

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI

FAKULTA PEDAGOGICKÁ
KATEDRA NĚMECKÉHO JAZYKA

**Das Bild von Tschechien und Deutschland bei
tschechischen Jugendlichen**

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Bc. Jana Míšková

Učitelství pro střední školy, obor Učitelství německého jazyka pro střední školy

Vedoucí práce: Prof. PhDr. Věra Höppnerová, DrSc.

Plzeň 2018

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Masterarbeit selbstständig mit Verwendung von angeführten Literatur und Informationsquellen ausgearbeitet habe.

Pilsen am 29. Juni 2018

.....
eigenhändige Unterschrift

Danksagung

Ich bedanke mich bei der Frau Prof. PhDr. Věra Höppnerová, DrSc., für ihre
Bereitwilligkeit und wertvollen Ratschläge bei der Führung meiner Masterarbeit.

ZDE SE NACHÁZÍ ORIGINÁL ZADÁNÍ KVALIFIKAČNÍ PRÁCE.

INHALTSVERZEICHNIS

EINLEITUNG.....7

1 WELTBILD9

1.1 DEFINITIONEN, ENTSTEHUNG UND ENTWICKLUNG DES WELTBILDES.....9

 1.1.1 Stereotype11

 1.1.2 Vorurteile.....13

1.2 SELBSTBILD.....14

1.3 FREMDBILD15

1.4 ZUSAMMENHANG ZWISCHEN DEM SELBSTBILD UND DEM FREMDBILD.....15

 1.4.1 Selbstbild und deutschlandbezogenes Fremdbild der Tschechen16

1.5 WICHTIGKEIT DES WELTBILDES BEI DEN JUGENDLICHEN18

2 NATIONALKULTUR UND IHRE STANDARDS.....20

2.1 AUFFASSUNG DER NATIONALKULTUR20

2.2 KULTURSTANDARDS21

 2.2.1 Definition und Generierung der Kulturstandards21

 2.2.2 Arten der Kulturstandards.....23

 2.2.3 Grenzen des Kulturstandard-Konzepts.....23

3 TSCHECHISCHE UND DEUTSCHE KULTURSTANDARDS IM VERGLEICH25

3.1 TSCHECHISCHE KULTURSTANDARDS26

 3.1.1 Abwertung von Strukturen26

 3.1.2 Personenbezug.....26

 3.1.3 Konfliktvermeidung.....27

 3.1.4 Diffusion von Lebens- und Persönlichkeitsbereichen27

 3.1.5 Starker Kontextbezug der Kommunikation28

 3.1.6 Schwankende Selbstsicherheit28

 3.1.7 Simultanität29

3.2 DEUTSCHE KULTURSTANDARDS.....29

 3.2.1 Aufwertung von Strukturen29

 3.2.2 Sachbezug30

 3.2.3 Konfliktkonfrontation30

 3.2.4 Trennung von Lebens- und Persönlichkeitsbereichen30

 3.2.5 Schwacher Kontextbezug der Kommunikation.....31

 3.2.6 Stabile Selbstsicherheit31

 3.2.7 Konsekutivität31

4 FRAGEBOGENUNTERSUCHUNG.....33

4.1 UNTERSUCHUNGSMETHODE.....33

4.2 CHARAKTERISTIK DER UNTERSUCHTEN GRUPPE.....33

4.3 HYPOTHESEN34

4.4 DATENANALYSE35

 4.4.1 Ergebnisse der Befragung an Gymnasien35

 4.4.2 Ergebnisse der Befragung in den Fachschulen42

 4.4.3 Ergebnisse der Befragung in den Berufsschulen.....48

4.5 GESAMTERGEBNISSE DER BEFRAGUNG55

 4.5.1 Das Selbstbild der tschechischen Jugendlichen55

 4.5.2 Das deutschlandbezogene Fremdbild der tschechischen Jugendlichen57

4.6 AUSWERTUNG VON HYPOTHESEN.....61

4.7 VERGLEICH MIT POLNISCHER FRAGEBOGENUNTERSUCHUNG62

ZUSAMMENFASSUNG	64
RESUMÉ.....	68
LITERATURVERZEICHNIS.....	69
GRAPHENVERZEICHNIS.....	72
ANHANGVERZEICHNIS.....	73
ANHANG.....	I

EINLEITUNG

Seit langem werden über Stereotype bzw. Bilder bezüglich verschiedener Länder und Völker diskutiert. Aufgrund der Tatsache, dass dieses Thema auch heutzutage sehr aktuell ist, und weil hauptsächlich die Ansichten, Einstellungen und Weltbilder der Jugendlichen für die Zukunft von großer Bedeutung sind, behandelt die vorliegende Masterarbeit die Thematik *das Bild von Tschechien und Deutschland bei tschechischen Jugendlichen*.

Die Arbeit verfolgt mehrere Ziele. Diese sind festzustellen, womit die tschechischen Jugendlichen Tschechien und Deutschland (Land und Leute) assoziieren, ob ihre Vorstellungen eher positiv, neutral oder negativ konnotiert sind, ob sie sich mehr auf die historische Vergangenheit Deutschlands oder auf das gegenwärtige Deutschland beziehen und ob sie mit den allgemein im theoretischen Teil angegebenen Stereotypen über die Tschechen und Deutschen übereinstimmen. Weiter wird untersucht, woher die tschechischen Jugendlichen ihre deutschlandbezogenen Bilder beziehen. Des Weiteren wird festgestellt, welchen Einfluss das Niveau der Ausbildung der Jugendlichen auf ihr Bild von Tschechien und Deutschland hat. Zum Schluss wird im Hinblick auf das zugrunde liegende Konzept des Weltbildes untersucht, ob die Ausprägung des Selbstbildes (der Autostereotype) wirklich einen Einfluss auf die Gestalt des Fremdbildes (der Heterostereotype) hat.

Im theoretischen Teil wird das Konzept des Weltbildes erläutert. In seinem Rahmen wird das Folgende angeführt: Verschiedene Definitionen, die Entstehung und Entwicklung des Weltbildes, die damit verbundenen Stereotype oder Vorurteile, der Unterschied und der Zusammenhang zwischen dem Selbstbild und dem Fremdbild sowie das Selbstbild und das deutschlandbezogene Fremdbild der Tschechen, das sich aus den in den 1990er Jahren in Tschechien durchgeführten soziologischen Untersuchungen ergibt. Des Weiteren sind die Begriffe Nationalkultur und Kulturstandards erklärt und dann sind die von Ivan Nový und Sylvia Schroll-Machl anhand empirischer Untersuchungen gewonnenen tschechischen und deutschen Kulturstandards angegeben und beschrieben.

Den praktischen Teil bildet die Fragebogenuntersuchung, die unter 300 tschechischen Jugendlichen in Abschlussklassen an drei verschiedenen Schultypen (Gymnasien, Fachschulen, Berufsschulen) in Pilsen durchgeführt wurde. Durch sie werden Daten produziert und zur Verfügung gestellt, die zur Erreichung der Untersuchungsziele dienen. Diese Untersuchungsmethode wurde auch deswegen gewählt, weil sie ermöglicht,

Antworten von einer Vielzahl von Personen in einer relativ kurzen Zeit zu sammeln. Anhand der Ergebnisse der Umfrage werden die vorher festgestellten Hypothesen bestätigt oder widerlegt.

Zum Thema der Weltbilder wurde die Umfrage auch in Polen durchgeführt, die sich auf die Untersuchung polnischer Autostereotype und deutschlandbezogener Heterostereotype bezog und von der die vorliegende Arbeit inspiriert wurde. Am Ende des praktischen Teils werden die Ergebnisse beider Umfragen verglichen.

1 WELTBILD

Das Thema des Weltbildes wird in den letzten Jahren häufig und von mehreren Wissenschaftsdisziplinen aufgegriffen. In der vorliegenden Arbeit wird es im sozialwissenschaftlichen Sinne behandelt, konkret hauptsächlich im Hinblick auf Soziologie, Kulturosoziologie und Sozialpsychologie, weil diese Disziplinen miteinander in Zusammenhang stehen.

Es scheint wichtig zu sein, sich mit diesem Thema auch im Deutschunterricht im Rahmen der kognitiven und interkulturellen Landeskunde zu beschäftigen, denn die Schule kann die Weltbilder der Jugendlichen stark beeinflussen.

1.1 DEFINITIONEN, ENTSTEHUNG UND ENTWICKLUNG DES WELTBILDES

Das von Fleischer ausgearbeitete Konzept des *Weltbildes* behandelt dieses Phänomen im Rahmen der systemtheoretischen Kulturtheorie. Seiner Auffassung nach spiegeln unsere Wahrnehmung, Äußerungen und Kommunikation generell die wirkliche Realität nicht wider, sondern sie sind kulturell bedingt und gesteuert. Folgende Definition macht dies deutlich:

§ *Weltbilder* sind von der ersten Wirklichkeit beeinflusste, von und in der Zweiten Wirklichkeit produzierte Regulative und Steuerungskomponenten, die zur Generierung, Organisation, ausprägungsspezifischen und -gemäßen Aufrechterhaltung eines Kultursystems, das ihre Beschaffenheit selbst mitbestimmt hat, wie auch zur Steuerung der Kommunikationen im gegebenen Kultursystem dienen. Weltbilder sind *Regulative* im Sinne der Systemtheorie. Sie liefern die *Semantisierungskriterien* für die Konstruktion der Zweiten Wirklichkeit innerhalb eines Kultursystems und entscheiden über die darauf bezogene Organisation von Äußerungen, die diese Wirklichkeit repräsentieren. (Fleischer 2001: 362)

Unter der ersten Wirklichkeit versteht man die Realität und als die Zweite Wirklichkeit wird die Kultur (siehe Seite 16) bezeichnet. Dieser Definition zufolge haben die Weltbilder regulative und steuernde Funktionen.

Weiss benutzt für die Bezeichnung des Weltbildes den englischen Begriff *Image* im wissenschaftlichen Kontext und definiert es folgendermaßen:

§ Das Image ist verallgemeinert das Erscheinungsbild von einem bestimmten Phänomen, einem Ereignis oder einer Region. [...]. Das Image ist das Ergebnis einer Vielzahl von partiellen Vorstellungsbildern, die in ihrer Zusammensetzung sehr unterschiedlich sein können. Je stärker die jeweilige Sichtweise von objektiven Faktoren beeinflusst ist, um so

einheitlicher, gefestigter und realitätsnäher ist das Image des betreffenden Sachverhalts. Umgekehrt läßt eine Dominanz subjektiver Faktoren eher ein realitätsfernes Image erwarten. [...] Sie entstehen zum einen durch den direkten Kontakt mit der Umwelt oder dem jeweiligen Sachverhalt. Die Inhalte können zum anderen auch nur passiv durch die Medien vermittelt werden. Als weitere Komponenten sind schließlich die individuellen Wahrnehmungen, Gefühle, Vorstellungen und Erfahrungen des jeweiligen Images von entscheidender Bedeutung. (Weiss 1998: 22, zit. n. Lüsebrink 2008: 86 f.)

Vergleicht man die Definitionen von Fleischer und Weiss, so zeigt sich, dass während Fleischer zufolge die Kultur die entscheidende Rolle bei der Bildung der Weltbilder spielt, betont Weiss eher die Individualität eines Menschen.

Dass die Weltbilder kulturabhängig sind, ist auch bei Notarp zu lesen, wenn sie schreibt, dass sie als Teil des kollektiven Gedächtnisses einer Kultur aufgefasst werden können. Die Autorin bringt in ihrem Aufsatz zum Ausdruck, dass die Weltbilder von Generation zu Generation weitergegeben werden, tief im Kultursystem fixiert sind und sich deswegen nur schwer verändern lassen (Notarp 2011: 50).

Auch Fleischer führt an, dass ein Weltbild schwierig und deswegen relativ selten modifiziert wird. Üblicherweise wird *Etwas* an bestehende Muster angepasst (Fleischer 2001: 355).

Klusáková (1997: 8) weist darauf hin, dass die Weltbilder aus verschiedenen Quellen passiv gebildet werden, beispielsweise aus der Presse, aus Pamphleten, aus den Lehrbüchern für Geschichte und Geographie, aus der Belletristik, aus Essays, aus den Reiseberichten oder aus den grafischen Formen eines Bildes, die Dokumentarzeichnungen oder Karikaturen darstellen. Lüsebrink (2008: 87) fügt noch textuelle Kurzformen wie Anekdoten, Sprichwörter, Witze, Werbeanzeigen oder Werbespots hinzu, in denen sich seiner Meinung nach reduktionistische Formen der Fremdwahrnehmung finden lassen.

Klusáková stellt in ihrem Artikel fest, dass falls die Bilder durch den direkten Kontakt mit der Umwelt entstehen, spielt auch das, wer der Schöpfer des Bildes ist, eine große Rolle. Besonders wichtig ist dabei sowohl die Stelle des Beobachters in der Gesellschaft als auch seine Kenntnis und Bereitschaft. Damit sind z. B. Sprachkenntnisse gemeint (Klusáková 1999: 15).

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass man durch den Einfluss der Kultur, in der man lebt, eine Reihe von Vorstellungen, Bildern und Stereotypen erhält, die einem helfen, sich in seinem Umfeld zurechtzufinden (a.a.O., S. 12 f.).

1.1.1 STEREOTYPE

Die Bilder, die sich durch Eindeutigkeit und Dauerhaftigkeit auszeichnen, charakterisiert Walter Lippmann als Stereotype (Hubel/May 1995: 10, zit. n. Mehnert 1997: 17). Er war der erste, der sich 1922 mit dem Begriff des Stereotypes beschäftigte.

šLippmann verwendete den Begriff zur Bezeichnung kulturell vorgeprägter Einstellungen, Meinungen und Überzeugungen, die von den individuellen Kulturträgern übernommen werden und deren Wahrnehmungen strukturieren.ö (Grzybek 1990: 301, zit. n. Fleischer 2001: 397)

Dieser Auffassung nach geht es also um feststehende bzw. stereotype Bilder in unseren Köpfen (Lippmann 1922: 9, zit. n. Hahn 2002: 9).

Oft werden die Begriffe *Bild* und *Stereotyp* fast wie Synonyme verwendet. Klusáková weist jedoch auf wesentliche Unterschiede zwischen ihnen hin. Während Bilder eher selten vorkommende, individuell gebildete Ausdrücke darstellen, werden unter Stereotypen allgemein verbreitete, oft wiederholende und kollektiv akzeptierte Bilder verstanden. Ein weiteres typisches Merkmal der Stereotype ist, dass sie meistens negativ konnotiert sind. Sie können als Klischees oder Schemata bezeichnet werden (Klusáková 1997: 7 f.). Daraus ergibt es sich, dass nicht jedes Bild zum Stereotyp wird.

Stereotype sind dadurch gekennzeichnet, dass sie meistens den Tatsachen widersprechen oder der Realität nur teilweise entsprechen (Grzybek 1990: 302, zit. n. Fleischer 2001: 398). Laut Lippmann stellen die Stereotype kein komplettes Weltbild dar, sondern šdas Bild einer möglichen Weltö, in der Menschen und Dinge so auftreten, wie es erwartet wird (Lippmann 1964: 97, zit. n. Heringer 2014: 205).

Nach Fleischers Auffassung stellen die Stereotype die Bestandteile der Zweiten Wirklichkeit dar, das heißt der Kultur, und werden sowohl im als auch vom Kultursystem selbst produziert. Obwohl sich im Falle der Stereotype meistens um keine Widerspiegelung der Wirklichkeit handelt, betrachten die meisten Kulturteilnehmer Stereotype als wahre Aussagen oder mindestens als nutzbare und angemessen entsprechende Mittel zur Weltbeschreibung. Es ist hauptsächlich durch ihre Tradierung und allgemeine Verwendung verursacht (Fleischer 2001: 403 ff.).

Klusáková weist darauf hin, dass die Stereotype öffentliche Meinung beeinflussen und bilden und gezielt verwendet werden können. Man kann sie z. B. in der Ideologie oder in der politischen Propaganda finden (Klusáková 1997: 7 f.).

Wie bei Nový/Schroll-Machl zu lesen ist, werden die Stereotype als Primärvereinfachung und Vorstellungen über die anderen betrachtet, in denen große Gruppen (z. B. Angehörige einer Nation) auf minimale Zeichen reduziert werden und persönliche Erfahrung dabei meist keine Rolle spielt. Keiner ist von ihnen vollständig befreit (Nový/Schroll-Machl 2005: 41 f.).

Einerseits sind sie also ziemlich negativ zu sehen, andererseits aber auch positiv. Grzybek ist davon überzeugt, dass sie im Grunde erforderlich sind, weil sie bestimmte Funktionen erfüllen. Seiner Ansicht nach dienen sie zur schnelleren Orientierung, weil sie Muster zur Bewältigung komplexer Phänomene liefern. Ferner sind sie Mittel der Adaptation und Sozialintegration (Grzybek 1990: 308, zit. n. Fleischer 2001: 398).

Auch Nový/Schroll-Machl gehen davon aus, dass ein angemessenes Maß an Stereotypisierung den Prozess, andere kennenzulernen, beschleunigen und verbessern kann. Solche Stereotypisierung muss jedoch als eine bestimmte Hypothese verstanden werden, die man im nächsten Prozess des gegenseitigen Kennenlernens validiert (Nový/Schroll-Machl 2015: 15). Daraus geht hervor, dass sie entweder bestätigt oder widerlegt wird.

Für eine der wichtigsten Funktionen der Stereotype hält Hahn (2002: 12) die Identitätsbildung. Seiner Ansicht nach sucht man mit Hilfe der Stereotype nach seiner Identität und formuliert sie nachfolgend.

Notarp führt an, dass die Stereotype zwecks der Abgrenzung des Eigenen von Fremden benutzt werden, konkreter gesagt der Abgrenzung der eigenen sozialen Gruppe von anderen Gruppen (Notarp 2011: 51). Sie hebt hervor, dass diese Abgrenzung anhand der stereotypisierenden Mittel verläuft. Dies sind *die Verallgemeinerung*, die meistens ein Land oder eine Gruppe von Menschen betrifft, und ein *wertendes Zusatzelement* bzw. eine positive oder negative Bewertung. Sie fügt hinzu, dass oft ganze sog. Stereotypen-Panorama zu sehen sind, die in einer kulturellen Gruppe bezüglich der anderen Gruppe üblich sind (ebd.).

Hahn/Hahn (2002: 19) führen an, dass Stereotype praktisch in allen sozialen Bereichen vorkommen. Deswegen gibt es mehrere Typen von ihnen, beispielsweise professionelle, konfessionelle bzw. religiöse, klassenstereotypische, sexistische oder nationale bzw. ethnische Stereotype.

In der letzten Zeit werden die nationalen Stereotype, mit anderen Worten stereotype Vorstellungen von anderen Völkern und Ländern, häufig diskutiert. Sie heben das Gefühl der Zusammengehörigkeit besonders stark hervor und verstärken dadurch die Verbindung zwischen den Mitgliedern einer Nation (Berting/Villain-Gandossi 1999: 26 ff.).

Aus den oben genannten Definitionen und Merkmalen der Stereotype kann die Schlussfolgerung gezogen werden, daß Stereotypen subjektive, von Emotionen beeinflusste und verallgemeinernde Werturteile sind, die auf Gruppen von Menschen angewendet werden (bzw. auf Einzelne als Mitglieder einer Gruppe) [...] (Hahn/Hahn 2002: 21). Ähnlich wie die Bilder sind die Stereotype nicht angeboren, eine persönliche Erfahrung spielt bei ihrer Bildung fast keine Rolle, sondern sie werden durch das soziale bzw. kulturelle Milieu weitergegeben (vgl. a. a. O., S. 22).

Wie bei Bartmi ski zu lesen ist, kann man generell die Bemühungen beobachten, die Stereotype zu eliminieren. Er gibt zu, dass es bestimmt im Falle der besonders negativen Stereotype nötig ist, die manche ethnische Gruppen gegeneinander aufhetzen könnten. Zugleich zweifelt er aber daran, ob die Beseitigung der Stereotype überhaupt möglich und richtig ist. Dabei weist er vor allem auf die sog. beschreibenden Stereotype hin wie beispielsweise *Spaghettisser* bei Italienern oder *Froschesser* bei Franzosen, die ein gewisses Maß an der objektiven Wirklichkeit aufweisen (vgl. Bartmi ski 1999: 312).

Hahn/Hahn vertreten die Ansicht, dass die Stereotype natürlich sind, weil sie u. a. meistens unabsichtlich verwendet werden, und fügen hinzu, dass sie nicht eliminiert werden können, aber der Umgang mit ihnen zivilisiert werden kann (Hahn/Hahn 2002: 40 f., 11).

1.1.2 VORURTEILE

Stereotype können zu Vorurteilen führen. Es kann hauptsächlich dann passieren, wenn man die Stereotype unbewusst benutzt (Nový/Schroll-Machl 2005: 42).

Während Ipsen (2002: 323) Vorurteile als Stereotype im engeren Sinne bezeichnet, betont Ipsen einen wichtigen Unterschied zwischen ihnen. Während sich Stereotype auf das Eigene und Fremde beziehen, erstrecken sich Vorurteile lediglich auf das Fremde (Ipsen 2009: 172, zit. n. Tonsern 2016: 140 f.).

Dabei ist hervorzuheben, dass sie sehr emotionell geprägt sind und ausschließlich einen negativen Charakter haben. Es handelt sich um die Betonung der Schwächen der anderen, nicht ihrer Stärken. Es dient zur Bewahrung der eigenen positiven sozialen Identität (Gru-a 1999: 16).

Allport ist davon überzeugt, dass die Vorurteile seine Antipathie, die sich auf eine fehlerhafte und starre Verallgemeinerung gründet, darstellen (Allport 1971: 23, zit. n. Schäfer/Six 1978: 17).

Wiswede definiert sie folgendermaßen:

„Soziale Vorurteile sind *vorschnell* generalisierte Einstellungen ohne ausreichende Erfahrungsbasis, die (...) *höchst änderungsresistent* sind.“ (meine Hervorh.; Wiswede 1991: 146 f., zit. n. Mehnert 1997: 38)

Daraus ergibt sich, dass sie im Vergleich zu Stereotypen unter anderem extremer scheinen, denn sie werden *vorschnell* generalisiert und sind *höchst* änderungsresistent.

Besonders problematisch scheint die Tatsache zu sein, dass die Vorurteile durch den Kontakt mit den Menschen aus anderen Kulturen oft sogar bestätigt werden. Wie bei Nový/Schroll-Machl zu lesen ist, haben die Menschen bei der Beobachtung der anderen Menschen die Tendenz, besonders die Verhaltensweisen wahrzunehmen, die ihre Vorurteile bestätigen. Sie verfügen dann über das Gefühl, dass sie die Urteile aus eigener Erfahrung kennen. Solche Vorurteile werden zur starken persönlichen Überzeugung, die sich nur schwierig verändern lässt (Nový/Schroll-Machl 2005: 42 f.).

1.2 SELBSTBILD

Im Rahmen der Weltbilder wird zwischen Selbstbildern und Fremdbildern unterschieden. Die Selbstbilder, mit anderen Worten die Autostereotype, definiert Notarp wie folgt:

„Stereotype, die das Selbstbild einer Gruppe formulieren; kollektive Vorstellungen der Mitglieder von ihrer sozialen Gruppe, ihren positiven und negativen Eigenschaften; Selbstbeschreibungen und -bewertungen der eigenen Gruppe, die hauptsächlich die Funktion haben, die eigene Gruppe gegen andere abzugrenzen, die insofern auch durch den Vergleich mit anderen Gruppen zustande kommen.“ (Notarp 2011: 51 f.)

Unter einer sozialen Gruppe werden hier beispielsweise die Mitglieder eigener Kultur oder Nation verstanden. Die sich auf angebliche Eigenschaften der Angehörigen eines Nationalstaates bezogenen Stereotype können als Nationenstereotype oder ethnokulturelle Stereotype bezeichnet werden (Tonsern 2016: 141). Gerade diese stehen in der vorliegenden Arbeit im Mittelpunkt.

Dem Selbstbild liegt meistens eine positive Einstellung zugrunde. Nový und Schroll-Machl gehen davon aus, dass *das Eigene* in der gegebenen Kultur bekannt und gewöhnlich ist und deswegen auch für gut und richtig gehalten wird (Nový/Schroll-Machl 2005: 46). Brown

betont im Falle des Selbstbilds hauptsächlich die Bemühung um eine positive Gruppenidentität (Brown 1995: 170 f., zit. n. an k 2002: 324).

1.3 FREMDBILD

Die Fremdbilder, mit anderen Worten die Heterostereotype, werden von Notarp folgendermaßen definiert:

šStereotype, die das Bild von einer anderen, fremden sozialen Gruppe formulieren; kollektive Vorstellungen der Mitglieder einer sozialen Gruppe von einer anderen Gruppe; Beschreibungen und Bewertungen dieser anderen Gruppe, die hauptsächlich der Abgrenzung der eigenen Gruppe durch Be-, bzw. *Abwertung* der fremden Gruppe dienen.ö (meine Hervorh.; Notarp 2001: 52)

Aus der vorliegenden Definition ergibt es sich, dass *das Fremde* bzw. die fremde Gruppe in mehreren Fällen negativ wahrgenommen und bewertet wird, was zum negativ konnotierten Fremdbild führt.

Nový/Schroll-Machl führen an, dass das kulturell Fremde oft als störend, eher fehlerhaft als richtig und eher unvernünftig als vernünftig wahrgenommen wird. Die Mitglieder einer Gruppe sind meist der Ansicht, dass *das Andere* (kulturell Fremde) eine Verbesserung benötigt (Nový/Schroll-Machl 2005: 46).

