

Karim Mahmoud

Deutschlandstereotype im Deutschunterricht

Entstehung und Veränderung am Beispiel
des Deutschunterrichts in Ägypten

Karim Mahmoud

Deutschlandstereotype im Deutschunterricht

Karim Mahmoud

Deutschlandstereotype im Deutschunterricht

**Entstehung und Veränderung am Beispiel des
Deutschunterrichts in Ägypten**

Tectum Verlag

Karim Mahmoud

Deutschlandstereotype im Deutschunterricht. Entstehung und
Veränderung am Beispiel des Deutschunterrichts in Ägypten

© Tectum – ein Verlag in der Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2018
Zugl. Diss. Universität Leipzig 2018

E-Book: 978-3-8288-6905-9

(Dieser Titel ist zugleich als gedrucktes Werk unter der ISBN
978-3-8288-4069-0 im Tectum Verlag erschienen.)

Alle Rechte vorbehalten

Besuchen Sie uns im Internet
www.tectum-verlag.de

Veröffentlicht mit Unterstützung des Deutschen Akademischen Austauschdienstes

Bibliografische Informationen der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Angaben sind
im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Danksagung

Ohne die Unterstützung vieler Personen wäre die vorliegende Arbeit nicht möglich gewesen. An dieser Stelle möchte ich all jenen meinen Dank aussprechen, die maßgeblich zum Gelingen dieser Dissertation beigetragen haben.

Mein besonderer Dank gilt zunächst meinem wissenschaftlichen Betreuer, Herrn Prof. Claus Altmayer, der den Fortgang der Arbeit mit großem Engagement und umfassender Sachkenntnis gefördert hat. Unsere zahlreichen Gespräche auf interkultureller und persönlicher Ebene werden mir immer als bereichernder und konstruktiver Austausch in Erinnerung bleiben.

Ein besonderer Dank gilt auch prof. Aleya Khattab, die mir stets mit ihrer Unterstützung und Menschlichkeit zur Seite stand. Außerdem danke ich ihr ganz herzlich für die Übernahme der Begutachtung dieser Arbeit.

Ich möchte mich auch herzlich bei Dr. Assem El-Ammary und Dr. Siegfried Steinmann bedanken, die mir bei der Bewerbung um das DAAD-Stipendium sowie der Verlängerung meines Stipendiums geholfen haben.

Ein sehr großer Dank geht an meine gute Kollegin Rasha Abdou, welche mir immer moralischen Rückhalt und fachliche Unterstützung während des gesamten Studiums gegeben hat. Außerdem danke ich ihr für die Übersetzung der Interviews.

Ebenfalls gilt mein Dank dem Deutschen Akademischen Austauschdienst, der meinen Auslandsaufenthalt durch ein GERLS-Stipendium finanziell gefördert hat. Ein ganz besonderes Dankeschön gilt meiner Frau Rana Khalil, die mich so intensiv in »stressigen« Stunden unterstützt hat und mir so viel Liebe und Kraft gegeben hat.

Zuletzt geht ein sehr spezieller Dank an meine Eltern, für ihre viele Geduld, moralische Unterstützung und ihren Glauben an mich. Ein solches Studium wäre ohne die Fürsorge derer, auf die ich mich immer verlassen konnte, nur schwer möglich gewesen.

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	11
1 Stereotype	15
1.1 Zum Begriff des Stereotyps	15
1.2 Theorien zu Stereotypen	26
1.3 Stereotype im Fremdsprachenunterricht	28
1.4 Fazit	32
2 Deutschunterricht in Ägypten	35
2.1 Historischer Hintergrund	35
2.2 Deutsch im Schulbereich	36
2.3 Deutsch an Sprachzentren	38
2.4 Deutsch im Hochschulbereich	41
3 Forschungsmethodologie und -design	53
3.1 Qualitative versus quantitative Forschung	53
3.2 Forschungskonzeption	56
3.2.1 Fragestellung	56
3.2.2 Methodisches Vorgehen	56
3.2.2.1 Erhebungsmethode	59
3.2.2.2 Datenaufbereitung	62
3.2.2.3 Auswertungsmethode	62
3.3 Empirische Vorgehensweise	65
3.3.1 Konstruktion des Leitfadens	66

3.3.2	Pilotphase	72
3.3.3	Datenauswertung	73
3.3.3.1	Bestimmung des Ausgangsmaterials	73
3.3.3.2	Fragestellung der Analyse	77
3.3.3.3	Analysetechniken und Ablaufmodell der Analyse	78
3.3.3.4	Bestimmung der Analyseeinheiten	79
3.3.3.5	Kategorienbildung und die Darstellung des Kategoriensystems	80
3.3.3.6	Fundstellenbezeichnung, Bearbeitung der Fundstellen und Überarbeitung des Kategoriensystems	91
3.3.3.7	Paraphrasierung des extrahierten Materials	92
4	Ergebnisse	93
4.1	Datenanalyse des ersten Erhebungszeitpunkts	93
4.1.1	Diskussion der Hauptergebnisse	129
4.1.2	Lehrerbefragung	131
4.2	Datenanalyse des zweiten Erhebungszeitpunkts	141
4.2.1	Diskussion der Hauptergebnisse	224
4.2.2	Lehrerbefragung	227
4.3	Unterrichtliche Faktoren	231
4.3.1	Rolle des Lehrwerks	231
4.3.2	Rolle des Lehrers	251
4.4	Verbesserungsvorschläge	258
5	Fazit	261
	Literaturverzeichnis	265
	Internetquellen	271
	Abbildungsverzeichnis	273
	Tabellenverzeichnis	275
	Anhang	279
	Interviewleitfaden I	279
	Kurzfragebogen I	281

Postskriptum I	283
Interviewleitfaden II	284
Kurzfragebogen II	292
Kategoriensystem	293

