

*„Kultura nejen konzervuje, nýbrž i odcizuje.
Patří k ní i překračování hranic, zvědavost na cizí,
vypořádání se s ním, soutěž, odpovědi na výzvy zvenčí.“*

(B. Loewenstein: My a ti druzí, s. 68)

ETNICKÉ STEREOTYPY A STUDUJÍCÍ MLÁDEŽ

Denisa Drabinová

1. Úvod

Nezbytným vymezením sociální skupiny, jejímiž příslušníky jsme (a jimiž se cítíme být), od společenství jiných je bipolární označení „my“, „naše“ a „oni“, „cizí“, tedy rozlišení toho, v čem je naše kultura jiná než kultury ostatní. V průběhu lidské historie existovalo množství nejrůznějších symbolů, značek, určujících hranice jednotlivých skupin. Takovéto symboly představují v jistém ohledu také etnické stereotypy, jejichž genezi, funkcí a charakteristickými znaky se budeme v naší práci zabývat.

Komplexní pohled na sociální stereotypy jako předmět vědeckého zkoumání vyžaduje interdisciplinární přístup, slučující aspekty filozofické, psychologické, sociologické, etologické, kulturně antropologické, historické, politologické, lingvistické atd. Z tohoto pohledu byl koncipován grantový projekt „Školní výuka dějepisu a překonávání stereotypních obrazů sousedních národů u české mládeže“ financovaný GA ČR (č.406/98/0637), jehož cílem je postihnout tuto problematiku co nejplastičtěji a pokusit se o syntézu hlavních přístupů - historického, psychologického a sociologického využitím spolupráce studentů katedry historie a katedry psychologie a sociální práce Filozofické fakulty Ostravské univerzity pod vedením doc. PhDr. Blahy Gracové, CSc.

Ústředním tématem jedné z částí grantového projektu je kromě zpracování nejnovější odborné literatury pojednávající o sociálních stereotypech (jedná se o práce převážně zahraničních - německých a polských autorů) realizace výzkumu heterostereotypu Poláka, Slováka, Rakušana, Němce a Maďara u české mládeže.

Sledujeme rozdíly v stereotypním pohledu na příslušníky sousedních národů jednak mezi žáky základních škol a studenty gymnázií, jednak mezi skupinami respondentů z různých regionů České republiky. Všimáme si rovněž samotné pohotovosti k stereotypnímu vnímání (kvalitativní hledisko) a emocionálního ladění těchto stereotypů (kvalitativní hledisko).

Vzhledem ke skutečnosti, že máme k dispozici výsledky obdobných výzkumů heterostereotypů sousedních národů, prováděných v předchozích letech, a aktuální

výzkum autostereotypu Čecha, uskutečněný paralelně s průzkumem naším, budeme se v následujících kapitolách věnovat srovnání námi získaných údajů také s těmito výsledky.

2. Teoretická východiska

2.1. Terminologické vymezení

2.1.1. Definice stereotypu

Adjektivum *stereotypní* běžně užíváme ve spojeních jako stereotypní činnost, stereotypní názor apod., označuje něco neměnného, strnulého.

Slovo *stereotyp* pochází z řečtiny (přeloženo: silný, pevný, masivní) a od konce 19. století se stereotypii označuje technika zhotovování tiskových desek (stereotypů) v tiskařském řemesle.

Stereotypy jakožto mechanismy lidského vnímání se poprvé zabývá americký publicista Walter Lippmann ve své studii o masové komunikaci „Public Opinion“ (1922) a stereotypem nazývá „jakékoliv zaujaté mínění, které se může vztahovat k jednotlivci, věcem, sociálním skupinám, politické situaci, společenským procesům atd.“¹ V jeho pojetí stereotyp v podstatě splývá s předsudkem.

Rovněž Gordon Allport (1954) se ve svém díle „Nature of Prejudice“ věnuje problematice terminologické: „*stereotyp je silné přesvědčení, související s kategorií, s níž však není identický. Je spíše trvalou představou, jež kategorii provází.*“²

Jako specifický případ kategorizace - chybné soudy o členech vlastní a cizí skupiny - charakterizuje stereotyp také britský sociální psycholog Henri Tajfel.³

Německá lingvistka Uta Quasthoff (1973) vychází z dřívějších poznatků psychologie osobnosti, sociální psychologie a sociologie a nahlíží na stereotyp z hlediska jazykovědného. Sociální psychologie dle autorky umístila stereotypy do roviny vědomé, aniž by však analyticky oddělila vědomí a vyjádření: „*Navrhují nazývat stereotypem verbální formu vyjadřující přesvědčení, vztahující se k sociálním skupinám. Stereotyp má logickou formu soudu, jenž neoprávněně, zjednodušujícím*

¹ Lippmann, W.: Public Opinion. New York 1922.

² Allport chápe kategorii jako pojem nadřazený skupině elementů (např. jednotlivé domy), které zahrnují kombinaci vlastností, na jejichž základě jsou elementy ke kategorii přiřazovány (všechny domy).

³ Tajfel, H.: Gruppenkonflikt und Vorurteil. Entstehung und Funktion sozialer Stereotypen. (Bern-Stuttgart-Wien) 1982, s. 43.

a generalizujícím způsobem přisuzuje skupině osob určité vlastnosti či způsoby chování. Lingvisticky je popsatečný jako věta.“⁴

Stereotyp je tedy nejčastěji chápán jako:

- a) přesvědčení
- b) soud
- c) obrazná představa

Na 2. interdisciplinární konferenci k problematice stereotypů v Bad Homburgu v roce 1985 vycházeli zúčastnění historikové z definice Quasthoff-Hartmannové, rozšířili ji však navíc o stereotypy obrazné (nikoliv tedy pouze verbální), např. kariatury.

