

IWONA WOWRO

Stereotype aus linguistischer und didaktischer Sicht. Stereotypisierungen in ausgewählten Lehrwerken für DaF

Celem artykułu jest omówienie pojęcia stereotypu oraz przedstawienie problemu stereotypizacji w kontekście dydaktyki języków obcych. Rozważania teoretyczne koncentrują się wokół problemów definicyjnych pojęcia stereotypu oraz jego roli dla lingwistyki jak również w świetle interkulturowego nacechowania procesu kształcenia. Stereotypy, postrzegane jako „pictures in our heads“, są indywidualną konstrukcją poznawczą odporną na jakiegokolwiek zmiany, co z jednej strony umożliwia mentalne porządkowanie rzeczywistości, z drugiej nie stanowi wiernego jej odwzorowania. W dalszej części artykułu autorka przedstawia i porównuje przykłady tematyzacji treści stereotypowych w wybranych podręcznikach do nauki języka niemieckiego.

Mit dem vorliegenden Beitrag wird die Absicht verfolgt, den Begriff ‚Stereotyp‘ näher zu besprechen sowie das Problem der Stereotypisierung im didaktischen Kontext darzustellen. Im Rahmen der theoretischen Überlegungen wird unter anderem auf Definitionsprobleme des Begriffs sowie die Rolle von Stereotypen in der Linguistik und im Rahmen des interkulturellen Ansatzes eingegangen. Stereotype, die als „pictures in our head“ gesehen werden, sträuben sich gegen jede Berichtigung und stellen eine Art individuelle Erkenntnisstruktur dar, die einerseits die Wirklichkeit mental ordnen lässt, andererseits mit ihrer treuen Widerspiegelung nicht assoziiert werden kann. Im weiteren Verlauf des Beitrags werden Thematisierungsmöglichkeiten von stereotypen Inhalten in ausgewählten DaF-Lehrwerken dargestellt und miteinander verglichen.

The aim of the article is to discuss the concept of a stereotype and to present the problem of stereotyping in the context of foreign language teaching. The theoretical part deals with the problem of how to define a stereotype and with its function in linguistics as well as in the light of the intercultural character of teaching. Stereotypes – perceived as „pictures in our head“ – are individual cognitive structures resistant to any

changes, which, on the one hand, makes it possible to organize the reality mentally but, on the other hand, does not allow for its fully accurate reconstruction. Later in the article, the author presents and compares examples of stereotypes in selected German textbooks.

1. Einleitung

Ziel des vorliegenden Beitrags ist die Diskussion des Begriffs ‚Stereotyp‘ und seiner Bedeutung für Linguistik und Kultur. In diesem Zusammenhang wird auf die historische Entwicklung und auf weitere bedeutsame Aspekte des Terminus eingegangen sowie auf seine Geltungskraft im Bereich der Linguistik und Didaktik. Im empirischen Teil des Beitrags wird eine Analyse ausgewählter Lehrwerke für DaF vorgenommen, deren Ziel die Suche nach Stereotypisierungen/stereotypen Inhalten und deren Auswertung ist.

2. Zur Beschaffenheit des Begriffs ‚Stereotyp‘

Obwohl wir von Stereotypen eigentlich umgeben sind, haben diese angeblich einen schlechten Ruf (vgl. BARTMIŃSKI 2007:7). Man kritisiert sie, weil sie zu tendenziösem Denken und falschen Übergeneralisierungen verleiten und aus ihnen Kommunikationsbarrieren entstehen, denn als „pictures in our head“ (LIPPMANN 1922:89) stellen sie eine Art Einstellung einer Gruppe zu anderen oder zu sich selbst dar. Der Geltungsbereich des Begriffs ist sehr umfangreich, was vor allem sein interdisziplinärer Charakter zeigt. So bildeten und bilden Stereotype mit ihren vielfältigen Fragestellungen den Gegenstand soziologischer, politologischer, psychologischer, ethnologischer, geschichtlicher, literaturwissenschaftlicher, didaktischer und linguistischer Untersuchungen. In der einschlägigen Fachliteratur verwendet man den Begriff ‚Stereotyp‘ synonym mit anderen Bezeichnungen wie ‚Vorurteil‘, ‚Klischee‘, ‚Schlagwort‘ u. a., obwohl es auch Versuche gibt, einige dieser Bezeichnungen voneinander abzugrenzen.¹ Dieses umfangreiche wissenschaftliche Interesse verdanken Stereotype der philosophischen Erkenntnis, dass unsere Wahrnehmung und Erfah-

¹ Man versucht z. B. Vorurteile von Stereotypen abzugrenzen, indem man darauf hinweist, dass Vorurteile in erster Linie vorgefasste, meist negativ besetzte Urteile sind, bei denen emotionale Aspekte im Mittelpunkt stehen. Sie können eigentlich nicht auf ihre Richtigkeit überprüft werden. Nach LÖSCHMANN (2001:150) sind Vorurteile eine Unterkategorie von Einstellungen und weniger affektiv bestimmt als Stereotype.

rung der umgebenden Welt nicht mit dieser Welt selbst identisch ist (HAHN 1995:191f.). Oft wird die Perzeption durch eine Reihe von kognitiv-emotionalen Faktoren verzerrt, deren sich das Individuum meist nicht bewusst ist. Das internalisierte Wertesystem, die übermittelten Denkschemata und Stereotype, die die Meinungen, Phobien und Vorlieben des Individuums beeinflussen, wirken umso stärker, je weniger darüber reflektiert wird (SCHAFF 1980: 89f.). Einerseits als etwas Überliefertes, d.h. durch die Familie, den Bekanntenkreis oder die Schule vermittelt, andererseits als etwas ständig neu Gebildetes leisten Stereotype einen wesentlichen Beitrag zum gesellschaftlichen Handeln des Individuums, weil sie in seinem Bewusstsein mit angeeigneten Begriffen verschmelzen und mit ihnen zu einer Einheit werden, was die Wirkung von Stereotypen dann erheblich verstärkt (SCHAFF 1980:91). Begriffe und Stereotype stellen eine spezifische Art von Generalisierungen dar und erfassen Einzelercheinungen als Klassen, wodurch sie zur Orientierung in der Welt beitragen.

Die Überlegungen zum Begriff ‚Stereotyp‘ lassen erkennen, dass die Komplexität und Multidimensionalität des Begriffs ihn definitorisch nur schwer fassen lassen. So finden sich in der Fachliteratur zahlreiche Definitionen, die nachfolgend diskutiert werden. Der Begriff ‚Stereotyp‘ kommt ursprünglich aus dem Griechischen (στερεός, stereós für ‚fest, hart, haltbar, räumlich‘ und τύπος, týpos für ‚-artig‘), dann wurde er im Bereich der Drucktechnik nachweislich zum ersten Mal im Jahre 1798 von dem französischen Drucker Didot verwendet, um die fertigen und festen Matrizen oder Metallplatten mit dem Abguss eines Textes zu bezeichnen, die es ermöglichten, den Text in seiner ursprünglichen Form zu vervielfältigen. Die Gleichförmigkeit und Stabilität der auf diese Weise hergestellten Erzeugnisse werden heute mit den Kerneigenschaften des Begriffs ‚Stereotyp‘ verbunden. Im Laufe der Jahre wurde der Begriff auch auf das Sozialverhalten und auf die Psychologie übertragen.

In die Psychologie hat den Begriff LIPPMANN (1922:89) in den 1920er Jahren eingeführt und ihn als „pictures in our head“ definiert. Ein Stereotyp ist seiner Meinung nach ein einseitiges und schemaartiges, im Kopf vorhandenes Bild, das sich gleichzeitig sowohl auf eine Erscheinung als auch auf das Urteil über diese Erscheinung bezieht und somit noch vor der wirklichen Erfahrung entsteht. In seiner Definition unterstreicht er die Tatsache, dass solche schemaartigen Bilder oder vorgeformten Überzeugungen mit den psychischen Veranlagungen des Menschen einhergehen und in seinem Kulturkreis ihre Wurzeln haben: „We are told about the world before we see it. We

imagine things before we experience them and those preconceptions govern deeply the whole process of perception.“ (LIPPMANN 1922:89) Der Begriff ‚Stereotyp‘ ist Lippmann zufolge auch nötig, um die sozialen Prozesse der Urteilsbildung überhaupt erfassen und beschreiben zu können, weil die Stereotypisierung die Perzeption und Verarbeitung von Informationen erheblich entlastet, indem sie durch Generalisierung zur Informationsreduktion beiträgt.

