

Polnische Stereotypenbilder über Deutschland und Deutsche

Jolanta Żurek

Im Dezember 1993 wurden in einer Untersuchung zum Thema »Polnische nationale Stereotype« 147 Wirtschafts-, Rechtswissenschafts- und Soziologiestudenten des ersten Semesters an der Universität Łódź befragt. 104 von ihnen lernten Deutsch, die meisten über zwei Jahre. Die Umfrage erfolgte in schriftlicher Form und in polnischer Sprache. Es ging dabei vor allem um die Ermittlung der Vorstellungen über den deutschsprachigen Raum und seine Bewohner sowie um Feststellung der Quellen dieser Vorstellungen.

Im Rahmen dieses Aufsatzes werden lediglich die Ergebnisse bezüglich der Bilder zu Deutschland und den Deutschen präsentiert. Eine umfangreichere Auswertung findet sich in der Magisterarbeit der Autorin, in deren Rahmen diese Umfrage durchgeführt wurde.

Selbstverständlich sind die Ergebnisse repräsentativ lediglich für die befragte Gruppe. Wenn im folgenden von »den Polen« gesprochen wird, so bezieht sich das stets auf diese Probanden und geschieht nur, um den Text sprachlich nicht zu sehr zu belasten. Würde das mißverstanden, so würde ja der Stereotypenbildung geradezu wieder Vorschub geleistet.

1. Deutschland – der Nachbar Polens

Fast keine der zahlreichen deutsch-polnischen Begegnungen in der tausendjährigen deutsch-polnischen Geschichte wer-

den aus polnischer Sicht positiv bewertet. Gemeint sind nicht nur die beiden Weltkriege, sondern auch frühere häufige Überfälle und Auseinandersetzungen, z. B. die sog. Missionen der Kreuzritter (13.–16. Jh.) und nach deren Ablösung der preußische Einfluß in Polen. Hinzu kommt noch die intensive Germanisierung Polens im 19. und Anfang des 20. Jahrhunderts, sowie die Abgrenzung zwischen den beiden Ländern als Folge des Ost-West-Konflikts nach dem Zweiten Weltkrieg. Der Zusammenstoß der beiden Kulturen und Sprachen bewirkte, daß schon im Mittelalter ein vorwiegend negatives Stereotyp »des Deutschen« entstand (Bystron 1932: 394, zitiert in Brzezina 1989: 49). Dieses Bild wurde in der Zeit des Kalten Krieges weiter kultiviert.

Wie das heutige Bild über Deutschland aussieht, ermittelt die oben genannte Umfrage. Bei der Befragung wurde nach der Verteilung der Sympathien und Antipathien zu Deutschland im Vergleich zu anderen Ländern Europas gefragt. Konkret ging es darum, wie gut die ausgewählten Länder bekannt sind und wie die Akzeptanz gegenüber deren Völkern ist sowie das Interesse, sie kennenzulernen. Als »Vergleichsländer« dienten alle sonstigen Nachbarstaaten Polens sowie England und Frankreich. Die zwei letzten wurden ausgewählt, weil Englisch und Französisch neben Deutsch zu den in Polen am häufigsten gelernten Sprachen gehören.

In dem Fragebogen wurden u. a. folgenden Fragen gestellt:

»Angenommen, Angehörige folgender Nationalitäten würden in demselben Haus wohnen wie Du. Würdest Du sie als Nachbarn akzeptieren?«

»Kennst Du persönlich Angehörige folgender Nationen?« und

»Möchtest Du einen/mehr Bewohner der genannten Nationen kennenlernen?«.

Dabei sollte die dritte Frage nur als Kontrollfrage zu der ersten dienen. Die Akzeptanz, mit Angehörigen einer Nation in einem Haus zu wohnen, hängt eng mit der Bereitschaft zusammen, Kontakte zu diesen aufzunehmen bzw. zu vertiefen.

Die Ergebnisse zeigen, daß den Polen Deutsche am besten bekannt sind (s. Tabelle 1), bei allgemein geringer Kenntnis der ausgewählten Nationen. Fast die Hälfte der Befragten kennt bereits einige Deutsche persönlich. Verhältnismäßig

gut kennen sie auch Tschechen (28,1%), Russen (24,4%) und Slowaken (17,3%). 20,9 Prozent sind mit Engländern, 16,2 Prozent mit Franzosen und 15,0 Prozent mit Österreichern bekannt. Sehr viel seltener sind Kontakte mit Ukrainern, Schweizern, Weißrussen und Litauern. Im allgemeinen kann festgestellt werden, daß mit Ausnahme der Deutschen, mit denen etwa die Hälfte der Probanden persönliche Kontakte haben bzw. hatten, der größte Teil der Polen Menschen anderer Nationen persönlich nicht kennt.

Die Antworten der Studenten auf die Frage nach den Gründen der Bekanntschaften lassen erkennen, daß die meisten Kontakte auf die Urlaubszeit in Polen, in Deutschland oder in einem dritten Land zurückgehen. Einige Kontakte wurden durch gemeinsame Freunde/Bekannte bzw. durch die Familie, die in Deutschland lebt, geschlossen. Im Falle der deutschsprachigen Länder kam es in drei Fällen zu Schulkontakten, wo den Probanden muttersprachliche Lehrer aus England und Rußland begegnet sind. Mit Russen entwickelten fünf Studenten während ihrer Schulzeit Brieffreundschaften. Einige Kontakte mit Engländern (4)¹, Franzosen (3) und Deutschen (2) wurden zufällig auf der Straße, in Geschäften oder im Pub geschlossen. Russen (6), Ukrainer (5) und Weißrussen (3) traf man auf den polnischen Flohmärkten. Russen (3), Ukrainer (3) und Litauer (1) sind durch den Besuch derselben polnischen Schule oder Universität bekannt.

Der größten *Sympathie* der Polen erfreuen sich dagegen Engländer. 79,8% der Studenten erklären sich mit der Antwort »sicher ja« und »ja« dazu bereit, mit ihnen in einem Haus zu wohnen. An der zweiten Stelle rangieren Franzosen, die eine Akzeptanz von 77% erreichen. Wei-

Land	Bekanntschaften von Polen mit Menschen anderer Nationalitäten		
	ja, einige	ja, eine	nein
Deutsche	46,8%	5,0%	48,2%
Tschechen	28,1%	5,6%	66,2%
Russen	24,5%	12,2%	63,3%
Engländer	20,9%	10,1%	69,1%
Slowaken	17,3%	0,7%	82,0%
Franzosen	16,2%	8,8%	75,0%
Österreicher	15,0%	6,4%	78,6%
Ukrainer	9,3%	6,4%	84,3%
Schweizer	8,7%	1,4%	89,9%
Weißrussen	7,2%	4,3%	88,4%
Litauer	6,5%	4,4%	89,1%

Tabelle 1: Verteilung der Bekanntschaften von Polen mit Menschen anderer Nationalitäten (Frage 2)

1 Die Zahlen in Klammern beziehen sich auf die Anzahl der zutreffenden Antworten.

ter folgen Schweizer (70%), Österreicher (68,1%), Slowaken (57,4%), Tschechen (53,2%) und Litauer (47,9%). Die Deutschen mit 45,5% besetzen die achte Stelle.

Östliche Nachbarn erreichen einen noch geringeren Prozentsatz: Weißrussen 43,4%, Russen 39,9% und Ukrainer 38,5%.

