

Über die Deutschland- und Deutschenbilder japanischer Deutschstudenten und -studentinnen¹⁾

Matthias Grünewald

この論文は、ドイツ語を履修し、1998年夏に1月間ドイツでドイツ語研修に参加した、18名の松山大学生を対象としたアンケート調査を基にしている。アンケート調査は研修の前後に各々一度行った。調査したのは、ドイツとドイツ人についてのイメージ、さらにそれが研修によってどう変化したかである。結果は以下の4点に要約できよう。

1. ドイツとドイツ人についてのイメージは、伝統的な、かなりポジティブな観念や属性によって強く方向づけられているが、全ての点でそれと対応しているわけではない。
2. 語学の授業が、既存のステレオタイプなイメージをある程度まで修正するきっかけとなり、修正を促進することがありえる。
3. 学生が抱いているドイツとドイツ人についての伝統的なイメージは、1ヶ月のドイツ滞在ではわずかしかわらない。
4. ドイツ滞在はドイツとドイツ語学習への興味を促進するため、さらにドイツと関わっていくための触媒的效果をもっている。

1. Einleitung

Japan ist eines der wenigen Länder und wohl das einzige mit einer

1) Ich möchte mich bei meinen Kollegen Taki Yukiko und Matsuo Hiroshi insbesondere für ihre Hilfe bei den notwendigen Übersetzungsarbeiten herzlich bedanken. Ohne sie wäre diese Studie nicht möglich gewesen.

solchen geographischen und kulturellen Distanz, in dem Deutsch als Fremdsprache über Jahrzehnte hinweg zum festen Kanon der Fremdsprachen in der universitären Ausbildung gehört. Von den grob geschätzt 16-18 Millionen Deutschlernenden weltweit machen die japanischen Deutschstudierenden mit jährlich etwa 350 000-400 000 (vgl. Bauer 1989) einen erheblichen Anteil aus. Allein dies begründet schon das Interesse, dass das Fach Deutsch als Fremdsprache an einer Fundierung und Verbesserung der Lehr- und Lernsituation des Deutschen in Japan haben sollte.

Allerdings wurde die aus historischen Gründen starke Stellung des Deutschen lange Zeit als Tatsache genommen, die keiner weiteren Begründung und Legitimation bedurfte. Man studierte eben Deutsch, es galt als Zeichen von Bildungsinteresse und Persönlichkeitsstärkung. Diese Situation änderte sich nach dem Zweiten Weltkrieg mit dem unaufhaltsamen Aufstieg von Englisch als erster Fremdsprache. Dennoch blieb die starke Stellung des Deutschen weitgehend unangetastet, was auch zu einer Stagnation innerhalb des Faches beitrug. Erst in den letzten zehn Jahren änderte sich die Situation radikal. Dies hatte neben der zunehmenden Dominanz von Englisch insbesondere zwei Gründe:

1. Die Änderung des Hochschulgenehmigungsgesetzes 1991 mit der Aufhebung der Verpflichtung für die Studierenden, in den ersten zwei allgemeinbildenden Studienjahren zwei Fremdsprachen zu lernen.
2. Das zunehmende Angebot an insbesondere asiatischen Fremdsprachen und die dadurch einsetzende Konkurrenzsituation.

Zur Sicherung der Stellung des Deutschen in Japan wird man also in Zukunft stärker inhaltlich begründet für die Wahl von Deutsch als Fremdsprache werben müssen. Um dies aber effektiv zu gestalten, ist eine Erforschung der Motivationen und Interessen der möglichen Klientel notwendig.

Eng damit verknüpft sind jedoch auch die Vorstellungen von Deutschland, mit denen die zukünftigen Studierenden an die Wahl ihrer Fremdsprachen herangehen und die sie im Laufe ihres Deutschstudiums entwickeln.

2. Zur Motivation für die Wahl von Deutsch als Fremdsprache

Die Frage, aus welchen Gründen Studierende in Japan, die im Rahmen des allgemeinbildenden Grundstudiums zum Studium einer zweiten Fremdsprache verpflichtet sind, Deutsch wählen, ist in der Vergangenheit bereits mehrmals - deutlich unterschiedlich fundiert - empirisch untersucht worden (z. B. Takuma 1989; Bauer 1989; Honda 1994; Tamaoka/Menzel 1996; Christ-Kagoshima 1996). Diese Untersuchungen wurden jedoch bis auf Honda (1994) vor der Änderung des Hochschulgenehmigungsstandards 1991 durchgeführt oder diese Veränderung spielte keine explizite Rolle (Tamaoka/Menzel 1996; Christ-Kagoshima 1996).

Die Untersuchungen kommen übereinstimmend zu dem Ergebnis, dass insgesamt „das Motivationsbewußtsein der Studenten sehr vage“ (Bauer 1989: 210) ist. Bei den Befragungen stellt die Antwortmöglichkeit „weiß nicht“ oder „keine Angabe“ meistens die größte Gruppe dar und auch sonst geben die Antworten keine sehr deutlichen Hinweise.

In der von Bauer (1989) beschriebenen Untersuchung des Goethe-Instituts Tokyo hatten 22% angegeben, dass Deutsch wichtig sei, weil es im Zusammenhang mit dem jeweiligen Studienfach stehe. 15% nannten als Grund, dass es eben üblich sei, Deutsch zu studieren. Für 11% war ausschlaggebend, dass Deutsch ihnen relativ einfach erscheint und 8% gaben als damit eng verbundenen Grund die sprachliche Verwandtschaft mit

Englisch an.

Auf die Nähe zum Englischen als Motiv wird auch ohne Angabe von Zahlen in der Untersuchung von Tamaoka/Menzel (1996) hingewiesen. In der Untersuchung von Honda (1994) interessierte sich etwa ein Drittel für die deutsche Sprache, die deutschsprachigen Länder und deren Kultur, während auch hier ca. 11% den vermuteten geringen Schwierigkeitsgrad als Begründung nannten. Der Nutzen für das Hauptfach fiel bei Honda mit etwa 6% dagegen niedrig aus.

Dabei weist Bauer (1989) darauf hin, dass die Studierenden die zweite Fremdsprache durchaus nicht als übermäßige Belastung empfinden. Allerdings haben sie selten pragmatische Gründe, sondern sehen sie als Möglichkeit des Wissens- und Erfahrungserwerbs, ohne dabei jedoch ein übermäßiges Engagement entwickeln zu wollen. Honda (1989) führt an, dass die Motivation der Studierenden im ersten Studienjahr noch relativ hoch sei, dann jedoch deutlich absinke.

Die Frage, ob die Anwendungsmöglichkeit von Deutsch im Rahmen eines Deutschlandaufenthalts die Wahl von Deutsch beeinflusst, wird in den genannten Untersuchungen sehr unterschiedlich beantwortet. Während sie in der Untersuchung des Goethe-Instituts nur von 9% der Befragten bejaht wird, sehen bei Honda (1994) etwa 85% eine solche Möglichkeit und auch bei Christ-Kagoshima (1996) kann sich die überwiegende Mehrheit einen solchen praktischen Nutzen vorstellen²⁾.

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass die Gründe für die Wahl von Deutsch als zweiter Fremdsprache sehr unklar und meist von den

2) Es soll an dieser Stelle nicht verhehlt werden, dass die Darstell- und Vergleichbarkeit der in diesem Kapitel genannten Untersuchungen wegen z. T. gravierender Erhebungs- und Beschreibungsmängel sehr schwierig ist.

Studenten selbst nicht reflektiert worden sind. Ein breit gefächertes, diffuses Interesse an den deutschsprachigen Ländern und der Wunsch, im Rahmen des Studiums durch die Wahl von Deutsch nicht allzu sehr gefordert zu sein, scheinen insgesamt keine eindeutigen Aussagen und Schlüsse möglich zu machen.

3. Bisherige Untersuchungen zum Deutschland- und Deutschenbild der Japaner

Detailliertere Forschungen zum Deutschland- und Deutschenbild von japanischen Studierenden liegen bisher nicht vor³⁾. Rückfragen bei Fachkollegen sowie die Tatsache, dass landeskundliche und kulturkontrastive Aspekte in der japanischen Germanistik bisher nur eine sehr geringe Rolle gespielt haben, lassen jedoch die begründete Annahme zu, dass dieser Bereich bisher nicht erforscht wurde.

