

Západočeská univerzita v Plzni  
Fakulta filozofická

Bakalářská práce

So sind die Tschechen! Untersuchungen zu Stereotypen in Wort  
und Bild aus deutscher Sicht.

Radek Hochmut

Plzeň 2015

Západočeská univerzita v Plzni

Fakulta filozofická

Katedra germanistiky

Studijní program Filologie

Studijní obor Cizí jazyky pro komerční praxi  
Kombinace angličtina – němčina

Bakalářská práce

So sind die Tschechen! Untersuchungen zu Stereotypen in Wort  
und Bild aus deutscher Sicht.

Radek Hochmut

Vedoucí práce:

Gisela Heitz, M.A.

Katedra germanistiky a slavistiky

Fakulta filozofická Západočeské univerzity v Plzni

### **Prohlášení**

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci *So sind die Tschechen! Untersuchungen zu Stereotypen in Wort und Bild aus deutscher Sicht* zpracoval samostatně za použití pramenů a literatury uvedených v seznamu použité literatury.

Plzeň, 2015

.....

## **Danksagung**

Ich möchte mich bei meiner Betreuerin, Frau Gisela Heitz, M.A. für die wertvollen Ratschläge und die Unterstützung bei Fragen bedanken. Weiterhin möchte ich meinen Dank an Frau Franziska Stölzel, M.A. aus der Deutschen Bibliothek in Pilsen aussprechen, deren Hilfe mit der Literatur für mich sehr wichtig war. Meiner Familie danke ich für die Unterstützung.

## **Inhalt**

<b>1</b>	<b>EINLEITUNG .....</b>	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>STEREOTYPE.....</b>	<b>3</b>
	2.1 Herkunft des Begriffes Stereotyp.....	3
	2.2 Was sind die Stereotype? .....	4
	2.3 Funktion von Stereotypen.....	7
	2.4 Arten von Stereotypen .....	8
	2.4.1 Das Werk von Walter Lippman.....	9
	2.4.2 Autostereotyp und Heterostereotyp.....	10
	2.4.3 Positive Stereotype.....	10
	2.4.4 Negative Stereotype .....	11
	2.4.4.1 Ethnische Stereotype.....	12
	2.4.4.2 Genderstereotyp .....	13
	2.4.5 Kulturelle Stereotype .....	15
	2.4.6 Dynamisches Stereotyp.....	16
	2.4.7 Lebensstereotyp .....	16
	2.5 Abgrenzung der Stereotype von anderen Begriffen .....	17
	2.5.1 Vorurteil .....	17
	2.5.2 Klischee .....	17
	2.5.3 Mythos .....	18
<b>B.</b>	<b>PRAKTISCHER TEIL.....</b>	<b>19</b>
<b>3</b>	<b>STEREOTYPE ÜBER TSCHECHEN AUS DEUTSCHER SICHT</b>	<b>19</b>
	3.1 Stereotype im Wort .....	20
	3.1.1 Der brave Soldat Schwejk .....	20
	3.1.2 Tschechischer Bierkonsum .....	22
	3.1.3 Tschechen – ein Volk der Wochenendhäusler .....	23

3.1.4 Tschechen – problematische Auseinandersetzung mit eigener Geschichte .....	24
3.1.5 Tschechen klauen .....	25
3.1.6 Tschechen – Nationalisten und Rassismus .....	28
3.1.7 Tschechen – ein Handy-Volk .....	29
<b>3.2 Stereotype im Bild .....</b>	<b>30</b>
3.2.1 Bilder und Karikaturen aus den Jahre 1848-1945 .....	30
3.2.2 Bilder und Karikaturen von 1945 bis 1989 .....	32
3.2.3 Bilder und Karikaturen von 1989 bis heute .....	32
<b>4 AUSWERTUNG DES FRAGEBOGENS.....</b>	<b>34</b>
4.1 Persönliche Angaben .....	35
4.2 Frage 1 .....	36
4.3 Frage 2 .....	38
4.4 Frage 3 .....	39
4.5 Frage 4 .....	40
4.6 Frage 5 .....	41
4.7 Frage 6 .....	42
<b>5 ZUSAMMENFASSUNG.....</b>	<b>44</b>
<b>QUELLENVERZEICHNIS.....</b>	<b>46</b>
<b>RESÜMEE .....</b>	<b>51</b>
<b>RESUMÉ .....</b>	<b>51</b>
<b>ANLAGEN .....</b>	<b>52</b>

# 1 EINLEITUNG

Diese Arbeit befasst sich mit der Erforschung des Phänomens Stereotyp. In der Arbeit wird das praktische Vorkommen der Stereotype in verschiedenen Quellen untersucht. Insbesondere das Auftreten von Stereotypen über die Tschechen aus der deutschen Sicht.

Der theoretische Teil der Arbeit befasst sich mit dem Begriff Stereotyp in der allgemeinen Ebene. In diesem Teil der Arbeit wird der Leser erfahren, wie der Begriff Stereotyp entstand, was der Begriff Stereotyp bedeutet, welche Arten von Stereotypen existieren, was sind die Funktionen von Stereotypen und zuletzt, welche Unterschiede gibt es zwischen dem Begriff Stereotyp und anderen Begriffen, wie zum Beispiel Vorurteil, Klischee usw.. Der theoretische Teil der Arbeit dient dem Leser dazu, das Thema und die Problematik von Stereotypen zu verstehen.

Der praktische Teil der Arbeit ist basiert auf dem tatsächlichen Auftreten von Stereotypen in Wort und Bild über die Tschechen aus der deutschen Perspektive.

Der praktische Teil der Arbeit ist in drei Teile gegliedert. Im ersten Teil wird der Leser erfahren, welche Stereotype die Deutschen über die Tschechen verwenden. Diese Forschung stützt sich in erster Linie auf die Literatur, die sich mit diesem Thema befasst. Dieser Teil enthält typische Beispiele von einigen Stereotypen über die Tschechen, die in Literatur und anderen schriftlichen Quellen dargestellt sind.

Der zweite Teil beschäftigt sich mit der Forschung von bildlichen Materialien. In diesem Teil werden vor allem Karikaturen, die einige Stereotype über die Tschechen zeigen, untersucht. Die Bilder und Karikaturen sind auch ein wichtiger Teil der Arbeit. Die Bilder können oft einige Gedanken besser als Wörter ausdrücken.

Der dritte und letzte Teil beschäftigt sich mit der Auswertung von Fragebögen. Diese Fragebögen wurden von den deutschen Befragten ausgefüllt und ihre Hauptaufgabe ist, die Ergebnisse der vorherigen Erforschung von Stereotypen über die Tschechen zu bestätigen oder zu widerlegen. Aufgrund besserer Übersichtlichkeit werden die Antworten durch verschiedene Diagramme unterstützt. Die Diagramme zeigen die Anzahl der bekommen Antworten.



## 2 STEREOTYPE

Das Hauptthema dieser Arbeit sind die Stereotype. In den folgenden Unterkapiteln wird das Phänomen Stereotyp aus der theoretischen Sicht genauer untersucht und beschrieben. Die folgenden Unterkapitel haben die Aufgabe, den Leser über das Phänomen Stereotyp zu informieren.

Die Stereotype sind heutzutage ein sehr häufig verwendeter Begriff. Die Stereotype beeinflussen die menschliche Existenz sehr stark. Ob es den Menschen gefällt oder nicht. Die Stereotype waren hier schon immer und die werden hier auch immer sein. Mit den Stereotypen begegnen sich die Menschen jeden Tag und die beeinflussen in einem gewissen Grad ihre alltäglichen Meinungen. Für die Menschen selbst entsteht nur die Frage, wie werden sie damit umgehen und wie werden sie ihr „Stereotypendenken“ kontrollieren.

In den folgenden Unterkapiteln wird versucht, verschiedene Elemente, die sich auf das Thema Stereotype beziehen, genauer zu beschreiben.

### 2.1 Herkunft des Begriffes Stereotyp

Aus der Sicht der Wortbildung handelt sich bei dem Begriff Stereotyp um ein Kompositum. Der Begriff stammte aus den griechischen Wörtern Stereós und Typós.

*„Stereós: steif, stark, fest eventuell auch unbeugsam.*

*Typos: Form, Muster, Ähnlichkeit oder Umriss“<sup>1</sup>*

---

<sup>1</sup> LIČKOVÁ, Eva et al.: *Stereotyp ano i ne: Formy a funkce stereotypu v televizním programu*. Praha, 1982, S. 12  
*„Stereós: tuhý, tvrdý, pevný eventuálně také tvrdošijný. Typos: forma, vzor, podoba nebo obrys“*

Der Begriff Stereotyp erschien zum ersten Mal in Druckwesen und bezeichnete eine Form, Platte. Diese Form wurde für den Druck in hohen Auflagen verwendet. In diesem Sinne ist der Begriff Stereotyp mit dem Begriff Schablone verwandt. Es handelt sich um eine Form, einen Muster oder ein Hilfsmittel aus Holz, Papier, Blech, Kunststoff und so weiter. Diese Form wurde in der Gießereiindustrie oder in dem Maschinenbau benutzt.<sup>2</sup>

## 2.2 Was sind die Stereotype?

In diesem Unterkapitel wird die Frage, was ein Stereotyp ist, beantwortet. Der Begriff Stereotyp hat mehrere und verschiedene Bedeutungen. Das Ziel von diesem Unterkapitel ist, die Bedeutungen zu beschreiben und erklären, welche Unterschiede es zwischen ihnen gibt.

### Die erste Bedeutung:

Stereotyp kann entweder eine wiederholende, unveränderliche Handlung sein oder eine Aktivität, die man regelmäßig durchführt. In diesem Sinne bedeutet Stereotyp etwas wie Adjektive ständig oder unveränderlich. Dieser Bedeutung nach hat der Begriff Stereotyp keine bewertende Funktion und drückt keine emotionelle Färbung aus. Der Begriff in dieser Bedeutung dient nur zur Beschreibung eines Zustandes oder einer Aktivität. Es handelt sich um regelmäßige Aktivitäten, die man selbstverständlich und automatisch macht. Wie zum Beispiel Zähneputzen, schlafen und morgens früh aufstehen, essen, trinken und so weiter.<sup>3</sup>

### Die zweite Bedeutung:

Diese Bedeutung bezeichnet eine motorische Bewegung. Es handelt sich um eine regelmäßige Bewegung eines Teiles des

---

<sup>2</sup> LIČKOVÁ, Eva et al.: *Stereotyp ano i ne: Formy a funkce stereotypu v televizním programu*. Praha, 1982, S. 12

<sup>3</sup> Ebd., S.12

Menschenkörpers. Es handelt sich um regelmäßige Handlungen eines Menschen, die einen wiederholenden Charakter haben. Zum Beispiel das Gehen eines Menschen.<sup>4</sup>

Die dritte Bedeutung, die häufiger verwendet wird und die für diese Arbeit mehr wichtig ist, ist die folgende:

Die Stereotype sind Meinungen eines Menschen oder einer Gruppe über Eigenschaften eines anderen Menschen oder einer anderen Gruppe. Die Stereotype werden durch unsere Wahrnehmung unserer Umgebung und unseren Vorstellungen über anderen Menschen geformt. Dieser Bedeutung nach können die Stereotype sehr langfristig sein. Die Stereotype können entweder positiv oder negativ sein. Aus dieser Sicht haben die Stereotype eine bewertende Funktion und sie drücken eine emotionelle Färbung aus.<sup>5</sup>

In diesem Sinne wurde der Begriff Stereotyp erstmals von Walter Lippman verwendet. Walter Lippman war ein amerikanischer Politologe, Publizist und der Autor von vielen wichtigen Büchern. Der Begriff Stereotyp wurde aus der Sicht der Sozialpsychologie zum ersten Mal in dem Jahr 1922 in seinem Buch „Public opinion“ verwendet. Walter Lippmans Meinung nach, sind die Stereotype stabile, fixierte „*Bilder in unseren Köpfen*“

Diese „Bilder“ präsentieren Vorstellungen der Menschen über ihre Umgebung. Es handelt sich um Vorstellungen oder Ideen, die zu einem gewissen Grad das Verhalten und Handeln der Menschen beeinflussen.

Die Stereotype können also auch durch vergangene Generationen vermittelt werden. Eltern können den Kindern von einem frühen Alter einige Ideen beibringen, die ihre subjektiven Überzeugungen über bestimmte Sachen oder über bestimmte Menschen beeinflussen können.

---

<sup>4</sup> LIČKOVÁ, Eva et al.: *Stereotypy a jejich funkce: Formy a funkce stereotypu v televizním programu*. Praha, 1982, S. 12

<sup>5</sup> PETRUSEK, Miloslav; VODÁKOVÁ, Alena. *Velký sociologický slovník: II. svazek P-Z*. Praha 1996, S. 1230

Diese Ideen können die Wahrnehmung der Realität einer Einzelperson sehr stark beeinflussen.

Beispiel: Wenn Kinder zu einer Familie, die "rassistisch denkt" gehören, ist es sehr wahrscheinlich, dass die Kinder auch "rassistisch denken" werden, weil die Eltern prägen den Kindern diese Ideen von der Jugendzeit ein oder die Kindern können es nur ab und an zu Hause hören und denken dann, dass es so richtig ist, weil die Eltern (die Eltern dienen hier als ein Vorbild für die Kinder) es so gesagt haben.

Daraus ergibt sich die Tatsache, dass die Umwelt, in der sich eine Person bewegt, spielt für die Entwicklung der Stereotype auch eine sehr wichtige Rolle. Die Stereotype wirken als subjektive Meinungen einer Einzelperson über eine bestimmte Tatsache. Die Person ist aber durch ihre Umwelt sehr stark beeinflusst. Hier kommt es also zu der Verletzung der subjektiven Einsicht einer Person, weil die Person die allgemeine Meinungen und die Außenwahrnehmungen übernehmen kann, auch wenn sie dafür keine persönlichen Erfahrungen hat.

zum Beispiel: Herr XY hat als ein Offizier in der Wehrmacht gedient und er hat in dem Zweiten Weltkrieg an der Ostfront gekämpft. In der Schlacht um Stalingrad wurde er schwer verletzt und dabei geriet er in die russische Gefangenschaft. Die Russen haben ihn schlecht behandelt. Nach dem Krieg ist er wieder nach Hause gekommen. Er hat seine Geschichte der ganzen Familie erzählt. Er erzählte seiner Familie über seine schlechten Erfahrungen mit den Russen. Obwohl niemand aus der ganzen Familie keine Russen gesehen hat, haben sie alle gedacht, dass alle Russen schlecht sind. Und dies ist ein Beispiel, der demonstriert, wie einfach ist es, das Nachdenken der Menschen zu beeinflussen. Bei den Familienmitgliedern hat sich nach diesen Erzählungen ein Stereotyp entwickelt, obwohl sie keine subjektiven Erfahrungen mit den Russen hatten. Dies ist auch ein Beispiel der Langfristigkeit der Stereotype.

## 2.3 Funktion von Stereotypen

Die Stereotype helfen den Menschen sich hinter eine imaginäre Schale zu verstecken. Es ist ein typisches Merkmal der Menschen, die Angst von neuen und nicht bekannten Sachen zu haben. Die Stereotype dienen dazu, das Neue und Unbekannte leichter zu klassifizieren und in eine Gruppe von bekannten Sachen einordnen. Es dient als eine Verteidigung, die ein Gefühl von Sicherheit bietet. In diesem Sinne repräsentieren die Stereotype eine etablierte Art der Interpretation der Welt, das heißt, die Form, die wir erwarten. Die Menschen haben dann ein eigenes stabiles Bild von der Welt, in der sie sich bewegen. Das bringt ihnen auch das Gefühl von ihrer festen Position in der Welt und in der Gesellschaft. Die Funktionen der Stereotype lassen sich in vier Grundgruppen klassifizieren:

- 1) *„Layout-Prozess - Die Stereotype dienen dazu, das Sie die Realität in eine einfache Form bringen und spielen eine wichtige Schlüsselrolle in der Ansicht auf die Welt und die Gesellschaft.“<sup>6</sup>*

Daraus folgt: Die Stereotype helfen uns mit der Klassifikation von neuen Sachen und Erlebnissen. Ohne diese Fähigkeit wäre das Gemüt der Menschen ganz überlastet.