Krakau weist darauf hin, dass wenn man über eine andere Gesellschaft (bzw. Kultur, Nation) eine neue Information feststellt, die mit den bereits vorhandenen Bildern/Stereotypen nicht übereinstimmt, tritt beim Empfänger eine Spannung auf, während die die Bilder bestätigenden Auskünfte positiv verarbeitet werden. Es steht mit der Änderungsresistenz der Stereotype in Zusammenhang (Krakau 1985: 10, zit. n. Lüsebrink 2008: 89).

1.4 ZUSAMMENHANG ZWISCHEN DEM SELBSTBILD UND DEM FREMDBILD

Es scheint wichtig zu sein, den Zusammenhang zwischen dem Selbstbild und dem Fremdbild zu untersuchen. Wie bei Hahn/Hahn zu lesen ist, stehen beide in einem engen Verhältnis zueinander und bedingen wechselseitig (Hahn/Hahn 2002: 28).

Brown behauptet, dass wir zwecks einer positiven Gruppenidentität unser Selbstbild grundsätzlich positiv gestalten, wobei es durch ein negatives Fremdbild praktisch hervorgerufen wird (Brown 1995: 170 f., zit. n. an k 2002: 324). Auch Hahn/Hahn (2002: 31) führen an, dass ein negatives Heterostereotyp oft deswegen verwendet wird, um auf ein positives Autostereotyp hinzuweisen. Daraus geht hervor, dass das negative Fremdbild oft nur der Vorwand für die positive Selbstdefinition darstellt.

Die Selbst- und Fremdbilder kontrastieren also häufig miteinander (Tymídová 2003: 523). Die sog. *Wir-Gruppe* vertritt die Ansicht, dass sie besser ist als *die Anderen*, oder mindestens besser sein sollte (Hahn/Hahn 2002: 35). Besonders in Bezug auf die Stereotypen über die Nachbarvölker ist dieses Phänomen sichtbar (Mestan 1999: 45).

Falls das negative Heterostereotyp dem positiven Autostereotyp entspricht, also mit ihm kontrastiert, wird es als gewöhnlich angesehen. Wenn jedoch das Fremdbild positiv bewertet wird, wird das ihm entsprechende Selbstbild nicht automatisch als negativ konnotiert. Die positiv beurteilten Fremdbilder haben einen appellativen Charakter, sie stellen eine Warnung bzw. Aufforderung für die sog. *Wir-Gruppe* dar und dienen als gewisse Vorbilder für sie. Die *Wir-Gruppe* nimmt also zur Kenntnis, dass sie sich im gegebenen Bereich verbessern sollte (Hahn/Hahn 2002: 32).

1.4.1 SELBSTBILD UND DEUTSCHLANDBEZOGENES FREMBILD DER TSCHECHEN

Während laut Mestan (1999: 43) das tschechische Selbstbild viele positive Elemente enthält, vertreten Tymídová (2003: 524) und Houffvi ka (2001: 83) die Ansicht, dass die Tschechen gegenüber sich selbst sehr kritisch sind, sogar kritischer als gegenüber anderen Völkern, oder als die Nachbarvölker ihnen gegenüber. Damit stehen sie im Gegensatz zu der allgemein gültigen Regel bezüglich des Verhältnisses zwischen dem Selbstbild und dem Fremdbild, die im vorigen Kapitel erklärt wurde.

Houffvi ka sieht eine der Hauptursachen für diese zu kritische Selbstbetrachtung der Tschechen in ihren geringen Erfahrungen mit Ausländern, die oft individuell bleiben und nicht weiterverbreitet werden. Mehreren Untersuchungen der nationalen Identität zufolge haben die Tschechen ein sehr geringes nationales Selbstbewusstsein. Sie zweifeln an einem tschechischen Nationalcharakter und kritisieren hauptsächlich den eigenen Staat bzw. die Regierung, das politische System, die ökonomische Leistungsfähigkeit und Armee. Im Gegensatz dazu sind sie stolz auf ihre Kultur bzw. auf die Geschichte des Staates, auf die tschechische Kunst, Literatur und sportliche Erfolge (ebd.).

Wie bei Houffvi ka zu lesen ist, wurde das Selbstbild der Tschechen vor allem nach der Wende im Jahre 1989 im Vergleich zu dem deutschlandbezogenen Fremdbild besonders kritisch klassifiziert. Damals betrachteten sich die Tschechen selbst als böse, unhöflich, unzuverlässig, arm und verschüchtert, während die Deutschen von ihnen als ehrenhaft, klug, gebildet, zuverlässig, reich und selbstbewusst beschrieben wurden (Houffvi ka 2001: 84).

Mit den oben genannten Bildern stimmt auch TMMířová überein und fügt noch weitere Eigenschaften hinzu, die sich aus den in den 90er Jahren in Tschechien durchgeführten soziologischen Untersuchungsergebnissen ableiten lassen. Es wurden den Deutschen noch folgende positive Eigenschaften zugeschrieben: Ordnungsliebe, Diszipliniertheit, Genauigkeit, Präzision, Arbeitsamkeit, Konsequenz, Sparsamkeit und Seriosität. Als ihre negativen Eigenschaften wurden eine gewisse Aggressivität, Überlegenheitsgefühl, Herrschsucht, Arroganz, Expansionslust, mangelnder Sinn für Humor und Unkultiviertheit erwähnt. Deutschland wird in den Augen der Tschechen durch Reichtum und hohen Lebensstandard gekennzeichnet (TMMířová 2003: 521 ff.).

Die Tschechen halten für ihre typischen negativen Eigenschaften Undiszipliniertheit, Bereitschaft zur Unterordnung, Anpassungsfähigkeit, Uneinigkeit und mangelndes Durchsetzungsvermögen. Als positiv betrachten sie ihren Sinn für Humor, Kultiviertheit und ein gewisses Maß an Fleiß. Die zuletzt genannte Eigenschaft wird in einem größeren Maße auch den Deutschen zugeschrieben (TMMířová 2003: 523 f.). Anhand der angeführten Beispiele lässt sich der Zusammenhang bzw. der Kontrast zwischen dem Selbstbild und dem Fremdbild bestätigen.

In Bezug auf das deutschlandbezogene Fremdbild der Tschechen können noch weitere Eigenschaften ergänzt werden. Bei Schroll-Machl/Nový ist zu lesen, dass die Deutschen unter anderem zielstrebig, pünktlich und patriotisch sind. An negativen Stereotypen werden ihnen aus tschechischer Sicht Fantasie- und Geschmacklosigkeit zugeordnet. Geschmacklosigkeit deswegen, weil sie angeblich Kitsch wie z. B. Gartenzwerge lieben (Schroll-Machl/Nový 2008: 26).

Laut Gruša halten sich die Tschechen selbst für intelligent, flexibel, geschickt und gewandt (Gruša 1999: 16, 88).

TMMířová führt an, dass die Deutschen von den Tschechen allgemein relativ gut aufgenommen werden als Vertreter einer ihnen nahen Kultur bzw. einer westlichen Kultur, zu der sich auch die Tschechen zählen (TMMířová 2003: 521).

TMMířová weist darauf hin, dass die Tschechen zwischen den West-, Ost- und Sudetendeutschen unterscheiden. Diese Einteilung ist sowohl geographisch als auch historisch-politisch motiviert. Die Tschechen sind davon überzeugt, dass die ihnen zufolge geteilten Deutschen eine unterschiedliche Mentalität haben. Sie bezeichnen besonders die Bayern als beliebter, weil sie aus tschechischer Sicht für anständiger, aufrichtiger,

freundschaftlicher und geselliger gehalten werden als die anderen Deutschen (Mírdová 2003: 519 f.).

1.5 WICHTIGKEIT DES WELTBILDES BEI DEN JUGENDLICHEN

Die Tatsache, wie die Welt von den Jugendlichen gesehen wird und welche Stereotype bei ihnen dominieren, ist sehr wichtig, weil die Jugend als *Hoffnungsträger* für die Zukunft gilt. Die Jugend ist nämlich meistens von der Vergangenheit unbelastet, in Bezug auf das deutsch-tschechische Bild also von den Ereignissen des Zweiten Weltkriegs, der Okkupation und der Umsiedlung (Lenk 2001: 237).

Die Jugendlichen können trotzdem von vielen Weltbildern und Stereotypen aus den Medien, aus dem Familienkreis oder aus oberflächlichen Erfahrungen beeinflusst werden. Zu den oberflächlichen Erfahrungen zählt man beispielsweise kulturelle Kontakte im Grenzgebiet (bloßes Einkaufen usw.) oder Erfahrungen mit den Deutschen als Touristen in Prag, die nach den befragten tschechischen Jugendlichen als laut und frech bezeichnet werden (Lenk 2001: 240 f.).

Damit die Jugendlichen mehr persönliche Erfahrungen mit einer anderen Kultur und ihren Angehörigen haben, ist die Unterstützung der allseitigen Jugendkontakte und des Jugendaustauschs notwendig (Gruša 1992: 66).

Das erste offizielle deutsch-tschechische Jugendtreffen fand im Jahre 1996 in Anwesenheit der Präsidenten Roman Herzog und Václav Havel in Polička statt (vgl. Bartmann 2003: 358). Dort wurde unter anderem festgestellt, dass die tschechischen und deutschen Jugendlichen viel Gemeinsames haben, z. B. bezüglich der kommerzialisierten Trends oder Gruppenstile haben (Lenk 2003: 367).

Die Jugendtreffen selbst reichen jedoch nicht aus, um die Stereotype bzw. Vorurteile zu vermeiden oder zu beseitigen. Im Extremfall kann das Gegenteil eintreten. Es zeigt sich, dass eine systematische Auswertung möglicher auftretender Probleme oder eine Analyse der Erfahrungen mit einem Pädagogen fruchtbar ist (Lenk 2001: 238 f.).

Dass die persönlichen Merkmale der Befragten wie Alter oder Ausbildung bei der Weltbilderbildung eine große Rolle spielen, betont Houffvička (2001: 80), der anführt, dass das Deutschenbild der Tschechen in der Altersgruppe bis 30 Jahre und bei Studenten in Wirklichkeit positiver eingeschätzt wird und weniger Vorurteile enthält.

In der Regel werden die Tschechen über Deutschland viel besser informiert als die Deutschen über Tschechien (Lenk 2001: 242).

2 NATIONALKULTUR UND IHRE STANDARDS

Zur Einleitung dieses Kapitels wird die Kulturdefinition des deutschen Sozialpsychologen Alexander Thomas angeführt, die lautet:

„Kultur ist ein universelles, für eine Gesellschaft, Organisation und Gruppe aber sehr typisches Orientierungssystem. Dieses Orientierungssystem wird aus spezifischen Symbolen gebildet und in der jeweiligen Gesellschaft usw. tradiert. Es beeinflusst das Wahrnehmen, Denken, Werten und Handeln aller ihrer Mitglieder und definiert somit deren Zugehörigkeit zur Gesellschaft.“ (Thomas 1993: 380)

Es handelt sich heutzutage um eine der bekanntesten modernen Kulturbestimmungen.

Auch Fleischer gibt in Übereinstimmung mit Thomas an, dass die Kultur systemischen Charakter besitzt und ihre Grundlage die Zeichen darstellen. Ferner betont er, dass die Kultur von Menschen produziert wird und die Weltbilder vermittelt (Fleischer 2001: 307, 309).

2.1 AUFFASSUNG DER NATIONALKULTUR

Das System Kultur besteht aus mindestens vier vernetzten Subsystemen oder mit anderen Worten aus vier kulturellen Formationen. Dies sind kulturelle Gruppen, Subkulturen, Einzelkulturen und Interkulturen. Eine Nationalkultur stellt heutzutage die häufigste Form der Einzelkultur dar (Fleischer 2001: 308, 311, 315).

Nationalkultur gehört also zu einem der vier Subsysteme der Kultur und wird von Fleischer folgendermaßen definiert:

„Das System der Einzelkultur (heutzutage meistens eine Nationalkultur) umfaßt alle in einem geopolitischen und kulturell bedingten Raum vorhandenen Subkulturen dieses Bereichs, beinhaltet aber auch subkulturell oder diskurshaft benachbarte nicht-eigene Subkulturen (nationale Minderheiten außerhalb der sogenannten Grenzen.“ (Fleischer 2001: 315)

Zu den erwähnten Subkulturen wird beispielsweise auch Jugendkultur gezählt (Bartmann 2003: 359), zu der die Befragten in der vorliegenden Arbeit gehören.

Fleischer hebt hervor, dass die Nationalkultur ein System maximaler Fixierung darstellt, weil sie zeitlich in hohem Maße beständig und raumgebunden ist (Fleischer 2001: 315 f.).

Fleischer steht damit im Gegensatz zu Nový und Schroll-Machl, die die Ansicht vertreten, dass die Nationalkulturen keine starre und feststehende Struktur sind, sondern dass sie sich

in ständiger Entwicklung befinden. Außerdem definieren sie die Nationalkultur als eine Kultur, die im Laufe der Zeit von vielen Menschen entwickelt wurde, die in einer bestimmten Nation geboren wurden oder sich wie Mitglieder dieser Nation fühlen. Solche Kultur halten sie für verbindlich, es handelt sich um ein kollektives Bewusstsein mit anderen Worten um überlieferte Werte, Normen, Verhaltensregeln, ethisch-moralische Systeme und davon abgeleitete Bilder der Welt und des Menschen (Nový/Schroll-Machl 2005: 92 f.).

Der Begriff der Nationalkultur bzw. der nationale Bezug von Kultur wird von Welsch kritisiert. Seiner Ansicht nach gilt die traditionelle Auffassung des Kulturbegriffs nicht mehr. In seinem Aufsatz äußert er eine Kritik an der Vorstellung, dass unsere Kulturen national geprägt sind, und bevorzugt die Trennung von der Kultur und Nation. Er ist davon überzeugt, dass unsere Kulturen nicht mehr homogen und getrennt vorkommen, sondern dass sie gemischt sind und sich gegenseitig durchdringen. Dies bezeichnet er als die sog. Transkulturalität (Welsch 1998: 48, zit. n. Bittl/Moree 2007: 4 f.).

2.2 KULTURSTANDARDS

Weil die Beschreibungen verschiedener Nationalkulturen sehr abstrakt und wenig konkret scheinen, wurden anhand der empirischen Untersuchungen bestimmte Kulturstandards einzelner Nationalkulturen festgestellt (Nový/Schroll-Machl 2005: 93).

2.2.1 DEFINITION UND GENERIERUNG DER KULTURSTANDARDS

Kulturstandards repräsentieren die zentralen Kennzeichen einer Kultur, gemeinsame Elemente einer Nation und dienen zur kulturspezifischen Orientierung. Sie wurden von Alexander Thomas entwickelt und folgendermaßen definiert:

§Kulturstandards können aufgefaßt werden als die von den in einer Kultur lebenden Menschen untereinander geteilten und für verbindlich angesehen Normen und Maßstäbe zur Ausführung und Beurteilung von Verhaltensweisen. Kulturstandards wirken als Maßstäbe, Gradmesser, Bezugssysteme und Orientierungsmerkmale. Kulturstandards sind die zentralen Kennzeichen einer Kultur, die als Orientierungssystem des Wahrnehmens, Denkens und Handelns dienen. Kulturstandards bieten den Mitgliedern einer Kultur Orientierung für das eigene Verhalten und ermöglichen zu entscheiden, welches Verhalten als normal, typisch, noch akzeptabel anzusehen bzw. welches Verhalten abzulehnen ist. Kulturstandards wirken wie implizite Theorien und sind über den Prozeß der Sozialisation internalisiert. Kulturstandards bestehen aus einer zentralen Norm und einem

Toleranzbereich. Die Norm gibt den Idealwert an, der Toleranzbereich umfaßt die noch akzeptierbaren Abweichungen vom Normwert.ö (Thomas 1999: 114 f.)

Weil die Kulturstandards von den Mitgliedern einer Kultur durch die Sozialisation erworben werden, sind sie ihnen oft unbewusst, aber trotzdem selbstverständlich (Heringer 2014: 190).

Zur Generierung der Kulturstandards dient šdie Methode der Erhebung und Analyse von sogenannten Kritischen Ereignissenö (Thomas 1988, zit. n. Schroll-Machl 2007: 32). Es geht um die Analyse von problematisch verlaufenden Interaktionssituationen zwischen den Mitgliedern unterschiedlicher Nationen. Dabei werden die innerhalb dieser Situationen wirkenden kulturellen Unterschiede und Spezifika beschrieben(Nový/Schroll-Machl 2005: 15 ff.). Die Kulturstandards werden also anhand eines Kontrastes festgestellt, sie stellen das Ergebnis des Vergleichs konkreter Nationalkulturen dar, das sich nur in ihrem Rahmen interpretieren lässt (Nový/Schroll-Machl 2015: 31).

Die Kulturstandards gehen von systematischen empirischen Untersuchungen bzw. von einer systematischen Analyse der wirklichen Alltagssituationen aus. Darin besteht der Unterschied zwischen ihnen und den Stereotypen, die eine unwissenschaftliche Einstellung darstellen (Bausinger 1988: 160, zit. n. Lüsebrink 2008: 88). Auch Marada weist darauf hin, dass die Kulturstandards im Gegensatz zu Stereotypen objektive Aussagen über Spezifika anderer Kulturen vermitteln (Marada 1997: 46).

Schroll-Machl hebt hervor, dass sowohl die ganze Kultur als auch Individuen anhand der Kulturstandards nicht beschrieben werden können. Ein konkreter Deutscher kann beispielsweise von einigen deutschen Kulturstandards abweichen, andere können bei ihm dagegen extrem vertreten werden. Deswegen gibt es einen Toleranzbereich, innerhalb dessen gewisse Abweichungen vom Standard akzeptiert werden. Falls sie sich jedoch außerhalb dieses Toleranzbereichs befinden, werden sie sanktioniert (Schroll-Machl 2007: 29).

Es gibt zwei wissenschaftliche methodische Verfahren zur Feststellung der Schlüsselunterschiede einzelner Nationalkulturen. Neben der qualitativen Methode der Kulturstandards, die als die konkreteste betrachtet wird, kommt noch die quantitative Methode der sog. Kulturdimensionen vor, die von Hofstede entwickelt wurde und ferner beispielsweise von Trompenaars benutzt wird (Nový/Schroll-Machl 2015: 24 ff.).

Bittl/Moree (2007: 54) bezeichnen die Kulturdimensionen als Antagonismen und beschäftigen sich mit ihnen im Rahmen des transkulturellen Ansatzes. Das heißt, dass sie im Unterschied zu den Kulturdimensionen von Hofstede oder Kulturstandards von Thomas nicht an Nationalkulturen gebunden sind, sondern an Einzelpersonen.

2.2.2 ARTEN DER KULTURSTANDARDS

Thomas (2004: 152 ff., zit. n. Lüsebrink 2008: 19) unterscheidet zwischen drei Arten von Kulturstandards wie folgt:

- zentrale Kulturstandards,
- domänen- bzw. bereichsspezifische Kulturstandards,
- kontextuelle Kulturstandards.

Mit zentralen Kulturstandards sind die Grundstandards gemeint, die in sehr unterschiedlichen Situationen und Handlungsfeldern wirksam werden. Sie bilden u. a. den Gegenstand der empirischen Untersuchungen von Hofstede, Trompenaars oder Hall.

Unter domänen- bzw. bereichsspezifischen Kulturstandards werden die von einem bestimmten Handlungsfeld abhängigen Kulturstandards verstanden, die nur in seinem Rahmen wirken. Es handelt sich z. B. um die Bereiche wie Sport, Wirtschaftsunternehmen oder Familie.

Kontextuelle Kulturstandards stellen eine Basisorientierung der Vertreter einer Kultur in einer bestimmten Situation dar. Als Beispiel lässt sich die Senioritätsorientierung anführen, die hauptsächlich in ostasiatischen Kulturen wirkt. Es bedeutet, dass wenn eine deutlich ältere Person in einen Kreis von nahezu gleichaltrigen Jüngeren eintritt und sich aktiv am sozialen Geschehen beteiligt, die gesamte Situation, die soziale Atmosphäre, das soziale Klima etc. eine völlige Änderung erfährt (Thomas 2004: 154., zit. n. Lüsebrink 2008: 19).

2.2.3 GRENZEN DES KULTURSTANDARD-KONZEPTS

Das Konzept der Kulturstandards hat jedoch auch seine Gegner wie Eckensberger, Harnisch, Helfrich, Krewer oder Wassmann, die behaupten, dass die Kulturstandards zur Stereotypisierung und zu den Vorurteilen führen. Ihrer Ansicht nach bestätigen sie die bestehenden Stereotype und bilden sie sogar dort, wo sie bisher nicht vorkommen (Nový/Schroll-Machl 2015: 33).

Nový/Schroll-Machl vertreten im Gegenteil die Ansicht, dass durch die Erklärung und das Verständnis kultureller Standards anderer Kulturen bzw. Nationen die oft schwer zu überwindenen Vorurteile gemildert werden können (Nový/Schroll-Machl 2015: 8).

Krewer führt einen weiteren Mangel dieses Konzeptes an. Er besteht darin, dass die Kulturstandards manche die Interaktion zwischen Angehörigen verschiedener Nationalkulturen beeinflussenden Tatsachen weder enthalten noch reflektieren. Dies sind die Bedingungen des Kontakts (Dauer, Intensität, Freiwilligkeit), persönliche Eigenschaften und die Zugehörigkeit der Mitglieder zu Sozialgruppen innerhalb der jeweiligen Kultur (Sozialstatus, Bildungsstand, Berufsgruppen), Zielvorstellungen der Beteiligten und ihre Kompatibilität, bisherige Erfahrungen hinsichtlich des Kontakts beider Kulturen, das soziale Klima, in dem die Begegnung stattfindet etc. (Nový/Schroll-Machl 2015: 33 f.).

3 TSCHECHISCHE UND DEUTSCHE KULTURSTANDARDS IM VERGLEICH

Aufgrund umfangreicher empirischer Untersuchungen wurden mithilfe *der Methode der Erhebung und Analyse von sogenannten Kritischen Ereignissen* tschechische und deutsche Kulturstandards festgestellt. Diese Methode besteht in der Beschreibung solcher Sozialsituationen, in denen eine Seite (tschechische oder deutsche) von dem Verhalten anderer Seite überrascht ist. Sie findet das Verhalten der Mitglieder anderer Nationalkultur anders, ungewöhnlich, fremd und infolgedessen manchmal hinderlich bis irritierend oder im Gegenteil attraktiv. Tschechische Kultur wurde also von den Repräsentanten der deutschen Kultur reflektiert und umgekehrt. Deswegen lassen sich die ermittelten Kulturstandards nur im Rahmen des Vergleichs dieser zwei Nationalkulturen bzw. im bilateralen interkulturellen Rahmen interpretieren. Die Ergebnisse dieser Untersuchung wurden anhand halbstandardisierter Interviews mit den Tschechen oder Deutschen gewonnen, die mindestens drei Jahre persönliche Erfahrung mit ihren ausländischen Partnern haben (Nový/Schroll-Machl 2005: 190, 2007: 28, 2015: 51 f.).

Die festgestellten Kulturstandards (Nový/Schroll-Machl 2015: 54 ff., Lenk 2001: 249 f.) stehen zueinander im Kontrast und einige von ihnen überschneiden sich. Sie bilden folgende tschechisch-deutsche Kulturstandardpaare:

- Abwertung von Strukturen versus Aufwertung von Strukturen,
- Personenbezug versus Sachbezug,
- Konfliktvermeidung versus Konfliktkonfrontation,
- Diffusion von Lebens- und Persönlichkeitsbereichen versus Trennung von Lebens- und Persönlichkeitsbereichen,
- starker Kontextbezug der Kommunikation versus schwacher Kontextbezug der Kommunikation,
- schwankende Selbstsicherheit versus stabile Selbstsicherheit,
- Simultanität versus Konsekutivität.

3.1 TSCHECHISCHE KULTURSTANDARDS

3.1.1 ABWERTUNG VON STRUKTUREN

Einer der Schlüsselkulturstandards der Tschechen ist die Abwertung und Unterschätzung von Strukturen. Tschechen sind skeptisch und misstrauisch gegenüber den Strukturen verschiedener Art (Pläne, Regeln, Vorschriften, Normen und Standards). Sie halten sie für gewisse festgelegte Grenzen, Beschränkungen und Limits, die im Voraus andere Möglichkeiten ausschließen, die sich beispielsweise als geeigneter erweisen können (Nový/Schroll-Machl 2015: 54 f.).

Sie bevorzugen die Improvisation, die ihrer Meinung nach Flexibilität, Erfindergeist, Anpassungsfähigkeit und hohe Gelehrsamkeit zum Ausdruck bringt. Tschechen verlangen die sog. innere Freiheit, d. h. die Möglichkeit flexibel, einfallsreich und kreativ zu sein. Sie sind davon überzeugt, dass dies zur Entstehung neuer und wertvoller Ideen führt (ebd.).

Von den Deutschen wird die Improvisation als unprofessionell, chaotisch und kontraproduktiv wahrgenommen. Sie wird von ihnen nur im Extremfall benutzt und als das Ergebnis ungenügender Vorbereitung angesehen (Nový/Schroll-Machl 2015: 61).