In der deutschsprachigen Fachliteratur finden sich zwei relevante Publikationen, die in ausführlicher Art und Weise das Deutschenbild im Ausland thematisieren. Während bei Trautmann (1991) lediglich das Deutschenbild in ausgewählten europäischen Ländern sowie den USA untersucht wird und es daher für diesen Zweck keine ergiebige Quelle darstellt, beinhaltet die Publikation von Koch-Hillebrecht (1977) auch eine japanspezifische Untersuchung. Er fasst den Grundtenor seiner Befragung von 1 432 Probanden gleich zu Beginn zusammen :

3) Allerdings muss angemerkt werden, dass mir die japanische Fachliteratur aus sprachlichen Gründen weitgehend verschlossen bleibt.

„Die Japaner haben gegenüber den Deutschen fast ungebrochen freundschaftliche Gefühle. Die Deutschen sind eines der wenigen Völker, zu denen das gute Verhältnis nicht getrübt ist.“

(Koch-Hillebrecht 1977 : 80f)

Diese positive Grundeinstellung vieler Japaner lässt sich bis heute in fast jedem Beitrag finden, der sich mit dieser Frage auseinandersetzt (z. B. Opitz 1980 ; Iida 1987)⁴⁾. So behauptet Ezawa (1980 : 209) : „Die Deutschen sind ein überlegenes Volk“, und auch Zahl (1980 : 181) meint mit einem Fokus auf politisch-wirtschaftliche Aspekte in japanischen Zeitungen und Zeitschriften : „Insgesamt steht das japanische Image der Bundesrepublik Deutschland trotz aller Widersprüchlichkeiten unter günstigen Aspekten.“

Kreiner (1984) fasst in seinem Aufsatz eine Vielzahl von japanischen und deutschen Untersuchungen zusammen. Demnach sind die Träger des positiven Bildes vor allem Männer mit einem höheren Bildungsstand, die insbesondere in städtischen Ballungsgebieten wohnen und eher mit progressiven Parteien sympathisieren. Über die Altersgruppe gibt es unterschiedliche Angaben : Findet sich bei Koch-Hillebrecht (1977) der Hinweis, dass die Kriegsgeneration den Deutschen gegenüber positiver eingestellt ist als die danach Geborenen, so verweist Kreiner auf andere Datenhinweise. An neutralen Gewohnheiten der Deutschen werden bei Koch-Hillebrecht (1977) besonders der Verzehr von Kartoffeln, dunklem Brot und Bier genannt sowie die Körpereigenschaften blond und groß.

4) Eine gewisse Ausnahme bildet Rahn (1980), der aus zwei in den siebziger Jahren erschienenen japanischen Werken mit kulturanthropologischer Ausrichtung sowie einem Reiseführer zitiert und eine insgesamt sehr reservierte, eher negativ orientierte Darstellung dokumentiert.

Als positive Eigenschaften ergeben sich aus den genannten Untersuchungen und Beiträgen: Stärke, Sauberkeit, Ordnungsliebe, Rationalität, Vernunftdenken, Intelligenz, Intellektualität, methodisches und stringentes Handeln, Wissenschaftsorientierung, Gründlichkeit, Fleiß, Arbeits-eifer, Planungsgeist, Zuverlässigkeit, Leistungsfähigkeit, Willensstärke, Gesetzesorientierung, Obrigkeitsdenken, Patriotismus, Sparsamkeit, Bescheidenheit, Schlichtheit, Ernst, Tiefgründigkeit, Nüchternheit, Schweigsamkeit, Introvertiertheit, Liebe zur Musik.

Koch-Hillebrecht (1977 : 83) sieht in den positiven Charakterisierungen den durch die Deutschen verkörperten sublimierten Wunsch der Japaner nach traditionellen Werten und einem eher agrarisch und naturverbundenen Leben und spricht von der „altfränkischen Note im japanischen Deutschlandbild.“ Auch Picht betont, dass „das deutsche Japanbild vor allem deutsch, das japanische Deutschlandbild vor allem japanisch“ ist (Schwarz 1981 : 30).

Die eher positiven Eigenschaften gehen jedoch fließend über in negative Charakteristika wie starrsinnig, streitsüchtig, aggressiv, rechthaberisch, theorieversessen, humorlos, mangelndes ästhetisches Gefühl, räsonierend, selbstdarstellend, prahlerisch, konfrontativ, misstrauisch, furchteinflößend und Menschen mit scharfem Blick.

Die Gefühle der Japaner gegenüber den Deutschen sind also durchaus sehr ambivalent. Auf der einen Seite führt Kreiner (1984 : 86) die „immer wieder zitierte ‘geistige Verwandtschaft’ oder ‘geheime Seelenverwandtschaft’ beider Völker“ an, auf der anderen Seite schließt Ezawa (1980 : 212) seinen insgesamt sehr positiven, klischeehaften Artikel mit den Worten :

„Das ist eine Welt, wo zwischen Leben und Theorie kein Unterschied

gemacht wird. Das ist eine Welt, wo nicht die Sittlichkeit, sondern das Gesetz, nicht die Person, sondern die Logik herrscht. Das ist eine Welt, die fast umgekehrt ist zu der der japanischen Menschen.“

In den genannten Kennzeichen spiegelt sich nach Koch-Hillebrecht (1977) auch die ambivalente Gefühlslage der Japaner gegenüber der Amerikanisierung wider, gegen die die Deutschen als ehemaliger Verbündeter im Zweiten Weltkrieg den konservativen Gegenpol bilden. Die Ende der siebziger Jahre noch sehr lebendige Erinnerung im kollektiven Gedächtnis wird auch deutlich bei der Frage nach bekannten Deutschen, bei der Hitler mit Abstand vor Adenauer, Beethoven, Goethe und Bach dominierte. Es ist innerhalb dieser Logik nur stringent, wenn Hitler neben nicht zu übersehenen kritischen und ablehnenden Stimmen von einem nicht unerheblichen Teil der Befragten mit positiven Eigenschaften gekennzeichnet wird.

Bauer (1989 : 215) fasst zwölf Jahre später die Untersuchung von Ober- und Kursteilnehmern am Goethe-Institut Tokyo wie folgt zusammen :

„Die alten Klischees, die tief sitzen, werden hier bestätigt. [...] Immerhin ist das Image der Bundesrepublik kein negatives (Hitler und der Nationalsozialismus sind ohne Einfluß), wenn auch ein sehr traditionelles und, wie gesagt, unreflektiertes.“

Kreiner (1984 : 98) sieht die Persistenz tradierter Bilder vor allem in dem Mangel an Kontaktmöglichkeiten und aktuellen Nachrichten :

„Dieses Fehlen neuerer Informationen - bzw. die aufgrund älterer

Stereotype getroffene Auswahl bestimmter Arten und Themen der Information - ist dafür verantwortlich, daß auf beiden Seiten das etwa in der Zeit vor dem Ersten Weltkrieg bis spätestens den dreißiger Jahren geprägte feste Image so schwer zu verändern ist und immer wieder reproduziert wird.“

Eine Schwierigkeit besteht allerdings in der Vermischung bzw. Trennung von Deutschland- und Deutschenbild. Kreiner (1984: 101) betont, dass „der Unterschied zwischen der Einstufung von Volk und Land zuungunsten der Bundesrepublik“ ausfällt: „Als Land ist sie uninteressant!“

Auch in einer 1997 im Auftrag der japanischen Regierung durchgeführten Befragung von 6 000 Japanern und Japanerinnen wird Deutschland erst an neunter Stelle der Länder mit ausgesprochen schöner Natur genannt (14,1%) und bei der Frage nach kulturell oder historisch interessanten Sehenswürdigkeiten rangiert Deutschland für die Japaner nur an siebter Stelle (28,9%). Deutschland wird dabei von 16,5% als sicheres (9. Rang) und von 10,2% als touristenfreundliches (8. Rang) Land bezeichnet.

4. Deutschland- oder Deutschenbild? Überlegungen zum Begriff des Stereotyps

Die Schwierigkeit bei der Beantwortung der Frage, ob das Deutschland- oder das Deutschenbild im Vordergrund des Interesses stehen sollte, liegt darin, dass beide Begriffe sich nur höchst schwer voneinander trennen lassen und zu großen Teilen überschneiden. Im Allgemeinen stellt das Deutschlandbild den allgemeineren Begriff dar, der trotz der oben genannten Unterschiede zumindest zum Teil auch die Vorstellungen über die

Bevölkerung, ihre Charaktereigenschaften, Verhaltensweisen und Mentalität umfasst. Gerade für die hinter der Studie stehende Fragestellung, wie die Vorstellungen über Deutschland und die Deutschen mit dem Deutschlernen verbunden sind, ist jedoch die Frage nach den Bildern und Vorstellungen von Deutschen zentraler, beinhaltet sie doch den Einfluss auf kommunikative Situationen, in die die Deutschlernenden kommen werden (vor einer Reise), gekommen sind (nach einer Reise) oder kommen können. Interessant – um es pointiert auszudrücken – wird jede Vorstellung über ein Land erst, wenn es zu einem Kontakt mit den Bewohnern kommt. Dies kann im Rahmen einer Reise geschehen oder bei Geschäftskontakten, ja selbst beim Literaturstudium stehen Autor oder Autorin als Repräsentanten des kulturellen Hintergrunds hinter dem Werk und kommunizieren somit als Kulturvertretende mit den Lesenden. Auch bei der Frage nach Sympathie oder Antipathie richtet sich dies eher auf die Bevölkerung und nicht auf das Land als solches.

