



8.1 Terminologie: Stereotype als manifeste sprachliche Ausdrücke

Die griechischen Wurzeln des Begriffs Stereotyp weisen auf eine zweidimensionale Bedeutung des Begriffs hin: *stereos* bedeutet starr, hart, fest und *typos* meint Ent-

wurf, feste Norm, charakteristische Prägung (Petersen, L.-E./Six 2008: 21).¹⁵³ Diese etymologischen Wurzeln schlagen sich auch in wissenschaftlichen Diskussionen über den Begriff nieder. Eine viel beachtete Definition ist jene von Allport (1971 [1954]: 200, Hervorh. i. O.): »[E]in Stereotyp ist eine überstarke Überzeugung, die mit einer Kategorie verbunden ist. Sie dient zur Rechtfertigung (Rationalisierung) unseres diese Kategorie betreffenden Verhaltens«. In jüngster Zeit werden Stereotype in der Sozialpsychologie definiert als »eine Reihe von Überzeugungen über die Mitglieder einer sozialen Gruppe« oder als »Assoziation einer Reihe von Merkmalen mit einer Kategorie« (Petersen, L.-E./Six-Materna 2006: 430). Gemäss Petersen und Six-Materna (2006: 431) ist die soziale Kategorisierung bzw. Stereotypisierung, also die Anwendung stereotypen Wissens, verbunden mit der Zuschreibung bestimmter Eigenschaften, Fähigkeiten sowie Motive, die für eine Gruppe charakteristisch erscheinen. Daraus ergeben sich erste wichtige Hinweise für die Operationalisierung: Ein Aspekt von Stereotypen – oder präziser gesagt bei der Stereotypisierung – sind Attribuierungen bezüglich der Merkmale einer sozialen Gruppe (Fähigkeiten, Motive und Eigenschaften).

¹⁵³ Ähnlich gelten Frames als starre, nur schwer wandelbare Deutungsmuster (Reese 2001: 11, 15f.); vgl. dazu auch Aspekt (3) in Kap. 2.2.

Weitere Impulse für die Analyse von sprachlichen Stereotypen

Präzise Begriffsbestimmungen finden sich hingegen in der Linguistik. Hier werden bei Definitionen – konkreter als bei Ganter (s. o.) – die sprachlichen Merkmale eines Stereotypes betont (vgl. ausführl. den Forschungsüberblick bei Roth 2005b: 27-40; Pümpel-Mader 2010: 57-60), was für die nachfolgende Inhaltsanalyse hilfreich ist. Quasthoff (1973), die die Stereotypen-Forschung in der Linguistik etabliert hat (Hausendorf 2000: 20), definiert dieses soziale Phänomen beispielsweise wie folgt:

»Ein Stereotyp ist der verbale Ausdruck einer auf soziale Gruppen oder einzelne Personen als deren Mitglieder gerichtete Überzeugung. Es hat die logische Form eines Urteils, das in ungerechtfertigt vereinfachender und generalisierender Weise, mit emotional-wertender Tendenz, einer Klasse von Personen bestimmte Eigenschaften oder Verhaltensweisen zu- oder abspricht. Linguistisch ist es als Satz beschreibbar (Quasthoff 1973: 28, Hervorh. i. O.; Unterstreichung C. J.).¹⁶⁰

Wenige Jahre später wird Quasthoffs Begriffsbestimmung von der Linguistin Angelika Wenzel kritisiert, da diese wegen des letzten Satzes zu einschränkend sei.¹⁶¹ Sie selbst schlägt eine etwas andere Definition vor:

»Ein Stereotyp ist der verbale Ausdruck einer auf soziale Gruppen oder einzelne Personen als deren Mitglieder gerichtete Überzeugung. Es hat die logische Form einer allgemeinen Aussage, welche in ungerechtfertigt vereinfachender Weise, mit emotional-wertender und normativer Tendenz einer Klasse von Personen bestimmte Eigenschaften oder Verhaltensweisen zu- oder abschreibt« (Wenzel, A. 1978: 28 sowie 51; Unterstreichung C. J.).