Land	ja	egal	eher nicht	sicher nicht
Engländer	79,8%	13,3%	4,2%	2,8%
Franzosen	77,0%	18,2%	2,1%	2,8%
Schweizer	70,0%	29,4%	0,7%	0%
Österreicher	68,1%	26,4%	5,6%	0%
Slowaken	57,4%	31,5%	11,2%	0%
Tschechen	53,2%	28,0%	15,4%	3,5%
Litauer	47,9%	35,0%	15,4%	8,6%
Deutsche	45,5%	23,1%	8,6%	16,1%
Weißrussen	43,4%	25,2%	17,5%	14,0%
Russen	39,9%	23,1%	23,1%	14,0%
Ukrainer	38,5%	20,3%	23,1%	18,2%

Tabelle 2: Bereitschaft, mit Menschen verschiedener Nationen in einem Haus zu wohnen (Frage 1)

Die größte *Antipathie* wird Ukrainern (18,2%), Deutschen (16,1%), Russen und Weißrussen (je 14,0%) entgegengebracht. Auch Russen und Weißrussen werden nicht gerne im selben Haus gesehen. (Dabei muß angemerkt werden, daß diese Frage auf die polnischen Vpn, besonders diejenigen, die keinen längeren Auslandsaufenthalt hinter sich haben, abstrakt wirkt. Der Anteil der Ausländer und Minderheiten im Land ist gering. Bei der Wahl der Antwort werden also die vorgefaßten Meinungen und viel weniger eigene Erfahrungen abgerufen. Durch eine solche Formulierung der Frage werden daher die emotionalen Einstellungen deutlich.)

Die Ergebnisse der ersten Frage stimmen mit den Antworten auf die dritte Frage überein. 91,5% der polnischen Studenten begrüßten die Aufnahme bzw. die Vertiefung der Kontakte zu Engländern (s. Tabelle 3). An der zweiten Stelle stehen wiederum Franzosen (86,4%), und sie

Land	ja	nein
Engländer	91,5%	8,5%
Franzosen	86,4%	13,6%
Schweizer	82,7%	17,3%
Österreicher	81,1%	18,9%
Deutsche	61,7%	38,3%
Slowaken	56,9%	43,1%
Litauer	51,8%	48,2%
Tschechen	48,2%	51,8%
Russen	36,7%	63,3%
Ukrainer	30,9%	69,1%
Weißrussen	30,0%	70,0%

Tabelle 3: Bereitschaft, den Kontakt zu vertiefen (Frage 3)

werden von Schweizern (82,7%) und Österreichern (81,1%) gefolgt. An der fünften Stelle stehen mit 61,7% die Deutschen, danach kommen Slowaken (56,9%), Litauer (51,8%), und Tschechen (48,2%). Die Liste endet, ähnlich wie im

Fall der Akzeptanz, im selben Haus zu wohnen, mit Russen (36,7%), Ukrainern (30,9%) und Weißrussen (30,0%).

Die Frage, ob Menschen, die schon persönlichen Kontakt zu den einzelnen Nationen aufgenommen haben, eine andere emotionale Einstellung zu den Nationen haben als diejenigen, die noch keinen Kontakt hatten, kann leider nur begrenzt beantwortet werden. Die Verteilung in der Gruppe hinsichtlich vorhandener bzw. nicht vorhandener Bekanntschaft stellt sich nämlich als sehr ungleichmäßig heraus.

Aus der Umfrage geht hervor, daß sich die Haltung zu den Ländern, bis auf eine Ausnahme, nicht wesentlich ändert. Das Kennen von zu einer Nation gehörigen Menschen scheint also zumindest nach den Ergebnissen der Untersuchung keinen großen Einfluß auf die Veränderung der Einstellung auszuüben. Bei den meisten Ländern ist die Position unverändert. Nur bei den Deutschen wird ein erheblicher Sprung deutlich: Aus der vorletzten Position bei den Probanden, die keine Deutschen persönlich kennen, auf den mittleren Rang unter denen, die einige persönlich kennen. Dies zeigt, welche Rolle die Begegnung der beiden Nationen in bezug auf Stereotype spielen kann, und weist eine Möglichkeit der Überwindung des Problems auf.

Vergleicht man die Ergebnisse der beiden Fragen, so fällt auf, daß die Listen mit Westeuropa beginnen und über Mittel- nach Osteuropa übergehen. Diese Ergebnisse entsprechen der allgemeinen Tendenz der Öffnung gegenüber dem Westen und der Vernachlässigung des Interesses am ehemaligen Ostblock. Sie stimmen auch mit der Erkenntnis überein, daß nationale Stereotype in großem Maße von der geopolitischen und gesellschaftlichen Nähe oder Distanz zu den untersuchten Nationen abhängen (Koch-Hillebrecht 1977: 89–92, Bassewitz 1990:

9). Größere Distanz trägt zu groben und unklaren, positiven oder negativen Vorstellungen bei. Geographische Nähe bietet dagegen einen Grund für nationale Auseinandersetzungen.

Die emotionale Annäherung der Polen an England und Frankreich hat dabei eine lange Tradition. Die Polen tendierten immer dazu, gute Kontakte mit diesen Nationen zu unterhalten (beispielsweise die Bildung der polnischen Legionen in der Napoleon-Armee oder französisch- und englisch-polnische Solidaritätspakte, die kurz vor dem Ausbruch des Zweiten Weltkrieges geschlossen wurden und große Hoffnungen auslösten). In der Nachkriegsgeschichte wurde Frankreich zu einem der wichtigsten Asylländer für die polnische Intelligenz, Künstler und Literaten (vor allem für Filmregisseure: z. B. Andrzej Wajda, Roman Polański, Krzysztof Kieślowski sowie den Literaturnobelpreisträger von 1980, Czesław Miłosz). Die Exilregierung hatte in den Jahren 1945–1989 ihren Sitz in London. Im Vergleich dazu war Deutschland vorwiegend ein Auswanderungsland für die Deutschstämmigen, die oft (obwohl sicherlich nicht immer) den Aufbau einer besseren wirtschaftlichen Existenz suchten.

Eine weitere Erkenntnis des Fragebogens betrifft die emotionale Einstellung der Polen zu den Deutschen, was an dem Interesse, mit ihnen zusammenzuwohnen, gemessen wird. Deutsche stehen immer hinter den anderen genannten Westeuropäern zurück. Andererseits aber, wenn man nur die Nachbarländer Polens in Betracht zieht, fällt der Vergleich für den westlichen Nachbarn wesentlich positiver aus. Unter der Gruppe dieser Länder würde man Deutsche am ehesten kennenlernen wollen. Zusammenwohnen würden diejenigen, die Angehörige der entsprechenden Nationen schon kennen, aber lieber mit Slowaken und Tschechen.

Die Gründe des Interesses, Deutsche kennenzulernen, liegen, was aus weiteren Antworten des Fragebogens abzulesen ist, vorwiegend in der geographischen Nähe (»der direkte Nachbar«), aber auch in der wirtschaftlichen und politischen Zusammenarbeit zwischen den Ländern. Diese Ergebnisse stimmen mit den Ergebnissen anderer Untersuchungen, z. B. mit denen des Meinungsforschungsinstituts von 1988 und 1993 (Smiłowski 1990: 12) überein.

Eine weitere Analyse führt zu dem Ergebnis, daß Deutsche zwar das Interesse der Polen wecken, aber nicht den Wunsch nach größerer Nähe (»Kennenlernen« – gerne, »Zusammenwohnen« – lieber nicht). Allgemein gesehen ist aber keine extreme Haltung Deutschen gegenüber feststellbar. Sie sind sicherlich nicht die beliebtesten, nehmen aber mittlere Positionen ein.