Die Tatsache, dass die Tschechen den Strukturen keine Achtung entgegenbringen, bedeutet keine absolute Ablehnung von ihnen. Sie nehmen ihre Existenz an und erfordern ihre Definition. Diese Normen werden von ihnen jedoch nicht als ein Ziel betrachtet, das erreicht werden muss, sondern als ein bestimmter Rahmen, in dem sie handeln können oder müssen. Es wird dabei gewisse Toleranz erwartet. Die Tschechen halten die Erreichung des Ziels für das Wichtigste, die dazu führenden Wege können variieren (Nový/Schroll-Machl 2015: 55).

Wie bei Schroll-Machl/Nový (2008: 40) zu lesen ist, besteht der Ursprung des angeführten Kulturstandards in der Vergangenheit, in der Tschechien unter ständiger Fremdherrschaft war (unter der Habsburger Monarchie, dem Dritten Reich als Protektorat Böhmen und Mähren, dem Ostblock). Die Abwertung von Strukturen war seit dem 16. Jahrhundert eine psychologische Überlebensnotwendigkeit, wollte man nicht seine Existenz als eigenes Volk aufgeben und völlig assimiliert werden (ebd.).

3.1.2 PERSONENBEZUG

Diesem Kulturstandard zufolge liegt der Fokus in der Interaktion und Kommunikation aus tschechischer Sicht auf den beteiligten Personen. Die Beziehungsebene wird vor der Inhaltsebene bevorzugt. Die Tschechen bemühen sich also eine menschlich möglichst

angenehme Atmosphäre bzw. ein freundliches Sozialklima zu schaffen. Im Gespräch werden auch persönliche Interessen und Probleme thematisiert. Gegenseitige Sympathien oder Antipathien und potenzielle oder reale Beziehung sind für die weitere Zusammenarbeit von entscheidender Bedeutung (Nový/Schroll-Machl 2015: 63 f.). Im Hinblick auf den Kommunikationsstil werden eher informelle Konversationstrukturen vorgezogen (Höhne 1997: 119).

Positive soziale Faktoren wirken auf die Tschechen motivierend. Sie arbeiten nämlich beispielsweise weniger für das Unternehmen als solches, aber sie sind bereit, sich mehr für ihre Vorgesetzten oder Kollegen, mit anderen Worten für konkrete Personen, zu engagieren (Nový/Schroll-Machl 2015: 64).

Die meisten Deutschen begreifen nicht, warum die Tschechen so viel Zeit in Beziehungsaufbau investieren. Sie finden es unnötig und unprofessionell (Nový/Schroll-Machl 2015: 73 f.).

3.1.3 KONFLIKTVERMEIDUNG

Dieser Kulturstandard steht mit dem vorigen in Zusammenhang. Die Tatsache, dass die Beziehungsebene in jeder Interaktion an erster Stelle rangiert, verursacht, dass sich die Tschechen um die Konfliktvermeidung bemühen, wobei sie für den Konflikt oft Meinungsäußerung, Feedback, Kritik, Problem- und Fehleranalysen oder Zugeben von Nichtwissen oder Fehlern halten. Sie haben Angst vor negativen Konsequenzen, vor der Störung des positiven Sozialklimas und deswegen minimalisieren sie, ignorieren sie oder bagatellisieren sie negative Informationen. Sie haben u. a. das Problem, explizit *Nein* zu sagen (Schroll-Machl/Nový 2008: 110 ff.).

Laut Lenk kann man von dem Kulturstandard *indirektes Kritikverhalten* der Tschechen gegenüber den Deutschen sprechen, der aus der Perspektive deutscher Jugendlicher und im Vergleich zu deren Verhalten festgestellt wurde. In der tschechischen Kultur wird Kritik, vor allem in direkter Form, eher vermieden, weil sie negativ als Beziehungsstörung betrachtet wird (Lenk 2001: 249 f.).

3.1.4 DIFFUSION VON LEBENS- UND PERSÖNLICHKEITSBEREICHEN

Nationalkulturen lassen sich in spezifische und diffuse einteilen. Die tschechische Kultur gehört im Unterschied zu der deutschen zu den diffusen Kulturen. Es bedeutet, dass folgende Bereiche nicht getrennt, sondern ständig gleichzeitig aktiviert sind: Beruf und

Privatleben, Emotionalität und Rationalität, soziale Rolle und Persönlichkeit (Nový/Schroll-Machl 2015: 76 f.).

Die Durchdringung des Berufs und des Privatlebens führt dazu, dass sich persönliche und freundschaftliche Beziehungen am Arbeitsplatz formen und entwickeln (z. B. anhand kurzer informeller Gespräche) und dass Tschechen in der Regel nicht Vollzeit arbeiten und oft ihre Arbeit nach Hause mitnehmen müssen, wo man über sie auch oft diskutiert. Ferner werden viele Arbeitsprobleme beim Kaffeetrinken oder Mittagessen gelöst oder besprochen (Nový/Schroll-Machl 2015: 77 f.).

3.1.5 STARKER KONTEXTBEZUG DER KOMMUNIKATION

Der tschechische Kommunikationstil ist durch einen starken Kontextbezug gekennzeichnet. Der Kontext bzw. der Gesamtzusammenhang von Aussagen wird als sehr wichtig betrachtet und in jede Kommunikation automatisch miteinbezogen. Tschechen kommunizieren indirekt und implizit, legen Wert auf die nonverbale Kommunikation (Körpersprache, Gesichtsausdruck, Augenkontakt etc.) und auch darauf, wann, unter welchen Bedingungen, mit welcher Vorgeschichte etc. die Kommunikation verläuft. Charakteristisch ist, dass die Gespräche eine gewisse Menge an Humor und Ironie beinhalten und dass man sozusagen zwischen den Zeilen lesen muss (Nový/Schroll-Machl 2015: 86 ff.).

Für die Deutschen scheint eine solche Kommunikation unübersichtlich, voll von Andeutungen und Mehrdeutigkeiten, zu vorsichtig bis unaufrichtig zu sein. Sie haben das Gefühl, dass Tschechen viel reden, aber dass sie im Grunde nichts Wesentliches sagen, oder sogar einige Informationen absichtlich verbergen (Nový/Schroll-Machl 2015: 87 f.).

Auch Pumberger hebt hervor, dass Tschechen im Vergleich zu Deutschen mehr Wert auf die nonverbale Kommunikation legen, aber dass sie gleichzeitig bereit zum Zuhören sind (Pumberger 1997: 92).

3.1.6 SCHWANKENDE SELBSTSICHERHEIT

Tschechische Kultur ist durch die schwankende Selbstsicherheit gekennzeichnet. Einerseits herrscht bei den Tschechen ein geringes Selbstbewusstsein und Bescheidenheit vor. Sie tendieren zum Miderwertigkeitsgefühl, zur Selbstunterschätzung und Unsicherheit, besitzen wenig Durchschlagskraft, haben oft eine ausdruckslose Äußerung und wiederholen häufig verschiedene Zweifel und Entschuldigungen für Kleinigkeiten, die nicht der Rede wert sind. Auch denjenigen, die sich ihrer Kenntnisse, Fähigkeiten und

Fertigkeiten bewusst sind, fehlt ein angemessenes Maß an Selbstsicherheit, sie äußerlich zu präsentieren (Nový/Schroll-Machl 2015: 92 ff.).

Andererseits neigen manche v. a. statushohe Tschechen (z. B. Beamte) zur Selbstüberschätzung, Übertreibung und sog. zur Schau getragenen Selbstsicherheit. Der Grund dafür ist jedoch auch in diesem Falle ihre Unsicherheit in der Selbsteinschätzung, die sowohl eine Unterschätzung als auch eine Überschätzung der eigenen Leistungen verursacht (Schroll-Machl/Nový 2008: 122, 129).

3.1.7 SIMULTANITÄT

Simultanität betrifft den Umgang mit Zeit und bedeutet, dass Tschechen mehrere Sachen gleichzeitig tun und sich nicht auf eine konzentrieren. Dieser Kulturstandard steht mit der Abwertung von Strukturen und Improvisationsliebe in Zusammenhang. Für Tschechen ist eine Kombination von verschiedenen Tätigkeiten, eine parallele Arbeit an mehreren Projekten und eine Erledigung mehrerer Aufgaben mit einer Handlung charakteristisch. Dadurch verfolgen sie mehrere Ziele, nicht nur ein einzelnes. Sie wechseln oft Prioritäten der Aufgaben, arbeiten nicht kontinuierlich, gehen locker mit Terminen um und deswegen erstellen sie eher gröbere Zeitpläne. Verschiedene Unterbrechungen und Verspätungen werden von ihnen als normal empfunden und bleiben ohne Folgen (Nový/Schroll-Machl 2008: 53 ff.).

Solches Verhalten wird als chaotisch und zeitlich unzuverlässig angesehen. Tschechen sind jedoch flexibel und in der Lage, in kurzer Zeit viele Pflichten und Aufgaben zu schaffen, wenn sie bereit und hoch motiviert sind (ebd.).

3.2 DEUTSCHE KULTURSTANDARDS

3.2.1 AUFWERTUNG VON STRUKTUREN

Deutsche bilden Strukturen verschiedener Art (Pläne, Normen, Systeme etc.) zwecks der Erreichung des Optimums, nach dem sie in ihrem beruflichen Handeln streben. Sie betrachten die Einhaltung der oft bis ins Detail ausgearbeiteten Strukturen und Pläne als ein Symbol der Professionalität und Qualität. Die durchgearbeiteten Strukturen führen zur Risikominimierung und Unsicherheits- und Fehlervermeidung. Deutsche bemühen sich, mögliche Probleme vorherzusehen und ihre Lösung im Voraus vorbereitet zu haben (Nový/Schroll-Machl 2015: 99 ff.).

Dieser deutsche Kulturstandard wird von Tschechen einerseits bewundert, andererseits jedoch kritisiert. Aus tschechischer Sicht sind Deutsche unflexibel und können nicht improvisieren (Nový/Schroll-Machl 2015: 106).

3.2.2 SACHBEZUG

Bezüglich der Deutschen steht im Mittelpunkt der Interaktion und Kommunikation die Sache bzw. die Inhaltsebene, Atmosphäre wird oft vernachlässigt. Eine sachliche, zielorientierte Kommunikation, überzeugende Argumente und die Interaktion auf der Basis der Rollen der Beteiligten werden als professionell betrachtet und führen zum beruflichen Erfolg. Das Vertrauen wird durch eine sachlich gute Zusammenarbeit aufgebaut (Nový/Schroll-Machl 2015: 107 ff.).

Von den Tschechen wird dieses Verhalten meistens negativ als zu streng und hart wirkendes bewertet (Nový/Schroll-Machl 2015: 111).

3.2.3 KONFLIKTKONFRONTATION

Im Vergleich zu Tschechen halten Deutsche einen sachlichen Konflikt nicht für grundsätzlich negativ. Er wird als ein natürlicher Bestandteil des Berufslebens betrachtet, der zur Lösung der Arbeitsprobleme dient. Deutsche analysieren Fehler und Probleme, äußern offen ihre Meinungen, Unzufriedenheit und Beschwerden, diskutieren hart und sind nicht scheu, klares *Nein* zu sagen (Schroll-Machl/Nový 2008 113 ff.).

Nach Lenk bringen Deutsche im Gegensatz zu den Tschechen Kritik direkt zum Ausdruck. Sie wird in Deutschland als ein erwünschtes Mittel der Rückmeldung empfunden, wobei man zwischen Kritik an der Sache und Kritik an der Person unterscheidet (Lenk 2001: 249).

3.2.4 TRENNUNG VON LEBENS- UND PERSÖNLICHKEITSBEREICHEN

Deutsche Kultur wird zu spezifischen Nationalkulturen gezählt. Das heißt, dass verschiedene Bereiche des Lebens strikt getrennt werden, wie beispielsweise Beruf und Privatleben, Emotionalität und Rationalität oder soziale Rolle und Persönlichkeit (Nový/Schroll-Machl 2015: 112 ff.).

Während der Arbeitszeit widmen sich Deutsche völlig ihrer Arbeit, schließen dabei keine Freundschaft, führen weniger Smalltalks, verhalten sich rationell, sachlich, objektiv und distanziert. Verschiedene Arbeitsprobleme werden formell gelöst. Solches Verhalten gilt als Synonym für Professionalität. Im Privatleben beschäftigt man sich mit seiner Arbeit meistens nicht (ebd).

3.2.5 SCHWACHER KONTEXTBEZUG DER KOMMUNIKATION

Die deutsche Kommunikation zeichnet sich durch Direktheit und Explizitheit aus, was wieder die Professionalität darstellen soll. Man sagt deutlich, was man meint, und alles, was wichtig ist, wird mit Worten formuliert. Der Kontext des Gesagten wird meistens vernachlässigt. Die Aussagen werden verbal und sachlich zum Ausdruck gebracht und das Was, das mitgeteilt werden soll, steht im Vordergrund, nicht das Wie bzw. die Ausdrucksweise. Deutsche berücksichtigen im Berufsleben hauptsächlich den sozialpsychologischen Kontext nicht, sie kommunizieren ohne Rücksicht auf Beziehungsebene, ehrlich, aufrichtig bis undiplomatisch (Nový/Schroll-Machl 2015: 120 ff.).

Der deutsche direkte Kommunikationsstil kann von den Tschechen als unanständig oder in einigen Fällen als beleidigend empfunden werden. Ihrer Ansicht nach erklären Deutsche oft einige Dinge zu ausführlich, als ob die Tschechen keine Ahnung davon hätten (Nový/Schroll-Machl 2015: 121).

3.2.6 STABILE SELBSTSICHERHEIT

Den Deutschen werden aus tschechischer Sicht Eigenschaften wie großes Selbstbewusstsein und stabile Selbstsicherheit bis Arroganz zugeschrieben. Dieser Kulturstandard steht mit einigen schon erwähnten in Zusammenhang (schwacher Kontextbezug der Kommunikation oder Konfliktkonfrontation). Es gibt jedoch noch andere Merkmale dieses Kulturstandards, wie z. B. angstfreie, souveräne oder starke nonverbale Signale, die zur Hervorhebung des Gesagten dienen. Des Weiteren bemühen sich Deutsche die anderen Personen durch ihre Argumentation von ihren Meinungen zu überzeugen. Sie sagen oft ihre Ansichten, obwohl sie danach nicht befragt werden, und zeigen wenig Offenheit und Toleranz für andere Meinungen (Schroll-Machl/Nový 2008: 124 ff.).

Es wird weiter darauf hingewiesen, dass Deutsche sozusagen Selbstmarketing betreiben. Sowohl bei ihren Produkten, Dienstleistungen und Firmen als auch bei sich selbst legen sie Wert auf eine positive Präsentation. Sie wollen dadurch den Eindruck erwecken, dass sie in einem bzw. ihrem Gebiet Experten sind (Nový/Schroll-Machl 2008: 125).

3.2.7 KONSEKUTIVITÄT

Konsekutivität bedeutet, dass Deutsche Sachen hintereinander erledigen und sich also meist auf eine Sache konzentrieren. Eine Zeitplanung und Termineinhaltung ist für

Deutsche von großer Bedeutung, deswegen erstellen sie relativ langfristige Zeitpläne, an die sie sich halten. Verschiedene Störungen und Unterbrechungen werden vermieden. Zeitmanagement wird als Voraussetzung für effektives Handeln und als Zeichen der Professionalität gehalten. (Nový/Schroll-Machl 2008: 55 ff.).

Das strikte Festhalten der Deutschen an den Zeitplänen wird von den Tschechen als übertrieben betrachtet (Nový/Schroll-Machl 2008: 55).

4 FRAGEBOGENUNTERSUCHUNG

4.1 UNTERSUCHUNGSMETHODE

Als Untersuchungsmethode wurde die Umfragetechnik gewählt, denn durch sie werden Daten produziert und zur Verfügung gestellt, die den Untersuchungszielen entsprechen, und weil sie ermöglicht, Antworten von einer Vielzahl von Personen in einer relativ kurzen Zeit zu sammeln.

Der Fragebogen enthält sechs Fragen bezüglich Tschechien und Deutschland (Land und Leute), die als offen konzipiert werden. Dadurch können die tatsächlichen Assoziationen und Meinungen der Befragten festgestellt und so ihre authentischen Bilder gewonnen werden. Die Antworten der Probanden bringen in vielen Fällen ihre individuelle Spezifik und Haltungen zum Ausdruck.

Das Umfrageformular besteht sowohl aus Fragen zur Erreichung der Unterrichtsziele als auch aus Fragen zur Person, die ihr Geschlecht, Alter, ihren Wohnort und den besuchten Schultyp betreffen. Des Weiteren wurde nach dem Ausbildungsgrad der Eltern gefragt und ob die Person schon einmal oder mehrmals in Deutschland war. Außerdem wurde auch die Frage gestellt, woher sie ihr Wissen über Deutschland und die Deutschen bezieht, ob aus eigener Erfahrung, von ihren Eltern, Freunden oder Bekannten, aus den Medien etc.

Der vollständige originale Text des Fragebogens befindet sich im Anhang.

4.2 CHARAKTERISTIK DER UNTERSUCHTEN GRUPPE

Die Umfrage fand im Februar 2018 in Pilsen statt. Es nahmen 300 tschechische Jugendliche im Alter zwischen 17 und 20 Jahren teil, die die Abschlussklassen an einem der drei vertretenen Schultypen (Gymnasien, Fachschulen, Berufsschulen) besuchten. In jedem der drei Schultypen wurden jeweils 100 Personen befragt. Die Fragebogenuntersuchung wurde konkret an folgenden Schulen in Pilsen durchgeführt: Masaryks Gymnasium, Lud k Píks Gymnasium, Handelsakademie, Fachschule für Bauwesen, Berufsschule für Gastgewerbe und Berufsschule für Verkäufer/-innen.

Es nahmen insgesamt 189 Mädchen (63 %) und 111 Jungen (37 %) teil, die Deutsch in der Schule lernen und in Pilsen oder in der Umgebung von Pilsen wohnen. Der kleinere Anteil männlicher Befragter entspricht dem kleineren Anteil der Jungen an Gymnasien und Berufsschulen für Gastgewerbe und Verkäufer/-innen.

4.3 HYPOTHESEN

Bevor die einzelnen Antworten aus der Umfrage analysiert wurden, wurden acht Hypothesen bestimmt, die am Ende der Fragebogenuntersuchung ausgewertet bzw. bestätigt oder widerlegt werden. Sie wurden anhand der Ergebnisse und Erkenntnisse der früheren in Tschechien durchgeführten soziologischen Untersuchungen festgestellt, die im theoretischen Teil der Arbeit angegeben wurden. Es handelt sich um die folgenden Hypothesen:

1. Das Selbstbild der tschechischen Jugendlichen ist vorwiegend negativ, weil die Tschechen gegenüber sich selbst sehr kritisch sind, sogar kritischer als gegenüber anderen Völkern. Negativ beurteilen sie hauptsächlich den eigenen Staat bzw. die Regierung und das politische System und sie halten die Tschechen für böse, unhöflich, arm, undiszipliniert, bereit zur Unterordnung, uneinig und für Menschen mit mangelndem Durchsetzungsvermögen.
2. Das Selbstbild der tschechischen Jugendlichen enthält jedoch auch folgende positive Elemente: Sie sind stolz auf ihre Kultur bzw. auf die Geschichte des Staates, auf die tschechische Kunst und sportliche Erfolge. Als positiv betrachten sie ihren Sinn für Humor, ein gewisses Maß an Fleiß und die Eigenschaften wie Intelligenz, Flexibilität und Geschicklichkeit.
3. Das deutschlandbezogene Fremdbild der tschechischen Jugend ist vorwiegend positiv. Deutschland wird durch Reichtum und hohen Lebensstandard gekennzeichnet und den Deutschen werden folgende Eigenschaften zugeschrieben: patriotisch, reich, arbeitsam, ordnungsliebend, diszipliniert, präzise, pünktlich, zuverlässig, zielstrebig, selbstbewusst, gebildet und ehrenhaft.
4. Das Deutschenbild der tschechischen Jugendlichen besteht aber auch aus einigen negativen Komponenten, nach denen die Deutschen klassifiziert werden als arrogant, aggressiv, herrschsüchtig, laut, frech, fantasie- und geschmacklos und als Menschen mit mangelndem Sinn für Humor.
5. Die meisten tschechischen Jugendlichen bilden sich ihre Fremdbilder über Deutschland (Land und Leute) nicht aus eigener Erfahrung, sondern aus zweiter Hand, also aus den Medien, aus dem Familien- oder Freundeskreis. Eventuell können ihre Fremdbilder von oberflächlichen Erfahrungen (bloßes Einkaufen, Deutsche als Touristen etc.) beeinflusst werden.

6. Die Ausbildung der Befragten spielt bei der Weltbilderbildung eine große Rolle. Die Weltbilder der Gymnasiasten/Gymnasiastinnen werden positiver eingeschätzt und enthalten weniger Vorurteile als die Bilder der Auszubildenden bzw. der Schüler/-innen an Fachschulen.
7. Die Jugend ist meistens von der Vergangenheit unbelastet und deshalb beziehen sich ihre Weltbilder vorwiegend auf die Gegenwart.
8. Es gibt einen Zusammenhang zwischen dem Selbstbild und dem Fremdbild. Sie stehen miteinander im Kontrast.

4.4 DATENANALYSE

Die Antworten auf die sechs Fragen werden im Folgenden zuerst für jeden Schultyp getrennt dargestellt. Im zweiten Schritt wurden dann alle 300 Fragebögen zusammengefasst und die Einteilung nach Schultypen aufgelöst, um die in der Fragebogenuntersuchung insgesamt vertretenen auto- und heterostereotypen Gesamtbilder der tschechischen Jugendlichen rekonstruieren zu können. Anschließend wurde die Relevanz der Umfrageergebnisse für das Konzept des Weltbildes untersucht.

4.4.1 ERGEBNISSE DER BEFRAGUNG AN GYMNASIEN

Die Schüler/-innen der Gymnasien gaben auf alle Fragen aus dem Fragebogen von allen drei Schultypen die höchste Anzahl von Antworten in den meisten Varianten bzw. Begriffskomplexen. Die von ihnen entworfenen Bilder sind damit die abwechslungsreichsten. Es steht wahrscheinlich mit ihrer Bildung, ihrem breiteren allgemeinen Überblick und ihrem guten Ausdrucksvermögen in Zusammenhang.

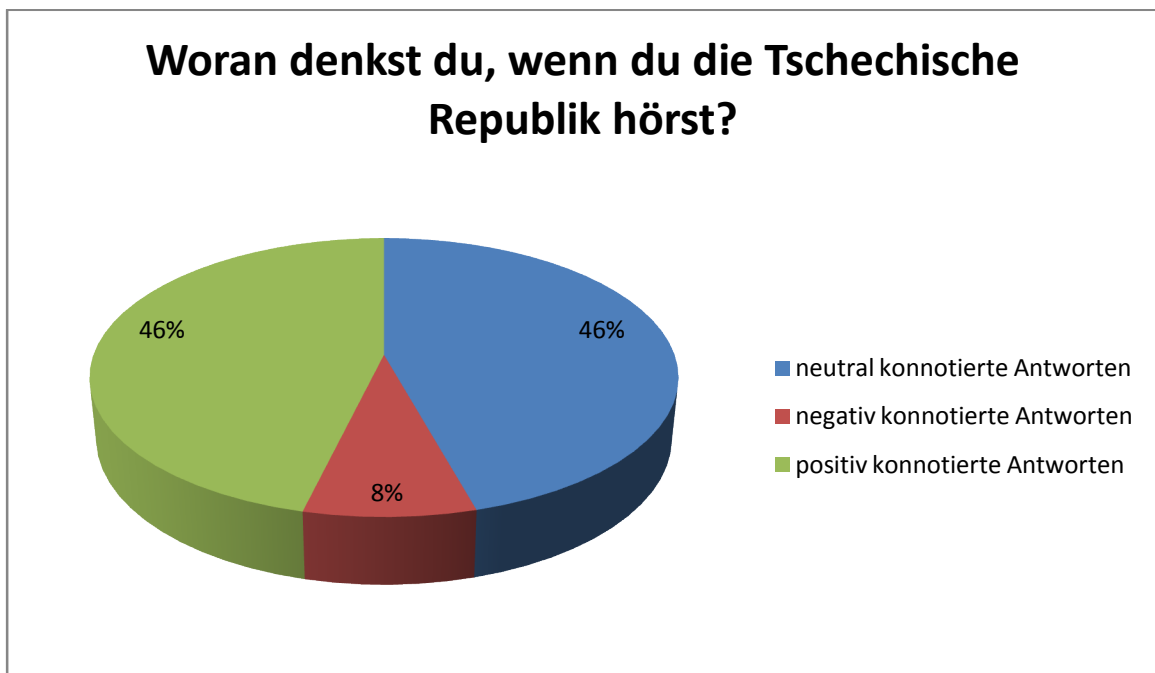
Auf die erste Frage **šWoran denkst du, wenn du die Tschechische Republik hörst?ö** gaben die Gymnasiasten/Gymnasiastinnen insgesamt 370 Antworten.

Sie bringen die Tschechische Republik am häufigsten mit den folgenden Begriffen in Verbindung: *Bier* (38n), *Prag* (30n), *Heimat* (29n), *Heimatland* (27n), *sportliche Erfolge* (25n), *berühmte Persönlichkeiten (Václav Havel, T. G. Masaryk, Rudolf II., Jan Hus, Karl IV., Wenzel von Böhmen, Karel Gott, Bed ich Smetana, Jan Pato ka)* (19n), *schöne Natur* (19n), *Land im Herzen/in der Mitte Europas* (18n), *schlechte Regierung/schlechtes politisches System* (17n), *Staatssymbole (tschechische Flagge, Nationalhymne, Trikolore, der böhmische Löwe)* (15n), *schöne Sehenswürdigkeiten (Burge, Schlösser, historische Städte)* (14n), *böhmische Küche* (11n), *größere Städte (Pilsen, Brünn, Ostrau)* (11n) und *kultureller Reichtum* (10n).