Einleitung

Ein Zitat von Alexander Chase (*1926), amerik. Journalist besagt: »Alle Verallgemeinerungen sind falsch, diese eingeschlossen«. Jeder soll sich immer die Frage stellen: »Sind andere so oder tun alle so?« Außerdem: »Stimmt alles, was wir über die anderen gehört bzw. gelernt haben oder sogar was wir selber sagen?« Diese Fragen habe ich mir zum ersten Mal nach meiner Ankunft in Deutschland gestellt. Denkanstoß und Motivation, mich diesem Thema anzunähern, war meine Deutschlernerfahrung als Schüler an einer staatlichen Oberschule in Ägypten sowie die Erfahrung als Student an der Sprachenfakultät Al-Asun in Kairo. Als Deutschlerner wurden mir nicht nur in der Schule, sondern auch an der Uni im Laufe meines Studiums verschiedene Informationen über Deutschland und die Deutschen vermittelt. Ich erinnere mich an das Buch »Tatsachen über Deutschland«, das ein Dozent an der Uni an uns verteilt hat. Nach meiner Ankunft in Deutschland erlebte ich verschiedene Situationen, in denen ich mir immer »das stimmt nicht« sagen sollte. Eigentlich bezieht sich die Aussage auf meine vorhandenen Vorstellungen, die der Realität widersprechen, bzw. von der Realität zumindest divergieren. Deshalb hatte ich angefangen, alles, was ich vorher wusste, infrage zu stellen. Als Deutschlerner und vor allem danach als Deutschlehrer habe ich angefangen, mir andere Fragen zu stellen: Wie kommt das zustande? Wie sind solche Vorstellungen entstanden? Was bzw. wer hat dabei eine Rolle gespielt?

Das Thema der vorliegenden Arbeit lautet: »Der Einfluss des Deutschlernens auf die Entstehung und Veränderung von Stereotypen am Beispiel der Situation in Ägypten«. Die Ziele dieser Arbeit lassen sich dabei grob auf die Beantwortung folgender Fragestellung reduzieren: Inwieweit werden die Stereotype ägyptischer Deutschlerner durch das Deutschlernen an Bildungseinrichtungen in Ägypten beeinflusst und welche

grundlegenden Faktoren spielen dabei eine bestimmende Rolle? Außerdem soll die Arbeit Verbesserungsvorschläge machen, die nicht nur von den Lehrwerkautoren, sondern auch von den Lehrkräften im Unterricht beachtet werden können. Mithilfe einer Längsschnittuntersuchung wird versucht, diese Fragestellung zu beantworten, d. h. das Forschungsdesign der vorliegenden Arbeit ist durch zwei zeitlich aufeinander folgende Erhebungszeitpunkte gekennzeichnet. Während der erste Erhebungszeitpunkt am Anfang des Schuljahres bzw. Studienjahres 2014/2015 stattfand, wurde die zweite Erhebung am Ende des gleichen Schuljahres bzw. Studienjahres durchgeführt, um differenzierte Daten für die Auswertung zu erhalten. Um mögliche Störeinflüsse zu kontrollieren, scheint der Vergleich mit Kontrollgruppen notwendig. Befragt wurden Deutschlernende auf den Niveaus A1 und A2 des GER an staatlichen Oberschulen und Hochschulen in Ägypten. Methodisch wurden Leitfadenterviews durchgeführt. Zur Erhellung der unterrichtlichen Einflüsse scheint die Ergänzung durch die Lehrerbefragung und die Beschäftigung mit den im Unterricht eingesetzten Lehrwerken sinnvoll.

Bei der Entscheidung für ein qualitatives Forschungsdesign wurde die Frage gestellt, inwiefern die Frage nach Stereotypen und deren Veränderung ein qualitatives Forschungsdesign benötigt, obwohl fast alle Forscher, die sich bisher damit beschäftigt haben, eher quantitativ vorgegangen sind. Die meisten empirischen Studien der Stereotypenforschung sind ja quantitativ angelegt, da es bei solchen Studien um den Verbreitungsgrad sozialer Stereotype innerhalb einer bestimmten Gruppe geht. Solche Stereotype können anhand des hohen Verbreitungsgrades festgestellt werden. Außerdem werden die standardisierten quantitativen Messverfahren sehr oft kritisiert, da sie zum einen verallgemeinern und bestimmte Eigenschaften bei allen Gruppenmitgliedern als gegeben voraussetzen und da ihre Ergebnisse zum anderen nichts über die Einstellungen der Probanden zu diesen Eigenschaften aussagen. Insofern kam seit den 1980er Jahren die Forderung nach qualitativen Untersuchungen der Deutschlandbilder bzw. Stereotype (vgl. Wernike 2014: 34f.) auf. Aus kulturwissenschaftlicher Perspektive soll man auch im Fach Deutsch als Fremdsprache großen Wert auf die Frage nach der Bildung und Veränderung der stereotypischen Bilder bei den Deutschlernern legen (vgl. Altmayer/Koreik 2010: 1383). In dieser Hinsicht geht es in der vorliegenden Arbeit vielmehr um den Einfluss des Deutschunterrichts auf die individuellen Stereotype der Deutschlerner. Es handelt sich da-

bei um den Versuch, die Meinungen, Einstellungen, Erlebnisse, subjektive Bedeutungszuschreibungen und Wissen zu erfragen. Darüber hinaus gibt es schon Arbeiten, die den Stereotypen bei den Deutschlernern qualitativ nachgegangen sind, wie z. B. die Studien von Ertelt-Vieth 2005, Ellis 2009, Deckers 2010 und Wernike 2013.

Aufgrund der Kritik an quantitativen Messverfahren und ausgehend von der Forderung nach einem qualitativen Forschungsdesign zur Untersuchung von Stereotypen und gleichzeitig der aus kulturwissenschaftlicher Sicht betonten Forderung nach der Untersuchung des Einflusses der stereotypischen Bilder im Unterricht sowie ihrer Veränderung bei den Lernern, setzt sich die vorliegende Arbeit zum Ziel, die Stereotype ägyptischer Deutschler mithilfe eines qualitativen Forschungsdesigns einzufangen und ihre Entwicklung durch den Deutschunterricht nachzuzeichnen.