Eine genaue Trennschärfe zwischen Wissen und eher diffusen Vorstellungen gibt es dabei sicherlich nicht. Dennoch liegt der Schwerpunkt der präsentierten Fragebögen und der Interviews eindeutig auf der diffusen Ebene, da diese stärker als Realien mit Emotionen und Affekten verknüpft ist.

Gesucht werden also die Stereotypen der Studierenden. Die Abgrenzung zum Begriff des Vorurteils ist dabei schwierig, da es in der Forschung höchst unterschiedliche und sich überschneidende Definitionen gibt. Im Allgemeinen werden Stereotypen als Voraussetzung für Vorurteile gesehen (vgl. Zick 1997). Während letztere jedoch meist negativ klassifiziert werden, können Stereotypen durchaus positiv sein. Sie sind demnach allgemein kognitive Konzepte, die Generalisierungen über andere Personen

und Gruppen von Menschen darstellen (vgl. Hamilton/Stroessner/Driscoll 1994), bzw. sozial geteilte Überzeugungen (beliefs) über Personenmerkmale (traits) und Verhaltensweisen (acts) einer Outgroup (vgl. Leyens/Yzerbyt/Schadron 1994). Inwieweit für die Definition von Stereotypen ein real erfahrener Hintergrund vorhanden sein muss, ist aus der Literatur nicht ersichtlich⁵⁾. Für die vorliegende Studie ist auf jeden Fall der Begriff Stereotyp dem des Vorurteils vorzuziehen, da wie oben beschrieben die grundsätzliche Einstellung der Japaner gegenüber den Deutschen als tendenziell eher positiv beschrieben werden kann.

5. Ziele der Studie, methodologisch-methodische Überlegungen und Fragebogenkonzeption

Als Untersuchungsziele der Studie können zwei explizite und ein implizites genannt werden. Ermittelt werden sollte

1. das Deutschland- und Deutschenbild einer ausgewählten Gruppe von japanischen Deutschstudierenden,
2. der Einfluss eines vierwöchigen Sprachaufenthalts in Deutschland auf das Deutschland- und Deutschenbild und der Einfluss auf die Motivation zum Deutschlernen,
3. eine Einschätzung über die Angemessenheit des methodologisch-methodischen Vorgehens bei der Untersuchung der oben genannten Ziele.

Bei dieser Studie handelt es sich um eine sehr begrenzte Kombination quantitativer und qualitativer Methoden. Die Frage, welches methodische Vorgehen jeweils angemessen ist, kann grundsätzlich nur anhand des kon-

5) Vgl. die knappe und gute Zusammenfassung bei Zick (1997 : 44f)

kreten Falls und Forschungsinteresses beantwortet werden. Im Allgemeinen werden qualitative Methoden eher als hypothesengenerierend, quantitative Verfahren dagegen als hypothesentestend angesehen, jedoch gibt es mittlerweile auch vermittelnde Positionen und Vorschläge zu Quantifizierungsmöglichkeiten für qualitative Daten (vgl. Nunan 1992). Darüber hinaus spielt eine große Rolle, ob eher eine Querschnitts-, Longitudinal- oder Vergleichstudie der Zielrichtung einer Untersuchung entspricht.

Des weiteren ist unstrittig, dass vor der Durchführung einer Fragebogenuntersuchung die vorhergehende Überprüfung des Instrumentariums im Rahmen einer Pilotstudie notwendig ist (vgl. Kirschhofer-Bozenhardt/Kaplitza 1986; Griffiee 1998). Insbesondere muss durch eine solche Pilotstudie die Überprüfung der Angemessenheit der Fragen und ihre eventuelle Korrektur erfolgen. Griffiee (1998) führt hier vier verschiedene Wege an:

1. Korrelation von Fragen, die der Überprüfung desselben Testpunkts dienen
2. Berechnung der Alpha-Reliabilität der verschiedenen Teile des Fragebogens⁶⁾
3. Befragung von Kontrollpersonen (bei classroom research: Studierende) über die von ihnen angenommene Bedeutung der einzelnen Fragen
4. Durchführung einer Faktoranalyse (FA) als einer Form von multivariater Korrelation

Da es sich im vorliegenden Fall um die erste Durchführung der Studie handelt, kann ihr also höchstens der Rang einer Pilotstudie zugemessen werden. Im konkreten Fall war die Methodenwahl zudem durch die zeitli-

6) Die Alpha-Reliabilität ist das Verhältnis zwischen der Anzahl der Testpunkte (meistens, aber nicht immer Fragen) und der Korrelation zwischen den Testpunkten.

chen Umstände und aus sprachlichen Gründen von vornherein eingeschränkt. Im Rahmen der Möglichkeiten wurde daher ein zweigleisiges Vorgehen gewählt :

18 (Fragebogen 1) bzw. 15 (Fragebogen 2) Probanden füllten eine Woche vor und fünf Wochen nach der Reise jeweils einen in Japanisch verfassten Fragebogen aus, dessen Beantwortung ca. eine halbe Stunde dauerte. Die Fragen waren je etwa zur Hälfte als freie, offene Fragen konzipiert, die von den Probanden ebenfalls in Japanisch beantwortet wurden, zur anderen Hälfte als Multiple-Choice-Fragen oder Skalierungen auf einer fünfteiligen Likert-Skala. Die Fragebögen wurden anonym und freiwillig ausgefüllt, ein Abbruch war jederzeit möglich.

Fragebogen 1 bestand aus 36 Fragen (15 geschlossene/21 offene) und beinhaltete Fragen zu folgenden Bereichen :

- Motivation und Einstellung zum Deutschstudium
- Informationsquellen über Deutschland und die Deutschen
- Informationen, Assoziationen und Stereotypen über Deutschland
- Informationen, Assoziationen und Stereotypen über Deutsche
- Kontrastive Fragen zu Japan und Deutschland
- Interessengebiete und Gefühle bzgl. der Deutschlandreise

Fragebogen 2 bestand aus 22 Fragen (12 geschlossene/10 offene) zu folgenden Bereichen :

- Kontakte der Probanden in Deutschland
- Informationen, Assoziationen und Stereotypen über Deutschland
- Informationen, Assoziationen und Stereotypen über Deutsche
- Kontrastive Fragen zu Japan und Deutschland
- Reisereflexion und Auswirkungen auf das Interesse an Deutschland und der Sprache Deutsch

Die Fragebögen unterschieden sich bis auf vier Fragen (2 geschlossene/ 2 offene).

Zudem wurden ebenfalls vor und nach der Reise Interviews mit zwei weiblichen Probanden durchgeführt. Eine war Mitglied der Reisegruppe, die andere fuhr alleine nach Deutschland, um dort ebenfalls einen Sprachkurs zu besuchen. Die Interviews dauerten jeweils etwa 80 Minuten, fanden in meinem Büro statt, wurden mit Kassettenrekorder aufgezeichnet und später transkribiert. Als Übersetzer fungierte ein japanischer Kollege, dessen deutsche Sprachkompetenz und -performanz sehr gut ist. Die Aussagen dieser Interviews entsprachen insgesamt den Ergebnissen der Fragebögen und werden in die folgende Darstellung nicht einbezogen.

6. Beschreibung der Untersuchungsgruppe, der Reisevorbereitung und des Reiseverlaufs

Die Probanden sind Studierende der Universität Matsuyama. Die meisten der mittels Fragebogen Befragten befanden sich zum Zeitpunkt der ersten Befragung am Ende des ersten Studienjahres (11). Die anderen studierten 1 1/2 Jahre (1), 2 Jahre (3) bzw. 3 Jahre (3) Deutsch. Dem Studienjahr entsprechend lag ihr Alter zwischen 19 und 22 Jahren, wobei das Gros 20 Jahre alt war. 12 sind weiblichen und 6 männlichen Geschlechts. Das dominierende Studienhauptfach ist Wirtschaftswissenschaften, jedoch spielen die Studienfächer im japanischen Hochschulsystem eine eher untergeordnete Rolle. Der soziale Hintergrund oder die Hobbys der Probanden sind ebenso wenig bekannt wie ihre Herkunftsorte. Die überwiegende Mehrheit der Studierenden an der Universität Matsuyama kommt aber aus dem eher provinziellen Matsuyama oder der näheren Umgebung.