Psycholog J. Schenk zpracoval heslo *stereotyp* v „Lexikonu psychologie“ (1991) následovně: „*Stereotyp je mínění o třídě individuí, skupin či objektů, které nevychází z nového hodnocení jednotlivých fenoménů, nýbrž představuje šablono-vité způsoby vnímání a usuzování.*“⁵ Naproti tomu W. J. Koschnick (1993) ve svém slovníku sociologických pojmů zužuje pojetí stereotypu pouze na sociální skupiny.⁶

K. Borowczyk píše: „*Stereotyp je specifická projekce skutečnosti, založená na bezprostřední zkušenosti, věda jakož i systém hodnocení utvářený kulturně a vycházející z psychologických dispozic.*“⁷

V Geistově „Sociologickém slovníku“ je stereotyp pojat jako „*komplex představ, které mají příslušníci určitých skupin o sobě samých (autostereotyp) nebo o příslušnících jiných skupin (heterostereotyp). V prvním případě převládají pozitivní, ve druhém negativní stereotypy. Stereotypy etnických skupin mnohdy vznikly jako poměrně rychlé, neuvážené a empirii nepodložené zobecnění chování a jednání některého z členů národa. Zjednodušují a často zkreslují skutečnost. I když nejsou zcela strnulé, vykazují značnou setrvačnost a konzervativnost a přetrvávají i ve změněných podmínkách.*“⁸

Výše uvedený přehled definic naznačuje, že pojem stereotyp je chápán v nejrůznějších souvislostech. Vedle pojetí psychologického, sociologického či lingvistického vznikají rovněž práce historické, politologické, etnologické, antropologické, které přinášejí další pohledy na problematiku stereotypů.

⁴ Quasthoff, U.: Soziales Vorurteil und Kommunikation. Eine sprachwissenschaftliche Analyse des Stereotyps. Frankfurt am Main 1973, s. 27-28.

⁵ Lexikon der Psychologie. (Hrg. Arnold, W., Eysenck, J., Meil, R.) 3. Bd., Freiburg -Basel -Wien 1991, s. 2210.

⁶ Koschnick, W. J.: Standard Dictionary of the Social Sciences. 2. Bd., München 1993, s. 1630.

⁷ Borowczyk, K.: Przewyciężanie uprzedzeń i zmiana stereotypów etnicznych młodzieży szkół poznańskich w warunkach demokratyzacji życia społecznego. In: W kręgu mitów i stereotypów, Poznań-Toruń 1993, s. 53.

⁸ Geist, B.: Sociologický slovník. 1992, s. 318-319, 452-455.

2.1.2. Stereotyp a prototyp

Termíny *klišé, předsudek, nepřátelský obraz, prototyp a stereotyp* jsou užívány často jako synonyma bez důkladnějšího pojmového rozlišení.

Pojmy stereotyp i prototyp se zpravidla označuje něco typického. S rozvojem kognitivní lingvistiky (psycholingvistiky) ve 20. letech vznikají zajímavé úvahy také v této oblasti. Eleanor Roschová uvádí: „*Prototyp ve smyslu dobrého příkladu sestává z komplexu prvků, z nichž žádný není bezpodmínečně nutný, a přesto je komplex dostačující pro vymezení celé kategorie. ... Prvky kategorie mají rozdílný status ve smyslu lepších či horších příkladů pro onu kategorii.*“⁹ Obě kategorie, stereotyp i prototyp, připouštějí výjimky. Například: „*Češky jsou pěkné.*“ – „*Je Češka, ale je ošklivá.*“ (nesmyslné by naopak bylo: „*Je Češka, ale je pěkná.*“).

Stereotyp i prototyp jsou zobecněním, které buď zcela nebo alespoň částečně odporuje realitě. Hlavní rozdíl mezi těmito příbuznými pojmy spočívá podle G. Hentschela v tom, že stereotyp zahrnuje emocionálně hodnotící komponenty: „*Stereotyp je (potenciální či reálné) užití prototypní kategorie s aktualizací nikoliv nezbytných emocionálně hodnotících vlastností této kategorie.*“¹⁰ Například: prototyp: „*Italové jedí špagety.*“, stereotyp: „*Italové jsou požírači špaget.*“ (emocionální zabarvení). Proti takovémuto konstatování lze ovšem namítnout, že také emocionálně neutrální soud může být stereotypem. Rozlišení mezi prototypem a stereotypem je tedy možné spíše v konkrétním kontextu a jedná se spíše o jemné nuance spojené se sémantickými konotacemi.

2.1.3. Stereotyp a předsudek

Zmínili jsme se, že již Lippmannova definice z roku 1922 se blíží k chápání stereotypu jako předsudku. Francouzská lingvistka Sylvaine Marandonová¹¹ poukazuje na významovou příbuznost obou pojmů s tím, že předsudek je silněji emocionálně zabarven než spíše neutrální stereotyp.

Henri Tajfel¹² uvádí následující příklad: předsudek: „*Nesnám Němce.*“ vyjadřuje postoj vůči sociální skupině, stereotyp: „*Němci jsou agresivní.*“ vyvolává představu vztahující se k vlastnostem či způsobům chování sociální skupiny.

⁹ Hentschel, G.: Stereotyp und Prototyp: Überlegungen zur begrifflichen Abgrenzung vom linguistischen Standpunkt. In: Historische Stereotypenforschung, Oldenburg 1995, s. 15-16.

¹⁰ Tamtéž, s. 35.

