

DEUTSCHLANDBILDER DER RUSSISCHEN STUDIERENDEN MIT UND OHNE DEUTSCHLANDERFAHRUNG

OLGA ADOEVSKAYA
Staatliche Interregionale Akademie für
Sozial- und Geisteswissenschaften Samara, Russland

1. Einleitung

Jeder, der zu einer Nationalität gehört, hat eine bestimmte Vorstellung über sich und seine eigene Nation, darum werden die anderen auch "zurückhaltender" oder "aufdringlicher". Man schätzt die anderen nach dem eigenen Wertesystem (Dabrowska 1999: 44). Diese Wechselbeziehung zwischen dem Eigenen und dem Fremden findet ihren Ausdruck in der Konstruktion der Selbst- und Fremdbilder.

Im Folgenden geht es in erster Linie um das Wahrnehmen der russischen Studierenden der für sie fremden deutschen Kultur sowie um die Bewertung dieser Kultur, die in Annehmen, Anpassung oder Abneigung ihren Ausdruck finden kann. Je mehr wir über unsere eigene Wahrnehmung der anderen Gruppe (Ethnie, Nation) wissen, desto besser können wir uns mit Mitgliedern dieser Gruppe verständigen, denn die möglichen Perzeptionsunterschiede bei den Völkern können zu interkulturellen Missverständnissen führen. Reflexion über das Selbst- und Fremdbild einer Gruppe (in unserem Fall sind das russische Studierende), Auseinandersetzung mit diesen Bildern und Wahrnehmung dieser Unterschiede können die Verständigung erleichtern. Um zu den Fremdbildern zu gelangen, habe ich eine Untersuchung gemacht, deren Ziel es war, das kollektive Fremdbild, das eine Gruppe über Deutschland hat, durch eine Befragung zu erfassen. Sie sollte Hinweise auf bestehende Deutschland- und Deutschenbilder dieser Gruppe geben und das inhaltliche Spektrum der Stereotype beschreiben und war als vergleichende Analyse der Vorstellungen von russischen Studierenden mit und ohne Deutschlanderfahrung gedacht.

Von besonderem Interesse war die momentane Veränderung von Einstellungen dieser Gruppe. Ich wollte feststellen, in wiefern sich die Bilder nach dem Aufenthalt in Deutschland ändern, wie sich die Wahrnehmung von Deutschland und Deutschen ändert, und welchen Einfluss der Aufenthalt und das Studium in Deutschland auf die Veränderung der studentischen Bilder ausüben. Ein Schwerpunkt der Untersuchung lag im Vergleich von Einstellungen und Meinungen über Deutschland einerseits und über die Deutschen andererseits. Mit dieser Umfrage konnte wichtiges Material für den Hochschulunterricht in den Fächern Landeskunde, Sprachpraxis, interkulturelle Kommunikation gewonnen werden.

2. Zum Begriff „Stereotyp“

Das Lexem Stereotyp geht auf 2 griechische Wörter zurück: *stereos* – “starr, hart, fest” und *typos* – “Form, Gestalt, Modell”. Der amerikanische Journalist Lippman charakterisiert als erster Stereotyp als ein besonders resistentes Phänomen: „Nichts verhält sich der Erziehung und der Kritik gegenüber so unnachgiebig wie das Stereotyp” (Dabrowska 1999: 55). Die Stereotype sind feste, stabile in unserem Kopf existierenden Bilder über eine große soziale Gruppe. Sie werden unkritisch von einem Individuum übernommen und programmieren das Wahrnehmen der Wirklichkeit vor.

In den interkulturellen Untersuchungen unterscheidet man *Autostereotyp* und *Heterostereotyp*. Autostereotyp ist die Meinung einer ethnischen Gruppe von sich selbst. Im Heterostereotyp finden sich Charakteristika, die einer fremden Ethnie bzw. Nation zugeschrieben werden.