- 2) *„Verknüpfungen - Die Vereinfachungen dienen als Verknüpfungen, die direkt zu einer bestimmten Bedeutung führen.“<sup>7</sup>*

---

<sup>6</sup> Mediagram: *Stereotypy, které se projevují v mediovaných reprezentacích* URL: <http://mediagram.cz/cesky-jazyk/stereotypy-ktere-se-projevuji-v-mediovanych-reprezentacich> [Stand: 2.3.2015] proces uspořádání – „Stereotypy slouží k tomu, aby uspořádaly realitu do jednoduše pochopitelné podoby, a hrají klíčovou roli v tom, jak rozumíme světu a společnosti.“ Übersetzt von Radek Hochmut

<sup>7</sup> Mediagram: *Stereotypy, které se projevují v mediovaných reprezentacích* URL: <http://mediagram.cz/cesky-jazyk/stereotypy-ktere-se-projevuji-v-mediovanych-reprezentacich> [Stand: 2.3.2015] zkratky – Díky zjednodušením slouží jako zkratky vedoucí přímo k určitému významu. Übersetzt von Radek Hochmut

Die Verknüpfungen helfen den Menschen die Bedeutung, die sie suchen, einfacher zu finden.

3) *Die Art, wie man auf die Welt hinweist - Stereotype sind soziale Konstruktionen und als solche, repräsentieren sie einen erreichten Konsens im Hinblick auf die Welt. [...].“<sup>8</sup>*

Die Stereotype weisen auf die Realität und auf die Welt hin und so sind sie auch zu verstehen.

4) *„Ausdruck unserer Werte und Haltungen - Stereotype erwerben ihre gesellschaftliche Gültigkeit nur dann, wenn sie eine gemeinsame Überzeugung festlegen, dass sie eine Meinung einer Gruppe repräsentieren. [...].“<sup>9</sup>*

Die Stereotype repräsentieren die Werte und Haltungen der Menschen.

## 2.4 Arten von Stereotypen

Solange der Begriff Stereotyp in verschiedenen wissenschaftlichen Disziplinen figuriert (Soziologie, Psychologie, Soziopsychologie,

---

<sup>8</sup>Ebd. [Stand: 2.3.2015] způsob odkazování na svět – Stereotypy jsou sociálními konstrukcemi a jako takové představují určitý dosažený konsensus v pohledu na svět. V této funkci jsou stereotypy výrazem dominantní ideologie. Stereotypy slouží k tomu, aby dodávali vztahům a rozdělení moci ve společnosti zdání přirozenosti.

Übersetzt von Radek Hochmut

<sup>9</sup> Ebd. [Stand: 2.3.2015] vyjádření našich hodnot a postojů – Stereotypy nabývají svou společenskou platnost, pouze pokud se ustanoví sdílené přesvědčení, že jsou názorem nějaké skupiny. Stereotypy mají tedy postavení konsensu a jako takové nejsou samotným poznáním světa, ale jen nástrojem na posilování převažujících mocenských vztahů ve společnosti. Übersetzt von Radek Hochmut

Wirtschaftswissenschaft und so weiter), haben sich viele Arten von Stereotypen entwickelt. Dies wird vor allem durch die Tatsache verursacht, dass dieses Phänomen durch viele Wissenschaftler und Forscher behandelt wird, die zur Verbreitung von diesem Begriff mit ihrer eigenen Arbeit geholfen haben. Diese Tatsache hat verursacht, dass der Begriff Stereotyp wurde in verschiedene Gruppen hereingelegt wurde oder mit anderen Wörter gesagt, es lassen sich verschiedene Arten von Stereotypen unterscheiden.<sup>10</sup>

#### 2.4.1 Das Werk von Walter Lippman

Wie schon früher in der Arbeit erwähnt wurde, der Begriff Stereotyp wurde zum ersten Mal in dem Jahr 1922 von Walter Lippman verwendet.<sup>11</sup> Walter Lippman war eine wichtige Figur für die Sozialpsychologie. Fast jedes Buch, das ich gelesen habe, enthielt einen Hinweis auf das Werk von Walter Lippman. Walter Lippman hat mehrere Bücher geschrieben. Das Buch „Public Opinion“ wurde als das Hauptwerk für zukünftige Forschung auf diesem Fachgebiet bezeichnet. Wie der Titel „Public Opinion“ oder übersetzt „Die öffentliche Meinung“ andeutet, der Autor befasst sich in diesem Buch mit den öffentlichen Denken der Gesellschaft. Walter Lippman inspirierte eine Reihe von Autoren und dank diesem Fakt gibt es viele Bücher für diese Thematik. Was für sich selbst auch spricht, ist die Tatsache, dass sein Buch „Public Opinion“ eine der meist zitierten Arbeiten des zwanzigsten Jahrhunderts ist.

---

<sup>10</sup> LIČKOVÁ, Eva et al.: *Stereotyp ano i ne: Formy a funkce stereotypu v televizním programu*. Praha, 1982, S. 12

<sup>11</sup> Walter Lippman hat den Begriff Stereotyp zum ersten Mal aus der Sicht der Soziopsychologie verwendet. Der Begriff erschien schon früher – in Drückwessen.

„Berühmt wurde er mit seinem Buch *Public Opinion* aus dem Jahr 1922, die stark die Sozialwissenschaften beeinflusste [...] und sie wurde eine der am meist zitierten Arbeiten im 20. Jahrhundert.“<sup>12</sup>

## 2.4.2 Autostereotyp und Heterostereotyp

Stereotype werden in erster Linie in Autostereotype und Heterostereotype unterteilt. Diese Gliederung wurde auch erstmals von Walter Lippman verwendet.

Die Autostereotype sind diejenigen, die uns selbst entweder als eine Einzelperson oder als ein Mitglied einer Gruppe beurteilen. Es handelt sich um unsere eigene Meinung von uns selbst, wie wir uns selbst bewerten und wie wir uns selbst wahrnehmen und auch wie uns „die Anderen“ sehen.<sup>13</sup>

Im Gegensatz dazu befinden sich die Heterostereotype. Heterostereotype sind solche, „die Andere“ beurteilen. Es handelt sich um unsere eigene Meinungen von anderen Menschen, wie wir sie bewerten und sehen.<sup>14</sup>

Die Heterostereotype drücken teilweise im Gegensatz zu Autostereotype eine negative Bewertung aus. Und hier kommen wir zu der Klassifikation von anderen Gruppen.

## 2.4.3 Positive Stereotype

Die weitere Gliederung besteht in der Beschaffenheit der Stereotype. Die Stereotype haben eine bewertende Funktion – sie sind

---

<sup>12</sup> WIKIPEDIA, 2014: *Walter Lippman* URL:

[http://cs.wikipedia.org/wiki/Walter\\_Lippmann](http://cs.wikipedia.org/wiki/Walter_Lippmann) [Stand: 2. 3.2015] „Proslavil se knihou *Public opinion* z roku 1922, která silně ovlivnila sociální vědy (zejména sociální psychologii, politologii a mediální studia) a stala se v nich jednou z nejcitovanějších prací ve 20. století.“ Übersetzt von Radek Hochmut

<sup>13</sup> BIMAN, Stanislav. *Obraz Němců, Rakouska a Německa v české společnosti 19. a 20. století*. Praha 1998. S. 8

<sup>14</sup> Ebd.



emotional gefärbt, deswegen unterscheiden wir zwischen den positiven und negativen Stereotypen.

Die positiven Stereotype beinhalten keinen negativen Inhalt. Deshalb dienen sie nicht zur Beschreibung der negativen Eigenschaften einer Person oder einer Gruppe. Sie bewerten nur die positiven Eigenschaften einer Person oder Gruppe.

Beispiel: Alle Deutschen sind fleißig.

Ein typisches Merkmal der Deutschen ist die Präzision.

Schwedische Autos sind für die hohe Qualität bekannt.

#### 2.4.4 **Negative Stereotype**

Die negativen Stereotype bewerten die schlechten (oft oberflächlich) Eigenschaften einer Person auf Grund ihrer Zugehörigkeit zu einer Gruppe oder bewerten die Gruppe als eine Gesamtheit. Die negativen Stereotype beinhalten oft einen negativen Inhalt, der keinen wahrheitsgemäßen Hintergrund hat. Hier kommt es oft zur Verallgemeinerungen. Diese Verallgemeinerungen beziehen sich oft auf schlechte Erfahrungen von Menschen mit einer anderen Person, die zu einer bestimmten Gruppe gehört. Hier stehen wir an der Grenze zwischen Stereotypen und Vorurteilen.

Beispiele:

Die Polen sind Diebe! Als ich in Polen im Urlaub war, Sie haben mir mein Auto gestohlen.

Die Russen trinken viel Wodka.

Auf der Grundlage eines einzigen Falles kann man nicht die gesamte Gruppe beurteilen, aber leider passiert es oft. Aufgrund dieser Erfahrung, werde Ich nächstes Mal vorsichtiger sein - Es kommt zur

Entwicklung eines neuen Stereotypes. Negative Stereotype können oft eine bedeutungsvolle Rolle spielen als Instrument der verschiedenen ideologischen Bewegungen. In der Vergangenheit ist es oft vorgekommen.

Beispiel: Die nazistische Propaganda hat in der Zeit vor dem zweiten Weltkrieg und während dem zweiten Weltkrieg eine große Menge Menschen beeinflusst. Andere Beispiele kann man überall in der Geschichte der Welt sehen.

Diese Stereotype entstehen häufig auf der Grundlage der Angehörigkeit zu einer Gruppe und hier kommen wir zu weiteren Gliederungen.

#### **2.4.4.1 Ethnische Stereotype**

Ethnische Stereotype können als Untergruppe von negativen Stereotypen klassifiziert werden, denn sie haben in der Regel eine negative Bedeutung. Ethnische Stereotype werden verwendet, um eine bestimmte ethnische Gruppe, oft eine Minderheit, zu beschreiben. Diese Stereotype entstehen typischerweise auf Grund einer schlechten Erfahrung einer Person, die ein Mitglied der Mehrheitsgruppe der gesamten Bevölkerung ist. Diese Person kann eine schlechte Erfahrung mit einer Person haben, die ein Mitglied einer Minderheit ist. Oft kommt es dazu, dass diese Person vermittelt ihre Erfahrungen an andere Menschen aus ihrer Umwelt und dadurch entstehen Verallgemeinerungen über einer ganzen Gruppe (Minderheit). So werden diese Stereotype verbreitet. Es ist disputabel ob diese Stereotype einen wahrheitsgemäßen Hintergrund haben. Oft stehen diese Stereotype an der Grenze zum Rassismus.

Beispiel: Tschechischer Finanzminister Andrej Babiš hat gesagt, dass die Vietnamesen keine Steuern in der Tschechischen Republik zahlen.<sup>15</sup>

Für diese Behauptung gibt es keine objektiven Beweise. Es ist doch nicht bewiesen, dass alle Vietnamesen keine Steuern zahlen. Auf Grund eines Einzelfalles kann man nicht die ganze Minderheit charakterisieren und bewerten. Diese Art von Stereotypen ist in der Gesellschaft sehr häufig verbreitet. Die ethnischen Stereotype sind sehr stark verwurzelt in der Gesellschaft und es ist auch sehr schwer sie ausmerzen.

#### 2.4.4.2 Genderstereotype

Genderstereotype sind solche, die den Menschen bestimmte Eigenschaften oder Verhaltensweisen aufgrund ihres Geschlechts aufweisen.

Laut einer Studie, die in dem Buch "Stereotypy, předsudky a diskriminace" erwähnt wurde, haben etwa einhundert Studenten eine Aufgabe bekommen. Die Studenten sollten typische männliche und weibliche Eigenschaften in einem Fragebogen markieren. Nach der Analyse haben sich vielfältige Ergebnisse gezeigt.<sup>16</sup>

##### Typische Eigenschaften der Männer:

*„aggressiv  
logisch*

*unabhängig  
nicht emotionell*

---

<sup>15</sup> LIPOLD, Jan (2015): *Babiš, jak známo, úplně zbytečně urazil Vietnamce* URL: <http://nazory.aktualne.cz/komentare/babis-jak-znamo-uplne-zbytecne-urazil-ceske-vietnamce/r~ac364306cbf911e485d7002590604f2e/> [Stand: 6. 3. 2015]

<sup>16</sup> HNILICA, Karel. *Stereotypy, předsudky, diskriminace: (pojmy, měření, teorie)*. Praha 2010, S. 33

*mutig*

*dominant*<sup>17</sup>

Typische Eigenschaften der Frauen:

*„kommunikativ*

*zart*

*sprechen nicht vulgär*

*sind Sicherheitsbedürftig*

*widerspiegeln die Gefühle anderer*

*haben Interesse an ihr Aussehen*<sup>18</sup>

Wie bei anderen Stereotype, zeigen diese Ergebnisse Elemente der Verallgemeinerungen. Auf der Basis der subjektiven Ansichten der Befragten haben sich nicht objektive Bilder über die Frauen und Männer gezeigt. Diese Eigenschaften sind doch nicht typisch für alle Frauen und Männer. Und daraus wiederum folgt, dass die Stereotype sollten nicht von so großer Bedeutung sein. Stereotype verhindern die objektive Wahrnehmung der Menschen.

zum Beispiel: In der Vergangenheit sollten die Frauen nur als Haushälterinnen wirken und ihre Hauptaufgabe war, sich um den Haushalt zu kümmern und kochen. Es war sehr ungewöhnlich, dass eine Frau zur Arbeit ging und der Mann zu Hause war. Ein Mann wurde als Ernährer der ganzen Familie bezeichnet. Der Mann sollte das Familieneinkommen sicherstellen.

Dies ist wieder ein typisches Beispiel der Genderstereotype. Diese Art von Stereotypen ist nicht so langfristig wie die anderen, d.h. die ändern sich im Laufe der Zeit sehr schnell. Heute haben die Frauen eine gleichwichtige Rolle in der Gesellschaft wie die Männer. Vor allem in den hochentwickelten Länder z.B. in Europa usw.

---

<sup>17</sup> HNILICA, Karel. *Stereotypy, předsudky, diskriminace: (pojmy, měření, teorie)*. Praha 2010, S. 33 – „agresivní, nezávislý, logický, neemocionální, odvážný, dominantní“ Übersetzt von Radek Hochmut

<sup>18</sup> Ebd. S. 34 – „hovorná, jemná, nemluví hrubě, má silnou potřebu bezpečí, reflektuje city druhých, zajímá se o svůj vzhled.“ Übersetzt von Radek Hochmut

## 2.4.5 Kulturelle Stereotype

Diese Art von Stereotypen widerspiegelt das Verhalten und kulturelle Gewohnheiten einer Gesellschaft oder eines Volkes. In diese Gruppe gehören auch die „nationale Stereotype“. Bei diesen Stereotypen sollen wir zuerst die Form, (von Walter Lippman) unterscheiden, das heißt ob es sich um die Autostereotype oder Heterostereotype handelt. Bei dieser Art sind beide Aspekte möglich – Wie sehen wir uns selbst und wie sehen uns die anderen. Oft kommt es dazu, dass diese beide Aspekte verschieden sind, weil wir können uns selbst anders sehen, als die anderen Leute uns sehen und umgekehrt.

### Beispiel aus der Deutsch-Tschechischen Sicht:

Wie sich die Tschechen in Deutschland benehmen, widerspiegelt ihr Bild in der deutschen Einsicht. Man kann nicht genau sagen, was die Deutschen über die Tschechen denken. Alles hängt an der Tatsache welche Erfahrungen die Deutschen mit der Tschechischen Republik und ihren Einwohnern haben. Leute, die in Bayern leben, werden unterschiedliche Meinungen und andere Erfahrungen mit den Tschechen haben als zum Beispiel die Menschen, die im Ruhrgebiet wohnen.

