

Univerzita Karlova v Praze

Pedagogická fakulta

Katedra germanistiky

K výzkumu stereotypů v českých a německých přísllovích

Autor: Barbora Podborská

Vedoucí práce: PhDr. Pavla Nečasová, Ph.D.

Praha 2013

“ P r o h l a š u j i,

že jsem předloženou bakalářskou práci vypracovala samostatně a veškerou literaturu a další podkladové materiály, které jsem použila, uvádím v Seznamu použité literatury.“

Datum

Podpis

Ráda bych poděkovala PhDr. Pavle Nečasové, Ph.D. za její rady zejména v počátcích vzniku této práce. Děkuji také českým i německým respondentům, kteří odpověděli na anketu a tím přispěli k mému výzkumu.

Anotace

Tato bakalářská práce se zabývá stereotypy, které se vyskytují v českých a německých příslovích. Nejprve jsou vymezeny pojmy stereotyp a přísloví. Stereotyp je konfrontován s pojmy s ním souvisejícími (předsudek, diskriminace) a je popsáno jeho několik typů a druhů. U přísloví je popsán jeho vývoj jak mezinárodně, tak na území Česka a Německa, dále je nastíněna typická výstavba těchto výroků.

V praktické části je využita anketa ke zjištění stereotypních názorů mezi Němci a Čechy (názory se týkají vlastního i cizího národu). Na základě zjištěných výsledků jsou přísloví v českém i německém jazyce uspořádána do skupin. Ty jsou utvořeny podle typických vlastností, kterých se přísloví dotýkají.

Klíčová slova

stereotyp, autostereotyp, heterostereotyp, česká přísloví, německá přísloví, typické vlastnosti Čechů, typické vlastnosti Němců

Annotation

This bachelor work deals with stereotypes, which occur in Czech and German proverbs. Firstly, the concept of stereotype and proverb is explained. Stereotype is confronted with terms that are related to it (prejudice, discrimination) and some types and sorts are described. Progression is described internationally and also separately in territory of the Czech Republic and Germany in the proverb part. The typical composition of these statements is also mentioned.

In practical part, the survey helps to determine the differences of stereotypical opinions between Czechs and Germans (opinions about their and foreign nation). Based on discovered results, proverbs in Czech and German language are arranged into groups. Those are based on typical characteristics, which occur in mentioned proverbs.

Keywords

stereotype, autostereotype, heterostereotype, Czech proverbs, German proverbs, typical Czech characteristics, typical German characteristics

Obsah

Úvod.....	8
1 Stereotyp.....	10
1.1 Definice	10
1.2 Důvod vzniku	11
1.3 Typy stereotypu.....	12
1.4 Autostereotyp a heterostereotyp.....	13
1.4.1 Autostereotyp.....	14
1.4.2 Heterostereotyp.....	15
1.5 Pojmy související se stereotypem	16
1.5.1 Předsudek.....	16
1.5.2 Diskriminace	17
2 Přísloví.....	18
2.1 Definice	18
2.2 Mezinárodní univerzálnost.....	19
2.3 Vznik a rozšíření	19
2.4 Vývoj českého přísloví.....	21
2.5 Vývoj německého přísloví	23
2.6 Struktura přísloví.....	23
3 Dotazníkové šetření	27
3.1 Struktura dotazníku	27
3.2 Respondenti.....	28
3.3 České dotazníky	28
3.3.1 Analýza vlastností.....	29
3.4 Německé dotazníky	31
3.4.1 Analýza vlastností.....	31
3.5 Shrnutí obou dotazníků	33
4 Přísloví podle stereotypů	35
4.1 Pohostinnost	35
4.2 Lenost.....	36

4.3	Váhavost.....	37
4.4	Pracovitost.....	38
4.5	Podnikavost, ctižádost, sebevědomí.....	41
4.6	Dochvilnost	42
4.7	Národní cítění.....	43
4.8	Inteligence	43
4.9	Optimismus	45
4.10	Shrnutí	46
	Závěr	48
	Resumé.....	50
	Seznam použité literatury	51
	Příloha – česká a německá verze dotazníku	

Úvod

Existuje mnoho přísloví, se kterými se v průběhu života setkáme a kterými obohacujeme naši komunikaci.

Cílem této práce je přispět k výzkumu stereotypů v českých a německých příslovích. V centru pozornosti stojí snaha zjistit, zda se stereotypy v příslovích odrážejí. Vycházíme přitom z předpokladu, že se česká a německá přísloví do značné míry liší, neboť se vyvíjela ve dvou různých jazycích na dvou různých územích. Jako hlavní hypotéza je stanoveno tvrzení, že existují různá přísloví v českém a německém jazyce, která odrážejí stereotypní vnímání daného národa.

V současné literatuře (jak české, tak německé) existuje mnoho sbírek přísloví, které jsou většinou řazeny abecedně. Tyto sborníky jsou pojaty odlišně – některé obsahují výběr nejčastěji užívaných výrazů, jiné obsahují rozsáhlou sbírku mapující i přísloví užívaná v minulosti. Pro tuto práci jsou stěžejní dvě díla, která přímo propojují česká a německá přísloví. První je sbírka „Nejznámější německá přísloví a jejich české protějšky“ od Endlera, druhá je pak „Slovník přísloví v devíti jazycích“ manželů Świerczyńských.

S pojmem stereotyp se lze setkat spíše v sociologické a psychologické odborné literatuře. Autoři se zabývají stereotypem či předsudkem mezi různými skupinami lidí. Za největšího odborníka v oblasti teoretického zkoumání stereotypů a předsudků je považován Allport, jehož dílo „O povaze předsudků“ je často zmiňováno v dalších publikacích věnovaných tomuto tématu. Nalézt však publikaci, která by zkoumala stereotypy v přísloví, je téměř nemožné. Čeští ani němečtí vědci se touto otázkou zatím příliš nezabývali.

Práce je rozdělena do dvou hlavních oddílů. V první části jsou vymezeny pojmy stereotyp a přísloví. Stereotypem, jak již bylo výše zmíněno, se zabýval hlavně Allport, v české literatuře pak hlavně Kosek a Průcha. Teorie přísloví je čerpána převážně z předmluv a doslovů u konkrétních sbírek, dále pak z německých publikací. V této části jsou využívány psychologické a sociologické slovníky, které obsahují definice pojmů. Tyto definice jsou porovnány a zhodnoceny.

Druhá část se skládá z dotazníkového šetření a samotné excerpce přísloví. V praktické části jsou prezentovány výsledky ankety, která byla realizována za účelem zmapování stereotypních názorů mezi Čechy a Němci. Její výsledky jsou promítnuty do výběru přísloví. Ta jsou uspořádána podle stereotypních vlastností, která se v nich objevují. Na konkrétních přísloví jsou dále ukázány typické jevy (jako například rým či určitá opakující se struktura výroku), popřípadě je porovnána česká a německá varianta přísloví.

1 Stereotyp

Španělé chodí všude pozdě, německé vlaky nemají nikdy zpoždění a Rusové jsou hluční. To je jen zlomek vlastností, které my Češi přisuzujeme určitým národům. Samozřejmě jsou z části pravdivé – určitě existují Španělé, kteří přijdou na schůzku pozdě, vlak v Německu, který přijede přesně na minutu, a Rus, který se projevuje velmi hlasitě, ale také jsou mezi námi Španělé dochvilní, německé vlaky, které na cestě zpoždění naberou, a Rusové klidní a tiší. Všechny tyto výroky jsou založeny na základě stereotypu.

1.1 Definice

Ve Velkém psychologickém slovníku (2010, s. 552) je stereotyp definován jako „navyký způsob jednání; automaticky používaný pohybový, mluvní nebo myšlenkový návyk; jeho změna je nesnadná, provázená nelibými emocemi, jako je tomu u parazitních slov, způsobu chůze“. Geist (2000, s. 277) uvádí, že stereotyp je „a) pevný neměnný tvar určitého jednání, návyk; vždy stejně se opakující proces nebo činnost; b) termín pro předem vytvořený názor (obraz nebo vnímání) o vlastnostech vnějšího světa. Je používán jako označení pro zjednodušenou, schematickou a rigidní představu o sobě, své skupině (společnosti) nebo jiných osobách a sociálních útvarech (společnosti, třídě, národu, rase, vyznání atp.), zejména o vlastnostech. Vzniká často na základě předsudků, iracionálních podnětů atp.“. Velký sociologický slovník (1996, s. 1229) definuje tento pojem jako „velmi stabilní prvek ve vědomí. Na jejich utváření se podílí přenos skupinových norem a poznatků, veřejné mínění, někdy i škola, sdělovací prostředky. Stereotypy, které vznikají a jsou utvrzovány na základě vlastních zkušeností, často souvisí s přeceněním jednotlivé, třeba i nahodilé události. Stereotypy mají spíše iracionální charakter, a obtížně se proto mění čistě logickými argumenty. Ani jim odporující osobní zkušenost nemusí změnit stereotyp.“. Allport (2004, s. 215) píše, že „stereotyp je příliš silné přesvědčení spojené s nějakou kategorií. Jeho funkce spočívá v tom, že má ospravedlnit (racionálně vysvětlit) naše chování a postoj vůči této kategorii.“.

Srovnáním těchto čtyř definic lze poukázat na podobnosti v psychologickém a sociologickém pojetí stereotypu. První dvě definice pocházejí z psychologických slovníků a shodně uvádějí, že stereotyp je určitý návyk. Hartl a Hartlová vymezují stereotyp nejen jako myšlenkový, ale také pohybový a mluvní návyk, v čemž se shodují s Geistem, který hovoří obecně o opakujícím se procesu nebo činnosti. Následující definice je z pohledu sociologie. Sociologická a psychologická definice se shoduje v tvrzení, že změna stereotypu je nesnadná. Podle Hartla a Hartlové je změna stereotypu doprovázena nelibými emocemi, k čemuž autoři Velkého sociologického slovníku doplňují, že ani logické argumenty a osobní zkušenost nemusí stereotyp změnit. Definice Allporta se od ostatních definic liší tím, že se zabývá pouze názorovým stereotypem, který má ospravedlnit naše chování. Ačkoli definice pocházejí od různých autorů a z různých vědních oborů, převážně se shodují.

1.2 Důvod vzniku

Stereotyp nemusí nutně vyjadřovat negativní postoj či názor - může být **pozitivní, neutrální i negativní**. Jak uvádí Kosek (2011, s. 87), střetávání a potkávání různých skupin lidí, dříve národů a kmenů, vedlo k vytvoření vlastní identity skupiny – srovnávaly se s jinými, vytvářely si názor na ně i na sebe samé. Samozřejmě bylo nemožné, aby poznaly všechny členy jiných uskupení, proto si představy o některých členech zobecňovaly na celý národ či kmen a vytvářely tím vlastně určitý stereotyp. Podobný model funguje i dnes – kmeny vystřídaly rasy, národy a etnika. Podle Hayesové (2000, s. 74) „při stereotypizaci nebereme vůbec ohled na to, jaký člověk ve skutečnosti je. Jednoduše si ho předem zařadíme do předem daných „šuplíků“.“ Uvědomujeme si, že naše představy (myšlenkové stereotypy) nemusí být pravdivé, přesto je používáme, abychom si usnadnili komunikaci s okolním světem. Jak zmiňuje Kosek (2011, s. 16), je totiž naprosto přirozené očekávat od lidí určité chování a později na něj reagovat. Rovněž Allport (2004, s. 216) poznamenává, že stereotyp nám slouží ke zjednodušení vnímání a uvažování.

Jak již bylo naznačeno, názorové stereotypy si lidé předávají již po dlouhá staletí a vzhledem k tomu, že se občas přenášejí stereotypní názory o příslušnících skupiny, se kterou se nikdy nesetkali, těžko se vyvracejí. U některých stereotypů jen těžko hledáme původní základ v realitě, jiné naopak skutečnost odrážejí, jak uvádí Allport (2004, s. 214). Podle Geista (2000, s. 278) je „důležitým faktorem při vzniku stereotypů zevšeobecnování. Soud o jedinci, jedné vlastnosti atp. se zevšeobecní a rozšíří na celou kategorii (národ, profesi, vrstvu, politickou stranu, skupinu, rasy, etnikum atp.) na základě principu „pars pro toto“¹. Značnou část přejímají lidé během socializačního procesu, nezřídka ve formě samozřejmostí a evidentních „pravd“.“ Pro ilustraci lze využít tvrzení, že všechny německé vlaky jezdí přesně. Je ovšem chybou užívat jako rozvinutý podmět této věty *všechny německé vlaky*. Rozhodně takové jsou, ale zevšeobecněním této věty na celou německou železniční dopravu, tím vytváříme stereotyp. Podle Allporta (2004, s. 216) musíme rozlišovat mezi „opodstatněnou generalizací a stereotypem“. V případě, že řekneme: *Většina německých vlaků jezdí přesně*, jedná se o opodstatněnou generalizaci podloženou statistikou o včasnosti jízd v procentuálním vyjádření (v květnu 2012 jezdily vlaky v Německu s přesností 94,7 %²). Pokud ovšem prohlásíme, že není možné, aby se německý vlak zpozdil, jde o stereotyp. Rozlišit mezi těmito dvěma pojmy „můžeme jen v případě, že máme spolehlivé údaje o existenci (o pravděpodobném výskytu) skutečných skupinových odlišností“ (Allport, 2004, s. 216).