Im Umgangssprachlichen Gebrauch wird dieser Begriff oft als synonym zu „negativem Vorurteil“ verwendet, in der Wissenschaft hat dieser Terminus weder positive noch negative Konnotation. „Ein Stereotyp wird dann als Vorurteil genannt, wenn der affektive Aspekt die Grenze zum Positiven oder zum Negativen hin überschreitet” (Dabrowska 1999: 78). Diese Grenze wird von dem Individuum selbst festgelegt.

Der Begriff Image/Bild geht auch auf die angloamerikanische Sozialforschung zurück und wird als die Wahrnehmung des Äußeren verstanden. Bilder sind flexibel und kurzlebig, sie können von heute auf morgen durch persönliche Erfahrung eines Individuums verändert werden. Auch die Person oder Bevölkerungsgruppe kann durch entsprechendes Verhalten die über sie entstandenen Bilder aktiv beeinflussen. Bilder sind also das Ergebnis einer kulturellen Praxis.

Ich habe aufgrund von Lebenserfahrung und Lebensalter differenzierte und damit auch nicht stark stereotype Vorstellungen bei den Studierenden erwartet, da ich der Meinung war, dass die Studierenden mit zunehmendem Alter und Lebenserfahrung weitere Merkmale speichern und über ein differenzierteres Fremdbild verfügen, darum wird in diesem Artikel der Begriff „Bild“ gebraucht.

3. Probanden mit und ohne Deutschlanderfahrung

Im Laufe der Umfrage wurden 23 russischsprachige StudentInnen im Alter zwischen 20 und 32 Jahren befragt, die zur Zeit der Befragung an der Ruhr-Universität Bochum und PH Ludwigsburg studierten. Alle Befragten haben in ihrem Land die allgemeinbildende Mittelschule besucht. Von den befragten Studierenden haben 20 Universitäten oder Hochschulen im Heimatland absolviert, und 5 Probanden hatten schon Arbeitserfahrung als Lehrer/innen. Was die Dauer des Aufenthalts in Deutschland angeht, so schwankt sie zwischen 2 Monaten und 9 Jahren zur Zeit der Befragung.

Insgesamt wurden 31 Studierende der Staatlichen Pädagogischen Universität Samara der Fachrichtung Deutsch befragt. Sie waren schon in Deutschland oder hatten mit Muttersprachlern schon einen Sprachkontakt. Das Durchschnittsalter betrug 18,5 Jahre. Alle Befragten haben die allgemeinbildende Mittelschule besucht und Deutsch gelernt und studieren jetzt Deutsch als erste Fremdsprache. Alle Befragten lebten in den Provinzstädten Russlands. Sie gehören weder einer großstädtischen (z.B. Moskau) noch einer ländlichen Bevölkerung an. Sie verkörpern also den Durchschnitts-Russen.

Die Wahrnehmung deutscher Kultur und die Bilder über Deutschland und Deutsche haben sich auf der Basis von folgenden wirkenden Faktoren gebildet:

- Lehrbücher, Themenvorgabe in den Lehrbüchern und besuchte Kurse
- Vorstellungen, Meinungen, Bilder und Stereotype der Lehrer
- Massenmedien
- eigene Erfahrung, individuelle Sprachlernbiografie, Kulturerfahrenheit.

Die Wahl des Studienfaches (DaF) wirkt meiner Meinung nach stark auf die Einstellung zu Deutschland. Die Studierenden sind prinzipiell positiv eingestellt und haben ein breites Wissensspektrum über Deutschland, dazu auch das Bedürfnis mehr zu erfahren und sind bereit mit dem Wissen bewusst umzugehen. Die Tabelle 1 fasst die Merkmale der Probanden zusammen.