Die in beiden Definitionen enthaltene normative Behauptung, ein Stereotyp sei ungerechtfertigt, ist für die Fragestellung der vorliegenden Arbeit irrelevant.¹⁶² Denn mittels einer Inhaltsanalyse kann und soll nicht überprüft werden, inwieweit es sich um eine (un)gerechtfertigte Überzeugung handelt, sondern es interessiert lediglich das Vorhandensein einer generalisierenden, wertenden Aussage über eine soziale Gruppe oder über einzelne Mitglieder derselbigen. Unter Berufung auf Angelika Wenzel (1978: 25f., 30f.) können also jene Aussagen als Stereotyp bezeichnet werden, die sich auf Eigenschaften oder Verhaltensweisen einer Kategorie von Menschen beziehen sowie eine Bewertung (Beispiel: Muslime sind gewalttätig) enthalten. Diese Aspekte greift auch Roth auf, die sich in ihrer soziolinguistischen Arbeit über Stereotypisierungen von Ost- und Westberlinern bei ihrer Begriffsbestimmung ebenfalls auf Quasthoff stützt:

¹⁶⁰ Bei der erwähnten Urteils-Form, die gemäss Quasthoff für ein Stereotyp charakteristisch ist, drängt sich eine Verknüpfung mit dem Frame-Element »moral evaluation« (Entman 1993: 52, Hervorh. i. O.) auf.

¹⁶¹ Zu dieser Kritik an Quasthoff vgl. auch Konrad (2006: 79).

¹⁶² Parallelen zu den Begriffsbestimmungen von Quasthoff (1973) und Angelika Wenzel (1978) finden sich bei Schaff (1980: 86f.). Da Stereotype bei Schaff jedoch wiederum nicht präzise von Vorurteilen abgegrenzt werden (zu dieser Kritik vgl. auch Konrad 2006: 78), wird hier nicht weiter darauf eingegangen.

»Durch das »Stereotyp« schreibt der Sprecher einer Person oder Gruppe, die er einer sozialen Kategorie zuordnet, bestimmte Eigenschaften und Verhaltensweisen zu, was mit einer Tendenz zur negativen Bewertung der fremden Zugehörigkeit und positiven Bewertung der eigenen Zugehörigkeit verbunden ist. Sprachlich lässt es sich auf einer Skala zwischen Impliztheit und Expliztheit einordnen« (Roth 2005b: 42).¹⁶³

Ein Stereotyp als verbaler Ausdruck erscheint unter den hier von Roth genannten drei Prämissen (*Zuordnung* zu einer Kategorie, *Zuschreibung* von Eigenschaften und Verhaltensweisen, positive und/oder negative *Bewertung*) (vgl. auch Roth 2005a: 17) für eine Inhaltsanalyse operationalisierbar.¹⁶⁴ Deshalb soll diese Definition für die vorliegende Arbeit massgeblich sein. Darüber hinaus sollen – analog zum Framing-Ansatz gemäss Entman (1993) – diese drei Prämissen, die als konstitutiv für Stereotype gelten sollen, als Elemente bezeichnet werden. Ferner soll diese Art von Stereotypen als *manifest* titulierte werden, während Stereotype, die durch die Summe von – z. B. massenmedial vermittelten – Einzelbildern konstruiert werden, als *latent* bezeichnet werden (vgl. dazu auch Jecker 2012).¹⁶⁵ Bei latenten Stereotypen können massenmediale Darstellungen (inkl. verbale Aussagen) bezüglich einer sozialen Gruppe zwar bestimmte (negative oder positive) Tendenzen beinhalten; diese beziehen sich aber nicht kategorisch bzw. nicht generalisierend auf eine ganze Gruppe oder auf einzelne Mitglieder einer Gruppe (vgl. Kap. 8.5.1).¹⁶⁶

¹⁶³ Zum Begriff »Bewertung« aus linguistischer Perspektive vgl. ausführlich Kap. 7.3.

¹⁶⁴ Sehr ähnliche Merkmale für Stereotype – nämlich Generalisierung, Kategorisierung, Urteile – führt auch Ganter auf (1997: 3-6).

¹⁶⁵ Eine ähnliche Differenzierung trifft im Übrigen Demleitner (2010), die in ihrer empirischen Studie nationale Stereotype von Deutschen und Briten in Printmedien vergleicht: Dabei subsumiert sie unter explizite Stereotype ausdrücklich All-Aussagen sowie Aussagen mit eingeschränkter Verbindlichkeit, während implizite Stereotype bestimmte Bilder von Nationen enthalten, wobei die Kriterien der Identifizierung nicht transparent werden (Demleitner 2010: 230f., 344f.).

¹⁶⁶ Diese als latent und manifest bezeichneten Stereotype werden von der Autorin der vorliegenden Arbeit in einer früheren Aufsatz als implizite und explizite Stereotype titulierte (Schönhagen/Jecker 2010: 45). Die oben verwendete neuere Bezeichnung erscheint jedoch präziser.