Im Allgemeinen kommen die Deutschstudierenden mit Beginn ihres Deutschstudiums zum ersten Mal überhaupt in Kontakt mit einem Erstsprachler. Zuvor haben sie als Informationsquellen lediglich Medien wie Fernsehen oder Zeitungen, ihre Schule und ihre Eltern. Über die Quantität und Qualität der Informationen, die sie von dieser Seite über Deutschland und die Deutschen erhalten, ist wenig bekannt. Im Rahmen ihres Deutschstudiums haben die Studierenden dann zweimal pro Woche zwei Unterrichtsstunden Deutsch, was einem jährlichen Umfang von etwa 100 Unterrichtsbzw. 75 Zeitstunden entspricht. Insgesamt kann also angenommen werden, dass ihr Wissen über Deutschland gering ist. Dass dies nicht unbedingt mit der Nichtexistenz von Stereotypen gleichzusetzen ist, ist aus der Vorurteilsforschung hinreichend bekannt. Grundsätzlich war davon auszugehen, dass die Probanden allein schon wegen ihrer Wahl von Deutschland als Reiseziel besser als der Durchschnitt informiert sind und ein eher positives Bild haben.

Die Sprachkursreise selber gibt es erst im zweiten Jahr. 1997 fuhren 26, 1998 18 Studierende nach Prien bei München an das dort ansässige Goethe-Institut (GI). Voraussetzung für eine Reisetilnahme sind lediglich ein mindestens einjähriges Deutschstudium sowie eine Gesundheitsprüfung. Die Reise selber wird zwar von der Universität organisiert, eine unmittelbare finanzielle Unterstützung im Sinne eines Stipendiums erhalten die Studierenden jedoch nicht. Die Universität trägt die Kosten für die Verhandlungen mit dem GI, die Reisekosten des Begleiters sowie eine Unfallversicherung für die Studierenden. Das GI stellt darüber hinaus die Unterkunft für den Reisebegleiter. Die Kosten für die Studierenden sind somit ziemlich hoch, sie belaufen sich insgesamt auf etwa 450 000 Yen, was beim

gegenwärtigen Wechselkurs etwa 6 500 DM entspricht.

Zur Vorbereitung gab es sechs organisatorische Treffen, an denen auch der Reisebegleiter, in beiden Jahren einer der japanischen Deutschprofessoren, teilnahm. Darüber hinaus gab es ein Treffen mit der Gruppe des Vorjahres, bei dem die neue Gruppe Fragen stellen konnte.

Die inhaltliche Vorbereitung insbesondere auch landeskundlicher Art erfolgte in einem Seminar, das von der überwiegenden Mehrheit der Gruppe besucht wurde. Hier wurden neben der Spracharbeit mit Hilfe von Videos und Texten Informationen über Lebens- und Verhaltensweisen der Deutschen, Sehenswürdigkeiten usw. gegeben. Für alle Teilnehmer handelte es sich im übrigen um den ersten Auslandsaufenthalt ihres Lebens.

Die Reise selber führte zuerst nach Frankfurt, von wo aus die Gruppe direkt nach Prien fuhr. Elf Studierende waren im institutseigenen Wohnheim, sieben bei Familien untergebracht, wo sie zum Teil mit Sprachkurs teilnehmenden (KT) aus anderen Ländern zusammen ein Zimmer bewohnten.

Nach einer Einstufung erfolgte eine Einteilung in die Grundstufen I und 2, wo sie jeweils etwa die Hälfte der KT ausmachten. Die anderen der insgesamt pro Klasse etwa 20 KT kamen aus sehr verschiedenen Nationen und waren individuell angereist. Der Tagesablauf gestaltete sich wie folgt :

Der Unterricht fand morgens von 8.30 Uhr bis 13.00 Uhr statt. Inhaltlich stand Sprachunterricht im Vordergrund. Der Nachmittag war unterrichtsfrei, allerdings war von den japanischen Organisatoren zweimal pro Woche ein landeskundlich orientierter Zusatzunterricht organisiert worden. Dieser Unterricht wurde von Praktikantinnen des GI durchgeführt und beschäftigte sich mit deutscher Nachkriegsgeschichte, deutschen Festen,

deutschem Essen und Essgewohnheiten sowie Tipps für den Alltag. Er wurde nur von den japanischen Studierenden besucht und war für diese obligatorisch. Vom GI wurde am Nachmittag zudem ein reichhaltiges Zusatzprogramm angeboten, das von den japanischen Studierenden rege in Anspruch genommen wurde. Es beinhaltete Fahrten in die Städte der näheren Umgebung, Filme, Volleyball und andere Sportangebote sowie eine Stadtführung in Prien.

Die Wochenenden waren ohne Programmangebot. Die Studierenden nutzten sie zu Fahrten in verschiedene Städte und zu Sehenswürdigkeiten in Deutschland, Österreich und der Schweiz, wobei sie meistens in kleineren Gruppen ohne Beteiligung von KT anderer Nationalität reisten. Am Ende des Aufenthalts in Deutschland fuhren sie und der Begleiter dann nach Heidelberg, an den Rhein bei Kochem und nach Köln. An allen drei Orten gab es jeweils eine Übernachtung. Von Köln fuhr die Gruppe nach Frankfurt, von wo aus sie die Rückreise nach Matsuyama antraten.

7. Zusammenfassung und Interpretation der Ergebnisse

Die folgende Zusammenfassung konzentriert sich auf die wichtigsten Ergebnisse. Die genannten Prozentzahlen beziehen sich dabei immer auf die Gesamtzahl der Äußerungen für eine Frage.

Fragebogen 1 (18 Befragte) :

Motivation und Einstellung zum Deutschstudium

Dominant sind das Interesse an der deutschen Sprache (38,1%), einer Deutschlandreise (21,4%) sowie der Kultur (16,7%). Politik, Soziales und Literatur dagegen finden kein Interesse. Deutsch wird als schwieriger als

erwartet empfunden (83,3%). Dies beeinträchtigt aber nicht das Interesse an Deutschland (88,9%) und der Sprache Deutsch (66,7%).

Informationsquellen über Deutschland und die Deutschen

Dominant sind Informationen im Deutschunterricht (25,4%), aus Sprachbüchern (19%), öffentlichen Medien (19%) sowie aus Reiseführern (17,5%). Deutsche Filme, Institutionen wie DAAD oder Goethe-Institut sowie deutsche Literatur sind dagegen keine oder nur sehr geringe Informationsträger. Befragt nach Veränderungen im Laufe des Deutschstudiums werden diese als erheblich bezeichnet (66,7%), wobei der Kontakt mit Erstsprachlern, d. h. besonders mit der deutschen Lehrkraft, als wichtigster Grund genannt wird (55%).

Informationen, Assoziationen und Stereotypen über Deutschland

Bei einer Cluster-Bildung dominieren im Bereich Literatur und Musik die Klassiker Goethe, Beethoven und Bach, im Bereich Essen und Trinken Bier, Wein und Wurst, im Bereich Geschichte deutlich der Nationalsozialismus, im Bereich Gebäude Schlösser, andere historische Gebäude, Klinker sowie die Berliner Mauer, im Bereich Sport deutlich Fußball, in den Bereichen Wirtschaft und Lebensstil Automarken und Verkehr und im Bereich Natur die Erwartung schöner Städte, Wälder und Seen. Keine Angaben gibt es in Bezug auf Politik, Gesellschaft und Kultur. Bei der Frage nach drei aktuellen politischen, wirtschaftlichen und sozialen Problemen werden mit Abstand wirtschaftliche Schwierigkeiten wie Arbeitslosigkeit und Ost-West-Vereinigung genannt (55,5%), außerdem Umwelt- (22%) und Ausländerpolitik (16,7%). Über das Parteiensystem und politische Amtsträger sind die Probanden insgesamt nicht oder nur sehr wenig

informiert.

Die meisten Probanden messen Vorurteilen von Japanern gegenüber Deutschland und den Deutschen keine große Bedeutung bei (50%). Sie halten die Vorurteile in gleichem Maße für positiv und negativ. Der militärischen Allianz im Zweiten Weltkrieg wird politisch auch heute noch Bedeutung beigemessen (44,4%), die Probanden meinen aber, dass es ihre eigenen Vorstellungen von Deutschland und den Deutschen nicht mehr beeinflusst (76,5%). Sie selber halten sich vorwiegend für vorurteilsfrei (66,7%), wobei ihre Vorstellungen dabei deutlich positiv sind (88,9%).