Probanden	Anzahl der Befragten	Durchschnittsalter	Lehre/Studium	Arbeitserfahrung mit Deutsch
mit Deutschlanderfahrung/ 2 Mo - 9 Jahre Herkunft: Provinzstadt in Russland	23	26,3	allgemeinbildende Schule, Uni im Herkunftsland, Uni im Zielsprachenland	5 PB
ohne Deutschlanderfahrung Herkunft: Provinzstadt in Russland	30	18,5	allgemeinbildende Schule, Uni im Herkunftsland	keine

Tabelle 1. Merkmale der Probanden

4. Durchführung der Untersuchung

Zur Realisierung der Untersuchungsabsicht wurde eine Befragung mit Hilfe eines Fragebogens durchgeführt. Dieser Fragebogen ermöglichte eine anonyme Beantwortung und bestand aus offenen¹ und geschlossenen, neutral und kurz formulierten Fragen. Durch offene Fragen erzielt man eine Reichhaltigkeit an Antworten und sichert einen Spielraum für individuelle Meinungsäußerungen. Durchschnittlich wurden 9 Assoziationen auf eine Frage gegeben. Die Befragung dauerte zwischen 15 und 25 Minuten. Die ersten neun Fragen betrafen die Angaben der Probanden: Alter, Geschlecht, Studium, Herkunft. In Fragen 10-12 wurde nach den Assoziationen zu „Deutschland“ und „Deutschen“ gesucht. Bei der Analyse der Fragebögen wurden die Antworten nach der Ausrichtung der Deutschland- und Deutschenbilder unterteilt.

In diesem Artikel wird der Begriff „Kategorisierung“ in seinem weiteren Sinne als Einordnung der erworbenen Bilder in eine Kategorie verstanden.

Ich habe das Kategoriesystem von M. Grünwald (2005:183) übernommen und

¹ Zur Frage der offenen Fragen, vgl. Sievers (1993). Eine offene Frage liegt vor, wenn zu einer bestimmten Frage keine Antworten vorgegeben werden (Sievers 1993:126).

dieses erweitert. Dieses System benutzt auf allgemeiner Ebene zentrale gesellschaftliche Bereiche und auch Persönlichkeitseigenschaften und ist deshalb bestens für die Antworten verwendbar.