Eine weitere und sehr allgemeine Definition des Stereotyps wurde einem polnischen Wörterbuch entnommen, in dem es heißt, dass ein Stereotyp ein vereinfachtes, wertendes, im gesellschaftlichen Bewusstsein fungierendes Wirklichkeitsbild ist, das Sachen, Personen, Gruppen oder Institutionen betrifft. Es entstehe oft nicht auf induktivem Wege, sondern auf der Basis von verzerrten Urteilen, Gerüchten, aus einem nur unzureichenden oder sogar falschen Weltwissen und wird durch die Tradition im menschlichen Bewusstsein fixiert, wodurch es nur schwer Veränderungen unterliegt (*SJP* 1998:310; LÖSCHMANN 2001:149). Aus dieser Definition ergibt sich, dass ein Stereotyp ein spezifisches Denkschema ist, das mit den Vorurteilen einer Gruppe einhergeht, denen oft negativ wertende Urteile zugrunde liegen, weil Stereotype meistens das implizieren, „was typisch ist“ und dies meistens negativ bewertet wird, wenn es „dem Normalen“ oder „Erwarteten“ nicht entspricht. Diese negativen Bewertungen entstehen in der Regel nicht über logisches Schlussfolgern, sondern sie resultieren aus instinktiven Prozessen und individueller Erfahrung und führen zu einer Typisierung, d. h. zu einer Verallgemeinerung eines einzelnen Sachverhalts zu etwas Größerem. In Anlehnung an die zuletzt genannte Definition ist der Ansatz von Löschmann zu erwähnen, in dem er auf die Entstehung von Stereotypen aufmerksam macht und auf ihre nicht unbedingt negative Färbung hinweist. Nach Löschmann sind Stereotype gewisse Abstraktionen, die als Bestandteil der inter- und intrakulturellen Kommunikation jeder Sprache und jeder Gemeinschaft innewohnen. Er definiert sie als

[...] (über)generalisierte, grob vereinfachte, d. h. simplifizierte, einseitige und nicht selten affektbesetzte Etikettierungen von Individuen bzw. Klassen von Individuen, Zuschreibungen von bestimmten Eigenschaften also, von isoliert herausgegriffenen Gruppencharakteristika, die oft negativ gefärbt sind, aber es nicht sein müssen. (LÖSCHMANN 2001:150)

Den kollektiven, generalisierenden und emotional wertenden Charakter von Stereotypen unterstreicht QUASTHOFF (1989:39) in ihrer Definition:

Ein Stereotyp ist der verbale Ausdruck einer auf soziale Gruppen oder einzelne Personen als deren Mitglieder gerichteten 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 [...]. Es zeichnet sich durch einen hohen Verbreitungsgrad innerhalb der kulturellen Bezugsgruppe aus.

Andere Aspekte des Begriffs greift KURCZ (1994:12) heraus. Sie führt eine in der heutigen Psychologie geltende Definition des Begriffs an und macht auf drei Merkmale aufmerksam, nämlich auf den nach Vereinfachung strebenden Charakter von Stereotypen, auf die übermäßigen Generalisierungen und auf ihre große Resistenz gegen potentielle Veränderungen. Sie weist auch auf einen anderen Aspekt hin, der in der heutigen Stereotypenforschung immer häufiger zu finden ist. Es geht um die Abgrenzung der Stereotype von den Prototypen.² Kurcz versteht Stereotype, so wie LIPPMANN (2001:154), als eingebürgerte Vorurteile mit festen Vorstellungsklischees innerhalb einer Gruppe, die eine Untergruppe von Prototypen bilden³, die sich auf gesellschaftliche Kategorien bezieht (vgl. KURCZ 1994:13). Sie macht aber auch darauf aufmerksam, dass Stereotype andererseits von Schemata abzugrenzen sind, die als Wissensrepräsentation nicht die Begriffe selbst betreffen, sondern das Wissen um und über sie. Ihrer Meinung nach können sich aber Stereotype z.B. in gesellschaftlichen Schemata widerspiegeln, denen unsere Erwartungen, Ansichten oder Schlussfolgerungen innewohnen (KURCZ 1994: 173f.). Auf einen weiteren Aspekt von Stereotypen weist PANASIUK (1998: 90) hin. Für sie stellen Stereotype eine Art von kognitiven Mechanismen zur Kategorisierung und Konzeptualisierung der Wirklichkeit dar, die auch verschiedene Formen der sprachlichen Exemplifizierung annehmen können. Eine weitere Definition des Begriffs sieht Stereotype als

[...] sprachliche Konkretisierungen von Vorurteilen [...], definiert als ‚mehr oder weniger fehlerhafte Generalisierungen‘ mit keiner oder nur beschränkter Grundlage in der Realität [...]. Sie können verschiedene Bezugspunkte haben, je nachdem, ob sie die Vorstellungen betreffen, die man von sich selber oder der Eigengruppe hat (Autostereotyp) oder jene Vorurteile, die man gegenüber einer

² Ein Prototyp wird als das erste Muster oder Urbild von etwas definiert, nach dem man handelt und das man nachahmt. Dieses typische Beispiel von etwas ist durch die Kultur bedingt. Anders gesagt, stellen Prototypen die für einen Repräsentanten einer Gattung typischen Eigenschaften dar (HABRAJSKA 1998:117).

³ Dabei ist anzumerken, dass prototypische und stereotype Merkmale viele Gemeinsamkeiten aufweisen, aber stereotype Eigenschaften allein sind zur Abgrenzung einer Kategorie nicht ausreichend (HENTSCHEL 1995:36).

Fremdgruppe hegt (Heterostereotyp), außerdem die jeweils vermuteten Eigen- oder Fremdbilder. (GARLEFF 1995:175)

Diese sprachlichen Konkretisierungen hebt auch Grzegorzycykowa in ihrer Definition hervor. So versteht sie unter ‚Stereotyp‘ einen Komplex von festen und gesellschaftlich fixierten Vorstellungen, die mit einer gegebenen Erscheinung zusammenhängen und sich in stereotypen Wortverbindungen wie Derivata, Phraseologismen u.a. manifestieren (GRZEGORCZYKOWA 1998: 114). Den emotionalen Aspekt von Stereotypen hebt in seiner umfangreichen Definition SCHAFF (1980:86) hervor. Er versteht unter dem Begriff ‚Stereotyp‘ „ein von einer Überzeugung getragenes, negatives oder positives Werturteil“, das folgende Merkmale aufweist:

- Primär betrifft das Stereotyp bestimmte Gruppen von Menschen und sekundär die zwischen ihnen bestehenden Relationen.
- Stereotype sind sozialer Herkunft. Sie werden dem Individuum von der Familie anezogen oder durch das Milieu vermittelt.
- Stereotype haben eine wertende Funktion⁴, deshalb sind sie fast immer emotional aufgeladen.
- Stereotype sind meistens nicht wahrheitsgetreu. Ihr Wahrheitsgehalt ist tatsachenwidrig oder entspricht nur teilweise den Tatsachen.
- Stereotype sind gegen Veränderungen resistent. Sie sind von der persönlichen Erfahrung unabhängig, aber durch die emotionale Aufladung stark geprägt.

Die wertende Funktion von Stereotypen wird jedoch von manchen Forschern in Frage gestellt (vgl. BARTMIŃSKI 2007:91f.) und nicht als die dominante gesehen. An die erste Stelle rücke dann ihre Erkenntnisfunktion und der mit ihr zusammenhängende sog. „Kern der Wahrheit“, der den Stereotypen im Erkenntnisprozess nicht abzusprechen sei. Als Beispiel werden in diesem Sinne die Berufsbezeichnungen angeführt und die mit ihnen assoziierten Instrumente (Bauer – Sense, Arbeiter – Hammer, Keilhaue). Erst nach dieser assoziativen Zuordnung finden die emotionalen Urteile Beachtung.