8.5.1 Latente Stereotype: Summe von Darstellungs- bzw. (Re)Präsentationsmustern

In der *MuKW* gibt es zahlreiche Studien, die sich – im Verständnis dieser Arbeit – mit *latenten* Stereotypen in der Werbung, Wahlberichterstattung etc. beschäftigen (vgl. zusammenf. Appel 2008). Bei den wenigsten Autoren hat die theoretische Auseinandersetzung mit dem Phänomen allerdings sichtbare Auswirkungen auf die Operationalisierung.¹⁷⁹ Meist wird von Stereotypen gesprochen, wenn in Mas-

¹⁷⁹ Ein Beispiel hierfür ist Schweinitz (2006), der nach einer vertieften Auseinandersetzung mit dem Begriff »Stereotyp« unter diesem – aus film- und kulturwissenschaftlicher Perspektive – wiederkehrende Erzählmuster und Bilder versteht, die er qualitativ analysiert.

senmedien ein bestimmtes Bild über eine soziale Gruppe vermehrt oder überwiegend vermittelt wird.¹⁸⁰ Quantitative Inhaltsanalysen untersuchen z. B. *Geschlechterbilder* in Tageszeitungen (Magin/Stark 2010), in Männer- und Frauenzeitschriften (Staab et al. 1991), in Fernsehprogrammen (Weiderer 1993; vgl. zusammenf. Plake 2004: 242-247) sowie spezifisch in der Werbung (Holtz-Bacha 2008b), in der politischen Berichterstattung (Holtz-Bacha 2008a) oder speziell in der Krisen- und Kriegskommunikation (Pater 1993).¹⁸¹ Am Beispiel von Staab et al. (1991) lässt sich exemplarisch zeigen, wie dabei in der Regel vorgegangen wird: Zunächst werden »formale« bzw. »biografische« Merkmale der abgebildeten Personen (z. B. Alter, Familienstand, Staatsangehörigkeit, Anzahl der Kinder) sowie ihre Eigenschaften (z. B. soziales Verhalten, Aktivität, Intelligenz) erfasst (Staab et al. 1991: 448f.). Aufgrund dieser Merkmale und Eigenschaften werden dann von der mehrheitlichen Darstellung der Frauen und Männer »stereotypisierte Rollenvorstellungen« abgeleitet, die wiederum mit »tradierte[n] Rollenmuster[n]« bzw. »tradierten Rollenstereotypen« gleichgesetzt werden (Staab et al. 1991: 452). Der Begriff Stereotyp wird hier nicht theoretisch diskutiert, sondern vielmehr umgangssprachlich für die vorherrschende (Re)Präsentation von Frauen und Männern benutzt.¹⁸² Ein anderes Beispiel, wie Theorie und Empirie in punkto Stereotypen-Identifizierung auseinanderklaffen, findet sich in der Studie von Thiele (2010). Thiele bezieht sich zwar in den theoretischen Grundlagen differenziert auf sozialpsychologische Ansätze und beruft sich auf die Definition der Linguistin Quasthoff (1973: 28; vgl. auch Kap. 8.1), doch hat beides keine sichtbaren Auswirkungen auf ihre qualitative Inhaltsanalyse. D. h. sie operationalisiert die von Quasthoff vorgeschlagenen verbalen Mittel zur Identifizierung von Stereotypen (für

¹⁸⁰ Auch in Beiträgen, die sich mit theoretischen und methodischen Fragen der MuKW auseinandersetzen, wird der Begriff oft umgangssprachlich gebraucht (vgl. etwa Weiß 1989: 477, 485).

¹⁸¹ Im Übrigen berufen sich Studien zur massenmedialen stereotypisierenden Darstellung von Politikerinnen (Pallaver/Lengauer 2008), von Tätern und Opfern sexuellen Missbrauchs (Scheufele, B. 2005) oder von Muslimen im Kontext von Terror (Haußecker 2007; Frindte 2010) auch auf das Framing-Konzept, ohne jedoch die Verbindung zwischen Frames und Stereotypen vertieft zu diskutieren und ohne Stereotype als soziale Kategorisierung und Generalisierung von Gruppen zu erläutern oder zu definieren. So werden fast ausschließlich negative Stereotype analysiert, die z. B. mit »Feindbildern« gleichgesetzt und als »implizite Stereotype« bezeichnet werden (Haußecker 2007: 11f.), ohne jedoch zu erläutern, was darunter zu verstehen sei und ohne diese präzise von expliziten Stereotypen abzugrenzen.

¹⁸² Ähnlich geht schon Pleyer (1968) vor: Er stützt sich dabei auf Dröge (1967; vgl. dazu auch Kap. 8.1) und definiert Stereotype operational als »normative Vorstellungskomplexe, die sich konkretisieren in der Vergesellschaftung von Merkmalen, mit denen Menschen oder Menschengruppen belegt sind« (Pleyer 1968: 25). Mit der Vergesellschaftung von Merkmalen meint er bestimmte Kombinationen von Merkmalsausprägungen bezüglich einer sozialen Gruppe, die in Medieninhalten (hier: Spielfilmen) signifikant auftreten (z. B. Hautfarbe und Berufsstatus, Nationalität und Religionszugehörigkeit). Diese Merkmalskombinationen, die er mittels einer quantitativen Inhaltsanalyse erhebt, geben gemäss Pleyer (1968: 87) »Aufschluss über die Inhalte der im gegenwärtigen deutschen Spielfilm vorhandenen Stereotypen«. Letztlich handelt es sich also auch in dieser Studie um akteursspezifische (Re)Präsentationsmuster.

