

## Když Češi neví, jací jsou Češi. Co o nás říkají výzkumy stereotypů

---

**Petr Gal**

Psychologický ústav FF MU, Brno

[gal@mail.muni.cz](mailto:gal@mail.muni.cz)

*Národní stereotypy pomáhají společenství lidí, které se považuje národ, budovat vlastní identitu. Proces tvorby autostereotypů a heterostereotypů je přímo učebnicí sociální psychologie: využíváme při něm implicitní teorii osobnosti, srovnávání a mnoho dalších sociálních mechanismů. Podívejme se, co říkají nejnovější výzkumy o naší schopnosti určit reálné vlastnosti těch, které známe. Tedy Čechů.*



*National stereotypes help a community of people, which is considered a nation, to build its own identity. The process of creation of autostereotypes and heterostereotypes is a textbook of social psychology: in that we use the implicit theory of personality, comparing and many other social mechanisms. Let's see what the latest researches say about our ability to identify the real characteristics of those we know. So, the Czechs.*

**Klíčová slova:** *stereotyp, autostereotyp, heterostereotyp, národ, identita, Češi, sociální psychologie*

**Key words:** *stereotype, autostereotype, heterostereotype, nation, identity, Czechs, social psychology*

---

O Čechách se ví, že jsou chytří (Baťa byl génius), šikovní (vyrábíme škodovky), udatní (zabili jsme Heydricha), ale zároveň mírumilovní (armádu máme jen na obranu), kulturní (Kunderovi češství nikdo neodpáře) a hlavně si umí udělat legraci sami ze sebe. My Češi ale máme v sobě, podobně jako jiné národy, především zakořeněny národní stereotypy. Tedy

zjednodušené představy o chování jiných lidí či společností, které se projevují předsudky. Jak vznikají, z čeho vychází a nakolik odpovídají skutečnosti?

### **Jak se staví identita**

Vlastní identitu nejsnadněji získáme, když se vymežíme vůči jiným. Poté totiž můžeme ty, které nepovažujeme za příslušníky stejné skupiny, snadněji vnímat jako sociálně odlišné a podle toho se k nim chovat. Nepohlížíme na ně jako na individua, ale jako členy jistého společenství a jejich chování hodnotíme podle našich zažitých očekávání.

[Allport](#) (2004) začal zkoumat psychologickou podstatu stereotypů mezi prvními. Považuje za ně nepřiměřená přesvědčení spojovaná s konkrétní skupinou. Tento proces souvisí s [implicitní teorií osobnosti](#), podle níž si při posuzování jedince vytváříme představu o jeho osobnosti na základě pouhých několika vlastností. Určitý povahový rys, který při prvním setkání u člověka odhalíme, nevědomě propojujeme s dalšími, jež s ním podle našeho přesvědčení musí souviset, přestože jsme je ve skutečnosti u dané osoby nezaznamenali (Hayes, 2000).

Stereotypy jsou mentální zkratky usnadňující orientaci ve světě, blízké heuristikám. Zjednodušeně řečeno nám je pomáhají rozporcovat na jasně vymežitelné části (například na to „dobré a špatné“). K vytvoření takové představy navíc nepotřebujeme moc kognitivního úsilí, vytlačí ho aktuální emoce (Výrost & Slaměník, 2008), které ale často vedou k omylům. Při vytváření stereotypní představy nezůstáváme pouze u jednoduchých antipatií. Druhým můžeme přisuzovat i pozitivní vlastnosti, ovšem tak, abychom si zachovali vlastní vybudovanou představu o světě.

### **Nic než národ**

Národní stereotypy dělíme na heterostereotypy (naše přesvědčení o jiných národech) a autostereotypy (představy o nás samých). Nejvíce stereotypů vytváříme o sousedních národech (projevuje se efekt blízkosti) či národech, s nimiž nás spojuje výrazná historická zkušenost. Mezi oběma skupinami představ probíhá „zrcadlový efekt“: u kladných vlastností většinou dominuje autostereotyp nad heterostereotypem („my“ jsme lepší než „oni“), u záporných naopak převažuje heterostereotyp. „Kontrastním efektem“ označujeme snahu

spojovat s naším národem opačné vlastnosti, než přisuzujeme těm, vůči nimž se vymezujeme. Vždy tak, aby na tom byl vždy lépe národ posuzovatele (Geist, 1993).

Přestože v průběhu života získáváme nové zkušenosti a informace, jen obtížně měníme své zažité názory na danou společnost. Zdá se, že lidská mysl v tomto případě disponuje velkou rigiditou Allport (2004). Stereotypy tak povětšinou nejsou racionálními úvahami, ale odráží prožívání a emocionální stav jejich nositelů (Uhlíková, 2001).