Die vorliegende Arbeit gliedert sich, ohne Berücksichtigung von Einleitung und Fazit, in vier Kapitel. In Kapitel 1 werden die zum Verständnis der Arbeit notwendigen Grundlagen und Definitionen zum Stereotypenbegriff vorgestellt. Zuerst wird versucht, den Begriff »Stereotyp« zu definieren und von den anderen verwandten und bedeutungsnahen Begriffen wie z. B. Vorurteil, Image und Bild abzugrenzen. Dann werden einige Theorien zur Klärung der Entstehung von Stereotypen dargestellt. Anschließend wird ein kurzer Überblick über den bisherigen Forschungsstand und vor allem die Stereotypenforschung im Fremdsprachenunterricht gegeben. Im zweiten Kapitel wird aufgrund des speziellen Untersuchungskontexts dieser Arbeit die Situation des Faches Deutsch als Fremdsprache in Ägypten vorgestellt. Dieses Kapitel hilft bei der Klärung der Entstehungssituation. Außerdem wird durch die Einbeziehung der Situation in Ägypten der Versuch unternommen, einen Beitrag zur Verbesserung der Situation des Faches Deutsch als Fremdsprache in Ägypten zu leisten.

Das dritte Kapitel ist der Empirie gewidmet. In den ersten Abschnitten des Kapitels werden dafür in Vorbereitung der Empirie die theoretischen Grundlagen behandelt, die der Darstellung von Forschungsmethodologie und -design dienen. Zuerst wird zwischen quantitativer und qualitativer Forschung unterschieden. Danach erfolgt die Darstellung der Forschungskonzeption. Dabei wird auf die Fragestellung, methodisches Vorgehen, Erhebungsmethode, Datenaufbereitung und Auswertungsmethode näher eingegangen. Im Anschluss daran wird die detail-

lierte Vorgehensweise bei der Datenerhebung und Datenauswertung für die beiden Erhebungszeitpunkte dargestellt. Das vierte Kapitel befasst sich mit einer ausführlichen Darstellung der Datenanalyse und fasst gleichzeitig die Ergebnisse der beiden Erhebungszeitpunkte zusammen. Im darauffolgenden Abschnitt werden die unterrichtlichen Faktoren dargestellt. Am Ende des Kapitels werden mögliche Verbesserungsvorschläge präsentiert.

1 Stereotype

Im Folgenden wird versucht, den zentralen Begriff »Stereotyp« näher zu besprechen und die verwandten bzw. bedeutungsnahen Begriffe Vorurteil, Image und Bild von dem Begriff des Stereotyps abzugrenzen. Im Anschluss daran folgen verschiedene theoretische Ansätze zur Erklärung der Entstehung von Stereotypen. Der letzte Abschnitt konzentriert sich auf die Untersuchung von Stereotypen im Fremdsprachenunterricht, wobei relevante empirische Studien zu diesem Thema aufgeführt werden.

1.1 Zum Begriff des Stereotyps

Der Begriff des Stereotyps gehört zu den problematischen Begriffen der Sozialwissenschaften. Das Wortfeld »Stereotyp« geht auf das Griechische zurück. Es setzt sich aus den zwei Lexemen stereos (starr, hart, fest) und typos (Form, Gestalt, Modell) zusammen. Als Fachwort kommt »Stereotyp« aus der Druckersprache, in der es die starren Druckzeilen bezeichnet. Der Begriff wurde gegen Ende des 18. Jahrhunderts von dem französischen Buchdrucker Didot zur Bezeichnung eines Druckverfahrens eingesetzt (vgl. Dąbrowska 1999: 54f.).

Im Jahr 1922 wurde der Begriff »Stereotyp« wissenschaftlich in der Sozialpsychologie zum ersten Mal von dem amerikanischen Journalisten und Publizist Walter Lippmann in seinem Buch »Public Opinion« eingeführt. Laut Lippmann werden die Personen oft nicht als Individuen, sondern als Teil einer Gruppe wahrgenommen. Stereotype werden als »Denkschablonen« betrachtet und dienen dazu, die Komplexität der Welt zu vereinfachen, damit wir uns in ihr zurechtfinden (vgl. Nafroth 2002: 16ff.).

Lippmann geht davon aus, dass Stereotype im Verlauf des Sozialisierungsprozesses eine Rolle spielen. Nach dieser Auffassung werden Stereotype als Vorstellungen, Bilder oder Klischees (»Bilder im Kopf«) angesehen, die unsere Sichtweise bestimmen bzw. beeinflussen. Stereotype lassen sich in Auto- und Heterostereotype unterteilen. Die Ersten befassen sich mit Selbstbildern, wie die Mitglieder einer Gesellschaft sich selbst sehen. Dagegen handelt es sich bei Hetero-Stereotypen um die Vorstellungen, die die Mitglieder einer Gruppe oder einer »Kultur« von einer anderen Gruppe bzw. »Kultur« entwickeln. Es geht hier um Fremdbilder (Aronson et al. 2008: 460).

Nach der Definition des Begriffs »Stereotyp« von Lippmann 1922 hat es viele Versuche gegeben, diesen debattierten Begriff zu fassen. Viele Definitionen betonen die kognitive Funktion der Stereotype, wie bei Bergler und Six 1972. Aus ihrer Sicht werden Stereotype als verfestigte unrichtige kognitive Formeln verstanden, die eine erleichternde Funktion bei der Umweltbewältigung haben (vgl. Löschmann; Stroinska 1998: 208).

In den 60er und 70er Jahren entstanden viele Stereotypdefinitionen. Statt einer Auflistung der verschiedenen Definitionen von Stereotypen hat Löschmann im Folgenden die Hauptmerkmale solcher Definitionen seit den sechziger und siebziger Jahren zusammengefasst (Löschmann; Stroinska 1998: 14):

1. (Über)Generalisierungen, Kategorisierungen überhaupt,
2. Bezogenheit auf Personengruppen, Gruppenattribuierungen,
3. festgefahrene Schablonen, stabiler und starrer Charakter,
4. meist negative, aber auch neutrale und positive Bewertung,
5. Einheit von kognitivem und emotionalem Charakter,
6. Inkorrektheit, Rigidität und Irrationalität,
7. Wirken im Unterbewusstsein bzw. unbewusstes Wirken.