Informationen, Assoziationen und Stereotypen gegenüber Deutschen

Personell dominieren auf die Frage, welche Deutschen die Probanden kennen, verschiedene Fußballer (21,3%), Musiker (16%) und auch Deutschlehrer (17,3%) sowie als Einzelperson Hitler (16%). Offen befragt nach dem Charakter von Deutschen werden vorwiegend positive Eigenschaften wie hart arbeitend (12,8%), stark (10,6%), heiter und freundlich (10,6%), ernsthaft (10,6%) sowie offen (6,4%) genannt, zudem groß (12,8%) als neutrale und unflexibel (4,3%) und stur (4,3%) als negative Eigenschaften. Diese Angaben werden durch die mittels Likert-Skala gemessene Zuordnung von Adjektiven (s. Anhang Abb. 1) und die Frage nach der typischen deutschen Frau bzw. Mann bestätigt und ausdifferenziert.

Die geschlechtliche Gleichberechtigung in Deutschland halten fast alle Probanden im übrigen im persönlichen Leben für verwirklicht (94,4%), in Bezug auf Gleichberechtigung am Arbeitsplatz sind die Meinungen ausgeglichen und für die Politik sehen sie noch erhebliche Defizite (66,7%).

Kontrastive Fragen zu Japan und Deutschland

Befragt nach den Unterschieden in Gesellschaft und Lebensstil sowie dem Verhalten von Deutschen und Japanern werden neben einer Vielzahl von Einzeläußerungen vor allem Trinkgeld (16,6%), Essgewohnheiten (8,3%), Art der Toilettenbenutzung (8,3%) und Rechtsverkehr (8,3%) genannt sowie in einer anderen Frage die Angewohnheit der Deutschen, mehr Gestik und Mimik in der Kommunikation einzusetzen (85,7%).

Interessengebiete und Gefühle bzgl. der Deutschlandreise

Besonders interessiert zeigen sich die Probanden vor allem sehr allgemein am Leben der Deutschen (44,8%) und historischen Sehenswürdigkeiten (27,6%). Als Städte werden besonders häufig Frankfurt (28,6%), Berlin (21,4%), Hamburg (14,2%) und München (14,2%) angegeben.

Die Gefühle in Bezug auf die Reise lassen sich insgesamt als ‚ängstliche Erwartung‘ beschreiben, sie schwanken zwischen der Befürchtung, insbesondere wegen mangelnder Deutschkenntnisse nicht zurechtzukommen und der freudigen Erwartung auf das Neue und Unbekannte. Auch Aspekte der eigenen Persönlichkeitsentwicklung und Horizonterweiterung durch die Reise werden genannt.

Fragebogen 2 (15 Befragte) :*Kontakte der Probanden in Deutschland*

Neun Probanden waren im Studentenwohnheim des GI untergebracht, sechs bei Gastfamilien. Ebenfalls sechs geben an, dass sie starken Kontakt zu Deutschen gehabt hätten, sieben bewerten den Kontakt als nicht so

7) Es besteht allerdings keine Korrelation zwischen der Unterkunftsart und der Einschätzung des Kontakts.

stark⁷⁾. Alle Probanden haben die meiste Zeit außerhalb des Klassenraums mit japanischen und/oder ausländischen Studierenden verbracht, die Kontakte zu Deutschen beschränkten sich auf die Wohnsituation sowie auf Situationen beim Reisen und im Alltag. Befragt nach besonderen Ereignissen während ihres Aufenthalts, werden vorwiegend positive Begebenheiten beschrieben (66,7%). Die Akzeptanz durch die Deutschen wird als durchschnittlich bis eher positiv bezeichnet. Negative Eindrücke entstanden vor allem durch eine gewisse von den Probanden wahrgenommene Ignoranz und Ungeduld der Deutschen wegen der sprachlich begrenzten Ausdrucksfähigkeit der Probanden.

Kontrastive Fragen zu Japan und Deutschland

Ähnlichkeiten in Bezug auf Lebensstil und Kultur werden nicht angegeben. Bei Unterschieden dominieren bei einer Vielzahl von Einzelnennungen die Öffnungszeiten der Geschäfte, die geringe Zahl von Verkaufsautomaten, die Notwendigkeit, Wasser und Tee in Restaurants zu bezahlen, die Zahlungsweise in öffentlichen Verkehrsmitteln, die generell weniger beleuchteten Räume, die Verwendung einer ausgeprägteren Mimik und Gestik, die heitere und nicht so ernsthafte Art der Deutschen, die Angewohnheit, seine Meinung offen zu äußern sowie die Art der Toiletten- und Badbenutzung (s. Anhang Abb. 2)⁸⁾. Der überwiegende Teil der Probanden hatte jedoch keine Schwierigkeiten mit diesen Unterschieden (64,3%).

8) Hier wurden noch die Ergebnisse einer weiteren, offenen Frage nach Unterschieden in Verhalten, Kultur oder Lebensgewohnheiten miteinbezogen.

Informationen, Assoziationen und Stereotypen über Deutschland

In den verschiedenen in Fragebogen 1 genannten Bereichen fühlen sich die Probanden vor allem in Bezug auf Natur (100%), Gebäude (70%), Lebensstil (76,7%) sowie Essen und Trinken (66,7%) besser informiert. Nahezu gar nicht besser informiert sehen sie sich dagegen in den Bereichen Politik⁹⁾ (86,7%), Wirtschaft (83,3%) und Literatur (76,7%).

Informationen, Assoziationen und Stereotypen über Deutsche

Die in Fragebogen 1 genannten Eigenschaften in Bezug auf eine typische deutsche Frau bzw. Mann werden weitgehend bestätigt, Änderungen betonen eher positive Charakteristika. Insbesondere die Eigenschaft der Sturheit und Härte wird geringer bewertet, dafür gibt es einige Einbußen bzgl. der Offenheit.

Reisereflexion und Auswirkungen auf das Interesse an Deutsch

Das Bild von Deutschland und den Deutschen hat sich trotz der ohnehin bestehenden positiven Grundeinstellung durch die Reiseerfahrung noch einmal zum Positiven hin verändert (86,7%). Alle Probanden würden gerne noch einmal nach Deutschland fahren. Ebenfalls alle Probanden geben an, dass die Reise einen guten Einfluss auf die Bereitschaft hat, weiter Deutsch zu lernen.

Interpretation der Ergebnisse

Verglichen mit den eingangs dargestellten traditionellen Vorstellungen kann man feststellen, dass es grundsätzlich eine große Übereinstimmung

9) Dies trotz des Wahlkampfes für die Bundestagswahl, die kurze Zeit später im September stattfand!

mit den Ergebnissen der Studie gibt. Dies betrifft sowohl die positive Grundeinstellung gegenüber Deutschland und den Deutschen als auch die Mehrheit der genannten Charaktereigenschaften. Positiv unterscheiden sich die Äußerungen vor allem in den Bereichen Freundlichkeit, Humor und Offenheit, wobei der Grad der Überzeugung allerdings als eher durchschnittlich bezeichnet werden kann. Auffällig ist auch, dass die Probanden dem Sprachunterricht einen sehr großen Stellenwert bei der Formung ihrer Bilder zusprechen. Ob der tatsächliche Einfluss angesichts der traditionell orientierten Ergebnisse so hoch wie von den Probanden angegeben ist, mag bezweifelt werden, er zeigt jedoch, dass zumindest subjektiv ein solcher Einfluss empfunden wird und deshalb graduelle und punktuelle Modifikationen der Stereotypen im Bereich des Möglichen sind. Auffällig ist auch, dass gedruckte Reiseführer vor einer Reise nach Deutschland eine wichtige Informationsquelle darstellen und deshalb hier von Seiten der begleitenden bzw. beratenden Lehrkräfte eventuell Kaufempfehlungen nach Durchsicht der gängigen Reiseführer gegeben werden könnten.

Positiv hervorzuheben ist, dass die Deutschlandreise für alle Probanden eine interessante und motivierende Erfahrung war und katalysatorische Wirkungen auch für nachfolgende Studierendengenerationen haben kann.