2. Deutschland und die Deutschen – die »typischen« Eigenschaften

Auf eine offene Frage nach Assoziationen zu Deutschland werden insgesamt 380 Antworten gegeben. 115 davon (30,2%, genannt von fast der Hälfte der Probanden) beziehen sich auf die Charaktereigenschaften der Deutschen. Dieser hohe Prozentsatz hängt wahrscheinlich damit zusammen, daß »Deutschland« und »Deutsche« in der polnischen Sprache nur durch ein Wort (»Niemcy«) besetzt ist.

Am häufigsten (29 mal) wird hierbei die »deutsche Ordnung« (auch die Parole »Ordnung muß sein«) genannt, die oft zusammen mit »Disziplin« (insgesamt 12 mal), »passiver Gehorsam« und »strenge Lebensprinzipien« (jeweils einmal) vorkommt. 18 Studenten weisen auf die »deutsche Sauberkeit« hin, eine davon gibt »übertriebene Sauberkeit« an. 11 Studenten nennen den »Fleiß«. Alle diese Eigenschaften fungieren schon seit langem nicht nur in Polen (vgl. z. B. Koreik

1993: 455) als »typisch deutsch«. Daneben sind auch siebenmal »Hochmut«/»Eingebildetheit« und ebenso siebenmal »Brutalität« (auch »Aggressivität«/»Bestialität«) zu finden. »Genauigkeit« wird sechsmal erwähnt, »Pedanterie« und »pedantisch gepflegte Gärten« jeweils einmal. Außerdem kommen »Ehrlichkeit«, »Aufgeschlossenheit«, »Pünktlichkeit«, »Sparsamkeit«, »Geiz«, »Perfektionismus«, »Egoismus«, »Snobismus«, »Intoleranz« und »Chauvinismus« vor.

Sehr häufig sind Nennungen zu finden, welche die Beziehungen zwischen Deutschland und Polen berühren (insgesamt 92). Sie werden von 57 Personen genannt. In dieser Gruppe befinden sich 74 Assoziationen zu den Weltkriegen, Konzentrationslagern, zum Dritten Reich, Faschismus und zu Hitler. Eine Probandin verbindet Deutschland mit dem Tod ihres Großvaters. Acht nennen »Polenfeindlichkeit«, weitere sieben gehen auf die »Teilung Polens« ein. Fünf Studenten geben »die ewigen deutsch-polnischen Konflikte« (auch »wenig positive Assoziationen«/»ganze Geschichte«/»der ewige Feind Polens«) an.

Viele der Assoziationen (»Konzentrationslager«, »Faschismus«, »SS-Waffen« oder »Hitler«) stellt auch Jonda (1991: 101–116) in einer vergleichbaren Studie fest.

Assoziationen wie »Ausländerfeindlichkeit«/»Gewalt«/»Aggression« sogar »Grausamkeit gegenüber Ausländern« (8 Personen), »Unruhen gegenüber den Asylanten« (3), »negative Einstellung zu anderen Völkern« (2), »Skinheads« (3), »Neofaschismus« (3), »Rassismus« (3), »Antisemitismus« (3) und »Nationalismus« (1) spiegeln die durch Massenmedien vermittelten Probleme des Landes wieder. »Brutalität«, »Morde«, »Gewalt«, »negative, feindliche Haltung gegenüber den Polen« sind ebenso bei Jonda (1991: 101–116) zu finden.

Die weiteren Merkmale beziehen sich auf »Wohlstand«/»Reichtum« (12), »Geld« (4) und »hohen Lebenskomfort« (6). Von den Erzeugnissen der deutschen Industrie werden »Bier«/»gutes Bier« (18), »Mercedes« (5) und »gute Autos« (3) besonders genannt. Die deutschen Waren sind den Polen aber viel zu teuer (1).

Weniger bekannt ist auch das »Ruhrgebiet« (2) und »große Stadtagglomerationen« (2). Die »wirtschaftliche Macht« (12) und »hohe Technik« (3) wird gelegentlich als »Bedrohung durch einen expansiven wirtschaftlichen Krieg« (1) empfunden. »Das ist eine kräftige Großmacht, in der viele Menschen leben, die Polen hassen« (1).

Selten assoziieren die Polen Deutschland mit Tourismus oder Kultur. Die erste Kategorie wird nur von zehn Personen, die zweite von neun genannt. Es wurde achtmal »Berlin« und jeweils einmal »Hamburg«, »Rhein« und »interessantes Land« erwähnt. »Beethoven«, »Mozart«, »Kultur«, »Baukunst (gotischer Stil)«, »Literatur« und »Bayerische Volkslieder« kommen jeweils einmal vor.

Schließlich denken drei Probanden an die »deutsche Vereinigung« und einer an die damit verbundenen Probleme. Sieben weitere bringen Deutschland mit der »Berliner Mauer« und drei mit »Kohl« in Verbindung. Sieben assoziieren das Land mit »Sport«/»Fußballklubs«: »Bayern München« oder »Werder Bremen«. Zehn denken gleich an den in Deutschland verbrachten Urlaub, einem fällt seine »eigene negative Einstellung zu Deutschen« ein.

Darüber hinaus bringen sieben Probanden »Deutschland« mit der deutschen Sprache in Verbindung. Dabei ist die Assoziation fünfmal pejorativ (eine »unangenehme«, »harte«, »schreckliche« oder »gehaßte« Sprache). Bemerkenswert ist, daß vier Vpn dieser Gruppe Deutsch lernen. Sie erklären an einer anderen Stelle des Fragebogens den Grund des Deutschler-

nens. Für eine war dies die geographische Nähe und die große Verwendungsmöglichkeit der Sprache in Europa, für eine andere das Interesse an der deutschsprachigen Literatur. Zwei hingegen mußten die Sprache lernen, weil sie im Lyzeum keine andere Wahl hatten.

Bei der Ermittlung ihres Bildes über die Menschen hatten die Vpn zwei offene Fragen zu beantworten, eine nach den positiven und eine nach den negativen Assoziationen.

Zum positiven Bild der Deutschen äußerten sich 121 Probanden und nannten insgesamt 253 Begriffe. Sie beschrieben Deutsche als ein sehr fleißiges Volk. Auf diese Eigenschaft machen 54 Probanden (also mehr als ein Drittel) aufmerksam. Sie wurde auch am häufigsten bei der Untersuchung des Meinungsforschungsinstituts genannt (Smilowski 1990: 12). Auf sie weisen auch Berichte über das Ansehen der Deutschen im Mittelalter hin (Golczewski 1974: 64–102).

Außerdem legen Deutsche in polnischen Augen sehr viel Wert auf »Sauberkeit« (41) und »Ordnung« (10). »Sie pflegen ihre Häuser, Gärten und Anzihsachen mit großer Liebe« (6), so daß »im ganzen Land [...] eine unbefleckte Sauberkeit und Ordnung [herrscht]« (1).