Fünzig Jahre nach Lippmann versuchte die Sprachwissenschaftlerin Uta Quasthoff den Begriff des Stereotyps zu definieren, den sie auch in weiteren Aufsätzen nach ihrem Aufsatz im Jahr 1973 zu ergänzen bzw. zu erweitern versuchte. Sie definiert Stereotyp wie folgt:

Ein Stereotyp ist der verbale Ausdruck einer auf soziale Gruppen oder einzelne Personen als deren Mitglieder gerichteten Überzeu-

gung. Es hat die logische Form eines Urteils, das in ungerechtfertigt vereinfachender und generalisierender Weise, mit emotional-wertender Tendenz, einer Klasse von Personen bestimmte Eigenschaften ab- oder zuspricht. Linguistisch ist es als Satz beschreibbar (Quasthoff 1973. z. n. Dąbrowska 1999: 61).

Quasthoff geht davon aus, dass ein Stereotyp die sprachliche Realisierung von Vorurteilen ist. Sie unterscheidet vier Typen von Stereotypen (vgl. Dąbrowska 1999: 61):

1. Typ I bezieht sich auf die expliziten All-Aussagen. Er stellt die »Grundform« des Stereotyps dar. Als Beispiel gibt sie an: »Der Deutsche ist fleißig« (vgl. Dąbrowska 1999: 61).
2. Typ II umfasst die Aussagen, »deren Verbindlichkeit durch bestimmte Signale an der Oberflächenstruktur des Satzes eingeschränkt ist« (Quasthoff 1973. zit. n. Dąbrowska 1999: 61.): »Der niedersächsische Mensch gilt als Wortkarg« (ebd.).
3. Typ III geht um die Aussagen, in denen der Sprecher seine subjektive Stellungnahme ausdrückt, d. h. der Sprecher bringt seine eigene Meinung zum Ausdruck: »Ich habe den Eindruck, dass die Amerikaner unserer Geistigkeit nicht entfernt gewachsen sind« (ebd.).
4. Typ IV wird von Quasthoff der »textlinguistische Typ« genannt. Zu diesem Typ gehören implizite Stereotype, die der Hörer bzw. Leser selbst herausfinden soll. Als Beispiel dient der folgende Satz: »Er ist Jude, aber er ist nett« (ebd.).

Nach R. Picht 1980 werden Stereotype eher als Muster verstanden, nach denen Urteile und Themen miteinander verbunden werden. Sie werden als mentale Programme aufgefasst, mit denen wir unsere verfügbaren Informationen ordnen und interpretieren. Bausinger hat auch im Jahr 1988 den Begriff des Stereotyps folgendermaßen definiert:

Stereotype sind unkritische Verallgemeinerungen, die gegen Überprüfung abgeschottet, gegen Veränderungen relativ resistent sind. Stereotyp ist der wissenschaftliche Begriff für eine unwissenschaftliche Einstellung (Bausinger 1988: 160).

B. Popovic 1998 geht davon aus, dass Stereotype feste Zuschreibungen mit Bewertungen sind, die auch mit Emotionen verbunden werden. Stereotype können zum einen positiv (»Skandinavier sind ehrlich«), neutral (»Japaner sind klein«) oder auch negativ (»Ausländer sind kriminell«) sein, zum anderen auch inkorrekt, unlogisch und starr sein. E. Apeltauer 2001 vertritt die Meinung, dass Stereotype zum kollektiven Wissen einer Gruppe gehören. Solches Kollektives Wissen wird im Laufe des Sozialisierungsprozesses vermittelt. Es wird durch sprachliche Formen und Wendungen erworben (vgl. Mihulka 2010: 79ff.).

Stereotype lassen sich am besten mit dem umgangssprachlichen »Schubladendenken« übersetzen. Bereits wenige Merkmale reichen aus, um ein bestimmtes Klischee entstehen zu lassen (Kulbe 2009: 113).

Bei Stereotypen handelt es sich um eine Vorstellung einer sozialen Gruppe bzw. ihrer Mitglieder. In dieser Hinsicht werden Stereotype als kognitive Konzepte betrachtet, die Verallgemeinerungen über Menschengruppen abbilden. Dabei kann man zwischen Selbstbildern (Auto-Stereotypen) und Fremdbildern (Heterostereotypen) unterscheiden. Es geht hier um kognitive Schematisierungen, die positiv, neutral oder auch negativ sein können (vgl. Groth 2003: 22).

Schäfer und Six haben die folgenden drei charakteristischen Merkmale für Stereotype und Vorurteile eingeführt (vgl. Bechtel 2003: 77):

1. Akzentuierung: Einzelne Merkmale werden dem Objekt zugeordnet.
2. Generalisierung: Die Merkmale werden auf alle Objekte derselben Klasse verallgemeinert.
3. Evaluation: Die Merkmale können negativ oder positiv bewertet werden.

In der Sozialpsychologie gibt es die Übereinstimmung, dass Stereotype kognitive Konzepte sind, die Generalisierungen und Verallgemeinerungen über andere Personen sowie Gruppen von Menschen beinhalten (vgl. Zick 1997: S. 44). Nach dem Drei-Komponenten-Modell von Rosenberg und Hovland 1960 unterscheidet man eine kognitive, eine affektive und eine Verhaltenskomponente der Einstellung: Die kognitive Komponente umfasst die verbalen Meinungen über ein Einstellungsobjekt (Stereo-

typ). Bei der affektiven Komponente handelt es sich um die subjektive Bewertung des Einstellungsobjekts (z. B. Gefühle und Emotionen) (Vorurteile). Bei der verhaltensbezogenen Komponente geht es um die Bereitschaft, ein bestimmtes Verhalten zu zeigen bzw. nicht zu zeigen (Diskriminierung) (vgl. Aronson et al. 2004: 484ff.). Aronson et al. bieten die folgende Definition an:

Ein Stereotyp ist die kognitive Komponente einer voreingenommenen Einstellung und ist definiert als eine Verallgemeinerung über eine Gruppe, wobei nahezu allen Mitgliedern identische Merkmale zugeordnet werden, ohne Rücksicht auf bestehende Variationen unter den Mitgliedern (ebd.: 526).