Es ergibt sich ein vorwiegend positives bis neutrales Bild Tschechiens mit nur einigen negativen Komponenten. Die Begriffskomplexe wie *Heimat, Familie, Freunde, Heimatland, ein ruhiges sicheres Land, ein schönes Land, ein in vielen Bereichen erfolgreiches Land, Erfindungen, sportliche Erfolge, berühmte Persönlichkeiten, ereignisreiche tschechische Geschichte, Heldentum, Demokratie, 1. Januar 1993, gute Menschen, hübsche Mädchen, schöne tschechische Sprache, Natur, Sehenswürdigkeiten* und *kultureller Reichtum* bringen die Liebe der befragten Jugendlichen zur tschechischen Heimat und den Stolz auf sie zum Ausdruck.

Negativ werden *die Regierung/das politische System, Staatsschulden, Korruption, schlechter Zustand der Straßen, zu viel Alkohol, von den Menschen zerstörte Natur um Most herum* oder *unanpassungsfähige Mitbürger* beurteilt.

Graph 1: Das Selbstbild von Tschechien unter Gymnasiasten



Quelle: eigene Bearbeitung anhand der Fragebogenuntersuchung, 2018

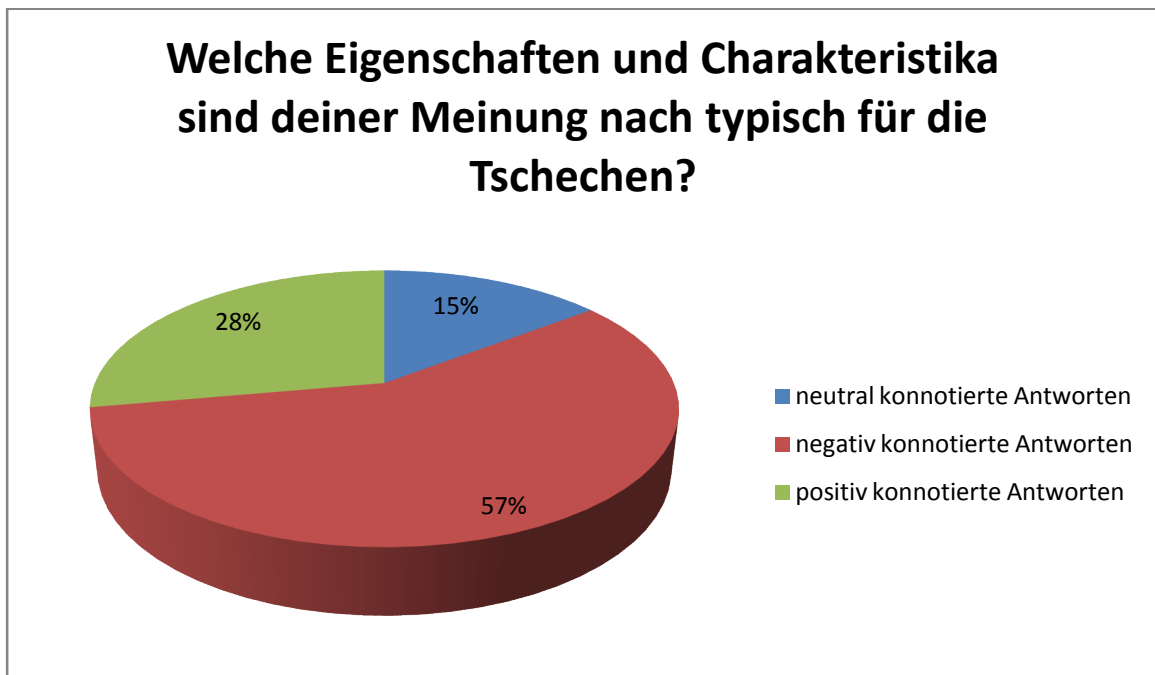
Auf die zweite Frage **„Welche Eigenschaften und Charakteristika sind deiner Meinung nach typisch für die Tschechen?“** gaben die Befragten insgesamt 356 Antworten.

Am häufigsten genannt wurden die Begriffskomplexe *neidisch/missgünstig* (33n), *unzufrieden/sie beklagen sich ständig über etwas* (21n), *faul* (11n), *geschmacklos* (11n), *findig/kreativ* (10n), *nett/gut* (10n), *Sinn für Humor* (10n), *unehrlich/Diebe/Betrüger* (10n), *Alkoholiker* (9n), *egoistisch/rücksichtslos* (9n), *schlau* (9n), *xenophob/rassistisch* (9n),

Bierliebhaber (8n), *geschickt/Basteln/goldene tschechische Hände* (8n), *skeptisch/misstrauisch* (8n), *habgierig/habsüchtig* (7n) und *atheistisch/ungläubig* (6n).

Es ergibt sich ein überwiegend negatives Tschechenbild mit einigen positiven Aspekten. Daraus geht hervor, dass während die Gymnasiasten/Gymnasiastinnen ihr Heimatland positiv bewerten, beurteilen sie ihr Volk eher negativ.

Graph 2: Das Selbstbild der Tschechen unter Gymnasiasten



Quelle: eigene Bearbeitung anhand der Fragebogenuntersuchung, 2018

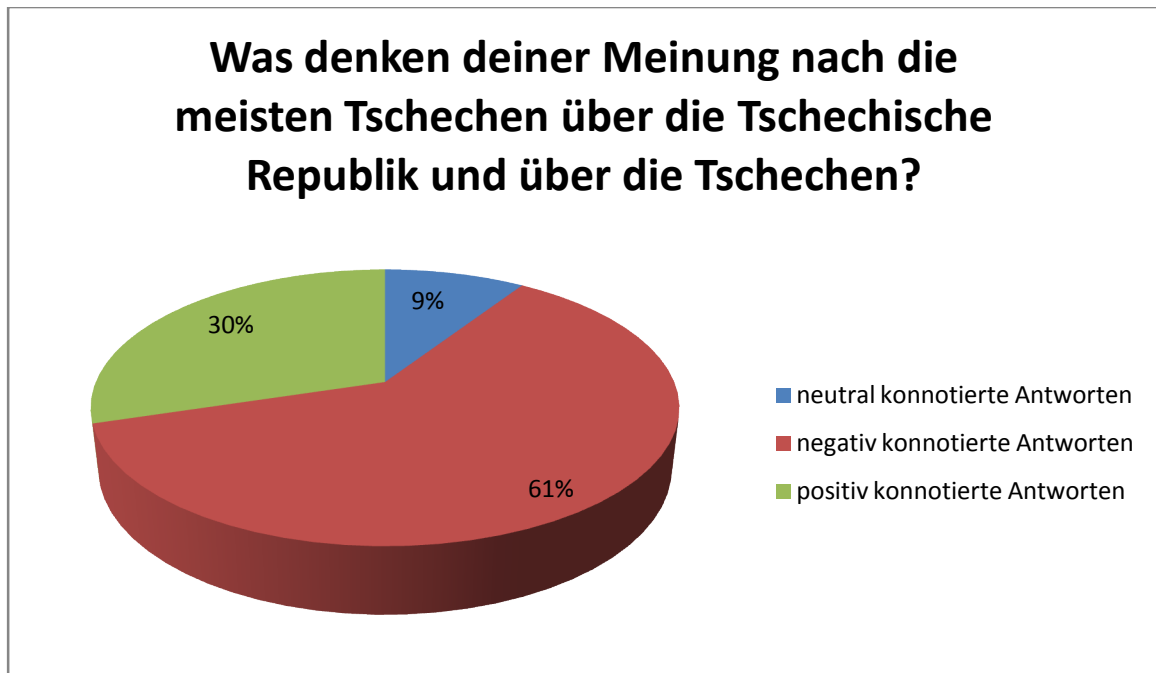
Auf die dritte Frage **„Was denken deiner Meinung nach die meisten Tschechen über die Tschechische Republik und über die Tschechen?“** gaben die Probanden insgesamt 195 Antworten, neun Schüler/-innen ließen diese Frage unbeantwortet bzw. antworteten mit *weiß nicht*.

Die Antworten auf die dritte Frage stimmen relativ weitgehend mit den Antworten auf die vorigen zwei Fragen überein. Am häufigsten angegeben wurden die folgenden Begriffskomplexe: *unzufrieden/sie beklagen sich ständig über etwas* (30n), *schlechte Regierung/schlechtes politisches System* (22n), *stolz auf unser Heimatland und Volk/Patrioten* (19n), *Patriotismus fehlt* (11n), *Diebe/Betrüger* (9n), *Alkoholiker* (8n), *neidisch* (7n), *Bierliebhaber* (6n), *schönes Land* (6n), *Korruption* (5n), *Sinn für Humor* (5n), *faul* (4n) und *geschickt* (3n).

Die Gymnasiasten/Gymnasiastinnen unterscheiden also kaum zwischen ihrer persönlichen Ansicht und dem, was ihrer Meinung nach die meisten Tschechen über Tschechien (Land und Leute) denken. Fünf Personen antworteten sogar direkt *siehe Fragen 1, 2*.

Das tschechische Selbstbild ist nach den Antworten der Probanden vorwiegend negativ.

Graph 3: Das Selbstbild der meisten Tschechen unter Gymnasiasten



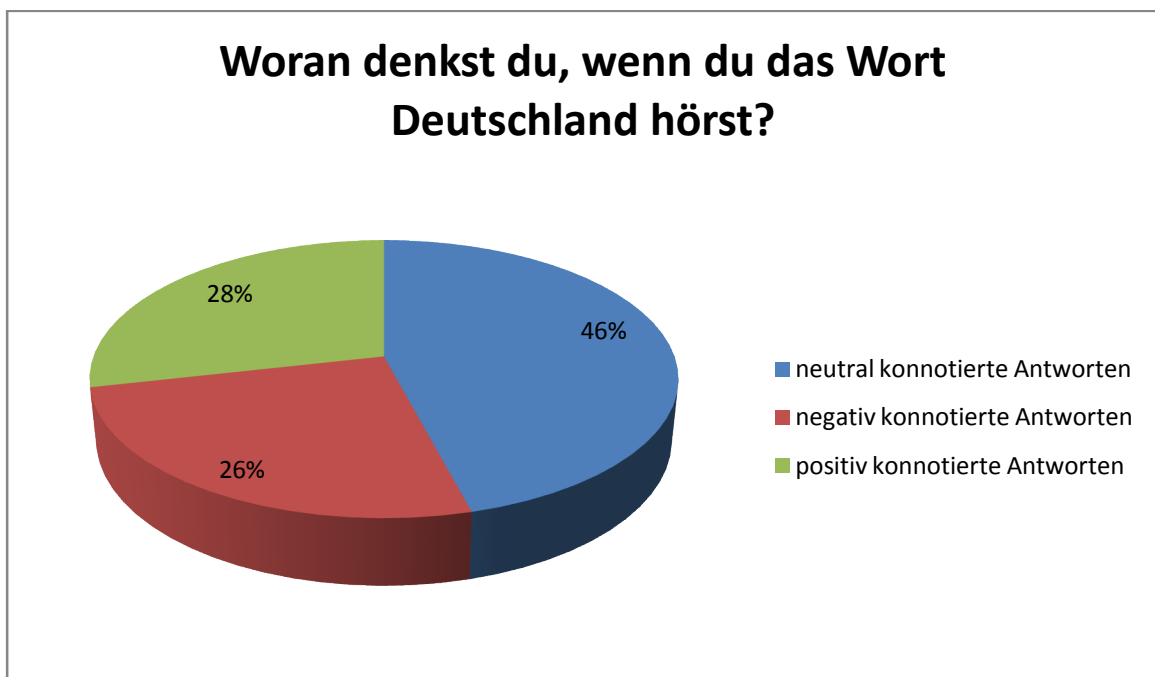
Quelle: eigene Bearbeitung anhand der Fragebogenuntersuchung, 2018

Auf die vierte Frage **šWoran denkst du, wenn du das Wort *Deutschland* hörst?ö** gaben die Schüler/-innen die meisten Antworten, und zwar insgesamt 403 Antworten.

Sie assoziieren mit Deutschland am häufigstendas Folgende: *wirtschaftlich hoch entwickeltes Land/reiches Land/hohes Lebensstandard* (33n), *Adolf Hitler* (29n), *Flüchtlingskrise* (29n), *Weltkriege/der Zweite Weltkrieg* (27n), *Angela Merkel* (24n), *gute Autos/BMW/Audi/VW/Mercedes* (19n), *Nachbarland* (18n), *Berlin* (17n), *deutsche Städte (Frankfurt am Main, München, Regensburg, Dresden, Leipzig, Meißen)* (15n), *höhere Löhne/bessere Arbeitsgelegenheiten* (15n), *deutsche Sprache/Deutschlehrerin/Sprachdiplom*(12n), *Bier* (11n), *deutsche Küche* (10n), *Qualität/hochwertiges Essen/hochwertige Produkte* (10n), *Einkaufen* (9n), *Faschisten/Nazis* (9n), *Spitzensportler/Fußballspieler* (9n), *Oktoberfest* (9n), *Schriftsteller (Goethe, Schiller, Remarque, Kafka)* (8n) und *großer Einfluss auf die EU* (7n).

Neben den negativen geschichtsbezogenen Ausdrücken (*Adolf Hitler, der Zweite Weltkrieg, Faschisten*) werden viele positive auf das gegenwärtige Deutschland bezogene Begriffskomplexe (*hoch entwickeltes Land, höhere Löhne, Qualität, Spitzensportler etc.*) genannt. Häufig werden jedoch auch die aktuelle Flüchtlingskrise und die damit verbundene negativ konnotierte Bundeskanzlerin Angela Merkel angeführt. Infolgedessen ist das Bild von Deutschland bei den Schüler/-innen der Gymnasien uneinheitlich mit ebenso positiven wie negativen Aspekten.

Graph 4: Das Fremdbild von Deutschland unter Gymnasiasten



Quelle: eigene Bearbeitung anhand der Fragebogenuntersuchung, 2018

Bei den Gymnasiasten/Gymnasiastinnen lässt sich der Einfluss der Schule aus allen drei Schultypen am meisten beobachten. Erstens führten 19 % Probanden in der achten Frage an, dass sie ihr Wissen über Deutschland aus der Schule beziehen (versus 15 % Schüler der Fachschulen und 6 % Auszubildende), zweitens kommen bei ihnen die Antworten vor, die bei den anderen Schultypen nicht vertreten wurden, wie *Deutschlehrerin, Sprachdiplom, einjähriger Aufenthalt in Deutschland* oder *deutsche Schriftsteller*. Es steht mit dem guten Niveau und mit der Sprachorientierung der Gymnasien in Zusammenhang. Dass der Einfluss der Schule nicht immer positiv ist, beweist die Antwort einer Schülerin, die angibt, dass sie zum Deutschen fast eine Aversion hat, weil es ständig in der Schule propagiert und überschätzt wird.

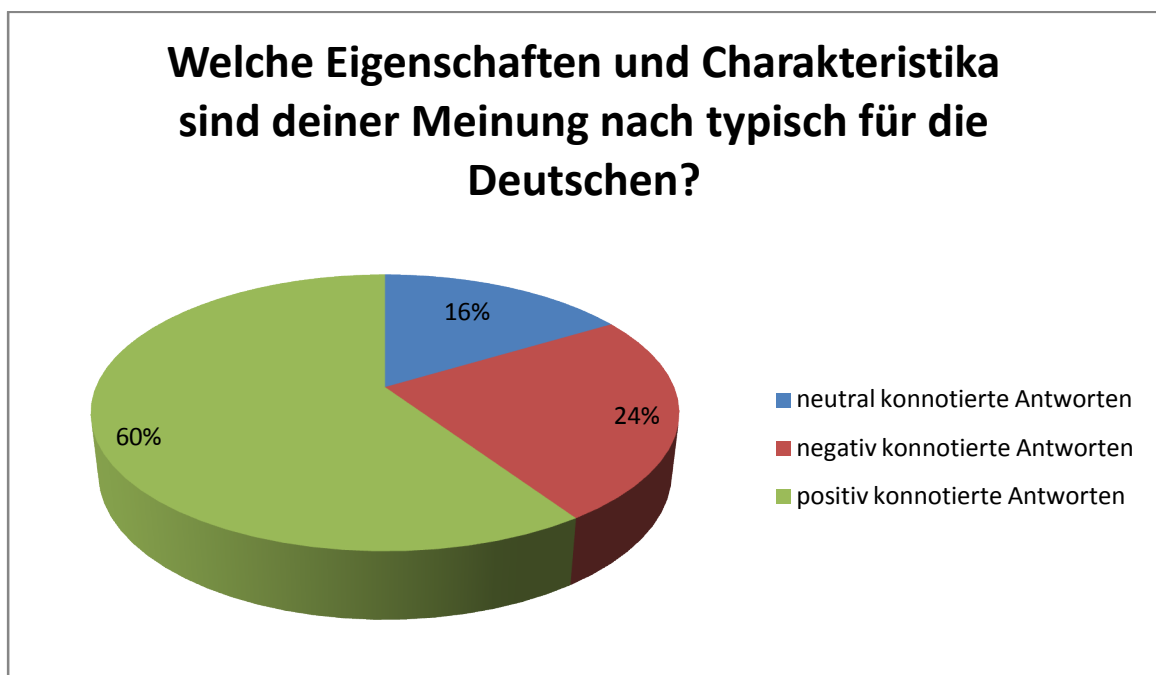
Auf die fünfte Frage **„Welche Eigenschaften und Charakteristika sind deiner Meinung nach typisch für die Deutschen?“** gaben die Schüler/-innen 244 Antworten, sieben Personen beantworteten diese Frage nicht bzw. antworteten mit *weiß nicht*.

Am häufigsten genannt wurden die Begriffe *arbeitsam* (25n), *präzis/sorgfältig* (21n), *stolz/Patrioten* (14n), *arrogant/überheblich* (11n), *freundlich* (9n), *laut/sie schreien* (9n), *distanziert/reserviert/kühl* (8n), *diszipliniert* (7n), *kein Sinn für Humor* (7n), *hilfsbereit* (6n), *nett* (6n), *ordnungsliebend/ordentlich* (6n), *pünktlich* (6n), *zielbewusst/zielstrebig* (5n) und *selbstbewusst* (4n).

Sechs Personen führten an, dass sich die Deutschen dafür schämen, dass sie zwei Weltkriege verursachten und dass sie sich bemühen, es irgendwie wiedergutmachen.

Nimmt man noch die weniger oft genannten Begriffe hinzu, dann ergibt sich ein überwiegend positives Deutschenbild.

Graph 5: Das Fremdbild der Deutschen unter Gymnasiasten



Quelle: eigene Bearbeitung anhand der Fragebogenuntersuchung, 2018

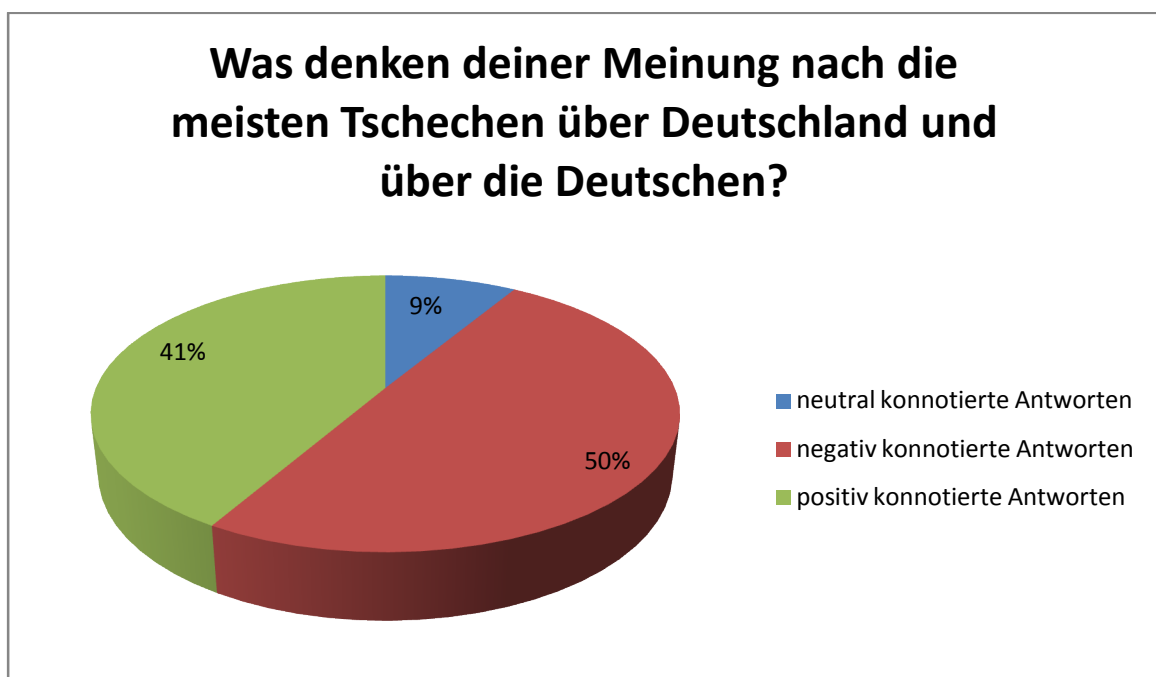
Auf die sechste Frage **„Was denken deiner Meinung nach die meisten Tschechen über Deutschland und über die Deutschen?“** gaben die Probanden insgesamt 185 Antworten, zehn Schüler/-innen antworteten mit *weiß nicht* bzw. gaben keine Antwort.

Die persönliche tendenziell positive Meinung der Befragten bezüglich Deutschlands (Land und Leute) unterscheidet sich davon, was ihrer Meinung nach die meisten Tschechen

darüber denken. Während Deutschland auch positiv wie *ein wirtschaftlich hoch entwickeltes Land* (29n) bewertet wird, nehmen die meisten Tschechen den weiteren angegebenen Antworten zufolge zu den Deutschen eher eine negative Stellung ein, und das sowohl im Hinblick auf die Vergangenheit als auch auf die Gegenwart. Dies bestätigen folgende häufig genannte Antworten: *Sie verbinden die Deutschen ständig mit den Weltkriegen, sie haben ihnen noch nicht verziehen* (14n), *sie beneiden die Deutschen (v. a. um höhere Löhne)* (11n), *Faschisten/Nazis/Rassisten* (10n), *sie mögen die Deutschen nicht* (9n), *die Deutschen sind dumm und naiv in Bezug auf die Flüchtlingskrise* (8n) oder *die Deutschen nehmen uns arbeitsfähige Leute* (7n).

Die Probanden fügen hinzu, dass die meisten Tschechen stark von den Medien beeinflusst sind und dass die Jugendlichen allgemein die Deutschen positiver wahrnehmen als die älteren Menschen.

Graph 6: Das deutschlandbezogene Fremdbild der meisten Tschechen unter Gymnasiasten



Quelle: eigene Bearbeitung anhand der Fragebogenuntersuchung, 2018

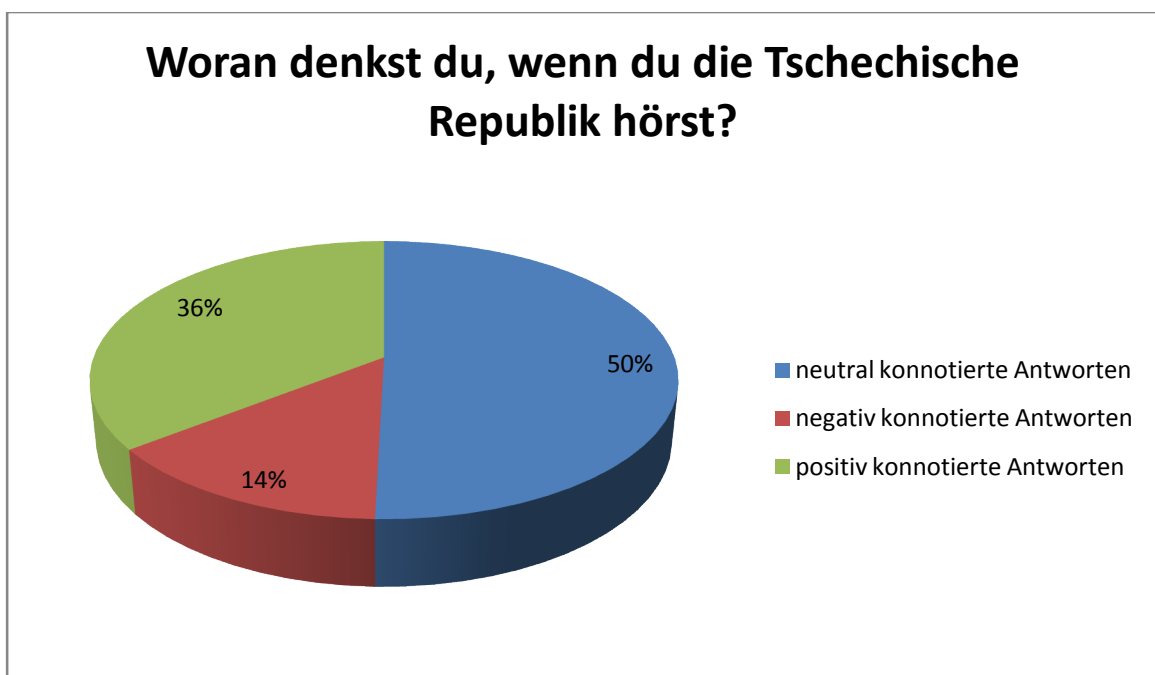
4.4.2 ERGEBNISSE DER BEFRAGUNG IN DEN FACHSCHULEN

Auf die erste Frage **šWoran denkst du, wenn du die Tschechische Republik hörst?ö** gaben die Schüler/-innen der Fachschulen insgesamt 242 Antworten.