1.3 Typy stereotypu

Doposud byly analyzovány stereotypy **národní**, **etnické** či **rasové**. Podle Průchy (2010, s. 108) „na světě neexistuje země či národ, v němž by jeho příslušníci nesdíleli – ve větší či menší míře – určité předpojaté postoje vůči příslušníkům jiných zemí a národů.“ Jak píše Kosek (2011, s. 18-19), na světě je tolik různých národů s vlastními zvyky, že bychom jen těžko mohli žít v naprosté harmonii. Například neustálé boje mezi kmeny

¹ část za celek

² <http://www.vlaky.net/zeleznice/kratke-spravy/5075-Presnost-vlaku-CD-je-srovnatelna-s-DB/>, 23. 11. 2012

v Africe mají samozřejmě politické a ekonomické pozadí, nicméně zdroj nenávisti bychom našli i z hlediska historických stereotypů.

Dalším typem je **kulturní** stereotyp. Podle Koska (2011, s. 17) jej můžeme vidět v nahlížení na stáří v Evropě a ve východní Asii. Zatímco v Asii jsou staří lidé symbolem moudrosti a zkušeností, v Evropě jsou vnímáni spíše jako přítěž. Stereotypně vnímáme šedesátiletého žadatele o práci jako člověka neschopného se něco nového naučit a zdržujícího svým tempem okolí. To, že se od něj můžeme hodně dozvědět a svými nápady může být užitečný, někdy přehlízíme. Mezi další stereotypy patří náhled na ženy. Historií opodstatněné stereotypy jako „žena patří do kuchyně a nemá nosit kalhoty“ jsou již překonány, nicméně mnoho jich přetrvává. Snad tím nejtýpčtějším je, že ženy neumějí řídit. I z tohoto příkladu je na první pohled vidět, že není zcela pravdivě vypovídající. Existuje mnoho dobrých i špatných řidiček a stejně tak je i mnoho dobrých a špatných řidičů. Je zajímavé, že o mužích se toto tvrzení neobjevuje (podle mého názoru za to může historický kontext – dříve řídili pouze muži. Když se začaly objevovat první ženy – řidičky, byly více sledovány, a tím bylo více upozorňováno na jejich chyby.)

1.4 Autostereotyp a heterostereotyp

Na začátek je důležité si ujasnit, co znamenají slova řeckého původu autos a heteros. Ve Velkém sociologickém slovníku (1996, s. 118) je slovo autos přeloženo jako „sám“ a heteros jako „jiný“. Z toho vyplývá, že autostereotyp je stereotyp o sobě samém a heterostereotyp o někom jiném.

Kosek (2011, s. 88) uvádí, že pokud někdo začne přemýšlet o nějakých konkrétních vlastnostech či postojích, které by charakterizovaly příslušníky jiné skupiny, zajisté tím sklouzne k zjednodušení a zevšeobecnění a k tomu k vytvoření stereotypu. To samé se stane, pokud začne takto uvažovat o své vlastní skupině.

1.4.1 Autostereotyp

Hartl a Hartlová (2010, s. 57) chápou pojem autostereotyp jako „strnulý obraz, představy a často neobjektivní mínění, které mají jedinci a skupiny o sobě samých“. Jandourek (2001, s. 36) uvádí podobnou definici – „autostereotyp je obraz, který si o sobě samém vytváří jedinec nebo členové nějakého společenství (v rámci referenční skupiny). Je založen na ustálených a ustrnulých představách, stereotypech.“ Ve Velkém sociologickém slovníku (1996, s. 118) je ještě doplněno, že „autostereotypy jsou obvykle idealizovaným obrazem vlastní skupiny, jen zřídka a jen u některých skupin jsou sebekritickým či dokonce ironickým zobrazením sebe sama“.

Ze všech uvedených definic vyplývá, že autostereotyp se zabývá míněním jedinců o sobě samých. Všechny tři se shodují v tom, že se jedná o představu zkreslenou, někdy pozitivně a někdy negativně.

V praxi se jedná například o názory a postoje Čechů k sobě samým. Tímto tématem se zabýval Jiří Mahen ve 20. letech 20. století, přesto jsou uvedené autostereotypy stále aktuální. „Nejvíce odpovědí na otázku, jak se projevuje česká povaha celkem, našli bychom v hospodách, v úvodnicích našich deníků a v našich humoristických časopisech.“ (Mahen, 1924, s. 11). Mahen (1924, s. 129) popisuje obraz českého člověka mimo jiné také těmito vlastnostmi: „Český člověk je člověkem zdravého, opatrného rozumu. Je schopen velkých myšlenek a má smysl pro velké věci. Je schopen ideálního nadšení a rozhorlení.“ Tyto vlastnosti jsou příkladem kladného autostereotypu. Zatímco vlastnosti: „Je těkavý, nevytrvá a rád přehání. Má v sobě poměrně málo odvahy, je málo revoluční. Nábožensky je vlažný a netečný až povážlivě.“ jsou příkladem autostereotypu záporného. Podle Koska (2011, s. 198) je kritika vlastních řad občas prospěšná, ale na druhou stranu nesmí být přehnaná. Autoři Velkého sociologického slovníku (1996, s. 118) uvádějí, že autostereotyp je často idealizovaným obrazem a tudíž je sebekritika a ironie málo častá.

Dalším pojmem vyskytujícím se v literatuře je jednoduchý autostereotyp, který „vyjadřuje názor na to, co si myslíme, že si o nás myslí někdo jiný, v tomto případě členové jiného národa“ (Kosek, 2011, s. 193). Konkrétní příklad by mohl znít takto:

Češi jsou toho názoru, že je Němci, kteří jsou velmi pracovití, považují za líné. Co si ve skutečnosti Němci myslí, není v tomto případě důležité, jde jen o domněnku Čechů.

1.4.2 Heterostereotyp

Geist (2000, s. 75) definuje heterostereotyp jako „představy a mínění, většinou zjednodušené a nesprávné, které mají jedinci a skupiny o jiných jedincích a jiných skupinách“. Autoři Velkého sociologického slovníku (1996, s. 118) uvádějí, že „heterostereotyp je specifická forma fixovaných postojů, které si vytvářejí členové skupin [...] k jiným soc. skupinám“.

Zatímco v první definici je zmíněno, že heterostereotyp nemusí obsahovat pravdivou informaci, druhá se tímto faktem vůbec nezabývá a pouze poukazuje na to, že se jedná o fixovaný, tudíž neměnný postoj.

Opět lze rozlišit mezi kladným a záporným heterostereotypem. Jako ukázka záporného heterostereotypu poslouží příklad s německým striktním dodržováním pravidel. Z pohledu Čechů se zdá, že Němci dodržují až příliš striktně veškerá pravidla a nařízení. Všeobecně převládá názor, že Němec by nepřešel silnici, pokud by na přechodu svítla červená. Pokud by ale Čech Německo navštívil, brzy by zjistil, že to není stoprocentní pravda. Pěkný příklad kladného heterostereotypu uvádí Kosek (2011, s. 201). Již v historii se o Italech tradovalo, že byli výborní architekti a hudební skladatelé, což se přeneslo i do dnešní doby.

Dalším pojmem souvisejícím s daným tématem je projektovaný heterostereotyp, který „ukazuje, co si myslíme, že si o sobě myslí příslušníci jiných národů“ (Kosek, 2011, s. 193). Příkladem může být výroba piva. Češi jsou toho názoru, že si Němci o svém pivu myslí jen to nejlepší. Fakt, zdali s tím Češi souhlasí či ne, není v tomto případě důležitý.

1.5 Pojmy související se stereotypem

1.5.1 Předsudek

Druhý pojem, který se stereotypem úzce souvisí a často je vedle stereotypu zmiňován, je předsudek. Ten, na rozdíl od stereotypu, má vždy negativní konotaci, což dokazuje několik následujících vybraných definic.

Hartl a Hartlová (2010, s. 454) definují předsudek jako „předpojatost, názorovou strnulost; emočně nabitý, kriticky znehodnocený úsudek a z něj plynoucí postoj, názor přijatý jedincem nebo skupinou; může se vztahovat k čemukoli, nezávisí na okamžité situaci a neopírá se o porozumění.“ Podle Geista (2000, s. 205) je předsudek „termín, jehož užití zasahuje do oblasti postojů a stereotypů a vztahuje se v obecné rovině k těm třídám obsahů vědomí, které jsou charakteristické nereflektovaností a emoční akcentem.“ Ve Velkém sociologickém slovníku (1996, s. 875) je předsudek „v širším významu většinou chápán jako uzavřený postoj k čemukoliv (k vlastní životní situaci, k chování jiné osoby či osob, k události apod.), který se neopírá se o porozumění. Termín předsudek má pejorativní konotaci, v běžném pojetí jde často o labelling³ negativně hodnocené „zásadovosti“, charakterizované jako předpojatost, názorová strnulost.“ Jandourek (2001, s. 198) vymezuje předsudek jako „emocionálně silně zabarvený úsudek o druhých osobách, skupinách nebo nějakých záležitostech, který je možno jen obtížně změnit na základě nových zkušeností a informací. Jde o druh stereotypu. Předsudek se často zakládá na neúplných nebo nepravdivých informacích.“ Allport (2004, s. 39) uvádí, že předsudek je „odmítavý až nepřátelský postoj vůči člověku, který patří do určité skupiny, jen proto, že do této skupiny patří, a má se tudíž za to, že má nežádoucí vlastnosti připisované této skupině“.

První dvě definice jsou uvedeny v psychologických slovnících a zastávají shodný názor, že předsudek je chápán jako postoj, který se může vztahovat k čemukoli. Následující dvě sociologické definice uvádějí, že jádro předsudku nevzniká na základě podložených informací, s čímž souhlasí i Allport. Všechny definice spojuje fakt, že předsudek je silně emocionálně zabarvený.

³ jedinci je přiřazena určitá vlastnost, která se stane nálepkou či značkou (např. zloděj, šprt)

Právě podle Allporta (2004, s. 229) jsou stereotypy a předsudky dva odlišné pojmy a neměli bychom je zaměňovat. V první řadě je tu kategorie – řeknu o někom, že je Němec. V tuto chvíli to pro mě může být naprosto neutrální pojem, pod kterým si nic nepředstavuji. Pokud si někdo pomyslí, že Němci nemají smysl pro humor, už se jedná o stereotyp. Kategorii doplnil o konkrétní vlastnost. V případě, že někdo pořádá sousedský večírek, svého nového německého souseda na něj sice pozve, ale stále si myslí, že Němci jsou studení a nerozumí našim vtipům, jedná se o předsudek. V dané situaci nevím o tomto člověku vůbec nic, je možné, že jde o velice zábavného a společenského člověka. Podle Allporta (2004, s. 229) použiji stereotyp jako „racionalizační nástroj“ – pro sebe si vzniklou situaci odůvodním (skutečnost a znalost dané osoby v tom nehraje příliš roli). Zajímavý fakt lze vyčíst z Geistovy definice (2000, s. 278), která uvádí, že stereotyp vzniká také na základě předsudků, v čemž je viditelný rozpor s Allportem, podle kterého stereotyp předchází předsudku. Rovněž Jandourek (2001, s. 198) s Allportem názor nesdílí, neboť předsudek definuje jako druh stereotypu.