### **Odkud přicházíme, kdo jsme a kam jdeme. Co o češtví říkají výzkumy a my**

Dosud největším výzkumem porovnávajícím stereotypní obrazy a skutečné vlastnosti národů je studie Personality Profiles of Cultures (Terracciano et al., 2005). V rozsáhlém šetření sbíralo 86 vědců data o příslušnících 49 národů. Zkoumané osoby nejprve popsaly typické charakteristiky svých spoluobčanů, poté hodnotily své blízké. Posuzované vlastnosti vycházely z pětifaktorového modelu osobnosti (OCEAN). Hodnotící škály zahrnovaly 5 základních osobnostních charakteristik: neuroticismus, extraverci, otevřenost vůči zkušenosti, přívětivost, svědomitost, a jejich dimenze. Získané informace vědci srovnali a zjistili, že svým známým připisujeme jiné charakteristiky než ostatním spoluobčanům. Tedy, že se představy o typickém příslušníkovi národa neshodují s charakteristikami skutečných obyvatel. Studie má samozřejmě své nedostatky: výsledky limituje výběr respondentů (v tomto případě pouze vysokoškoláků), otázkou také je, nakolik shodně chápou hodnocené vlastnosti různé národy.

Výzkum, jehož výsledky otiskl i prestižní Science, podnítil další bádání. V roce 2012 na něj navázaly psychologky Hřebíčková (spolupřekyně předchozí studie) a Kouřilová. Autorky ověřovaly nejen české národní autostereotypy a heterostereotypy (Hřebíčková & Kouřilová, 2012). Zajímalo je také, zda obyvatelé vedlejších zemí nedovedou odhadnout typické vlastnosti svých sousedů přesněji než ostatní. Opět vyšly z pětifaktorového modelu osobnosti. Využily dvojici nástrojů: test NCS (National Character Survey) a osobnostní inventář NEO-PI-R. Studie se zúčastnili univerzitní studenti z Česka a okolních zemí: 4 038 Čechů, 519 Slováků, 281 Poláků, 396 Rakušanů, 329 Němců. Vzorek doplnilo 100 nestudujících dospělých Čechů. Účastníci vyplňovali dotazníky o charakteristikách svého národa i o svých sousedech a zároveň byli na základě individuálního testování sestaveny jejich osobnostní profily. Výzkumnice zjišťovaly, nakolik se reálné výsledky testů shodují s autostereotypem a míněním sousedních národů.

Mezi českým autostereotypem a heterostereotypy o Češích nepanovala shoda. Občané okolních států totiž vnímají typického Čecha kladněji, než jak se vidíme my. I výsledky osobnostních testů ukazují, že jsme ve skutečnosti více extravertní, otevření zkušenosti a přívětiví, než si myslíme. Považovat se za nedružné, pasivní a neprosazující se je střeoevropskou specialitou: stejně to cítí Němci, Slováci i Poláci.

Poměrně přesně naopak odhadujeme vlastní úroveň neuroticismu. Ve skutečnosti jsme neurotičtí jen o trochu méně, než si myslíme, a patříme mezi státy s nadprůměrně labilními a depresivními obyvateli. Na vrcholu ale nejsme. Hravě nás předčí románské země v čele s Francií (Terracciano et al., 2005).

Starší respondenti pokládají typického Čecha za způsobilejšího, cílevědomějšího, disciplinovanějšího a důvěřivějšího než mladší. Přestože si připadáme obhroublí a nepříjemní, v testech dosahujeme jedné z nejvyšších hodnot přívětivosti na světě. Zdá se, že typickými vlastnostmi Čechů jsou spíše snaha pomáhat a nepřipouštět konflikty. V hodnocení typického Čecha se s ostatními (hlavně germánskými) národy neshodují Slováci. Čechy vidí nejodlišněji v kategoriích dominance. Jsme pro ně asertivní, aktivní, neskromní, nepoddajní a málo rozpačití. Můžeme spekulovat, zda jde o pozůstatek společného státu, v němž Češi převažovali a hráli roli „staršího bratra“.

Česká představa má přesto ve výsledku blíže realitě než pohledy sousedů přes plot. Lidé dokáží některé charakteristiky svého národa odhadnout, zatímco v představách o občanech jiných zemí míří takřka vždy vedle.