Diese Stereotype sind auch sehr langfristig, es ist sehr schwierig sie zu ändern. Sie haben einen kollektiven Charakter, aber es ist wieder sehr wichtig, welche Einzelpersönlichkeiten es gibt in der Gesellschaft und wie werden es diese Einzelpersönlichkeiten bewältigen. Diese Art von Stereotypen ist überall in der Welt zu sehen. Es ist schon typisch, dass die Menschen in verschiedenen Länder Verallgemeinerungen über andere Völker haben.

## 2.4.6 Dynamisches Stereotyp

Dieser Begriff wurde erstmals von Ivan Petrovič Pavlov verwendet. Petrovič bezeichnete diesem Begriff als *„eine gleichgewichtige und homogene Anordnung von bedingten und unbedingten Prozessen wiedergespiegelt durch die Aktivitäten der Großhirnrinde“*<sup>19</sup>

## 2.4.7 Lebensstereotyp

Dieser Begriff bezeichnet entweder eine wiederholende, unveränderliche Handlung, oder eine Aktivität, die man regelmäßig durchführt.

*„Lebensstereotyp - vager verwendeter Begriff für feste, ritualisierte Lebensformen - Zeitplan, Verwendung der Zeit und Umgebung. [...]“*<sup>20</sup>

Beispiel: Rudi arbeitet in einer Werkstätte. **Jedem Tag** muss er um 5.30 Uhr aufstehen. Der Bus zur Arbeit fährt um 6.15 Uhr ab. Um 7 Uhr muss er schon Arbeiten. Sein Arbeitstag endet um 16.30 Uhr. Diese Aktivitäten macht er jedem Tag: von Montag bis Freitag. Sein Leben bezeichnet er als routinemäßig. Diese Aktivitäten sind schon ritualisiert, es handelt sich um einen Lebensstereotyp.

Der Begriff Lebensstereotyp entspricht der ersten Bedeutung in dem Unterkapitel “2.2 - Was sind die Stereotype?”.

---

<sup>19</sup> PETRUSEK, Miloslav; VODÁKOVÁ, Alena. *Velký sociologický slovník: II. svazek P-Z*. Praha 1996, S.1230, *„Je to rovnovážné a homogenní uspořádání všech podmíněných a nepodmíněných procesů, odrážených činností mozkové kůry.“*  
Übersetzt von Radek Hochmut

<sup>20</sup> Ebd. S.1230, *„stereotyp životní - vágně užívaný pojem pro ustálené, ritualizované životní formy, rozvrh dne, využívání času a prostředí.“*  
Übersetzt von Radek Hochmut

## 2.5 Abgrenzung der Stereotype von anderen Begriffen

Der Begriff Stereotyp wird oft mit anderen Begriffen verwechselt. Wir unterscheiden zwischen anderen Begriffen wie zum Beispiel: Vorurteil, Klischee oder Mythos. Alle diese Begriffe können auf den ersten Blick als Synonyme für den Begriff Stereotyp wirken. Es ist aber nicht wahrheitsgemäß.

### 2.5.1 Vorurteil

Ein Vorurteil ist schwer von Stereotypen abzugrenzen. Ein Vorurteil kann Form eines Stereotyps haben. Die Vorurteile haben aber immer eine negative Bedeutung, deswegen sind die Vorurteile mit den negativen Stereotypen sehr ähnlich.

*„Vorurteil ist eine besondere Art von Stereotypen. Es ist eine Verallgemeinerung, unter denen bestimmte Kategorien von Menschen eine geringere Qualität als wir selbst haben, [...]“<sup>21</sup>*

Die Vorurteile stehen an der Grenze zur Diskriminierung. Es lassen sich viele Arten der Vorurteile unterscheiden, aufgrund der Angehörigkeit zu einer bestimmten Gruppe.

### 2.5.2 Klischee

Der Begriff Klischee ist wieder einer der Begriffen, die schwer von Stereotypen abzugrenzen sind. Im Vergleich mit dem Begriff Urteil ist der Begriff Klischee nicht zu bewerten. Dieser Begriff hat keine emotionale Färbung, d.h. wir unterscheiden nicht zwischen positiven oder negativen

---

<sup>21</sup> PETRUSEK, Miloslav; VODÁKOVÁ, Alena. *Velký sociologický slovník: II. svazek P-Z*. Praha 1996, S. 875 „Předsudek je zvláštním druhem stereotypu, je zobecněním, podle něhož určitá kategorie lidí má kvalitu nižší než my sami, přičemž tento názor je brán za daný bez dalšího přezkušování.“ Übersetzt von Radek Hochmut

Klischees. Vor allem sprechen wir über Filmklischees, Lebensklischees und so weiter.

*„[...] oft wiederholte Verbindung Ideen oder Wörter (Phrase). Meistens eine überlastete Metapher, die mit gedankenlosen Wiederholungen ihre Bedeutung verloren hat und hat sich zur konventionellen Banalität und Phrase entwickelt.[...]“<sup>22</sup>*

### 2.5.3 Mythos

Der wichtigste Unterschied zwischen dem Mythos und dem Stereotyp ist der Wahrheitswert. Der Mythos ist oft völlig unwahrhaftig. Man kann nicht genau sagen ob es real oder nicht real ist. Im Vergleich mit den Stereotypen sind die Mythen auch sehr langfristig und sehr fest in der Gesellschaft eingebürgert. Mythos entspricht mehr einer Sage oder einer Legende.

---

<sup>22</sup> Klišé. In: *Wikipedia: the free encyclopedia*, San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, URL: <http://cs.wikipedia.org/wiki/Kli%C5%A1%C3%A9> [Stand: 18.3.2015] „často opakované spojení představ nebo slov (slovní spojení). Nejčastěji otřelá metafora, která bezmyšlenkovitým opakováním ztratila smysl a stala se konvenční banalitou a frází.“ Übersetzt von Radek Hochmut



## B. PRAKTISCHER TEIL

In dem praktischen Teil der Arbeit werden die Wortmateriale, die Internet-Quellen und die Bildmateriale zum Thema Stereotype über die Tschechen aus der deutschen Sicht analysiert. Der praktische Teil wird in zwei Hauptkategorien unterteilt:

- 1) Die Analyse der Literatur und Bildmateriale
- 2) Auswertung von Fragebögen, die von verschiedenen deutschen Befragten ausgefüllt wurden.

### 3 STEREOTYPE ÜBER TSCHECHEN AUS DEUTSCHER SICHT

Die Stereotype ändern sich im Laufe der Zeit. Dies gilt auch in Falle der gemeinsamen Beziehungen der Tschechen und der Deutschen. Nicht immer war das Zusammenleben dieser beiden Länder idyllisch. Einige Autoren bezeichnen die gegenseitigen Beziehungen zwischen Tschechen und Deutschen als konfliktgeladen, wie der Name eines Buches andeutet „*Konfliktní společenství: Češi a Němci 1780-1918*“.<sup>23</sup>

Diese Beziehungen und gegenseitige Meinungen entwickelten sich ständig und unterlagen ständigen Veränderungen, abhängig von der aktuellen Entwicklung der Politik und den Zustand der Gesellschaft. Seit der Zeit der Hussitenkriege, über das problematische 19. Jahrhundert, bis zum 20. Jahrhundert- Zeit der beiden Weltkriege. Diese Beziehungen und gegenseitige Bilder haben sich ständig geändert. Im Vergleich zu dem vorherigen Kapitel – “Stereotype allgemein“ gibt es zu diesem Kapitel – “Stereotype über die Tschechen“ nur wenig Literatur. Es handelt sich vor allem um ethnische und kulturelle Stereotype. Diese Tatsache ist relativ überraschend, weil diese zwei Völker miteinander sehr fest verbundene Geschichte haben.

---

<sup>23</sup> KŘEN, Jan. *Konfliktní společenství: Češi a Němci 1780-1918*. Praha 1990

### 3.1 Stereotype im Wort

Auf den ersten Blick könnte es erscheinen, dass die Menge der Stereotype über die Tschechen in Deutschland sehr zahlreich ist. Eine große Überraschung war die Tatsache, dass diese Behauptung nicht ganz wahrheitsgemäß ist. Aus der tschechischen Sicht kann das ziemlich überraschend wirken, da sich die Tschechen selbst nicht besonders positiv bewerten. In der Literatur gibt es nicht viele Stereotype über die Tschechen, aber manche wiederholen sich oft in mehreren Quellen.

#### 3.1.1 Der brave Soldat Schwejk

Das verbreitetste Kulturstereotyp über die Tschechen in Deutschland ist die Bezeichnung der Tschechischen Republik als die Heimat von Josef Schwejk. Die Figur des braven Soldaten Schwejks und seine Abenteuer gelten in Deutschland als eine der meist bekanntesten literarischen Schöpfungen aus Tschechien. „*Gern bedienen sich deutsche Medien auch des Bildes vom tschechischen Schwejk*“<sup>24</sup>. Die Deutschen bewundern die Genialität der Arbeit von Jaroslav Hašek und auch die Genialität der Hauptfigur selbst. Schwejks Ansicht auf die Welt wird „*als kleinbürgerlicher Egoismus oder als stiller Protest gegen der Sprache der Ideologie*.“<sup>25</sup> bezeichnet. Dies zeigt eine Art von Zauber der Figur von Josef Schwejk. Auf den ersten Eindruck wirkt Schwejk oft, wie ein Mann, der dumm, arglos, ehrlich und gehorsam ist, aber seine Dummheit verbirgt seine Schläue und Scharfsinn.

Es kommt oft vor, dass die Deutschen die Tschechen in verschiedenen Situationen, als eine Nation der „Schwejks“ bezeichnen. Als ein Beispiel kann die folgende Zeitungsüberschrift erwähnt werden:

---

<sup>24</sup> SCHMIDT, Hans-Jörg. *Tschechien. Eine Nachbarschaftskunde für Deutsche*. Berlin 2008, S.18

<sup>25</sup> KOSCHMAL, Walter; NEKULA, Marek; ROGALL, Joachim. *Deutsche und Tschechen: Geschichte - Kultur - Politik*. Bonn 2005, S. 555

*„Jetzt sind auch die Schwejks in der NATO“<sup>26</sup>*

Diese Zeitungsüberschrift weist auf den tschechischen Beitritt in die NATO im Jahre 1999 hin. Hans-Jörg Schmidt kritisiert diese Bezeichnung im Zusammenhang mit den tschechischen Soldaten in seinem Buch „Tschechien eine Nachbarschaftskunde für die Deutschen“. Er findet es sehr anstößig, weil die tschechische Armee über Elitetruppen disponiert, die im NATO-Vergleich an der Spitze stehen. Eine andere Quelle bezeichnet die Tschechen als die „Schwejks“ in einem anderen Zusammenhang.

*„Schwejk zieht in die Welt hinaus: Die Bürger Tschechiens stimmen für den Beitritt zur Europäischen Union.“<sup>27</sup>*

Diese Zeitungsüberschrift reagiert auf das Ergebnis der Volksabstimmung über den Beitritt der Tschechischen Republik zur Europäischen Union.

Ein anderer Artikel in Frankfurter Allgemeine Zeitung befasst sich mit der Novelle des tschechischen Strafgesetzbuches.

*„Aber im September 2000 kam dem Tschechischen Nationalrat die Idee, das Strafgesetzbuch zu novellieren und damit eine Realsatire zu ermöglichen, die einen Hasek begeistert hätte.“<sup>28</sup>*

Es ist sehr überraschend, dass dieses Stereotyp in Deutschland so weit verbreitet ist. In der Tschechischen Republik wird die Arbeit von Jaroslav Hašek nicht so stark wahrgenommen.

---

<sup>26</sup> SCHMIDT, Hans-Jörg. *Tschechien. Eine Nachbarschaftskunde für Deutsche*. Berlin 2008, S. 20

<sup>27</sup> ZENTRUM GEGEN VERTREIBUNGEN BOHEMISTIK. *Deutsche Stereotypen über die Tschechen, ihr Land und ihre Geschichte* URL: <http://bohemistik.de/stereotypeneinfuehrung.html> [Stand: 13.2.2015]

<sup>28</sup> PROCHÁZKOVÁ, Barbora, SCHROETTER, Katharina. *Důvtipný Švejk a puntičkářský Helmut. S. 11.* URL [http://www.cnmf.cz/websites/wp-content/uploads/2012/05/svejk\\_a\\_helmut2.pdf](http://www.cnmf.cz/websites/wp-content/uploads/2012/05/svejk_a_helmut2.pdf) [Stand: 13.2.2015]

### 3.1.2 Tschechischer Bierkonsum

Das Bier gilt in der Tschechischen Republik als das Nationalgetränk und die tschechische Liebe zum Bier ist weltweit bekannt. In Deutschland ist diese Tatsache auch deutlich bemerkbar, aber diese "Liebe" haben beide Länder gemeinsam. Die Tschechische Republik ist an erster Stelle in Bierkonsum. Einer Forschung zufolge hat Tschechien den höchsten Verbrauch dieses Getränkes. Im Jahre 2013-2014 hat jeder Tscheche etwa 148,6 Liter Bier getrunken. Deutschland hat den dritten Platz mit 106,1 Litern pro Person und Jahr besetzt.<sup>29</sup>

Diese Tatsache kann in den Augen der Tschechen und auch anderen Nationen schändlich scheinen und diese Situation kann als ein negatives Stereotyp wirken. Auch Schmidt in seinem Buch „Tschechien eine Nachbarschaftskunde für Deutsche“ erwähnt diesen tschechischen Primat mit folgenden Worten:

*„Das ist der Weltrekord, wenn auch ziemlich der einzige, den die Tschechen halten.“<sup>30</sup>*

Der Autor fährt fort und bezeichnet den Konsum des Bieres in der Tschechischen Republik als ein bestimmtes Ritual. In der Zeit, in der man in Deutschland gewöhnlich frühstückt, sitzen schon einige Tschechen in der Gaststätte und trinken Bier.<sup>31</sup>

Die Kneipen in der Tschechischen Republik dienen als ein Ort, wo sich die Menschen treffen und diskutieren über alle mögliche Dinge. Es könnte als eine Art von "Kulturzentrum" bezeichnet werden. Kneipenkultur in der Tschechischen Republik ist stark mit dem Konsum von Bier verbunden und es ist eine "traditionelle Angelegenheit", die von Natur aus

---

<sup>29</sup> FOOD REPUBLIC EST 2010. *Ranked: 50 Countries That Drink The Most Beer Around The World* URL:

<http://www.foodrepublic.com/2014/09/29/ranked-50-countries-drink-most-beer-around-world> [Stand: 25.3.2015]

<sup>30</sup> SCHMIDT, Hans-Jörg. *Tschechien. Eine Nachbarschaftskunde für Deutsche*. Berlin 2008, S. 186

<sup>31</sup> Ebd. S. 185

zur tschechischen Nation und ihrer Kultur gehört. So wird die Tschechische Republik im Ausland wahrgenommen.

„*Die Kneipe – das wahre Wohnzimmer der Tschechen*“<sup>32</sup>

Dieses Stereotyp ist so weit verbreitet, dass, wenn man in Deutschland eine Frage über die Tschechien stellt, als erste Antwort bekommt man das Bier oder Bierkonsum. Diese Tatsache wird in dem Teil- Auswertung von Fragebögen belegt.