Aussenstehende) nicht nachvollziehbar, sodass die von ihr vorgestellten Ergebnisse ebenfalls als (Re)Präsentationsmuster bezeichnet werden können. Ähnliches gilt für Studien, die sich (zentral oder am Rande) mit Stereotypen im Kontext von Migrant(inn)en oder ethnischen Minderheiten beschäftigen (vgl. z. B. Wuerth 1999; Trebbe 2009), selbst wenn Frames und Stereotypen im theoretischen Teil miteinander verknüpft werden (Avraham/First 2010; Correa 2010): Sie setzen Darstellungs- und Repräsentationsmuster mit Stereotypen gleich. Diese resultieren aus einer Summe von Einzelbildern und entsprechen somit nicht generalisierenden Kategorisierungen bezüglich sozialer Gruppen. Dies gilt ebenfalls für die Studie von Sielschott (2011: 172f.), der bei seiner Medieninhaltsanalyse (hier zu Muslimen) nicht unterscheidet, ob sich die identifizierten Attribuierungen auf Individuen (z. B. Sportler, Künstler) oder auf Gruppen (z. B. Islamisten, Terroristen) beziehen.¹⁸³

Zwischenbilanz

So lässt sich festhalten, dass sich in MuKW-Studien keine befriedigenden Hinweise für eine systematische Analyse von Stereotypen finden lassen.¹⁸⁴ Denn in der Regel werden Einzelbilder zu einem Gesamtbild über eine soziale Gruppe zusammengefasst und dieses als Stereotyp bezeichnet. Da Bilder von sozialen Gruppen aber nicht mit *manifesten* Stereotypen gleichzusetzen sind, erscheint es sinnvoll, die bereits vorgeschlagene Terminologie zu verwenden und sie als *latente* Stereotype zu bezeichnen (vgl. Kap. 8.1). Eine andere Möglichkeit ist, den Begriff nicht zu verwenden und stattdessen von Geschlechterkonstruktionen, Geschlechter- und Frauen(leit)bildern oder Frauendarstellungen zu sprechen (Klaus 2005: 215-270) oder aber von Repräsentanz und Stereotypisierung (Bonfadelli 2002: 33f.).

¹⁸³ Ein zweites Problem des Vorgehens von Sielschott (2011) ist, dass er unter Berufung auf das in der Psychologie entwickelte Modell der Verhaltenstypen namens *BLAS Map* (Behaviours from Intergroup Affect and Stereotypes Map) zwei »Stereotypen-Frames« (Kälte- und Schädigungs-Frame sowie Kompetenz- und Kooperations-Frame) entwickelt. Diese Frames sind jedoch durch das Erfassen von lediglich zwei Bewertungsarten erstens stark vorherbestimmt und zweitens wenig differenziert: (a) Bewertung Wärme: eher warm vs. eher kalt; (b) Bewertung Kompetenz: eher kompetent vs. eher inkompetent (Sielschott 2011: 165f.). So ist die Analyse nicht offen für andere Frames bzw. andere Arten der Attribuierung. Ein drittes Problem der Fallstudie ist, dass jeder Artikel nur einem Frame zugeordnet wird (Sielschott 2011: 167f.), obwohl verschiedene Akteure in einem Medienbeitrag durchaus unterschiedliche Frames äussern können (Matthes 2007: 305).

¹⁸⁴ Neben den bereits erwähnten Forschungsfeldern interessieren in der MuKW vor allem sog. Stereotype in Bezug auf (andere) Nationen und Kulturen (vgl. z. B. Malitzke 1996: 108-116). Hierbei wird analog zur Geschlechter- und Migrantenforschung vorgegangen. Exemplarisch angeführt seien hier zunächst Nationenbilder: Hier wird der Begriff »Stereotyp« mitunter ebenfalls eingehend erläutert, dies wirkt sich aber nicht nachhaltig auf die Operationalisierung aus (vgl. z. B. Marten 1989). Auch in Studien, die auf Rollenstereotype in der Berichterstattung über Fremdenfeindlichkeit eingehen (Scheufele, B. 2003: 220), wird der Begriff im Sinne von dominierenden (Re)Präsentationsmustern gebraucht.