⁴ HENTSCHEL (1995:36) macht jedoch darauf aufmerksam, dass stereotype Eigenschaften nicht immer „konsequent wertend sein müssen, sondern nur potentiell“.

3. Einige Bemerkungen zu Funktionen von Stereotypen

Stereotypen können viele Funktionen zugewiesen werden. Einige von ihnen (z. B. die wertende, emotionale, soziale Funktion) sind bereits erwähnt worden. Im Folgenden sollen die wichtigsten Funktionen von Stereotypen detaillierter dargestellt werden. Als die grundlegende Funktion von Stereotypen ist die ideative (sinnkonstitutive) Funktion zu nennen, weil sie auf die allgemeine gegenseitige Relation zwischen dem Individuum und den Objekten der (Um-)Welt sowie auf den Vorstellungsbereich des Individuums in Bezug auf diese Objekte hinweist (vgl. CHLEBDA 1993:329).

Auf die zumindest doppelte Funktion von Stereotypen hat erstmals bereits LIPPMANN (1922) hingewiesen. Er schrieb den Stereotypen vor allem eine psychische (ökonomische) und eine soziale/gesellschaftliche Funktion zu. Bei der ersten Funktion ging es um die Reduzierung des Kraftaufwands bei der Explorierung/Erkenntnis der Welt „im Sinne einer A-priori-Strukturierung der Wahrnehmung“ (HENTSCHEL 1995:16), bei der zweiten hingegen um die Verteidigung der eigenen Meinung und um den gesellschaftlichen Rang. Neben den zwei erwähnten Funktionen ist noch eine dritte Hauptfunktion zu nennen, nämlich die pragmatische Funktion. Sie umfasst den Einfluss von Stereotypen auf die Gestaltung von Meinungen, Vorlieben oder Phobien des Einzelnen. Ihre Bedeutung ist umso größer, „je weniger das Individuum sich darüber Rechenschaft ablegt, je mehr sie sich rationalisieren lassen und die Form eines Elements mit objektivem Erkenntniswert annehmen“ (SCHAFF 1980:90). Darüber hinaus können weitere Funktionen, Aufgaben und Geltungsbereiche von Stereotypen unterschieden werden.⁵ Generell lassen sich die zahlreichen Funktionen von Stereotypen in drei große Bereiche einteilen.

3.1 Kognitive Funktionen

Die kognitiven Funktionen von Stereotypen sind auf die Informationsaneignungs- und Verarbeitungsprozesse zurückzuführen, die durch radikale Verallgemeinerungen/typische Verbindungen (QUASTHOFF 1998:15) simplifiziert werden. Sie beziehen sich auch auf Schemata (Gruppenschemata), die im Sozialisationsprozess aufgrund dieser Verallgemeinerungen in Bezug auf bestimmte Sachen, Personen oder Situationen entstehen und teilweise unabhän-

⁵ Die allgemeine Einteilung in kognitive, soziale und emotionale Funktionen wurde dem Beitrag von QUASTHOFF (1998:11-30) entnommen.

gig von der Erfahrung bestehen (QUASTHOFF 1998:24; LÖSCHMANN 2001: 151). Kognitive Funktionen erleichtern die Orientierung in der Welt und die Verarbeitung und Einordnung von Informationen. Sie führen zur Entstehung von kognitiven Mechanismen der Schematisierung, Klassifikation, Zuschreibung und Kategorisierung. Im Bereich der kognitiven Funktionen von Stereotypen können folgende Teilaspekte unterschieden werden:

- prägnante Akzentuierung von Elementen der Umwelt in einer einfachen und entscheidungserleichternden Formel,
- Denkökonomie – Komprimierung von Identifikationsmöglichkeiten und Handlungsnormen,
- Orientierung im Rahmen einer diffusen Informationsmenge,
- Ordnung und Verarbeitung von Informationen,
- Thematisierung der Mechanismen zur Entstehung stereotyper Bewertungsmuster,
- Identifikationsmöglichkeiten in Bezug auf die neuen Realbezüge. (GARLEFF 1995:176-178)

3.2 Soziale Funktionen

Die zweite wichtige Funktion von Stereotypen ist ihre soziale/gesellschaftliche Funktion, auf die schon Lippmann hingewiesen hat. „Stereotype existieren nicht isoliert, sondern haben meistens einen kollektiven Charakter. Sie sind Teile einer kollektiven Weltanschauung und hängen mit gesellschaftlichen oder wirtschaftlichen Bedingungen oder Gruppeninteressen zusammen.“ (BERTING / VILLAIN-GANDOSSI 1999:29) Es geht um die Gestaltung der Gruppenidentität und der Zugehörigkeit ihrer Mitglieder aufgrund der inneren Kohärenz und der Distanz nach außen. Nach dem Mechanismus der allgemeinen sozialen Einstellung wird unabhängig von allen möglichen Faktoren immer die eigene Gruppe (in-group) der fremden (out-group) vorgezogen (die sog. Separation und Distanzierung). Demnach ist die soziale/sozial-integrative Funktion als eine spezifische Erkenntnisstruktur anzusehen, in der Stereotype einen besonders wichtigen Einfluss auf das menschliche Handeln ausüben, weil sie in dieser Rolle in erster Linie der Verteidigung der von der Gesellschaft akzeptierten Werte und deren Internalisierung zwecks der Integrierung des Individuums in die Gruppe dienen (vgl. SCHAFF 1980:86). Unter diese Funktion fallen auch Stereotype, die als politisches Instrument genutzt werden. Als Mittel der Manipulation oder Indoktrination

helfen sie, Selbstbilder herzustellen und funktionieren durch ihre ausgrenzende Wirkung stark integrativ.

3.3 Emotionale/affektive Funktionen

Einige der bereits erwähnten Funktionen betreffen zum einen den individuell-psychologischen Bereich, zum anderen nehmen sie Bezug auf gesellschaftliche Aspekte. Was die emotionalen Funktionen von Stereotypen anbelangt, so rücken hier vor allem negative Stereotype als bestimmte, meistens auch irrationale Abwehrmechanismen in den Vordergrund, was wesentlich zur Stabilisierung der Psyche beiträgt (vgl. QUASTHOFF 1998:17f.). Im Rahmen dieser Funktion sind einige Teilaspekte zu nennen, und zwar:

- die Selbstbehauptungs- oder Abwehrfunktion (zum Schutz der eigenen Person), die sich besonders in Konfliktsituationen manifestiert, wenn sich ein Individuum neuen oder kontroversen Informationen verschließt (SCHAFF 1981:128f.),
- die wertende Funktion, die induzierte, rechtfertigende und antizipatorische Vorstellungen umfasst, die die Beziehungen zwischen Personen oder Gruppen widerspiegeln,
- die Stabilisierung des eigenen Selbstwertgefühls,
- die Aggressionsabwehr – in von Vorurteilen betroffenen Gruppen spiegelt sich wachsende Aggressivität wider.

Weitere, nennenswerte Funktionen von Stereotypen betreffen ihre Rolle in der Fremdsprachendidaktik und im Kulturtransfer. Ihre didaktische Funktion⁶ wird im Lern- und Lehrprozess von Fremdsprachen offenbar. Fremdsprachenlerner müssen mit den in der Zielkultur vorhandenen Stereotypen vertraut gemacht werden, obwohl sie mit ihnen nicht einverstanden sein müssen (QUASTHOFF 1998:27). Ohne ihre Kenntnis wird das Kommunizieren in der Fremdsprache erheblich erschwert. Im Kulturtransfer spielen Stereotypisierungen besonders bei der Herausbildung der interkulturellen Kompetenz eine wichtige Rolle. Zudem wäre die Arbeit im Bereich der Kulturwissenschaft ohne die Kenntnis von Stereotypen erschwert, so z. B. im Rahmen der Über-

⁶ Auf die Rolle von Stereotypen im Bereich des interkulturellen Lernens und im Fremdsprachenunterricht wird im nächsten Kapitel des vorliegenden Beitrags näher eingegangen.

setzungsproblematik, der Sprachkontakte und der Reisedidaktik. (HAHN 1995:10f.)