Auffallend sind auch die Charakterzüge, die mit Wirtschaftlichkeit (12), Arbeit und Haushalt zusammenhängen. Die Polen schätzen deutsche »Genauigkeit«/»Präzision«/»Perfektionismus« (31) und »Solidität« (13). Darüber hinaus halten sie sie für »organisationsfähig« (12), »zielstrebig« (9) und »konsequent« (5). Da sie sich ihrer Pflichten bewußt sind (7), handeln sie »verantwortungsvoll« (3), »zuverlässig« (3) und »gewissenhaft« (3). Ihre Arbeit wird einwandfrei getan (1), da Deutsche auch zu ihrem Beruf und ihren Pflichten eine verantwortungsbewußte Einstellung haben (1). Dies alles, ergänzt durch einen hohen Grad an »Entscheidungsfä-

higkeit« (2) und »Unternehmungssinn« (1), bringt gute wirtschaftliche Ergebnisse. Außerdem sind Deutsche »fähig, ihre Zeit sowie auch die Zeit und die Arbeit der Gastarbeiter optimal zu nutzen« (3). Ähnliche Ergebnisse erbrachten auch die Befragungen des Meinungsforschungsinstituts. Weitere Merkmale, wie »Disziplin« (13) und »Gehorsam« (2) sowie »Sparsamkeit« (14) und »Pünktlichkeit« (12) werden von fast jedem zehnten der befragten Studenten genannt.

Nur einige Probanden geben solche Eigenschaften der Deutschen an, die in der persönlichen Begegnung beobachtbar sind. Deutsche werden als »ehrliche« (5) und »höfliche« (5) Menschen gesehen, die »gastfreundlich« (3) und »aufgeschlossen« (2) sind. Sie besitzen die »Fähigkeit, Kontakte zu anderen leicht knüpfen zu können« (1) und »kümmern sich um den Nächsten« (1). Sie sind »spontan« (1), »humorvoll« (1) und »feiern sehr gerne« (1). Insgesamt kommen aber diese Eigenschaften selten vor. Weiterhin werden Deutsche als »selbstbewußt« (6) gesehen und weisen »eine starke Persönlichkeit« (2) auf. Sie »pflegen ihre Kultur« (5), »gehen kultiviert mit anderen Menschen um« (4) und »fahren sehr gut Auto« (2). Sie sind »rationalistisch« (3) und »vorsorglich« (2). Von den negativen Adjektiven (insgesamt 210 angegebenen von 125 Probanden) bezieht sich ein Drittel auf den politischen Bereich. Die jungen Polen kreiden den Deutschen immer noch negativ die in der Vergangenheit liegenden Vorkommnisse der Kriege und Eroberung an. Sie kritisieren bei der Darstellung der Deutschen den »Nationalismus« (12) und »Chauvinismus« (12), den »Imperialismus« und die »Expansivität« (7). Diese Assoziationen, reichlich durch Literatur und Filme über den Zweiten Weltkrieg und Propaganda unterstützt, verstärken sich jedesmal, wenn über Angriffe der Rechtsextremisten berichtet wird. Gerade zur Zeit der

Datenerhebung brach eine Welle solcher Angriffe aus, die sicherlich einen Einfluß auf die gegebenen Antworten hatte.

Auch die »Aggressivität« (7), der »Neofaschismus« (3) und »Fanatismus« (4) werden in der Umfrage oft genannt. Weitere Bezeichnungen beziehen sich auf den deutschen »Hochmut«, worunter der »Trotz« (36), »Eingebildetheit« (27), die Parole »Deutschland über alles« (9) und »zu hohes Selbstbewußtsein« (3) gemeint sind.

Deutsche werden für eine »intolerante Nation« (13) gehalten, welche die »anderen nicht akzeptieren« kann (1) und über sie »herrschen« will (1). Ihre »Eroberungslust« wird fünfmal erwähnt. Diese Assoziationen stehen in Übereinstimmung mit den Eindrücken von Krieg und Faschismus, die schon beim Bild von Deutschland auftauchten. Viele der Bezeichnungen (wie die »Überheblichkeit« (14%), »Hochmut« (12%) und »Eingebildetheit« (10%), »Aggressivität« (11%), »Polenfeindlichkeit« (9%), »Revisionismus« (9%), »Eroberungssucht« (8%) und »Nationalismus« (6%)) finden sich auch in der Untersuchung des Meinungsforschungsinstituts. Auch Begriffe wie »herrschaftlich«, »hochmütig/ eingebildet«, »aggressiv«, »streitsüchtig« wurden von der Mehrheit als zutreffend bestätigt.

Im Umgang mit Mitmenschen mißfallen den Polen vor allem »fehlende Gastfreundlichkeit« (7), »Arroganz« (6) und »Verschlossenheit« (4). Nach Meinung einzelner Personen sind sie »kalt« (1), »humor-« (1), »phantasielos« (1) und »wenig spontan« (1). Sie »kümmern sich zu wenig um das Familienleben« (1). Ihr Handeln ist ausschließlich durch das »Eigeninteresse« (1) bestimmt und ihr »Denken wird durch Stereotype« geprägt (2). Andere Menschen und Nationen werden »sehr leichtsinnig und oberflächlich beurteilt« (2). Deutsche sind »egoistisch« (5), »laut« (6) und »wenig individuell« (2).

Vergleicht man das positive und das negative Bild, so fällt auf, daß die Meinung in bezug auf Gastfreundlichkeit (sowie Ver- und Aufgeschlossenheit) geteilt ist. Auch Genauigkeit, Sparsamkeit, Sauberkeit, Zielstrebigkeit und Gehorsam finden im negativen Bild ihre Gegenpaare. Die »zu pedantische Genauigkeit« wird siebenmal zur Sprache gebracht, »Geiz« und »Habgier« jeweils viermal, »übertriebene Sauberkeit«, »Zielstrebigkeit auf alle Kosten« und »leicht beeinflußbar durch Propaganda« jeweils einmal.

So spiegeln die »Charakterfehler« der Deutschen die langjährigen Abneigungen, Erinnerungen an den Krieg sowie das Minderwertigkeitsgefühl der Polen wider. Bei der Kritik handelt es sich eindeutig um das vorhandene Stereotyp des deutschen Soldaten mit allen dazugehörigen negativen Eigenschaften. Der Hochmut und die Verschlossenheit hängen damit ganz eng zusammen.

2.1 Einfluß der Begegnung auf das Bild der Deutschen

Bei dem Versuch, die Beurteilung der Deutschen in Abhängigkeit davon festzustellen, ob man Angehörigen der entsprechenden Kultur begegnet ist oder nicht, ergibt sich, daß die deutsche Disziplin häufiger von denen genannt wird, die keine Deutschen kennen (17,9% gegenüber 7,6% von denen, die schon Kontakt hatten). Dasselbe gilt für Wirtschaftlichkeit (29,2% gegenüber 16,9%), Sauberkeit (37,3% gegenüber 27,7%) und Verantwortung (34,3% gegenüber 26,1%). Andererseits ist diese Gruppe weniger bereit, »andere Eigenschaften« (8,9% gegenüber 24,6%) zu nennen, was damit zusammenhängen kann, daß sie bei der Nachfrage nach Charaktereigenschaften auf die stereotypen Merkmale zugreifen. Demgegenüber ist die Wahrnehmung der Menschen, welche der Nation begegnet sind, differenzierter (s. Tabelle 4).

angegebene Eigenschaften	Probanden, die Deutsche kennen	Probanden, die keine Deutschen kennen
Disziplin	7,6%	17,9%
Wirtschaftlichkeit	16,9%	29,2%
Sauberkeit	27,7%	37,3%
Verantwortung	26,1%	34,3%
andere Eigenschaften	24,6%	8,9%

Tabelle 4: Verteilung der Zuordnung von deutschen Charaktereigenschaften in Abhängigkeit davon, ob persönliche Bekanntschaften mit Deutschen existieren oder nicht

3. Quellen des Wissens

Schließlich wurde mit Hilfe des Fragebogens versucht, die Informationsquellen über den deutschsprachigen Raum und seine Angehörigen zu ermitteln. Bei einer Frage wurden die Quellen direkt erfragt, während bei zwei anderen über die Menschen, Filme und Bücher aus dem oder über den deutschsprachigen Raum informiert werden sollte. Herauszulesen ist, daß die Fernsehprogramme

(88,4%) sowie der Geschichtsunterricht (81,6%) bei der Prägung der Bilder vom deutschsprachigen Raum überwiegen. Viele meinen auch, ihr Wissen hauptsächlich aus der Presse (79,6%) und aus Radiosendungen (63,9%) zu beziehen. Die persönliche Begegnung trägt ebenso wie die genannten Massenmedien zur besseren Kenntnis der Menschen bei. Von den Probanden, die Deutsche, Österreicher oder Schweizer bereits ken-

nenlernten, geben etwa 63% diese Quelle an.