5. Deutschlandbilder: Studierende ohne Deutschlanderfahrung

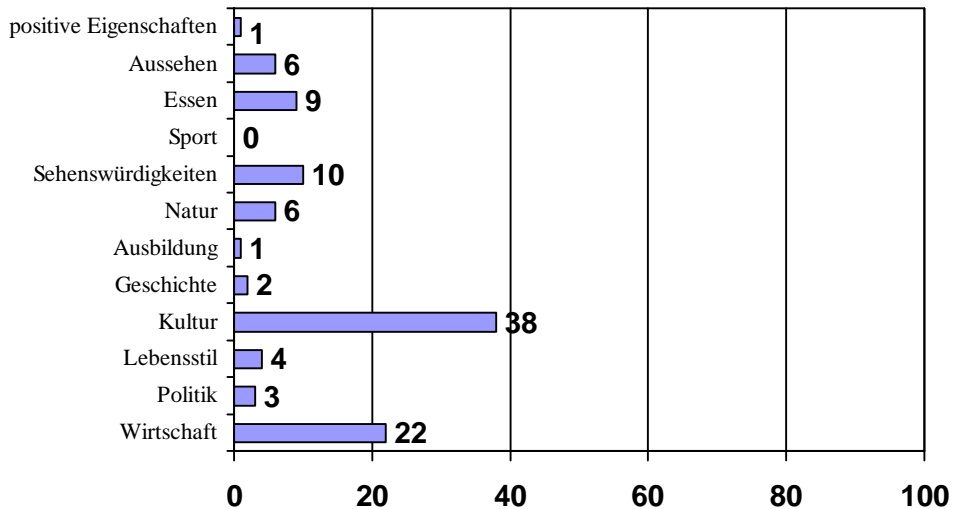


Abbildung 1. Deutschlandbilder der Studierenden ohne Deutschlanderfahrung

Wie aus dem Diagramm zu erschließen ist, ist der „absolute Renner“ hier die Kategorie „Kultur“ mit 122 Nennungen (d.s. 38%) bei der maximalen Zahl der Nennungen von 325. Das heißt, mehr als ein Drittel der Assoziationen fällt auf diese Kategorie. Ihr folgt die Kategorie „Wirtschaft“ mit 72 Nennungen (22%). Den 3. Platz nimmt die Kategorie „Sehenswürdigkeiten“ mit 34 Nennungen (10%) ein. Die Kategorien „Natur/Geographie/Klima“ und „Aussehen“ haben fast eine gleiche Anzahl der Antworten. Kategorien „Ausbildung“, „Sport“ und „Politik“ sind fast kaum erwähnt worden. Zu „Sport“ ist z.B. nur ein Bild einem Probanden eingefallen, nämlich *Biathlon*. Was die letzten 3 Kategorien angeht, so kann man vermuten, dass die Probanden keine Erfahrung auf diesem Gebiet haben bzw. sich für Sport, Politik nicht interessieren (Siehe Abb.1).

Im Großen und Ganzen kann man sagen, dass das Deutschlandbild der Studierenden ohne Deutschlanderfahrung umfangreich und ausgesprochen positiv ist. Fast alle Kategorien, außer „negative Eigenschaften“, wurden mehr oder weniger angesprochen. Manchmal nannten die Studierenden Oberbegriffe wie: *Kultur, Technik, Kunst, Sehenswürdigkeiten* u.a., ohne Einzelelemente genannt zu haben und unterzogen ihre Assoziationen einer Art der Generalisierung, Verallgemeinerung. Es gab auch treffende und präzise Antworten, die davon zeugen, dass man sich mit der deutschen Kultur auseinandersetzt. Hierzu ein paar Beispiele von Assoziationen, die ich der populärsten Kategorie „Kultur“ zugeordnet habe. Hier findet man solche Einzelthemen wie „Literatur“ (*Schriftsteller: Goethe, Heine, Schiller, Brüder Grimm*), Musik (*Bach, Mozart, Beethoven, Wagner, Schubert*,

Scooter, Sarah Conner, Rammstein, Rave, Walzer, Techno). Die weiteren häufig genannten Einzelthemen aus den unterschiedlichen Kategorien sind: Autos (*BMW, VW, Audi, Mercedes, Opel*), und *Bier*. Man kann hier sowohl stereotype Vorstellungen über Deutschland finden wie *Bier, Würstchen* als auch Bilder, die man aufgrund der unmittelbaren Befassung mit der deutschen Kultur im Unterrichtsprozess und außerhalb des Unterrichts erworben hat: *Weihnachten, Heine, Bach, Mozart, Schwarzwald, Thüringer Wald, Kölner Dom* usw.

6. Deutschlandbilder: Studierende mit Deutschlanderfahrung

Laut der Umfrage beziehen sich 141 Nennungen auf Deutschlandbilder. Aus 14 ausgewählten Kategorien wurden insgesamt 13 erwähnt. Die Kategorie „neutrale Eigenschaften“ ist nicht genannt worden. Die genannten negativen Eigenschaften beziehen sich vor allem auf den seelischen Zustand und stammen von einem Probanden: *Heimweh, Langeweile, Enttäuschung*. Durch Konkretisierungen sind solche Kategorien wie „Wirtschaft“ (8 Einzelthemen) „Essen und Trinken“ (7 Einzelthemen) und „Lebensstil“ (7 Einzelthemen) gekennzeichnet. Sie gehören mit 23 %, 16 % und 14 % von der Gesamtzahl der Nennungen dementsprechend zu den Top-Kategorien. Bemerkenswert ist, dass die Befragten wenige Assoziationen zu der Kategorie „Ausbildung“ genannt haben (3 % von der Gesamtzahl der Nennungen). Solche Bildungseinrichtungen wie *Universität* (gemeint wurde Ruhr-Uni) und *Goethe-Institut* wurden mit Deutschland assoziiert. Eine befragte Person hat als negatives Merkmal *schlechtes Ausbildungssystem* genannt, was dann durch das Wort *„unbekannt“* konkretisiert wurde. Nur wenige Nennungen bekamen die Kategorien „Sport“ (1%), „Aussehen“ (2%) und „Politik“ (2%) (Siehe Abb.2).

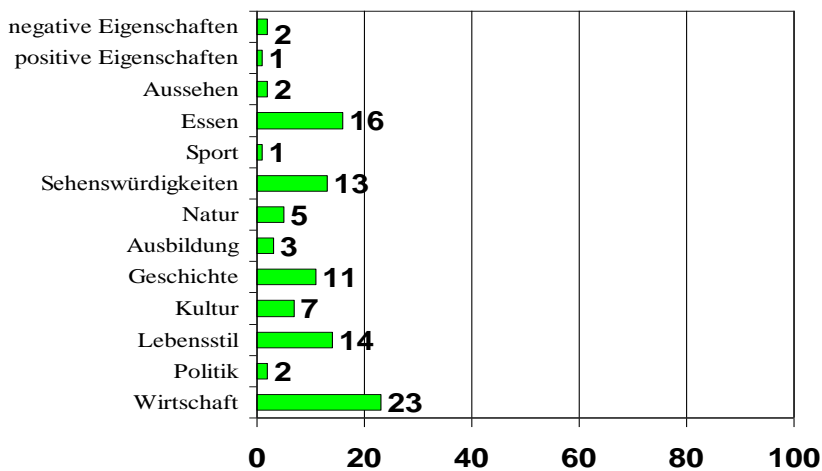


Abbildung 2. Deutschlandbilder der Studierenden mit Deutschlanderfahrung

Beim Vergleich der beiden Topkategorien beider Gruppen kann man eine Verschiebung von dem Kulturellen zum Alltäglichen bemerken. Erklären lässt sich das durch Verschiebung von Akzenten im Leben. Man wird in Deutschland eher mit alltäglichen Dingen wie Essen, Leben, Umgang mit Menschen konfrontiert, wohingegen sich Studierende ohne Deutschlanderfahrung mit Sprache, Kultur u.a. unmittelbar intensiv beschäftigt haben. Im

weiteren Bereich der Assoziationen befinden sich ähnliche Kategorien: Sport, Ausbildung, Politik, was davon zeugen könnte, dass die Interessen der Studierenden in beiden Gruppen gleich sind und der Auslandsaufenthalt sie nicht verändert hat.

7. „Deutschenbilder“: Studierende ohne Erfahrung

In Bezug auf Deutschenbilder wurden von den Studierenden insgesamt 110 Nennungen gemacht. Die charakteristischen Eigenschaften wurden in positive, negative und neutrale Eigenschaften gegliedert. 67% der Assoziationen betreffen positive Eigenschaften der Deutschen mit ihrer bekannten Pünktlichkeit (20 Nennungen) auf dem 1. Platz. Hier ist das positive Einschätzen der Deutschen zu betrachten. Von den negativen Eigenschaften sind nur 8%, noch weniger von neutralen (6%) genannt worden.

8. „Deutschenbilder“: Studierende mit Deutschlanderfahrung

In Bezug auf Deutschenbilder wurden insgesamt 79 Nennungen gemacht. Positive Äußerungen dominieren mit insgesamt 35 Nennungen zu 12 Charaktereigenschaften (43%). ‚Absoluter Renner‘ in dieser Kategorie ist die *Pünktlichkeit* der Deutschen. Positiv angemerkt wurde *Freundlichkeit* der Deutschen. Auch *Höflichkeit*, *Disziplin*, Liebe zur *Freiheit* und *Ordnung* wurden mehrfach genannt. 15 Nennungen (20 %) betreffen den Lebensstil der Deutschen mit ihrem bekannten *Terminkalender*. In der Kategorie ‚Aussehen‘ wurden *kalte Augen* und *wilde Frisuren* genannt. Negativ gesehen ist z.B. die Art der Deutschen zu *meckern* „über schlechtes Wetter und Geld“ [Probant 3, männlich]. Als oft genannte neutrale Eigenschaft gilt die Meinung, dass die Deutschen *zurückhaltend* sind. Weitere genannte positive und negative Eigenschaften der beiden Gruppen sind in der Tabelle 2 aufgelistet.

	Studierende mit Deutschlanderfahrung	Studierende ohne Deutschlanderfahrung
positive Eigenschaften	pünktlich, ordentlich, höflich, fleißig, gutherzig, freundlich	
	Disziplin, Freiheit, reisefreudig, nett, gute Laune, selbstzufrieden	gutes Benehmen, hilfsbereit, Toleranz, schöpferisch, gebildet, gut erzogen, planen alles im Voraus, kontaktfreudig
negative Eigenschaften	verschlossen, geizig, überheblich	
	meckern, Belehrung, sachlich in Liebe, geschmacklos, egoistische Jugendliche, kleinkariert, verschwenderisch, nicht spontan	keine engen Verhältnisse in der Verwandtschaft, kalt, grobe Sprache

Tabelle 2. Positive und negative Eigenschaften im Vergleich

Wenn wir positive und negative Einstellungen zu Deutschland einerseits und die Bilder über die Deutschen andererseits miteinander vergleichen, dann sehen wir, dass positive Bilder über das Land dominieren, während die Meinung über die Deutschen eher zwiespältig ist.

9. Zusammenfassung

Zusammenfassend lässt sich betonen, dass der Schwerpunkt deutlich auf der als positiv zu

klassifizierenden Seite liegt, was, wie auch die Befragten unterstrichen haben, nicht zuletzt von der „Idealisierung von Deutschland“ abhängt [Proband 13, weiblich] und durch eigene Erfahrung unterstützt wird.

Das inhaltliche Spektrum der Stereotype in beiden Gruppen ist umfangreich. Fast alle Kategorien wurden angesprochen. Die Stereotype von den Studierenden mit Deutschlanderfahrung sind starker Generalisierung unterzogen. Sie unterscheiden sich von denen der Studierenden ohne Deutschlanderfahrung durch Eintönigkeit, sind nicht emotional und in wenige Unterthemen gegliedert. Den Grund dafür sehe ich darin, dass Deutschland zu etwas Selbstverständlichem, nicht mehr so reizend und anlockend Wirkendem und zu etwas Alltäglichem geworden ist.

Was momentane Veränderung von Einstellungen, Stereotypen angeht, so lässt sich hier die Tendenz zur Verschiebung von Kultur zum Alltäglichem wie Essen/Trinken, Lebensstil sehen. Deutschland und Deutschenbilder sowohl bei den Studierenden mit als auch ohne Erfahrung sind vorwiegend positiv, wobei die Studierenden mit Deutschlanderfahrung aufgrund eigener Erfahrung mehr negative Charaktereigenschaften genannt haben.

Am Schluss dieses Artikels möchte ich darauf hinweisen, dass man nicht ständig mit Stereotypen konfrontiert wird. Sie werden nicht bei jeder interkulturellen Begegnung aktiviert. Vielmehr tritt das Individuum selbst mit seinen Erfahrungen in den Vordergrund.

Literatur

DABROWSKA 1999

DABROWSKA, Jarochna: Stereotype und ihr sprachlicher Ausdruck im Polenbild der deutschen Presse. Tübingen: GUNTER NARR VERLAG, 1999.

GRÜNEWALD 2005

GRÜNEWALD, Matthias: Bilder im Kopf. Eine Longitudinalstudie über die Deutschland- und Deutschenbilder japanischer Deutschlernender. München, IUDICIUM, 2005.

SIEVERS 1993

SIEVERS, Walter: Empirische Forschungsmethoden in den Sozialwissenschaften. Göttingen, SELBSTVERLAG, 1993.