### **I sociální vědec se někdy utne**

Výsledky ukázaly na ještě jednu překvapivou skutečnost. Různé skupiny (odlišné věkem, pohlavím i bydlištěm) posuzovaly národní stereotypy víceméně stejně. Hřebíčkovou (2012) napadlo ověřit, o kolik přesněji než „laická“ veřejnost budou národní stereotypy posuzovat ti „zasvěcení“, totiž sociální vědci. 186 odborníků (psychologů, sociologů, politologů, etnografů a kulturních antropologů) požádala, aby kvalifikovaně označili typické české vlastnosti. Vědci však ani přes svou odbornost nedokázali odhadnout národní stereotypy tak, aby přesvědčivě odpovídaly reálným lidem. Jejich pohled byl ve 27 z 30 oblastí shodný

(rozumějte nepřesný) s laiky. Utkvělé představy tak tvoří spíše kulturně sdílené vzorce než individuální zkušenosti a znalosti.

### Co máme na jazyku

Sociologickou sondu do stereotypů panujících mezi oběma bývalými československými národy učinila nedávno Labischová (2013). Pomocí dotazníků a rozhovorů zjistila, že respondenti za nejtypičtější českou vlastnost považují smysl pro humor (77 %). Tím ovšem legrace končí. Následoval totiž alkoholismus (66 %) a závistivost (60 %).

Holý (2010) nepátral po tom, jací si myslíme, že lidé jsou, ale jak o nich mluvíme. Typické rysy českého autostereotypu hledal v tradičních frazémeh. V každém z nás totiž dřímá „malý český člověk“ (průměrnost, závistivost, netolerance) se „zlatými českými ručičkami“ (pracovitost, šikovnost) a „holubičí povahou“ (mírnost), který má „pod čepicí“ (vychytralost). K vymezení našich představ pomáhá i srovnání s nejbližšími sousedy: česká společnost je moderní, kulturní, racionální, západní, rozvinutá, slovenská naopak tradiční, prostá, emocionální, východní, mladá. Z tohoto srovnání pocítujeme Čechy vyznávaný kult nadřazenosti nad mladším bratrem, který je často terčem vtipů.

### Image je nanic

Studie, které se zabývaly českými národními stereotypy, neprokázaly obecnou platnost předsudků o typických národních charakteristikách. Odhalily ale, že míra shody je vyšší u autostereotypu než heterostereotypu. Češi tak sebe dokáží popsat blíže realitě, než tak činí územní sousedé. Co z toho lze vyvodit? Především můžeme zůstat v klidu. Přestože neumíme moc přesně popsat, jací jsme, ostatní národy o nás ví ještě méně. Jak ukazuje věda, mylná bývají zejména naše přesvědčení o druhých. Stereotypy tak nadále zůstávají hlavně účelným prostředkem myslí k odůvodnění našich postojů. A přišly na to chytré české hlavičky.

### Mění klima národní stereotypy? Jak jejich podstatu vysvětlují sociální psychologové?

Přečtěte si článek Petry Chvojkové: [Kolik je pravdy v národních stereotypech?](#)

Zdroje:

Allport, G. W. (2004). O povaze předsudků (V českém jazyce vyd. 1.). Praha: Prostor.

Geist, B. (1993). Sociologický slovník. Praha: Victoria Publishing.

Hayes, N. (2000). Základy sociální psychologie (Vyd. 2.). Praha: Portál.

Holý, L. (2010). Malý český člověk a skvělý český národ: národní identita a postkomunistická transformace společnosti (Vyd. 2.). Praha: Sociologické nakladatelství (SLON).

Hřebíčková, M., & Kouřilová, S. (2012). Jak se vidíme, jak nás vidí a jací jsme: porovnání českého národního auto- a heterostereotypu s posuzováním reálných Čechů v kontextu pětifaktorového modelu osobnosti. *Československá psychologie*, 56(1), 1-17.

Hřebíčková, M. (2012). Přesnost českého národního stereotypu podle sociálních vědců a studentů. *Proceedings Of The Conference On Social Processes & Personality*, 20-25.

Labischová, D. (2013). Češi, Slováci a jejich susedství: Identita – Stereotyp – Historické vědomí. *Civilia: odborná revue pro didaktiku společenských věd*, 4(2), 14-32.

Terracciano, A., Abdel-Khalek, A., Ádám, N., Adamovová, L., Ahn, C., Ahn, H., et al. (2005). National character does not reflect mean personality trait levels in 49 cultures. *Science*, 310(5745), 96–100. <http://doi.org/10.1126/science.1117199>

Uhlíková, L. (2001). Několik poznámek ke vzniku a zániku etnických stereotypů. *Etnické stereotypy z pohledu různých vědních oborů: Sborník*, 49-56.

Autor obrázku:

Josef Lada, <https://cz.pinterest.com/pin/235031674280096603/>