Der Deutschunterricht dagegen scheint nicht intensiv genug auf landeskundliche Themen einzugehen. Nur die Hälfte (53,4%) der deutschlernenden Studenten¹ weist auf diese Quelle hin. An weiteren Stellen stehen: Literatur (53,2%), Gespräche mit Freunden (51,0%) und mit der Familie (49,7%). Den letzten Rang nimmt mit 39,5 Prozent der Erdkundeunterricht ein.

Unter den populärsten Filmen und Büchern prägen sich diejenigen ein, die im Zweiten Weltkrieg spielen. Jeweils zehnmal werden das Buch von Kazimierz Moczarski *Gespräche mit dem Henker (Rozmowy z katem)* sowie der Film von Agnieszka Holland *Europa, Europa* genannt. Als nächstes kommt der polnische Filmschlager über einen polnischen Spion in der deutschen Abwehr *Ein höherer Einsatz als das Leben (Stawka większa niż życie)*. Erwähnt werden auch *Vier Panzergranadiere und ein Hund (Cztery pancerni i pies)*, *Die polnischen Wege (Polskie drogi)*, *Vergiß deinen Namen nicht (Zapamiętaj imię swoje)* und *Steine auf die Schanze (Kamienie na szaniec)*. Vier Personen nennen ganz allgemein: »Kriegsfilme« oder »Literatur über Kriegslager«. Schließlich fallen den Polen jeweils viermal Titel aus der polnischen Literatur ein: *Medaillons (Medaliony)* von Zofia Naukowska, *Die Deutschen (Niemcy)* von Leon Kruczkowski und *Die schöne Frau Seidenman (Początek)* von Andrzej Szczypiorski.

Von den Filmen, welche sich in der Zeit vor bzw. nach dem Krieg abspielen, nennen die Studenten insgesamt siebenmal: *Im Labyrinth (W labiryncie)* und *Das Haus (Dom)*, von der Literatur *Die Kreuzritter (Krzyżacy)* von Henryk Sienkiewicz.

Bei den deutschen Werken wird am häufigsten (7 mal) *Mein Kampf* genannt. (Es handelt sich hierbei vermutlich um das zu der Zeit oft in Polen gespielte Theaterstück von George Tabori.) Viermal weisen die Studenten auf die *Blechtrummel* von Günter Grass und ebenso viermal auf *Die Leiden des jungen Werthers* von Johann Wolfgang von Goethe hin. Bekannt ist auch Erich Maria Remarque, von dem mehrere Titel ein- bzw. zweimal genannt werden: *Arc de Triomphe*, *Der Weg zurück*, *Im Westen nichts Neues*, *Zeit zu leben, Zeit zu sterben*, *Liebe den Nächsten*, *Die Nacht von Lissabon*. Thomas Mann ist mit *Die Buddenbrooks* und *Der Zauberberg* jeweils zweimal vertreten, Heinrich Böll mit *Wo warst du Adam?*, Anna Seghers mit *Das siebte Kreuz*. Von Hermann Hesse ist *Unterm Rad*, von Kafka *Das Schloß* und von Michael Ende *Momo* bekannt. Von den Fernsehserien werden *Telefon 110* und *Schwarzwaldlinik*, von den Kinofilmen *Stalingrad* genannt. Insgesamt kommen diese Titel 38 mal vor.

Bei den Nennungen fehlten auch nicht so berühmte Filme wie *Wie habe ich den Zweiten Weltkrieg angefangen?* (5) und *Die Abenteuer des braven Soldaten Švejk* (3). Ein einziges Mal wurden »Dokumentarfilme und Publizistik« erwähnt.

An berühmten Persönlichkeiten werden insgesamt 128 Personen genannt, wovon 18 einmal erwähnt werden. Sie werden von 133 Probanden genannt. Dabei dominieren Politiker (222), mit Adolf Hitler (79) an der ersten Stelle. Es fällt auch die große Anzahl von Musikern, Dichtern und Literaten auf. An die Philosophen dagegen wird relativ selten gedacht, an die Naturwissenschaftler mit Ausnahme von Albert Einstein überhaupt nicht.

Der erste Rang von Hitler ist nicht nur für Polen spezifisch. Bei Briten steht er bei

1 Einbezogen wurden nur diejenigen, welche Deutsch mehr als zwei Jahre lernen.

einer vergleichbaren Studie mit 60% an der zweiten Stelle, bei den Deutschen selbst mit 38% an der dritten (Koreik 1993: 452). Bei der Untersuchung von Friz (1991: 46) rangierte er sowohl bei den Engländern mit 76% als auch bei den Amerikanern mit 48% ebenso wie bei den polnischen Studenten an der ersten Stelle.

Ferner fielen den Polen Helmut Kohl (54), Otto von Bismarck (19), Richard von Weizsäcker (11) und Willi Brandt (7) ein. Danach folgen Friedrich Barbarossa (2), Friedrich der Große (2), Franz Josef (2), Friedrich Wilhelm (1), Heinrich II. (2), Otto I. (5), Otto III. (3), Ulrich von Jungingen (2), Joachim von Ribbentrop (2), Jürgen Stroop (3), Heinrich Himmler (4), Hermann Göring (3), Joseph Goebbels (1), Konrad Adenauer (3), Hans-Dietrich Genscher (3) und Erich Honecker (4).

Auch Bismarck wiederholt sich bei den anderen nationalen Gruppen. 66% der Briten und 56% der Deutschen aus der Koreik-Studie nennen den Namen, d. h. er befindet sich an der ersten Stelle bei den Briten und an der zweiten, hinter Adenauer, bei den Deutschen. Dabei sind aber die Assoziationen, die mit dieser Person zusammenhängen, unterschiedlich. Bismarck bleibt in Erinnerung der Polen der preußische Kanzler, der Polen stark unterdrückte. Damit verkörpert er das Stereotyp der nicht beliebten preußischen Disziplin, Ordnung sowie bedrohenden Stärke. Es werden daher ausschließlich negative Assoziationen mit ihm verbunden (Łysakowski 1992: 90–94, Golczewski 1974: 214–217).