Wie oben dargestellt, wird der Begriff des Stereotyps in der Forschung viel diskutiert. Aufgrund der Thematik der vorliegenden Arbeit beziehe ich mich auf die folgende Definition bzw. »Basisdefinition« nach Deckers:

Stereotype sind die Annahme einer Verbindung zwischen bestimmten sozialen Gruppen und bestimmten Eigenschaften, welche auf die Mitglieder dieser Gruppe übergeneralisiert werden (Deckers 2010: 528).

Aufgrund dieser Definition wird in der vorliegenden Arbeit jede All-Aussage als Ausdruck eines Stereotyps betrachtet, die durch die Verwendung von Allgemeingültigkeit postulierenden Artikeln bzw. Pronomina wie die, jeder, alle (die/alle Deutschen), dem kollektiven Singular (der Deutsche) oder der Nullform des Artikels (Deutsche) gekennzeichnet werden.

Nationalstereotype

Bei dem Begriff Stereotyp geht es um einen Oberbegriff. Er wird von verschiedenen Ansätzen beschrieben und aufgrund der unterschiedlichen Entstehungsweisen und des uneinheitlichen Charakters kann man von verschiedenen Arten von Stereotypen sprechen, wie z. B. Geschlechter- wie Generationsstereotype, Behinderten- wie Alters-Stereotype, natio-

nale Stereotype, Berufsstereotype usw. Im Zentrum der Betrachtung stehen ethnische bzw. nationale Stereotype. Diese Art von Stereotypen umfasst alle generalisierten Meinungen über eine ethnische Gruppe als Ganzes bzw. über die Angehörigen dieser Gruppe allein aufgrund deren Zugehörigkeit zu dieser Gruppe (vgl. Löschmann; Stroinska 1998: 210).

Die Nationalstereotype spielen eine besondere Rolle im Bewusstsein jeder Nation. Bei den ethnischen bzw. nationalen Stereotypen kann man zwei Aspekte hervorheben: Erstens die emotionale Basis der Stereotype als Träger des emotionalen Verhältnisses zur Welt. Zweitens werden sie oft unbewusst wahrgenommen. Sie haben als gedanklich-pragmatische Kategorie eine größere Wirkung, je mehr sie im Menschenbewusstsein mit dem Begriff als gedanklich-logische Kategorie in eins verschmelzen (vgl. Mihulka 2010: 85ff.)

Nationale und ethnische Stereotype nehmen viel Platz in den alltäglichen Verhältnissen zwischen Nationen ein. Wrzesinski 1994 betrachtet solche Stereotype als feste Vorstellungen, die durch Kommunikationsprozesse gestaltet werden. Laut J. Klein 1994 umfassen die Nationalstereotype:

- Die Hauptlosung, die als entwürdigender Spottname zu verstehen ist,
- Die negativ gekennzeichnete Losung, der weitere negative, Begriffe, Urteile, Vorurteile hinzugefügt werden,
- Antonyme, die sich auf das eigene Bild oder das eigene Bild über andere Nationen beziehen (Mihulka 2010: 86).

Berting und Villain-Gandossi 1999 haben versucht, in Anlehnung an die Analyse des Wiener Forschungszentrums, die folgenden Hauptelemente bzw. Haupteigenschaften nationaler Stereotype zusammenzufassen (Walas 1999: 28):

- Sie sind gesellschaftliche Konstrukte der Wirklichkeit, aber keine kollektiven oder individuellen Vorstellungen von der äußeren Wirklichkeit.
- Sie werden von den (meisten) Mitgliedern einer ethnischen Gruppe oder Nationen geteilt und von Generation zu Generation weitergegeben.

- Stereotype existieren nicht isoliert, sondern sind Teil einer kollektiven Weltanschauung.
- Stereotype sind konkrete Manifestationen eines gemeinsamen Kodes, der die Beziehungen zwischen Gruppen auf einer mentalen Landkarte bestimmt.
- Stereotype sind ein Ausdruck kollektiven Denkens.

Für die vorliegende Arbeit sind die beiden Begriffe Autostereotype und Heterostereotype relevant, da sie die eigene Gruppe bzw. das Selbstbild und die Fremdgruppe bzw. das Fremdbild charakterisieren.

Das Stereotyp im Vergleich zu verwandten Begriffen

In der Literatur gibt es keine eindeutige Abgrenzung zwischen den Begriffen, Stereotyp, Vorurteil, Image und Bild. Sie werden von Autor zu Autor unterschiedlich verwendet. Deshalb ist es notwendig, solche Begriffe am Anfang zu definieren und sie von dem in der vorliegenden Arbeit verwendeten Begriff des Stereotyps abzugrenzen.

Vorurteil

In Bezug auf den Begriff Vorurteil gibt es in der Literatur keine einheitliche und übereinstimmende Definition, da der Begriff je nach wissenschaftlicher Ausrichtung und Perspektive bestimmt und dargestellt wird. Vom etymologischen Gesichtspunkt sind Vorurteile wie das Wort selbst schon sagt, »Vor-Urteile«, d. h. sie sind vorgefasste Meinungen bzw. Urteile, die nicht auf Erfahrung beruhen. Ein Vorurteil entsteht, bevor man alle Tatsachen oder den Menschen richtig kennt, wobei Abneigungen oder Vorlieben eine besondere Rolle dabei spielen (vgl. Busch 2005: 24).

Die klassische Definition des Vorurteils stammt von Gordon W. Allport in seiner Arbeit »The nature of prejudice«. Er hat den Begriff als »[...] eine Antipathie, die sich auf eine fehlerhafte und starre Verallgemeinerung gründet« definiert (zit. n. Beyersdörfer 2004: 41). Laut Allport beruhen die Vorurteile auf Verallgemeinerungen über die Menschen. Allport hat zwischen Entstehung und Entwicklung von Vorurteilen unterschieden: Unter Entstehung versteht man die Faktoren, die Vorurteile bedingen und wie sie vermittelt werden. Bei der Entwicklung geht es um das Auftreten von Vorurteilen und die darauffolgende

Entwicklung (vgl. Baeyer-Katte, Wanda; Baumert, Gerhard et al. 1964: 52f.).