4. Ausgewählte Arten von Stereotypen

Im Folgenden soll ein Überblick über die wichtigsten und in der Fachliteratur am häufigsten diskutierten Arten von Stereotypen präsentiert werden. Nach LÖSCHMANN (2001:159f.) gibt es zwei Hauptkategorien von Stereotypen, nämlich die sog. Denkstereotype und Sprachstereotype. Bei dieser Einteilung macht Löschmann jedoch darauf aufmerksam, dass die beiden Hauptgruppen Merkmale von sowohl positiven als auch negativen Stereotypen enthalten. Den Denkstereotypen liegt meistens das Schema „... alle x sind y“ zugrunde. Zu dieser Kategorie werden Eigen- und Fremdstereotype, ethnische, geschlechtliche und ideologische/politische Stereotype gezählt. Autostereotype/Eigenstereotype sind individuelle Stereotype mit idiosynkratischen Merkmalen, die nur für ein Individuum typisch sind. Es sind Stereotype über sich selbst oder über die eigene Gruppe und Einstellungen gegenüber der eigenen Identität, meistens betreffen sie nationale und symbolische Repräsentationen. Heterostereotype/Fremdstereotype sind hingegen gesellschaftliche Stereotype, deren Perspektive auf das Fremde gerichtet ist. Es sind Fremdbilder, die sich meistens auf die Mitglieder einer anderen Gruppe, auf das andere Geschlecht, das andere Land oder die andere Religion beziehen. Ethnische Stereotype sind dadurch gekennzeichnet, dass sie Gruppen bestimmte Gruppenmerkmale zuweisen, ohne ihre Individuen zu nennen. Sie erfreuen sich besonderer Langlebigkeit und sind nur schwer abzuschaffen, weil Menschen, die zu ethnischen Stereotypen neigen, besonders starre Persönlichkeiten sind und in den meisten Fällen einer strengen Erziehung unterworfen waren. (BARTMIŃSKI 2007:229f.; BŁUSZKOWSKI 2003:13-17) Unter die Kategorie Denkstereotype fallen auch nationale und regionale Stereotype, die mit den Zielstellungen des interkulturellen Fremdsprachenunterrichts⁷ besonders eng verbunden sind.

Sprachstereotype sind im Gegensatz zu Denkstereotypen durch „vorgefertigte Syntagmen oder Sätze“ gekennzeichnet (LÖSCHMANN 2001:159). Sprachstereotype verdeutlichen, dass Stereotype eng mit der Sprache zusammenhängen, obwohl auch auf nonverbaler Ebene kommuniziert werden kann, wie

⁷ Auf die Problematik der Herausbildung einer interkulturellen Kompetenz wird im nächsten Kapitel eingegangen.

z. B. mit Hilfe von Karikaturen (BARTMIŃSKI 1998:65). Als sprachliche Elemente des Weltbildes stellen Stereotype nur einen Interpretationsversuch der Wirklichkeit und nicht ihre Widerspiegelung dar. Die Stereotypisierung macht sich sowohl auf der semantischen als auch auf der formalen Ebene bemerkbar, was zu folgenden „Unterarten“ von sprachlichen Stereotypen führt (BARTMIŃSKI 1985:51-53; TOKARSKI 1998:125):

- Topoi sind allgemeingültige feste Meinungen oder Urteile, deren Verbalisierung in Form von umgangssprachlichen, aber noch nicht festen semantischen Verbindungen Ausdruck findet, z. B.: *Die Arbeiter fluchen.*
- Formeln äußern sich in bestimmten festen semantischen Verbindungen, wie z. B. in Vergleichsätzen: *Er ist schmutzig wie ein Schwein. Er ist emsig wie eine Biene.*
- Idiome sind Wortverbindungen, deren Bedeutung unvorhersehbar und deren semantische Motivation undurchschaubar ist, weil sich die Gesamtbedeutung dieser Wendungen nicht aus den Einzelbedeutungen der sie konstituierenden Elemente ableiten lässt, z. B.: *den Teufel an die Wand malen, einen Bock schießen.*

Nach BARTMIŃSKI (2007:71) sind für sprachwissenschaftliche Analysen besonders die Formeln als sprachliche Exemplifizierungen von Stereotypen von größter Bedeutung.

5. Stereotype als Bestandteile der interkulturellen Kompetenz

Wie in Kapitel 4 angedeutet, spielen Stereotype im Rahmen der interkulturellen Kommunikation eine nicht zu übersehende Rolle. Bei der Herausbildung von interkultureller Kompetenz kann auf die Vermittlung und Erklärung stereotyper Inhalte nicht verzichtet werden. Negative Stereotype gelten als die wichtigsten Barrieren der interkulturellen Kommunikation, und die Unkenntnis dieser standardisierten mentalen Bilder oder Tabuthemen, die von einer Gruppe/Gemeinschaft geteilt werden, führt sicherlich entweder zu Kommunikationsstörungen oder zu einer Bloßstellung.

5.1 Grundsätze des interkulturellen Ansatzes

In Übereinstimmung mit den vom Europarat in den 1990er Jahren formulierten Zielen für das Fremdsprachenlernen sind das interkulturelle Bewusstsein des Lerners und die Herausbildung seiner positiven Einstellung der fremden

Kultur gegenüber aus dem heutigen Fremdsprachenunterricht nicht wegzudenken. Die Grundlage des interkulturellen Ansatzes bildet der kommunikative Ansatz, durch den Inhalte aus dem alltäglichen Leben vermittelt und besprochen werden. Der interkulturelle Ansatz versteht das Fremdsprachenlernen als zwischen den Kulturen stehend oder als „ein In-Kontakt-Treten mit einer fremden soziokulturellen Wirklichkeit, das die Einstellung des Lernenden nachhaltig beeinflussen kann“ (STORCH 1999:287). VOLKMANN (2002: 13) definiert interkulturelle Kompetenz als

Fähigkeit und Fertigkeit von Fremdsprachenlernern, ja überhaupt von Akteuren einer interkulturellen Begegnung [...], über Differenzen zwischen der eigenen und der Zielkultur zu wissen, diese in konkreten Situationen zu erkennen und Strategien zu entwickeln, einfühlsam auf die Gepflogenheiten der anderen Kultur einzugehen. Kurzum, es geht darum, Missverständnissen vorzubeugen, eventuell auftretende Komplikationen zu glätten, überhaupt die Kommunikation reibungsloser zu gestalten.

Die Vermittlung der Kultur durch die Sprache hat eine lange Geschichte. Ihre Prinzipien und Bezeichnungsvarianten (Kulturkunde, Kulturwissenschaft, Landeskunde, Realienkunde, Wissen über Land und Leute u. a.) änderten sich jedoch je nach der geltenden Unterrichtsmethode und je nach den Zielen der Fremdsprachendidaktik. Generell kann zwischen zwei allgemeinen Ansätzen unterschieden werden: zwischen der diachronen und der synchronen Vermittlung. Erstere stellt die Elemente und Inhalte der Zielkultur in ihrer geschichtlichen Entwicklung dar, während die zweite gegenwartsbezogen geprägt ist und sich auf die Vermittlung aktueller Fragestellungen konzentriert. Die Arbeit an der Entwicklung der interkulturellen Kompetenz des Lernenden hat das Fremdverstehen und adäquates Verhalten im fremden Kulturkreis zum Ziel. Im Rahmen der interkulturellen Kompetenz können nach KOMOROWSKA (1996:137) vier Kategorien unterschieden werden:

- *savoir* – umfasst das Sprach- und Kulturwissen (Wissen im Bereich der Erdkunde, Geschichte, Wirtschaft und Kunst),
- *savoir-etre* – betrifft die allgemeine Einstellung der Gesellschaft und ihrer Kultur gegenüber,
- *savoir-faire* – bedeutet sprachliches Können und das Wissen um die Verhaltensweisen in konkreten Situationen,
- *savoir-apprendre* – ist die Einstellung der Sprache, der Motivation und den Lernstrategien und -techniken gegenüber.