### 3.1.3 Tschechen – ein Volk der Wochenendhäuser

Dieses kulturelles Stereotyp ist wieder für die Tschechen sehr typisch. Schmidt bezeichnet die Tschechen als “Homo chalupář” und sagt, dass die Tschechen ihren Urlaub lieber Wochenendhaus verbringen, als ans Meer zu fahren.<sup>33</sup> Im Ausland ist es nicht so gewöhnlich, ein Wochenendhaus zu haben. Aus dieser Sicht sind die Tschechen im internationalen Vergleich auf Rang zwei. Nur die Schweden haben mehr Wochenendhäuser. Nach aktuellen Angaben<sup>34</sup> besitzen etwa 400.000 tschechische Familien ein Wochenendhaus.<sup>35</sup>

Die Wochenendhäuser sind in der Tschechischen Republik sehr beliebt und gehören auch zu der tschechischen Kultur. Es ist aufgrund der Tatsache, dass vor dem Jahr 1989, während der kommunistischen Ära, die Menschen in der Tschechoslowakei nicht so viele Möglichkeiten hatten. Es war nicht so gewöhnlich und automatisch ins Ausland

zu reisen wie Heutzutage. Aus diesem Grund wurden die Wochenendhäuser so beliebt. Ein Wochenendhaus haben vor allem

---

<sup>32</sup> SCHMIDT, Hans-Jörg. *Tschechien. Eine Nachbarschaftskunde für Deutsche*. Berlin 2008, S. 185

<sup>33</sup> Ebd. S. 175

<sup>34</sup> Diese Information wurde am 9.10.2014 publiziert.

<sup>35</sup> FARKACOVA, Eva. *Meine Chata – Tschechen, das Volk der Wochenendhäuser*. URL: <http://www.ecointernational.at/experts-friends-more/experts-friends-%20more/article/meine-chata-tschechen-das-volk-der-wochenendhaeuser/> [Stand: 25.3.2015]

Menschen, die in größeren Städten leben und das Wochenendhaus dient ihnen zur Erholung und ist mit anderen typischen tschechischen Hobbys, wie Pilze sammeln verbunden.

*„In der Zeit nach der Revolution haben viele Menschen versucht, ins Ausland zu reisen, also das kennen zu lernen, was sie vorher nicht erleben konnten. Aber im Laufe der Zeit ist die Mode der Chata zurückgekehrt“<sup>36</sup>*

Laut einem Artikel, 40 Prozent der Tschechen verbringen ihren Urlaub im Ausland am Meer und 38 Prozent der Tschechen verbringen ihren Urlaub im Wochenendhaus. Das belegt die ständige Popularität der Wochenendhäuser in der Tschechischen Republik.<sup>37</sup>

### **3.1.4 Tschechen – problematische Auseinandersetzung mit eigener Geschichte**

Nach einer Studie, die von Barbora Procházková und Katharina Schroeter, die im März 2003 veröffentlicht wurde, wurden die Tschechen bezeichnet, als eine Nation, die ein Problem mit der Einordnung ihrer eigener Geschichte hat. Diese beiden Damen haben die deutschen Zeitungen untersucht<sup>38</sup> und haben Statistiken über die häufigsten Stereotype über die Tschechen in der deutschen Presse erstellt. Dieser Studie nach, werden die Tschechen als eine Nation bezeichnet, die ein Problem mit ihrer eigener Geschichte hat.<sup>39</sup>

---

<sup>36</sup> WIEDEMANN, Andreas. ČESKÝ ROZHLAS. *Die Tschechen: Ein Volk der Wochenendhäuser*: Radio Praha. URL <http://www.radio.cz/de/rubrik/geschichte/die-tschechen-ein-volk-der-wochenendhaeusler> [Stand: 25.3.2015]

<sup>37</sup> ebenda

<sup>38</sup> Süddeutsche Zeitung und Frankfurter Allgemeine Zeitung

<sup>39</sup> PROCHÁZKOVÁ, Barbora, SCHROETTER, Katharina. *Důvtipný Švejk a puntičkářský Helmut. S. 11*. URL [http://www.cnm.cz/websites/wp-content/uploads/2012/05/svejk\\_a\\_helmut2.pdf](http://www.cnm.cz/websites/wp-content/uploads/2012/05/svejk_a_helmut2.pdf) [Stand: 25.3.2015]

Dieses Stereotyp besteht aus einer Reihe von Ereignissen, die die tschechisch-deutschen Beziehungen und die Koexistenz beider Völker beeinflusst haben, vor allem die Ereignisse des 20. Jahrhunderts. Sehr lange dauerte es, bevor die beiden Nationen in der Lage waren, die Ereignisse des Zweiten Weltkrieges und der Zeit nach dem Zweiten Weltkrieg zu vergeben. Aus der deutschen Sicht handelte es sich vor allem um die Vertreibung der Deutschen aus dem tschechischen Grenzgebiet auf der Grundlage der Benes-Dekrete. Dieses Thema ist in Deutschland und auch in der Tschechischen Republik immer noch viel diskutiert. Dieses Thema steht in Verbindung mit weiteren Ergebnissen der Studie über die Tschechen, das in den deutschen Zeitungen erschien. Auf Rang zwei stand die Behauptung, dass die Tschechen die Kollektivschuldthese vertreten. Dies wurde wieder im Zusammenhang mit den Benes-Dekreten und anschließender Vertreibung der Deutschen aus der Tschechoslowakei veröffentlicht.<sup>40</sup>

### 3.1.5 Tschechen klauen

Diese Behauptung gehört zu der Gruppe der negativen Stereotype. Dieses Stereotyp ist weit verbreitet und reflektiert nicht nur das Bild der Tschechen, sondern auch anderer slawischer Völker in den deutschen Augen. Diese Behauptung wird noch in dem Teil Fragebögen-Analyse bestätigt.

Die erste Erwähnung über die Diebstahle und die Entwicklung dieses Stereotypes stammte aus der Zeit des Zusammenbruches des kommunistischen Regimes in der Tschechoslowakei im Jahre 1989. Es kam zu der Öffnung der Grenzen und die tschechoslowakischen Staatsbürger besuchten ihre Nachbarn. Vor allem Deutschland und

---

<sup>40</sup> PROCHÁZKOVÁ, Barbora, SCHROETTER, Katharina. *Důvtipný Švejk a puntičkářský Helmut. S. 11. URL*  
[http://www.cnm.cz/websites/wp-content/uploads/2012/05/svejk\\_a\\_helmut2.pdf](http://www.cnm.cz/websites/wp-content/uploads/2012/05/svejk_a_helmut2.pdf)  
[Stand: 25.3.2015]

Österreich. Kurz nach der Eröffnung der Grenzen erschienen in deutschen und österreichischen Geschäften die Aufschriften mit negativem Inhalt:

*„Češi, nekrást prosím!“ oder „Tschechen, nicht klauen bitte!“*

Diese Aufschrift gilt heutzutage schon als ein Mythos, aber der Wahrheitswert dieser Aufschrift wirkt disputabel. Im Internet sind viele Links zu finden, die sich mit dieser Behauptung beschäftigen, aber nirgendwo wird diese Behauptung mit konkretem Bildmaterial belegt.<sup>41</sup> Um den Wahrheitswert der Aufschriften zu belegen, musste ich mich bei jemandem aus Deutschland befragen.

*Robert D., 54, Weiden in der Oberpfalz*

*„Ja, diese Behauptung ist wahr, kurz nach der Wende gab es verschiedene Fälle, wo die Tschechen beim Stehlen erwischt wurden. Diese Inschriften erschienen hier in der Zeit“<sup>42</sup>*

Dass die Tschechen stehlen, wurde auch mehrmals durch eine Forschung von britischer Agentur „Center for Retail research“ unterstützt. Die Tschechen haben den ersten Platz in Bezug auf Diebstahl im Einzelhandel im Gebiet der Tschechischen Republik mehrmals belegt. Dieser Studie nach haben die tschechischen Einzelhändler in dem Jahr 2011 einen Verlust von 9,6 Milliarden Kronen registriert.<sup>43</sup>

Mit diesem Kapitel sind auch die Warnungen im Leitfaden für deutsche Touristen in der Tschechischen Republik verbunden. Dieser

---

<sup>41</sup> GOOGLE. *„češi nekrást tady“*: Google Česká republika URL <http://1url.cz/Avkh> [Stand: 26.3.2015]

<sup>42</sup> Übersetzung des Telefongesprächs von 20.3.2015 „Ano toto tvrzení je pravdivé, po revoluci se odehrálo několik případů, kdy byli češi přistiženi při krádeži a tyto nápisy se tu nějaký čas objevovaly.“

<sup>43</sup> JÚZLOVÁ, Petra. LIDOVÉ NOVINY. *Češi ukradnou z obchodů miliardy. Amnestie situaci zhoršila*: lidovky.cz 27.5.2013 URL [http://byznys.lidovky.cz/cesi-ukradnou-z-obchodu-miliardy-amnestie-situaci-zhorsila-p4b-/firmy-trhy.aspx?c=A130526\\_223052\\_firmy-trhy\\_vs](http://byznys.lidovky.cz/cesi-ukradnou-z-obchodu-miliardy-amnestie-situaci-zhorsila-p4b-/firmy-trhy.aspx?c=A130526_223052_firmy-trhy_vs) [Stand: 26.3.2015]



Leitfaden warnt die deutschen Touristen vor Gefahren, die auf sie in der Tschechischen Republik lauern. Es handelt sich insbesondere um überbewertete Souvenirs, gefälschte Markenware, Geldwechsel und so weiter.

„[...]Die Souvenirs, die auf der Straße angeboten werden, sind fast immer überbewertet.“<sup>44</sup>

„Geld wechseln auf der Straße sollten Sie auf keinen Fall, [...] es handelt sich fast immer um Betrug [...]“<sup>45</sup>

im Mittelpunkt der Aufmerksamkeit stehen auch die Prager Taxifahrer, die weltweit “berühmt“ sind. Die Prager Taxifahrer verlangen oft von Touristen überbewertete Geldbeträge und “verbessern“ die Reputation der Tschechischen Republik. Es ist aber wichtig zu erwähnen, dass diese Bezeichnung nicht für alle Taxifahrer in Prag gilt. Es handelt sich um Einzelfälle. Diese Angelegenheit wurde auch in einer tschechischen Internet-Sendung erklärt.<sup>46</sup>

Wenn man im deutschen oder im österreichischen Wörterbuch ein Synonym für stehlen sucht, findet man eine umgangssprachliche Kollokation “böhmisch einkaufen“. Das unterstreicht die Gültigkeit dieser negativen Stereotype über die Tschechen.<sup>47</sup>

---

<sup>44</sup> CZECH-TOURIST.DE. *Touristenfallen Tschechien: Aufpassen beim Einkauf, Souvenirs, Strafe zahlen und vor Taschendieben*. URL <http://www.czech-tourist.de/touristenfallen.htm> [Stand: 26.3.2015]

<sup>45</sup> Ebd.

<sup>46</sup> Es handelt sich um die Sendung “Praha vs Prachy“  
STREAM.CZ. *Praha vs. Prachy*. URL

<https://www.stream.cz/porady/praha-vs-prachy> [Stand: 26.3.2015]

<sup>47</sup> KORREKTUREN.DE PORTAL FÜR RECHTSCHREIBUNG. *stehlen*. URL <http://www.korrekturen.de/synonyme/stehlen/> [Stand: 26.3.2015]

### 3.1.6 Tschechen – Nationalisten und Rassismus

Nach der Studie von Barbora Procházková und Katharina Schroeter, die in dieser Arbeit schon erwähnt wurde, wurden die Tschechen als Nationalisten bezeichnet. Diese Bezeichnung erschien nur fünfmal in den deutschen Zeitungen, die die Damen analysiert haben. Der Nationalismus wird den Tschechen im Zusammenhang mit den Benes-Dekreten zugeschrieben.<sup>48</sup> Es ist offensichtlich, dass die Frage der Benes-Dekrete noch nicht ganz abgeschlossen ist und wird noch lange zur Diskussion werden.

In den deutschen Zeitungen wird als Nationalist auch der gegenwärtige tschechische Präsident Milos Zeman bezeichnet. Es ist vor allem wegen seiner Präsidentschaftswahlkampf in dem Jahr 2013. Er wurde angeklagt, dass er den Namen und das Bild seines Konkurrenten Karel Schwarzenbergs verleumdete.<sup>49</sup>

Die Tschechen werden oft im Zusammenhang mit Rassismus bezeichnet. Es ist vor allem wegen der schlechten Beziehungen mit der Roma-Minderheit in der Tschechischen Republik. Auch Schmidt befasst sich mit diesem Problem in seinem Buch. In einem Kapitel – „Die ungeliebten Roma“ beschäftigt er sich hauptsächlich mit den Ereignissen aus den 1990er Jahren von Ústí nad Labem. In der Zeit wurde eine Mauer in Mateční Straße in Ústí nad Labem gebaut. Diese Mauer wurde gebaut, um den Teil der Straße, in dem die Roma lebten zu trennen. Dies zog die Aufmerksamkeit der ganzen Welt auf sich und die Tschechische Republik stand gegenüber einer großen Welle der Kritik.<sup>50</sup>

---

<sup>48</sup> PROCHÁZKOVÁ, Barbora, SCHROETTER, Katharina. *Důvtipný Švejk a puntičkářský Helmut*. S. 12. URL [http://www.cnm.cz/websites/wp-content/uploads/2012/05/svejk\\_a\\_helmut2.pdf](http://www.cnm.cz/websites/wp-content/uploads/2012/05/svejk_a_helmut2.pdf) [Stand: 25.3.2015]

<sup>49</sup> BÖHLER, Werner, FALATHOVÁ, Alena. KONRAD-ADENAUER-STIFTUNG. *NATIONALISMUS UND POPULISMUS ENTSCHIEDEN DIE PRÄSIDENTSCHAFTSWAHL IN TSCHECHIEN*: Auslandsbüro Tschechische Republik URL <http://www.kas.de/tschechien/de/publications/33389/> [Stand: 25.3.2015]

<sup>50</sup> SCHMIDT, Hans-Jörg. *Tschechien. Eine Nachbarschaftskunde für Deutsche*. Berlin 2008. S.162

„Die Tschechen wurden selbst in Ländern, in denen man sich bis kaum für sie interessierte, mit einem Mal als schlimme Nationalisten und Rassisten abgestempelt“<sup>51</sup>

Diese Situation ist heutzutage bereits besser, aber diese Bezeichnung blieb den Tschechen immer noch. Das wird noch in dem Teil Fragebögen-Analyse bestätigt.

### 3.1.7 Tschechen – ein Handy-Volk

Die Ausländer, die in der Tschechischen Republik studieren oder leben, behaupten, dass die Tschechen ein Handy-Volk sind. Offizielle Angaben zeigen, dass im Jahr 2012 in der Tschechischen Republik 14.245.000 SIM-Karten im Umlauf waren. Im Vergleich mit anderen Ländern, gehört die Tschechische Republik zur Weltspitze. Auf einen Mensch fallen 1,36 Sim-Karten zu.<sup>52</sup>

Schmidt bezeichnet die Tschechen als die „Handy-verrückteste Nation dieser Erde“. Er hat die Tschechen mit den Deutschen verglichen und sagte, dass die Tschechen ihre Handys zu oft benutzen.<sup>53</sup> Für die Ausländer ist diese Tatsache sehr störend. In einigen Ländern ist die „Handy-Kultur“ nicht so verbreitet, wie in der Tschechischen Republik. Wenn man ein Handy oft benutzt, wirkt es unanständig.

Lidové noviny haben eine Meinungsumfrage für die Ausländer erstellt und fragten, was stört die Ausländer in der Tschechischen Republik am meisten. Unter den Antworten, die sie bekommen haben, haben auch Antworten der Art „tschechische Handymanie“ aufgetreten. Die Befragten

---

<sup>51</sup> SCHMIDT, Hans-Jörg. *Tschechien. Eine Nachbarschaftskunde für Deutsche*. Berlin 2008. S.162

<sup>52</sup> O2. O2 CZECH REPUBLIC A.S.. *Vydali jsme již 19,495 milionu SIM karet* 17.5.2012  
URL <http://www.o2.cz/spolecnost/cisla-a-zajimavosti/285429>  
[vydali\\_jsme\\_jiz\\_19\\_495\\_milionu\\_sim\\_karet.html](#) [Stand: 27.3.2015]

<sup>53</sup> (SCHMIDT, Hans-Jörg. *Tschechien. Eine Nachbarschaftskunde für Deutsche*. Berlin 2008. S.181

sagten, dass die Tschechen sich sehr unangenehm benehmen, wenn sie telefonieren. Vor allem in den öffentlichen Verkehr.<sup>54</sup>

## 3.2 Stereotype im Bild

Die Bilder oder Karikaturen haben oft eine starke Macht und wichtige Funktion. Die Bilder können oft vermitteln, was die Wörter nicht können. Die Bilder oder Karikaturen oft widerspiegeln die Ereignisse, die sich in der Gesellschaft abspielen. Die Karikaturen reflektieren oft verschiedene Arten der Stereotype und stellen oft den Inhalt der Stereotype dar. Wie die Stereotype, auch die Bilder oder Karikaturen ändern sich wie die Zeit läuft.

