

INTERKULTURELLE KOMMUNIKATION

Olga Rösch (Hrsg.)

Stereotypisierung des Fremden Auswirkungen in der Kommunikation

Wildauer Schriftenreihe



Band 4

INTERKULTURELLE KOMMUNIKATION

Olga Rösch (Hrsg.)

Stereotypisierung des Fremden

Auswirkungen in der Kommunikation

Wildauer Schriftenreihe

Technische Fachhochschule Wildau
University of Applied Sciences



Die Deutsche Bibliothek – CIP-Einheitsaufnahme:

Stereotypisierung des Fremden : Auswirkungen in der Kommunikation /
Technische Fachhochschule Wildau. Olga Rösch (Hrsg.). - 1. Aufl. - Berlin :
Verl. News and Media 2000
(Wildauer Schriftenreihe : Interkulturelle Kommunikation; Bd. 4)
ISBN 3-9806460-6-8

© 2000 Verlag News & Media, Marcus von Amsberg, Berlin

Wir danken dem Präsidenten der Technischen Fachhochschule Wildau, Herrn Prof. Dr. László Ungvári, für die Unterstützung zur Realisierung der Wildauer Schriftenreihe „Interkulturelle Kommunikation“.

Impressum

Herausgeberin der Wildauer Schriftenreihe
Interkulturelle Kommunikation: Dr. phil. Olga Rösch
Redaktion von Band 4 der Wildauer Schriftenreihe
Interkulturelle Kommunikation: Dr. phil. Christine Steinmetz

Technische Fachhochschule Wildau
Bahnhofstraße · 15745 Wildau · Germany
Tel. (0 33 75) 508-101 · Fax (0 33 75) 50 03 24
<http://www.tfh-wildau.de>

1. Auflage August 2000
News & Media, Marcus v. Amsberg
Perelsplatz 18 · 12195 Berlin · Germany
Tel. (0 30) 85 96 13 77 · Fax (0 30) 85 96 13 76
<http://www.newsmedia.de> · e-mail: info@newsmedia.de

Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit Genehmigung der Technischen Fachhochschule Wildau. Insbesondere die Übernahme auf Datenträger aller Art oder fotomechanische Wiedergabe ist untersagt.

Inhalt

VORWORT	7
---------------	---

I. THEORETISCHE GRUNDLAGEN

Bedeutung und Funktion sozialer Stereotype und Vorurteile für die interkulturelle Kooperation <i>Alexander Thomas</i>	11
---	----

Stereotype Perzeption und ihre ambivalente Funktion in der Wahrnehmung und Kommunikation zwischen Fremdgruppen <i>Magdalena Roclawski</i>	29
---	----

II. UMGANG MIT ETHNISCHEN STEREOTYPEN

1. Wirtschaftskommunikation

“Culture Clash Goes online” – Interkulturelle Rezeption von Stereotypen in Web Sites vor dem Hintergrund theoretischer Überlegungen zur Analyse deutscher und U.S.-amerikanischer Internetauftritte <i>Ursula Wrobel</i>	69
---	----

Мое и чужое – Russland und der Westen in der Werbung <i>Edgar Hoffmann</i>	85
---	----

Niederländische Geschäftsleute in interkulturellen Verhandlungen – Paradigmen zur Beschreibung von Stereotypen in der interkulturellen Unternehmenskommunikation <i>Rogier Crijns</i>	113
--	-----

Die tschechische Kultur im Kontext des Organisations- und Arbeits- lebens. Typologien, Präferenzen und Tendenzen im Denken und Ver- halten von Mitarbeitern und Führungskräften <i>Eva Jarosová, Eva Kasparová, Ruzena Komárková, Ivan Nový, Karel Pavlica, Alois Surynek</i>	135
--	-----

2. Interkulturelles Training

Schlitzohrige Tschechen und herrschsüchtige Deutsche – Was ist dran an den deutsch-tschechischen Stereotypen? <i>Sylvia Schroll-Machl, Ivan Nový</i>	159
--	-----

Keine Angst vor Stereotypen! Hilfestellungen zum Umgang mit ethnischen Stereotypisierungen in interkulturellen Trainings <i>Kirsten Nazarkiewicz</i>	179
Alles beim Alten? Ergebnisse einer Befragung polnischer und deutscher Studenten <i>Olga Rösch</i>	207
Respekt, Überheblichkeit und Klischees – Wie Deutsche und Russen einander sehen. Erfahrungen aus dem interkulturellen Training und dem Geschäftsalltag <i>Gregor von Kursell</i>	223
3. Unterschiedliche Kommunikationssituationen	
Zur Bestätigung und „Entkräftung“ von Stereotypen in deutschen Presstexten über Russen und Polen <i>Roswitha Loew, Anke Pfeiffer</i>	243
Zum Stereotyp der Deutschen aus der Sicht einer Polin <i>Ewa Komorowska</i>	259
Soziologische Bemerkungen zu der deutsch-polnischen Nachbarschaft <i>Marian Chojnacki</i>	271
AUTOREN	298