Es geht also darum, dass der Lernende für die bestehenden Unterschiede zwischen den Kulturen sensibilisiert werden soll und dass er die aus diesen

Unterschieden resultierenden Probleme bewältigen kann (BANACH 2003:3). Dabei sollten die in der Zielkultur geltenden Konventionen, Rechte und Werte berücksichtigt werden, damit der Lernende weiß, wie er sich in bestimmten Situationen verhalten soll, indem er das Richtige sagt und keine Tabus verletzt (BREDELLA / DELANOY 1999:91). Als wichtigste Ziele des interkulturellen Fremdsprachenunterrichts gelten laut MAIJALA (2008:2-4) und VOLKMANN (2002:14):

- die Fähigkeit, mit Vertretern der Zielsprachenkultur sprechen und sie auch verstehen zu können,
- die Entwicklung von Strategien und Fertigkeiten im Umgang mit der fremden Kultur,
- das Reflektieren über die eigene und fremde Kultur und „die Fähigkeit zur Relativierung der eigenen Position bei der Betrachtung der komplexen kulturellen Codes einer fremden Kultur“ (VOLKMANN 2002:14),
- erhöhte Sensibilität gegenüber dem Anderen,
- der interkulturelle Sichtwechsel,
- die Möglichkeit zum Abbau von Vorurteilen,
- der Erwerb von Kenntnissen über die Wechselbeziehungen von Eigen- und Fremdkultur, wobei dieser Erwerb nicht im traditionellen Sinne des Landeskundeunterrichts verlaufen soll, der sich grundsätzlich als Wissensvermittlung über Fakten, Geschichte, Politik und Wirtschaft definiert,
- die Möglichkeit, das unkontrollierte Entstehen von Stereotypisierungen, Vorurteilen und falschen Generalisierungen durch die Erweiterung des Wissens über die fremde Kultur einzuschränken,
- die Vermittlung von mehr Toleranz, Taktgefühl und Empathie in der interkulturellen Begegnung.

An dieser Stelle stellt sich natürlich die Frage nach einer entsprechenden Auswahl von sprachlichen und landeskundlichen Inhalten, um so die interkulturelle Kommunikation zu ermöglichen und ein objektives Bild vom Zielsprachenland und von seiner Kultur zu schaffen. Dabei muss darauf hingewiesen werden, dass die interkulturelle Kommunikation nicht immer mit der fremdsprachigen Kommunikation gleichzusetzen ist, weil sie auch ohne Lehrkräfte oder Muttersprachler zustande kommen und verschiedene Formen annehmen kann, wie z.B. bei der individuellen Auseinandersetzung des Lernenden mit einem literarischen oder landeskundlichen Text, wodurch individuelle Einstellungen und Interpretationen der fremden Kultur und Mentalität entstehen (HU 1999:298).

Am interkulturellen Ansatz wird aber auch Kritik geübt. Kritisiert werden vor allem die Trennung zwischen der eigenen und fremden Kultur und der Versuch, die Lernenden für ihre Kultur verantwortlich zu machen, wobei sie eher als Individuen im Lernprozess wahrgenommen werden sollten. Im Unterricht, wo sich zwangsläufig Vergleiche ergeben, kann nicht ein Klima der ethnischen Segmentierung und des Fremdseins geschaffen werden. Um dem entgegenzuwirken, müssen „empfundene Unterschiede und bestehende Stereotype“ (vgl. MAJALA 2008:3) thematisiert werden. Wie dem auch sei, sicher ist, dass es heutzutage kein Sprachenlernen ohne kulturellen Hintergrund geben kann (weil jeder Fremdsprachenunterricht eigentlich interkulturelle Kommunikation bedeutet) und dass die interkulturelle Perspektive einen wichtigen Motivationsfaktor im Fremdsprachenunterricht darstellt.

5.2 Überblick über Stereotypisierungen in ausgewählten DaF-Lehrwerken

Der Darstellung des theoretischen Hintergrunds zum Problem der Stereotype sowie der Rolle und Grundsätze des interkulturellen Lernens folgt im Weiteren die Analyse ausgewählter DaF-Lehrwerke in Bezug auf Stereotypisierungen. In erster Linie ist von Interesse, ob in den neueren Lehrwerken für DaF Kapitel vorhanden sind, die das Thema Stereotyp als solches thematisieren und wie Themenkreise, die für stereotype Inhalte und Urteile besonders „anfällig“ sind, dargeboten werden. Als Untersuchungsgegenstand dienen Lehrwerksituationen, in denen sich Repräsentanten verschiedener Kulturen begegnen und Meinungen zu bestimmten Themen austauschen, sowie Lehrwerktexte oder Bilder mit interkulturellen Inhalten, in denen Stereotypisierungen und kulturspezifische Annahmen zum Ausdruck gebracht werden.

5.2.1 *Partnersprache 1* (BREWIŃSKA / JORAS / OBIDNIAK / ŚWIERCZYŃSKA 2002)⁸

In diesem 2002 erschienenen Lehrwerk gibt es ein Kapitel mit dem vielversprechenden „Schubladendenken“, das ganz bewusst die Stereotypenproblematik thematisiert. Anhand eines Bildes, auf dem Vertreter verschiedener Nationalitäten dargestellt sind, werden die Lerner dazu angehalten, diese zu erkennen und die ihrer Meinung nach für jede Nation typischen Eigenschaften

⁸ Die Seitenangaben unter 5.2.1 beziehen sich alle auf dieses Lehrwerk.

ten in Form von Adjektiven⁹ in eine Tabelle einzutragen. Nach einer Diskussion der Ergebnisse im Plenum sollen die Lerner dann eine Definition des Begriffs ‚Stereotyp‘ erarbeiten. Zu diesem Zweck werden als Hilfe einige Sätze angegeben, die auf die typischen Eigenschaften von Stereotypisierungen hinweisen:

- Jeder Mensch verwendet manchmal Stereotype.
- Stereotype sind feste, fertige Bilder in unseren Köpfen.
- Wir übernehmen diese Bilder von anderen. Dabei überprüfen wir sie selbst nicht.
- Stereotype machen eine komplizierte Welt einfacher.
- Stereotype helfen uns, weil wir immer zu wenig wissen und ab und zu einen Wegweiser brauchen.
- Stereotype sind gefährlich. Sie zwingen uns nicht, aus neuen Erfahrungen zu lernen und unser Bild von der Welt zu ändern.
- Stereotype werden überall benutzt, wo sich eine Gruppe von Menschen von einer anderen abgrenzen will: die Rockmusikfans von Hip-Hop-Fans, Fans von Bayern München von den Fans von Eintracht Frankfurt, [...]. (78)

Die charakteristischen Merkmale von Stereotypen werden noch einmal in einem Gespräch zwischen Michi, Agnieszka und Anna angesprochen, in dem ganz klar auf die positiven und negativen (gefährlichen) Aspekte stereotypen Denkens hingewiesen wird (79, C5). Das Kapitel endet mit dem kurzen Text „Typisch deutsch“, der eigentlich auf die Überwindung von Stereotypen abzielt und für Interkulturelles sensibilisiert. Es werden hier Aspekte zusammengestellt, die unmittelbar mit der deutschen Kultur assoziiert werden und auch für die Deutschen eine wichtige Rolle spielen (Auto, Bier, Wein, Kartoffeln, Fußball), wobei aber angemerkt wird, dass sie nicht deutscher Herkunft sind:

[...] Das Bier, ein urdeutsches Getränk, haben dagegen nicht die Deutschen erfunden, sondern die Sumerer im Vorderen Orient. Den Wein brachten die Römer nach Deutschland. Die Kartoffeln, bedeutender Bestandteil der deutschen Speisekarte, bauten als erste Indianer Südamerikas an. [...]. (79)

In Anlehnung an den Text werden dann die Lerner gebeten, einen adäquaten Text mit dem Titel „Typisch polnisch“ zu schreiben. Im Arbeitsbuch gibt es einige Übungen, die das Problem noch einmal aufgreifen. So soll zunächst der Begriff ‚Schubladendenken‘ dekodiert werden, und dann sollen die Lerner mit Hilfe einer vorgegebenen Hilfestellung in Form eines Schüttelkastens auf die Frage eingehen, warum das Denken in Klischees gefährlich sein kann

⁹ Die Adjektive zur Beschreibung der typischen Eigenschaften der jeweiligen Nation sind am Rande angegeben (78).