Der hohe Rang von Kohl dagegen hängt sicherlich mit seiner Einstellung zu politischen Änderungen im Europa der letzten Jahre und vor allem mit dem Interesse an der Zusammenarbeit Deutschlands mit

Osteuropa zusammen. Demzufolge wird er von den Polen höher geschätzt als von den englischen Probanden, bei denen er erst an der 8. Stelle plazierte war. Andererseits aber stieg die Antipathie ihm gegenüber von 18% im September 1989 auf 51% im Februar 1990, was mit den Befürchtungen der polnischen Gesellschaft vor der starken Bundesrepublik erklärt wird. Diese Änderung war vor allem eine Reaktion auf den Besuch des Bundeskanzlers in Moskau. Dieser wurde nämlich als ein für Polen bedrohlicher Versuch der deutsch-russischen Annäherung empfunden, weil er an die bisherigen deutsch-russischen Pakte und ihre negativen Auswirkungen auf die politische Existenz Polens erinnerte (Śmiłowski 1990: 12).

Fast ebenso oft wie Politiker sind auf der polnischen Liste Komponisten (207) zu finden. Hierzu zählen: Wolfgang Amadeus Mozart (59), Ludwig van Beethoven (41), Strauss¹ (41) und Johann Sebastian Bach (34). Weiter kommen auch Franz Schubert (6), Robert Schumann (5), Richard Wagner (7), Joseph Haydn (5) und Carl Maria von Weber (1) vor.

Häufig sind Dichter und Schriftsteller vertreten. Sie werden 135 mal genannt. In dieser Gruppe dominieren: Johann Wolfgang von Goethe (57), Friedrich Schiller (23) und Thomas Mann (20). Assoziiert werden aber auch Günter Grass (8), Franz Kafka (5), Bertolt Brecht (4), Max Frisch (4), Friedrich Dürrenmatt (2), Hermann Hesse (3), Erich Maria Remarque (3) und die Brüder Grimm (1). Aus der Filmbranche kommen Arnold Schwarzenegger (9), Marlene Dietrich (5) und Klaus Kinski (1) vor (insgesamt 15 Erwähnungen).

Unter den Philosophen (31 Nennungen) erinnert man sich vor allem an Sigmund

1 Der Name »Strauss« stand am häufigsten ohne Vornamen. Manchmal kam »Familie Strauss«, seltener »Johann Strauss« vor.

Freud (14) und Friedrich Nietzsche (10) sowie auch an Immanuel Kant (2), Artur Schopenhauer (2) und Erich Fromm (1). Diese Gruppe ist jedoch wenig vertreten, wenn man die Bedeutung der deutschen Philosophie berücksichtigt.

Von den Sportlern dagegen (insgesamt 21) fallen den Polen vereinzelt mehrere Namen ein. Genannt werden Boris Becker, Franz Beckenbauer, Lothar Matthäus, Katharina Witt, Steffi Graf, Katrin Krabbe, Andreas Brehme, Karl Heinz Rummenigge und Rudi Völler.

4. Stereotype – das Thema im Fremdsprachenunterricht

Die Ergebnisse der Umfrage führen zu dem Schluß, daß bis zu einer Beseitigung von Stereotypen in den deutsch-polnischen Beziehungen und dem Aufbau einer freundschaftlichen Grundeinstellung zwischen den beiden Völkern noch ein weiter Weg ist. Dem liegen mehrere Ursachen zugrunde. Zum einen ist das die mit Konflikten behaftete historisch-politische Vergangenheit, zum anderen der unterschiedliche Stand der deutschen und der polnischen Wirtschaft.

Der Fremdsprachenunterricht bietet die Möglichkeit, die Lerner bezüglich des Problems zu sensibilisieren und zum Nachdenken anzuregen.

Die Auseinandersetzung mit Stereotypen und der Versuch der Meinungsänderung bilden ein Vorhaben, dessen Erfolg von vielen Faktoren abhängt. Im Fremdsprachenunterricht zählen dazu der Charakter des Lehrers und dessen Wahrnehmung durch sein Publikum (Glaubwürdigkeit, Kompetenz) sowie seine Nationalität. Auch die Persönlichkeit der Lerner (Autorität, Angst, Aggressivität sowie auch die familiären Verhältnisse) sind zu berücksichtigen (Allport 1971: 285, Triandis 1975: 182–197 und 252–270). In Polen kommt erschwerend hinzu, daß der Unterricht als Quelle der Meinungs-

bildung und -änderung mißbraucht wurde. Er diente jahrelang der Verbreitung von Unwahrheiten und der Rechtfertigung des politischen Systems. Das in der Schule erworbene Wissen über die geschichtlich-politischen Vorkommnisse des 20. Jahrhunderts stand häufig im Widerspruch zum Wissen (oder der eigenen Erfahrung), das die Schüler im Elternhaus, im Freundeskreis oder durch die Untergrundliteratur, die als glaubwürdigere Quellen angesehen wurden, erfuhren. Im Endeffekt sind die polnischen Lerner häufig mißtrauisch, wenn Informationen vermittelt werden, die ihren Einstellungen und dem bisherigen Wissen nicht entsprechen. Der Lehrer, als Quelle solcher Informationen, muß sich gegenüber den Schülern als glaubwürdig erweisen.

Aus den genannten Gründen kann auch keine allgemein gültige Vorgehensweise empfohlen werden. Der Lehrer sollte zwischen mehreren Methoden wählen und diese flexibel variieren. Bei zahlreichen sozialwissenschaftlichen Untersuchungen konnte ebenfalls keine Liste der »besten Methoden« angefertigt werden. Ihre Wirksamkeit läßt sich nämlich schwer messen. Diese Schwierigkeiten ergeben sich daraus, daß die Probanden, bei denen durch einen Vor- und Nachtest die Änderungen beobachtet werden, auch noch anderen Einflüssen unterliegen, die wenig kontrollierbar sind. Außerdem sind die Einwirkungen langfristig, und es können sowohl eine Einstellungsregression als auch sog. »latente Wirkungen« (auch »schlafende Effekte« genannt) erfolgen. Das erste bedeutet, daß nach einer gewissen Zeit wieder die alte Meinung vertreten wird, während das zweite heißt, daß sich die Wirkungen erst nach einer zeitlichen Verzögerung beobachten lassen (Allport 1971: 478–479).

Jedoch können bei der Beschäftigung mit Stereotypen im Fremdsprachenunter-

richt mehrere Sensibilisierungsversuche zum Thema gemacht werden. Dazu gehören z. B.:

- *Vermittlung von Informationen über den deutschsprachigen Raum.* Wie die Umfrage zeigt, fehlt den polnischen Probanden landeskundliches Wissen über diese Länder. Die von ihnen angegebenen Bilder spiegeln fast ausschließlich stereotype Merkmale der Länder wider. Ein umfangreicheres Wissen könnte die Bilder differenzieren und entstereotypisieren¹.
- *Sensibilisierung dafür, daß die eigene Wahrnehmung subjektiv und u. a. durch den eigenen Kulturkreis geprägt ist.* Damit bietet sie nur eine der vielen Möglichkeiten der Weltstrukturierung und -wahrnehmung.
- *Bewußtmachung der eigenen Stereotypenbilder mit dem besonderen Schwerpunkt auf den nationalen Stereotypen im deutschsprachigen Raum.* Bewußt werden sollen vor allem die Quellen der Stereotype.

Für diese Lernziele haben sich folgende Verfahren im Unterricht bewährt.²

1. Assoziogramme und Collagen

zum Land und zu den Menschen sowie zu konkreten Themen wie z. B. »Familie«, »Freundschaft«, »Arbeit«, »Freizeit« in bezug auf die Deutschen.

Sie bieten Möglichkeiten für die Lernenden, sich ihrer Bilder bewußt werden. Wenn in Einzel- bzw. Kleingruppenarbeit

dabei unterschiedliche Bilder entstehen, kann zusätzlich auf die Subjektivität der Wahrnehmung aufmerksam gemacht werden.