¹¹ Exner, G.: Karikaturen als Quellen der historischen Stereotypenforschung, Wien 1995, s. 15.

¹² Tamtéž.

Gordon Allport¹³ doplňuje Tajfla tvrzením, že stereotypy slouží k odůvodnění a ospravedlnění předsudku: „*Nesnám Němce, protože jsou agresivní.*“

R. Peuckert¹⁴ zdůrazňuje afektivně-emocionální dimenzi předsudku protikladu ke kognitivní (orientační) funkci stereotypu. S tímto názorem polemizuje B. Six¹⁵, neboť předsudek zahrnuje také složky kognitivní a naopak stereotyp obsahuje prvky afektivní.

V této práci se přidržíme rozlišení uváděného H. Tajflem a G. Allportem, pojímajícího stereotyp jako představu nebo obraz sociální skupiny a předsudek jako postoj více či méně vystavěný na základě tohoto obrazu.

2.2. Hlavní znaky stereotypu

Z přehledu základních definic stereotypu (viz kapitola 2.1.1.) je zřejmé, že tyto (v rozdílné míře) přináší výčet charakteristických znaků a vlastností stereotypu. Pokusili jsme se shrnout nejzákladnější znaky, které uvádí většina autorů. Opírat se budeme o užší vymezení stereotypu jako mechanismu vnímání sociálních skupin (sociální stereotyp).

a) Generalizace

Stereotypy často představují neoprávněnou generalizaci ojedinelých zkušeností, dojmů, které mohou být v rozporu se skutečností. Jsou nedokonalými soudy - z psychologického hlediska se v procesu generalizace uplatňují chyby hodnocení, např. haló efekt, logická chyba atd. Negativní zkušenost s příslušníky jiné sociální skupiny (např. krádež) je zpravidla zobecněna a připisována kvalitám a schopnostem celé této skupiny, v případě kladné zkušenosti je příčina spatřována v okolnostech (vnější atribuce).

b) Rezistence

Stereotypy vykazují značnou odolnost vůči změnám i vůči protikladným osobním zkušenostem. Ačkoliv nejde o jev zcela statický (podléhají jisté reinterpretaci a rekonstrukci), je jeho proměnlivost dlouhodobou a obtížnou záležitostí.

c) Iracionalita

Stereotyp je buď zcela v rozporu se skutečností, nebo jí odpovídá pouze zčásti. Vždy se však jeví jako zcela pravdivý.

d) Emocionální obsah

Stereotypy jsou emocionálně podbarveny. Autostereotyp (stereotyp vlastní skupiny) zaujímá převážně kladné emocionálně hodnotící stanovisko, naproti tomu heterostereotyp (stereotyp skupiny jiné) připisuje příslušníkům „cizí“ sociální skupiny vlastnosti negativní a významově má blízko k předsudku.¹⁶

¹³ Tamtéž, s. 16.

¹⁴ Tamtéž.

¹⁵ Tamtéž.

Silněji emocionálně zbarveny jsou etnické stereotypy v regionech přímého kontaktu sociálních skupin (např. na Těšínsku), se zvětšující se vzdáleností roste neutralita postojů. Důležitou roli přitom hraje vzájemné potýkání se v historii a současnosti (opakované konflikty, kriminalita atd.).

d) Komplementarita

Autostereotyp a heterostereotypy se často vzájemně doplňují. Pokládají-li například Češi Poláky za „*nepořádné nepoctivce*“, považují sami sebe za „*pořádné a čestné*“.¹⁷

e) Kulturně-spoolečenský charakter

Stereotypy odrážejí společenské jevy a jsou výrazem kolektivního myšlení. Vyvozují se z tradice, jsou přenášeny intergeneračně, motivace jejich utváření je společensky podmíněna. Mohou být jak součástí nerefléktovaných lidových moudrostí, tak vykalkulovanými elementy ideologických systémů.¹⁸

f) Komičnost

Mnohé stereotypy jsou komické. Protivník nebývá jen strašlivý, démonický, bývá mnohdy také směšný, hloupý, je ho možno snadno přelstít. Zesměšnění protivníka je taktickým tahem v konfliktu sociálních skupin. Stereotypy tak často nabývají podobu karikatur, nejrůznějších popěvků, objevují se v anekdotách a vtipcích apod.

g) Existuje bezprostřední souvislost mezi stereotypy a určitými sklony jedince k utváření rigidních emocionálních postojů vůči realitě. (viz kapitola 2.4.).

2.3. Funkce stereotypu

Walter Lippmann¹⁹ připisuje stereotypu dvě základní funkce:

1. *psychickou* - stereotypy představují předem dané obrazy, které jsou jednotlivci zprostředkovány kulturou a společností často dříve, než získá s objektem vlastní zkušenost, slouží k ekonomizaci poznávání světa ve smyslu a priori strukturovaného vnímání. Percepci komplexního světa napomáhají uspořádat přehledně a ekonomicky,

2. *společenskou* - stereotypy jsou užívány k obhajobě sociální pozice v nejširším slova smyslu.

Dorota Piontek ve své studii²⁰ uvádí následující tři aspekty sociálních stereotypů: poznávací, emocionální a pragmatický.

¹⁶ Geist, B.: c.d., 318-319, 452-455.

¹⁷ Jaworski, R.: Osteuropa als Gegenstand der historischen Stereotypenforschung. In: Geschichte und Gesellschaft, 13. Jg., 1983, s. 73.

¹⁸ Geist, B.: c.d., 318-319.