(156). Auf S. 171 findet sich noch eine Übung, in der die Lerner die Wörterbucheinträge von Klischee, Vorurteil und Stereotyp miteinander vergleichen und eventuell um weitere Informationen ergänzen sollen.

5.2.2 *Unterwegs* (BAHLMANN / BREINDL / DRÄXLER / ENDE / STORCH 1998, 1998a)¹⁰

Dieses Lehrwerk thematisiert die Stereotypenfrage in Kapitel 2, in dem zwei Themenkreise angesprochen werden, nämlich „Typisch Frau. Typisch Vorurteil“ und „Von Männern, Frauen und ihren Kindern“. Der erste Themenkreis bezieht sich auf die angeblich typischen Eigenschaften von Frauen, die in Form von richtig oder falsch zu markierenden Sätzen im Kursbuch vorhanden sind:

- Frauen schauen öfter in den Spiegel als Männer.
- Frauen verbringen mehr Zeit im Bad als Männer. [...]
- Frauen fahren nicht so gut Auto wie Männer.
- Frauen sind Weltmeister im Zuspätkommen.
- Frauen sind Quasselstrippen.
- Frauen haben nah am Wasser gebaut [...]. (32f.)

Gemäß der Übungsanweisung sollen die Lerner dazu Stellung nehmen und dann ähnlich provozierende Aussagen in Bezug auf Männer formulieren. Im Materialienbuch gibt es zu diesem Thema einen Begleittext, der alle im Kursbuch vorhandenen stereotypen Aussagen über Frauen verifiziert, indem zu jeder Aussage wissenschaftliche Befunde herangezogen werden (17). Auf der nächsten Seite finden sich noch einige Aphorismen oder Aussagen bekannter Leute, die die angeblich typischen Eigenschaften von Männern oder Frauen bestätigen oder in Frage stellen:

- Typisch für die Frau ist das viel zu geringe Selbstbewusstsein. Typisch für den Mann ist entsprechend die Selbstüberschätzung. Das hat häufig fatale Folgen. [...] (Luise Pusch, 18)
- Eine kluge Frau sagte mir einst: „Die Männer sind sich ohne weiteres klar darüber, was sie bei uns erreicht haben; aber was sie alles bei uns nicht erreicht haben, davon haben sie meistens keine Ahnung.“ (Arthur Schnitzler, 18)

Der nächste Themenkreis betrifft die Position der Frauen und Männer in der Berufswelt. Im Kursbuch findet sich der Einstieg in diese Problematik in Form von einigen Einführungsfragen (die Lerner sollen die Eigenschaften eines weiblichen und eines männlichen Chefs auflisten und dann miteinander vergleichen). Anhand eines Diagramms soll ein Kurzreferat zum Thema der

¹⁰ Die Seitenangaben unter 5.2.2 beziehen sich alle auf dieses Lehrwerk.

unterschiedlichen Situation von Männern und Frauen in der Arbeitswelt ausgearbeitet werden (34). Das Materialienbuch führt dazu die oft gegensätzlichen Eigenschaften von Frauen und Männern in Führungspositionen auf (19):

Frauen	Männer
– „wir“ ist wichtiger als „ich“	– „ich“ ist wichtiger als „wir“
– lassen Emotionen zu	– lehnen Emotionen ab
– suchen Nähe	– halten Distanz

Darauf folgt im Materialienbuch ein kurzer Text, in dem die Situation auf dem Arbeitsmarkt dargestellt wird. Es wird über die realen Chancen der Frauen und Männer bei der Arbeitssuche erzählt sowie das oft diskutierte Thema von Karriere, Kinderbetreuung und Partnerschaft angesprochen. Der Text endet mit der verhängnisvoll lautenden These, dass den karrierebewussten Frauen als Alternative „Doppelbelastung oder Verzicht auf Mutterschaft“ bleibt (19). Das Kapitel endet mit dem aktuellen Thema „Allein wohnen oder bei den Eltern“. Die Lerner erhalten hier die interkulturelle Aufgabe, die Situation der Jugendlichen in ihrem Land mit derjenigen in den deutschsprachigen Ländern zu vergleichen.

5.2.3 *em* (PERLMANN-BALME / SCHWALB / WEERS 1999)¹¹

Auch im Lehrwerk *em* gibt es vergleichbare Stereotypisierungen in Bezug auf Frauen und Männer. Den Einstieg bildet das bekannte Lied von Herbert Grönemeyer *Männer*, anhand dessen klischeeartige Ausdrücke und „echte“ Eigenschaften von Männern herausgearbeitet werden müssen. Im Anschluss daran soll das Lied so umgearbeitet werden, dass es auf Frauen bezogen werden kann (20). Ein anderer Themenbereich greift die Relationen, Perspektiven und realen Möglichkeiten von Frauen und Männern im Berufsleben auf. In Form eines Fragebogens werden hier z. T. kontroverse Thesen dazu aufgestellt, was die Frauen eigentlich am Karrieremachen hindert (21). Die Lernenden sollen diese Thesen entweder als richtig oder als falsch markieren, dann die Ergebnisse einander gegenüberstellen und sie schließlich mit der Stern-Umfrage im Arbeitsbuch vergleichen (21). Darauf folgen ein zu betitelnder Text (22) und zwei weitere Kurztexte (27f.), in denen zum einen die Eigenschaften von Frauen und Männern in Führungspositionen gegenübergestellt und die Zukunftschancen für beide Geschlechter gezeigt werden, zum

¹¹ Die Seitenangaben unter 5.2.3 beziehen sich alle auf dieses Lehrwerk.

anderen das Problem der Gleichberechtigung diskutiert wird. Es folgt eine Reihe von Hörverstehensübungen, in denen die stereotypen Charakterzüge von Männern und Frauen im privaten oder beruflichen Leben noch einmal thematisiert werden. Präsentiert werden zudem wissenschaftliche Belege zur Entstehung von matriarchalischen und patriarchalischen Strukturen.

5.2.4 *Stufen international 3* (VORDERWÜLBECKE 1997)¹²

Interessante Formen des Umgangs mit Stereotypisierungen bietet auch das Lehrwerk *Stufen international 3*. In Kapitel 25 finden wir zuerst eine Bilderreihe, in deren Kontext nationale Stereotype präsentiert werden, indem „typisch deutsche“ Eigenschaften zu der Frage: „Sind die Deutschen fleißig, humorlos, umweltbewusst?“ (74) zur Diskussion gestellt werden. Darauf folgen einige theoretische Informationen über Vorurteile und Stereotype, die diskutiert und mit vorgegebenen Synonymen ausgedrückt werden sollen. Negative nationale Stereotype werden auch in den Hörtexten thematisiert. Zuerst werden die Lerner um die Zusammenfassung und Weiterführung eines Dialogs gebeten, in dem eine ältere deutsche Dame über Ausländer, besonders über Schwarzafrikaner, schimpft. Die ganze Situation spielt sich in einer Straßenbahn ab, in der ein Schwarzafrikaner neben dieser Dame sitzt (76). Klischeeartige Formulierungen finden sich auch in dem Text „Das alles kommt mir so spanisch vor“ (77), in dem ausgewählten Nationen stereotype Eigenschaften zugeschrieben werden:

Der Spanier liebt blonde Frauen [...]. Der Engländer lebt vorwiegend in Clubs, raucht Pfeife, trägt unmöglich karierte Anzüge. Überdies trinkt er Whisky, langweilt sich und andere, spielt Golf oder ähnlich Unnötiges [...]. Der Franzose lebt und liebt gern, trinkt zu viel Wein, hat den Nationalstolz erfunden und Napoleon [...].