8. Methodologisch-methodische Reflexion und didaktische Konsequenzen

Die Verwendung von Fragebögen zur Erforschung der Deutschland- und Deutschenbilder kann als durchaus erkenntnisfördernd bezeichnet werden. Anzumerken ist - dies zeigte sich auch im Rahmen der in diese Darstellung nicht einbezogenen Interviews -, dass insbesondere im japani-

schen Kontext die durch den Fragebogeneinsatz gewährleistete Anonymität auch zu offeneren Antworten führen kann. Der prinzipielle Nachteil von Fragebögen, d. h. die Unmöglichkeit, Nachfragen zu stellen und Semantiken zu klären, müsste allerdings möglichst durch sich den Fragebögen anschließende Interviews ausgeglichen werden.

Didaktisch stellt sich die grundsätzliche Frage, ob landeskundlich eher interessenorientiert oder kompensatorisch gearbeitet werden sollte. Unabhängig von dieser Frage scheinen die unterrichtsimmanenten Prozesse für das Deutschland- und Deutschenbild von japanischen Deutschstudierenden eine große Rolle zu spielen. Aus diesem Grund ist es trotz der begrenzten Möglichkeiten von großer Bedeutung, dass tradierten und zum Teil idealisierenden Bildern durch einen facettenreichen und auch widersprüchlichen Landeskundeunterricht entgegengewirkt wird. Hierzu gehören sicher auch die exemplarische Sensibilisierung für und das Training von offenen Interpretationsmustern.

9. Zusammenfassung und Forschungsperspektiven

In der Studie wurde die Befragung von 18 Studenten und Studentinnen der Universität Matsuyama dargestellt, die Deutsch als zweite Fremdsprache studieren und im Sommer 1998 einen Monat lang gemeinsam einen Sprachkurs in Deutschland besuchten. Die Studie bestand aus einem Fragebogen vor und einem Fragebogen nach der Reise. Untersucht wurden die Vorstellungen und Bilder von Deutschland und den Deutschen sowie die Veränderungen durch den Aufenthalt. Die Ergebnisse lassen sich wie folgt zusammenfassen:

1. Die Deutschland- und Deutschenbilder orientieren sich stark, aber nicht

in allen Punkten an weitgehend positiven, tradierten Vorstellungen.

2. Eine begrenzte Modifikation von vorhandenen Stereotypisierungen kann durch den Sprachunterricht initiiert und gefördert werden.
3. Die tradierten Vorstellungen der Studierenden über Deutschland und die Deutschen werden durch einen einmonatigen Deutschlandaufenthalt nur geringfügig verändert.
4. Ein Deutschlandaufenthalt fördert das Interesse an Deutschland und am Deutschlernen und kann somit eine motivierende Wirkung für eine weitere Beschäftigung mit dem Land und der Sprache haben.

Eine fundiertere und umfangreichere Untersuchung könnte Hinweise darauf geben, an welchen Stereotypen der Deutschunterricht anzusetzen hat, um durch einen kontrastreichen Unterricht zur Hinterfragung der existierenden Bilder beizutragen.

Die im Unterricht wirksamen methodischen Verfahren, Themen und Fragestellungen können letztlich aber erst dann entwickelt werden, wenn dieser Ausgangspunkt empirisch geklärt ist. So schreiben auch Edmondson/House (1998 : 180), dass die Voraussetzung für didaktische Bemühungen zur Vermeidung interkultureller Missverständnisse ist, "daß relevantes empirisch abgestütztes Wissen über sprachlich-kulturelle Normen und interkulturelle Erwartungen bzw. Stereotypen/Vorurteile vorliegt." Es handelt sich dabei um ein Forschungsprogramm, das nicht von einer Person alleine geleistet werden kann, sondern das die Anstrengungen zahlreicher Germanisten und Germanistinnen sowie Forschenden und Lehrenden im Fach Deutsch als Fremdsprache erfordert, die an einer Weiterentwicklung des Faches Deutsch interessiert sind.

Es würde, grob formuliert, m. E. folgende Untersuchungen umfassen :

- das Deutschlandbild in relevanten Medien, d. h. vor allem Zeitungen und Fernsehprogrammen
- das Deutschlandbild in Schulbüchern
- das Deutschlandbild in Reiseprospekten und Reiseführern
- das Deutschlandbild der Deutschlehrenden an Universitäten
- vergleichende Studien über
 - geographische Unterschiede (Nord-, Zentral-, Süd-; Klein-, Großstadt)
 - sozialstrukturelle Unterschiede (z. B.: Arbeiterfamilie, gehobener Mittelstand)
 - universitäre Unterschiede (z. B.: niedriges Ranking, hohes Ranking)
 - Einfluss des Lehrwerks (z. B.: grammatisch orientiert, kommunikativ orientiert)
 - Einfluss der Lehrenden (z. B. Unterricht mit oder ohne Erstsprachler)
 - Einfluss eines Besuchs im Zielsprachenland (geplant oder vollzogen)

Ein solches Untersuchungsprogramm wäre eine gute und notwendige Ergänzung von den Überlegungen zur interkulturellen Handlungskompetenz, wie sie insbesondere von Sugitani (1996a; 1996b) mit Schwerpunkt auf Kulturstandards angestellt wurden. Es würde zudem genau der Forderung von Althaus (1999: 33) entsprechen, der erst kürzlich auf eine dringende Verstärkung der „regionalen Grundlagenforschung“ hingewiesen hat.

Bibliographie

- Althaus, H. -J. (1999): Landeskunde. Anmerkungen zum Stand der Dinge. In: Informationen Deutsch als Fremdsprache 26, Heft 1, 25-36.
- Ammon, U. (Hrsg.) (1994): Die deutsche Sprache in Japan: Verwendung und Studium. München.
- Barloeven, C. von/Werhahn-Mees, K. (Hgg.) (1987): Japan und der Westen. Bd. 3, Politik, Kultur, Gesellschaft. Frankfurt/M.
- Bauer, H. L. (Hrsg.) (1989): deutsch als zweite fremdsprache in der gegenwärtigen japanischen gesellschaft. München.
- Bauer, H. L. (1989): Eine Marktforschungsstudie zu Deutsch als Fremdsprache in Japan. In: Bauer, H. L. (Hrsg.) (1989), 201-219.
- Blamberger, G./Neuner, G. (Hrsg.) (1996): Reformdiskussion und curriculare Entwicklung in der Germanistik. Dokumentation der Internationalen Germanistentagung des DAAD. Bonn.
- Christ-Kagoshima, G. (1996): „Wofür brauchen Sie Deutsch?“ - Ein Erfahrungsbericht über drei japanische Universitäten. In: Gad, G. (Hrsg.) (1996), 73-78.
- Devine, P. G. /Hamilton, D. L. /Ostrom, Th. M. (Eds.) (1994): Social cognition: Impact on social psychology. San Diego.
- Edmondson, W./House, J. (1998): Interkulturelles Lernen: ein überflüssiger Begriff. In: Zeitschrift für Fremdsprachenforschung 9/2 (1998), 161-188.
- Ezawa, K. (1980): Von den spezifischen Eigenschaften der Deutschen. In: Zeitschrift für Kulturaustausch 30/2 (1980), 209-213.
- Gad, G. (Hrsg.) (1996): Deutsch in Japan. Interkulturalität und Skepsis zwischen Vergangenheit und Zukunft. Dokumentation eines DAAD-Seminars. Bonn.
- Griffee, D. T. (1999): Questionnaire Construction and Classroom Research. In: The Language Teacher, Vol. 23, No. 1, 1/1999, 19-21.
- Hamilton, D. L. /Stroessner, S. J. /Driscoll, D. M. (1994): Social cognition and the study of stereotyping. In: Devine, P. G. /Hamilton, D. L. /Ostrom, Th. M. (Eds.) (1994), 291-321.
- Holm, K. (Hrsg.) (1986): Die Befragung 1. Tübingen.
- Honda, Y. (1994): Motive für die Wahl von Deutsch als Fremdsprache und von Germanistik bei Studentinnen und Studenten. In: Ammon, U. (Hrsg.) (1994), 275-283.
- Iida, Y. (1987): Die Deutschen - eine japanische Ansicht. In: Barloeven, C. von /Werhahn-Mees, K. (Hgg.) (1987), 101-108.