¹⁹ Lippmann, W.: c.d.

a) *Poznávací funkce*. Podobně jako u Lippmanna je stereotyp prostředkem kognitivního uchopování reality. Řadí se zde rovněž *funkce komunikativní* - stereotyp je nositelem komunikačního aktu, bez ohledu na kvalitu (t.j. pravdivost) informace.

b) *Emocionální funkce*. Jde jednak o *funkci stabilizační* (upevnění emocionálních postojů, posílení pocitu bezpečí), jednak *racionalizační* (slouží k potvrzení správnosti lidského jednání), a dále *funkci obrannou*, jež souvisí s oběma předchozími a představuje obranu vůči příslušníkům „cizí“ sociální skupiny a jejich postojům ve smyslu „my jsme dobří, ti druzí jsou špatní“.

c) *Pragmatická funkce*. Stereotypy jsou využívány k politické propagandě, je s nimi operováno podle konkrétních politických potřeb (rozlišení „přítel - nepřítel“). Stereotypy se stávají podkladem a nástrojem ideologické argumentace, naopak ideologie (každá ideologie má skupinový charakter) napomáhá vzniku a upevňování stereotypních obrazů. Neopomenutelná je taktéž *funkce integrační*, protože stereotypy se stávají významným prvkem společenské integrace, vymezují vlastní skupinu, spojují její příslušníky v společně přijímané „my“ v opozici vůči cizímu „oni“ a napomáhají ztotožnění se s postoji a hodnotami vlastní skupiny.

Z dalších autorů, zabývajících se funkcí sociálních stereotypů, jmenujme např. polského autora Z. Chlewińskiego²¹, který rozlišuje funkci *orientace* ve složitém společenském světě, *upevňování pocitu bezpečí*, *zachování předvídatelnosti*, funkci *manipulační* a funkci *kanalizace agrese*, dále úvahy J. Bartmińskiego²², zmiňujícího funkci *předmětově-popisnou*, *subjektivně hodnotící*, *akceptující* a *kritickou*. S. Marandonová²³ podtrhuje funkci *orientační* a *psychologickou* zdůrazněním rozdílu mezi utvářením a potvrzováním vlastní identity.

2.4. Faktory ovlivňující utváření stereotypu

Mechanismus vzniku a upevňování stereotypu, jeho proměn v čase a postupné reinterpretace, je multifaktoriálně podmíněný a velice komplikovaný. Jen zřídka lze vysledovat celou genezi konkrétního stereotypu a pojmenovat všechny činitele, jež se na vývoji onoho stereotypu podílely. Přesto však můžeme konstatovat, že nejdůležitějšími skupinami faktorů v procesu utváření stereotypních obrazů jsou faktory psychologické a sociální. Mimo tyto můžeme zmínit také faktory fyziologické, přičemž zohledníme především teorii I. P. Pavlova, zahrnující fungování vyšší nervové činnosti.

²⁰ Piontek, D.: Stereotyp: Geneza, cechy, funkce. In: W kręgu mitów i stereotypów, 1993, s. 35-40.

²¹ Bokszański, J.: Stereotypy a kultura. Wrocław 1997, s. 23.

²² Bartmiński, J.: Nasi sąsiedzi w oczach studentów. In: Narody i stereotypy, Kraków 1995, s. 260.

²³ Exner, G.: c.d., s. 12.

Experimentální výzkumy²⁴ prokázaly, že tvoření dynamických stereotypů v centrálním nervovém systému je fyziologickou potřebou. Jakákoliv změna ve stavbě stereotypu je obtížná a je provázána značným nervovým „vysílením“, čímž je mj. vysvětlován jev trvalosti stereotypu, jeho odolnosti vůči změnám. Dynamické stereotypy automatizují mnoho činností člověka a usnadňují jinak složité operace CNS v jeho interakci s vnějším prostředím.

Psychologický aspekt v procesu stereotypie vyjadřuje podíl osobnosti a jejích individuálních rysů na způsobu, jakým konstruování stereotypu probíhá. Z psychologických teorií jsou na tuto problematiku aplikovány zejména tři následující koncepce.

a) *Teorie kognitivní disonance* L. Festingera. Kognitivní disonance je definována jako „stav napětí, který vzniká tehdy, jestliže je jedinec konfrontován se dvěma poznávacími elementy (myšlenkami, názory...), jež si navzájem odporují.“²⁵ Podle Festingera v takovémto případě vyvstává motivace redukovat onen rozpor, disonanci (nesoulad), vyvolávající psychický „diskomfort“ (určitý stav napětí a úzkosti). Redukce může probíhat několikerým způsobem. V případě nemožnosti změnit rozporuplnou skutečnost dochází k emocionálnímu „uchopení“ informace z vnějšího prostředí, která je přijímána selektivně v souvislosti se subjektivním přesvědčením člověka. Informace jsou často racionalizovány negací věrohodnosti a objektivitu informačního zdroje apod. Jinou cestou redukce disonance je popření jednoho z kognitivních elementů (případně obou) či akceptace pouze těch elementů, které se shodují s osobními postoji daného jedince. Redukce disonance pak vede k interiorizaci soudů, vykazujících znaky stereotypu. Vztah redukce kognitivního „nesouladu“ a stereotypu není jednostranný. Stereotyp je důsledkem redukce tohoto vnitřního konfliktu a sám se stává nositelem informace, jež může být postavena do protikladu k informaci jiné, odporující zvnitřnělému postoji.