Am häufigsten wurden die Begriffskomplexe *Bier* (41n), *Heimat* (23n), *Prag* (21n), *schlechte Regierung/schlechtes politische System* (17n), *schöne Natur* (17n), *Staatsymbole (tschechische Flagge, Nationalhymne, der böhmische Löwe)* (17n), *sportliche Erfolge* (15n), *böhmische Küche* (12n), *schöne Sehenswürdigkeiten* (11n), *Land im Herzen Europas* (6n), *Landkarte Tschechiens* (6n) und *Pilsen* (6n) genannt.

Das von diesen Schüler/-innen entworfene Bild stimmt weitgehend mit dem der Gymnasiasten/Gymnasiastinnen überein. Während jene ihre Meinung jedoch in insgesamt 370 Nennungen und 48 verschiedenen Begriffskomplexen zum Ausdruck gebracht hatten, gab es bei den Schüler/-innen der Fachschulen über hundert Begriffe weniger und nur in insgesamt 40 Varianten. Ihr Bild von Tschechien ist also entsprechend gröber und weniger differenziert. Es enthält jedoch einige negative Merkmale, die im Bild der Schüler/-innen der Gymnasien nicht vorkommen, beispielsweise *niedrige Löhne* (2n) oder *Pervitin/Drogen* (2n). Insgesamt ergibt sich aber ein vorwiegend neutrales bis positives tschechienbezogenes Bild.

Graph 7: Das Selbstbild von Tschechien unter Schüler/-innen der Fachschulen



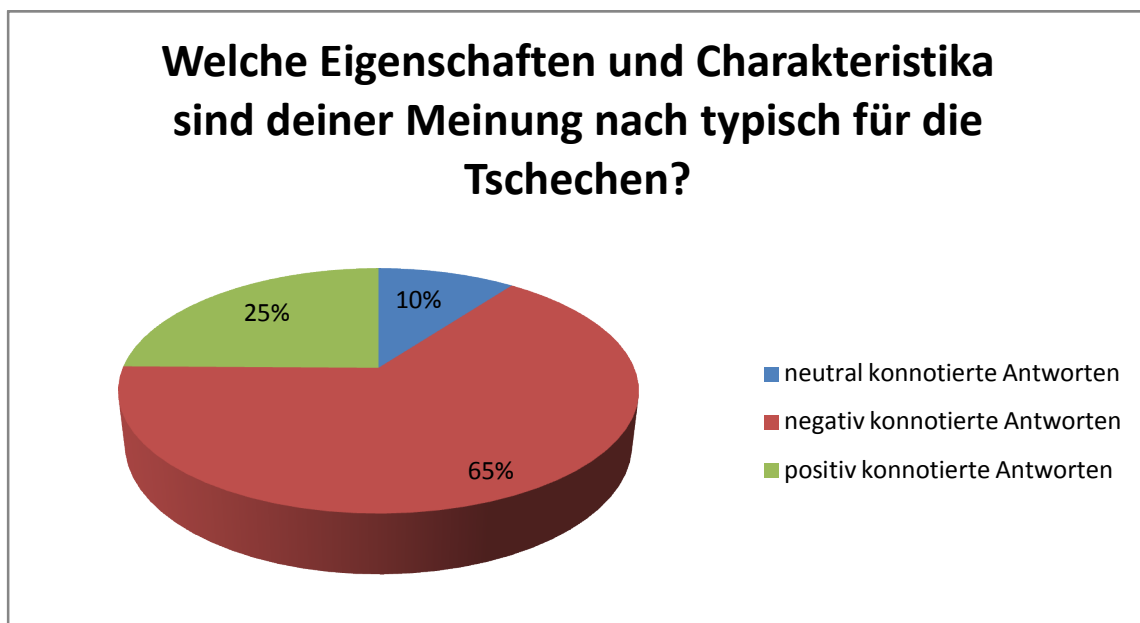
Quelle: eigene Bearbeitung anhand der Fragebogenuntersuchung, 2018

Auf die zweite Frage **„Welche Eigenschaften und Charakteristika sind deiner Meinung nach typisch für die Tschechen?“** gaben die Befragten insgesamt 254 Antworten.

Sie denken über die Tschechen am häufigsten folgendes: *neidisch/missgünstig* (34n), *egoistisch/rücksichtslos* (15n), *habgierig/habsüchtig* (14n), *faul* (12n), *unzufrieden/sie beklagen sich ständig über etwas* (11n), *schlau/intelligent* (9n), *sparsam* (9n), *Alkoholiker* (8n), *arbeitsam* (7n), *mürrisch* (7n), *Patrioten/stolz auf ihr Land und Volk* (7n), *arrogant* (5n), *Bierliebhaber* (5n), *Diebe/Betrüger* (5n), *freundlich* (5n) und *geschickt* (5n).

Das Tschechenbild der Schüler/-innen der Fachschulen ist das negativste Bild von den Tschechen aus allen Schultypen, während ihr Deutschenbild im Gegenteil das positivste aus allen Bildern ist. In diesem Fall ist der Zusammenhang zwischen dem Selbstbild und dem Fremdbild also deutlich zu sehen. Die positive Einstellung der Schüler/-innen der Fachschulen zu den Deutschen kann durch ihre positiven persönlichen Erfahrungen mit ihnen verursacht werden, denn die meisten von ihnen (95%) waren laut der Ergebnisse der siebten¹ und achten² Frage mehrmals in Deutschland und bilden sich (aus allen der drei Schultypen am meisten) ihr Wissen über Deutschland (Land und Leute) aus den eigenen Erfahrungen (85 %).

Graph 8: Das Selbstbild der Tschechen unter Schüler/-innen der Fachschulen



Quelle: eigene Bearbeitung anhand der Fragebogenuntersuchung, 2018

¹ Warst du schon einmal in Deutschland?

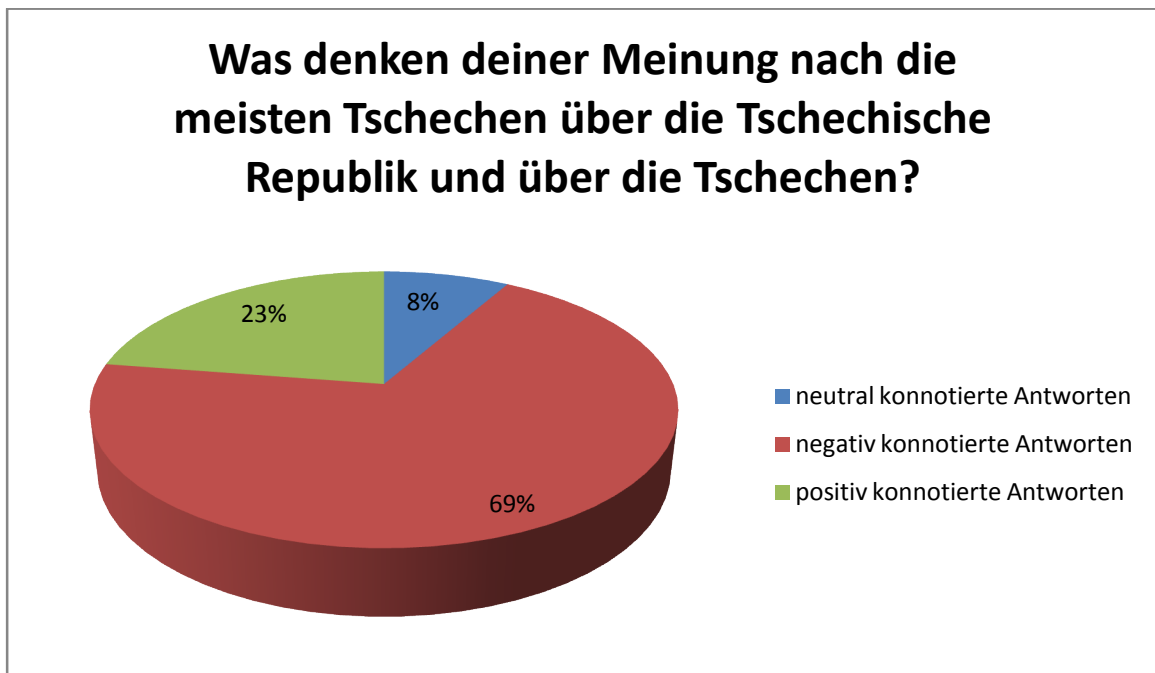
² Woher beziehst du dein Wissen über Deutschland (Land und Leute)?

Auf die dritte Frage **„Was denken deiner Meinung nach die meisten Tschechen über die Tschechische Republik und über die Tschechen?“** gaben die Probanden insgesamt 133 Antworten, vier Personen antworteten nicht bzw. mit *weiß nicht*.

Am häufigsten nannten die Schüler/-innen die Begriffe *unzufrieden/sie beklagen sich ständig über etwas* (21n), *schlechte Regierung/schlechtes politisches System* (13n), *gutes Land/gute Wirtschaft/gute Industrie* (9n), *neidisch* (8n), *Alkoholiker* (6n), *stolz auf unser Heimatland und Volk/Patrioten* (6n), *egoistisch/rücksichtslos* (5n), *nicht patriotisch* (4n), *schlechte Menschen* (4n) und *gute Menschen* (3n), wobei ihre eigenen Ansichten damit übereinstimmen, was ihrer Meinung nach die meisten Tschechen von Tschechien (Land und Leute) denken.

Es ergibt sich ein vorwiegend negatives Selbstbild Tschechiens (Land und Leute) mit einigen positiven Komponenten, die oft den negativen Antworten widersprechen, beispielsweise *Patrioten* versus *nicht patriotisch* oder *gute Menschen* versus *schlechte Menschen*. Daraus geht hervor, dass die Ansichten der Befragten in Bezug auf das Selbstbild der meisten Tschechen uneinig sind.

Graph 9: Das Selbstbild der meisten Tschechen unter Schüler/-innen der Fachschulen



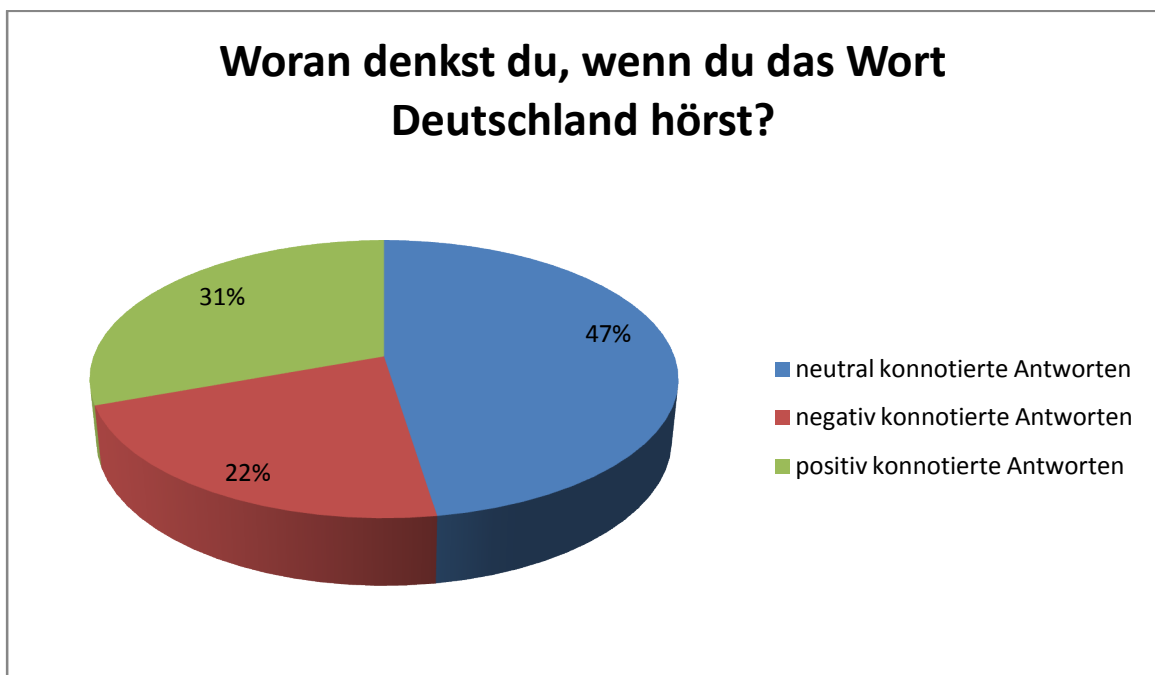
Quelle: eigene Bearbeitung anhand der Fragebogenuntersuchung, 2018

Auf die vierte Frage **„Woran denkst du, wenn du das Wort *Deutschland* hörst?“** gaben die Schüler/-innen der Fachschulen insgesamt 265 Antworten, ein Jugendliche ließ diese Frage unbeantwortet.

Sie bringen Deutschland am häufigsten mit den Folgenden in Verbindung: *Adolf Hitler* (21n), *deutsche Küche* (16n), *Berlin* (15n), *höhere Löhne/gute Arbeitsgelegenheiten* (14n), *gute Autos* (13n), *der Zweite Weltkrieg/Weltkriege* (13n), *deutsche Sprache* (12n), *Einkaufen/Primark/Flohmarkt* (11n), *Oktoberfest/Bierfeste* (10n), *Angela Merkel* (9n), *Flüchtlingskrise* (9n), *hoch entwickeltes Land/höherer Lebensstandard/reiches Land* (9n), *Spitzensportler/Fußballspieler* (9n), *Bier* (8n) und *Nachbarland* (7n).

Obwohl sich an erster Stelle *Adolf Hitler* mit 21 Nennungen befindet, ergibt sich ein noch positiveres Bild Deutschlands als bei den Gymnasiasten/Gymnasiastinnen. Während jene ihre Meinung jedoch in insgesamt 403 Antworten und 74 verschiedenen Begriffskomplexen geäußert hatten, gab es bei den Schüler/-innen der Fachschulen um 138 Begriffe weniger und nur in insgesamt 57 Varianten. Ihr Bild von Deutschland ist also entsprechend gröber und weniger differenziert.

Graph 10: Das Fremdbild von Deutschland unter Schüler/-innen der Fachschulen



Quelle: eigene Bearbeitung anhand der Fragebogenuntersuchung, 2018

Erwähnenswert ist darüber hinaus, dass die Schüler/-innen der Fachschulen im Vergleich mit den Gymnasiasten/Gymnasiastinnen viel weniger Aufmerksamkeit der aktuellen Flüchtlingskrise zuwenden, da sie nur von 9 % der Befragten genannt wurde sowie Angela Merkel. Demgegenüber wurde die Flüchtlingskrise von 29 % und Angela Merkel von 24 % Schüler/-innen der Gymnasien angeführt. Der Grund dafür liegt wahrscheinlich darin, dass 80 % von ihnen ihr Wissen über Deutschland aus den Medien beziehen, was mithilfe der

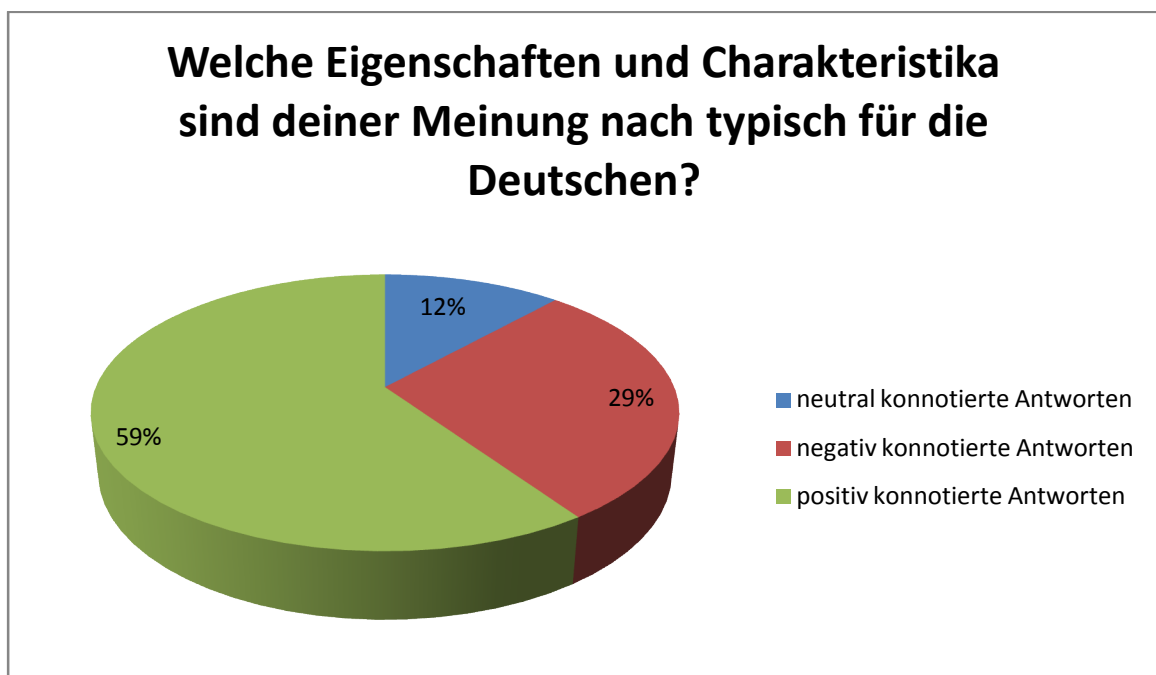
achten Frage³ festgestellt wurde, während nur 53 % Jugendliche aus den Fachschulen und 57 % aus den Berufsschulen Medien ankreuzten.

Auf die fünfte Frage **„Welche Eigenschaften und Charakteristika sind deiner Meinung nach typisch für die Deutschen?“** gaben die Befragten insgesamt 187 Antworten, fünf Personen beantworteten diese Frage nicht bzw. antworteten mit *weiß nicht*.

Am häufigsten genannt wurden die Begriffe *arbeitsam* (19n), *reich* (13n), *präzis/sorgfältig* (12), *arrogant* (11n), *laut/sie schreien* (7n), *ordnungsliebend/ordentlich* (7n), *unhöflich/unerzogen* (7n), *freundlich* (6n), *hilfsbereit* (6n), *stolz auf ihr Land und Volk/Patrioten* (6n), *ausgebildet/klug* (5n), *nett/sympathisch* (5n), *zielbewusst* (5n), *kein Sinn für Humor* (3n) und *reinlich* (3n).

Es ergibt sich ein positives Deutschenbild mit einigen negativen Komponenten, das überwiegend mit dem Deutschenbild der Gymnasiasten/Gymnasiastinnen übereinstimmt.

Graph 11: Das Fremdbild der Deutschen unter Schüler/-innen der Fachschulen



Quelle: eigene Bearbeitung anhand der Fragebogenuntersuchung, 2018

Auf die sechste Frage **„Was denken deiner Meinung nach die meisten Tschechen über Deutschland und über die Deutschen?“** antworteten die Befragten mit insgesamt 169 Begriffen, fünf Probanden antworteten mit *weiß nicht* bzw. gaben keine Antwort.

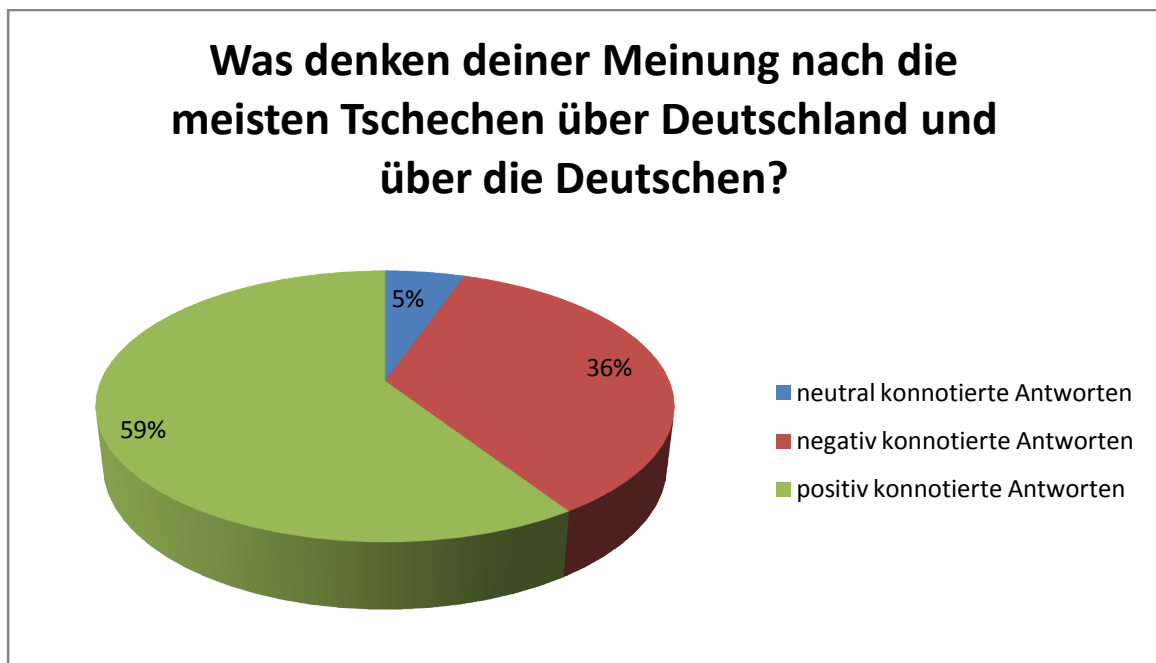
³Woher beziehst du dein Wissen über Deutschland (Land und Leute)?

Am häufigsten angeführt wurde der Begriffskomplex *reiches Land/hoch entwickeltes Land* mit 38 Nennungen, während die Schüler/-innen selbst diese Antwort nur 14 mal gaben. Die weiteren am häufigsten genannten Begriffe sind *höhere Löhne/gute Arbeitsgelegenheiten* (14n), *sie beneiden die Deutschen (v. a. um höhere Löhne)* (10n), *es geht ihnen besser als uns in Tschechien* (9n), *sie mögen die Deutschen nicht (Neid, Weltkriege, Flüchtlingskrise)* (11n), *hochwertige Ware/Produkte/Lebensmittel* (8n), *billigeres Einkaufen/billigere Produkte* (6n), *Nazis* (6n), *nichts Gutes* (6n), *arbeitsam* (5n), *arrogant* (4n), *Flüchtlingskrise* (4n) und *Ordnung/Sauberkeit im Land* (4n).

Die positiven Ausdrücke stimmen relativ mit dem deutschlandbezogenen Bild der Befragten überein. Laut der Jugendlichen mögen jedoch manche Tschechen die Deutschen wegen der Weltkriege und der Flüchtlingskrise nicht, manche beneiden sie um höhere Löhne. Diese negativen Aspekte wurden im Bild der Jugendlichen aber nicht vertreten.

Nimmt man noch die weniger oft genannten Begriffe (*präzise, zielbewusst, nett etc.*) hinzu, dann ergibt sich ein eher positives Bild von Deutschland (Land und Leute) mit einigen negativen Komponenten.

Graph 12: Das deutschlandbezogene Fremdbild der meisten Tschechen unter Schüler/-innen der Fachschulen



Quelle: eigene Bearbeitung anhand der Fragebogenuntersuchung, 2018

4.4.3 ERGEBNISSE DER BEFRAGUNG IN DEN BERUFSSCHULEN

Mit Ausnahme der ersten Frage gaben die Schüler/-innen der Berufsschule auf die anderen Fragen die geringste Anzahl von Antworten in den wenigsten Varianten bzw. Begriffskomplexen von allen drei Schultypen. Die von ihnen entworfenen Bilder sind damit gröber und am wenigsten differenzierten. Es steht wahrscheinlich mit ihrem schlechteren Ausdrucksvermögen und geringeren allgemeinen Überblick im Zusammenhang. Darüber hinaus antworteten die Berufsschüler/-innen im Vergleich mit den Jugendlichen aus den anderen Schulen allgemein am negativsten.