1.5.2 Diskriminace

Třetím souvisejícím pojmem, byť od stereotypu už vzdálenějším, je diskriminace. Průcha (2010, s. 70) upozorňuje, že „chová-li někdo předsudky vůči příslušníkům jiného etnika či rasy, nedopouští se tím ještě diskriminace – ta se projevuje až faktických jednáním.“ Jak uvádí Jandourek (2001, s. 63), diskriminace jsou „postoje a způsoby chování, kterými jsou znevýhodňováni nebo ponižováni lidé na základě své příslušnosti k určité skupině. Odmítání práva na rovný přístup bez ohledu na osobní vlastnosti jedince pouze na základě jeho připsaných charakteristik.“ Lze využít předchozího příkladu s novým německým sousedem. Někdo pořádá večírek pro všechny sousedy a svého nového německého souseda nepozve. Ví pouze to, že je Němec, a na základě svého předsudku o Němcích usoudí, že nemá smysl pro humor. Tímto jednáním se již dopustil diskriminace – přenesl totiž předsudek do praxe.

2 Přísloví

Příslovím se zabývají dvě základní vědy. Paremiologie, tedy věda zabývající se zkoumáním „původu, tradice, rozšíření, formy, struktury, významu a funkce přísloví“ (Mieder, 1999, s. 4, vlastní překlad), a paremiografie, věda shromažďující samotná přísloví do sbírek a sborníků.

2.1 Definice

Kdo jinému jámu kopá, sám do ní padá – to je jeden z mnoha příkladů přísloví. Na první pohled vidíme, že „přísloví promlouvají o skutečnosti za pomoci opisných nebo obrazných výrazových prostředků, nikoli přímým výrokem“ (Dvořák In: Čelakovský, 1976, s. 162), jsou tedy jakousi hádankou. Podle Komenského (1954, s. 29) „jest přísloví neb připovídka krátké a mrštné nějaké propovědění, v němž se jiné praví a jiné rozumí“. Je třeba znát nebo si domyslet, co se daným výrokem myslí – nejedná se o situaci, kdy člověk vezme lopatu a vyhloubí jámu, do které chce lapit protivníka. Jedná se o jakoukoli situaci, kdy chce člověk vymyslet lest na druhého a sám se do své pasti chytí. Právě zájmeno *kdo* činí výrok univerzálním, vhodný k použití do různých situací. Proto, jak zmiňuje Dvořák (In: Čelakovský, 1976, s. 163), „se přísloví vyskytovala jako složka výstavby vyšších slovesných útvarů, jako byly zejména bajky, anekdotické příběhy a podobně“. V bajkách jde hlavně o mravní poučení na závěr.

Podle Röhricha a Miedera (1977, s. 52, 56) jsou přísloví výstižná a krátká – obecně platí, že je jednodušší vyslovit přísloví než opisovat situaci vlastními slovy. Jako konkrétní příklad uvádí přísloví *Stille Wasser gründen tief* (*Tichá voda břehy mele*). Pokud nějaký nenápadný člověk svým jednáním překvapí, určitě je rychlejší a výstižnější říci *Tichá voda břehy mele*, než *Ten člověk, který je vždy tak nevýrazný, z ničeho nic udělal něco pro něj netypického, čímž nás překvapil*.

2.2 Mezinárodní univerzálnost

Podle Świerczyńského (2008, s. 7) se většina přísloví týká „zejména způsobů lidského života, mezilidských vztahů, způsobů myšlení a lidské psychiky, vztahů lidí k událostem vnějšího světa, k přírodním jevům atd., to jest otázek, které jen minimálně souvisejí se společenským systémem, náboženským vyznáním, politickým zřízením a zeměpisnou polohou. Jinými slovy – většina přísloví se týká univerzálních otázek“. To lze pozorovat, vezme-li se jedno přísloví ve více jazycích – ačkoli se užívají na jiném území a v jiné společnosti, velmi často se shodují. Jako příklad lze uvést přísloví právě ze Świerczyńského (2008, s. 563) *Šaty dělají člověka*. Stejně přísloví existuje i v jazycích anglickém, německém, francouzském, italském, latinském, polském, ruském a španělském.

Právě porovnáváním přísloví v různých jazycích se zabývá srovnávací paremiologie, za jejíhož zakladatele je považován Erasmus Rotterdamský, který v roce 1515 vydal sborník *Adagia*, ve kterém srovnával přísloví latinská s jejich tehdejšími ekvivalenty v západoevropských jazycích (Świerczyński, 2008, s. 7). Jako první v dějinách se však věnoval i interpretaci přísloví, čímž se stává jeho sbírka ještě významnější (Röhrich, Mieder, 1977, s. 42). V mezinárodní paremiologii je v současnosti nejvíce ceněno dílo Archera Taylora *The Proverb* z roku 1931 (Mieder, 1999, s. 4).

2.3 Vznik a rozšíření

Tím se dostáváme k historii vzniku přísloví. Jak je uvedeno ve Velkém sociologickém slovníku (1996, s. 882), „přísloví nemají autora“. Podle Dvořáka (In: Čelakovský, 1976, s. 164) „pronikaly do ústní tradice například také výroky antických i středověkých myslitelů a citáty z děl spisovatelů“. V případě, že byly výroky obecně platné a lidé si je osvojili, přiřadily se k běžně užívaným příslovím. Jako příklad poslouží údajný výrok Julia Caesara *Kostky jsou vrženy*, který zlidověl a dodnes je používán v situacích, kdy je rozhodnuto a nelze udělat krok zpět. V ústní lidové slovesnosti tedy přetrvávají jen ta přísloví, která jsou výstižná a hojně užívaná, neboť

právě ústní předávání je u přísloví typické. Přísloví, které se lze použít jen ve výjimečných situacích, lehce zanikne. Jak píše Dvořák (In: Čelakovský, 1976, s. 166), přísloví je ovlivňováno lidským životem a podmínkami, za kterých lidé momentálně žijí. Proto se přísloví měnila, zanikala ta stará, která se nepoužívala, a vznikala nová, která reagovala na nový vývoj a zkušenosti. Došlo tak k „historické navrstvenosti“ (Dvořák In: Čelakovský, 1976, s. 165), při které vedle sebe existují přísloví z různých období s podobným či opačným významem. Těžko lze však u většiny určit přesnou dobu vzniku, neboť se ústně předávají po staletí. Röhrich s Miederem (1977, s. 26) přirovnávají ústní předávání přísloví k pohádkám. Oba dva literární útvary se nejprve ústně tradovaly a obměňovaly a teprve s rozšířením knihtisku byly zaznamenány.

Mnoho přísloví v různých jazycích se shoduje. Vysvětlení je prosté a narážejí na něj několikrát v rámci svých děl Mieder (1999) i Röhrich a Mieder (1977). Velká část přísloví pochází z Bible a ta, jakožto jedna z nejčtenějších a nejvíce překládaných knih světa, pronikla do většiny kultur. Dalším bohatým zdrojem je antika – řecká i římská literatura. Přísloví nebyla jen součástí sbírek přísloví, objevovala se i jako součást běžné literatury (prózy). A tak je najdeme i v dílech Aristotela, Homéra či Platóna. Později ve středověku, kdy byly centrem vzdělání kláštery, docházelo k opisování a překládání přísloví z a do latiny právě zde. Přísloví byla považována za „výraz moudrosti a morálky“ (Röhrich, Mieder, 1977, s. 33, vlastní překlad). Přísloví se využívalo ke vzdělání, vždyť dodnes se děti na základní škole setkávají s těmito výroky a mají za úkol je objasňovat a tím se s nimi blíže seznámit, aby je mohli později zařadit do své aktivní i pasivní slovní zásoby. Vzhledem k tomu, že evropská kultura byla v minulosti ovlivněna biblickými texty, že ve středověku docházelo v kláštřích k množení a překládání mnoha textů a že rostl zájem o sbírky srovnávající přísloví v latině a v národním jazyce, není divu, že se velká část různojazyčných přísloví shoduje či jen mírně liší. A tak se i česká a německá přísloví liší jen málo, ačkoli jde o dva různé jazyky ze dvou různých větví indoevropské skupiny jazyků. Němčina je jazyk germánský a čeština slovanský, přesto jsou některá přísloví doslovně přeložená.

Přísloví vycházejí z každodenního života – zrcadlí se v něm mravní poučky a rady. Jelikož se člověk dostává do různých situací, které vyžadují jiné rozhodnutí a reakci, vznikla mnohá přísloví, která se na danou situaci hodí. Je tak možné, že existují

dvě přísloví, která si protiřečí. Uvedme dva příklady, první vychází z následujících přísloví: *Co můžeš udělat dnes, neodkládej na zítřek* (Endler, 1996, s. 50) a *Ráno je moudřejší večera* (Świerczyński, 2008, s. 466). V případě, že se člověk snaží vykonat nějaký úkol, který pro něj není jednoduchý, ale vykonat ho musí, mohou se objevit dva lidé s různými radami. První bude tvrdit, že čím dříve úkol splní, tím lépe – pokud to posune na zítřek, bude opět v té samé situaci jako nyní. Druhý přijde s názorem, že nyní s tím úkolem už nic nezmůže a má to ponechat na další den, kdy bude mít více energie a možná i nápadů. Obě varianty zní dobře a je jen na člověku, kterou si vybere. Druhý příklad vychází ze sbírky Endlera (1996, s. 64), kde jsou tyto dvě přísloví dokonce napsána pod sebou. *Trennung frisch die Liebe auf* (*Odloučení posiluje lásku*) a *Trennung ist der Liebe Tod* (*Sejde z očí, sejde z mysli*) jsou na první pohled protichůdná tvrzení. Je tedy na člověku, které se mu právě více hodí, zdali jeho láska vytrvá nebo naopak nevydrží. Mieder (1999, s. 5, vlastní překlad) shrnuje univerzálnost použití do následujících situací – přísloví lze využít jako „ponaučení, argument, ospravedlnění se, návrh, důkaz atd.“.

2.4 Vývoj českého přísloví

Jak uvádí Mrhačová (In: Świerczyński, 2008, s. 10), za zakladatele české paremiologie by mohl být považován mnich Konrád z Halberstadtu, který sepsal čtyřicet staročeských přísloví a úsloví. Dále vznikly sbírky Smila Flašky z Pardubic, Matěje Červenky a Jana Blahoslava, Jakuba Srnce z Varvažova, Daniela Adama z Veleslavína a konečně Jana Amose Komenského. Jeho dílo, které sepsal v průběhu života, vyšlo až v 19. století a obsahuje kolem dvou tisíc přísloví. Zajímavé je, že některá přísloví se užívají hojně dodnes, např. *Bez práce nebudou koláče*, *Jeden za osmnáct*, *druhý bez dvou za dvaceti* nebo *I mistr tesař se utne* (Komenský, 1954, s. 71, 90, 95). Další průlomovou sbírkou (co se uspořádání týče) je *Mudrosloví národu slovanského ve příslovích Františka Ladislava Čelakovského*, které poprvé vyšlo v roce 1852. Ten totiž jako první seřadil přísloví tematicky – tedy podle významu celého výroku. Do této doby byla přísloví řazena výhradně abecedně, v případě Komenského podle klíčového slova přísloví. Tak například v kapitole „Od formanství a rejtarství“

najdeme přísloví *Páté kolo u vozu* nebo *Sytý netáhne* (Komenský, 1954, s. 87). Nejde tedy o smysl přísloví, nýbrž o oblast, v němž přísloví pravděpodobně vznikla. Naproti tomu Čelakovský svoji sbírku seřadil tematicky – podle významu přísloví. Tak v kapitole „Povaha času a spravování se jím“ vedle sebe najdeme přísloví *Dočkej času co hus klasu* a *Zralou hrušku snáze střísti* (Čelakovský, 1976, s. 82). Obě přísloví mají velmi podobný význam, který je možný vyjádřit dalším příslovím – *Kdo si počká, ten se dočká*. Pokud bychom dvě předešlá přísloví hledali v Komenském, našli bychom přísloví *Čekám času, co hus klasu* v kapitole „Od ptactva všelijakého, pitomého i divokého – od husí“ (Komenský, 1954, s. 49) a přísloví *Zralou hrušku snadno střísti* v kapitole „Od trávy a bylin – od ovoce“ (Komenský, 1954, s. 45).