b) *Teorie autoritativní osobnosti*. Jedním z tvůrců této koncepce byl Th. W. Adorno, který na základě výzkumů zjišťoval typické rysy osobnosti inklinující k vnímání vnějšího i vnitřního světa ve stereotypních kategoriích. Dospěl k závěru, že takovému typu osobnosti odpovídá osobnost autoritativní a osobnostní charakteristiky jako např. konformismus, nekritické přijímání autorit vlastní sociální skupiny, agresivita vůči těm, kteří porušují konvenční normy, nedostatek tolerance vůči slabým, sklony k neopodstatněnému kritizování, podezřívavost. Autoritativní osobnost přejímá daná dogmata, „hotový“ pohled na svět. Stereotyp se zde stává prostředkem vnímání reality.²⁶

c) *Teorie frustrace a agrese*. Život autoritativní osobnosti často provází frustrace a agrese. J. Dollard²⁷ upozorňuje na nutnost saturace potřeb biologických

i kulturních a vznik frustrace při jejich nedostatečném uspokojení. Frustrace je následně hlavním zdrojem agrese vůči objektům znemožňujícím realizaci potřeb, případně je agrese přenesena na objekt náhradní, slabší v porovnání s původním zdrojem frustrace. Stereotyp v tomto procesu slouží k zmírnění eventuálních pocitů viny, spojených s agresivitou vůči konkrétnímu objektu.

Sociální podmínky v procesu stereotypie spočívají v tom, že od nejtělejšího dětství jsou jedinci, bytosti žijící v sociálním prostředí a v sociálních vztazích, prostřednictvím výchovy vštěpovány vzorce chování, normy, pravidla a hodnoty sociální skupiny, do níž patří. Sociální skupina permanentně působí na jedince ve smyslu dynamického ovlivňování procesů vnímání a myšlení.

Prvky tvořící „společné vědění“ vycházejí jak z tradice, tak z aktuálního vývoje dané společnosti. Skupinová identita - obraz sebe sama - a obraz cizího jsou vždy vztaženy na sebe navzájem jako „vpravo“ a „vlevo“, „světlo“ a „tma“; jsou to kontrární pojmové dvojice, které člení prostor naší zkušenosti.²⁸ Ambivalentní obraz sebe sama je podobnými polarizacemi zpevněn tak, že jsou záporné vlastnosti vlastní skupiny odštěpovány do obrazu méněcenných „druhých“.²⁹ Podle Loewensteina jde o jakýsi druh psychohygieny.

Etologové³⁰ soudí, že strach z cizího, sklon k vytváření uzavřených skupin a agresivní reagování na „vetřelce“ je možno považovat za sklony univerzální a vrozené.

Kritéria při utváření obrazu skupin jsou poměrně proměnlivá, hranice „přítel-nepřítel“ je snadno propustná.³¹ Významný podíl na utváření stereotypů nese, a vědomě s nimi pracuje, ideologická a politická propaganda, šířená masově-komunikačními médii. Využívá selektivního výběru informací, argumentace přizpůsobené emocionálním postojům adresátů, sugesce.

Bohatým zdrojem stereotypních označení jsou nejrůznější turistické průvodce a reklamní slogany cestovních kancelářů. Zhuštění informací o příslušnicích navštěvované země do přehledu „typických vlastností“ má pragmatický cíl učinit zemi turisticky jedinečnou a zajímavou.

Možnost vědomého působení v oblasti stereotypů přináší ovšem rovněž pozitivní možnost odbourávání nepřátelských heterostereotypů, především prostřednictvím školní výuky (viz kapitola 2.7.). Není nutno usilovat o eliminaci všech stereotypů, spíše upozornit na to, že daný soud může mít charakter stereotypu, a tento prostý fakt si uvědomit.

²⁴ Piontek, D.: c.d., s. 25.

²⁵ Tamtéž, s. 26.

²⁶ Tamtéž, s. 27.

²⁷ Tamtéž.

²⁸ Loewenstein, B.: My a ti druzí. Dějiny, psychologie, antropologie. Doplněk 1992, s. 66.

²⁹ Tamtéž, s. 67.

³⁰ Tamtéž, s. 64.

³¹ Tamtéž, s. 59-60.

2.5. Historické stereotypy

Historické stereotypy jsou specifickou formou percepce světa a lidí v minulosti, tvoří určitý most mezi dějinami mentalit, politickými dějinami a dějinami interkulturních kontaktů a jsou součástí interdisciplinárního kulturně-historického bádání.

Předpokladem pro to, aby byl stereotyp relevantním předmětem zkoumání, je přijetí teze, že vnímání světa není identické se světem samým, nýbrž že i toto vnímání je historickou realitou a tudíž zároveň historií ovlivňujícím faktorem.³²

K základním otázkám zkoumání historických stereotypů se řadí především to:

1. do jaké míry se uplatňoval vliv historických stereotypů, resp. jejich geneze a existence, na vnější projevy chování, na formování a proměny společnosti,
2. nakolik jsou stereotypy, jejich užívání a sociální funkce, důsledkem a výsledkem intraspolečenských potřeb (potřeba integrace, hledání identity) nebo „kolektivního strachu“ vůbec.

H. Hahn³³ rozpracoval tři hlavní tematické okruhy výzkumu historických stereotypů:

1. Závislost utváření stereotypu a „nation-building“ (chápáno jako stálý proces). Jde zde o snahy překonat partikulární (regionální, náboženské, sociální atd.) a nadnárodní identity, či je alespoň minimalizovat, ve prospěch dominance identity národní. Autor poukazuje na potřebu vytvoření (vyčlenění) sociální skupiny *národ* (vůči kategorii „my“ je nutno postavit „oni“). Dějiny jsou často využívány k ospravedlnění autoutostereotypů -a heterostereotypů. Předmětem zájmu jsou tedy *dějiny ve stereotypech*.