In dieser Arbeit werden unterschiedliche Karikaturen aus verschiedenen Epochen dargestellt. Diese Karikaturen sind in dem Teil Anlagen 1 zu finden.

### 3.2.1 Bilder und Karikaturen aus den Jahre 1848-1945

Die ersten wechselseitigen Karikaturen der Deutschen und Tschechen haben ihren Ursprung in dem 19. Jahrhundert. Diese Zeit war für die Tschechen sehr wichtig und sehr kompliziert. In dieser Zeit haben die Tschechen der Germanisierung gegenübergestanden. Die wechselseitigen Karikaturen entsprechen der damaligen Situation. Der Tscheche wird als der „tschechische Wenzel“ bezeichnet und der Deutsche wird als der „deutsche Michel“<sup>55</sup> bezeichnet. In dieser komplizierten Zeit kam es zur abwertenden Bezeichnungen der „anderen“. Die Karikaturen aus dieser Zeit haben oft einen bewertenden

---

<sup>54</sup> REDAKTION LIDOVKY.CZ. LIDOVÉ NOVINY. *Na čem se cizinci shodnou?* 31.5.2013  
URL:

[http://cestovani.lidovky.cz/na-cem-se-cizinci-shodnou-cesi-jsou-pod-pantoflem-a-chlubi-se-mobily-1dx-/aktuality.aspx?c=A130530\\_144435\\_aktuality\\_mc](http://cestovani.lidovky.cz/na-cem-se-cizinci-shodnou-cesi-jsou-pod-pantoflem-a-chlubi-se-mobily-1dx-/aktuality.aspx?c=A130530_144435_aktuality_mc)  
[Stand: 27.3.2015]

<sup>55</sup> KOSCHMAL, Walter; NEKULA, Marek; ROGALL, Joachim. *Deutsche und Tschechen: Geschichte - Kultur - Politik*. Bonn 2005, S.512

**Dieser Karikatur entspricht das Bild Nummer 1. im Teil Anlagen 1.**

Charakter und zeigen die negativen Eigenschaften der beiden Nationen. Die deutschen Karikaturen in dem Jahr 1848 kritisieren die Tschechen und zeigen ihre „*Primitivität, Unbildung, Grobheit, und Heimtücke mit zeichnerischen Mitteln an.*“<sup>56</sup> Diese Bezeichnung galt nicht nur für die Tschechen, sondern auch für alle slawischen Völker. „*Slawen galten demnach als Verkörperung von Unkultur und Barbarentum.*“<sup>57</sup> Diese Bezeichnungen entsprechen aber der Zeit. Die gegenseitigen Beziehungen waren sehr angespannt und die Tschechen kritisierten die Deutschen auch.

Diese stereotypischen Bilder haben sich nicht bis zu der Wende des Jahrhunderts verändert. Der Abstand zwischen den beiden Nationen vertiefte sich und gegenseitige Bilder blieben unverändert. Nach dem Ende des Ersten Weltkrieges wurden Tschechen des Niederganges der Monarchie beschuldigt.<sup>58</sup>

In den 1930er Jahren erschienen vor allem die Karikaturen, die die Tschechoslowakei als ein kleines Kind im Geleit von seiner „*französischen Schwester und Onkel Stalin*“ bezeichneten.<sup>59</sup>

In den Tagen vor dem Zweiten Weltkrieg wurden die Tschechen als minderwertig angesehen vor allem im Sudetenland. Als ein Beispiel kann ein Ereignis aus Toužim im Karlsbad-Bezirk erwähnt werden.

„*Die deutsche Einwohner der Stadt wollten nicht die Grundschule in der Stadt besuchen, so haben sie eine eigene Schule gebaut.*“<sup>60</sup>

Diese Schule war nur für die deutschen Einwohner der Stadt geeignet. Für die Tschechen war der Eintritt verboten. Diese Situation reflektiert genau die damalige Gefühlslage der Gesellschaft.

---

<sup>56</sup> KOSCHMAL, Walter; NEKULA, Marek; ROGALL, Joachim. *Deutsche und Tschechen: Geschichte - Kultur - Politik*. Bonn 2005, S.513

<sup>57</sup> Ebd. S. 513

<sup>58</sup> Ebd. S. 516

<sup>59</sup> Ebd. S. 516

<sup>60</sup> Autor-Arbeit (Seminar Arbeit von Radek Hochmut – „*Toužim*“ )

In dem Zweiten Weltkrieg wurden die Karikaturen vor allem von der deutschen Propaganda beeinflusst. Die damaligen Karikaturen wurden rassistisch orientiert vor allem gegen die Juden in der Gesellschaft. In dem Protektorat Böhmen und Mähren lebten in der Zeit auch viele Juden. Die damalige Propaganda hat neben den Karikaturen auch verschiedene Inschriften an öffentlichen Plätzen eingesetzt. Die sind in dem Teil Anlagen 1 zu finden.<sup>61</sup>

### **3.2.2 Bilder und Karikaturen von 1945 bis 1989**

Karikaturen und Bilder der Nachkriegszeit zeigen vor allem die Teilung Europas in West- und Ostblock. Karikaturen aus dieser Zeit sind daher nicht nur speziell für die Tschechen geeignet, aber für den Ostblock insgesamt. In den Karikaturen aus der Zeit figurieren die sogenannten „Ossis“ und die „Wessis“. „Ossis“ lebten im Ostblock und die „Wessis“ lebten in West-Europa. Karikaturen aus der Zeit hatten politischen Charakter und sollten die öffentliche Meinung beeinflussen. Der Charakter von diesen Karikaturen blieb bis zum Fall des Eisernen Vorhangs unverändert.<sup>62</sup>

### **3.2.3 Bilder und Karikaturen von 1989 bis heute**

Nach dem Fall des Eisernen Vorhangs erschienen in Deutschland und in Österreich viele Inschriften - „Češi, nekrást prosím!“ oder „Tschechen, nicht klauen bitte!“. Die wurden in dieser Arbeit schon erwähnt in dem Unterkapitel - 3.1.5 Die Tschechen klauen. Diese Inschriften wirken heute fast schon wie ein Mythos. Die Menschen wissen über sie, aber es gibt kein Bildmaterial, zur Bestätigung von dieser Behauptung. Heutzutage sind aber ähnliche Inschriften in dem deutschen

---

<sup>61</sup> Anlagen Nr.1, Bild Nr. 2

<sup>62</sup> Anlagen Nr.1, Bild Nr. 3

Grenzgebiet zu sehen. Laut einem Artikel, veröffentlicht bei Aktualne.cz<sup>63</sup>, gibt es im deutschen Grenzgebiet ähnliche Inschriften wie in dem Jahr 1989. Diese Schilder sind zweisprachig - in tschechischer und deutscher Sprache. Es ist wegen der erhöhten Anzahl von Diebstählen in der Lokalität nach dem Öffnen des Schengen-Raums. Laut dem Artikel sind diese Schilder in der Stadt Ebersbach an jeder Ecke. Dortige Einwohner haben eine Kampagne gestartet: „*Vorsicht! Wachsender Nachbar – Pozor! Bdělý soused*“<sup>64</sup>

Die neusten Karikaturen bezeichnen die Tschechen insbesondere im Hinblick auf die Außenpolitik. In diesen Karikaturen wird oft die Tschechische Republik aufgrund ihrer Abgeschlossenheit zur Europäischen Union kritisiert. Auch Schmidt widmete einen Teil seines Buches zu diesem Thema. „Die skeptischen Tschechen in der EU“.<sup>65</sup> Die Karikaturen kritisieren vor allem die Hauptvertreter der Tschechischen Republik. Also die meisten Karikaturen bezeichnen vor allem den ehemaligen tschechischen Präsident Václav Klaus und den gegenwärtigen tschechischen Präsident Miloš Zeman. Die Karikaturen bezeichnen Václav Klaus fast immer im Zusammenhang mit der Europäischen Union. Zum Beispiel aufgrund seines Widerstandes zu der Ratifizierung des Vertrages von Lissabon.<sup>66</sup> Einige neueste Karikaturen bezeichnen den tschechischen Präsident Milos Zeman, als einen Politiker, der eingebildet wirkt und einige Karikaturen bezeichnen seine „Affäre“ mit böhmischen Kronjuwelen.

---

<sup>63</sup> LANGER, Jan. AKTUÁLNĚ.CZ. *Češi kradou i za hranicemi. Díky Schengenu: zprávy*. 26.10.2012.URL  
<http://zpravy.aktualne.cz/zahranici/cesi-kradou-i-za-hranicemi-diky-schengenu/r~i:gallery:28531/> [Stand: 27.3.2015]

<sup>64</sup> Anlagen Nr.1, Bild Nr. 4

<sup>65</sup> (SCHMIDT, Hans-Jörg. *Tschechien. Eine Nachbarschaftskunde für Deutsche*. Berlin 2008. S.145

<sup>66</sup> Anlage Nr.1, Bilder Nr. 5,6,7,8

## 4 AUSWERTUNG DES FRAGEBOGENS

Am Anfang von diesem Kapitel muss ich zuerst sagen, dass ich erwartete, dass die Deutschen viele Stereotype über die Tschechen haben. Die Realität ist aber anders. Nach ein paar Interviews mit deutschen Bürgern, fand ich, dass nicht viele Stereotype über die Tschechen in Deutschland verwendet werden. Meistens sind es nur Stereotype solcher Art, die die tschechische Vorliebe für Bier zeigen und dann verschiedene, die sportbezogen sind.

Der Fragebogen wurde von dem Autor dieser Arbeit ausgefertigt. Die einzelnen Fragebögen wurden zu erst persönlich ausgefüllt. Nach mehreren erfolglosen Versuchen, wurde beschlossen, die Fragebögen nicht persönlich auf der Straße auszufüllen. Die Befragten waren nicht sehr objektiv. Aufgrund höherer Objektivität wurden die Fragebögen per Internet anonym ausgefüllt. Internet und die Anonymität haben bessere und mehr objektivere Antworten ermöglicht. Um die Antworten zu erhalten, wurden mehrere Quellen verwendet<sup>67</sup>, aber die Form ist immer anonym geblieben.

Neben der Objektivität war ein weiteres Ziel dieses Kapitels, eine Vielzahl von möglichen Antworten zu bekommen. Die Fragebögen sollten so weit wie möglich von den Menschen in verschiedenen Regionen in Deutschland, verschiedenen Alters und unterschiedlichen Geschlechts ausgefüllt werden. Dies dient dazu, um eine größere Vielfalt von Antworten zu bekommen.

Insgesamt wurden 54 Fragebögen ausgefüllt. Jeder Fragebogen besteht aus Routinedaten, wie Vorname, Geschlecht und Alter. Weiterhin besteht jeder Fragebogen aus sechs Fragen. In diesem Teil sollten die Befragten ihre personale Erfahrungen, ihre Bilder von Tschechien und Tschechen beschreiben. Im Folgenden Teil werden die häufigsten Antworten und Ergebnisse der Fragebogenanalyse beschreiben. Die

---

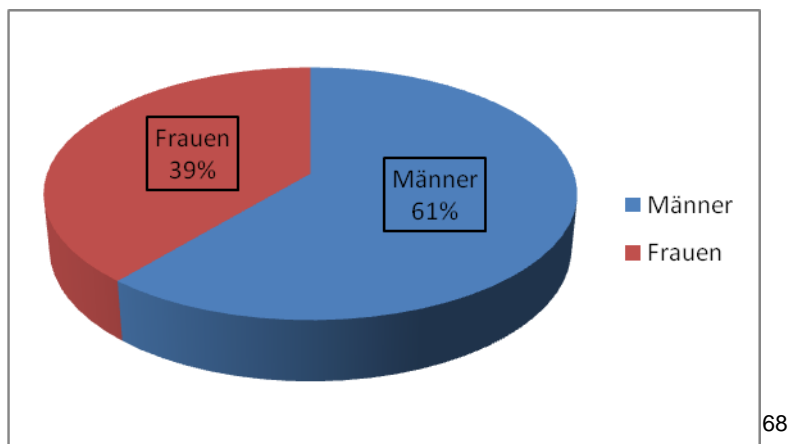
<sup>67</sup> Facebook, verschiedene Diskussionsforen usw.



Ergebnisse werden durch Diagramme unterstützt. Die Diagramme wurden von Autor dieser Arbeit ausgefertigt. Ausgefüllte originale Fragebögen sind in dem Teil - Anlagen 2 zu finden.

#### 4.1 Persönliche Angaben

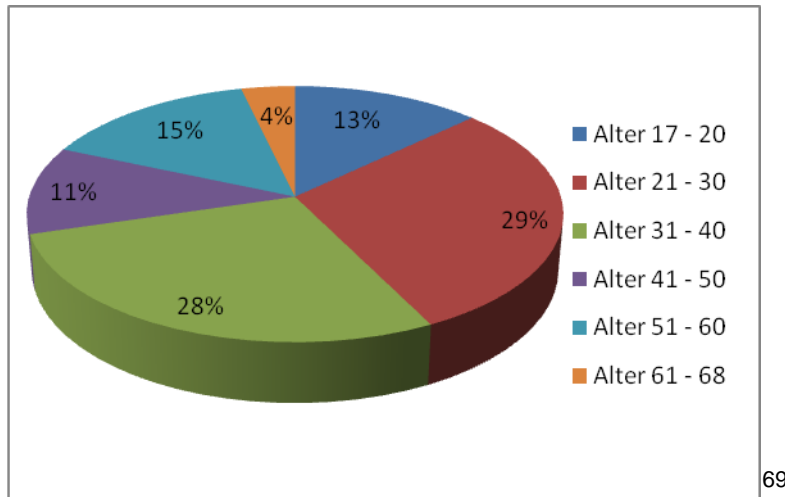
Die analysierten Daten zeigen, dass 21 Frauen und 33 Männer an der Forschung teilgenommen haben. Diese Ergebnisse sind in dem Diagramm Nr.1 zu sehen.



Das Alter der Befragten ist verschieden. Der jüngste Befragte ist 17 Jahre alt und der älteste Befragte ist 68 Jahre alt. Die Altersgruppen der Befragten sind in dem Diagramm Nr.2 zu sehen.

---

<sup>68</sup> Diagramm Nr.1 - vom Autor dieser Arbeit zusammengestellt



69

Daraus ergibt sich, dass die Altersgruppen vielfältig sind. Diese Tatsache ist die für die Vielfältigkeit von bekommen Ergebnissen auch bedeutend. Verschiedene Altersgruppen können verschiedene Erfahrungen haben.

## 4.2 Frage 1

Die erste Frage des Fragebogens war die folgende:

*„Was fällt Ihnen beim Wort “Tschechien“ ein?“*

Diese Frage sollte den ersten Eindruck der Deutschen über die Tschechische Republik zeigen. Nach der Analyse der Antworten haben sich folgende Ergebnisse gezeigt. Die Ergebnisse mussten in verschiedene Gruppen auf der Grundlage ihrer Ähnlichkeit klassifiziert werden.

Die häufigste Antwort war Prag, goldenes Prag, wunderschönes Prag. Prag hat mehr als ein Viertel der Befragten angegeben. Diese Antwort ist keine Überraschung, weil Prag als eine der schönsten und meist besuchten Städte in Europa gilt.

