geht aber nicht nur um die Kommunikation, sondern auch um die Teilnahme an der sozialmoralischen Art. Denn schon durch die Stereotype wird die Stellung des Individuums in der Gesellschaft sichtbar. Ob der junge Mensch im Vergleich zu dem Älteren weniger Erfahrungen und folglich andere Auffassungen über die Welt hat.

Die negative Funktion der stereotypen Vorstellungen

Es passiert nicht selten, dass die meisten Vorurteile entweder sehr verallgemeinert sind oder dass sie nicht mehr der Wahrheit entsprechen. Die Informationen werden veraltet, weil sie von Generation zu Generation übernommen werden. Sie sollen deshalb immer neu überprüft werden, um nicht die falschen Angaben verbreitet werden zu können. Wie aber Hartley in seinem Buch schreibt, „Legt man auf Genauigkeit wert, so darf im Denken absolut kein Raum für Stereotypen bleiben“⁶

Die falschen oder ungenauen Vorstellungen können aber beiden Seiten schaden. Die eine Seite kann nur die Eigenschaften suchen, welche den gelehrten Stereotypen entsprechen, und nicht darauf achten, dass ein Individuum oder eine Gruppe andere und vielleicht auch bessere Eigenschaften hat. Wenn man sie aber doch merkt, findet man sie als nicht relevant oder als eine Ausnahme. Die zweite Seite in der Kommunikation findet es dann schwierig, ihre wahre Charakteristik der anderen Seite näherzubringen.⁷

Manche stereotypischen Vorstellungen stellen unmenschliches, rassistisches oder gegnerisches Benehmen dar. Solcher Sicht an andere Völker behält man immer in sich selbst und eine Veränderung findet man sehr schwer. Die Vernunft geht seitwärts und man sieht nur schwarz-weiß.

1.3. Entstehung von Stereotypen

Stereotype, Traditionen und Bräuche entwickeln sich im Laufe der Zeit in den Nationen und sind in jedem Land unterschiedlich. Stereotype stellen die Mentalität der Menschen dar und beeinflussen, wie eine Nation von den anderen Nationen wahrgenommen wird. Jeder Mensch bildet Stereotype, es handelt sich um einen unbewussten und

⁶ Jessl 1966: 13, laut E. u. E. Hartley, Grundlagen der Socialpsychologie 1955: 73

⁷ vgl. Jessl 1966: 13

unvermeidlichen psychischen Prozess. Man unterscheidet verschiedene Ansätze zur Entstehung von Stereotypen ⁸

1. Konflikttheoretischer Ansatz

- Konflikte und Konkurrenz zwischen sozialen Gruppen
- Einteilung der Welt in ICH und WIR
- Vergleich von den Eigen- und Fremdgruppen

2. Lerntheoretischer Ansatz

- Übernahme im Sozialisationsprozess
- wichtige Rolle der Eltern
- Stereotype entwickeln sich über die Wahrnehmung von Rollen- und Statusunterschieden
- durch Vermittlung von Eltern, Freunden, Schule oder Medien übernommen

3. Psychodynamischer Ansatz

- Innerpsychische Konflikte führen zur Projektion von Aggression / Frustration auf eine Außengruppe
- Frustrations-Aggressionstheorie entwickelt sich zur Sündenbocktheorie weiter: Sündenbockverhalten ist ein Prozess, im frustrierte und wütende Menschen dazu neigen, ihre Aggression von seiner wahren Quelle auf ein bequemes Ziel zu verschieben => auf eine Fremdgruppe

4. Kognitiver Ansatz

- Verzerrung der Realität im Prozess der Informationsverarbeitung

5. Einflussfaktoren

- räumliche Distanz
- Grad der Fremdheit

⁸ Stereotype. <http://www.uni-saarland.de> (12. 3. 2012)

- Einstellung zur Fremdkultur

Stereotype entstehen durch Wahrnehmung von Gruppenmitgliedern, die man zuvor durch Kategorisierung als Gruppe bestimmt hat. Eine wichtige Rolle spielen auch persönliche Erfahrungen - Eindruck individueller Gruppenmitglieder bildet entscheidenden Eindruck über die ganze Gruppe. Auch die Medien beeinflussen die Stereotype. Die Medien helfen deutlich bei der Entstehung von Stereotypen und ihrer Verstärkung oder Veränderung.