- Institut für Auslandsbeziehungen (Hrsg.) (1981): Hakenkreuz und Butterfly - Japanische Schüler sehen uns, Deutsche Schüler sehen Japan. Stuttgart.
- Kirschhofer-Bozenhardt, A. von /Kaplitzka, G. (1986): Der Fragebogen. In: Holm, K. (Hrsg.) (1986), 92-126.
- Koch-Hillebrecht, M. (1977): Das Deutschenbild. Gegenwart, Geschichte, Psychologie. München.
- Kracht, K. /Lewin, B. /Müller, K. (Hgg.) (1984): Japan und Deutschland im 20. Jahrhundert. Wiesbaden.
- Kreiner, J. (1984): Das Deutschland-Bild der Japaner und das deutsche Japan-Bild. In: Kracht, K. /Lewin, B. /Müller, K. (Hgg.) (1984), 84-115.
- Leyens, J. -P. /Yzerbyt, V. /Schadron, G. (1994): Stereotypes and social cognition. Newbury Park.
- Nunan, D. (1992): Research Methods in Language Learning. Cambridge.
- Nunan, D. (1992): Elicitation techniques. In: Nunan, D. (1992), 136-159.
- Opitz, F. (1980): Die Entwicklung des japanischen Deutschlandbildes. In: Zeitschrift für Kulturaustausch 30/2 (1980), 160-167.
- Rahn, G. (1980): Japaner und Deutsche im Spiegel der japanischen Kulturanthropologie. In: Zeitschrift für Kulturaustausch 30/2 (1980), 213-216.
- Schwarz, P. (1981): Einführung - Bilder zwischen Sehnsucht und Angst. In: Institut für Auslandsbeziehungen (Hrsg.) (1981), 18-33.
- Sugitani, M. (1996a): Interkulturelle Ansätze für Deutsch als Fremdsprache in Japan. In: Gad, G. (Hrsg.) (1994), 119-127.
- Sugitani, M. (1996b): Reformdiskussionen der Deutschdidaktik in Japan - Überblick und neue Entwicklungstendenzen in der Landeskunde. In: Blamberger, G. /Neuner, G. (Hrsg.) (1996), 215-228.
- Takuma, T. (1989): Die japanische Jugend und ihr Verhältnis zu Fremdsprachen. In: Bauer, H. L. (Hrsg.) (1989), 36-43.
- Tamaoka, K. /Menzel, B. (1996): Influential Factors of Foreign Language Acquisition: Motivation to Learn German? Or Attitude towards German? In: Studies in Language and Literature, Vol. 16, No. 1, 137-151.
- Trautmann, G. (Hrsg.) (1991): Die häßlichen Deutschen? Deutschland im Spiegel der westlichen und östlichen Nachbarn. Darmstadt.
- Zick, A. (1997): Vorurteile und Rassismus. Eine sozialpsychologische Analyse. Münster.
- Zahl, K. F. (1980): Die Deutschen - in den Augen der Japaner. In: Zeitschrift für Kulturaustausch 30/2 (1980), 177-181.

Anhang

Die folgenden Erläuterungen betreffen die zwei geschlossenen, mit Likert-Skala gemessenen identischen Fragenbereiche aus Fragebogen 1 und Fragebogen 2:

Die **durchgezogene Linie** (———) betrifft jeweils Fragebogen 1, die **gestrichelte Linie** (- - -) Fragebogen 2. Um die Abbildungen übersichtlicher zu machen, wurden die Adjektive bzw. Aussagen nachträglich in den Graphiken nach ihren Durchschnittswerten in Fragebogen 1 geordnet, wobei die jeweilige Position im Fragebogen vor den Graphiken angegeben ist. Es ist offensichtlich, dass die Bewertung nicht von der Position in den Fragebögen abhängig war.

Zudem wurde in der Auswertung nicht nur der jeweilige **Durchschnittswert (5-4-3-2-1)** errechnet, sondern auch der **Grad der Polarisierung (5-3-1-3-5)**. Ausgehend von der These, dass bei einer unsicheren oder gleichgültigen Haltung eher ein Mittelwert gewählt wird, würde ein hoher Polarisitätswert bedeuten, dass die Probanden überzeugt von ihrer positiven oder negativen Meinung sind. So glauben die Probanden in Abbildung 2 nicht, dass es in Deutschland viel Umweltverschmutzung gibt (Position 20 der Durchschnittswerte), sind davon aber sehr überzeugt (Position 2 der Polarisitätswerte). Umgekehrt stimmen sie der Aussage, dass Deutschland die führende Nation in Europa ist, in hohem Grade zu (Position 3), sind davon jedoch nicht sehr überzeugt (Position 13). Diese Form der Auswertung kann Stereotypisierungen und das Maß ihrer Verfestigung deutlich machen.

Bei den Adjektiven in Abbildung 1 wurde in den Fragebögen auf eine etwa gleichgewichtige Mischung und Anordnung positiver und negativer Adjektive geachtet. Um aber auch hier eine bessere Übersicht zu schaffen, wurden die negativen Adjektive „gespiegelt“, d. h. in positive umgewandelt. Da Konnotationen intra- und interkulturell durchaus verschieden sind, wurde die positive oder negative Konnotation der Adjektive in einer kleinen Nebenbefragung von 60 nicht mit den Probanden identischen Studierenden ermittelt. Um auch diese Umformung nachvollziehbar zu machen, sind die gespiegelten Adjektive mit Stern (*) gekennzeichnet.

Abb. 1: Frage 12 / 14 (Fragebogen 1 / 2): Wenn Sie die folgenden Adjektive auf Deutsche beziehen, finden Sie sie richtig oder nicht? Bitte beurteilen Sie von 5 (große Zustimmung) bis 1 (große Ablehnung). Wenn Sie nicht antworten können, markieren Sie bitte nichts.

| Fragebogen | 5-4-3-2-1 | | 5-3-1-3-5 | | Graphiken | 5-4-3-2-1 | | 5-3-1-3-5 | |
|-----------------------|-----------|-------|-----------|-------|----------------------|-----------|-------|-----------|-------|
| | Fr.12 | Fr.14 | Fr.12 | Fr.14 | | Fr.12 | Fr.14 | Fr.12 | Fr.14 |
| 1. freundlich | 3,89 | 3,93 | 3,22 | 3,40 | freundlich | 3,89 | 3,93 | 3,22 | 3,40 |
| 2. rücksichtslos | 2,47 | 2,80 | 3,00 | 3,00 | rücksichtsvoll* | 3,53 | 3,20 | 3,00 | 3,00 |
| 3. höflich | 3,11 | 2,93 | 2,33 | 2,20 | höflich | 3,11 | 2,93 | 2,33 | 2,20 |
| 4. kühl | 2,41 | 2,33 | 2,41 | 2,60 | warmherzig* | 3,59 | 3,67 | 2,41 | 2,60 |
| 5. modern | 3,00 | 2,60 | 2,50 | 2,33 | modern | 3,00 | 2,60 | 2,50 | 2,33 |
| 6. oberflächlich | 2,41 | 3,00 | 2,65 | 2,33 | ernsthaft/gründlich* | 3,59 | 3,00 | 2,65 | 2,33 |
| 7. ängstlich | 1,69 | 2,07 | 4,13 | 3,40 | mutig* | 4,31 | 3,93 | 4,13 | 3,40 |
| 8. humorvoll | 3,78 | 4,00 | 3,22 | 3,00 | humorvoll | 3,78 | 4,00 | 3,22 | 3,00 |
| 9. fleißig | 4,00 | 3,71 | 3,22 | 3,29 | fleißig | 4,00 | 3,71 | 3,22 | 3,29 |
| 10. arrogant | 3,06 | 2,87 | 2,29 | 2,87 | nicht arrogant* | 2,94 | 3,13 | 2,29 | 2,87 |
| 11. temperamentvoll | 3,88 | 3,71 | 3,00 | 3,00 | temperamentvoll | 3,88 | 3,71 | 3,00 | 3,00 |
| 12. aggressiv | 3,06 | 2,67 | 2,88 | 3,27 | friedlich* | 2,94 | 3,33 | 2,88 | 3,27 |
| 13. offen | 3,72 | 3,33 | 2,89 | 3,14 | offen | 3,72 | 3,33 | 2,89 | 3,14 |
| 14. unehrlich | 2,00 | 2,13 | 3,22 | 3,00 | ehrlich* | 4,00 | 3,87 | 3,22 | 3,00 |
| 15. tolerant | 3,56 | 3,64 | 2,78 | 2,29 | tolerant | 3,56 | 3,64 | 2,78 | 2,29 |
| 16. ehrgeizig | 2,65 | 2,93 | 1,94 | 2,47 | nicht streberhaft* | 3,35 | 3,07 | 1,94 | 2,47 |
| 17. pingelig | 3,22 | 2,47 | 2,33 | 2,47 | locker/großzügig* | 2,78 | 3,53 | 2,33 | 2,47 |
| 18. geizig | 2,82 | 2,64 | 2,53 | 2,00 | spendabel* | 3,18 | 3,36 | 2,53 | 2,00 |
| 19. ordentlich | 3,77 | 3,57 | 2,77 | 2,71 | ordentlich | 3,77 | 3,57 | 2,77 | 2,71 |
| 20. religiös | 3,29 | 3,40 | 2,12 | 2,33 | religiös | 3,29 | 3,40 | 2,12 | 2,33 |
| 21. fremdenfreundlich | 3,33 | 3,13 | 1,89 | 1,80 | fremdenfreundlich | 3,33 | 3,13 | 1,89 | 1,80 |
| 22. patriotisch | 4,22 | 3,72 | 3,44 | 2,71 | patriotisch | 4,22 | 3,72 | 3,44 | 2,71 |