2. Rollen- und Simulationsspiele

Hierbei gibt es mehrere Einsatzmöglichkeiten:

- ein Spiel einer Situation *ohne vorherige inhaltliche Vorbereitung.* Dadurch zeigen sich, ähnlich wie bei Assoziogrammen und Collagen, die herausgebildeten Stereotype;
- ein Spiel einer Situation, *nachdem relevante Inhalte vorher besprochen wurden.* Ein solches Spiel ermöglicht, das schon theoretisch erworbene Wissen über die fremde Kultur, Sitten und Werte emotional zu erleben und dadurch nachvollziehbar zu machen;
- ein Spiel einer Situation, bei der die Lernenden *die benötigten Informationen, zumindest teilweise, selbst sammeln.* Sie werden durch Briefwechsel bzw. e-mail mit deutschen Ämtern, Verbänden, Unis u. ä. angefordert. (Als problematisch beim Briefwechsel erweist sich das Zeitintervall zwischen der Anforderung und dem Ankommen von Informationen. Das Verfahren könnte aber mit Erfolg in Landeskundeseminaren, im Germanistikstudium oder in Kursen, die sich über mehrere Semester erstrecken, eingesetzt werden.)

Beim Einsatz von Rollenspielen im Unterricht muß die zu spielende Situation vor-

1 Informationsvermittlung als Quelle zur Relativierung von Stereotypen hat ihre Vor- und Nachteile. Dagegen spricht, daß die Motivation der Lerner, etwas Neues wahrzunehmen, von ihrer Einstellung zu dem Neuen abhängt. Bei fehlendem Interesse an der Auseinandersetzung mit den eigenen Stereotypen können die Informationen leicht vergessen, kontextlos gespeichert oder sogar so verdreht werden, daß sie die stereotype Einstellung noch verfestigen. Andererseits aber kann nicht ausgeschlossen werden, daß Informationen auf die Dauer doch zur Veränderung der Stereotype beitragen (Allport 1971: 482).

2 Bei der weiteren Darstellung der Vorgehensweisen im Fremdsprachenunterricht habe ich vor allem die polnischen Probanden, die in Polen Deutschkurse besuchen, als Zielgruppe des Unterrichts vor Augen.

her festgelegt werden. Dabei kann man entscheiden, ob einzelne, voneinander unabhängige Szenen gespielt werden, oder ob es sich eher um ein in mehreren Unterrichtseinheiten auszuarbeitendes Thema handelt. In beiden Fällen wird zuerst geklärt, in welchem Land sich die Szene abspielt (Deutschland oder Polen) und welche Nationalitäten miteinander in Kontakt treten. Eine nächste Überlegung betrifft die Tatsache, ob sich die Spielerspersonen schon kennen (wenn ja, woher und wie gut) oder erst kennenlernen. Eventuell kann auch der Gesprächsrahmen festgelegt werden. Auch Namen, Beruf, sozialer und familiärer Status, Nationalität und Geschlecht sollen entweder durch den Lehrer oder den Lerner definiert werden. Dabei können die Spielenden entweder über alle diese »Informationen« verfügen oder über einen für sie relevanten Teil. Im zweiten Fall bekommt jeder Spielende nur die Informationen, die er im Laufe der Spielhandlung wissen, spielen bzw. aus-handeln soll.

Neben der Simulation von einzelnen, voneinander unabhängigen Szenen kann eine Unterrichtsreihe konzipiert werden. Hierbei kann man sich auf die Idee von Deby-sers »Mietshaus« stützen. Nach den Regeln dieses Spiels, das von Schmale (1983: 3–15) ins Deutsche übersetzt, überarbeitet und für das Deutsche adaptiert wurde, bewohnen die Lerner ein Haus mit selbst erfundenen Personen, beleben sie mit Namen, Werdegang, Beruf, Familie usw. Sie treffen sich in unterschiedlichen Situationen und versuchen, in Kontakt zu kommen. Sehr gut eignet sich die Idee für heterogene Gruppen, in denen jeder Lerner eine Wohnung mit Vertretern seiner eigenen Kultur bewohnt. (Der Lehrer müßte dann den deutschen Mitbewohner erfinden.) Auf diese Weise entstünde eine Minipopulation, weil jeder Spielende seine »Person« wahrscheinlich mit einigen »typischen«, kulturbedingten Eigenschaf-

ten ausstatten würde. Durch diese Simulationen können die Sitten und Bräuche, die Bedeutung von Gesten und Mimik sowie unterschiedliche Sichtweisen deutlich gemacht und thematisiert werden.

Bei der Simulation des Spiels in einer homogenen polnischen Gruppe dagegen kann es den Spielteilnehmern schwer fallen, sich in die Lage der gespielten Deutschen zu versetzen. Besonders große Schwierigkeiten werden vermutlich auftreten, wenn die Szene ohne vorherige Thematisierung gespielt werden soll. Wie die Umfrage gezeigt hat, wissen sie wenig über diese Nationen. Es wären dann zwei Möglichkeiten vorstellbar. Entweder greifen die Lerner auf die ihnen bekannten Stereotype zurück, oder sie spielen die Bewohner des deutschsprachigen Raums auf dieselbe Art und Weise, auf die sie auch die polnischen Charaktere spielen würden. Im zweiten Fall würden sie einfach die kulturellen, ihnen unbekannteren Unterschiede nicht berücksichtigen und die aus der eigenen (polnischen) Erfahrung vertrauten Verhaltensweisen imitieren. Durch ein solches Spiel können die Wissenslücken entdeckt und thematisiert werden.

Im Anschluß an den Unterricht/eine Unterrichtsreihe sollen die Zielkultur-, Situations- und Sprachadäquatheit sowie die Darstellungsprobleme von den Zuschauern und den Spielenden kommentiert werden. (Dieser Vorgang setzt allerdings ein umfangreiches Wissen über die Zielkultur voraus, über welches die Lehrer und Lerner, die vorher kaum Kontakt zu Deutschland/Deutschen hatten, nicht immer verfügen.)

3. Aufsätze, Filme, Dramen, Romane, persönliche Berichte

Sie bieten die Möglichkeit, aktuellere und differenziertere Informationen über die Zielkultur zu geben, als in den traditionellen Lehrwerken zu finden sind. Wenn

sie eine emotionale Komponente haben, steigt ihre Wirksamkeit bei der Veränderung der Stereotypenbilder. Besonders großer Erfolg ist bei Lernern zu erwarten, die sich mit einem in den Medien dargestellten Mitglied der fremden Gruppe identifizieren. Dies ist allerdings öfter bei Kindern oder Jugendlichen als bei Erwachsenen der Fall (Allport 1971: 484). Notwendig ist hierbei ein vorsichtiger Umgang mit der Materialauswahl. Viele Medien konzentrieren sich auf Probleme und Sensationen, weil dadurch das Interesse der Leser am einfachsten aktiviert wird. Aus demselben Grund kommt es in der Praxis des Fremdsprachenunterrichts vor, daß solche Themen dominieren, die auf Sorgen und Schwierigkeiten der Länder der Zielkultur hindeuten (Husemann 1990: 93–95). Häufig setzen sie Hintergrundinformationen voraus, über welche die Lerner im Ausland nicht immer verfügen. Das fehlende Wissen erschwert ihnen, den Argumenten zu folgen und diese zu relativieren. Solche Texte werden zu potentiellen Quellen der Verfestigung der alten und Schaffung neuer Stereotype (Husemann 1990: 96). Daher muß dafür gesorgt werden, daß eine ausgewogene Darstellung eines Themas aus unterschiedlichen Blickwinkeln durch mehrere Medien erfolgt. Darüber hinaus soll auf die Subjektivität jeder Wahrnehmung aufmerksam gemacht werden. Ein Bild über eine Nation ist nur eins unter mehreren möglichen und darf nicht als Norm gesehen werden.