Vorurteile stellen eine besondere Art der negativen Einstellungen – vorrangig gegenüber Personen oder Personengruppen – dar. Meist handelt es sich um eine herabsetzende, vorgefertigte Bewertung, die gegenüber allen oder den meisten Menschen bestimmter Gruppen entgegengebracht wird (Kulbe 2009: 113).

Ein Vorurteil stellt meistens eine negative Haltung gegenüber einer Gruppe dar. Vorurteile können als »[...] affektive, emotional geladene, meist schon früh erworbene bzw. unkritisch übernommene verhaltensrelevante Einstellungen« definiert werden (zit. n. Groth 2003: 22f.).

Das Vorurteil wird als negative Stellungnahme verstanden, mit anderen Worten beziehen sich die Vorurteile auf negative Urteile und Einstellungen über eine »ethnische« Gruppe von Menschen. Dagegen handelt es sich bei den Stereotypen auch um positive Eigenschaftszuweisungen gegenüber anderen »ethnischen« Gruppen.

In der Sozialpsychologie werden Vorurteile als »feindselige oder negative Einstellung gegenüber den Mitgliedern einer bestimmten Gruppe, und zwar allein aufgrund deren Zugehörigkeit zu dieser Gruppe«, definiert. Beim Vorurteil werden die Eigenschaftszuweisungen mit Bewertungen verknüpft. In dieser Hinsicht wird der Begriff Vorurteil in der Regel auf negative Einstellungen eingeschränkt (Aronson et al. 2008: 460).

Anhand des Dreikomponenten-Ansatzes der Einstellung von Rosenberg und Hovland 1960 wird versucht, die Beziehung zwischen Einstellung, Vorurteil, Stereotyp und sozialer Diskriminierung herzustellen. Nach diesem Ansatz lassen sich drei Einstellungskomponenten unterscheiden, d. h. der Begriff Einstellung setzt sich aus drei Komponenten bzw. Teilklassen, nämlich der kognitiven Komponente (Stereotyp), der affektiven Komponente (Vorurteil) und der konativen Komponente (Diskriminierung), zusammen (vgl. Aronson et al. 2008: 72).

1. Kognitive Komponente (Stereotyp):
Es geht hier um Meinungen, Wahrnehmung, Beurteilung, Vorstellung, verbale Überzeugungen und das subjektive Wissen über ein Einstellungsobjekt.
2. Affektive Komponente (Vorurteil):
Sie beinhaltet Bewertung, Gefühle, Mögen, Evaluation und sich wohl bzw. unwohl fühlen bei Urteilen.
3. Konative (behaviorale oder aktionale) Komponente (soziale Diskriminierung):
Sie umfasst Verhaltenstendenz, Bereitschaft zum Handeln, offenes Verhalten und Mitteilungen über eigenes Verhalten.

Die drei Komponenten sind miteinander verbunden und gegenseitig voneinander abhängig. Außerdem bilden die miteinander vernetzten Einstellungen ein übergeordnetes Einstellungssystem (vgl. ebd.).

Die beiden Begriffe Vorurteil und Stereotyp sind »sozial geteilte, stabile, konsistente, änderungsresistente, starre, rigide, inflexible Urteile über andere Personen, soziale Gruppen bzw. Sachverhalte« (O. Güttler 1996: 82). Diese Urteile stützen sich auf eine geringe Erfahrungsbasis und ihre Validität wird selten an den Tatsachen überprüft (vgl. ebd.).

Image

Der Image-Begriff lässt sich aus dem lateinischen »Image« = »Bild« ableiten (vgl. Lindner 2009: 14). Der Begriff wird auch meistens als ein Synonym für Bild, Ruf, Vorstellung, Einstellung oder Meinung verstanden. Der Begriff hat seine Ursprünge in den Kommunikationswissenschaften. Er wurde Ende der 50er Jahre von der Psychologie und der Soziologie übernommen und auch in den Wirtschaftswissenschaften integriert. In den Wirtschaftswissenschaften und in der Marketingsprache wird der Image-Begriff als ein veränderbares und meist positives Bild für Produkte oder Personen angesehen (vgl. Trautmann 1991: 64f.).

Ein Image beinhaltet eine Wertung und ist das Ergebnis einer direkten oder indirekten (medial vermittelten) Erfahrung. Nicht nur Organisationen und Firmen, sondern auch Staaten und Kulturen bemühen sich um ein positives Image. Als Beispiel dafür ist das Goethe-Institut, das

sich bemüht, ein positives Image für Deutschland zu vermitteln (vgl. ebd.).

Es herrscht auf wissenschaftlicher Ebene noch Uneinigkeit darüber, wie dieser Begriff allgemein definiert werden soll. Es lassen sich eine große Zahl von Definitionen finden, von denen im Folgenden einige dargestellt werden:

- Essig (2003: 21) definiert Image als »die Gesamtheit von Gefühlen, Einstellungen, Erfahrungen und Meinungen bewusster und unbewusster Art, die sich eine Person bzw. eine Personengruppe von einem »Meinungsgegenstand« (z. B. einem Produkt, einer Marke, einem Unternehmen) macht« (zit. n. Schacht 2009: 22f.).
- Trommsdorff sieht Image eines Gegenstandes als »mehrdimensionale und ganzheitliche Grundlage der Einstellung einer Zielgruppe zum Gegenstand« (Trommsdorff 2004: 168).

Essig hat auch die folgenden Charaktereigenschaften von Images aufgelistet (vgl. Schacht 2009: 23):

1. schnelles Entstehen
2. anfängliche Instabilität, dadurch große Beeinflussbarkeit im Anfangsstadium
3. langsame Festigung
4. dafür später sehr stabiler Charakter, der sich nur schwer ändern lässt
5. beruht auf objektiven und subjektiven und somit eventuell auch falschen und stark emotional gefärbten Einstellungen, Gefühlen, Erfahrungen und Meinungen
6. ist keine genaue Spiegelung der Realität, sondern vielmehr das, was die Leute für wirklich halten oder halten möchten
7. Art und Menge der Informationen über einen Meinungsgegenstand beeinflussen das Image
8. deutlicher und klarer, je mehr Informationen eine Person über einen Meinungsgegenstand hat

Der Begriff Stereotyp ist dem Image-Begriff am ähnlichsten, sodass der Image-Begriff oft mit dem des Stereotyps verwechselt wird. Der Begriff Image ist jünger als der Begriff Stereotyp. Image ist wertneutraler als Stereotyp und bezieht sich auf Erfahrungen und Wahrnehmungen. Es geht

bei dem Image-Begriff eher um Dinge und Gegenstände, also um Firmen oder Produkte (vgl. Schacht 2009: 23).