<sup>69</sup> Diagramm Nr.2 - vom Autor dieser Arbeit zusammengestellt

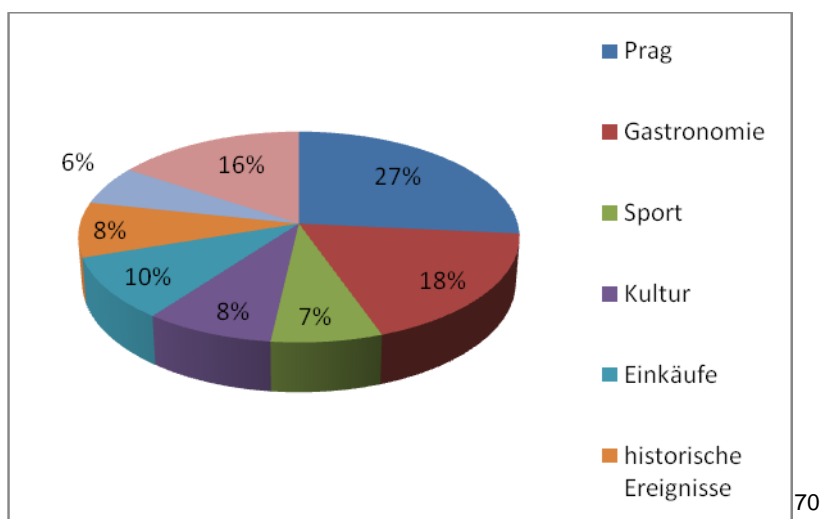
Die zweithäufigste Antwort war die Gastronomie. Vor allem das tschechische Bier und leckeres tschechisches Essen. Das tschechische Bier ist weltbekannt und gilt als ein der beliebtesten tschechischen Produkte. Das Bier und tschechisches Bierkonsum wurde schon in dem Kapitel „Stereotype in Wort“ verwendet.

Einkäufe. Für die Deutschen gilt die Tschechische Republik als ein Ort, wo sie billigere Zigaretten, Kraftstoffe, Dienste usw. kaufen können.

Sport. Die Befragten haben verschiedene Individualitäten, wie Emil Zatopek, Martina Navratilova oder Sportmannschaften erwähnt.

Kultur. Wie in Sport, erschienen auch in dieser Gruppe von Antworten verschiedene Individualitäten, vor allem Václav Havel.

Andere Antworten zeigen etwa denselben Prozentsatz. Es handelt sich um Antworten aus Bereichen: historische Ereignisse, Urlaube und andere. Alle Ergebnisse sind in dem folgenden Diagramm Nr. 3 zu sehen:



<sup>70</sup> Diagramm Nr.3 - vom Autor dieser Arbeit zusammengestellt

### 4.3 Frage 2

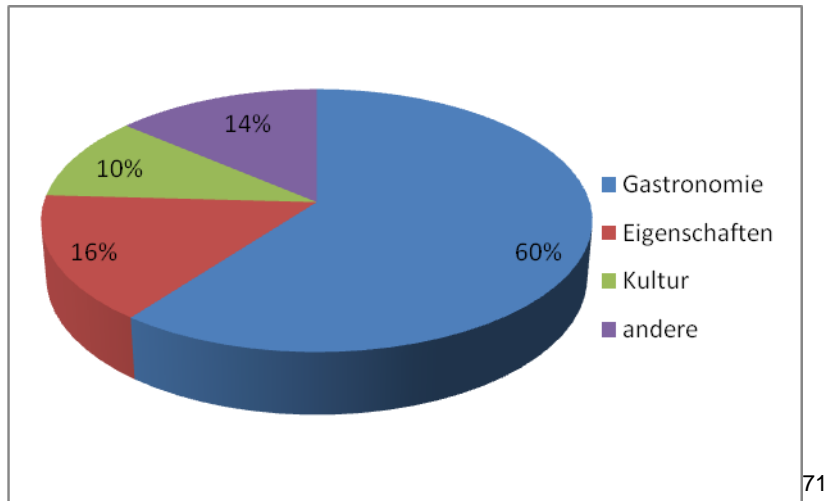
Die zweite Frage des Fragebogens war die folgende:

*„Was ist für Sie „typisch tschechisch“?“*

Diese Frage sollte zeigen, was die Deutschen als typisch tschechisch betrachten. Das Ziel dieser Frage war, das Wahrnehmen von Tschechien und das generalisierte Bild der Tschechischen Republik in Deutschland zu zeigen. Nach der Analyse der Antworten haben sich verschiedene Ergebnisse gezeigt. Die Ergebnisse mussten in verschiedene Gruppen auf der Grundlage ihrer Ähnlichkeit klassifiziert werden.

Die häufigste Gruppe von Antworten war die Gastronomie. Diese Gruppe von Antworten Gastronomie umfasst die Elemente wie Bier, Becherovka, Essen, gutes Essen und Knödel. Die weitere und häufige Gruppe von Antworten bezeichnete die Tschechische Eigenschaften. Diese Gruppe beinhaltet die Eigenschaften, die als typisch tschechisch in Deutschland wirken. Es waren vor allem die folgende: kreativ, nicht ordentlich, unordentlich und freizügig. Die weiteren Antworten gehören zu der Gruppe Kultur. Vor allem tschechische Musik und die Architektur.

Daraus folgt, dass die Tschechische Republik wird vor allem aus der Perspektive der Touristen charakterisiert, die die typischen tschechische Produkte schätzen. Alle Ergebnisse sind in dem folgenden Diagramm Nr.4 zu sehen:



#### 4.4 Frage 3

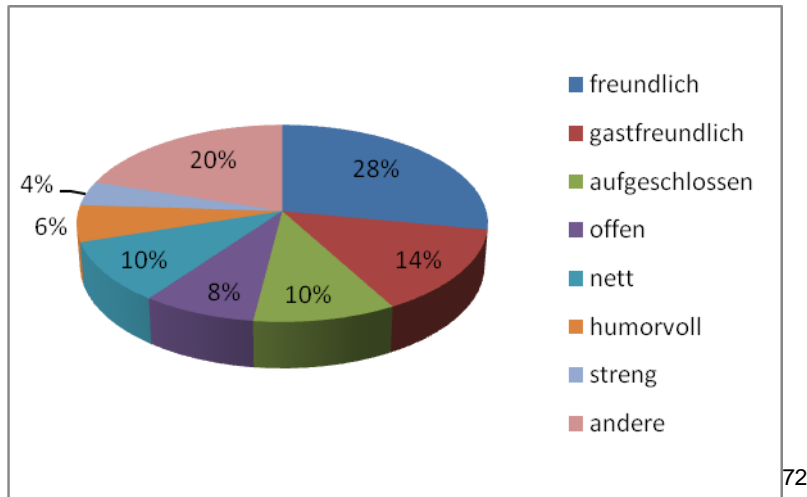
Die dritte Frage des Fragebogens war die folgende:

*„Wie sind die Tschechen?“*

Das Ziel dieser Frage war, die Erfahrungen der Deutschen mit den Tschechen zu zeigen, d.h. wie sieht das typische Bild der Tschechen in Deutschland aus. Nach der Analyse der Antworten haben sich vielfältige Ergebnisse gezeigt. Die Ergebnisse mussten in verschiedene Gruppen auf der Grundlage ihrer Ähnlichkeit klassifiziert werden.

Die deutschen Befragten haben die Tschechen meistens sehr positiv charakterisiert. Die Tschechen wurden vor allem als freundlich, gastfreundlich und nett charakterisiert. Weiterhin, aber nicht so häufig wurden die Tschechen als humorvoll und offen gefunden. Ausschließlich negative Beschreibungen erschienen nicht. Als neutral können folgende Beschreibungen betrachtet werden: aufgeschlossen und streng. Alle Ergebnisse sind in dem folgenden Diagramm Nr.5 zu sehen:

<sup>71</sup> Diagramm Nr.4 - vom Autor dieser Arbeit zusammengestellt



#### 4.5 Frage 4

Die vierte Frage des Fragebogens war die folgende:

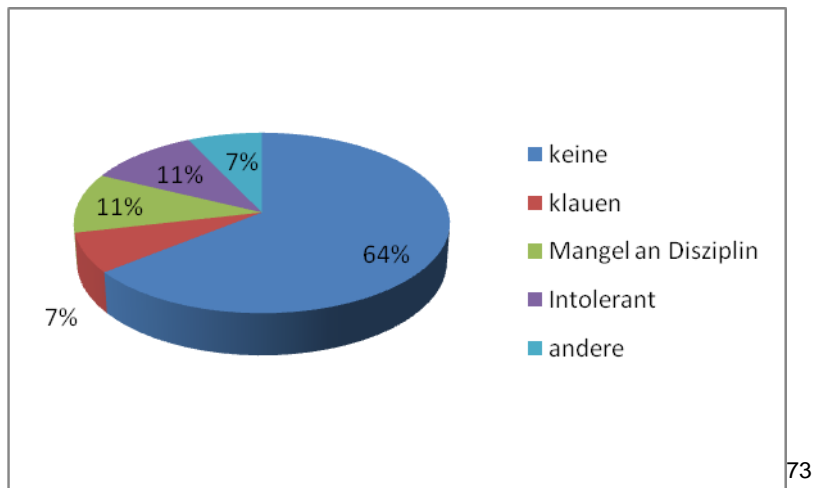
*„Gibt es besondere negative Eigenschaften der Tschechen?“*

Das Ziel dieser Frage war, die mögliche negative Eigenschaften und Stereotype aus dem Teil „So sind die Tschechen“ zu bestätigen oder zu widerlegen. Nach der Analyse der Antworten haben sich nicht so viele vielfältige Ergebnisse, wie bei den anderen Fragen gezeigt, aber trotzdem mussten die Ergebnisse in verschiedene Gruppen auf der Grundlage ihrer Ähnlichkeit klassifiziert werden.

Überraschend ist die Tatsache, dass die häufigste Antwort, die erschien, ist die folgende: *„Nicht, keine oder nein.“* Die zweithäufigsten Antworten bezeichnen die Tschechen als, dass sie nicht genug Arbeitsdisziplin haben zum Beispiel: unpünktlich, unordentlich, phlegmatisch usw. Unter den Antworten gab es auch die sehr negativen vor allem klauen und Intoleranz gegen Minderheiten, konkret Rassismus. Diese Antworten waren, aber nicht so häufig. Die erwartete Ergebnisse aus dem Teil dieser Arbeit *„So sind die Tschechen“* wurden nicht in

<sup>72</sup> Diagramm Nr.5 - vom Autor dieser Arbeit zusammengestellt

vollem Umfang bestätigt. Alle Ergebnisse sind in dem folgenden Diagramm Nr.6 zu sehen:



#### 4.6 Frage 5

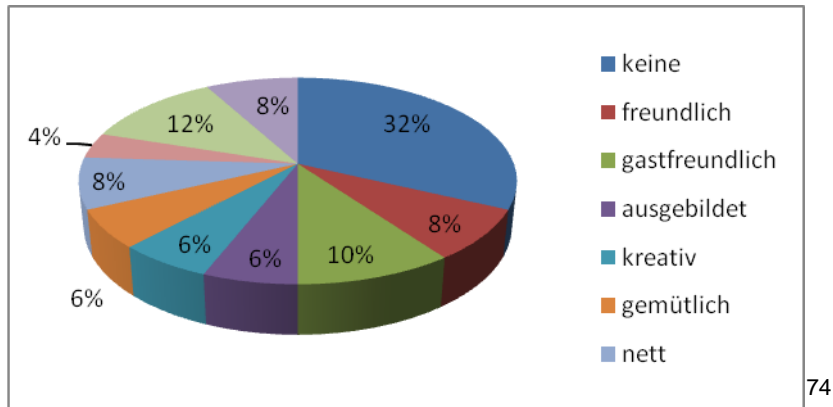
Die vorletzte Frage des Fragebogens war die folgende:

*„Gibt es besondere positive Eigenschaften der Tschechen?“*

Diese Frage entfaltet die dritte Frage. Die Antworten waren in fast allen Fällen identisch. Nach der Analyse der Antworten haben sich vielfältige Ergebnisse gezeigt. Die Ergebnisse mussten in verschiedene Gruppen auf der Grundlage ihrer Ähnlichkeit klassifiziert werden.

Überraschend ist die Tatsache, dass die häufigste Antwort, die erschien, ist die folgende: *„Nicht, keine, nein oder keine Ahnung.“* Andere Antworten haben die Tschechen meist auf Grund ihrer Gastfreundlichkeit, Freundlichkeit usw. berühmt gemacht. Die Ähnlichkeit mit der dritten Frage ist sehr merklich. Alle Ergebnisse sind in dem folgenden Diagramm Nr.7 zu sehen:

<sup>73</sup> Diagramm Nr. 6 - vom Autor dieser Arbeit zusammengestellt



#### 4.7 Frage 6

Die letzte Frage des Fragebogens war die folgende:

*„Kennen Sie irgendwelche Stereotype von Tschechen, die man in Deutschland verwendet?“*

Diese Frage sollte bestätigen oder zu widerlegen, ob es im heutigen Deutschland einige Stereotype über die Tschechen gibt. Nach der Analyse der Antworten wurde bestätigt, dass die Deutschen heutzutage nicht viele Stereotype über die Tschechen haben. Einer der Befragten hat diese Tatsache genauer beschrieben:

*Marc, 30*

*„Nein. So weit ich das beurteilen kann, gibt es in Deutschland keine starken Stereotypen für Tschechen. Die typischen leicht negativen Stereotypen, die Deutsche tendenziell gegen einige slawische Völker hegen (Polen, Russen, Ukrainer), werden soweit ich weiß NICHT auf Tschechen übertragen.“<sup>75</sup>*

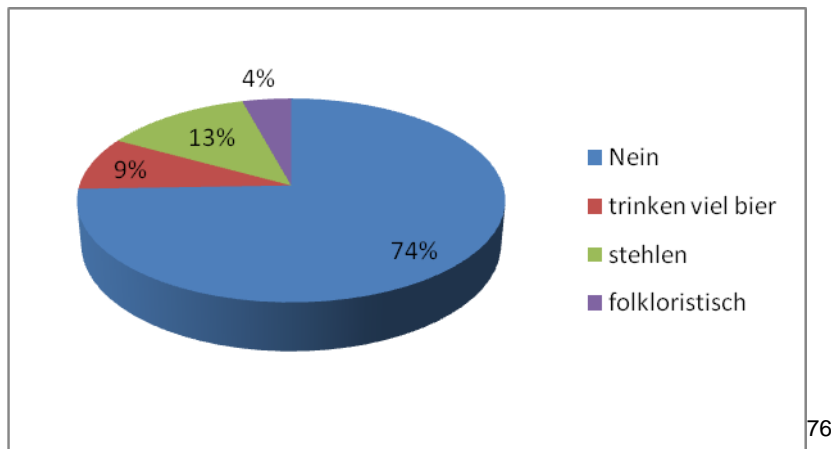
Die häufigsten Antworten, die in dem Fragebogen erschienen sind die folgende: *„Nein oder keine“*. Andere Antworten haben einige negative

<sup>74</sup> Diagramm Nr.7 - vom Autor dieser Arbeit zusammengestellt

<sup>75</sup> Marc,30. Befragte - Fragebogen



Stereotype erwähnt. Vor allem – Diebe, klauen und Biertrinker. Alle Ergebnisse sind in dem folgenden Diagramm Nr.8 zu sehen:



---

<sup>76</sup> Diagramm Nr.8 - vom Autor dieser Arbeit zusammengestellt

## 5 ZUSAMMENFASSUNG

Diese Arbeit ist in erster Linie auf die Untersuchung des Phänomens Stereotyp und dessen praktische Auftreten in Wort und Bild Materialien orientiert.

In dem ersten Kapitel wird dieses Phänomen aus allen möglichen Aspekten beschrieben. Das Hauptziel dieser Arbeit war die Häufigkeit von Stereotypen über die Tschechen in Deutschland zu zeigen. Dieses Thema wurde in der Arbeit genauer beschrieben und der Leser könnte schrittweise feststellen, welche Arten von Stereotypen über die Tschechen in Wort und Bild aus der deutschen Perspektive existieren. Dies war möglich, aber nicht in vollem Umfang, wie ich ursprünglich erwartete. Aus der tschechischen Sicht, scheint es so, dass die Tschechen als gute Inspiration für die Schaffung von Stereotypen dienen, aber die Realität ist anders.