1.4. Einteilung von Stereotypen

Stereotype kann man nach verschiedenen Kriterien in viele Bereiche teilen. Folgende Beispiele sind nur einige der mehreren möglichen Arten und Weisen, z.B.:

- Nationenstereotype: Z.B. ein Ägypter ist automatisch mit dem islamischen Glaubenbekenntnis verbunden.
- Geschlechtsstereotype: Während der sozialen Entwicklung wird es viele Jahrhunderte tradiert, dass die Frauen jemanden oder etw. pflegen sollen und die Männer technische Orientierung haben, Geld verdienen sollen. Das ist der Fall bzw. das Muster der traditionellen Familie. Oder wer kennt keinen Witz über die dummen Blonden?
- Berufsstereotype: Wenn wir es bekennen oder nicht, ob wir es möchten oder nicht, gibt es unangenehme Realität für die behinderten Leute, die schwer eine würdige Arbeit suchen oder können sogar keine Arbeit finden.
- Politische Stereotype: In Verbindung mit den Politikern spricht man vor allem über die Lüge und Betrüge.
- Etnische Stereotype: Ein Rom sein: "bedeutet" hundertprozent faul, arbeitsunfähig, unwirksam sein.

Literaturverzeichnis

Textquellen

BUDŇÁK, Jan. *Das Bild des Tschechen in der deutschböhmisches und deutschmährischen Literatur*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2010.

HERINGER, Hans Jürgen. *Interkulturelle Kommunikation. Grundlagen und Konzepte*. Tübingen/Basel: A. Francke Verlag, 2004.

HNILICA, Karel. *Stereotypy, předsudky, diskriminace*. Praha: Karolinum, 2010.

JESSL, Oskar R.. *Stereotype Vorstellungen von ethnisch-nationalen, rassischen und religiösen Gruppen in Jugendschriften. Ein Beitrag zur Vorurteilsforschung*. München, 1966.

JIRÁSKOVÁ, Věra. *Multikulturní výchova: předsudky a stereotypy*. Praha: Epoque, 2006.

Internetquellen

GIESECKE, Michael. *Soziale Wahrnehmung* [online]. Erreichbar von WWW: <http://www.michael-giesecke.de/>.

HÖHNE, Steffen. *Tschechen und Deutsche – kategoriale Bestimmungen von Nachbarschaft* [online]. 2006. Erreichbar von WWW: <<http://www.jahrbuch-bruecken.de/assets/Uploads/Einzel-PDFs-der-Jahrgnge/bruecken-2006/bruecken2006Hoehne-Tschechen-und-Deutschen.pdf?PHPSESSID=dpd159euekobpkeq17hbuu1nu7>>.

INSTITUT FÜR GESCHICHTE. *Historische Stereotypenforschung* [online]. 2011. Erreichbar von WWW: <www.geschichte.uni-oldenburg.de/17577.html>.

NEUGEBAUER, Petr. *Národní stereotypy* [online]. 2011. Erreichbar von WWW: <<http://www.neup.eu/?s=NARODN%C3%8D+STEREOTYPY&submit=Hledat>>.

PIRANHO, Maciek. *Nationale Stereotypen* [online]. 2011. Erreichbar von WWW: <<http://maciek.piranhho.de/nation.htm>>.

TSCHECHIEN PORTAL / NEMECKO-PORTAL. [online]. Erreichbar von WWW: <<http://www.tschechien-portal.info/>>.