2. Stereotypy se stávaly politickým nástrojem, byly vědomě včleňovány do politických ideologií (totalitářské systémy užívají stereotypů nejvíce). Vědecky se zkoumá způsob šíření stereotypů, jakož i podmínky a situace, za jakých jsou užívány. Tématem jsou *stereotypy v dějinách*.

3. Zjištění role stereotypů v kulturním transferu. Stereotyp je pojímán jako integrační faktor jednotlivých národních kultur v nadnárodní kulturní pojem. Oblastmi zkoumání jsou: interkulturní učení, literatura, kulturní vztahy, jazykové kontakty, zkušenost turismu (didaktika cestování), mediálně vědecké otázky.

Je bohužel velmi obtížné na základě převážně písemných pramenů detailněji rekonstruovat myšlenky lidí, analyzovat genezi emocí, jejich působení a funkci. Proto se historikové musí nezdědko omezit pouze na holý popis jednotlivých stereotypů, v opačném případě často sklouznou k neverifikovatelným spekulacím.

Pojem *historické vědomí* bývá často zaměňován s *historickým věděním* společnosti. Prvnímu jmenovanému se významově blíží *historická zkušenost*, hovoří se

³² Hahn, H.: Stereotypen in der Geschichte und Geschichte im Stereotyp. In: Historische Stereotypenforschung, Oldenburg 1995, s. 192.

³³ Tamtéž, s. 192-205.

rovněž o *historických obrazech*, sémanticky příbuzných *historickým stereotypům* (jsou také rezistentní vůči změnám, silně emocionálně podbarveny).

Historická zkušenost představuje „poučení z minulosti“, víru v to, že víme, jak dějiny vypadaly a jak je máme jednoznačně a s „konečnou platností“ posoudit a hodnotit. Poučení z minulosti jako něčeho uzavřeného vede k chápání historie stereotypním způsobem. Následně je také naše percepce současnosti determinována těmito historickými obrazy.

Naproti tomu pojmání *historické zkušenosti* jako stálého procesu, nepřetržitého osvojování si nových zkušeností a zpochybňování zkušeností starých směřuje k posunu od strnulých *historických obrazů* k dynamicky utvářenému *historickému vědomí*.³⁴

2.6. Národní a etnický stereotyp

Národní stereotypy slouží všem členům společnosti jako společné hodnotové soustavy vztahů, umožňující konstruovat vnitřní a vnější svět, posilují spojitost členů společnosti, sounáležitost a rozlišení: „naše“ společnost je jiná. Uplatňují se k doložení loajálnosti vůči vlastnímu národu a odůvodňují stavění se do role „obětí národa“ v období krizí. V konfliktních obdobích se pak stereotypní označení vyostřují v silně negativně zabarvené obrazy.³⁵

Podle T. Szaroty se představitelé určitého národa pomocí negativních heterostereotypů léčili z vlastních komplexů méněcennosti.³⁶

Historikové a sociologové upozorňují na rozdíly mezi národním stereotypem a národním charakterem, jenž je významově blízký národní identitě (totožnosti) - duchu, étosu dané společnosti. Národní charakter formují motivace vlastní členům společenství, odhalující společnou kulturu a zvyky. Vysvětluje, co znamená být členem konkrétní skupiny, vidět svět z její perspektivy a pochopit její hodnoty a tradice.³⁷

Rudolf Jaworski³⁸ nahlíží na vztahové systémy národních stereotypů v několika rovinách:

1. *Historická perspektiva* – spočívá ve sledování funkčních proměn stereotypu, jež jsou zajímavé zejména v prostoru středovýchodní Evropy (multinacionální „Mischzone“, kde se střetává více než patnáct národností v úzkém společenském a geografickém prostoru mezi uzavřenými německými a ruskými jazykovými oblast-

³⁴ Tamtéž, s. 204.

³⁵ Bokszański, Z.: c.d., s. 109.

³⁶ Szarota, T.: Stereotypy narodowe jako temat badań historycznych w Polsce. In: Dzieje Najnowsze, XXVII-1995, 2, s. 4.

³⁷ Berting, J., Villain-Gandossi, Ch.: Rola i znaczenie stereotypów narodowych w stosunkach międzynarodowych: podejście interdyscyplinarne. In: Narody i stereotypy, 1995.

³⁸ Jaworski, R.: c.d., s. 65-76.

mi). Promísení různých etnik, jazyků, kultur a náboženství je zde „ideální“ živnou půdou pro pěstování národních stereotypů, zřetelných černobílých kontrastů v nepřehledném národnostním složení tohoto území.

2. *Kontinentální perspektiva* – je srovnání nejen jednotlivých národů, nýbrž také větších etnických skupin (Slované, Germáni) či vzdálenějších oblastí Evropy v linii západ-východ, sever-jih (transnacionální stereotypy). Docházet může rovněž k posunům stereotypních obrazů, např. německý sociální psycholog Koch-Hillebrecht říká: „Francouzskému obrazu Německa odpovídá zhruba německý obraz Ruska.“³⁹

3. *Perspektiva regionální* Jaworského vychází z poznání, že jeden národ (národnost, etnikum) je charakterizován obdobně ze strany příslušníků několika jiných národů a že jeden stereotyp je užíván ve stejné době na mezinárodní úrovni. Důležitá je přitom geografická, politická a společenská blízkost či distance národních kultur (vzdálenější kultury mají o sobě navzájem jen neurčité, přibližné představy bez vyhraněnějšího emocionálního obsahu, naproti tomu mnohonárodnostní území, politická nadvláda a bezprostřední hospodářská a sociální konkurence vytvářejí ideální podmínky pro koncentraci stereotypů).