Das Hauptproblem beim Schreiben von dieser Arbeit war die Tatsache, dass nicht viele Autoren haben sich mit diesem Thema (Stereotype über die Tschechen) beschäftigt. Problematisch war also eine ausreichende Menge von Literatur und anderen Quellen zu finden.

Am Wichtigsten finde ich den Teil Auswertung von Fragebögen. Die Fragebögen wurden von deutschen Befragten ausgefüllt. Dieser Teil sollte die objektivsten Antworten versorgen. Diese Fragebögen sollten die verschiedenen Stereotype über die Tschechen, die ich in den vorhergehenden Kapiteln untersucht habe, bestätigen oder widerlegen. Einige Stereotype wurden durch diese Methode bestätigt.

Die Stereotype reflektieren oft die menschlichen Beziehungen in der Gesellschaft. In diesem Fall sind es die deutsch-tschechischen Beziehungen. Diese Beziehungen waren nicht immer ideal. Am Ende dieser Arbeit kam ich zur Feststellung, dass die deutsch-tschechischen Beziehungen auf einem guten Niveau sind. Dies wird auch durch die Tatsache unterstützt, dass die Deutschen nicht viele Stereotype und

insbesondere die negative Stereotype über die Tschechen haben. Die meisten Stereotype von Tschechen aus der deutschen Sicht beschreiben die Tschechen als gastfreundliche und nette Nation.

## QUELLENVERZEICHNIS

### Literaturquellen

BROŽ, Miroslav; HOUŽVIČKA, Václav. *Otisky historie v regionálních identitách obyvatel pohraničí: sebedefinice a vzájemné vnímání Čechů a Němců v přímém sousedství*. 1. vyd. Editor Lukáš Novotný. Praha: Sociologický ústav Akademie věd České republiky, 2007, 170 s. ISBN 978-807-3301-095.

BUDŇÁK, Jan. *Das Bild des Tschechen in der deutschböhmischen und deutschmährischen Literatur*.

Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2010, 347 s.

ISBN 978-80-244-2361-6

GLASS, Krzysztof, Zdzisław W PUŚLECKI a Barbara SERLOTH. *Fremde, Nachbarn, Partner wider willen?: Mitteleuropas alte/neue Stereotypen und Feindbilder*. Wien: Österreichische Gesellschaft für Mitteleuropäische Studien Verlag, 1995, 213 s.

ISBN 83-862-2997-7.

HNILICA, Karel. *Stereotypy, předsudky, diskriminace: (pojmy, měření, teorie)*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2010, 207 s. Acta Universitatis Carolinae, 167. ISBN 978-802-4617-763.

*InterFaces: obraz vzájemných vztahů Čechů, Poláků a Němců v jejich jazycích, literaturách a kulturách: příspěvky zkonference konané 27.-29.10.2001 na FF UK v Praze*. Vyd. 1. Praha: Univerzita Karlova. Filozofická fakulta, 2002. 212 s. ISBN 80-730-8017-6.

KOSCHMAL, Walter; NEKULA, Marek; ROGALL, Joachim. *Deutsche und Tschechen: Geschichte - Kultur - Politik*. Bonn: Beck, C H 2005, 727 s. ISBN 9783406459542

KŘEN, Jan. *Konfliktní společenství: Češi a Němci 1780-1918*. Vyd. 1. Praha: Academia, 1990, 508 s. ISBN 80-200-0337-1

LIČKOVÁ, Eva. *Stereotyp ano i ne: Formy a funkce stereotypu v televizním programu*. Praha: Československá televize, 1982, 156 s. Televize ve výzkumu masové komunikace. Ohne ISBN

PETRUSEK, Miloslav; VODÁKOVÁ, Alena. *Velký sociologický slovník: II. svazek P-Z*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 1996, s. 749-1627. ISBN 80-718-4310-5

SCHMIDT, Hans-Jörg. *Tschechien. Eine Nachbarschaftskunde für Deutsche*. Berlin: LINKS CHRISTOPH VERLAG, 2008. S. 240 ISBN 978-3-86153-591-1

### Elektronische Quellen

BÖHLER, Werner, FALATHOVÁ, Alena. KONRAD-ADENAUER-STIFTUNG. *NATIONALISMUS UND POPULISMUS ENTSCIEDEN DIE PRÄSIDENTSCHAFTSWAHL IN TSCHECHIEN*: Auslandsbüro Tschechische Republik URL: <http://www.kas.de/tschechien/de/publications/33389/> [Stand: 25. 3. 2015]

CZECH-TOURIST.DE. *Touristenfallen Tschechien: Aufpassen beim Einkauf, Souvenirs, Strafe zahlen und vor Taschendieben*. URL: <http://www.czech-tourist.de/touristenfallen.htm> [Stand: 26. 3. 2015]

FARKACOVA, Eva. *Meine Chata – Tschechen, das Volk der Wochenendhäuser*. URL: <http://www.ecointernational.at/experts-friends-more/experts-friends-more/article/meine-chata-tschechen-das-volk-der-wochenendhaeuser/>

FIGARO(SATIREZEITSCHRIFT). *de.wikipedia.org* URL: [http://de.wikipedia.org/wiki/Wenzel\\_\(Ethnophaulismus\)](http://de.wikipedia.org/wiki/Wenzel_(Ethnophaulismus)) [Stand: 30. 3. 2015]

FOOD REPUBLIC EST 2010. *Ranked: 50 Countries That Drink The Most Beer Around The World* URL:

<http://www.foodrepublic.com/2014/09/29/ranked-50-countries-drink-most-beer-around-world> [Stand: 25. 3. 2015]

GOOGLE. "češi nekrást tady": Google Česká republika URL:  
<http://1url.cz/Avkh> [Stand: 26. 3. 2015]

JŮZLOVÁ, Petra. LIDOVÉ NOVINY. *Češi ukradnou z obchodů miliardy. Amnestie situaci zhoršila*: lidovky.cz 27. 5. 2013 URL:  
[http://byznys.lidovky.cz/cesi-ukradnou-z-obchodu-miliardy-amnestie-situaci-zhorsila-p4b-firmy-trhy.aspx?c=A130526\\_223052\\_firmy-trhy\\_vs](http://byznys.lidovky.cz/cesi-ukradnou-z-obchodu-miliardy-amnestie-situaci-zhorsila-p4b-firmy-trhy.aspx?c=A130526_223052_firmy-trhy_vs) [Stand: 26. 3. 2015]

KLIŠÉ. In: *Wikipedia: the free encyclopedia*, San Francisco (CA): Wikimedia Foundation. URL:  
<http://cs.wikipedia.org/wiki/Kli%C5%A1%C3%A9> [Stand: 18. 3. 2015]

KORREKTUREN.DE PORTAL FÜR RECHTSCHREIBUNG. *stehlen*. URL:  
<http://www.korrekturen.de/synonyme/stehlen/> [Stand: 26. 3. 2015]

LANGER, Jan. AKTUÁLNĚ.CZ. *Češi kradou i za hranicemi. Díky Schengenu*: zprávy. 26. 10. 2012. URL:  
<http://zpravy.aktualne.cz/zahranici/cesi-kradou-i-za-hranicemi-diky-schengenu/r~i:gallery:28531/> [Stand: 27. 3. 2015]

LANGER, Jan. AKTUÁLNĚ.CZ. *Němce deptají čeští zloději. Zavřete hranice, volají*: zprávy. 24. 10. 2012 URL:  
<http://zpravy.aktualne.cz/zahranici/nemce-deptaji-cesti-zlodeji-zavrete-hranice-volaji/r~i:article:761121/> [Stand: 1. 4. 2015]

LEGER, Peter. HAUS DER GESCHICHTE DER BUNDESREPUBLIK DEUTSCHLAND. *Verhaltensregeln für DDR-Bürger, 1977*. URL:  
[http://www.hdg.de/karikatur/view\\_content/j1977-west.html](http://www.hdg.de/karikatur/view_content/j1977-west.html) [Stand: 27. 3. 2015]

LIPOLD, Jan (2015): *Babiš, jak známo, úplně zbytečně urazil Vietnamce* URL:  
<http://nazory.aktualne.cz/komentare/babis-jak-znamo-uplne->

zbytecne-urazil-ceske-

vietnamce/r~ac364306cbf911e485d7002590604f2e/ [Stand: 6. 3. 2015]

Mediagram: *Stereotypy, které se projevují v mediovaných reprezentacích* URL:

<http://mediagram.cz/cesky-jazyk/stereotypy-ktere-se-projevuji-v-mediovanych-reprezentacich> [Stand: 2. 3. 2015]

O2. O2 CZECH REPUBLIC A.S.. *Vydali jsme již 19,495 milionu SIM karet* 17. 5. 2012 URL:

[http://www.o2.cz/spolecnost/cisla-a-zajimavosti/285429-vydali-jsme-jiz\\_19\\_495\\_milionu\\_sim\\_karet.html](http://www.o2.cz/spolecnost/cisla-a-zajimavosti/285429-vydali-jsme-jiz_19_495_milionu_sim_karet.html) [Stand: 27. 3. 2015]

PROCHÁZKOVÁ, Barbora, SCHROETTER, Katharina. *Důvtipný Švejk a puntičkářský Helmut. S. 11.* URL:

[http://www.cnfm.cz/websites/wp-content/uploads/2012/05/svejk\\_a\\_helmut2.pdf](http://www.cnfm.cz/websites/wp-content/uploads/2012/05/svejk_a_helmut2.pdf) [Stand: 13. 2. 2015]

REDAKTION LIDOVKY.CZ. LIDOVÉ NOVINY. *Na čem se cizinci shodnou?* 31. 5. 2013. URL:

[http://cestovani.lidovky.cz/na-cem-se-cizinci-shodnou-cesi-jsou-pod-pantoflem-a-chlubi-se-mobily-1dx-aktuality.aspx?c=A130530\\_144435\\_aktuality\\_mc](http://cestovani.lidovky.cz/na-cem-se-cizinci-shodnou-cesi-jsou-pod-pantoflem-a-chlubi-se-mobily-1dx-aktuality.aspx?c=A130530_144435_aktuality_mc) [Stand: 27. 3. 2015]

SANKOT, Jiří. *PRONÁSLEDOVÁNÍ A LIKVIDACE ŽIDŮ V PROTEKTORÁTĚ* URL:

<http://www.moderni-dejiny.cz/clanek/pronasledovani-a-likvidace-zidu-v-protektorate/> [Stand: 1. 4. 2015]

SCHOPF, Oliver. *oliverschopf.com* URL:

[http://www.oliverschopf.com/html/d\\_archiv/archivpolkar/archiv\\_europa/eu/tschechien\\_entropa.html](http://www.oliverschopf.com/html/d_archiv/archivpolkar/archiv_europa/eu/tschechien_entropa.html) [Stand: 1. 4. 2015]

SCHOPF, Oliver. *oliverschopf.com* URL:

[http://www.oliverschopf.com/img/archive/archiv\\_pol\\_kar/europa/eu\\_verfassung/eu\\_vertrag\\_klaus](http://www.oliverschopf.com/img/archive/archiv_pol_kar/europa/eu_verfassung/eu_vertrag_klaus) [Stand: 1. 4. 2015]

SCHOPF, Oliver. *oliverschopf.com*. URL:

[http://www.oliverschopf.com/html/d\\_archiv/archivpolkar/archiv\\_europa/eu\\_verfassung/eu\\_vertrag\\_barroso\\_klaus.html](http://www.oliverschopf.com/html/d_archiv/archivpolkar/archiv_europa/eu_verfassung/eu_vertrag_barroso_klaus.html) [Stand: 1. 4. 2015]

SCHOPF, Oliver. *Miloš, mein schöner Miloš*. URL:  
<http://www.voxeurop.eu/de/content/cartoon/4046071-milos-mein-schoener-milos>[Stand: 1. 4. 2015]

STREAM.CZ. *Praha vs. Prachy*. URL:  
<https://www.stream.cz/porady/praha-vs-prachy> [Stand: 26. 3. 2015]

WALTER LIPPMAN. In: *Wikipedia: the free encyclopedia*. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001-. URL:  
[http://cs.wikipedia.org/wiki/Walter\\_Lippmann](http://cs.wikipedia.org/wiki/Walter_Lippmann) [Stand:29. 2. 2015]

WIEDEMANN, Andreas. ČESKÝ ROZHLAS. *Die Tschechen: Ein Volk der Wochenendhäusler*. Radio Praha. URL:  
<http://www.radio.cz/de/rubrik/geschichte/die-tschechen-ein-volk-der-wochenendhaeusler> [Stand: 25. 3. 2015]

ZENTRUM GEGEN VERTREIBUNGEN BOHEMISTIK. *Deutsche Stereotypen über die Tschechen,ihr Land und ihre Geschichte* URL:  
<http://bohemistik.de/stereotypeneinfuehrung.html> [Stand:13. 2. 2015]



## **RESÜMEE**

Diese Bachelorarbeit konzentriert sich auf das Thema Stereotype über die Tschechen aus deutscher Sicht. Diese Arbeit ist in zwei Hauptteile gegliedert. In dem theoretischen Teil der Arbeit ist das Phänomen Stereotyp im beschrieben. In dem praktischen Teil der Arbeit befasst sich der Autor von dieser Arbeit mit dem praktischen Vorkommen der Stereotype über die Tschechen aus deutscher Sicht. Der Autor vergleicht verschiedene Quellen, die die ausgewählten Stereotype über die Tschechen präsentieren. Der Autor verwendet auch die Fragebogen-Methode, die die gesamte Forschung unterstützt.

## **RESUMÉ**

Tato bakalářská práce je zaměřena na téma stereotypy o Češích z německého pohledu. Tato práce se dělí na dvě hlavní části. V teoretické části je popsán fenomén stereotyp. V praktické části práce se autor této práce zabývá praktickým výskytem stereotypů o Češích z německého pohledu. Autor srovnává různé zdroje, které prezentují vybrané stereotypy ve slově a obrazu o Češích. Autor také využívá dotazníkovou metodu, která podporuje celý výzkum.