Die Lerner werden im Anschluss an die Lektüre dieses Textes gebeten, die vorurteilbehafteten Äußerungen zu exzerpieren. Anschließend werden sie nach Lösungsversuchen zur Überwindung von Vorurteilen gefragt. Eine weitere Aufgabe besteht in der Anfertigung einer Collage, in der sie nationale oder kulturelle Stereotype darstellen, denen sie in ihrem Heimatland begegnet sind. Die darauffolgenden Hörtexte behandeln in Form von Witzen das Thema nationaler Stereotype und geben zusätzlichen Anlass zur Reflexion.

Ein junger und noch ziemlich unerfahrener Bankkaufmann hat seine erste Stelle im Ausland angetreten. Gleich am zweiten Abend muss er seinen Chef auf einem offiziellen Abendessen vertreten. Neben ihm sitzt ein Schwarzafrikaner.

¹² Die Seitenangaben unter 5.2.4 beziehen sich alle auf dieses Lehrwerk.

Als dieser den Wein probiert, hebt der Bankkaufmann ebenfalls sein Glas und fragt seinen Tischnachbarn: „Gluck, gluck gut?“ Nach dem Hauptgericht fragt der Bankkaufmann: „Ham, ham gut?“ Nach dem Essen erhebt sich der Afrikaner, klopft an sein Weinglas und hält eine Tischrede in fließendem, fehlerfreiem Deutsch. Nach der Rede bekommt er großen Applaus. Der Afrikaner dankt mit einer eleganten Geste und setzt sich wieder. Dann beugt er sich zu dem Bankkaufmann und fragt ihn: „Bla bla gut?“ (76)

„Wenn du glücklich sein willst“, rät der Onkel seinem Neffen, „musst du multikulturell leben. Du brauchst ein amerikanisches Gehalt, einen chinesischen Koch, eine deutsche Wohnung und eine japanische Frau.“ Nach ein paar Jahren treffen sich Onkel und Neffe wieder. Der Neffe ist todunglücklich. „Warum hast du meinen Rat nicht befolgt?“ fragt der Onkel. – „Ich lebe ja multikulturell“, sagt der Neffe, „aber ich habe vielleicht irgendetwas durcheinandergebracht. Ich habe eine amerikanische Frau, ein chinesisches Gehalt, einen deutschen Koch und eine japanische Wohnung.“ (76)

Dieses Kapitel endet mit Texten, in denen stereotypes Denken in Bezug auf Frauen und Männer sowie Vorurteile gegenüber Behinderten gezeigt werden (78f.).

6. Schlussbemerkungen

Obwohl die Diskussion über Stereotype und interkulturelle Kommunikation seit Jahren kaum Fortschritte macht und die Fachliteratur nur wenig überschaubar ist (vgl. LÖSCHMANN 2001:149), kann Folgendes festgehalten werden: Stereotype haben als nicht neutrale, sondern emotional geladene Urteile viele Funktionen im gesellschaftlichen Leben. Ihre Rolle beschränkt sich nicht nur auf das „Ordnen der Erscheinungen, sondern betrifft auch die Verteidigung jener Werte, an denen uns gelegen ist“ (SCHAFF 1980:41). Stereotypisierungen sind Projektionen unserer Gefühle, Werte und Rechte auf die Welt, die sich jedoch gegen Berichtigung sträuben. Als gegen jede Veränderung resistente Gebilde ermöglichen sie die Vervielfältigung von Reaktionen in gleicher Ausprägung und Form. Sie führen zur Entstehung von Typisierungen, also wichtiger Instrumente der Erkenntnis und Orientierung in der Welt, ohne die das Handeln im Alltag fast unmöglich wäre. Ihre Kenntnis setzt aber beim Rezipienten ein bestimmtes Hintergrundwissen voraus, das die hinter den Stereotypen stehenden Inhalte zu dekodieren erlaubt. An dieser Stelle eröffnet sich ein weites Feld für die Fremdsprachendidaktik, die die Didaktisierung von allgegenwärtigen Stereotypisierungen sowie die Prinzipien für die Entwicklung der interkulturellen Kompetenz bei der Unterrichtsplanung und -gestaltung nicht aus den Augen verlieren darf. Der Fremdsprachen-

unterricht selbst als Quelle von Stereotypisierungen einerseits und der interkulturellen Kommunikation andererseits sowie der Einfluss von Stereotypen auf den Lernprozess sind bis heute relativ wenig beachtete Forschungsfelder, obwohl beide Aspekte interessante und auch wichtige Fragen aufwerfen, die genauere Untersuchungen und Analysen verdienen.

Die Sichtung ausgewählter Lehrwerke für DaF hat gezeigt, dass in neueren Lehrwerken für DaF die Frage der Stereotypisierungen unterschiedlich, aber sehr interessant, gründlich und vor allem vielseitig behandelt wird. Zwar zeigen die Lehrwerke *Unterwegs* und *em* die Arbeit an stereotypen Inhalten am Beispiel gleicher Themenkreise, ihre praktische Umsetzung ist jedoch unterschiedlich. Auf sehr interessante und anspruchsvolle Weise wird der Begriff ‚Stereotyp‘ auch in den Lehrwerken *Partnersprache* und *Stufen international 3* behandelt. Am Beispiel des Textes „Typisch deutsch“ und an den Hörtexten wurde gezeigt, wie an nationalen Stereotypen gearbeitet werden und wie der Perspektivenwechsel im Fremdsprachenunterricht stattfinden kann. Wichtig ist auch die Tatsache, dass alle Lehrwerke den Lerner dazu anhalten, Bezüge zur eigenen Kultur herzustellen, was die Vielzahl unterschiedlicher Perspektiven steigert.

Literatur

- BAHLMANN, CLEMENS / BREINDL, EVA / DRÄXLER, HANS-DIETER / ENDE, KARIN / STORCH, GÜNTHER (1998): *Unterwegs*. Materialienbuch. Berlin.
- (1998a): *Unterwegs*. Kursbuch. Berlin.
- BANACH, BOŻENA (2003): *Tendencje interkulturowe we współczesnej glottodydaktyce*. [Interkulturelle Tendenzen in der gegenwärtigen Glottodidaktik]. In: *Języki Obce w Szkole* 3:3-14.
- BARTMIŃSKI, JERZY (1985): *Stereotyp jako przedmiot lingwistyki*. [Das Stereotyp als Gegenstand der Linguistik]. In: BASAJ, MIECZYŚLAW / RYTEL, DANUTA (eds.): *Z problemów frazeologii polskiej i słowiańskiej*. Tom III. Wrocław, 25-53.
- (1998): *Podstawy lingwistycznych badań nad stereotypem – na przykładzie stereotypu matki*. [Grundlagen linguistischer Stereotypenforschung – am Beispiele des Stereotyps der Mutter]. In: *Język a kultura* 12:63-83.
- (2007): *Stereotypy mieszkają w języku*. *Studia etnolingwistyczne*. [Stereotype wohnen in der Sprache. Ethnolinguistische Studien]. Lublin.
- BERTING, JAN / VILLAIN-GANDOSSI, CHRISTIANE (1999): *Rolle und Bedeutungen von nationalen Stereotypen in internationalen Beziehungen: ein interdisziplinärer Ansatz*. In: WALAS, TERESA (ed.): *Stereotypen und Nationen*. Kraków, 13-27.