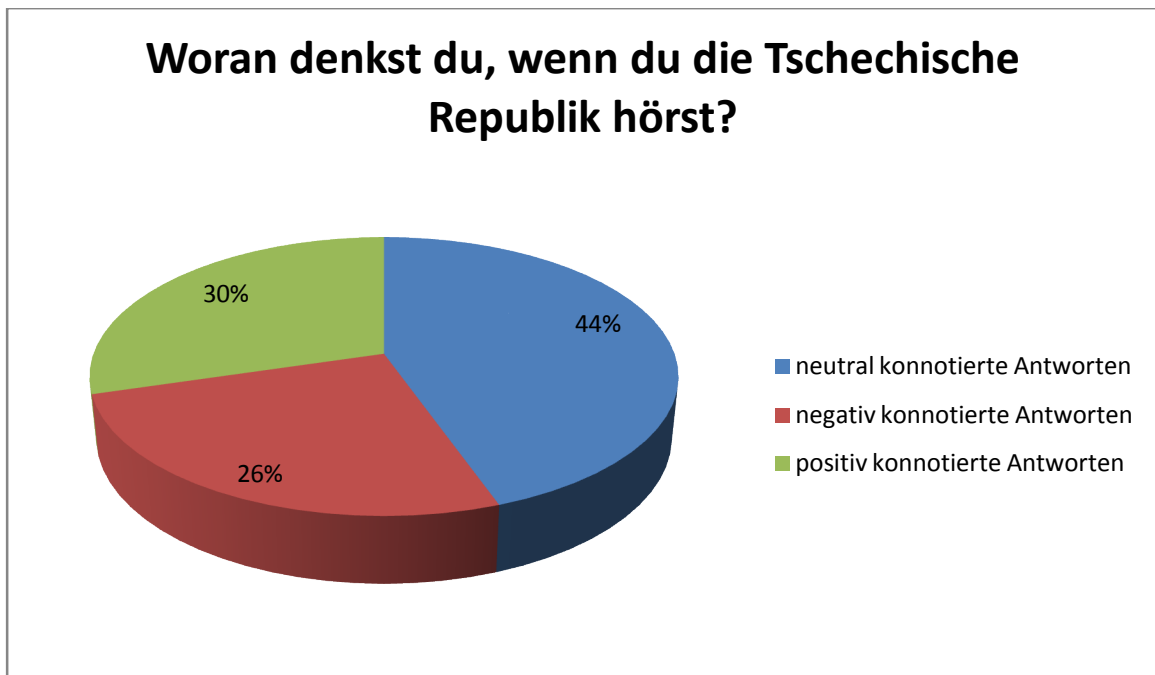
Auf die erste Frage **„Woran denkst du, wenn du die Tschechische Republik hörst?“** gaben die Schüler/-innen der Berufsschule insgesamt 294 Antworten, drei Personen antworteten nicht bzw. mit *weiß nicht*.

Sie assoziieren mit Tschechien am häufigsten das Folgende: *Bier* (45n), *schlechte Regierung/schlechtes politisches System* (32n), *Prag* (23n), *schöne Natur* (17n), *schöne Sehenswürdigkeiten* (17n), *böhmische Küche* (16n), *Heimat* (13n), *sportliche Erfolge* (12n), *berühmte Persönlichkeiten* (11n), *Mлада Werke* (10n), *Heimatland* (7n), *Staatssymbole (tschechische Flagge, Nationalhymne, der böhmische Löwe)* (7n), *berühmte ereignisreiche Geschichte* (6n), *Diebstähle/Gauner* (6n) und *Pilsen* (6n).

Von allen drei Schultypen enthält das tschechienbezogene Bild der Schüler/-innen der Berufsschule die meisten negativen Komponente. Besonders negativ ist die schlechte Regierung/das schlechte politische System beurteilt. In den Antworten kommen auch negative Begriffe vor, die bei den Schülern/-innen der Gymnasien und der Fachschulen gar nicht erwähnt wurden wie *Armut/wenig Geld* (5n), *Rassismus* (4n), *Arbeitslosigkeit* (3n), *niedrige Löhne* (1n), *Obdachlose* (1n), *Ungerechtigkeit* (1n) oder *das Land, das alles verkauft* (1n).

Trotz mehrerer negativen Begriffe ergibt sich ein vorwiegend neutrales Bild von Tschechien.

Graph 13: Das Selbstbild von Tschechien unter Berufsschüler/-innen



Quelle: eigene Bearbeitung anhand der Fragebogenuntersuchung, 2018

Auf die zweite Frage **Welche Eigenschaften und Charakteristika sind deiner Meinung nach typisch für die Tschechen?** gaben die Befragten insgesamt 205 Antworten, fünf Personen ließen diese Frage unbeantwortet bzw. antworteten mit *weiß nicht*.

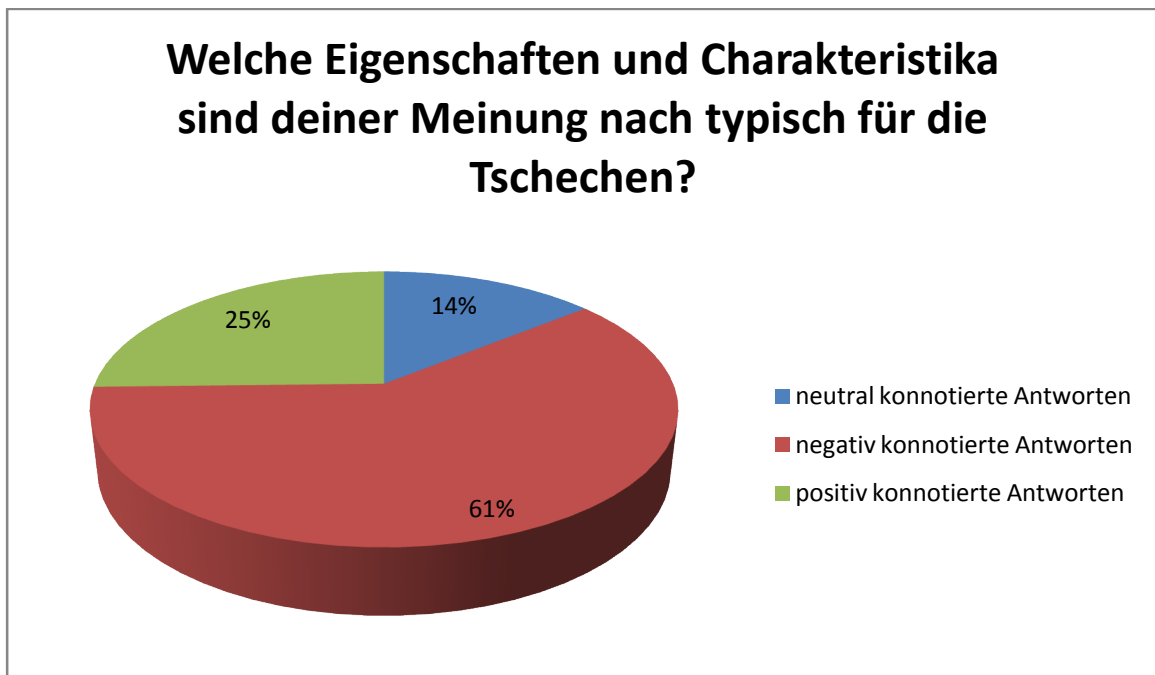
Die von dieser Gruppe am häufigsten genannten Begriffskomplexe waren *Bierliebhaber* (17n), *geschmacklos/Socken in Sandalen* (13n), *neidisch/missgünstig* (12n), *Sportfans* (11n), *Betrüger/Diebe/Lügner* (9n), *hilfsbereit* (8n), *Rassisten/xenophob* (8n), *sie beklagen sich ständig über etwas* (8n), *arbeitsam* (7n), *faul/sie arbeiten nicht* (7n), *Patrioten/stolz auf das Heimatland und Volk* (7n), *arrogant* (5n) und *habgierig/habsüchtig* (5n).

Auch das Tschechenbild der Schüler/-innen der Berufsschulen besteht aus einigen negativen Komponenten, die in den Bildern der Befragten von anderen zwei Schultypen nicht vertreten wurden. Dies sind *vulgär* (3n), *Angeber* (2n), *arm* (2n), *Drogensüchtige* (1n) oder *Raucher in jungen Jahren* (1n). Die erwähnten negativen Elemente zeugen von dem sozialen Milieu, aus dem die Befragten kommen oder in dem sie sich bewegen.

Auffallend ist auch die Uneinheitlichkeit des Bildes von den Tschechen. Einerseits werden sie mit den Begriffen *arbeitsam* (7n) und *Überarbeitung* (1n) verbunden, andererseits mit den Ausdrücken *faul/sie arbeiten nicht* (7n) und *Urlaub* (1n). Des Weiteren stehen die folgenden Antworten im Kontrast: *freundlich* (4n) versus *unfreundlich* (3n), *nett* (4n) versus *unangenehm/unsympathisch* (3n) oder *aufrechtig* (1n) versus *unaufrechtig* (1n).

Aus dem oben Angegebenen geht ein uneinheitliches eher negatives Bild von den Tschechen hervor.

Graph 14: Das Selbstbild der Tschechen unter Berufsschüler/-innen



Quelle: eigene Bearbeitung anhand der Fragebogenuntersuchung, 2018

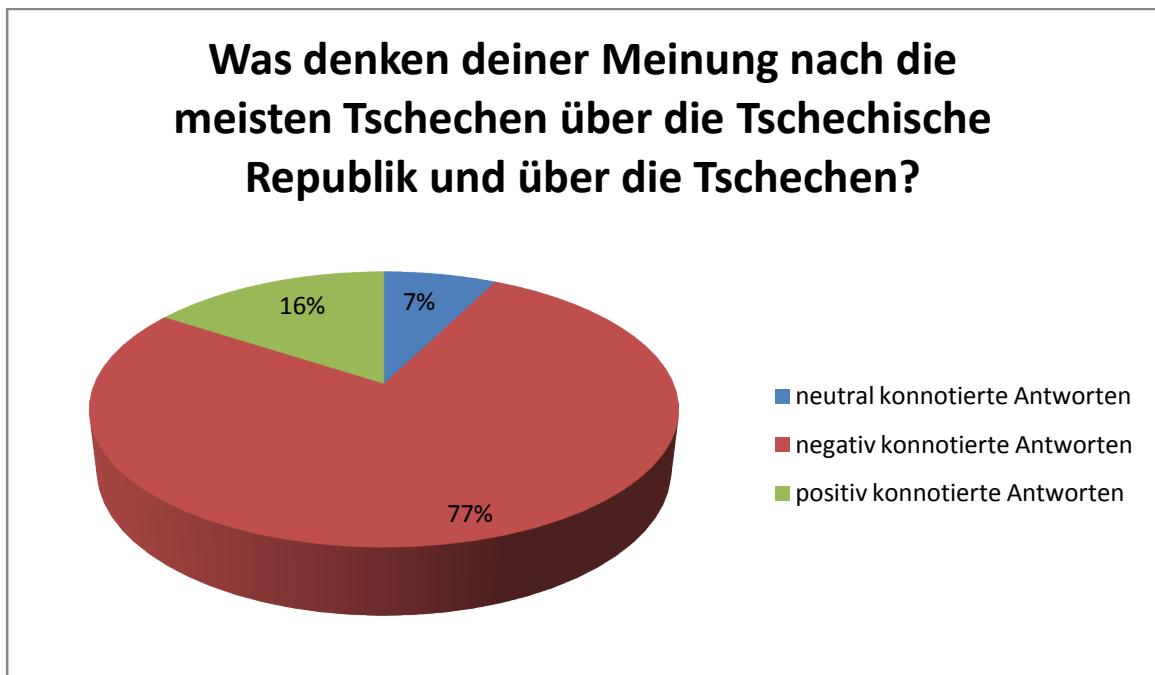
Auf die dritte Frage **„Was denken deiner Meinung nach die meisten Tschechen über die Tschechische Republik und über die Tschechen?“** gaben die Jugendlichen aus den Berufsschulen insgesamt 108 Antworten, 23 (!) Befragte beantworteten diese Frage nicht bzw. antworteten mit *weiß nicht*.

Ihrer Meinung nach denken die meisten Tschechen über Tschechien (Land und Leute) folgendes: *Sie beklagen sich ständig über etwas/es geht uns in Tschechien schlecht* (18n), *schlechte Politiker/schlechte politische Situation* (11n), *neidisch/missgünstig* (10n), *Finanzbetrüger/Diebe/Lügner* (6n), *dummes Volk* (5n), *zufrieden/es geht uns in Tschechien gut* (5n), *Armut/niedriger Lebensstandard* (4n), *nichts* (4n), *Patrioten* (4n), *alles Mögliche* (3n), *nicht Patrioten* (3n), *niedrige Löhne* (3n), *Rassisten* (3n) und *Unordnung* (3n).

Da 23 % der Berufsschüler/-innen diese Frage nicht bzw. mit *weiß nicht* beantwortet haben, ist anzunehmen, dass ein relativ großer Teil von ihnen hier offensichtlich überfordert war. Aus den Antworten, die angeführt wurden, geht ein sehr negatives Selbstbild von Tchechien und den Tschechen hervor. Des Weiteren wurde festgestellt, dass die Berufsschüler/-innen kaum zwischen ihrer persönlichen Meinung und dem, was ihrer

Ansicht nach die meisten Tschechen von Tschechien (Land und Leuten) denken, unterscheiden.

Graph 15: Das Selbstbild der meisten Tschechen unter Berufsschüler/-innen



Quelle: eigene Bearbeitung anhand der Fragebogenuntersuchung, 2018

Auf die vierte Frage **šWoran denkst du, wenn du das Wort *Deutschland* hörst?ö** gaben die Befragten insgesamt 262 Antworten, zwei Personen antworteten nicht oder mit *weiß nicht*.

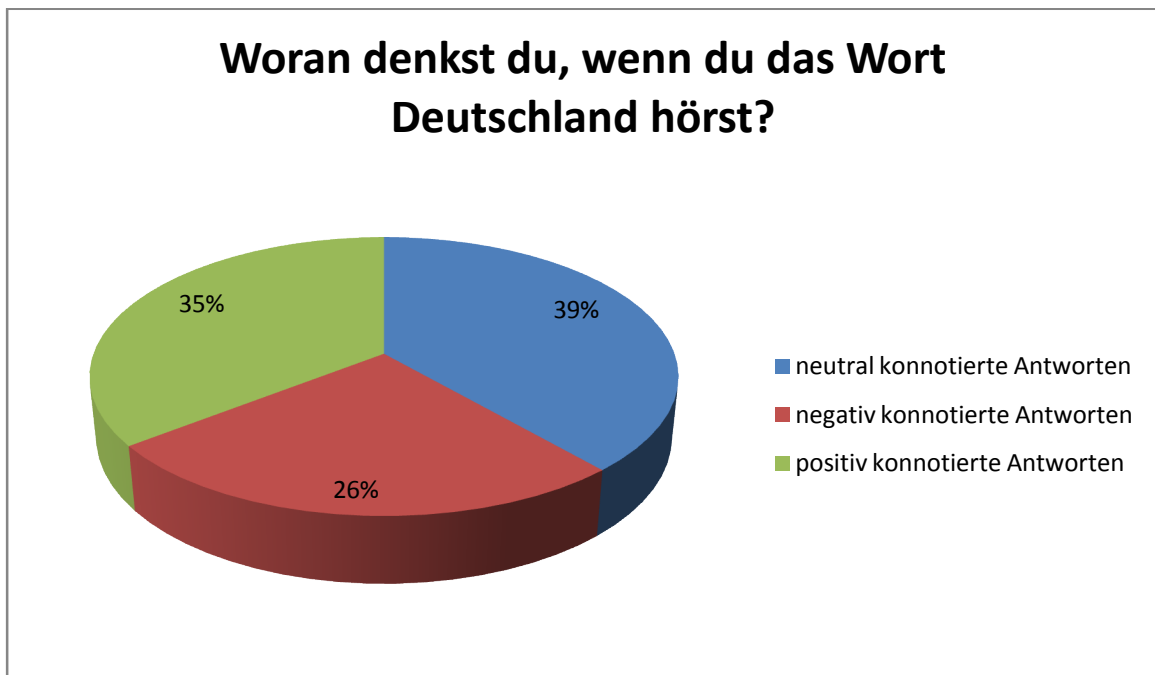
Am häufigsten nannten sie die Begriffskomplexe *gute Löhne/gute Arbeit* (24n), *Adolf Hitler* (19n), *der Zweite Weltkrieg/Weltkriege* (18n), *Reichtum/Geld/entwickeltes Land* (17n), *Einkaufen/Geschäftsketten/Primark* (16n), *Flüchtlinge/Immigranten* (15n), *deutsche Küche* (14n), *billigere Ware/Lebensmittel/Kleidung* (13n), *Angela Merkel* (12n), *Bier* (11n), *Oktoberfest* (11n), *Qualität/hochwertige Lebensmittel* (10n), *schöne gute Autos* (9n), *harte/schreckliche deutsche Sprache* (7n) und *Berlin* (6n).

Die Antworten der Berufsschüler/-innen sind durch den einfacheren Sprachstil gekennzeichnet und betonen am stärksten von allen Gruppen, dass sich die Jugendlichen Deutschland oft mit den guten Einkaufsmöglichkeiten verbinden. Dies beweisen die häufig angeführten Begriffe *Einkaufen/Geschäftsketten/Primark*, *billigere Ware/Lebensmittel/Kleidung*, *hochwertige Lebensmittel* oder *Weihnachtsmärkte*.

Darüber hinaus wird Deutschland von 24 % der Befragten betrachtet als ein Land, in dem man einen guten Lohn für die Arbeit bekommen kann.

Sonst stimmt inhaltlich ihr Deutschlandbild mit dem der Schüler/-innen der anderen Schülertypen fast überein und es ergibt sich ein vorwiegend neutrales bis positives Bild von Deutschland.

Graph 16: Das Fremdbild von Deutschland unter Berufsschüler/-innen



Quelle: eigene Bearbeitung anhand der Fragebogenuntersuchung, 2018

Auf die fünfte Frage **„Welche Eigenschaften und Charakteristika sind deiner Meinung nach typisch für die Deutschen?“** gaben die Probanden insgesamt 134 Antworten, 26 (!) Personen ließen diese Frage unbeantwortet bzw. antworteten mit *weiß nicht*.

Ihrer Meinung nach assoziieren die meisten Tschechen mit den Deutschen folgendes: *arrogant/überheblich* (14n), *Patriotismus/stolz auf ihr Heimatland und Volk* (11n), *reich* (11n), *laut* (8n), *nett/sympathisch* (7n), *arbeitsam* (5n), *aggressiv* (4n), *habgierig/habsüchtig* (4n), *herrsüchtig* (4n), *fettleibig/dick* (4n), *pervers/Schweine* (3n), *Rassisten/Nazis* (3n) und *reinlich* (3n).

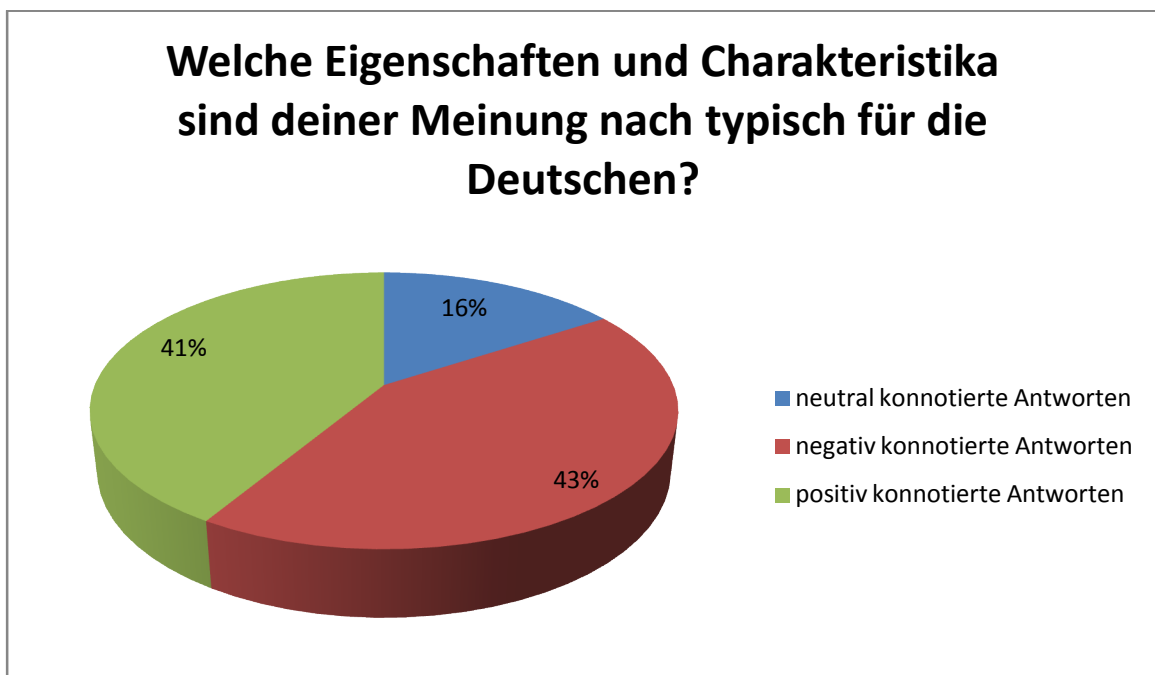
Während Deutschland relativ positiv eingeschätzt wurde als das Land mit vielen Arbeitsgelegenheiten und Einkaufsmöglichkeiten, enthält das Bild von den Deutschen mehrere negative stereotypische Komponenten (*arrogant, laut, aggressiv, herrsüchtig, fettleibig, pervers, Nazis* oder *ich mag sie nicht*), die oft grob zum

Ausdruck gebracht werden. Dadurch unterscheidet sich das Deutschenbild der Berufsschüler/-innen sehr von den Bildern der Jugendlichen aus den anderen Schultypen.

Darüber hinaus ist auch auffallend, dass 23 % der Befragten diese Frage unbeantwortet ließen bzw. antworteten mit *weiß nicht* oder *ich habe nie einen Deutschen getroffen*. Es steht damit in Zusammenhang, dass 24 % der Berufsschüler/-innen noch nie oder nur einmal in Deutschland waren und deswegen wenig persönliche Erfahrungen mit den Deutschen haben, wobei diese Erfahrungen oft nur oberflächlich (bloßes Einkaufen) sind. Dies wurde anhand der siebten⁴ und achten⁵ Frage aus dem Fragebogen festgestellt.

Resümierend entsteht bei den Schüler/-innen der Berufsschulen ein stark polarisiertes Schwarz-Weiß-Bild von den Deutschen.

Graph 17: Das Fremdbild der Deutschen unter Berufsschüler/innen



Quelle: eigene Bearbeitung anhand der Fragebogenuntersuchung, 2018

Auf die sechste Frage **šWas denken deiner Meinung nach die meisten Tschechen über Deutschland und die Deutschen?ö** gaben die Befragten insgesamt 105 Antworten, 23 (!) Personen antworteten nicht oder mit *weiß nicht*. Da 23 % der Schüler/-innen diese Frage unbeantwortet ließen, scheint es, als ob sie hier überfordert waren.

Am häufigsten genannt wurden die folgenden Begriffskomplexe: *Sie mögen die Deutschen nicht* (v. a. *ältere Menschen wegen des Zweiten Weltkriegs*) (14n), *höhere Löhne/gut*

⁴Warst du schon einmal in Deutschland? (siehe den Fragebogen im Anhang)

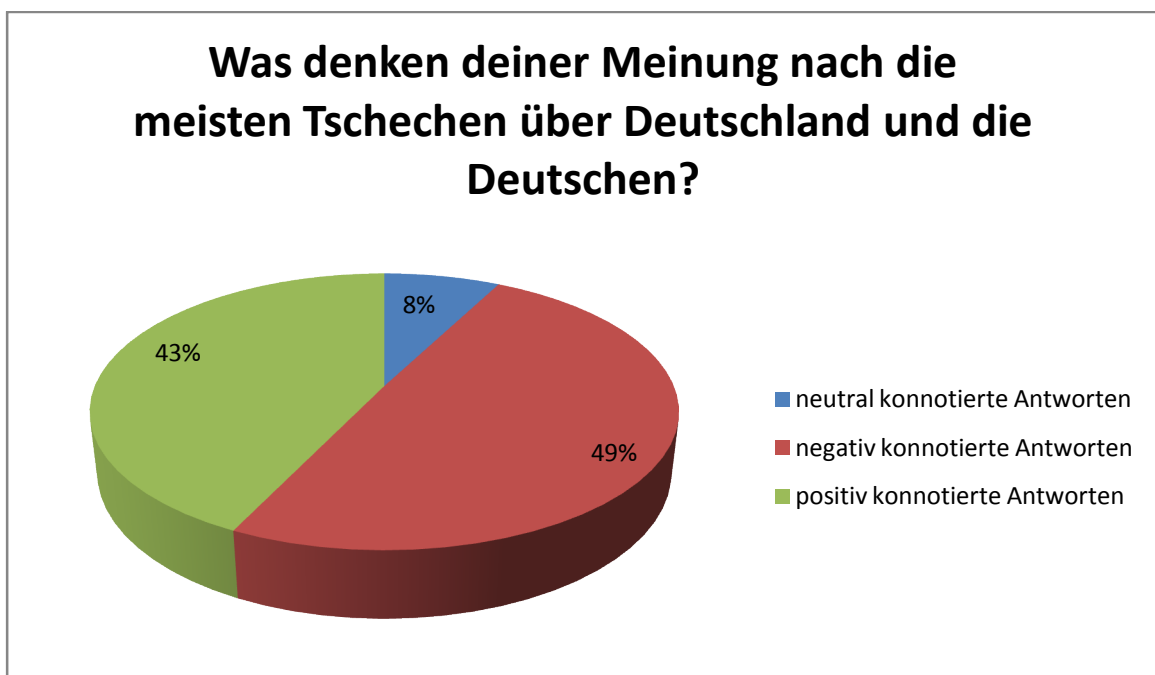
⁵Woher beziehst du dein Wissen über Deutschland (Land und Leute)? (siehe den Fragebogen im Anhang)

bezahlte Arbeit/sie wollen in Deutschland arbeiten (11n), hochwertige Produkte/Lebensmittel (9n), reich/hoch entwickeltes Land (9n), pervers/Schweine (7n), schlechtes Benehmen/unerzogen (7n), arrogant (5n), billigere Lebensmittel/Ware (5n), es geht ihnen in Deutschland besser als uns hier (5n), negative Ansichten in Bezug auf die Flüchtlingskrise und Angela Merkel (5n), siehe Fragen Nummer 4 und 5 (4n), positive Meinungen (v. a. jüngere Menschen) (3n) und Rassisten/Nazis (3n).