## **ANLAGEN**

### Verzeichnis der Anlagen

#### a. Bildmaterial

Bild 1 Der böhmische Wenzel und der deutsche Michel

Bild 2 Beispiele nazistischer Propaganda

Bild 3 Osis und Wessis Gliederung

Bild 4 Die Kampagne: Vorsicht! Wachsender Nachbar – Pozor! Bdělý  
soused

Bild 5 Tschechischer Widerstand in der Karikatur, Václav Klaus

Bild 6 Václav Klaus als Euroskeptiker

Bild 7 Tauziehen um die Ratifizierung des Lissabonner Vertrags

Bild 8 Miloš Zeman in der Karikatur

#### b. Fragebögen

a. Bildmaterial

Bild Nr. 1 Der böhmische Wenzel und der deutsche Michel



„ Michel (rechts): Jetzt, Wenzel, reden wir Zwei einmal miteinander ... Wenzel (links): Ise schon [Ist schon] recht, aber nur böhmisch! „Böhmisch“ heißt hier durchtrieben, listig, verschlagen.“<sup>78</sup>

Bild 2 Beispiele der nazistischen Propaganda

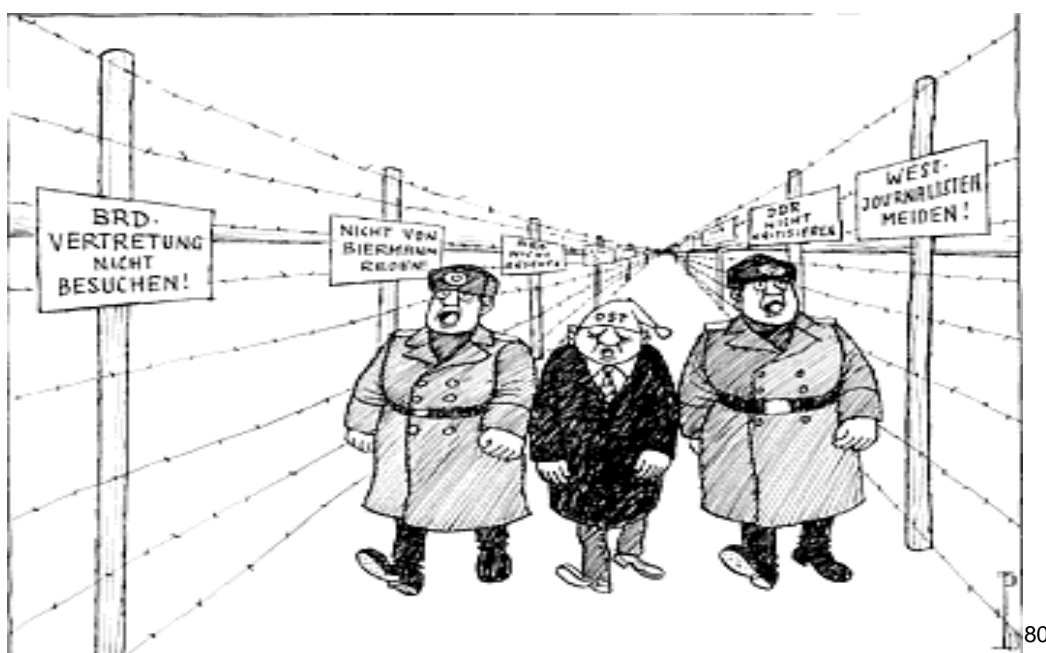
<sup>77</sup> FIGARO (SATIREZEITSCHRIFT). *de.wikipedia.org* URL:  
[http://de.wikipedia.org/wiki/Wenzel\\_\(Ethnophaulismus\)](http://de.wikipedia.org/wiki/Wenzel_(Ethnophaulismus)) [Stand: 30. 3. 2015]

<sup>78</sup> FIGARO (SATIREZEITSCHRIFT). *de.wikipedia.org* URL:  
[http://de.wikipedia.org/wiki/Wenzel\\_\(Ethnophaulismus\)](http://de.wikipedia.org/wiki/Wenzel_(Ethnophaulismus)) [Stand: 30. 3. 2015]



79

Bild 3 Osis und Wessis Gliederung



80

Bild 4 Die Kampagne: Vorsicht! Wachsender Nachbar – Pozor! Bdělý soused

<sup>79</sup> SANKOT, Jiří. *PRONÁSLEDOVÁNÍ A LIKVIDACE ŽIDŮ V PROTEKTORÁTĚ* URL: <http://www.moderni-dejiny.cz/clanek/pronasledovani-a-likvidace-zidu-v-protektorate/> [Stand: 1. 4. 2015]

<sup>80</sup> LEGER, Peter. *HAUS DER GESCHICHTE DER BUNDESREPUBLIK DEUTSCHLAND. Verhaltensregeln für DDR-Bürger, 1977*

URL:

[http://www.hdg.de/karikatur/view\\_content/j1977-west.html](http://www.hdg.de/karikatur/view_content/j1977-west.html)



81

Bild 5 Tschechischer Widerstand in der Karikatur, Václav Klaus

<sup>81</sup> LANGER, Jan. AKTUÁLNĚ.CZ. *Němce deptají čeští zloději. Zavřete hranice, volají:* zprávy. 24. 10. 2012 URL:  
<http://zpravy.aktualne.cz/zahranici/nemce-deptaji-cesti-zloději-zavrete-hranice-volaji/r-i:article:761121/> [Stand: 1. 4. 2015]



Anti-Entropa oder ein künstlerischer Blick diesmal auf Tschechien.

82

## Bild 6 Václav Klaus als Euroskeptiker

82 SCHOPF, Oliver. [oliverschopf.com](http://www.oliverschopf.com)  
[http://www.oliverschopf.com/html/d\\_archiv/archivpolkar/archiv\\_europa/eu/tschechien\\_entropa.html](http://www.oliverschopf.com/html/d_archiv/archivpolkar/archiv_europa/eu/tschechien_entropa.html) [Stand: 1. 4. 2015]

URL:  
[http://www.oliverschopf.com/html/d\\_archiv/archivpolkar/archiv\\_europa/eu/tschechien\\_entropa.html](http://www.oliverschopf.com/html/d_archiv/archivpolkar/archiv_europa/eu/tschechien_entropa.html)



83

Bild Nr. 7 - Tauziehen um die Ratifizierung des Lissabonner Vertrags

<sup>83</sup> SCHOPF, Oliver. *oliverschopf.com*

[http://www.oliverschopf.com/img/archive/archiv\\_pol\\_kar/europa/eu\\_verfassung/eu\\_vertrag\\_klaus](http://www.oliverschopf.com/img/archive/archiv_pol_kar/europa/eu_verfassung/eu_vertrag_klaus) [Stand: 1. 4. 2015]

URL:



Bild Nr. 8 - Miloš Zeman in der Karikatur



<sup>84</sup> SCHOPF, Oliver. *oliverschopf.com*. URL: [http://www.oliverschopf.com/html/d\\_archiv/archivpolkar/archiv\\_europa/eu\\_verfassung/e\\_u\\_vertrag\\_barroso\\_klaus.html](http://www.oliverschopf.com/html/d_archiv/archivpolkar/archiv_europa/eu_verfassung/e_u_vertrag_barroso_klaus.html) [Stand: 1. 4. 2015]

<sup>85</sup> SCHOPF, Oliver. *Miloš, mein schöner Miloš*. URL: <http://www.voxeurop.eu/de/content/cartoon/4046071-milos-mein-schoener-milos> [Stand: 1. 4. 2015]



## b. Fragebögen

### erhaltene Antworten- Fragen 1, 2, 3.

Vorname:	Mann/Frau	Ihr Alter:	1) Was fällt Ihnen beim Wort "Tschechien" ein?	2) Was ist für Sie „typisch tschechisch“?	3) Wie sind die Tschechen?
Rudi	Mann	25		nicht ordentlich	aufgeschlossen
Sabine	Frau	19	Nichts	Bier	aufgeschlossen
Michael	Mann	32	Bier, Eishockey, Prag	Bier	frundlich
Hans Günther	Mann	34	Diebe	Klauen	Scheiße
Dominik	Mann	20	Zigaretten kaufen	großer Bierkonsum	sehr freundlich und offen
Alina	Frau	20	Schüleraustausch	becherovka	gastfreundlich höflich

Yvonne	Frau	35	Prag, Sparta Prag Fußball	Mendelsche Regeln, Becherovka, viel starkes Bier :)	freundlich, offen, unkompliziert
Hilmar	Mann	40	Prag, Bier, Karel Brückner	Kreativ	K.A.
Helmut	Mann	60	Prager Frühling, Dübel	gutes Bier	gastfreundlich
Rebecca	Frau	25	Prag	Skoda	wie alle anderen auch
Timm	Mann	40	Der kleine Maulwurf Pauli	Bier	keine Ahnung
Thomas	Mann	36	schwierig zu sprechendes Wort	Kann ich nicht beurteilen.	Kenne ehrlich gesagt persönlich nicht so viele. Mir fällt da eigentlich nur mein Zahnarzt ein. Der ist jedenfalls sensationell.
Dominik	Mann	20	prag	bier und rock musik	angenehme zeitgenossen
Daniel	Mann	29	Bier, Ostblock, Prag und Vaclav Havel. Und Emil Zatopek.	Keine Ahnung.	Offen, freundlich.

Patrik	Mann	58	Prag, Bier, Kur	Böhmische Küche	weiss ich nicht
Björn	Mann	36	Prag, Karlsbrücke	Pils	freundlich - höchstwahrscheinlich viel zu essen dort :-)
Nadine	Frau	40	Leckerer Essen	Pilsener	Freundlich
nadia	Frau	23	kafka	bier	sehr gastfreundlich
Anne	Frau	27	Prag	böhmische Knödel :)	streng
Abc	Mann	24	Prag	Tschechisches Bier	gastfreundlich
vanessa	Frau	38	Weihnachtsplätzchen	Gebäck, Akzent	streng, katholisch
Heiner	Mann	68	Prager Fenstersturz, 1968, Vaclav Havel, Skoda, Smetana, Moldau, Goldene Stadt	nicht ordentlich	hintersinnig humorvoll

Anna	Frau	19	Urlaub	schöne Landschaft	hilfsbereit
Ralf		49	Bier	Der Rhadschin	Gastfreundlich
Rudolf	Mann	60	Böhmen	Knödel, Oblaten, Medizinski(Becherbitter)	Freundlich aufgeschlossen
Florian	Mann	31	Mein Arbeitgeber produziert in Tschechien	Gutes Bier	Ein nettes Völkchen
Carola	Frau	34	Nachbarland	unordentlich	Nett
Carmen	Frau	55	Prag	Karlsbad, das leckere Essen	sympathisch
willi	Mann	52	schöne landschaften	gutes essen	feundlich
Marc	Mann	30	vieles: UEFA Euro1996 Finale, Martina Navratilova, Prag, ehemalige Tschechoslovakei, gutaussehende Männer und Frauen	so gut kenne ich Tschechen nicht, um das sagen zu können	sie sehen gut aus

Olaf	Mann	46	Urlaub	Skoda	Strebsam/ lebensfroh
Julia	Frau	32	Osten, wunderschönes Prag,EU Mitglied,Prager Frühling	wunderschöne Architektur in der Hauptstadt Prag, gutes,günstigs Essen	Ich kenne leider wenige, daher ist eine generelle Aussage schwierig: freundliche Menschen,gute Gastgeber nach meinen Erfahrungen
Heinz	Mann	39	Prag	deftiges Essen	gastfreundlich
Armin	Mann	29	Schnitzel	Freizügig	Sexy
Bartholomäus	Mann	26	Bier	Prag, schöne Architektur	Voll OK
Nora	Frau	28	mein Pflegehund aus Tschechien	Freizügig	kann nicht verallgemeinert werden
Maximilian	Mann	17	tschechische Märkte	Baltische Sprache	freundlich, offen
Miriam	Frau	28	günstig einkaufen, schönes Prag, nette Leute	keine Ahnung :(	weiß nicht

Otokar	Mann	62	Mein Heimatort Saaz und Prag	Ambivalenz, Knödel und Schweinebraten, Bier und schöne Mädchen	so und so, wie andere Völker
Carmen	Frau	56	Prager Fruehling	Trationsbierbraukunst	Geniesser
Alexander	Mann	43	Gambrinus, Menšík, Tamaš Holy, Olympic, Kabát, Smeta, Oplatki, Svičková, Janek Ledecky, und noch vieles mehrna,	Buty	sehr humorvoll
Jochen	Mann	26	Bier	Bier	Nett
D	Mann	46	neumodisches, schwer auszusprechendes Wort für Böhmen und Mähren oder Tschechei	etwas langsam und nicht sehr odentlich/gewissenhaft	Menschen die in der Tschechei leben und slawischer Herkunft sind
Franz	Mann	60	Boehmen und Mähren	Knödel	wie alle anderen auch
Tom	Mann	42	Prag	Knödel, Bier, Hausschuhe	stur
Maria	Frau	28	Schloss	Bier	freundlich

Ulrich	Mann	50	Bier	alles ist kein Problem	aufgeschlossen
Ingeborg	Frau	55	Prag, Pilsen, Eger	Bier, gutes Essen	sehr freundlich und höflich
Martin	Mann	39	Nachbarland, gutes Bier, Prag	Gutes Essen, Gastfreundschaft	freundlich, aufgeschlossen
Manuel	Mann	23	Urlaub	Bier	Freundlich zurückhaltend
Stefanie	Frau	39	U Fleku; Prag; leckeres Essen	kreativ	?
annika	Frau	26	Prag	Knödel, Dvorak / Smetana	lustig
Mai	Frau	23	vietnamesische Gastarbeiter	Bier	trinkfest

### Fragen 4, 5, 6.

4) Gibt es besondere negative Eigenschaften der Tschechen?	5) Gibt es besondere positive Eigenschaften der Tschechen?	6) Kennen Sie irgendwelche Stereotype von Tschechen, die man in Deutschland verwendet?
klauen		
Rassisten	Die sind sehr witzig.	Nein
Vermutlich dass sie weniger genau sind, ist aber woh eher ein Vorurteil	Freundlich, arbeitsam	Österreich: Tschechen trinken viel Bier
Ja allse	Neni	
nein	sehr gastfreundlich und aufgeschlossen	nein
Nein	sie lieben Bier und havyn metal	Nein
Anzweifeln von Normen und Regeln	Fähigkeit zu improvisieren, Kreativität	adhoc leider nein



Schlitzohrig	Kreativ	S.oben
klauen		
Nein	nein	nein
keine Ahnung	keine Ahnung	Nein
Mir sind da keine bekannt.	Am Beispiel meines Zahnarztes kann ich sagen. Sehr gut ausgebildet, immer an neuen Technologien interessiert und sehr gut in der Lage komplizierte Dinge einfach zu erklären. Sehr angenehmer Zeitgenosse.	nein
nein bis jetzt nicht	sehr freundlich	nein
Keine Ahnung.	Keine Ahnung.	Nein.
kenne keine	kenne keine	Gott-sei-Dank nicht!

nein	nein	nein
für mich nicht	nichts was nicht auf andere Menschen zutrifft	Tschechen wird wie den Polen nachgesagt dass sie viel stehlen
fällt mir nicht in	sehr poetisch begabt, schöne achitektur	keine
klauen		arbeitslos, betrunken
Nein	nein	nein
klauen	gastfreundlich	klauen
kenne keine	Humor	nein
nein	hilfsbereit	nein

Nein	Gemütlich	Nein
nur bei denen die noch die Benesch Dekrete verteidigen	hübsche Frauen	wird nicht mehr verwendet....
Nein	Nein	Nein
rassistisch		Diebe
kenne keine	freundlich, offen	nein.
soziale misstände	nette freundliche menschen	nein
nicht, dass ich wüsste	sehen gut aus... ;-)	Nein. So weit ich das beurteilen kann, gibt es in Deutschland keine starken Stereotypen für Tschechen. Die typischen leicht negativen Stereotypen, die Deutsche tendenziell gegen einige slawische Völker hegen (Polen, Russen, Ukrainer), werden soweit ich weiß NICHT auf Tschechen übertragen.
Zu legere Arbeitseinstellung	Geradlinig	Folkloristische Lebensfreude

nein	Gute,herzliche Gastgeber	Nein
wahrscheinlich nicht unbedingt die tierfreundlichsten (Straßenhunde) und bestimmt auch tendenziell homophob	Gastfreundlichkeit	nein
nicht mehr als anderswo	nette Menschen	Dealer, Pornos, Vietnamesenmärkte
Verbreiter Antiziganismus	Entspannt, aber organisiert	Crystal Meth Fabrik Europas
Nein	Nein	Nein
nein	feierfreudig	nein
mir nicht bekannt	nicht anders, als andere menschen auch?	nein. Tut mir leid :(
nein	nein	Bietrinker und Diebe

pflégmatisch	Singen gern	nicht offen gegenüber Fremden
keine speziellen	keine speziellen	ich nicht. Man redet in Deutschland nicht viel über Tschechen was vielleicht auch daran liegt dass nicht viele bei uns wohnen
nicht bekannt	nicht bekannt	nicht bekannt
nein	gemütlich	nein
nein	nein	nein
Neid	Humor	Bier
Nein	Bodenständig fleißig	Nein
unpünktlich und unzuverlässig, teilweise unehrlich	gemütlich	Diebe

unordentlich	sehr gebildet	-----
unpünktlich	höflich	Betrug, Abzocke
nicht das ich genau wüsste	Gastfreundschaft	nein
stehlen	?	Nein
nein	haben viele Bauwerke erschaffen	nein
nein	nein	nein