Laut Dabrowska (1999: 81f.) gibt es vier Unterschiede zwischen Image und Stereotyp:

- Ein Image ist kurzlebig, kann schnell zerstört werden, ein Stereotyp ist langlebig.
- Ein Image wird oft von einer Person oder Gruppe aufgebaut, ein Stereotyp ist dagegen nicht erwerbbar.
- Ein Image zwingt eine Person oder Gruppe, sich entsprechend zu verhalten, bei einem Stereotyp wird dieses Merkmal nicht beobachtet.
- Ein Image entsteht auf der Basis eigener Erfahrung, ein Stereotyp wird durch die Sozialisation verbreitet.

Bild

Die beiden Begriffe Bild und Image werden häufig synonym verwendet. Die Bilderforschung ist ein interdisziplinärer Zweig der Wissenschaft. Die Bilder werden z. B. von der Soziologie, Völkerpsychologie, Literatur- und Kommunikationswissenschaft oder Politologie untersucht. In diesem Kontext wird unter Bild keine photographische oder künstlerische Abbildung verstanden, sondern es geht vielmehr um konstruierte Vorstellungen (vgl. Lindner 2009: 15).

Es gibt auch verschiedene Faktoren, die die Entstehung eines Bildes von einem Land beeinflussen. Hans Süssmuth hat die folgenden Faktoren erwähnt (vgl. Lindner 2009: 15):

- Die Beziehungsgeschichte zwischen zwei Staaten.
- Die aktuelle Politik und die Beziehungen auf internationaler Ebene.
- Die Innenpolitik und das politische und soziale System.
- Der wirtschaftliche Entwicklungsstand des Landes, über das das Bild entsteht.

Man unterscheidet zwischen »Selbstbild« und »Fremdbild«. Der Begriff »Selbstbild« bezieht sich auf das Bild, das ein Land von sich selbst hat. Bei dem Begriff »Fremdbild« handelt es sich um das Bild, das ein Land von einem anderen Land hat. Der Bildbegriff impliziert, genau wie der

des Images, keine Richtung der Bewertung. Es kann also sowohl positiv als auch negativ ausfallen. (vgl. ebd.: 16f.).

Ein Bild soll bereiter als ein Stereotyp verstanden werden. Das Bild bezieht sich auf die Gesamtheit aller Attribute eines Landes, veränderbare (Image) und kaum bzw. nicht veränderbare (Stereotype und Vorurteile). In dieser Hinsicht kann man davon ausgehen, dass das Bild eines Landes sowohl Stereotype und Vorurteile als auch Images umfasst (vgl. Jäger; Viehig 2008: 164).

1.2 Theorien zu Stereotypen

Die Stereotypenforschung stützt sich auf drei theoretische Ansätze; den soziokulturellen Ansatz, den psychodynamischen Ansatz und den kognitiven Ansatz (vgl. Six 1987: 46f.).

1. Der soziokulturelle Ansatz:

Der Grundstein einer soziokulturellen Ausrichtung der Stereotypenforschung wurde von Katz & Braly (1933) gelegt. Die Stereotype werden hier mit Vorurteilmustern verbunden. Außerdem sehen Katz & Braly die Stereotype als Teil einer nicht-materiellen Kultur einer Gesellschaft. Sie werden im Laufe der Sozialisation erworben. Die meisten soziokulturell ausgerichteten Untersuchungen versuchen nachzuweisen, dass bei einer Personengruppe eine Übereinstimmung bezüglich der Eigenschaften einer anderen Gruppe besteht und diese kulturellen Stereotype über die Zeit hinweg konstant sind (vgl. Hug 1994: 14).

Nach diesem Ansatz werden Stereotype und Vorurteile im gesamten sozialen Kontext betrachtet. Stereotype und Vorurteile werden von den soziokulturellen Theorien als Resultat der Ungleichverteilung von Macht und Interessen gesehen. Eine dieser Theorien behauptet, dass Gruppeninteressen, z. B. Arbeitsplätze, zu einer wechselseitigen Bedrohung führen, die bei der Entstehung von Stereotypen und Vorurteilen hilft. Eine andere Variante postuliert, dass die frühkindlichen Lernprozesse für die Entstehung von Stereotypen und Vorurteilen verantwortlich sind, aber es gibt kaum Untersuchungen darüber, wie Kinder Stereotype erwerben (vgl. Hug 1994: 14). Wenn z. B. die deutschen Kinder hören, dass ausländische Kinder schmutzig sind, kann das zur Ableh-

nung führen, sodass sie mit solchen Kindern nicht spielen (vgl. Löschmann; Stroinska 1998: 15)«.

Einige Veröffentlichungen setzen sich weiterhin mit dem Einfluss der Medien bzw. Propaganda auseinander. Ein Beispiel dafür ist die Untersuchung von Berelson & Salter (1964) in den USA über das Auftreten von Stereotypen in den Massenmedien (vgl. Hug 1994: 15).

2. Der psychodynamische Ansatz:

Laut diesem Ansatz liegt die Entstehung von Stereotypen und Vorurteilen ursächlich im Wesen des Menschen. Die psychologische Struktur des Menschen spielt eine wichtige Rolle dabei. Die persönlichen Konflikte und die dadurch entstandenen Aggressionen werden durch Vorurteile und diskriminierendes Verhalten auf eine soziale Gruppe umgelenkt (vgl. Löschmann; Stroinska 1998: 15ff.).