Sbírku Čelakovského následovalo jen velmi málo autorů – v průběhu dalších desetiletí vznikl malý počet děl, zabývajících se českým příslovím. Ty však nepřinášely nic nového – čerpaly totiž ze starších sbírek. Jedinou výjimkou byl v 50. letech Josef Spilka, který ale narazil na obrovské množství přísloví, která nebyl schopen za svého života protřídit ani publikovat (Bittnerová, 1997, s. 7). Stále tak neexistoval soubor všech užívaných a známých přísloví, tzv. „paremiologické minimum“ (Bittnerová, 1997, s. 276). Mieder (1999, s. 10) definuje toto minimum jako tři sta nejpoužívanějších přísloví daného jazyka. Absence sbírky obsahující nejfrekventovanější přísloví se začal řešit, jak uvádí Bittnerová (1997, s. 279, 280), na Univerzitě Karlově v Praze a současně, ale nezávisle na sobě, na Univerzitě J. W. Goetha ve Frankfurtu nad Mohanem, kde působil Schindler, německý bohemista, který později spolupracoval s Bittnerovou. Schindler společně s Bittnerovou (1997, s. 261) dali dohromady přes 10 000 výroků, které prošly rukama dobrovolníků. Ti měli za úkol proškrtat přísloví, která jsou jim neznámá. Tak vznikla sbírka *Česká přísloví* (1997), která je zatím posledním dílem, mapující české paremiologické minimum. Sbírka vychází z již zmíněného Čelakovského *Mudrosloví*, Spilkovy nepublikované sbírky a z prací Schindlera a Bittnerové (Bittnerová, 1997, s. 281).

2.5 Vývoj německého přísloví

Za počátek německé paremiologie je považována sbírka *Fecunda ratis* z roku 1023, jejíž autor je Egbert von Lüttich (Röhrich, Mieder, 1977, s. 42). Ten působil v klášteře a přísloví zde sloužila k didaktickým účelům. Dále následovalo několik sbírek, avšak další významnějším počinem je především celé dílo Martina Luthera. Díky jeho překladu Bible bylo do německého jazyka přeloženo mnoho přísloví. Sám Luther vydal sbírku přísloví v roce 1530 (Mieder, 1999, s. 10), ve které byly výroky nejen z Bible, ale i z dalších jeho děl či poznámek nashromážděných za jeho život. Právě 16. století je označováno jako „zlatý věk německého přísloví“ (Mieder, 1997, s. 7, vlastní překlad), ty se totiž hojně vyskytovala i v dílech dalších autorů jako jsou například Hans Sachs nebo Sebastian Brandt. Velmi ceněné dílo z tohoto období sestavil Samuel Singer. Jeho název je *Sprichwörter des Mittelalters* (1944-47) a je složené ze tří svazků (Mieder, 1999, s. 7).

Jak uvádí Röhrich a Mieder (1977, s. 34), baroko se vyznačovalo až extrémním shromažďováním přísloví. Vznikaly sbírky obsahující tisíce výroků, dokonce vznikla i hra *Schauspiel Teutscher Sprichwörter* (1641), jejíž dialogy byly naplněny převážně příslovími. Po této etapě zájem o danou problematiku lehce opadl a přísloví se objevovala v běžné literatuře, v dílech velkých autorů jako byli J. W. Goethe, F. Schiller, bratři Mannové či ještě dnes G. Grass. Jak upozorňují Röhrich a Mieder (1977, s. 34), krásná literatura hraje velkou roli v uchování a šíření přísloví.

Posuneme-li se do 19. a 20. století, objevují se sbírky vycházející ze starších děl. Stěžejním dílem je *Deutsches Sprichwörter-Lexikon* od Wandera, který je spolu se sbírkami Seilera a Röhricha/Miedera považován za nejdůležitější autory novějších německých sbírek zabývajících se příslovím (Mieder, 1999, s. 4).

2.6 Struktura přísloví

Přísloví, na rozdíl od různých rčení a průpovědek, tvoří samostatnou ucelenou větu, která nepotřebuje žádnou úpravu či doplnění. Vezmeme-li totiž například rčení *mít*

máslo na hlavě, k tomu, abychom ho využili ve větě, je nutné vyčasovat sloveso a větu tak vytvořit. Přísloví můžeme použít bez jakékoli úpravy.

Existují různé **stylistické prostředky**, které se typicky v příslovích vyskytují. Příklady uvádí Mieder (1999, s. 5). Je možné narazit na **personifikaci** (přiřazení lidské vlastnosti neživé věci) – *Lež má krátké nohy* (*Lügen hat kurze Beine*) či **elipsu** (vynechání slova) – *Oko za oko, zub za zub* (*Auge um Auge, Zahn um Zahn*). Ne vždy je ale použit stejný stylistický prostředek v obou jazycích. Například v českém přísloví *Čistota půl zdraví* je elipsa (vynechané sloveso být), v německé variantě sloveso je – *Reinlichkeit erhält die Gesundheit* (Endler, 1996, s. 57).

Mieder (1999, s. 5) se dále věnuje faktu, že mnohá přísloví jsou postavena tak, aby byla co nejjednodušší k zapamatování. Toho docílíme pomocí **rýmu** (jako u písní), **aliterace** (opakující se počáteční písmeno slov) nebo **paralelismu** (podobná struktura po sobě jdoucího textu). Rým se vyskytuje např. v německém *Eile mit Weile* (český ekvivalent *Spěchej pomalu* (Endler, 1996, s. 23) rýmovaný není) a v českém *Mladí ležáci, staří žebráci* (německá verze *Faule Jugend, lausiges Alter* (Świerczyński, 2008, s. 94) se opět nerýmuje). Příklad německé aliterace uvádí právě Mieder (1999, s. 5) *Gleich und gleich gesellt sich gern* (česky *Vrána k vráně sedá*), dalším českým příkladem může být *Vytloukat klín klínem* (Świerczyński, 2008, s. 66). Třetím prostředkem je paralelismus, v češtině se vyskytuje v přísloví, které uvádí Świerczyński (2008, s. 114) – *Pohled do očí, pohled do duše* (*Das Auge ist der Seele Spiegel*), v němčině pak *Kommt Zeit, kommt Rat* (v tomto případě je paralelismus i v češtině – *Přijde doba, přijde rada* (Endler, 1996, s. 43)).

Přísloví se ale nevyznačují jen určitými stylistickými prostředky, mnoho z nich zapadá do určitých **šablon**, které existují jak v němčině, tak v češtině. Mieder (1999, s. 5) uvádí šest příkladů často se opakujících struktur přísloví: „A ist A; Ohne A kein B; Erst A, dann B; Lieber (Besser) A als B; Wie A, so B; Wo ein A, dort auch ein B“. V češtině bychom popořadě našli ekvivalenty A je A; Bez A není B; Nejdříve A, potom B; Lepší A než B; Jak A, tak B nebo Jaké A, takové B; Kde A, tam B. Uvedme si pár příkladů ke každé výše zmíněné šabloně. Opět je možné, že přísloví v českém a německém jazyce graficky podobá, jindy je struktura dodržena jen v jednom jazyce.

Většina příkladů (pokud není uvedeno jinak) je vybrána ze dvou sbírek, ty z Endlerovy jsou označeny písmenem (a), ty ze Świerczyńského písmenem (b).

Vzorec **A je A** splňuje přísloví *Geschäft ist Geschäft* (stejně tak v češtině *Obchod je obchod (b)*) či *Daheim ist daheim* (*Doma je doma (a)*). Podle druhé šablony **Bez A není B** vzniklo přísloví *Ohne Fleiß kein Preis* (*Bez práce nejsou koláče (a)*), podle třetí **Nejdříve A, potom B** je vytvořeno *Erst die Arbeit, dann das Vergnügen* (Mieder, 1999, s. 5) (*Nejdříve práce, potom zábava*). Čtvrtý vzorec **Lepší A než B** se vyskytuje v mnoha příslovích – *Besser zu früh als zu spät* (*Lepší dřív než později (a)*), *Besser zweimal fragen als einmal irgehen* (*Lépe se dvakrát zeptat, než jednou zabloudit (a)*) nebo *Lieber einen Sperlingz in der Hand als eine Taube auf dem Dach* (*Lepší vrabec v hrsti než holub na střeše (b)*). Pátý vzorec **Jak A, tak B** nebo **Jaké A, takové B** je také poměrně rozšířený – *Wie du mir, so ich dir* (*Jak ty mně, tak já tobě (a)*), *Wie gewonnen, so zerronnen* (*Jak nabyl, tak pozbyl (a)*) nebo *Wie gelebt, so gestorben* (*Jaký život, taková smrt (a)*). Poslední šestá šablona **Kde A, tam B** je vidět například v příslovích *Wo ein Wille ist, ist auch ein Weg* (v češtině ale dodržena není – *Když se chce, všechno jde (a)*) nebo *Kde nic není, tu ani smrt nebere* (v němčině je opět jiná struktura – *Wer nichts hat, kann nichts geben (b)*).

V průběhu zkoumání a procházení jednotlivých sbírek přísloví si lze povšimnout ještě dalších častých struktur a to zejména těchto tří: Čím (více, méně) A, tím (více, méně) B, dále přísloví začínající na „Kdo“ a „Co“. V němčině je tedy: Je (mehr, weniger) A, je (mehr, weniger) B, „Wer“ a „Was“. Konkrétních příkladů je opravdu velký počet, první šablonu **Čím A, tím B** splňují tyto přísloví – *Je weniger Ausbildung, je mehr Einbildung* (*Čím méně ví, tím více si o sobě myslí (a)*), *Je weiter entfernt, je größer die Sehnsucht* (*Čím dále, tím větší touha (a)*) nebo *Je mehr man hat, je mehr man will* (*Kdo má hodně, chce ještě víc (b)* – český ekvivalent tuto šablonu nedodržuje).

Druhou, podle mého názoru jednou z nejrozšířenějších struktur, je právě ta začínající na „**Kdo/Wer**“. Vždyť jen v Endlerově sbírce (1996) obsahující okolo pěti set abecedně seřazených přísloví jich třicet dva začíná na slovo „Wer“. Jako příklad může sloužit známé *Wer anderen eine Grube gräbt, fällt selbst hinein* (*Kdo jinému jámu kopá, sám do ní padá*), *Wer zuerst kommt, mahlt zuerst* (*Kdo dřív přijde, ten dřív mele*), *Wer neugierig ist, wird zeitig alt* (*Nebud' zvědavý, budeš brzo starý*), *Wer lügt, der stiehlt*

(*Kdo lže, ten krade*) nebo *Wer traurig ist, sieht überall schwarz* (*Smutný vidí všechno černé*). I zde je vidět, že tento model nedodrží přísluví v obou jazycích.

Další velice častá šablona, která je podobná té předcházející, je ta začínající na „**Co/Was**“. Pokud se opět podíváme do Endlerovy sbírky, nalezneme devatenáct přísluví začínající v němčině na „Was“. V češtině začíná většina na zájmeno „Co“, ale i zde jsou výjimky – *Was dich nicht brennt, das blase nicht* (*Nehas, co tě nepálí*) nebo *Was zu viel ist, ist zu viel* (*Čeho je moc, toho je příliš*). Přísluví, která začínají v češtině i němčině na „Co/Was“ jsou například tato - *Was sich liebt, das neckt sich* (*Co se škádlivá, to se rádo mívá*), *Was du hast in deinem Haus, das plaudere nicht vor andern aus* (*Co se doma uvaří, to se doma sní*), *Was Hänschen nicht lernt, lernt Hans nimmermehr* (*Co se v mládí naučíš, v stáří jako když najdeš*) nebo *Was man sich einbrockt, muss man auch auslöffeln* (*Co si kdo nadrobil, to si i sní*).

Na těchto všech přísluvích je ukázáno nejen to, že vznikala pomocí určitých šablon a stylistických prostředků, ale také to, že se tyto jevy projevovaly v obou jazycích. Ačkoli jsou si čeština a němčina poměrně vzdálené, převážná většina přísluví dodržuje tu samou strukturu. To jen potvrzuje fakt, že přísluví vznikala a šířila se již ve středověku a do jiných jazyků se přenášela opisem a překladem – autoři a překladatelé často s jednotlivými slovy přejali i formát výrazu.

3 Dotazníkové šetření

Součástí této práce je výzkum, který má za úkol zmapovat nejčastěji se vyskytující stereotypy u Čechů a Němců. Na základě předchozího teoretického zkoumání lze předpokládat, že oba národy mají určité konkrétní představy o vlastnostech druhé skupiny. Byla vybrána výzkumná metoda dotazníkového šetření, kterou lze dobře statisticky interpretovat.

Dotazník vznikl ve dvou provedeních – v českém a německém jazyce (viz příloha). Bylo zkoumáno, jaké chovají lidé stereotypní názory o sobě samých a o druhém národu. Následně byly zjištěné údaje promítnuty do výběru přísloví. Ty jsou rozděleny do skupin, které se týkají vždy tří nejvýše umístěných vlastností (někdy jich je více z toho důvodu, že nějaké vlastnosti získaly stejný počet hlasů).