- BŁUSZKOWSKI, JAN (2003): *Stereotypy narodowe w świadomości Polaków*. [Nationale Stereotype im Bewusstsein der Polen]. Warszawa.
- BREDELLA, LOTHAR / DELANOY, WERNER (eds.) (1999): *Interkultureller Fremdsprachenunterricht: Das Verhältnis von Fremdem und Eigenem*. Tübingen.
- BREWIŃSKA, EWA / JORAS, MONIKA / OBIDNIAK DOROTA / ŚWIERCZYŃSKA, ELŻBIETA (2002): *Partnersprache 1*. Warszawa.
- CHLEBDA, WOJCIECH (1993): *Frazematyka*. [Phrasematik]. In: BARTMIŃSKI, JERZY (ed.): *Współczesny język polski. Encyklopedia kultury polskiej XX wieku*. Tom II. Wrocław, 327-334.
- GARLEFF, MICHAEL (1995): *Stereotypen in der deutschbaltischen Literatur*. In: HAHN, 173-189.
- GLASER, ALEKSANDRA (2003): *Typisch Deutsch? Typisch Polnisch?* In: *Języki Obce w Szkole* 3:15-21.
- GLENSK, CZESŁAWA / GLENSK, JOACHIM (1991): *Myszę, więc jestem... Aforyzmy, maksymy, sentencje*. [Ich denke, also bin ich ... Aphorismen, Maximen, Sentenzen]. Warszawa.
- GRZEGORCZYKOWA, RENATA (1998): *O rozumieniu prototypu i stereotypu we współczesnych teoriach semantycznych*. [Zum Verständnis von Prototyp und Stereotyp in modernen Semantiktheorien]. In: *Język a kultura* 12:109-115.
- HABRAJSKA, GRAŻYNA (1998): *Prototyp – stereotyp – metafora*. [Prototyp – Stereotyp – Metapher]. In: *Język a kultura* 12:116-123.
- HAHN, HANS HENNING (ed.) (1995): *Historische Stereotypenforschung. Methodische Überlegungen und empirische Befunde*. Oldenburg (=Oldenburger Schriften zur Geschichtswissenschaft 2).
- HENTSCHEL, GERD (1995): *Stereotyp und Prototyp vom linguistischen Standpunkt*. In: HAHN, 14-39.
- HU, ADELHEID (1999): *Interkulturelles Lernen. Eine Auseinandersetzung mit der Kritik an einem umstrittenen Konzept*. In: *Zeitschrift für Fremdsprachenforschung* 10/2:227-303.
- KAMIŃSKA-SZMAJ, IRENA (2002): *Słownik wyrazów obcych*. [Fremdwörterbuch]. Wrocław.
- KASZYŃSKI, STEFAN (2000): *Mądrość mówi przyciszonym głosem*. [Die Stimme des Intellekts ist leise]. Poznań.
- KOMOROWSKA, HANNA (1996): *Nowe tendencje w pracach programowych Rady Europy*. [Neue Tendenzen in der Programmarbeit des Europarates]. In: *Języki Obce w Szkole* 2:112-114.
- KOPALIŃSKI, WŁADYSŁAW (1989): *Słownik wyrazów obcych i zwrotów obcojęzycznych*. [Fremdwörterbuch]. Warszawa.

- KOWALEWSKI, JERZY (2008): „Sześciu pijaków szukało budki z piwem“. *Analiza treści kulturowych wybranych podręczników do nauczania języka polskiego jako obcego*. [„Sechs Säufer suchten einen Bierstand“. Eine Analyse kultureller Inhalte in ausgewählten Lehrbüchern für Polnisch als Fremdsprache]. In: *Języki Obce w Szkole* 1:21-32.
- KURCZ, IDA (1994): *Zmienność i nieuchronność stereotypów*. [Veränderlichkeit und Unabwendbarkeit von Stereotypen]. Warszawa.
- LIPPMANN, WALTER (1922): *Public Opinion*. New York.
- LÖSCHMANN, MARTIN (2001): *Was tun gegen Stereotype?* In: WAZEL, GERHARD (ed.): *Interkulturelle Kommunikation in Wirtschaft und Fremdsprachenunterricht*. Frankfurt (M.), 147-202.
- MAIJALA, MINNA (2008): *Zwischen den Welten – Reflexionen zu interkulturellen Aspekten im DaF-Unterricht und in den DaF-Lehrwerken*. In: *Zeitschrift für interkulturellen Fremdsprachenunterricht* 13:1-17.
- MIHUŁKA, KRYSZYNA (2007): *Wpływ dowcipów na rozpowszechnianie i utrwalanie stereotypów narodowych*. [Die Rolle von Witzen bei der Verbreitung und Verfestigung nationaler Stereotype]. In: *Języki Obce w Szkole* 4:5-15.
- (2007a): *Porozmawiajmy otwarcie o tabu! Tematy tabu w komunikacji międzykulturowej*. [Reden wir offen von Tabus! Tabuthemen in der interkulturellen Kommunikation]. In: *Języki Obce w Szkole* 1:19-25.
- OSTASZEWSKA, DANUTA (1997): *Stereotyp rodziny utrwalony w materiale frazeologizmów i tekstów przysłowiowych*. [Das Stereotyp der Familie in Phraseologismen und sprichwörtlichen Texten]. In: NOWAKOWSKA-KEMPNA, IWONA (ed.): *Śląsk w badaniach językoznawczych. Badanie pogranicza językowo-kulturowego polsko-czeskiego*. Tom III. Katowice, 26-35.
- PANASIUK, JOLANTA (1998): *O zmienności stereotypów*. [Zur Veränderlichkeit von Stereotypen]. In: *Język a kultura* 12:84-98.
- PAWŁOWSKA, AGNIESZKA (2008): *Fröhliche Weihnachten*. In: *Języki Obce w Szkole* 5: 124-128.
- PERLMANN-BALME, MICHAELA / SCHWALB, SUSANNE / WEERS, DÖRTE (1999): *em. Abschlusskurs. Deutsch als Fremdsprache für die Mittelstufe*. München.
- QUASTHOFF, UTA (1989): *Ethnozentrische Verarbeitung von Informationen: Zur Ambivalenz der Funktionen von Stereotypen in der interkulturellen Kommunikation*. In: MATUSCHE, PETRA (ed.): *Wie verstehen wir Fremdes?* München, 37-62.
- (1998): *Etnocentryczne przetwarzanie informacji. Ambivalencja funkcji stereotypów w komunikacji międzykulturowej*. [Ethnozentrische Verarbeitung von Informationen. Zur Ambivalenz der Funktionen von Stereotypen in der interkulturellen Kommunikation]. In: *Język a kultura* 12:11-30.
- SCHAFF, ADAM (1980): *Stereotypen und das menschliche Handeln*. Wien.
- (1981): *Stereotyp a działanie ludzkie*. [Stereotype und das menschliche Handeln]. Warszawa.

Stereotype aus linguistischer und didaktischer Sicht

SIELATYCKI, MIROSLAW (2001): *Mniejszości narodowe i etniczne w Polsce – jak o nich uczyć?* [Nationale und ethnische Minderheiten in Polen im Schulunterricht]. In: *Języki Obce w Szkole* 6:17-21.

SJP (1998) = SZKILADZ, HIPOLIT et al.

STORCH, GÜNTHER (1999): *Deutsch als Fremdsprache. Eine Didaktik*. München.

SZKILADZ, HIPOLIT et al. (1998): *Słownik języka polskiego*. [Wörterbuch der polnischen Sprache]. Warszawa.

SZWAJGIER, HALINA (2008): *Sprechen wir über unsere Nachbarn*. In: *Języki Obce w Szkole* 5:121-124.

TOKARSKI, RYSZARD (1998): *Biała brzoza, czarna ziemia, czyli o miejscu stereotypu w opisie języka*. [Weiße Birke, schwarze Erde. Zum Platz des Stereotyps in der Sprachbeschreibung]. In: *Język a kultura* 12:124-134.

VOLKMANN, LAURENZ (2002): *Aspekte und Dimensionen interkultureller Kompetenz*. In: STIERSTORFER, KLAUS / GEHRING, WOLFGANG / VOLKMANN, LAURENZ (eds.): *Interkulturelle Kompetenz. Theorie und Praxis des fremdsprachlichen Unterrichts*. Tübingen, 11-48.

VORDERWÜLBECKE, ANNE (1997): *Stufen International 3. Deutsch als Fremdsprache für Jugendliche und Erwachsene. Lehr- und Arbeitsbuch*. Stuttgart.