Durch Darstellung konkreter Situationen und Informationen kann der Lerner zur Reflexion über die eigene und die fremde Kultur angeregt werden. Auch Bilder, die im Rahmen des Unterrichts entstehen, müssen relativiert werden und dürfen sich nicht als »das Bild der Nation« verfestigen. Sonst käme es dazu, daß das frühere Stereotypenbild durch ein neues ersetzt würde. Sensibilisierung, worauf

sich einige Lehrwerke, wie beispielsweise *Sichtwechsel*, *Sprachbrücke* oder *Typisch Deutsch* konzentrieren, ist bei der Auseinandersetzung mit dem Fremden und dem Eigenen ein wichtiger Schritt. Die Einbeziehung des Eigenen ist dabei wünschenswert. Die Fähigkeit, sich mit Stereotypen über die eigene Kultur auseinanderzusetzen zu können, hilft bei der Differenzierung der Bilder über die fremde Kultur.

4. Feldforschungsprojekte

Sie können angewendet werden, wenn die Lernenden bald in ein deutschsprachiges Land reisen (z. B. im Rahmen eines Austauschprogramms). In solchen Fällen kann man noch vor der Reise Stereotypenbilder mit Hilfe von Assoziogrammen, Collagen, Rollenspielen oder Diskussionen feststellen. Dann sollen sich die Lernenden vornehmen, einige nach eigener Entscheidung ausgewählte Merkmale/Charaktereigenschaften/Feststellungen während ihres Auslandsaufenthalts zu überprüfen. Sie sollen auf diese Phänomene besonders achten und mit den Angehörigen der anderen Kultur darüber ins Gespräch kommen. Empfehlenswert wären sicherlich eigene Kassetten- und Videoaufnahmen. Nach der Rückkehr wird vor der Lerngruppe Bericht über die Forschungserkenntnisse erstattet. Andere Gruppenteilnehmer können die Ergebnisse aufgrund ihrer Erfahrungen kommentieren. Auf diese Art und Weise kommt es zum Erfahrungsaustausch und einer weiteren Sensibilisierung.

5. Diskussionen

Es ist schon mehrere Male darauf hingewiesen worden, daß eine spontane Diskussion über Stereotype immer wünschenswert ist. Nachdem durch Assoziogramme, Collagen, Spiele, Aufsätze, Filme, Berichte u. a. die Stereotypenbilder deutlich geworden sind, soll immer die

Gelegenheit zum Meinungsaustausch gegeben werden. Je nach Gesprächsverlauf können Ursprung und Angemessenheit von Stereotypen diskutiert werden. Besonders wünschenswert ist eine Diskussion in einer Gruppe, die zumindest teilweise eigene Erfahrungen hat. Ihr Beitrag würde, den Ergebnissen der Umfrage nach, das Bild stark differenzieren.

6. Schlußbetrachtungen

Die vorgeschlagenen Vorgehensweisen, auch wenn schon in ihren einzelnen Aspekten lange bekannt, scheinen mir sehr wichtig zu sein. Die neue Phase der deutsch-polnischen (Ost-West-) Beziehungen fördert neue Kontakte und Zusammenarbeit. Damit sie möglichst reibungslos ablaufen, reicht es nicht aus, den Wortschatz der Zielsprachen perfekt zu erlernen, sondern es müssen auch die kommunikativen und interkulturellen Aspekte in den Unterricht integriert werden. Die andere Denk- und Verhaltensweise, welche durch die jahrelang dauernde politische Trennung unbekannt blieb, soll nachvollziehbar werden. Der Einfluß der Geschichte und der Propaganda auf die heutige Wahrnehmung des Landes und der Menschen muß revidiert werden. Die bisher fehlenden Begegnungen müssen häufiger und stärker thematisiert, besprochen und »geübt« werden.

Literatur

Allport, Gordon W.: *Die Natur des Vorurteils*. Köln: Kiepenheuer & Witsch, 1971 (Studien-Bibliothek) 1971.

Bassewitz, Susanne von: *Stereotypen und Massenmedien. Zum Deutschlandbild in französischen Tageszeitungen*. Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag, 1990.

Brzezina, Maria: *Polszczyzna Niemców. Języki mniejszości narodowych w tekstach literackich i folklorystycznych*. Warszawa; Kraków: Państwowe Wydawnictwo Naukowe, 1989.

Bystron, J. S.: *Dzieje obyczajów w dawnej Polsce*. Kraków: Nakładem Krakowskiej Spółki Wydawniczej, 1932.

Friz, Susanne: *Das Bild von England, Amerika und Deutschland bei Fremdsprachenlernern und in Fremdsprachenlehrwerken. Ein Beitrag zur komparativen Landeskunde*. München: Tuduv, 1991.

Golczewski, Frank: *Das Deutschlandbild der Polen 1918–1939. Eine Untersuchung der Historiographie und der Publizistik*. Düsseldorf: Droste, 1974.

Husemann, Harald: »Stereotypen in der Landeskunde. Mit ihnen leben, wenn wir sie nicht widerlegen können?«, *Neusprachliche Mitteilungen aus Wissenschaft und Praxis* 2 (1990), 89–98.

Jonda, Bernadette: »Die Deutschen und die beiden deutschen Staaten in der Sicht der Jugendlichen in Polen«. In: Melzer, Wolfgang; Heitmeyer, W.; Liegle, L.; Zinneker, J. (Hrsg.): *Osteuropäische Jugend im Wandel*. Weinheim; München: Juventa, 1991, 101–116.

Koch-Hillebrecht, Manfred: *Das Deutschlandbild: Gegenwart, Geschichte, Psychologie*. München: Beck, 1977.

Koreik, Uwe: »Bismarck und Hitler, fleißig und arrogant. Eine vergleichende Untersuchung zu Stereotypen bei britischen Studierenden und deutschen Oberschülern vor dem Hintergrund des Fremdsprachenunterrichts«, *Info DaF* 4 (1993), 449–458.

Lysakowski, Piotr: »Bismarck«. In: Kobylinska, Ewa; Lewaty, Andreas; Rüdiger, Stephan (Hrsg.): *Deutsche und Polen. 100 Schlüsselbegriffe*. München; Zürich: Piper, 1992.

Schmale, Günter: »Blumen für die Hausgemeinschaft, Erfahrungen mit dem Programm ‚Das Mietshaus‘ in einem Intensivkurs für Studienanfänger im Fach Deutsch«, *Info DaF* 2 (1993), 3–15.

Šmiłowski, Eugeniusz: »Czy psychoza niepewności. Polacy o Niemcach: emocje rosną, temperatura spada«, *Polityka* 15 (1990), 12

Triandis, Harry C.: *Einstellungen und Einstellungsänderungen*. Weinheim; Basel: Beltz, 1975.

Żurek, Jolanta: *Nationale Stereotype im Vergleich. Das polnische Bild über die Angehörigen des deutschsprachigen Raums*. Magisterarbeit, Universität Bielefeld, 1994.