3.1 Struktura dotazníku

První tři otázky se týkaly osobnosti respondenta. Otázky ohledně věku a pohlaví respondentů byly pouze orientační. Jejich účelem je ukázat, že stereotypy byly zkoumány u dospělých jedinců napříč pohlavím i věkem. Národnost byla důležitá z toho důvodu, aby bylo z dotazníku patrné, zda jde o autostereotypy nebo heterostereotypy.

Čtvrtá otázka má za úkol zjistit četnost setkávání obou národů. Tato otázka byla zvolena z toho důvodu, aby ukázala, že výskyt stereotypů se příliš neváže na to, jak často se dané dvě skupiny setkávají.

Seznam vlastností jsem vybrala na základě vlastního uvážení, dále podle nejčastěji zmiňovaných vlastností obecně mezi lidmi, se kterými se stýkám. Celkem vznikl seznam dvaceti dvou vlastností, mezi kterými nechybí jak postoje pozitivní tak negativní. Vlastnosti byly seřazeny náhodně (se stejným pořadím v češtině i němčině). Respondent měl možnost zaškrtnout určitou vlastnost u žádného, jednoho nebo obou národů. Poslední otázka je doplňující a dobrovolná, respondenti mohli doplnit vlastnosti, které jim v seznamu chyběly.

3.2 Respondenti

Dotazník byl rozdělán padesáti osobám – Čechům a Němcům. Celkem bylo vyhodnoceno dvacet tři dotazníků českých a dvacet německých, jeden dotazník se vrátil nevyplněný se slovním komentářem „nejsem zatížena stereotypy“, zbylé dotazníky byly odevzdány nevyplněné. Návratnost dotazníků je tedy 88 %. Čeští respondenti se skládali z části ze studentů, kteří se s Němci vídají při různých výletech a dovolených, dále z pracujících obyvatel (zaměstnanci lékárny a banky) a dále ze studentů a pracujících osob, kteří studují či pracují na mezinárodní škole v Praze, a tudíž jsou s Němci v každodenním kontaktu. Němečtí respondenti se taktéž skládali ze studentů pobývajících v Praze na mezinárodní škole, dále z Němců, kteří v Německu žijí či studují a většinou s Čechy do kontaktu nikdy nepřišli, a nakonec ze studentů a pracujících lidí, kteří sice v Německu žijí, ale v Praze mají přátele a tím pádem s nimi občas v kontaktu jsou.

3.3 České dotazníky

Celkem odpovědělo dvacet tři lidí, z toho jedenáct žen a dvanáct mužů. Průměrný věk respondentů je třicet jedna let. Čtyři lidé jsou s Němci v kontaktu každý týden, dva jedenkrát až třikrát za měsíc, osm zhruba pětkrát do roka a devět odpovědělo, že se s Němci nepotkávají nikdy (viz Tab. č. 1). Zajímavé tedy je, že celkem sedmnáct lidí, což je zhruba 75 % se vídá s Němci minimálně nebo vůbec. Přesto existují poměrně široké názory na to, jací Němci jsou a které povahové rysy u nich převládají. To jen dokazuje, že se stereotyp nezakládá na skutečnosti a mnohdy existují názory na skupinu lidí, se kterou jsme nikdy nepřišli do styku.

Tabulka č. 1 – Jak často jste v kontaktu s Němci?

	počet odpovědí	četnost v %
každý týden	4	17,39
1 - 3x za měsíc	2	8,70
zhruba 5x do roka	8	34,78
nikdy	9	39,13

3.3.1 Analýza vlastností

V následující tabulce jsou podrobně zaznamenány jednotlivé vlastnosti a jejich četnost výskytu v dotazníku. První sloupec se týká Čechů, tudíž jde o autostereotyp, druhý sloupec se potom týká Němců, tedy jde o heterostereotyp.

Tabulka č. 2 - České dotazníky - otázka č. 4

vlastnost	Češi		Němci	
	počet odpovědí	četnost v %	počet odpovědí	četnost v %
lenost	18	78,26	3	13,04
pracovitost	4	17,39	21	91,30
pohostinnost	19	82,61	6	26,09
dochvilnost	2	8,70	20	86,96
otevřenost	10	43,48	7	30,43
uzavřenost	11	47,83	15	65,22
národní cítění	14	60,87	19	82,61
zásadovost	3	13,04	16	69,57
inteligence	12	52,17	10	43,48
chamtivost	13	56,52	8	34,78
pesimismus	15	65,22	4	17,39
optimismus	6	26,09	10	43,48
štedrost	9	39,13	7	30,43
ctižádost	7	30,43	19	82,61
váhavost	17	73,91	3	13,04
zodpovědnost	4	17,39	17	73,91
upřímnost	12	52,17	4	17,39
tolerance	11	47,83	7	30,43
kreativita	15	65,22	7	30,43
emotivnost	15	65,22	6	26,09
podnikavost	16	69,57	19	82,61
sebevědomí	6	26,09	21	91,30

Nejprve se zaměříme na **autostereotyp**, tedy na to, co si myslí Češi o sobě samých. Nejčastější odpovědí je, že jsou Češi pohostinní. Tato odpověď se objevila v téměř 85 % dotazníků. Je zajímavé, že na prvním místě figuruje vlastnost pozitivní, neboť podle některých vědců máme spíše tendenci na svůj národ nahlížet kriticky. To se potvrzuje hned v dalších vlastnostech. Na druhém místě se 78 % je lenost a jen o čtyři

procenta méně má váhavost. Typickým prvkem v dotazníku se stala procentuální rozdílnost u téže vlastnosti. Zatímco se Češi sami považují za pohostinné, líné a váhavé, Němcům tyto vlastnosti připisují pouze výjimečně. Pouze 26 % českých respondentů si myslí, že jsou Němci pohostinní, a 13 % je toho názoru, že jsou líní a váhaví. To jsou poměrně veliké číselné mezery. Podíváme-li se na druhý konec tabulky, pouhých 9 % respondentů považuje Čechy za dochvilné.

V otázce **heterostereotypu** – tedy názoru na vlastnosti, které podle Čechů mají Němci, se setkáváme s naprosto odlišnými údaji. Na prvních třech místech figurují vlastnosti spíše pozitivní. 91 % respondentů považuje Němce za pracovité a sebevědomé. Poté následuje s 87 % dochvilnost a s 83 % celkem tři vlastnosti – národní cítění, podnikavost a ctižádost. Opět se tu objevuje propast v porovnání s čísly u Čechů. Zatímco většina respondentů považuje Němce za pracovité, totéž si o Čechích myslí jen 17 % z nás. Podobně nízká čísla se vyskytují i u dalších, u Němců vysoko hodnocených, vlastností. Pouze 26 % českých respondentů považuje svůj vlastní národ za sebevědomý, 30 % za ctižádostivý a 9 % za dochvilný (to je vůbec nejméně častá odpověď u Čechů). Výjimkou je podnikavost a národní cítění, která se v obou případech pohybuje nad padesáti procentní hranicí.

Porovnáme-li vlastnosti, které dosáhly zhruba stejné četnosti jak u Čechů, tak u Němců, je to především štedrost (cca 35 %), již výše zmíněná podnikavost (cca 80 %) a inteligence (cca 45 %). Co se přístupu k lidem týče – tedy otevřenosti a uzavřenosti, považují čeští respondenti Čechy spíše za otevřené a Němce spíše za uzavřené.

Možnosti doplnit některé **chybějící vlastnosti** využilo celkem deset respondentů, přičemž doplňovali vlastnosti jak k Čechům, tak k Němcům. Celkem šestkrát se jako typická vlastnost Němců objevila preciznost (perfekcionalismus, přesnost, pečlivost), dále pak smysl pro povinnost a řád a pořádnost. Všechny tyto vlastnosti spolu úzce souvisí a jsou považovány za vlastnosti kladné, pokud se nepřehánějí. Poté už následovaly vlastnosti, které se objevily pouze jednou – pocit nadřazenosti (vůči celé Evropě), neemotivnost („studení čumáci“), xenofobie a smířlivost. Dále označili respondenti Němce za pomlouvačné, ekologicky i ekonomicky smýšlející a jejich životní styl označili jako více stresující. Čechům byly doplněny vlastnosti spíše negativní. Sami sebe hodnotíme jako úplatné, nespokojené, xenofobní a závistivé.

Všechny tyto vlastnosti se objevily dvakrát. S úplatností souvisí jednou zmíněná ovlivnitelnost, dále následovaly stereotypy impulzivnost, volnomyšlenkářství, tvrdohlavost, předpojatost, namyšlenost, netolerance a sobeckost. Snad jediná výrazně kladná zmíněná vlastnost je smysl pro humor. Jeden respondent dodal, že národní cítění ukazujeme pouze při sportu.

3.4 Německé dotazníky

Celkem odpovědělo dvacet osob, konkrétně devět žen a jedenáct mužů. Jejich věkový průměr se pohybuje okolo dvaceti pěti let. Celkem devět osob odpovědělo, že se s Čechy stýká pravidelně každý týden, čtyři pětkrát do roka a sedm s nimi do styku nepřichází nikdy. Možnost jedenkrát až třikrát do měsíce nebyla zvolena ani jednou. Můžeme tedy říci, že zhruba polovina respondentů se s Čechy stýká často a druhá málokdy či minimálně.

Tabulka č. 3 – Jak často jste v kontaktu s Čechy?

	počet odpovědí	četnost v %
každý týden	9	45,00
1 - 3x za měsíc	0	0,00
zhruba 5x do roka	4	20,00
nikdy	7	35,00

3.4.1 Analýza vlastností

V následující tabulce najdeme opět podrobný rozbor hodnocených vlastností. V první sloupci se tentokrát jedná o heterostereotyp, neboť Němci hodnotili vlastnosti Čechů, druhý sloupec je potom německý autostereotyp.

Tabulka č. 4- Německé dotazníky - otázka č. 4

vlastnost	Češi		Němci	
	počet odpovědí	četnost v %	počet odpovědí	četnost v %
lenost	10	50,00	2	10,00
pracovitost	9	45,00	17	85,00
pohostinnost	13	65,00	10	50,00
dochvilnost	2	10,00	19	95,00
otevřenost	11	55,00	8	40,00
uzavřenost	7	35,00	9	45,00
národní cítění	15	75,00	3	15,00
zásadovost	0	0,00	12	60,00
inteligence	12	60,00	16	80,00
chamtivost	5	25,00	9	45,00
pesimismus	7	35,00	12	60,00
optimismus	13	65,00	4	20,00
štedrost	8	40,00	6	30,00
ctižádost	9	45,00	16	80,00
váhavost	5	25,00	3	15,00
zodpovědnost	7	35,00	15	75,00
upřímnost	4	20,00	7	35,00
tolerance	3	15,00	14	70,00
kreativita	11	55,00	3	15,00
emotivnost	11	55,00	2	10,00
podnikavost	15	75,00	8	40,00
sebevědomí	10	50,00	13	65,00

Zaměříme se také nejprve na **autostereotyp**, tedy na názor německých respondentů na svůj vlastní národ. Zajímavé je, že na prvních pozicích jsou pouze kladné vlastnosti. Na prvním místě s 95 % je dochvilnost, na druhém s 85 % pracovitost a o třetí příčku se dělí inteligence a ctižádost, které mají obě 80 %. U těchto vlastností nevidíme takový procentuální propad vzhledem k vlastnostem připisovaným Čechům. Pouze rozdíl u dochvilnosti je markantní – jen 10 % respondentů se myslí, že jsou Češi dochvilní. U zbylých třech vlastností na prvních místech se pohybuje četnost u Čechů okolo 50 %, což není tak výrazný propad jako u výše zmíněných vlastností. Na druhém konci procentuální tabulky vlastností Němců se pohybuje lenost s pouhými 10 % odpovědí.

Podíváme-li se na **heterostereotyp**, tedy na stereotypy přičítané Čechům, pozorujeme daleko větší rozvrstvení názorů. Nejvyšší procento nalezneme u dvou vlastností – podnikavost a národní cítění (75 %). Na druhé příčce leží se 65 % optimismus a pohostinnost. Na třetím místě je se 60 % inteligence. V porovnání s autostereotypem jsou tu opět velké procentuální propady. Zatímco je Čechům přisuzováno vysoké národní cítění, z německého pohledu si toto myslí o svém vlastním národě jen 15 % respondentů. Podobně je tomu u optimismu (pouze 20 %). Rozdíl je také u poměrně vysoce hodnocené kreativity a emotivnosti. Zajímavostí je, že ani jeden z respondentů nepovažuje Čechy za zásadové – to se stalo jen v tomto případě, že by nějaká vlastnost zůstala úplně bez odezvy.