4. *Perspektiva specifické konstelace* se projevuje jako vztahový rámec „nepřítel mého nepřítele musí být zákonitě můj přítel“ (příkladem je frankofilie v 19. století - opozice vůči Habsburkům).

Národní stereotypy nejsou zpravidla jednoznačné, nýbrž zahrnují jak pozitivní, tak negativní aspekty (např. „*Češi jsou vtipní*“ oproti „*Češi jsou omezení*“ - součást „klasického“ stereotypu českého švejkovství).

Národní auto- a heterostereotypy se doplňují (např. polaritní označení „*Němci jsou výbojní*“ a „*Češi jsou mírumilovní*“) a vzájemně ovlivňují (vidí-li jeden národ, resp. jeho příslušníci v druhém národu svůj sebeobraz, je mu sympatický a negativní či sporné momenty velkoryse přehlídí, např. polské sympatie ke Slovákům, vnímaným jako „bratřům“ s podobnými vlastnostmi).

Etnický a politický rozměr pojmu národ se váže s koncem 18. století. Tehdy vzniká, zčásti slučováním různorodých symbolických postav, stereotypů, představ, regionálních vzpomínek, vysoce emotivní společenská ideologie.⁴⁰

Utváření národních stereotypů ve střední Evropě sahá do středověku, kde v německo-západoslovanském prostoru jsou přibližně od 12. století v českých a polských kronikách doložené antiněmecké formulace (podobně nalezneme stereotypní prvky ve středověkém *tabulae populorum* - v lidových pořekadlech, žertovných verších a písních). V novověku jsou častým zdrojem stereotypů zprávy z cest apod.

V 19. století už stereotypy nejsou pouhým označením „cizího“ a statickým ohraničením, nýbrž součástí státních ideologií národních států. Byly včleňovány do

agresivní zahraniční a národnostní politiky, sloužily k odůvodnění právního vyčleňování a sociální diskriminace (osud evropského židovství).⁴¹

20. století dosáhlo vrcholu ve zneužívání stereotypů (silně rasisticky zaměřených) v období nacismu - v tezi o východním podčlověku („Untermensch“). Po roce 1945 bylo hlášáno „porozumění národů“ v socialistických státech, přesto bylo využíváno spousty „nebratrských“ stereotypů.

Konkrétní stereotypy sousedních národů

Tradiční obraz Německa a Němců v českém prostředí představuje Němce jako agresivního, výbojného, rozpínavého a povýšeneckého „dědičného nepřítele“, neustále ohrožujícího svého mírumilovného souseda.⁴² Tento stereotyp přetrvává zejména u starší generace, mezi mládeží je však již oslaben a významnější roli hrají současné zkušenosti s německými turisty doma a z pobytů v zahraničí.

Na německé straně pak se vzdáleností od východních hranic, kde je stále aktuální a otevřená sudetská otázka, narůstá lhostejnost a poměrně značná nevědomost ve vztahu k společenskému dění v zemích bývalého východního bloku (ekvivalent ke slovnímu spojení „španělská vesnice“ tvoří výraz „böhmischer Dorf“ pro označení něčeho neznámého).

Nepopíratelně větší sympatie jsou v České republice pociťovány k Rakousku (v červnu 1995 byl poměr sympatií a antipatií k Rakušanům 82:3 a k Němcům 48:23, průzkum byl proveden IVVM). M. Kunštát vidí v aktuálním česko-rakouském bilaterálním vztahu nejvýraznějším problémem alergii na otevírání sudetoněmecké otázky (sudetských Rakušanů) v České republice a pocit ohrožení atomovými elektrárnami a strach z rostoucí prosperity ČR na straně rakouské.⁴³

Český obraz Poláka není negativní, je ovšem jaksi zamlžený ve srovnání s vyhraněnějším obrazem Němce.⁴⁴ Heterostereotyp Poláka v českém prostředí je ovlivněn zkušenostmi z tržišť („šmelinář“, „kšeftář“, „pašerák“, „lenivý“), jako těžce pochopitelné je nazíráno přehnané národní citění.⁴⁵ Regionem nejintenzivnějších kontaktů je Těšínsko, kde polské averze a pocity křivdy vůči Čechům silně převládají nad spíše kladnými postoji z české strany.

Poláci oceňují u Čechů pozitivně vztah k práci, pohostinnost, přátelskost (zejména u Moravanů), uznávají hospodářskou sféru ČR, na rozdíl od sféry politické, kde odsuzují přílišný sklon ke kompromisům, poddajnost až zbabělost. Průměrný

⁴¹ Jaworski, R.: c.d., s. 67.

⁴² Gracová, B.: Stereotypy Čechů a Poláků a studující mládež regionu. In: Regionální revue, 4/1996, s. 48.

⁴³ Kunštát, M.: Historické stereotypy v česko-rakouských vztazích. In: Dějiny a současnost, 5/1994, s. 44-46.

⁴⁴ Valenta, J.: Polska i Polacy w oczach Czechów. In: Dzieje Najnowsze, 2/1995.

⁴⁵ Gracová, B.: c.d., s. 50.

³⁹ Tamtéž, s. 76.

⁴⁰ Loewenstein, B.: c.d., s. 72.