Man unterscheidet bei psychodynamischen Ansätzen zwischen psychoanalytischen und psychosozialen Theorien. Im Mittelpunkt der beiden Richtungen steht der Begriff des Vorurteils, der als Ergebnis eines intrapsychischen Prozesses betrachtet wird. Er wird auch in den ersten Lebensjahren durch die Konfliktbewältigung bestimmt. Die psychoanalytische Richtung beruht auf Freud. Nach dieser Richtung spielt die Dynamik des Unbewussten eines Menschen die Hauptrolle bei der Vorurteilsbildung. Darüber hinaus werden Stereotype als Projektionen auf eine Gruppe angesehen, mit denen wir die feindseligen Gefühle gegenüber dieser Gruppe zu rechtfertigen oder zu verstehen versuchen (vgl. Hug 1994: 15).

Laut der psychosozialen Theorien spielen die soziokulturellen Faktoren eine wichtige Rolle bei der Entstehung von Vorurteilen. Im Buch »The Authoritarian Personality« von Adorno, Frenkel-Brunswik, Levinson & Sanford (1950) findet man die bekannteste psychosoziale Theorie. Laut dieser Theorie hat der Erziehungsstil der Eltern einen Einfluss auf die Persönlichkeitsentwicklung des Kindes, sodass es einen »autoritären Charakter« entwickeln kann (vgl. ebd.).

3. Der kognitive Ansatz:

Die Wahrnehmungs- und Beurteilungsprozesse werden als eine Grundlage von Stereotypen und Vorurteilen betrachtet, d. h. die Betonung liegt auf der Wahrnehmung und den Verhaltensfolgen der Stereotypisierung. Außerdem sind laut diesem Ansatz die Prozesse der Informationsverarbeitung des Menschen für die Entstehung von Stereotypen verantwortlich. Der kognitive Ansatz sucht nach Mustern und Strukturen bzw. Kategorien, mit denen die Menschen die komplexe Realität zu vereinfachen versuchen. Mit anderen Worten sind Stereotype gelernte Wissensbestände und das Ergebnis einer Kategorisierung (vgl. Six 1987: 46f.).

Es gibt verschiedene kognitiv orientierte Untersuchungen. Ein Beispiel dafür sind die Arbeiten von Hamilton (1979, 1981) zur »illusorischen Korrelation« und die Untersuchungen, die Heggins & Bargh in ihrem Überblick »Social Cognition and Social Perception« angeführt haben. Außerdem haben McArthur & Friedemann die Auswirkung von Stereotypen im Gruppenzusammenhang untersucht.

1.3 Stereotype im Fremdsprachenunterricht

Es besteht mittlerweile ein weitestgehender Konsens, dass Sprache und Kultur miteinander verbunden sind. In dieser Hinsicht wird Fremdsprachenlernen immer mit dem Kennenlernen einer anderen Kultur verbunden:

Language and culture can not be seperated in the process of communication and must not be seperated in the process of foreign language learning and teaching (Stroinska 1998: 57).

Menschen haben aber Vorstellungen über andere Kulturen. Solche Vorstellungen bzw. die vorgefassten Meinungen beeinflussen die Wahrnehmung sowie die Kommunikation mit Angehörigen anderer Kulturen. Insofern sind die Entstehung und Auswirkung von stereotypenbehafteten Vorstellungen für die Forschung von großem Interesse. In verschiedenen Bereichen des Faches Deutsch als Fremdsprache wird über die Entstehung und Entwicklung von Stereotypen sowie den Deutschlandbildern der Deutschlerner lange und häufig diskutiert, und zwar Landeskunde, das Deutschlandbild in Lehrwerken und Unterrichtsma-

terialien, literarische Selbst- und Fremdbilder, (Selbst-)Erfahrungsberichte von Fremdsprachenvermittlern, die Kulturkontraste und Einstellungen von Deutschlernern zum Zielsprachenland (vgl. Althaus 2010: 1423).

Die Debatte von Stereotypen bzw. Selbst- und Fremdbildern stand seit der kommunikativen Wende in den 70er Jahren und der daraus resultierten Erweiterung durch den interkulturellen Ansatz in den 80er Jahren im Mittelpunkt. Insofern begann die Diskussion um Definition und Wert von Stereotypen, wobei die nationalen Heterostereotype der Deutschlerner gegenüber den Deutschen im Zentrum der Betrachtung standen (vgl. Wernike 2014: 46).

Was die Operationalisierung bzw. Erfassung von Stereotypen betrifft, gehen die Ursprünge der Stereotypenforschung auf die Studie von Katz und Braly (1933) zurück. Diese Methode gilt als eines der ältesten Verfahren der Operationalisierung von Stereotypen und Vorurteilen. Außerdem bildete sie die Basis für die meisten folgenden Forschungen (vgl. Löschmann; Stroinska 1998: 22). Katz und Braly haben die Stereotype von 100 Universitätsstudenten in den USA über 10 Nationalitäten anhand von Eigenschaftslisten untersucht. Die Studenten wurden dazu aufgefordert, die typischen Eigenschaften von den zehn verschiedenen Nationen aus einer Liste von 48 Adjektiven anzugeben. Die Studie zeigte eine hohe Übereinstimmung in den Antworten der Studenten, obwohl die Probanden niemals Kontakt mit Mitgliedern der 10 Nationen gehabt hatten (vgl. Boesch, Ernst E. u. a. 1964: 62).

In Bezug auf die Untersuchung der Deutschlandbilder sowie Stereotype der Deutschstudierenden, gibt es verschiedene Studien dazu. In den meisten Studien wurde mit der Befragung gearbeitet, welche als das am häufigsten verwendete Messverfahren der Stereotypenforschung betrachtet wird (vgl. Deckers 2010: 529). Dafür gibt es viele Beispiele, die für das Fach Deutsch als Fremdsprache von besonderem Interesse sind, wie z. B. die Studie der DAAD-Lektorinnen und -Lektoren zum Deutschlandbild im Ausland. Im Jahr 1997 versuchte eine Gruppe von DAAD-Lektorinnen und -Lektoren versucht, die Deutschland- und Deutschenbilder bei spanischen und portugiesischen Studierenden zu untersuchen. Befragt wurden 858 Germanistikstudierende, davon 484 in Portugal und 374 in Spanien. Methodisch wurde ein umfangreicher Fragebogen mit sowohl geschlossenen (Multiple-Choice-Fragen) als auch offenen Fragen verwendet: Der erste Teil befasst sich mit 93 Fragen über die Zielgruppe,