Srovnatelných výsledků u obou národů dosáhla pohostinnost (cca 60 %), štědrost (cca 35 %) a váhavost (cca 20 %). Ohledně otevřenosti a uzavřenosti lidí nalézáme podobný výsledek jako v českých dotaznících. Němci považují Čechy za spíše otevřené a Němce spíše za uzavřené. Ještě jedním velkým rozdílem je názor na toleranci. Velká část německých respondentů vidí sebe sama jako tolerantní (70 %), u Čechů tuto vlastnost vyzdvihlo pouze 15 % dotázaných.

Možnosti doplnit **další vlastnosti**, které respondentům v seznamu chybí, využili celkem tři lidé. Byla doplněna jedna německá vlastnost – řídit se podle pravidel. Českých vlastností bylo doplněno celkem pět – zdatnost v cizích jazycích, chuť zkoušet nové věci, užívat si den, uvolněnější životní styl a plánování. Obsah těchto tvrzení se shoduje s výsledkem dotazníku – výše uvedené vlastnosti u Čechů se shodují s vysoko procentuálně zastoupenými vlastnostmi podnikavost, optimismus, otevřenost a kreativita.

3.5 Shrnutí obou dotazníků

Na základě výsledků u daného vzorku populace lze dospět k závěru, že náhled, jaký máme na vlastní národ, se ne vždy musí shodovat s náhledem, jaký na nás mají národy jiné. V určitých názorových stereotypech se ale přeci jen shodujeme. Čeští i němečtí respondenti vidí Němce jako pracovitého, dochvilného a ctižádnostivého člověka.

Naproti tomu hodnotí respondenti z obou zemí Čecha jako pohostinného. Tam však shody končí, Češi sami sebe považují za líné a váhavé, zatímco Němci jim připisují vlastnosti jako podnikavost, optimismus či kreativita. Na první pohled jsou to názory rozdílné – jedny záporné a druhé kladné. Další rozpor je tu v otázce národního cítění. Zatímco 83 % respondentů z České republiky vyzdvihuje u Němců tuto vlastnost, pouze 15 % Němců vidí národní cítění jako typickou vlastnost svého národa. U Čechů k takovému rozporu nedošlo, je tu rozdíl pouze minimální. Celkově je procento u národního cítění Čechů vysoké (cca 70 %).

4 Příslloví podle stereotypů

Z dotazníkového šetření vyplynulo mnoho stereotypních názorů – ať už na Čechy či na Němce. Nyní se tedy nabízí otázka, zdali se dané vlastnosti odráží také v přísloví českém a německém. Z předchozích zkoumání můžeme usuzovat, že se přísloví v jednotlivých jazycích nebudou příliš lišit – přesto existuje řada přísloví s jednou variantou v jazyce českém a více variantami v jazyce německém, či naopak. Jaká přísloví se váží k určitým vlastnostem, si znázorníme vždy na prvních třech nejvýše umístěných vlastnostech (v některých případech měla dvě a více přísloví stejný procentuální zisk). Začneme autostereotypy Čechů (**pohostinností, leností a váhavostí**), následovat bude stereotypní vlastnosti přisuzované Němcům (**pracovitost, sebevědomí, dochvilnost, národní cítění, podnikavost a ctižádost**). Poté přejdeme k výsledkům německých dotazníků, začneme autostereotypy Němců (**dochvilnost, pracovitost, inteligence a ctižádost**) a přejdeme k názorům na Čechy (**podnikavost, národní cítění, optimismus, pohostinnost a inteligence**). Pokud se nějaká vlastnost vyskytla vícekrát (dochvilnost, pohostinnost a národní cítění), bude zpracována pouze jednou.

Příslloví jsou čerpána ze dvou vícejazyčných sbírek. První je česko-německá sbírka Waltera Endlera (příslloví z ní jsou označena písmenem *(a)*) a druhá je slovník manželů Świerczyńských (příslloví jsou označena písmenem *(b)*) uvádějící přísloví v devíti jazycích. Díky univerzálnosti přísloví lze některá využít ve více situacích a popsat jimi více vlastností. V následujícím výčtu se tak některá mohou objevit dvakrát v tom případě, že se váží k více vlastnostem.

4.1 Pohostinnost

Pohostinnost je pozitivní vlastnost, přesto mezi nalezenými příslovími převládají negativní výroky. První je pozitivní – vstřícnost nejen k návštěvám podporuje, druhý a třetí výrok pohostinnost spíše zesměšňují. Česká a německá varianta se neliší, zajímavostí však je, že zatímco české výroky jsou krátké a úderné, německé výroky se

ještě k tomu rýmují. Rýmování je častý jev, který podporuje zapamatování si dané věty, podobně jako je tomu v písních a básních. Tím má přísloví větší šanci k udržení se mezi paremiologickým minimem.

Dnes mně a zítra tobě. *(b)*

Heute mir, morgen dir. *(b)*

Za dobrotu na žebrotu. *(b)* / Nevděk vládne světem. *(b)*

Undank ist der Welt Lohn. *(b)*

Ryba a host třetí den smrdí. *(b)*

Gast und Fisch sind nach drei Tagen nicht mehr frisch. *(b)*

4.2 Lenost

Lenost je negativní vlastnost a tomu odpovídají i nalezená přísloví – všechny lenost zavrhuje. V předchozím případě se rýmovala německá přísloví, zde se však objevuje rýmované přísloví české, což opět dokazuje společné rysy přísloví v odlišných jazycích. Tentokrát se nejedná o doslovný překlad všech přísloví z jednoho jazyka do druhého. V prvním případě je v německém ekvivalentu uveden konkrétní příklad činností, které nejsou příliš náročné, ale také nemají mnoho výsledků. Je třeba si uvědomit, kdy přísloví vznikala. Ve středověku byla ceněna manuální práce (kovář, hutník atd.), což ani jedna z uvedených činností nesplňuje.

Na přísloví je také patrné, jak bohatou mají jednotlivé jazyky slovní zásobu. V češtině se jako synonymum ke slovu lenost objevuje lelkování a zahálka, v němčině ke slovu Faulheit existuje synonymní slovo Müssiggang.

Lelkováním se nenasytíš. *(a)*

Fischenfangen und Vogelstellen verdirbt manchen guten Gesellen. *(a)*

Z pilnosti se štěstí rodí, lenost holou bídu plodí. *(b)*

Faulheit ist der Schlüssel zur Armut. *(b)*

Zahálka je matkou všech neřestí. (a)(b)

Müssiggang ist aller Laster Anfang. (a)(b) / Müssiggang ist des Teufels Ruhebank. (a)

4.3 Váhavost

Třetí nejčastější český autostereotyp je váhavost. V této části je pojato v podobném významu jako slovo rozvážnost. Tedy dvě slova podobného významu, kdy váhavost má spíše negativní konotaci a rozvážnost pozitivní. K těmto dvěma pojmům se váže velké množství přísloví. Pro mnohé může být zážející, že naprostá většina přísloví jsou kladná – tedy určité váhání podporuje a odůvodňuje. Pouze poslední přísloví v seznamu kritizuje neustálé váhání a čekání, neboť potom člověku vše uteče.

V několika případech můžeme použít výrok jako omluvu za naši neschopnost rozhodnout se či udělat něco včas. *Lépe pozdě nežli nikdy* či *Pozdě, ale přece* jasně říkají, že daná činnost šla udělat i dříve, ale takto je to také akceptovatelné. Příklad *Přílišná horlivost škodí* dokonce zrazuje od nějaké přehnané aktivity, což jen potvrzuje věta *Kdo si počká, ten se dočká*, která vybízí k určité pasivitě.

V německé verzi přísloví *Spěchej pomalu* se objevuje paralelismus a aliterace – paralelismus se vyznačuje opakováním sousloví „nicht zu“, aliterace pak dvakrát zmíněným slovem „Schritt“.

Co se vleče, neuteče. (a)

Aufgeschoben ist nicht aufgehoben. (a)

Lépe pozdě nežli nikdy. (a) / Raději pozdě než nikdy. (b)

Besser zu spät als niemals. (a) / Besser spät als nie. (b)

Přílišná horlivost škodí. (a)

Blinder eifer schadet nur. (a)

Spěchej pomalu. (a) / Pospíchej pomalu. (a) / Všeho s mírou. (a) / Práce kvapná málo
platná. (a)

Eile mit Weile. (a) / Nicht zu schnell, nicht zu hell, nicht zu grell! (a) / Schritt vor
Schritt kommt auch ans Ziel. (a)

Dočkej času jako husa času. (a)

Gut Ding will Weile haben. (a)

Pomalu, ale jistě. (a)

Langsam, aber sicher. (a) / Wer langsam geht, kommt auch zum Ziel. (a)

Všechno chce svůj čas. (a)

Rom ist nicht an einem Tag gebaut worden. (a)

Pozdě, ale přece. (a)

Spät, aber doch. (a)

Kdo si počká, ten se dočká. (b)

Wer's abwarten kann, kommt endlich dran. (b)

Počkáme a uvidíme. (b)

Abwarten und Tee trinken! (b)

Kdo má pořád dost času, ztrácí čas. (b)

Wer auf die Zeit wartet, dem Mangelt die Zeit. (b)

4.4 Pracovitost

Dostáváme se ke druhé statistice, tedy k názorům Čechů na Němce. Nejčastěji zmiňovaná je právě pracovitost. Jelikož práce je činnost, která lidi spojuje už od počátku dějin, není divu, že existuje mnoho přísloví, která jsou vlastně totožná. V průběhu let došlo k navrstvení výroků, ty staré byly však dobré a hojně užívané a tak

existují přísloví se stejným významem dodnes vedle sebe. První dvě přísloví jsou toho důkazem – vždyť k českému *Co můžeš udělat dnes, neodkládej na zítřek* existují čtyři německé ekvivalenty. A český výrok *Bez práce nejsou koláče* má ekvivalenty jak v češtině, tak v němčině.

Většina přísloví jsou kladná, podporují pracovitost a vyzdvihují výhody z ní plynoucí. Jedno přísloví - *Kdo nepracuje, ať nej!* – má spíše zastrašující charakter, vyzdvihuje naopak to špatné, co z případné nečinnosti plyne. Prísloví *Práce kvapná, málo platná* se vyjadřuje ke způsobu práce – ne každá rychle hotová práce je dobrá.

Překvapující jsou dvě poslední přísloví v seznamu – *Jaké dílo, taková odměna* a *Jaká pláče, taková práce*. Zde by se dalo hovořit o protikladném smyslu přísloví. Zatímco v prvním je řečeno, že pokud bude člověk svou práci vykonávat svědomitě, bude za to také náležitě odměněn, pokud naopak práci zanedbá, nemůže očekávat vysokou odměnu. Druhý případ je obrácený. Pokud člověk ví, že dostane dobře zapláceno, bude se více snažit práci vykonat dobře. Pokud však dopředu ví, že odměna bude malá, nedá si příliš záležet a jeho práce bude odpovídat nepříliš vysokému platu. První přísloví vychází ze svědomitosti a poctivosti lidí – vykonavatel práce se bude snažit, protože poctivost je šlechetná vlastnost, a bude očekávat odpovídající odměnu, která od poctivého zaměstnavatele zajisté přijde. Druhé přísloví už ale počítá s tím, že ne každý člověk je poctivý a že pracující se může snažit, jak chce, stejně dostane nízký plat. Proto svoji práci bude vykonávat podle předem určené odměny. Je zajímavé pozorovat, že přísloví vznikla z každodenních zážitků a zkušeností lidí.

Pracovitost souvisí s již výše uvedenou leností. Mohli bychom tedy určitá přísloví využít u obou vlastností. Nicméně uvedené seznamy jsou zvoleny tak, aby se přísloví navzájem synonymní vyskytovala pohromadě a čtenář si mohl udělat obrázek o bohatosti obou jazyků.

V přísloví *Frische Fische – gute Fische* je elipsa, jde zde o vynechané sloveso „sind“. S elipsou se setkáváme poměrně často, napomáhá totiž údernosti, výstižnosti a délce výroku, nicméně většinou není nijak graficky znázorněna. Endler (1996, s. 29) ji však graficky nahradil pomlčkou, čímž dodal přísloví (alespoň, pokud ho čteme) ještě větší svižnost.