Čech je maloměšťácký „Pepiczek“, „Szwejk“, který pojídá knedlíky a pije pivo, dobrosrdečný, avšak bez vyšších zájmů.⁴⁶

Bližší je Polákům obraz Slováka (pohostinný, katolík, miluje svou zemi, rád si vypije). Mezi Poláky je rozšířena představa, že by Slováci raději žili v jednom státě s Poláky než s Čechy.⁴⁷

Předmětem pohrdání a vtipkování je na obou stranách národní jazyk.⁴⁸ Nejoblíbenějším sousedem Čechů jsou Slováci (tradičně největší sympatie získávají na Ostravsku oproti zdrženlivějším Pražanům). Josef Alan vidí jistou asymetrii v česko-slovenských vztazích, kdy na slovenské straně působí vlivy kultury vázané na náboženství a národní solidaritu (slovenský ideokratismus), zatímco v Čechách (s výjimkou jižní Moravy) se prosazují hodnoty spíše pragmatické.⁴⁹

Marián Timoracký konstatuje, že Češi se v dějinách vymezovali vůči německé kultuře, docházelo k vzájemnému ovlivňování a obohacování. Naproti tomu Slováci se potýkali se dvěma kulturami – maďarskou a českou. V prvním případě šlo o směřování *proti* mocensko-politické převaze Maďarů, ve vztahu k Čechům byla příznačná koexistence a spolupráce.⁵⁰

Pro mnohé Čechy je Slovensko dodnes „exotickou krajinou“ s Tatrami, slivovicí, brynzovými haluškami a typickým folklorem. Obraz „holopupkára“ (urostlého mládence s holým břichem a valaškou, notujícího si slovenskou lidovou píseň)⁵¹ inspiroval nejednoho spisovatele, malíře či režiséra.

Slováci si na sobě cení nejvíce pohostinnosti, pracovitosti, upřímnosti, pro Čecha je slovenská národní povaha tvořena vlastnostmi spíše negativními (výbojností, nacionalismem, zakomplexovaností).⁵²

Češi přistupují k hodnocení vlastního národního charakteru kritičtěji – vyčítají si závistivost, podřizování se, zbabělost, nejednotnost, neschopnost odhodlat se k odporu v době národního útisku. Pozitivně vnímají pracovitost, šikovnost a tradiční švejkovský smysl pro humor (*švejkovství* je pevně zakořeněno v českém autoi heterostereotypu).

Slovenský heterostereotyp Čecha se podobá pohledu polskému: *vychytralý, povýšený, lenivý, požívačný, chamtivý*, kladně je přijímána především *kulturnost* a *smysl pro humor*.⁵³

2.7. Moderní pojetí evropanství

90. léta představují éru evropanství ve smyslu integrace multikulturního kontinentu v oblasti hospodářské, politické a kulturně-společenské. V zemích Evropské unie se rozvíjí nový vědní obor - *výchova k evropanství*, jehož cílem je formování moderní evropské identity, jež by neměla znamenat překonání existence jednotlivých národních společností ve prospěch univerzálního transnacionalismu (či anacionalismu), nýbrž utváření evropského vědomí na základě respektování zásad demokracie, svobody, solidarity a tolerance a eliminace rasismu, nacionalismu a xenofobie.

Samotný pojem *evropanství* je abstrakcí, jež musí být konkretizována, aby mohly být stanoveny výchovné a výukové cíle a vytvořeny učební osnovy a materiály.⁵⁴ Odbourávání nepřátelských, útočných heterostereotypů a předsudků, vyčleňujících vlastní skupinu jako „lepší“ než skupiny jiné, je smysluplným úkolem evropské výchovy. Východiskem pro možnost cíleného působení ve prospěch tolerance je důkladné poznání ostatních kultur (neboť neznámé je nejčastějším zdrojem xenofobie a nedůvěry), chápání historických a společenských souvislostí a objektivní pohled na vzájemné vztahy.

Nedílnou součástí *výchovy k evropanství* je výuka dějepisu a dalších společenskovedních disciplín na všech typech škol. Vznikají pokusy o sepsání dějin Evropy, postihujících evropskou historii synteticky z globální, nikoliv pouze národní perspektivy.⁵⁵ Pedagogové jsou vzděláváni v oblastech interpretace dějinných událostí a vztahů, protože právě způsob výkladu učiva je ve výchovném procesu často určující a měl by odpovídat zásadám moderní evropské výchovy.

3. Výzkum

3.1. Předmět a cíle výzkumu

Teoretická část této práce je zaměřena na pojetí, genezi a funkce sociálních stereotypů, přičemž zvláštní pozornost je věnována stereotypu národnímu. Zdůraznili jsme aktuální význam utváření nového evropského vědomí v rámci evropské integrace, zejména u mladé generace. Právě proto se *předmětem* našeho výzkumu staly stereotypní obrazy sousedních národů u studující mládeže.

Zajímavé by bylo jistě obohacení výzkumu o heterostereotypy také geograficky vzdálenějších evropských národů, neboť fyzická a kulturní blízkost a vzájemné kontakty nejsou vždy „totožné“ (k dispozici bychom měli pro srovnání výsledky

⁴⁶ Tamtéž, s. 51.

⁴⁷ Godlewski, P.: Polskie widzenie Slowaków. In: Dzieje Najnowsze, 2/1995, s. 153.

⁴⁸ Gracová, B.: c.d., s. 53.

⁴⁹ Gál, F.: Dnešní krize česko-slovenských vztahů. SLON, Praha 1992, s. 5.

⁵⁰ Tamtéž, s. 67.

⁵¹ Tamtéž, s. 71.

⁵² Tamtéž, s. 74.

⁵³ Tamtéž, s. 77-78.

⁵⁴ Krejčí, J.: Die Suche nach einer neuen nationalen und europäischen Identität bei Deutschen, Tschechen und Polen. Peter Lang, Frankfurt am Main 1995, s. 121.

⁵⁵ Dějiny Evropy. Napsáno dvanácti evropskými historiky. Argo, Praha 1995.