Das deutschlandbezogene Bild der Berufsschüler/-innen stimmt weitgehend mit dem, was ihrer Meinung nach die meisten Tschechen über Deutschland (Land und Leute) denken. Es scheint offenbar also keine Notwendigkeit zu geben, die eigene Meinung von der vermuteten Meinung der anderen zu distanzieren. Die Jugendlichen halten sich in diesem Punkt selbstverständlich für Teil der Allgemeinheit und ihre persönliche Ansicht für Teil des allgemeinen Mainstreams.

Aus den Ergebnissen der sechsten Frage geht ein eher negatives polarisiertes Schwarz-Weiß-Bild von Deutschland und den Deutschen hervor.

Graph 18: Das deutschlandbezogene Fremdbild der meisten Tschechen unter Berufsschüler/-innen



Quelle: eigene Bearbeitung anhand der Fragebogenuntersuchung, 2018

4.5 GESAMTERGEBNISSE DER BEFRAGUNG

Um aus den Äußerungen der Schüler/-innen ein Gesamtbild von Tschechien (Land und Leute) bei tschechischen Jugendlichen bzw. ihr Selbstbild rekonstruieren zu können, wurden in diesem Teil der Untersuchung die Antworten auf die ersten zwei Fragen aus allen drei Schultypen zusammengefasst.

Um ein Gesamtbild von Deutschland und den Deutschen bzw. das deutschlandbezogene Fremdbild der tschechischen Jugendlichen gewinnen zu können, wurden wiederum die vierte und fünfte Frage aus allen drei Schultypen zusammengefasst.

Erwähnenswert sind die folgenden drei Umfrageergebnisse, aus denen sich ergibt, dass manche Jugendlichen zu den Stereotypisierungen und Verallgemeinerungen kritisch sind und sich bemühen, ihnen nicht zu unterliegen. Erstens antworteten 20 Befragte (6,67 %), dass man ein Volk nicht generalisieren kann, weil jeder anders ist. Zweitens führten sechs Jugendliche (2 %) an, dass sie keine Deutschen persönlich so gut kennen, um sie zu beurteilen. Und drittens führte eine Schülerin an, dass sie allgemein keine Typisierungen mag, weil die meisten Stereotype über die Tschechen bei ihr gar nicht gelten und sie sich dadurch von der Kommune der Tschechen ausgeschlossen fühlt.

4.5.1 DAS SELBSTBILD DER TSCHECHISCHEN JUGENDLICHEN

Auf die ersten zwei Fragen zum Selbstbild der tschechischen Jugendlichen gaben die Schüler/-innen insgesamt 1 721 Antworten, die in positive, negative und neutral konnotierte Begriffsbereiche geordnet wurden.

In die Gruppe der positiv konnotierten Begriffe wurden alle Antworten aufgenommen, die von den Befragten in positivem Sinne verwendet wurden (z. B. *Heimat, Heimatland, berühmte Persönlichkeiten*), die an sich deutlich positiv konnotiert sind (z. B. *sportliche Erfolge, arbeitsam, geschickt*) oder die deutlich positiv gewertet wurden (z. B. *schöne Natur, schöne Sehenswürdigkeiten, hübsche Mädchen*).

Den negativ konnotierten Begriffen wurden alle Antworten zugeordnet, die an sich deutlich negativ konnotiert sind (z. B. *neidisch, unzufrieden, faul*) oder die deutlich negativ eingeschätzt wurden (z. B. *schlechte Regierung, schlechtes politisches System*).

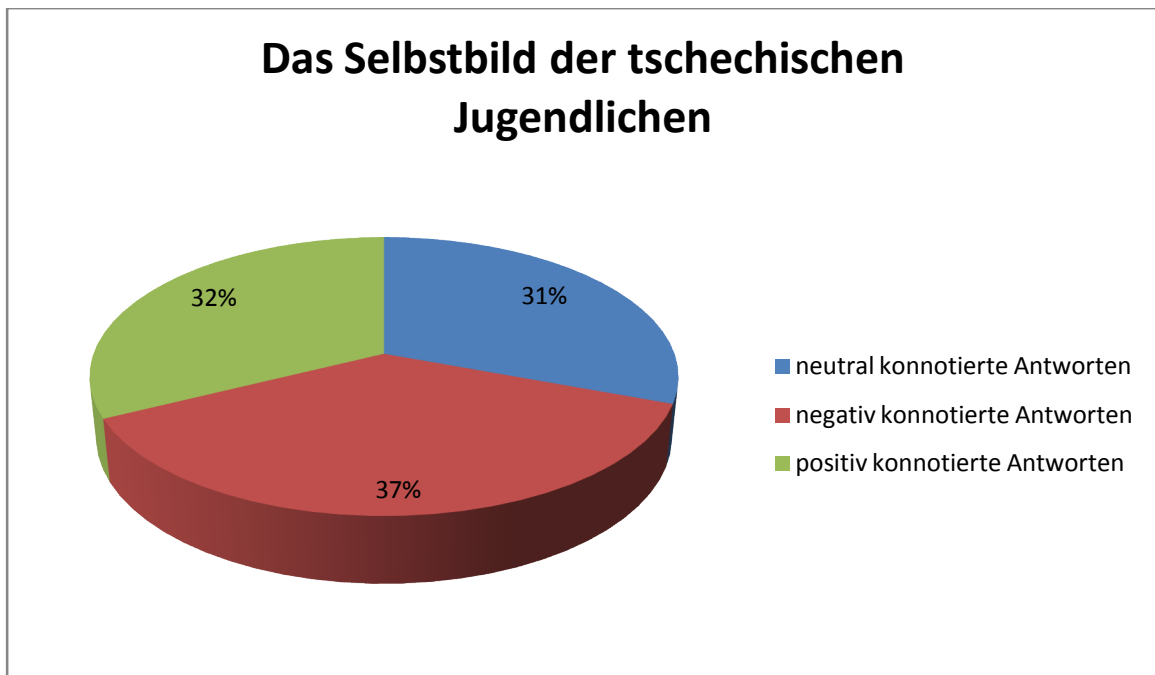
Zu den neutral konnotierten Begriffen wurden alle Antworten gezählt, die selbst weder deutlich positiv oder negativ konnotiert sind (z. B. *Bier, böhmische Küche, Landkarte Tschechiens*).

Es wurden insgesamt 558 positiv konnotierte Begriffe (32 %) bezüglich Tschechiens und der Tschechen genannt. Mit Abstand am häufigsten war die Antwort *Heimat* (65n) vertreten, gefolgt von den Begriffen *schöne Natur* (53n), *sportliche Erfolge (Eishockey, Jaromír Jágř, Fußballspieler, Ester Ledecká, Gabriela Koukalová)* (52n), *schöne Sehenswürdigkeiten (Burgen, Schlösser, historische Städte)* (42n), *Heimatland* (39n), *berühmte Persönlichkeiten (Václav Havel, T. G. Masaryk, Rudolf II., Jan Hus, Karl IV., Wenzel von Böhmen, Karel Gott, Bedřich Smetana, Jan Patočka)* (31n), *arbeitsam* (19n), *Patrioten/stolz auf ihr Heimatland und Volk* (19n), *schlau/intelligent* (18n), *berühmte ereignisreiche Geschichte* (17n), *geschickt/Basteln/goldene tschechische Hände* (17n), *Sportfans* (17n), *sparsam* (16n), *freundlich* (15n), *hilfsbereit* (15n), *kultureller Reichtum* (15n), *nett/gut* (15n), *Sinn für Humor* (14n), *findig/kreativ* (13n) und *hübsche Mädchen* (11n).

In Bezug auf Tschechien und die Tschechen wurden insgesamt 634 negativ konnotierte Begriffskomplexe (37 %) angeführt. Mit größerem Abstand am häufigsten wurde die Antwort *neidisch/missgünstig* (79n) genannt, gefolgt von den Begriffskomplexen *schlechte Regierung/schlechtes politisches System* (66n), *unzufrieden/sie beklagen sich ständig über etwas* (40n), *Diebe/Betrüger/Lügner/unehrlich* (30n), *faul* (30n), *geschmacklos/Socken in Sandalen* (29n), *egoistisch/rücksichtslos* (27n), *Alkoholiker* (26n), *habgierig/habsüchtig* (26n), *xenophob/rassistisch* (22n), *mürrisch* (12n), *skeptisch/misstrauisch* (12n), *Korruption* (11n), *arrogant* (10n) und *nicht hilfsbereit* (10n).

Neutral konnotiert wurden insgesamt 529 (31 %) Antworten. Die häufigsten von ihnen sind die folgenden: *Bier* (124n), *Prag* (74n), *böhmische Küche* (39n), *Staatssymbole (tschechische Flagge, Nationalhymne, Trikolore, der böhmische Löwe)* (39n), *Land im Herzen/in der Mitte Europas* (26n), *Bierliebhaber* (25n), *größere Städte (Pilsen, Brünn, Ostrau)* (23n), *Škoda Werke/Škoda Auto* (21n), *kleines Land* (15n) und *Landkarte Tschechiens* (11n).

Graph 19: Das Selbstbild der tschechischen Jugendlichen



Quelle: eigene Bearbeitung anhand der Fragebogenuntersuchung, 2018

Aus den Ergebnissen der Fragebogenuntersuchung ergibt sich ein eher negatives Selbstbild der tschechischen Jugendlichen (37%), wobei vor allem die Tschechen negativ eingeschätzt werden, während das Land Tschechien vorwiegend als Heimatland beschrieben wird, die in vielen Bereichen erfolgreich ist und auf die man stolz sein kann. Den Tschechen wird beispielsweise oft vorgehalten, dass sie neidisch sind und sich ständig über etwas beklagen, aber dass sie nichts dafür machen, etwas zu verbessern. In Bezug auf Tschechien werden vor allem das politische System und die aktuelle Regierung kritisiert. Die tschechischen Jugendlichen schämen sich den Ergebnissen der Umfrage zufolge für Ihren Präsidenten Miloš Zeman und Ministerpräsidenten Andrej Babiš.

Erwähnenswert ist auch die Tatsache, dass die Jugendlichen die Ansicht vertreten, dass die anderen Tschechen im Vergleich mit ihnen ein noch viel negativeres Selbstbild haben.

4.5.2 DAS DEUTSCHLANDBEZOGENE FREMDBILD DER TSCHECHISCHEN JUGENDLICHEN

Die tschechischen Jugendlichen gaben insgesamt 1 495 Antworten zum deutschlandbezogenen Fremdbild, die genauso in positive, negative und neutral konnotierte Begriffsbereiche geordnet wurden.

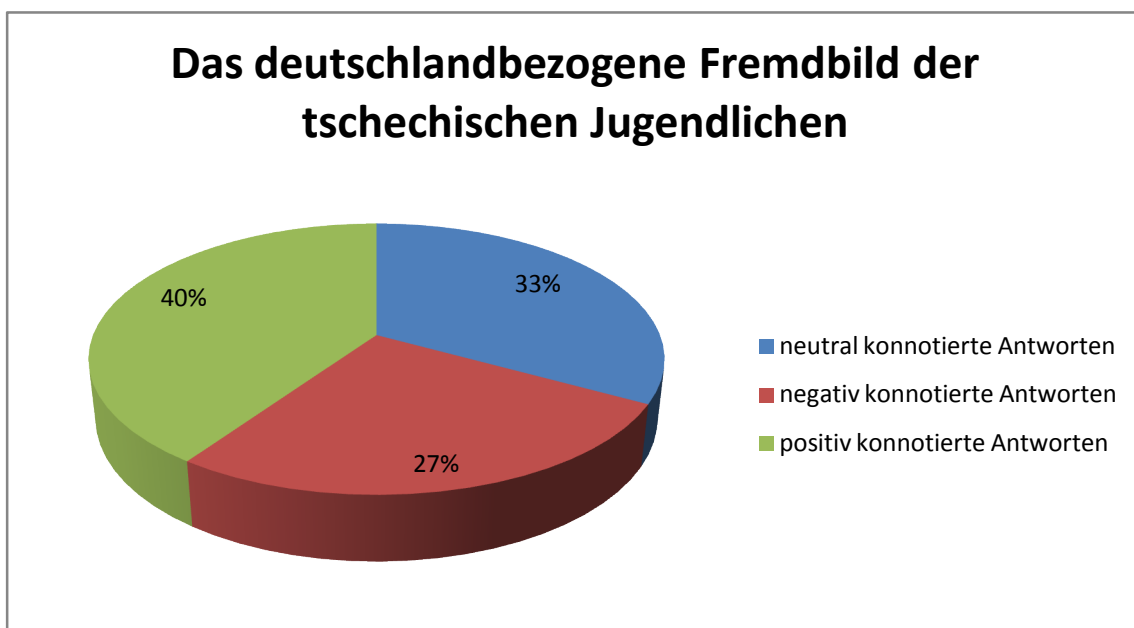
Insgesamt wurden in Bezug auf Deutschland und die Deutschen 601 positiv konnotierte Begriffskomplexe (40 %) ermittelt. Die am häufigsten genannten sind die folgenden: *wirtschaftlich hoch entwickeltes Land/hoher Lebensstandard/reiches Land* (59n), *höhere*

Löhne/bessere Arbeitsgelegenheiten (53n), *arbeitsam* (49n), *gute Autos (Audi, BMW, Mercedes, VW)* (41n), *präzis/sorgfältig* (33n), *Patrioten/stolz auf ihr Heimatland und Volk* (31n), *reich* (27n), *Qualität/hochwertige Produkte und Lebensmittel* (25n), *Spitzensportler/Fußballspieler* (23n), *billigere Ware und Lebensmittel* (19n), *nett/sympathisch* (18n), *freundlich* (17), *ordnungsliebend/ordentlich* (14n), *Sauberkeit* (14n), *hilfsbereit* (13n) und *zielbewusst/zielstrebig* (12n).

In Bezug auf die negativ konnotierten Antworten wurden 399 (27 %) Begriffskomplexe genannt. Am häufigsten angeführt wurden *Adolf Hitler* (69n) und *Weltkriege/der Zweite Weltkrieg* (58n), gefolgt von den Begriffen *Flüchtlingskrise* (53n), *arrogant/überheblich* (36n), *Faschisten/Nazis/Rassisten* (28n), *laut/sie schreien* (24n), *harte/schreckliche/unschöne deutsche Sprache* (15n), *unhöflich/unerzogen* (13n) und *kein Sinn für Humor* (10n).

Es gab 495 neutral konnotierte Antworten (33 %). Am häufigsten vertreten sind folgende Begriffskomplexe: *Angela Merkel* (45n), *deutsche Küche (Eintopf, Brezel, Würste, Spätzle, Schnitzel)* (40n), *Berlin* (38n), *Einkaufen/Geschäftsketten/Primark/Flohmarkt* (36n), *Bier* (30n), *deutsche Sprache* (30n), *Oktoberfest/Bierfeste* (30n), *Nachbarland* (29n) und *deutsche Städte (Frankfurt am Main, München, Regensburg, Dresden, Leipzig, Meißen)* (18n), *Bayern* (10n), *großes Land* (10n), *Lederhose/Dirndl* (10n).

Graph 20: Das deutschlandbezogene Fremdbild der tschechischen Jugendlichen



Quelle: eigene Bearbeitung anhand der Fragebogenuntersuchung, 2018

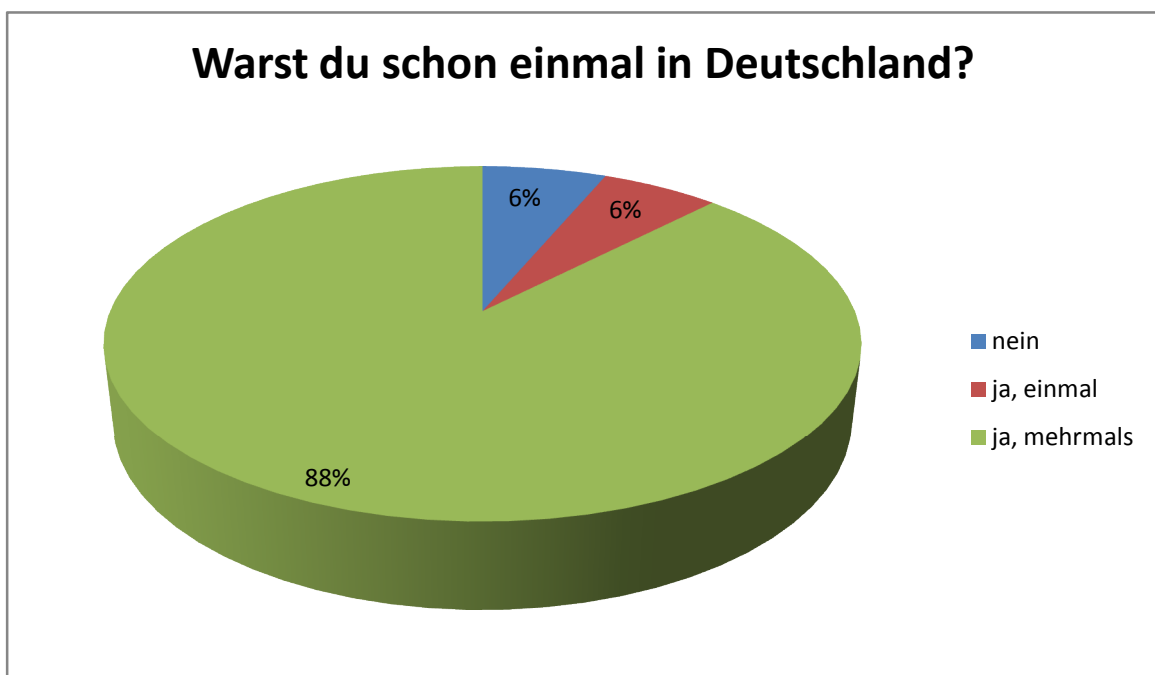
Aus den Ergebnissen der Umfrage geht ein vorwiegend positives Fremdbild von Deutschland und den Deutschen (40 %) bei tschechischen Jugendlichen hervor. Obwohl Adolf Hitler mit 69 Nennungen an erster Stelle der Häufigkeitsliste steht und also von 23 % der Befragten angegeben wurde, bezieht sich das Fremdbild vorwiegend auf die Gegenwart. Deutschland wird also vor allem betrachtet als ein hoch entwickeltes, reiches Land mit vielen Arbeitsgelegenheiten und Einkaufsmöglichkeiten. Die Aufmerksamkeit wenden die Jugendlichen häufig auch der aktuellen Flüchtlingskrise und Angela Merkel zu. Man kann aber nicht sagen, dass die Jugend von der Vergangenheit ganz unbelastet ist, weil bestimmte Vorstellungen bzw. Bilder von Generation zu Generation tradiert sind. Dies wird in der Umfrage gerade durch eine relativ hohe Anzahl von Antworten wie Adolf Hitler, Weltkriege oder Faschisten bestätigt.

Ihr deutschlandbezogenes Fremdbild ist relativ stark von Bayern beeinflusst. Viele Befragte assoziieren nämlich mit Deutschland Oktoberfest, Bier, Bratwürste, Brezel, Lederhose, Dirndl, München oder Regensburg.

Sechs Schüler/-innen (2 %) führten an, dass sie Deutschland betrachten als das Land, das der Tschechischen Republik kulturell am nächsten steht, sogar näher als die Slowakei.

Anhand der siebten Frage **„Warst du schon einmal in Deutschland?“** wurde festgestellt, dass die meisten Jugendlichen (88 %) schon in Deutschland mehrmals waren.

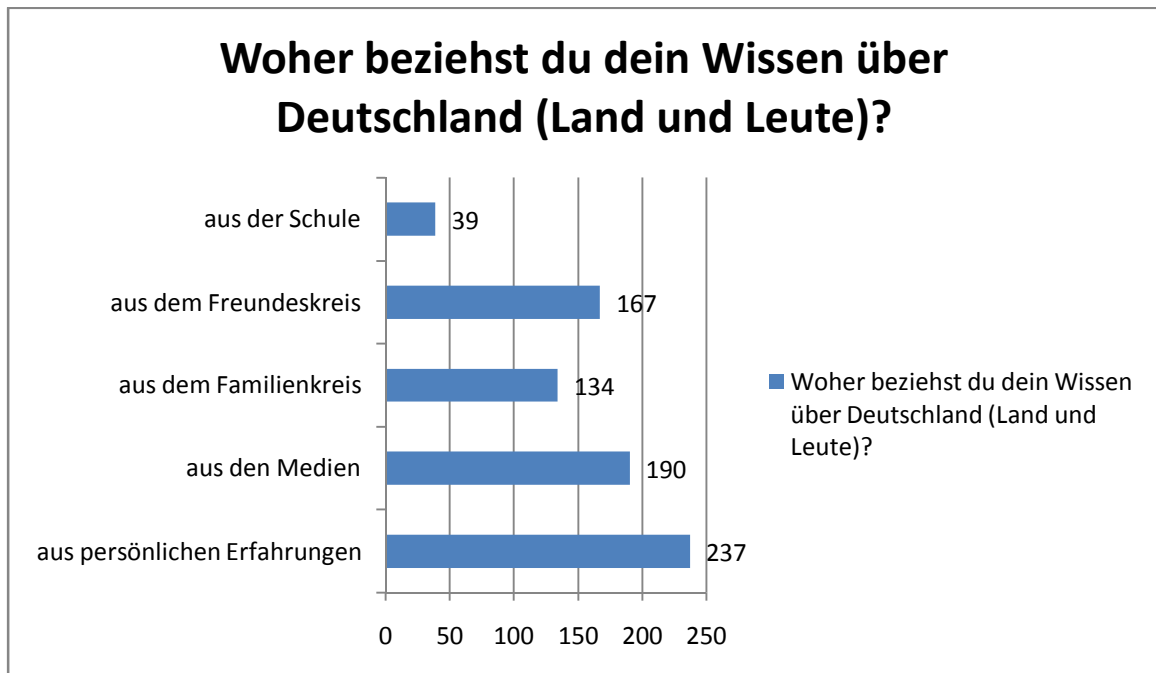
Graph 21: Persönliche Erfahrung der tschechischen Jugendlichen mit Deutschland



Quelle: eigene Bearbeitung anhand der Fragebogenuntersuchung, 2018

Aus den Ergebnissen der achten Frage **„Woher beziehst du dein Wissen über Deutschland (Land und Leute)?“** geht hervor, dass die tschechischen Jugendlichen ihr deutschlandbezogenes Fremdbild am meisten aus persönlichen Erfahrungen (237 Personen) oder aus den Medien (190 Personen) beziehen. Ob die persönlichen Erfahrungen nur oberflächlich sind oder nicht, ist diskutabel, denn es wurde in der vorliegenden Umfrage nicht näher untersucht.

Graph 22: Woher beziehst du dein Wissen über Deutschland (Land und Leute)?



Quelle: eigene Bearbeitung anhand der Fragebogenuntersuchung, 2018

Erwähnenswert sind noch die folgenden Umfrageergebnisse, aus denen sich ergibt, dass manche Jugendlichen zu den Stereotypisierungen und Verallgemeinerungen kritisch sind und sich bemühen, ihnen nicht zu unterliegen. Sechs Jugendliche (2 %) führten an, dass sie keine Deutschen persönlich so gut kennen, um sie zu beurteilen. 20 Befragte (7 %) antworteten, dass man ein Volk nicht generalisieren kann, weil jeder anders ist. Eine Schülerin führte an, dass sie allgemein keine Typisierungen mag, weil die meisten Stereotype über die Tschechen bei ihr gar nicht gelten und sie sich dadurch von der Kommune der Tschechen ausgeschlossen fühlt.

4.6 AUSWERTUNG VON HYPOTHESEN

Die erste Hypothese wurde nur zur Hälfte bestätigt. Das Selbstbild der tschechischen Jugendlichen ist zwar vorwiegend negativ, und das hauptsächlich in Bezug auf die Regierung und das politische System, aber die Tatsache, dass sich die Tschechen für böse, unhöflich, arm, undiszipliniert, bereit zur Unterordnung, uneinig und für Menschen mit mangelndem Durchsetzungsvermögen halten, wurde nicht mit ausreichender Anzahl von Antworten bewiesen.

Die zweite Hypothese wurde fast ganz bestätigt. Das Selbstbild der tschechischen Jugendlichen enthält mit Ausnahme von Flexibilität alle folgenden angeführten positiven Elemente: Stolz auf ihre Kultur bzw. auf die Geschichte des Staates, auf die tschechische Kunst und sportliche Erfolge, weiter Sinn für Humor, Fleiß und die Eigenschaften wie Intelligenz und Geschicklichkeit.

Die dritte Hypothese erwies sich nur teilweise als richtig. Das deutschlandbezogene Fremdbild der tschechischen Jugendlichen ist vorwiegend positiv und Deutschland zeichnet sich durch Reichtum und hohen Lebensstandard aus. Aus den genannten Eigenschaften der Deutschen wurden jedoch nur folgende bestätigt: patriotisch, reich, arbeitsam, ordnungsliebend, präzise und zielstrebig. Die Eigenschaften diszipliniert, pünktlich, selbstbewusst, gebildet und ehrenhaft kamen in der Umfrage nur selten vor.

Die vierte Hypothese wurde auch nur teilweise bestätigt. In Bezug auf die negativen Komponenten des Deutschenbildes werden die Deutschen von den tschechischen Jugendlichen eingeschätzt als arrogant, laut und als Menschen mit mangelndem Sinn für Humor. Die Eigenschaften wie Aggressivität, Herrschsucht, Frechheit, Fantasie- und Geschmacklosigkeit wurden nicht oder nur selten genannt.

Die fünfte Hypothese wurde nicht als richtig erwiesen. Die meisten tschechischen Jugendlichen bilden sich ihre Fremdbilder über Deutschland (Land und Leute) aus eigenen Erfahrungen. Ob sie oberflächlich sind oder nicht, ist diskutabel, weil es in der Umfrage nicht näher untersucht wurde.

Die sechste Hypothese wurde bestätigt. Die Ausbildung der Jugendlichen spielt bei der Weltbilderbildung eine große Rolle. Die Weltbilder der Gymnasiasten/Gymnasiastinnen werden positiver bewertet und enthalten weniger Vorurteile als die Bilder der Auszubildenden bzw. der Schüler/-innen an Fachschulen.

Die siebte Hypothese erwies sich nur zur Hälfte als richtig. Die Weltbilder der tschechischen Jugendlichen beziehen sich zwar vorwiegend auf die Gegenwart, aber man kann nicht sagen, dass die Jugend von der Vergangenheit unbelastet ist, denn bestimmte Vorstellungen bzw. Bilder sind von Generation zu Generation tradiert. Dies wird in der Umfrage gerade durch eine relativ hohe Anzahl von Antworten wie Adolf Hitler, Weltkriege oder Faschisten erwiesen

Die achte Hypothese wurde weitgehend bestätigt. Es gibt einen Zusammenhang zwischen dem Selbstbild und dem Fremdbild. Das Selbstbild von Tschechien (Land und Leute) bei den tschechischen Jugendlichen ist eher negativ, während ihr deutschlandbezogenes Fremdbild vorwiegend positiv ist. Sie stehen miteinander hauptsächlich im Hinblick auf die Deutschen und Tschechen im Kontrast.

4.7 VERGLEICH MIT POLNISCHER FRAGEBOGENUNTERSUCHUNG

Eine ähnliche Untersuchung der Weltbilder wurde auch von Ulrike Notarp in Zusammenarbeit mit Małgorzata Kotiuszko im Mai 2006 in Polen durchgeführt. Sie bezog sich wiederum auf polnische Autostereotype bzw. Selbstbilder und deutschlandbezogene Heterostereotype bzw. Fremdbilder.

Es nahmen insgesamt 150 polnische Jugendliche im Alter zwischen 16 und 18 Jahren daran teil, die eine berufsbildende Schule in Breslau (Wrocław) besuchten, die aus den Schulzweigen allgemeinbildende Oberschule bzw. klassisches Lyzeum, profiliertes Lyzeum und Berufsschule besteht. In jedem der drei Schultypen wurden 50 Personen der Abschlussklassen befragt.

Vergleicht man das Selbstbild der polnischen Jugendlichen mit dem tschechischen, so stellt man fest, dass die jungen Polen noch kritischer zu sich selbst sind als die Tschechen, da den Umfrageergebnissen zufolge das polnische Selbstbild 53,6 % negativ, 37 % positiv und fast 10 % neutral konnotierte Komponenten enthält.

Während von den tschechischen Jugendlichen das Land positiver eingeschätzt ist als die Leute, sind in der polnischen Umfrage ganz im Gegenteil die Polen positiver beurteilt als ihr Heimatland. Polen wird wegen der wirtschaftlichen und sozialen Situation im Land kritisch gesehen. Am häufigsten werden die negativen Begriffe Alkoholismus, Arbeitslosigkeit, Diebstähle/Betrügereien, Armut, schlechte/schwache Regierung und Korruption genannt. Die Polen werden hingegen bezeichnet als ordentliche, angenehme und gute Mitmenschen bzw. Brüder.

Das deutschlandbezogene Fremdbild der polnischen Jugendlichen besteht aus 34,2 % positiv, 46,4 % negativ und fast 20 % neutral konnotierten Begriffskomplexen. Deutschland wird für ein reiches Land gehalten, in dem die Polen arbeiten und gut verdienen können und in dem es fast keine Probleme gibt. Des Weiteren wurden gute deutsche Autos, Straßen und Autobahnen positiv eingeschätzt. Auf der anderen Seite wurden den Deutschen hauptsächlich negativ konnotierte Attribute zugeordnet wie unangenehm, böse, eingebildet oder hässlich.

Auch in der polnischen Fragebogenuntersuchung lässt sich also der Zusammenhang zwischen dem Selbstbild und dem Fremdbild beobachten, denn sie stehen miteinander im Kontrast.

ZUSAMMENFASSUNG

Die vorliegende Masterarbeit beschäftigte sich mit dem Thema *das Bild von Tschechien und Deutschland bei tschechischen Jugendlichen*. Es wurden einige Ziele dieser Arbeit gesetzt, die mithilfe der Fragebogenuntersuchung erreicht wurden.

Der theoretische Teil wurde der Erläuterung des Konzeptes des Weltbildes und der Begriffe Nationalkultur und Kulturstandards gewidmet. Des Weiteren wurden dort die von Ivan Nový und Sylvia Schroll-Machl anhand empirischer Untersuchungen gewonnenen tschechischen und deutschen Kulturstandards angeführt und beschrieben.

Der praktische Teil besteht aus der Fragebogenuntersuchung, die unter 300 tschechischen Schüler/-innen in Abschlussklassen an Gymnasien, Fachschulen und Berufsschulen im Februar 2018 in Pilsen durchgeführt wurde. Bevor die Daten analysiert wurden, wurden acht Hypothesen bestimmt, die nachfolgend ausgewertet wurden. Drei von ihnen erwiesen sich als richtig, die anderen wurden nur zur Hälfte bestätigt. Am Ende des praktischen Teils wurden die Umfrageergebnisse mit den Ergebnissen einer zu diesem Thema im Mai 2006 in Polen durchgeführten Umfrage verglichen, die sich wiederum auf die Untersuchung des polnischen Selbstbildes und des deutschlandbezogenen Fremdbildes der polnischen Jugendlichen bezog.

Aus den Ergebnissen der Fragebogenuntersuchung geht ein eher negatives Selbstbild der tschechischen Jugendlichen hervor. Interessant ist, dass Tschechien als Land vorwiegend positiv eingeschätzt ist, während die Tschechen selbst meistens negativ beurteilt sind. Mit Tschechien assoziieren sie am häufigsten das Bier, die Hauptstadt Prag, die schöne Natur und Sehenswürdigkeiten, die böhmische Küche, Staatssymbole und ein Land im Herzen Europas. Tschechien wird für ihr Heimatland gehalten, das in vielen Bereichen (Sport, v. a. Eishockey, Industrie, Kunst, Medizin) erfolgreich ist und auf das man stolz sein kann. Kritisiert werden vor allem das schlechte politische System, die gegenwärtige Regierung und Präsident Miloš Zeman. Als typische tschechische Eigenschaften betrachtet man Neid, Unzufriedenheit, Unehrllichkeit, Faulheit, Geschmacklosigkeit, Egoismus, Habgier, aber zugleich Arbeitsamkeit, Intelligenz, Geschicklichkeit, Sparsamkeit, Freundlichkeit oder den Sinn für Humor. Darüber hinaus werden die Tschechen für Bierliebhaber, als schlau, hilfsbereit, nett, erfinderisch bzw. kreativ, aber auch xenophob bzw. rassistisch, mürrisch und skeptisch gehalten. Aus der Sicht der tschechischen Jugendlichen beklagen sich die Tschechen ständig über etwas, aber sie machen nichts dafür, etwas zu verbessern.

Wahrscheinlich auch deswegen vertreten die Jugendlichen die Meinung, dass die anderen Tschechen im Vergleich mit ihnen ein noch viel negativeres Selbstbild haben. Im Gegensatz zu den Ergebnissen der in den 1990er Jahren in Tschechien durchgeführten soziologischen Untersuchungen werden die Tschechen von den gegenwärtigen Jugendlichen nicht als böse, unhöflich, arm, undiszipliniert, bereit zur Unterordnung, uneinig oder für Menschen mit mangelndem Durchsetzungsvermögen betrachtet. Es lässt sich also eine Veränderung des Selbstbildes beobachten.

In Bezug auf Deutschland (Land und Leute) ergibt sich ein vorwiegend positives Fremdbild, wobei die Deutschen im Vergleich zu den Tschechen noch positiver eingeschätzt werden als Deutschland. Das Deutschlandbild bezieht sich vorwiegend auf die Gegenwart, Deutschland wird also als ein hoch entwickeltes, reiches Nachbarland, das viele Arbeitsgelegenheiten und Einkaufsmöglichkeiten bzw. hochwertige Produkte und Lebensmittel zu günstigen Preisen anbietet, betrachtet. Darüber hinaus wurden mit Deutschland am häufigsten Begriffe wie hochwertige Autos, die deutsche Küche, Berlin, Bier, das Oktoberfest, die deutsche Sprache und Spitzensportler (v. a. Fußballspieler wie beispielsweise der Weltmeister Bastian Schweinsteiger) verbunden. Die Aufmerksamkeit der Jugendlichen wird aber auch häufig der aktuellen Flüchtlingskrise und Angela Merkel zugewendet. Es lässt sich aber nicht behaupten, dass die Jugend von der Vergangenheit ganz unbelastet ist, weil bestimmte Vorstellungen bzw. Stereotype von Generation zu Generation übergeben werden. Dies bestätigen die häufig genannten Antworten wie Adolf Hitler, der Zweite Weltkrieg oder Faschisten. Den Deutschen werden am häufigsten folgende Eigenschaften zugeschrieben: Arbeitsam, präzise, stolz, reich, nett, freundlich, ordnungsliebend, hilfsbereit, zielbewusst, aber auch arrogant, zu laut, unhöflich und kein Sinn für Humor. Im Vergleich mit den allgemein angegebenen deutschlandbezogenen Stereotypen, die aus den in den 1990er Jahren in Tschechien durchgeführten Umfragen hervorgehen, wurden die Deutschen von den meisten tschechischen Jugendlichen weder als aggressiv, herrschsüchtig, frech, fantasie- und geschmacklos noch als diszipliniert, ehrenhaft oder pünktlich bezeichnet. Auch hier kann man also eine Veränderung des Fremdbildes von den Deutschen beobachten.

Es wurde weiter festgestellt, dass die tschechischen Jugendlichen ihr Wissen von Deutschland am meisten aus eigenen Erfahrungen beziehen. Ob es sich jedoch nur um oberflächliche Erfahrungen handelt oder nicht, ist diskutabel, weil es in der Umfrage nicht

näher untersucht wurde. Außerdem bilden sie sich ihre Vorstellungen über Deutschland häufig aus den Medien.

Des Weiteren wurde bestätigt, dass das Niveau der Ausbildung bei der Weltbilderbildung eine große Rolle spielt. Die Bilder der Gymnasiasten/Gymnasiastinnen wurden viel positiver eingeschätzt und enthielten weniger Vorurteile als die Bilder der Berufsschüler/-innen. Daraus kann die Schlussfolgerung gezogen werden, dass es besonders wichtig ist, sich mit den Weltbildern auch in der Schule bzw. im Deutschunterricht im Rahmen der kognitiven und interkulturellen Landeskunde zu befassen, weil die Schule bzw. die Lehrer/-innen die Weltbilder der Jugendlichen stark beeinflussen können. Es sollten deswegen die Spezifika bzw. Unterschiede der Eigen- und Fremdkultur behandelt werden. Zugleich sollten verschiedene Missverständnisse thematisiert werden, Stereotype und Vorurteile in Bezug auf die Deutschen besprochen werden und wenn möglich bekämpft werden. Die Schüler/-innen sollten sich bewusst werden, dass verallgemeinerte Aussagen über andere Nationen der Wirklichkeit nur teilweise oder manchmal gar nicht entsprechen. Besonders wichtig ist auch, einen Schüleraustausch zu vermitteln, damit die Jugendlichen die Deutschen besser kennenlernen können oder mit ihnen eventuell auch Freundschaft schließen können. Dies könnte das verhindern, dass die Bilder von Deutschland und den Deutschen bei tschechischen Jugendlichen nur aus den oberflächlichen Erfahrungen oder aus zweiter Hand bezogen werden.

Aus den Umfrageergebnissen geht im Hinblick auf das Konzept des Weltbildes hervor, dass die Ausprägung des Selbstbildes (der Autostereotype) einen Einfluss auf die Gestalt des Fremdbildes (der Heterostereotype) hat. Es ergibt sich jedoch, dass das tschechische Selbstbild negativer ist als das deutschlandbezogene Fremdbild, was als ungewöhnlich betrachtet wird. Dem Konzept zufolge gestalten wir nämlich zwecks einer positiven Gruppenidentität unser Selbstbild grundsätzlich positiv, wobei es durch ein negatives Fremdbild praktisch hervorgerufen wird. Die tschechischen Jugendlichen sind jedoch vor allem gegenüber den Tschechen sehr kritisch, während die Deutschen von ihnen sehr positiv eingeschätzt werden. Die positiv beurteilten Fremdbilder haben laut des Konzeptes einen appellativen Charakter und dienen also als gewisse Vorbilder für die Tschechen.

Vergleicht man die Ergebnisse der vorliegenden Untersuchung mit der polnischen, so stellt man fest, dass die polnischen Jugendlichen noch kritischer zu sich selbst und Polen sind als

die tschechischen. Laut Ulrike Notarp, die die Umfrage in Polen durchführte, haben sie offenbar zum Teil Schwierigkeiten mit der Identifizierung als Polen.

RESUMÉ

The topic of this thesis is *The Image of the Czech Republic and Germany among young Czech people*. Several goals have been set, which will be evaluated on the basis of a questionnaire survey. In the theoretical part the concept of the worldview is clarified and the concept of the national culture and cultural standards is described, followed by Czech and German cultural standards. Practical part of the thesis presents the results of a research done in 2018 among young Czech people at the age of 17-20, who attended grammar schools, secondary schools and vocational schools in Pilsen. In the survey the youngsters were asked about their conceptions and notions concerning their self-image as young Czechs (Autostereotypes) and about their conceptions of Germany and the Germans (Heterostereotypes). This is related to confirm or disprove previously stated hypotheses.

LITERATURVERZEICHNIS

Bartmann, Christoph (2003): šJugendkultur ó Subkulturõ, in: Koschmal, Walter / Nekula, Marek / Rogall, Joachim (Hg.): *Deutsche und Tschechen: Geschichte ó Kultur ó Politik*, München, S. 358-363.

Bartmi ski, Jerzy (1999): šUnsere Nachbarn aus der Sicht der Studentenõ, in: Walas, Teresa: *Stereotypen und Nationen*, Kraków, S. 311-323.

Berting, Jan / Villain-Gandossi, Christiane (1999): šRolle und Bedeutung von nationalen Stereotypen in internationalen Beziehungen: ein interdisziplinärer Ansatzõ, in: Walas, Teresa: *Stereotypen und Nationen*, Kraków, S. 13-31.

Bittl, Karl-Heinz / Moree, Dana: *Abenteuer Kultur: Transkulturelles Lernen in der deutsch-tschechischen Jugendarbeit*, Regensburg 2007.

an k, David (2002): šTschechische Auto- und Heterostereotypen im Text und in der Praxisõ, in: Hahn, Hans Henning (Hg.): *Stereotyp, Identität und Geschichte: Die Funktion von Stereotypen in gesellschaftlichen Diskursen*, Frankfurt am Main, S. 323-336.

Fleischer, Michael: *Kulturtheorie: Systemtheoretische und evolutionäre Grundlagen*, Oberhausen 2001.

Gru-a, Ji í: *Gebrauchsanweisung für Tschechien*, München 1999.

Gru-a, Ji í (1992): šK sou asnému obrazu N mc v SFRõ, in: Gru-a, Ji í: *Eseje a studie o diplomacii a politice*, Brno, S. 65-66.

Hahn, Hans Henning / Hahn, Eva (2002): šNationale Stereotypen: Plädoyer für eine historische Stereotypenforschungõ, in: Hahn, Hans Henning (Hg.): *Stereotyp, Identität und Geschichte: Die Funktion von Stereotypen in gesellschaftlichen Diskursen*, Frankfurt am Main, S. 17-56.

Hahn, Hans Henning (Hg.): *Stereotyp, Identität und Geschichte: Die Funktion von Stereotypen in gesellschaftlichen Diskursen*, Frankfurt am Main 2002.

Heringer, Hans Jürgen: *Interkulturelle Kommunikation: Grundlagen und Konzepte*, Tübingen 2017.

Houffvi ka, Václav (2001): šWie Tschechen die Deutschen wahrnehmenõ, in: Roth, Klaus (Hg.): *Nachbarschaft: Interkulturelle Beziehungen zwischen Deutschen, Polen und Tschechen*, Münster, S. 79-97.

- Höhne, Steffen (1997): šVon asymmetrischer zu kooperativer Kommunikation: Beobachtungen zu kulturbedingten Divergenzen bei Kommunikations- und Personalinstrumenten in deutsch-tschechischen Joint ventures, in: Höhne, Steffen / Nekula, Marek (Hgg.): *Sprache, Wirtschaft, Kultur: Deutsche und Tschechen in Interaktion*, München, S. 99-125.
- Klusáková, Lu a u. a. (1999): šNamísto úvodu: šMyš a šoniš ó ná rt teoretické reflexe problematiky, in: Kubiš, Karel: *Obraz druhého v historické perspektiv II: Identity a stereotypy p i formování moderní spole nosti*, Praha, S. 11-28.
- Klusáková, Lu a: *Obraz druhého v historické perspektiv* , Praha 1997.
- Lenk, Carsten (2003): šUnbelastet in eine gemeinsame Zukunft? Jugendliche und die deutsch-tschechische Nachbarschaft, in: Koschmal, Walter / Nekula, Marek / Rogall, Joachim (Hg.): *Deutsche und Tschechen: Geschichte ó Kultur ó Politik*, München, S. 364-372.
- Lenk, Carsten (2001): šWas verbindet, was trennt deutsche und tschechische Jugendliche? in: Roth, Klaus (Hg.): *Nachbarschaft: Interkulturelle Beziehungen zwischen Deutschen, Polen und Tschechen*, Münster, S. 79-98.
- Lüsebrink, Hans-Jürgen: *Interkulturelle Kommunikation: Interaktion, Fremdwahrnehmung, Kulturstransfer*, Stuttgart 2008.
- Marada, Radim (1997): šKulturstandards und postkommunistische Transformation: Das Beispiel Tschechien, in: Höhne, Steffen / Nekula, Marek (Hgg.): *Sprache, Wirtschaft, Kultur: Deutsche und Tschechen in Interaktion*, München, S. 45-60.
- Mehnert, Elke (Hg.): *Bilderwelten ó Weltbilder: Vademekum der Imagologie*, Chemnitz 1997.
- Mestan, Antonin (1999): šDas tschechische Stereotyp der Tschechen und das tschechische Stereotyp der Polen, in: Walas, Teresa: *Stereotypen und Nationen*, Kraków, S. 41-49.
- Notarp, Ulrike (2011): šDas Bild von Deutschland und šden Deutschen÷ unter polnischen Jugendlichen in Wrocław: Eine Untersuchung polnischer Autostereotype und deutschlandbezogener Heterostereotype, in: *Germanoslavica: Zeitschrift für germano-slavische Studien*, H. 22, S. 47-67.
- Nový, Ivan / Schroll-Machl, Sylvia: *Interkulturní komunikace: e-í a N mci*, Praha 2015.

- Nový, Ivan / Schroll-Machl, Sylvia: *Spolupráce p es hranice kultur*, Praha 2005.
- Pumberger, Klaus (1997): šDeutsch-tschechische Kommunikation in Joint ventures: Ein Erfahrungsberichtö, in: Höhne, Steffen / Nekula, Marek (Hgg.): *Sprache, Wirtschaft, Kultur: Deutsche und Tschechen in Interaktion*, München, S. 89-97.
- Schäfer, Bernd / Six, Bernd: *Sozialpsychologie des Vorurteils*, Stuttgart 1978.
- Schroll-Machl, Sylvia: *Die Deutschen ó Wir Deutsche: Fremdwahrnehmung und Selbstsicht im Berufsleben*, Göttingen 2007.
- Schroll-Machl, Sylvia / Nový, Ivan: *Perfekt geplant und genial improvisiert: Erfolg in der deutsch-tschechischen Zusammenarbeit*, München 2008.
- ™Mídová, Olga (2003): šDeutsch-tschechische Spiegelbilderö, in: Koschmal, Walter / Nekula, Marek / Rogall, Joachim (Hg.): *Deutsche und Tschechen: Geschichte ó Kultur ó Politik*, München, S. 516-527.
- Thomas, Alexander (1999): šKultur als Orientierungssystem und Kulturstandards als Bauteileö, in: IMIS-Beiträge, Heft 10, Osnabrück, S. 91-130.
- Thomas, Alexander (Hg.): *Kulturvergleichende Psychologie: Eine Einführung*, Göttingen 1993.
- Tonsern, Clemens (2016): šWer nicht hüpf, der ist ein Piefke!: Stereotype und Ethnophaulismen in Deutschland, in Österreich und in der Tschechischen Republikö, in: Voltrová, Michaela / Stahl, Thomas / Tonsern, Clemens (Hg.): *Deutsch an der Grenze*, Pilsen, S. 139-152.

GRAPHENVERZEICHNIS

Graph 1: Das Selbstbild von Tschechien unter Gymnasiasten36

Graph 2: Das Selbstbild der Tschechen unter Gymnasiasten37

Graph 3: Das Selbstbild der meisten Tschechen unter Gymnasiasten38

Graph 4: Das Fremdbild von Deutschland unter Gymnasiasten39

Graph 5: Das Fremdbild der Deutschen unter Gymnasiasten40

**Graph 6: Das deutschlandbezogene Fremdbild der meisten Tschechen unter
Gymnasiasten41**

Graph 7: Das Selbstbild von Tschechien unter Schüler/-innen der Fachschulen.....42

Graph 8: Das Selbstbild der Tschechen unter Schüler/-innen der Fachschulen43

**Graph 9: Das Selbstbild der meisten Tschechen unter Schüler/-innen der
Fachschulen.....44**

Graph 10: Das Fremdbild von Deutschland unter Schüler/-innen der Fachschulen ..45

Graph 11: Das Fremdbild der Deutschen unter Schüler/-innen der Fachschulen46

**Graph 12: Das deutschlandbezogene Fremdbild der meisten Tschechen unter
Schüler/-innen der Fachschulen47**

Graph 13: Das Selbstbild von Tschechien unter Berufsschüler/-innen49

Graph 14: Das Selbstbild der Tschechen unter Berufsschüler/-innen50

Graph 15: Das Selbstbild der meisten Tschechen unter Berufsschüler/-innen51

Graph 16: Das Fremdbild von Deutschland unter Berufsschüler/-innen52

Graph 17: Das Fremdbild der Deutschen unter Berufsschüler/innen53

**Graph 18: Das deutschlandbezogene Fremdbild der meisten Tschechen unter
Berufsschüler/-innen54**

Graph 19: Das Selbstbild der tschechischen Jugendlichen57

Graph 20: Das deutschlandbezogene Fremdbild der tschechischen Jugendlichen58

Graph 21: Persönliche Erfahrung der tschechischen Jugendlichen mit Deutschland 59

Graph 22: Woher beziehst du dein Wissen über Deutschland (Land und Leute)?60

ANHANGVERZEICHNIS

Anhang 1: Fragebogen

ANHANG

Anhang 1: Fragebogen

Dotazník

Ahoj, jmenuji se Jana Míková a jsem studentkou magisterského studia na Západo české univerzitě v Plzni. Prosím Tě o vyplnění anonymního anketního dotazníku, který je součástí mé diplomové práce na téma *Obraz česká a Německa mezi českou mládeží*.

Většina otázek je koncipována jako otevřená, takže odpovížeš tedy prosím vlastními slovy na volná místa pro otevřenou odpověď. U otázky 7 označ prosím jen jednu z nabízených možností (a,b,c). V případě otázky 8 můžeš označit více odpovědí, popřípadě napsat jinou možnost (e).

Předem Ti moc děkuji za spolupráci.

Pohlaví: a) žena b) muž

Věk:

Bydlíš :

Jakou školu studuješ?

a) gymnázium b) střední škola c) odborná učiliště

Úroveň vzdělání tvé matky?

a) základní škola b) ústřední škola c) střední škola d) vyšší odborná/vysoká škola

Úroveň vzdělání tvého otce?

a) základní škola b) ústřední škola c) střední škola d) vyšší odborná/vysoká škola

1) Co se ti vybaví, když se řekne česká republika?

2) Jaké vlastnosti a charakteristické rysy jsou podle tvého názoru typické pro české děti?

3) Co si podle tvého názoru myslí většina lidí o české republice a dětech?

4) Co se ti vybaví, když se řekne N mecko?

5) Jaké vlastnosti a charakteristické rysy jsou podle tvého názoru typické pro N mce?

6) Co si podle tvého názoru myslí většina lidí o N mecku a N mcích?

7) Byl/a jsi už někdy v N mecku?

- a) ano, jednou
- b) ano, vícekrát
- c) ne

8) Odkud čerpáš své představy o N mecku a N mcích? (označ všechny platné odpovědi)

- a) osobní zkušenost
- b) od rodičů
- c) od přátel a známých
- d) z médií
- e) jiné