Co můžeš udělat dnes, neodkládej na zítřek. (a)(b)

Ein Heute ist besser als zehn Morgen. (a) / Frische Fische – gute Fische. (a) / Morgen, morgen, nicht nur heute, sagen alle faulen Leute. (a) / Was du heute besorgen kannst, verschiebe nicht auf morgen. (a)(b)

Bez práce nejsou koláče. (a)(b) / Pečený holub nikomu do úst nevletí. (a) / Komu se nelení, tomu se zelení. (a)

Fleiß bringt Brot, Faulheit Not. (a) / Ohne Arbeit kein Erfolg. (a) / Ohne Fleiß kein Preis. (a)(b) / Keinem fliegen gebratene Tauben ins Maul. (a)

Práce šlechtí člověka. (a)

Arbeit adelt. (a) / Arbeit schändet nicht. (a)

Ranní ptáče dál doskáče. (a)(b)

Der Pflug am Morgen macht die besten Furchen. (a) / Morgenstunde hat Gold im Munde. (a) / Morgenrot schafft Brot. (b)

Kdo nepracuje, ať nejí! (a)(b)

Wer nicht arbeitet, soll auch nicht essen. (a)(b)

Práce kvapná, málo platná. (b)

Eilen tut nicht (selten) gut. (b)

Jaké dílo, taková odměna. (a) / Jaká práce, taková odměna/pláce. (b)

Wie die Arbeit, so der Lohn. (a)(b)

Jaká pláce, taková práce. (b)

Wie die Bezahlung, so die Arbeit. (b)

4.5 Podnikavost, ctižádost, sebevědomí

Tyto tři vlastnosti byly uvedeny v dotazníku zvlášť a získaly různý počet hlasů. Společného mají to, že se vyskytují v prvních třech nejčastějších vlastnostech přisuzovaných Němcům, podnikavost je pak nejčastěji zaškrtnutou vlastností u Čechů v německých dotaznících a ctižádost třetí nejčastější vlastnost v německém autostereotypu. Po projití více než tisíce přísloví jsem dospěla k názoru, že tyto tři vlastnosti nelze od sebe oddělit, jelikož spolu úzce souvisí. Protože člověk bez sebevědomí a ctižádosti se do žádného podnikání nepustí. Proto byly tyto tři vlastnosti zahrnuty do jedné podkapitoly a následující přísloví je odrážejí všechny.

Všechny výroky podporují samotnou aktivitu člověka, neboť nikomu nic do klína samo nepadne. Člověk si má věřit a využívat situací, které se mu naskytnou. Občas je potřeba riskovat, jak dokládá přísloví *Risk je zisk*, které má opět více ekvivalentů jak v češtině, tak v němčině. Zajímavý je ekvivalent *Die Sorgen sind wie Gespenster* (starosti jsou jako strašidla), který v češtině doslova přeložený nemáme. Toto přísloví využívá přirovnání.

Jediné přísloví, které se týká negativního jevu, je *Sebechvála smrdí*. Upozorňuje na fakt, že přílišné sebevědomí, a především jeho výrazné dávání najevo, může škodit. Nic se nemá přehánět.

Kdo nebojuje, nezvítězí. (a)

Wer nicht kämpft, siegt nicht. (a)

Kdo se chce stát mistrem, musí začít brzo. (a)

Früh übt sich, wer ein Meister werden will. (a)

Spoléhej sám na sebe. (a)

Wer sich an andere verläßt, ist verlassen. (a)

První krok bývá nejtěžší. (b)

Der erste Schritt ist immer der schwerste. (b)

Příležitost je třeba chytit za pačesy. *(b)*
Die Gelegenheit hat nur an der Stirne Haar, hinten ist sie kahl. *(b)*

Sebechvála smrdí. *(b)*
Eigenlob stinkt. *(b)*

Každý svého štěstí strůjce. *(b)*
Jeder ist seines Glückes Schmied. *(b)*

Risk je zisk. *(a)(b)* / Odvážnému štěstí přeje. *(a)* / Kdo neriskuje, nemá. *(b)*
Wer wagt, gewinnt. *(a)* / Wer nicht wagt, gewinnt nicht. *(b)* / Dem Mutigen winkt das Glück. *(a)* / Dem Mutigen gehört die Welt. *(a)* / Die Sorgen sind wie Gespenster: Wer sich nicht vor ihnen fürchtet, dem können sie nichts anhaben. *(a)*

4.6 Dochvilnost

Češi považují Němce za dochvilné, což o sobě rozhodně tvrdit nemohou. Vždyť Češi označili dochvilnost u sebe samých jako nejméně častou vlastnost ze všech možných v dotazníku. Jedná se určitě o pozitivní vlastnost, což dokládají i nalezená přísloví. První tři přísloví jednoznačně dochvilnost podporují, dokládají, že se vyplatí.

Poslední přísloví bylo již použito u váhavosti, zde by se také dalo využít. Je však odlišné od ostatních. Jde o jakousi omluvu toho, že někdo nepřišel včas, ale naopak vyzdvihuje fakt, že se daný alespoň dostavil. Přijít pozdě je lepší, než nepřijít vůbec. Což ovšem zpoždění neomlouvá.

Lépe dřív než později. *(a)* / Kdo pozdě chodí, sám sobě škodí. *(a)(b)*
Besser zu früh als zu spät. *(a)* / Wer zu spät kommt, hat das Nachsehen. *(b)* / Wer zu spät kommt, findet leere Schüsseln. *(b)*

Kdo dřív přijde, ten dřív mele. *(a)*
Wer zuerst kommt, mahlt zuerst. *(a)*

Čas jsou peníze. (a)(b)

Zeit ist Geld. (a)(b)

Lépe pozdě nežli nikdy. (a) / Raději pozdě než nikdy. (b)

Besser zu spät als niemals. (a) / Besser spät als nie. (b)

4.7 Národní cítění

Národní cítění se objevilo (z pohledu Němců) u Čechů jako velmi častá vlastnost. Příslloví se příliš touto otázkou nezabývají, hovoří spíše o místě zvaném „domov“ a vyzdvihují jeho pozitiva. Obě dvě přísloví se shodují na faktu, že domov, ať už je to v jakékoli zemi, je nejlepší místo na zemi. Příslloví se nezmiňují o konkrétním místě, protože pak by výrok pozbyl univerzálnosti a nebyl by rozšířený ve více jazycích.

Doma je doma. (a) / Všude dobře, doma nejlíp. (a)(b)

Daheim ist daheim. (a) / Daheim bin ich König. (a) / Daheim ist's am besten. (a) / Ost und West, daheim am best. (b)

Domov je tam, kde je člověku dobře. (b)

Wo es mir wohlergeht, da ist mein Vaterland. (b)

4.8 Inteligence

Inteligence jako taková je vlastnost, která se těžko ovlivňuje – člověk se s určitou dávkou již rodí. Přesto s ní jde pracovat, což se odráží v tzv. moudrosti či důvtipu. Vybraná přísloví tak souvisí se všemi třemi těmito pojmy. Všechna přísloví s výjimkou jednoho hodnotí chytrost jako velkou přednost a říkají, že její velké množství je dobré. Díky této vlastnosti se člověk na světě lépe orientuje a rozhoduje. Pouze poslední přísloví v seznamu ukazuje případ, kdy inteligence chybí či je jí málo.

Většina přísloví pracuje s moudrostí jako s předností, která se musí pěstovat. Člověk by se neměl bát zeptat, poučit se z vlastních chyb a s narůstajícím věkem

zkušenosti co nejlépe zhodnotit. Přesto je i zde zmíněno, že chybovat je lidské – *I nejmoudřejší může chybiti*. A právě na to navazuje přísloví *Zkušeností se člověk učí*, které obhájí možné chyby, ale člověk měl by se jich v budoucnu vyvarovat právě díky ponaučení.

Moudřejší ustoupí. (a)(b)

Der Klügere gibt nach. (a)(b)

Zkušeností se člověk učí. (a) / Zkušenost plodí moudrost. (a) / Nejlepší učitel je vlastní zkušenost. (b) / Zkušenost nad učenost. (b)

Durch Erfahrung wird man klug. (a) / Erfahrung ist die beste Lehrmeisterin. (b)

Chytrý člověk vše dokáže. (a) / Dobrá hospodyně vystačí i s málem. (a)

Eine gute Hausfrau kann aus der Kartoffel viel Gerichte machen. (a)

Kdo se ptá, ten se dozví. (a)

Fragen macht klug. (a)

Rozum je největší bohatství. (a)

Verstand ist das beste Kapital. (a)

Moudrost přichází s věkem. (b) / Když ubývá síl, přibývá moudrosti. (b)

Mit der Zeit wird man klug. (b)

I nejmoudřejší může chybiti. (b)

Kluge Hühner legen auch in die Nessel. (b)

Nikdo se nenarodil mudrcem. (b)

Es wird kein Meister geboren. (b)

Pochybovat je počátek moudrosti. (b)

Mit dem Wissen wächst der Zweifel. (b)

Raději rozumem nežli sochorem. (b)

Weissheit ist besser als Stärke. (b)

Vědění je moc. (a) / Ve vědění je naše spasení. (b)

Wissen ist Macht. (a)(b)

Čím méně ví, tím více si o sobě myslí. (a)

Je weniger Ausbildung, je mehr Einbildung. (a)

4.9 Optimismus

Optimismus je pozitivní vlastnost a tomu odpovídají vybraná přísloví, která dobrou energií překypují. S optimismem souvisí naděje a radost, kterou v sobě optimističtí lidé mají. Proto z přísloví vyplývá, že nic není ztraceno a vždy je tu nějaká šance, že se vše v dobré obrátí.

Naděje umírá poslední. (a)(b)

Der Mensch hofft, solange er lebt. (a)(b)

Konec dobrý, všechno dobré. (a)(b)

Ende gut, alles gut. (a)(b)

Nemaluj čerta na zeď. (a)

Male den Teufel nicht an die Wand. (a)

Doufejme v nejlepší, horší přichází samo. (a)

Man muss das Beste hoffen, das Schlimmste kommt von selbst. (a)

Problémy jsou k tomu, aby se řešily. (a)

Schwierigkeiten sind dazu da, um überwunden zu werden. (a)

Radost je nad bohatství. (a)
Vergnügt sein geht über Reichtum. (a)

Když se chce, všechno jde. (a) / Dobrá vůle všechno zmůže. (a)
Wo ein Wille ist, ist auch ein Weg. (a)

Víra hory přenáší. (b)
Der Glaube kann Berge versetzen. (b)

4.10 Shrnutí

V předešlé části práce jsou řazeny přísloví podle vlastností, kterých se týkají. Jak je ukázáno, ke každé vlastnosti lze nalézt minimálně dva odpovídající výroky. Tím, že jsou přísloví řazena vždy ve dvojicích – česky a německy, je zřejmé, že existují ekvivalenty v obou jazycích. Často jde o doslovný překlad (např. *Nemaluj čerta na zed'* a *Male den Teufel nicht an die Wand*).

Další zajímavostí je, že se některá přísloví vyskytují v jedné variantě v češtině, ale ve více variantách v němčině, či naopak. Je tomu např. u přísloví *Práce šlechtí člověka* (*Arbeit adelt. / Arbeit schändet nicht.*). To může být zapříčiněno právě historickou navrstveností – obě varianty vznikly v jiném období, ale zachovaly se a existují dále vedle sebe, neboť jsou obě krátké a výstižné. Tento jev dokazuje také bohatost obou jazyků, kdy se jedna činnost či situace dá vyjádřit více výrazy či synonymy („lenost“ a „zahálka“).

K daným vlastnostem lze nalézt přísloví s kladnou i zápornou konotací, jelikož jde o výroky univerzální, které se hodí do více situací. Tak se u pohostinnosti objevuje přísloví *Dnes mně, zítra tobě* a *Za dobrotu na žebrotu*. S tímto jevem souvisí i protiklad, ve kterém mohou přísloví stát. Příklad nalezneme u pracovitosti - *Jaké dílo, taková odměna* a *Jaká pláce, taková práce*.

Tento výčet přísloví dokládá, že se autostereotypy a heterostereotypy Čechů i Němců v příslovích odrážejí. Jejich množství se liší, vždy lze však konkrétní vhodné přísloví najít a skutečně v obou jazycích použít.