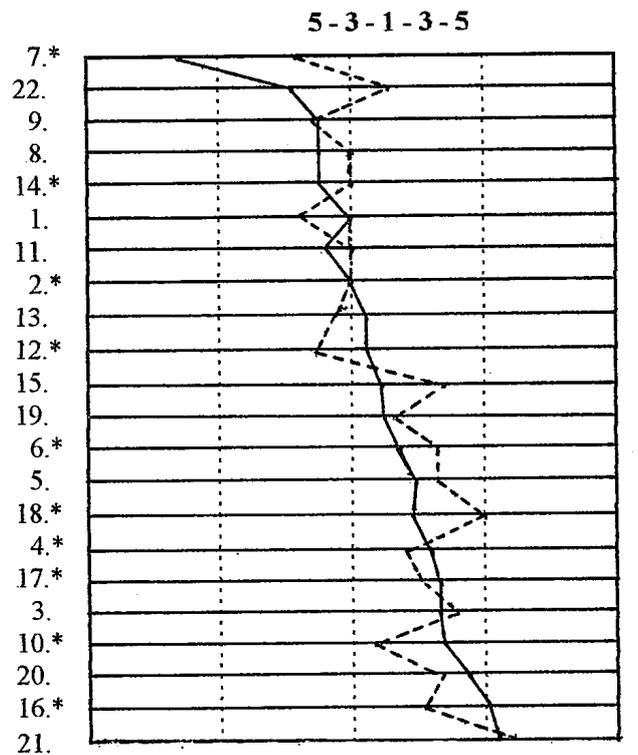
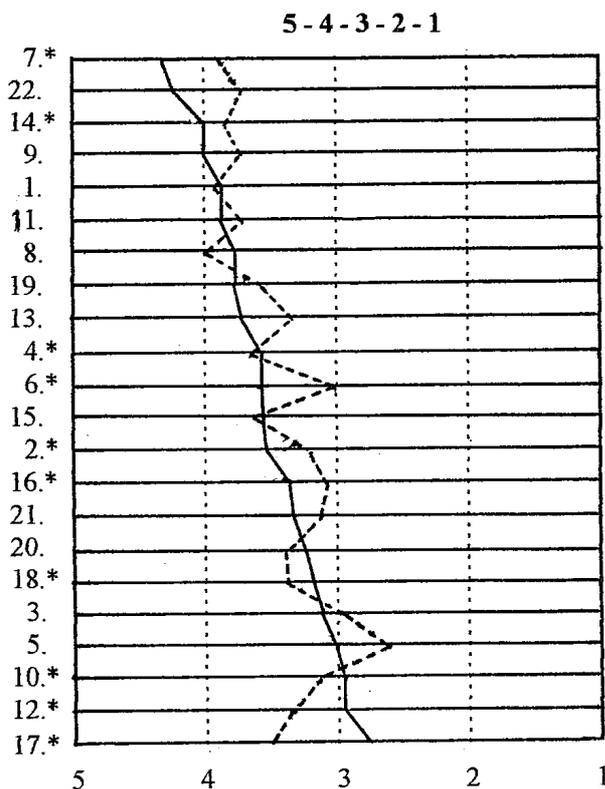
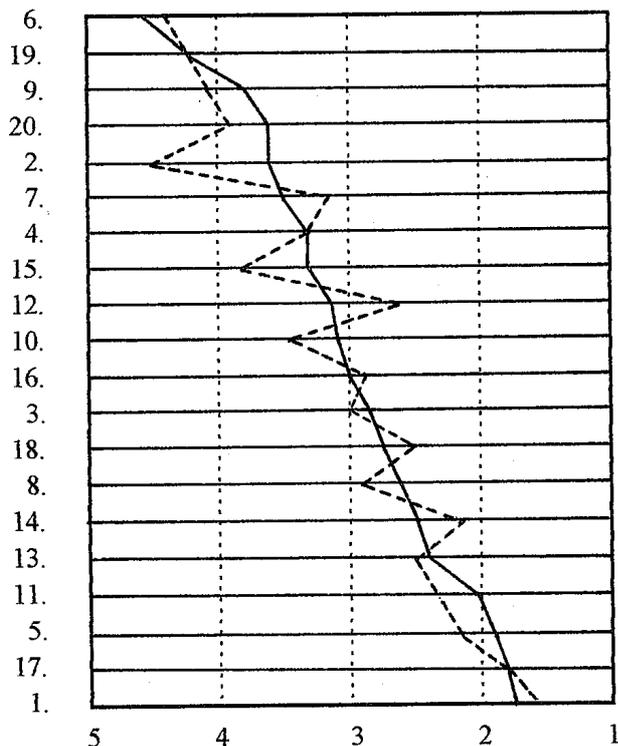


Abb.2: Frage 17 / 15 (Fragebogen 1 / 2): Ich möchte Ihnen jetzt einige Sätze präsentieren.

Bitte beurteilen Sie sie von 1 (große Ablehnung) bis 5 (große Zustimmung), ob Sie diesen Sätzen zustimmen oder nicht. Wenn Sie keine Meinung haben, antworten Sie bitte nicht.

| Fragebogen | | 5-4-3-2-1 | | 5-3-1-3-5 | |
|------------|---|-----------|-------|-----------|-------|
| | | Fr.17 | Fr.15 | Fr.17 | Fr.15 |
| 1. | In Deutschland (D) gibt es viel Umweltverschmutzung. | 1,72 | 1,57 | 3,78 | 3,86 |
| 2. | Die Deutschen essen sehr viel Fleisch. | 3,61 | 4,53 | 3,11 | 4,33 |
| 3. | Die Deutschen sind sehr modisch gekleidet. | 2,82 | 3,00 | 2,06 | 2,71 |
| 4. | Deutschland hat eine starke Wirtschaft. | 3,31 | 3,33 | 2,63 | 1,93 |
| 5. | Die deutschen Städte sind sehr dreckig. | 1,88 | 2,14 | 3,25 | 3,29 |
| 6. | Musik und Kunst haben in der dt. Gesellschaft eine große Bedeutung. | 4,56 | 4,36 | 4,13 | 3,71 |
| 7. | Die meisten Arbeiter und Angest. in D. sind gewerkschaftlich organisiert. | 3,50 | 3,15 | 3,00 | 1,92 |
| 8. | Religion spielt im Alltagsleben eine große Rolle. | 2,62 | 2,93 | 3,00 | 2,86 |
| 9. | Deutschland ist in Europa die führende Nation. | 3,78 | 4,07 | 2,78 | 3,13 |
| 10. | Die Landschaft in D. ist meistens flach, es gibt nur wenige Berge. | 3,06 | 3,47 | 2,53 | 3,00 |
| 11. | Ausländer haben in Deutschland ein schwieriges Leben. | 2,00 | 2,31 | 3,00 | 3,46 |
| 12. | In Deutschland ist das Wetter gut, es regnet selten. | 3,13 | 2,64 | 2,60 | 2,86 |
| 13. | In Deutschland ist auf den Straßen immer sehr viel Verkehr. | 2,38 | 2,50 | 3,00 | 2,29 |
| 14. | Die Deutschen sind nicht demokratisch eingestellt. | 2,47 | 2,13 | 2,53 | 2,73 |
| 15. | Junge Menschen sind in Deutschland sehr frei. | 3,31 | 3,86 | 2,88 | 3,29 |
| 16. | In D. muß immer alles den Gesetzen entsprechend gemacht werden. | 3,00 | 2,86 | 2,63 | 2,43 |
| 17. | In Deutschland gibt es Arbeitslosigkeit. | 1,80 | 1,80 | 3,67 | 3,40 |
| 18. | Frauen verdienen in Deutschland genauso viel wie Männer. | 2,73 | 2,50 | 3,13 | 2,57 |
| 19. | Die Deutschen haben sehr viel Freizeit. | 4,19 | 4,20 | 3,63 | 4,47 |
| 20. | Alte Menschen sind in D. sehr geachtet, ihnen wird viel Respekt bezeugt. | 3,62 | 3,93 | 2,75 | 2,86 |

5 - 4 - 3 - 2 - 1



5 - 3 - 1 - 3 - 5