Závěr

Předmětem této bakalářské práce je přispět k výzkumu stereotypů v českých a německých příslovích. Nejprve je ujasněno, co pojmy stereotyp a přísloví znamenají. V souvislosti se stereotypem se často hovoří o předsudku a diskriminaci – oba dva pojmy jsou v práci vymezeny a porovnány se stereotypem. Existuje mnoho druhů stereotypů, zde se pracuje především se stereotypem národním – tedy mezi Čechy a Němci.

V oblasti přísloví jsou rozebrány okolnosti jeho vzniku – jak na mezinárodní úrovni, tak na úrovni české a německé. Prísloví vznikala již v antice a středověku, a tudíž se šířila zejména v latině. Proto mají (přínejmenším v Evropě) všechny jazyky stejný základ přísloví. V minulosti docházelo k jejich přejímání a překládání, a tak je většina přísloví v českém a německém jazyce podobná nebo dokonce totožná. To vyvrací původní předpoklad, že se přísloví v češtině a němčině budou převážně lišit. Je tomu právě naopak – při podrobném zkoumání vybraných přísloví v této práci je na první pohled vidět, že se často jedná o doslovný překlad. Dále je zpracována struktura přísloví, tedy stylistické prostředky a typické šablony, které se v nich vyskytují. Lze pozorovat, že se jak česká, tak německá přísloví tvoří velice podobně, ačkoli jde o dvě různé větve indoevropského jazyka – germánskou a slovanskou.

Pomocí dotazníkového šetření je zkoumáno, jaké názory mají Češi na Němce a Němci na Čechy. Ale ani názor na svůj vlastní národ není vynechán – součástí práce je i zhodnocení toho, co si každý národ myslí sám o sobě. Z ankety vyplývá, že se názory na svůj vlastní národ a názory cizinců na náš národ mohou velmi lišit.

Na základě ankety, kterou vyplnili Češi i Němci, vyvstaly vlastnosti, které jsou podle respondentů pro daný národ (svůj nebo ten druhý) typické. Zajímavostí je, že člověk přisuzuje druhému národu často naprosto opačné vlastnosti než národu vlastnímu. Příkladem může být dochvilnost – Němci ji sobě samým přisuzují v 95 %, zatímco Čechům jen v 10 %. Po zhodnocení všech dotazníků pomocí dvou vícejazyčných sbírek jsou vybrána právě ta přísloví, která byla v anketě zmiňována nejčastěji. Na každou vysoce hodnocenou vlastnost existuje několik přísloví. Množství se samozřejmě liší, nicméně alespoň dvě přísloví existují vždy. Musíme také vzít

v potaz, že ve sbírkách jsou nejčastěji užívaná přísloví (paremiologické minimum), takže bychom pravděpodobně našli i další přísloví, která se ovšem už příliš neužívají. Hypotéza byla tedy potvrzena. Stereotypy se v příslovích odrážejí – a to jak v německých, tak v českých.

Nejčastěji přisuzují Češi Němcům pracovitost a sebevědomí. Konkrétně pracovitosti se týká osm přísloví. Sebevědomí bylo spojeno s vlastnostmi ctižádost a podnikavost a společně jsou obsaženy také v osmi výrocích. Zajímavostí je, že české přísloví *Co můžeš udělat dnes, neodkládej na zítřek* existuje v jedné variantě v češtině, ale ve čtyřech variantách v němčině (*Ein Heute ist besser als zehn Morgen; Frische Fische – gute Fische; Morgen, morgen, nicht nur heute, sagen alle faulen Leute; Was du heute besorgen kannst, verschiebe nicht auf morgen*). Podobně je tomu tak i u přísloví *Ranní ptáče dál doskáče*, ke kterému lze nalézt tři německé ekvivalenty (*Der Pflug am Morgen macht die besten Furchen; Morgenstunde hat Gold im Munde; Morgenrot schafft Brot*).

Němci jako nejčastější českou vlastnost uvedli podnikavost a národní cítění. Podnikavost je spojena se ctižádostí a sebevědomím a dohromady se jich týká osm přísloví. Znamé přísloví *Risk je zisk má* v češtině ještě dvě varianty (*Odvážnému štěstí přeje; Kdo neriskuje, nemá.*), v němčině celkem čtyři (*Wer wagt, gewinnt; Wer nicht wagt, gewinnt nicht; Dem Mutigen winkt das Glück; Dem Mutigen gehört die Welt; Die Sorgen sind wie Gespenster: Wer sich nicht vor ihnen fürchtet, dem können sie nichts anhaben*). Národního cítění se týkají přísloví dvě, která jsou univerzální, neboť je v nich použito slovo „domov“ či „doma“.

Každá vysoce hodnocená vlastnost se v příslovích odráží. Jejich počet se různí, nicméně vždy lze odpovídající přísloví najít v obou jazycích – jak v českém, tak v německém. V několika případech existuje jedna varianta česká a více německých, či naopak, což vypovídá o bohatosti slovní zásoby obou jazyků.

Resumé

Das Thema dieser Bachelorarbeit ist Zur Erforschung von Stereotypen in tschechischen und deutschen Sprichwörtern. Diese Kombination wird nicht häufig in der Literatur bearbeitet, deswegen entstehen die Fragen, ob die tschechischen und deutschen Sprichwörter übereinstimmen und ob sie gewisse stereotypische Meinungen beinhalten.

Zuerst werden Begriffen Stereotyp und Sprichwort definiert und bearbeitet. Es gibt mehrere Typen von Stereotypen – zum Beispiel kulturelle oder nationale. In der Arbeit wird das Nationalstereotyp hervorgehoben – damit hängen Begriffe Vorurteil und Diskriminierung zusammen, die aber schon eine unterschiedliche Bedeutung haben, wie Allport in seinem Werk Die Natur des Vorurteils klargemacht hat.

In dem nächsten Teil der Arbeit werden die Herkunft und der Aufbau (Struktur) dieser Äußerungen betrachtet. Es gibt gewisse Strukturen, die die meisten Sprichwörter behalten – zum Beispiel Zuerst A, dann B oder Wer A, der B. Stilistische Mittel wie zum Beispiel Reim oder Personifikation werden auch häufig benutzt. Interessant ist, dass dieses in beiden Sprachen vorkommt, obwohl es sich um eine germanische und eine slawische Sprache handelt. Die Herkunft von den Sprichwörtern ist sowohl gleich, viele von ihnen stammen aus der Bibel, Antik oder Mittelalter. Das heißt, die meisten europäischen Sprichwörter ähneln sich einander.

Mit Hilfe einer Umfrage wird erforscht, was die Tschechen und die Deutschen von sich selbst und von der anderen Nation halten, das heißt, welche Eigenschaften ihrer Meinung nach beide Gruppen haben. Die Ansicht an unsere eigene Nation ist oft anders, als die Ansicht der Ausländer. So sind Autostereotype (Meinungen über sich selbst) und Heterostereotype (Meinungen über die anderen) entstanden.

Nach den festgestellten Eigenschaften werden dann die Sprichwörter in beiden Sprachen in Gruppen eingeordnet. Mit Hilfe dieser Kategorien (einer Eigenschaft entsprechen immer mindestens drei Sprichwörter) wird veranschaulicht, dass sich die Stereotypen in Sprichwörtern widerspiegeln und dass die tschechischen und deutschen Sprichwörter meistens ähnlich sind.

Seznam použité literatury

ALLPORT, Gordon Willard. *O povaze předsudků*. Praha: Prostor, 2004. ISBN 80-7260-125-3.

BITTNEROVÁ, Dana; SCHINDLER, Franz. *Česká přísloví: Soudobý stav konce 20. století*. Praha: Karolinum, 1997. ISBN 80-7184-440-3.

ČELAKOVSKÝ, František Ladislav. *Přísloví – napoví: Výbor z Mudrosloví národu slovanského ve příslovích*. Uspořádal, text k vydání připravil, doslov a vysvětlivky napsal Karel Dvořák. Praha: Albatros, 1976.

ENDLER, Walter. *Nejznámější německá přísloví a jejich české protějšky*. 2. vyd. Praha: Erika, 1996. ISBN 80-7190-360-4.

GEIST, Bohumil. *Psychologický slovník*. Praha: Vodnář, 2000. ISBN 80-86226-07-7.

HARTL, Pavel; HARTLOVÁ, Helena. *Velký psychologický slovník*. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-686-5.

HAYESOVÁ, Nicky. *Základy sociální psychologie*. Praha: Portál, 2000. ISBN 80-7178-415-X.

JANDOUREK, Jan. *Sociologický slovník*. Praha: Portál, 2001. ISBN 80-7178-535-0.

KOMENSKÝ, Jan Amos. *Moudrost starých Čechů za zrcadlo vystavená potomkům*. Text k vydání připravil, předmluvou, poznámkami a rejstříkem opatřil František Svejkovský. 4. vyd. Praha: Státní nakladatelství krásné literatury, hudby a umění, 1954.

KOSEK, Jan. *Právo (n)a předsudek*. Praha: Dokořán, 2011. ISBN 978-80-7363-312-7.

MAHEN, Jiří. *Kniha o českém charakteru*. Vyškov: František Obzina, 1924.

MIEDER, Wolfgang. *Sprichwörter, Redensarten – Parömiologie*. Heidelberg: Groos, 1999. ISBN 3-87276-836-0.

PRŮCHA, Jan. *Interkulturní psychologie*. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-709-1.

RÖHRICH, Lutz; MIEDER, Wolfgang. *Sprichwort*. Stuttgart: Metzler, 1977. ISBN 3-476-10154-1.

ŚWIERCZYŃSKI, Andrzej; ŚWIERCZYŃSKA, Dobrosława. *Slovník přísloví v devíti jazycích*. České ekvivalenty Eva Mrhačová. Praha: Universum, 2008. ISBN 978-80-242-2021-5.

Velký sociologický slovník. Praha: Karolinum, 1996. ISBN 80-7184-310-5.

Vlaky.net. Dostupné z: <http://www.vlaky.net/zeleznice/kratke-spravy/5075-Presnost-vlaku-CD-je-srovnatelna-s-DB/>. [citováno 23. 11. 2012]

Příloha – Česká a německá verze dotazníku

Tato anketa je anonymní a slouží jako pomocný podklad k mé bakalářské práci na Pedagogické fakultě Univerzity Karlovy. Velice děkuji za vaše odpovědi.

Barbora Podborská

Anketa – varianta A

1. Pohlaví: žena muž
2. Národnost: česká německá
3. Věk: _____
4. Jak často jste v kontaktu s Němci?
- každý týden zhruba 5x do roka
- 1 – 3x za měsíc nikdy

5. Které z následujících vlastností přisuzujete:

	Němcům	Čechům
A. lenost	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B. pracovitost	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C. pohostinnost	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D. dochvilnost	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E. otevřenost	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F. uzavřenost	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G. národní cítění	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H. zásadovost	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I. inteligence	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J. chamtivost	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K. pesimismus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L. optimismus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M. štědrost	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N. ctižádost	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O. váhavost	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
P. zodpovědnost	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Q. upřímnost	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
R. tolerance	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
S. kreativita	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
T. emotivnost	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
U. podnikavost	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
V. sebevědomí	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. Další (výše neuvedené) vlastnosti:
-

Diese Umfrage ist anonym und dient als eine Unterlage für meine Bachelorarbeit an der Pädagogischen Fakultät der Karls Universität. Vielen Dank für ihre Antworten.

Barbora Podborská

Umfrage – Variante B

1. Geschlecht: weiblich männlich
2. Nationalität: tschechisch deutsch
3. Alter: _____

4. Wie oft sind Sie mit Tschechen in Kontakt?

- jede Woche ungefähr 5x pro Jahr
 1 – 3x pro Monat nie

5. Welche von diesen Eigenschaften haben Ihrer Meinung nach:

	Deutschen	Tschechen
A. Faulheit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B. Fleiß	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C. Gastfreundlichkeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D. Pünktlichkeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E. Offenherzigkeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F. Verschlossenheit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G. Nationalempfinden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H. Prinzipienfestigkeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I. Intelligenz	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J. Habsucht	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K. Pessimismus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L. Optimismus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M. Freigebigkeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N. Ehrgeiz	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O. Unentschlossenheit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
P. Verantwortlichkeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Q. Ehrlichkeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
R. Toleranz	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
S. Kreativität	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
T. Emotionalität	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
U. Unternehmungsgeist	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
V. Selbstbewusstsein	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. Weitere (oben nicht erwähnte) Eigenschaften:
