

{deutsch} und {dänisch} im Stereotyp Stereotypenwelten und ihre sprachlich-kulturellen Konstituierungsformen

Zur Einführung

Erla Hallsteinsdóttir (Odense) und Jörg Kilian (Kiel)

In unserem Projekt *Nationale Stereotype und Marketingstrategien in der interkulturellen deutsch-dänischen Kommunikation (SMiK)* gingen wir der Frage nach, welche durch Sprache und Kultur vorgegebenen Denk- und Handlungsmuster die interkulturelle Kommunikation begleiten und möglicherweise (positiv wie negativ) beeinflussen. Das übergeordnete Projektziel dabei war, die aktuellen deutsch-dänischen Stereotype zu erfassen, zu beschreiben und für den Fremdsprachenunterricht und die deutsch-dänische Kommunikation in der Praxis nutzbar zu machen. Eine erklärte Voraussetzung für das Erreichen dieses Ziels war, dass wir im Projekt den ganzen Weg von der Erhebung aktueller empirischer Daten und ihrer Auswertung und Beschreibung bis hin zur Umsetzung der Erkenntnisse einerseits in Unterrichtsmaterialien und andererseits in ausgewählten Beispielen („best practice“) in Ratgebern für die deutsch-dänische Kommunikation gehen würden. Die Durchführung des Projekts sowie seine zentralen Ergebnisse sind auf der Projekthomepage dokumentiert (www.stereotypenprojekt.eu).

Das Projekt wurde unter unserer Leitung als ein Kooperationsprojekt zwischen dem Institut für Sprache und Kommunikation an der Süddänischen Universität Odense und dem Germanistischen Seminar der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel durchgeführt und von 2012 bis 2015 vom Programm INTERREG 4A Syddanmark-Schleswig-K.E.R.N. mit Mitteln des Europäischen Fonds für regionale Entwicklung sowie von den beiden Universitäten gefördert.

Zur Präsentation, Diskussion und Einordnung der Projektergebnisse im wissenschaftlichen Kontext fand vom 25.–27. Februar 2015 die Abschlusskonferenz des Projekts an der Süddänischen Universität in Odense statt.¹ Die inhaltlichen Schwerpunkte der Konferenz bildeten Ansätze, Methoden und Ergebnisse der aktuellen interdisziplinären Erforschung von Stereotypen, interkultureller Kommunikation sowie Deutsch und Dänisch als Fremdsprachen. Darüber hinaus sollten aber auch aktuelle linguistisch, sprachdidaktisch und in einem weiteren Sinne sozio-kulturell orientierte Forschungsarbeiten, die sich mit den Fragestellungen des SMiK-Projekts berühren, eine Plattform erhalten. Einen Teil der Vorträge der Abschlusskonferenz legen wir in diesem *Linguistik online*-Heft vor. Neben Beiträgen zu Stereotypen im engeren Sinne, die sich mit Theorien und Methoden der Stereotypenforschung sowie der sprachlichen und sozio-kulturellen Manifestation von Stereotypen auseinandersetzen, dokumentiert das Heft die vielfältigen gesellschaftlichen und linguistischen Forschungsansätze und Themen, die die für die Erforschung und Einordnung von Stereotypen und ihrer Wirkung

¹ Ein ausführlicher Konferenzbericht ist auf der Projekthomepage zu finden: www.stereotypenprojekt.eu/konferenz-konference-2015/ [03.04.2016].

grundlegenden historischen, kulturellen und gesellschaftlichen Voraussetzungen und Bedingungen aufdecken und beschreiben.

Stereotype werden, wie die theoretisch-methodischen Ansätze in den Beiträgen in diesem Heft zeigen, mittels unterschiedlicher Methoden und Verfahren ermittelt. Zu den etabliertesten Methoden insbesondere der soziologisch und psychologisch orientierten Stereotypenforschung gehört die Erhebung von Stereotypen mittels Eigenschaftenslisten, aber auch Text- und Medienanalysen sowie Interviewbefragungen gehören zur etablierten Methodik der Erhebung von Stereotypen:

- In ihrem Beitrag „Wie kommen wir an die Bilder in unseren Köpfen? Zur Methodologie einer interkulturell anwendbaren Stereotypenerhebung“ beschreiben Stefan Ossenberg und Ruprecht S. Baur die Voraussetzungen und Methoden ihrer Erhebungen von nationalen Stereotypen mittels Merkmallisten-Verfahren.
- Mit einer linguistischen Analyse zeigt Anke Heier in ihrem Beitrag „Blasse Mädchen‘ im *Spiegel* – Zur Berichterstattung über Politikerinnen im Wahlkampfjahr 2013 am Beispiel von Medientexten über Katja Kipping“, wie das Vorkommen von Stereotypen im Sprachgebrauch erfasst und beschrieben werden kann.
- Mit Stereotypen über Sprachen beschäftigt sich Marion Flach in ihrem Beitrag „Die mehrsprachige Universität und ihre Stereotype. Einblicke in das Forschungsprojekt VAMUS“. Anhand von Interviewdaten untersucht sie die sprachliche Manifestation von Stereotypen über Mehrsprachigkeit und Einstellungen zum mehrsprachigen Handeln im universitären Kontext.
- Katja Gorbahn analysiert sowohl Zeitschriften als auch Filme in ihrem Beitrag „Zwischen Abgrenzung und Faszination – Das nationalsozialistische Deutschland in populärkulturellen dänischen Darstellungen des Zweiten Weltkriegs“. Sie erweitert die Stereotypenerfassung um picturale und multicodele Aspekte und zeigt, wie diese sowie der historische Kontext die Konstituierung von Stereotypen beeinflussen können.

Dass der historische und kulturelle Kontext sowie gesellschaftliche Ereignisse und soziokulturelle Entwicklungen eine wichtige Rolle bei der Einordnung und Beschreibung von (nationalen) Stereotypen spielen, ist unumstritten:

- Aus einer kulturhistorischen Perspektive zeigt Auður Hauksdóttir im Beitrag „The Role of the Danish Language in Iceland“ am Beispiel der dänischen Sprache in Island, wie der kulturhistorische Hintergrund als Erklärung für die Entstehung und Tradierung von stereotypen Vorstellungen herangezogen werden kann.
- Einen Ausgangspunkt in der Beschreibung des kulturhistorischen Hintergrunds hat ebenfalls der Beitrag von Sandra J. Langer, „Ein Land, nur Opfer? Zu Gruppenstereotypen in der Auseinandersetzung um die lettische Sprachenpolitik am Beispiel des Sprachreferendums vom 2012“, in dem sie am Beispiel der russischen Sprache und Bevölkerung in Lettland darlegt, wie nationale Stereotype wie *der böse Russe* durch den historischen Kontext erklärt werden können.
- Der Einfluss von gesellschaftlichen bzw. sprachpolitischen Werten und (stereotypen) Einstellungen über Sprache auf das Lernen der dänischen Sprache im Kontext der dänischen Minderheit in Deutschland ist Gegenstand des Beitrags von Daniel Frebel und Rune Reyhe, „Mehrsprachigkeit. Defizit oder Potenzial? Nationalideologische

Hindernisse im Sprachlernumfeld der dänischen Minderheit in Südschleswig“.

Die Nutzarmachung von Ergebnissen aus der Stereotypenforschung im Fremdsprachenerwerb erfordert zusätzlich zum sozio-kulturellen Wissen einen Einblick in die Prozesse und Entwicklungen des muttersprachlichen und fremdsprachlichen Spracherwerbs und ihre Aufarbeitung in der sprachdidaktischen Forschung, wie sie z. B. in folgenden Beiträgen gewährt werden:

- Andreas Lutter betrachtet in seinem Beitrag „Jenseits von Assimilation und Multikultur? Herausforderungen migrationspolitischer Bildung in Deutschland“ die Entstehung und Entwicklung stereotypisierender Kategorisierungen, ihrer Versprachlichung und Deutung aus der Perspektive der politischen Bildung.
- Der Beitrag von Helga Andresen, „Sprachbewusstheit – Sprachreflexion – Sprachkritik – Sprachpraxis – Sprachspiel: Didaktische Perspektiven auf die Auseinandersetzung von Kindern mit tradierten sprachlichen Formen“ befasst sich mit muttersprachlichen Verstehensvoraussetzungen in der Sprachverarbeitung von Kindern und wie sich diese in ihrem Umgang mit (stereotypisierender) Sprache in Witzen widerspiegeln.
- Um Bedeutungen geht es auch im Beitrag von Jörg Roche, „Zur Rolle von Stereotypisierungen bei Assimilations- und Akkomodationsprozessen“. Der Verfasser diskutiert die Konstruktion von Bedeutung als einen Prozess der gegenseitigen Assimilation und Akkommodation von neuem und existierendem Wissen. Er stellt außerdem ein fremdsprachendidaktisches Verfahren zur Sensibilisierung von Lernern in Bezug auf Stereotype vor, in dem kulturübergreifende Aspekte der Wahrnehmung und grundlegende Konzepte der menschlichen Existenz als Ausgangspunkt dienen.
- Der didaktische Umgang mit Stereotypen wird von Gesa Singer in ihrem Beitrag „Fremdsprachendidaktik anhand von Literatur: Reflexion über Stereotype“ besprochen und anhand von Beispielen aus dem Unterricht Deutsch als Fremdsprache konkretisiert.
- Die didaktische Herausforderung, die unterschiedliche Funktionen des Duzens und Siezens auf Deutsch und Dänisch bei den formal gleichen Möglichkeiten der persönlichen Anrede durch die Pronomina Du/Du und Sie/De mit sich bringt, stellt Bjarne Ørsnes in seinem Beitrag „Forms of address as Cross-Cultural Code-Switching: The case of German and Danish in Higher Education“ dar. Er zeigt dabei auf, welche Konsequenzen unterschiedliche, kulturell bedingte Funktionen von formal vergleichbaren sprachlichen Zeichen für ihre Anwendbarkeit in der Kommunikation haben können.

Für die Nutzarmachung der Ergebnisse aus der Stereotypenforschung in der interkulturellen (Wirtschafts-)Kommunikation bilden Beschreibungen sprachlich-kulturell bedingter Denk- und Handlungsmuster und ihrer Manifestation in Texten (im weiten Sinne) eine wichtige Grundlage:

- Aase Voldgaard Larsen, Anne Grethe Julius Pedersen und Katrine Knudsen untersuchen in ihrem Beitrag „Zur Verwendung nationaler Identitätskomponenten in der Unternehmenskommunikation – ein deutsch-dänischer Vergleich“, welche Rolle sprachliche und nicht-sprachliche Zeichen, mit denen auf die eigene Nationalität referiert wird, in der Präsentation deutscher und dänischer Unternehmen auf ihren Homepages spielt.
- Julie Allen zeigt in ihrem Beitrag „Sexy Danes, Innovative Germans: The Use of Positive

Cultural Stereotypes in Nation Branding Efforts“ aktuelle Beispiele für Stereotype in deutschen und dänischen Branding-Kampagnen. Sie stellt fest, dass existierende stereotype Vorstellungen über Länder/Nationalitäten einen tief verankerten Einfluss auf ihr Image haben. Solche Stereotype können das durch Kampagnen angestrebte positivere nationale Image überlagern, wobei kulturspezifische Voraussetzungen zu ungewollten Interpretationen oder Missverständnissen führen können.

- Im Beitrag „Die heile Welt in der Werbung – Stereotype als Bestandteil von Werbestil“ beschreibt Martin Nielsen, wie Stereotype in der Werbung eingesetzt werden. Er argumentiert dafür, dass es verschiedene Werbestile gibt, die sich durch stereotype Gestaltungsattribute konstituieren, die z. B. als nationale oder produktspezifische Unterscheidungsmerkmale die Rezeption der Werbung maßgeblich beeinflussen.

Die weiteren Beiträge dieses Hefts, die die Arbeit im SMiK-Projekt dokumentieren,² zeichnen die Wege nach, die wir³ auf unserer dreijährigen Reise durch die deutsch-dänischen Stereotypenwelten zurückgelegt haben. Sie beschreiben dabei die Stationen und Ziele, die wir bei der Aufdeckung der aktuellen deutsch-dänischen Stereotype und ihrer Nutzbarmachung in der interkulturellen Kommunikation und im Fremdsprachenunterricht angestrebt und erreicht haben. Die wissenschaftliche Herangehensweise an nationale Stereotype zeichnet sich durch eine bewusst gewählte Vielfalt der linguistischen Ansätze und Methoden in der Erhebung empirischer Daten und ihrer Auswertung und Beschreibung aus. Entsprechend vielfältig sind die hier veröffentlichten Beiträge, die Ergebnisse aus den Interviews, Fragebogenerhebungen und Text- und Korpusanalysen aus dem Projekt sowie Beschreibungen der Umsetzungen dieser Ergebnisse in Ratgebern und Unterrichtsmaterialien enthalten. Bei dieser Vielfalt ist es uns jedoch ebenfalls wichtig, die starke linguistische Verankerung der Forschung im SMiK-Projekt hervorzuheben.

Nationale Stereotype gehören nicht zu den prominentesten Gegenständen der linguistischen Forschung; insgesamt ist das Forschungsfeld sogar eher zurückhaltend bestellt. Dies ist wohl nicht zuletzt darauf zurückzuführen, dass die Linguistik bei der Erforschung sprachlich gebundener Stereotype ihren engeren Forschungsgegenstand – das Sprachsystem, die Sprachnorm, die Sprachkompetenz, den Sprachgebrauch auf unterschiedlichen Sprachbeschreibungsebenen – verlassen und sich (auch, wie die Beiträge in diesem Heft belegen, im Verbund mit anderen Wissenschaftsdisziplinen) auf ein in mehrfacher Hinsicht heikles Forschungsfeld begeben muss. Denn sprachlich gebundene nationale Stereotype sind – wie Stereotype grundsätzlich – nicht unmittelbar beobachtbar, sondern müssen mit heuristisch-hermeneutischer Sorgfalt linguistisch ermittelt und belegt werden.

Bei der Erfassung und Beschreibung von Stereotypen gibt es zahlreiche Entscheidungen zu treffen, wie z. B. die nach einer zeitlichen Eingrenzung. Im SMiK-Projekt haben wir uns auf aktuelle Stereotype konzentriert und zu deren Ermittlung Ereigniszeitpunkte festgelegt: beginnend mit dem Ereignis der Volksabstimmung über die Einführung des Euro in Dänemark im Jahr 2000, über (u. a.) das Ereignis der Mohammed-Karikaturen im Jahr 2005 und das

² Cf. auch die unter www.stereotypenprojekt.eu/projektresultate-r-1/smik-publikationer-n/ angeführten Publikationen und Materialien [03.04.2016].

³ „Wir“ sind ein Projektteam, zu dem in der Projektlaufzeit insgesamt 29 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, sowohl Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler als auch studentische Hilfskräfte, gehört haben: www.stereotypenprojekt.eu/über-das-projekt/das-projektteam/ [03.04.2016].

Ereignis der Vertragsunterzeichnung der Fehmarnbelt-Verbindung im Jahr 2008 bis zum Ereignis der dänischen Ratspräsidentenschaft in der EU im Jahr 2012. Die Festlegung ereignisgeschichtlicher Grunddaten hat in der linguistischen Erforschung sprachlich gebundener nationaler Stereotype den heuristischen Zweck, für die korpuslinguistischen Zugriffe dort synchronische Schnitte in das Kontinuum des Sprachgebrauchs setzen zu können, wo das Morphem, das eine Nation bezeichnet, in besonderer Dichte in den elektronisch verfügbaren Korpora vermutet werden kann.

Als wesentliches heuristisches Instrument der Textanalysen sowie als Stimulus der Befragungen dienten die Morpheme {dän} und {deutsch} sowie {dansk} und {tysk}. Ziel der Textanalysen und Befragungen war es, nationale Auto-, Hetero- und Spiegelstereotype über Deutsche und Deutschland bzw. über Dänen / Däninnen und Dänemark zu rekonstruieren, die in den lexikalisch-semantischen Systemen der Einzelsprachen Dänisch und Deutsch assoziativ mit lexikalischen Formen verknüpft sind (Sprachsystem/Sprachnorm), als sprachlich gebundenes Wissen kognitiv im mentalen Lexikon repräsentiert sind (Sprachkompetenz) und das sprachlich-kommunikative Handeln beeinflussen können (Sprachgebrauch). Da von den Daten der Textanalysen und Befragungen indes nicht direkt auf Stereotype als Denk- und Handlungsmuster geschlossen werden darf, ist die Erarbeitung einer intersubjektiv überprüfbarer linguistisch fundierten Lösung des Problems, dass letztlich auch die höchste Anzahl an Morphem-Tokens noch nicht die Frage beantwortet, welche von ihnen nun Stereotype zum Ausdruck bringen und welche nicht, die größte Herausforderung der linguistischen Stereotypenforschung.

Im Beitrag von Annika Hofmann und Erla Hallsteinsdóttir wird dargelegt, wie innerhalb des SMiK-Projekts diese Herausforderung angenommen und zu lösen versucht wurde. Dieser Beitrag überdacht gleichsam die anderen SMiK-Beiträge:

- Im Beitrag „Man muss sich darauf einlassen, auf die dänische Mentalität – Funktionale Angemessenheit in der deutsch-dänischen interkulturellen Kommunikation“ beschreiben Katarina Le Müller und Erla Hallsteinsdóttir die theoretisch-methodischen Grundlagen, die sie bei der Auswertung von Interviewdaten zur deutsch-dänischen Kommunikation eingesetzt haben, und wie sie die Ergebnisse in Ratgebern für die Wirtschaftskommunikation⁴ umgesetzt haben.
- Im SMiK-Projekt wurden mehrere Fragebogenerhebungen durchgeführt und Sonja Vandermeeren präsentiert ausgewählte Resultate aus einer Befragung von deutschen und dänischen Firmen mit Kontakt zum jeweils anderen Land in ihrem Beitrag „Dänisch oder Deutsch? Die Ergebnisse einer Fragebogenaktion unter norddeutschen und dänischen Manager_innen zum Sprachgebrauch und -bedarf ihrer Unternehmen“.
- Im Beitrag von Annika Hofmann und Erla Hallsteinsdóttir, „Deutsch-dänische Stereotypenwelten im SMiK-Projekt“, werden die Ergebnisse einer groß angelegten Online-Fragebogenerhebung zu „Typisch deutsch – typisch dänisch“ präsentiert. Weiterhin zeigen die Autorinnen, wie die sprachliche Realisierung von Stereotypen in den Textwelten dänischer und deutscher Korpora untersucht wurden.
- Die Methodik der Korpusanalysen wird im Beitrag „Stereotype in Webkorpora:

⁴Die Ratgeber sind online verfügbar unter www.stereotypenprojekt.eu/projektresultate-r-1/interkulturelle-kommunikation-interkulturel-kommunikation/ [03.04.2016].

Strategien zur Suche in sehr großen Datenmengen“ von Uwe Quasthoff und Erla Hallsteinsdóttir erklärt und im Hinblick auf zentrale Herausforderungen bei der Erfassung von sprachlichen Stereotypen diskutiert.

- Die didaktische Umsetzung der Forschungsergebnisse in den im Projekt ausgearbeiteten Unterrichtsmaterialien⁵ wird im Beitrag von Philipp Baunsgaard Koll und Tobias Heinz, „Didaktisch-methodische Perspektiven auf nationale Stereotype: Facetten einer unterrichtspraktischen Konkretisierung“, dargestellt.
- Der Beitrag von Jörg Kilian „Der Däne_[NGr Nom] ist_[Vfin] gemütlich_[ADJGr]. Nationale Stereotype aus dem SMiK-Projekt und Kritische Grammatik im Deutschunterricht“ enthält eine vertiefende sprachdidaktische Diskussion zum Umgang mit Stereotypen im Sprachunterricht.

Wir danken der Herausgeberin von *Linguistik online*, Elke Hentschel, für die Aufnahme der Beiträge in ein *LO*-Sonderheft; allen Trägerinnen und Trägern für die pünktliche Lieferung und Redaktion der Texte; allen Peer Reviewerinnen und Peer-Reviewern für die konstruktiv-kritischen Gutachten; Philipp Baunsgaard Koll für die Korrektur der englischsprachigen Abstracts und ganz besonders Paul Benz, M. Ed., Janine Fischer, Corinne Imboden, Natalia Volvach, Noomi Büschlen, Andrin Büchler und Samet Öztürk für die sorgfältige Erstellung der Publikationsvorlage.

⁵ Die Unterrichtsmaterialien sind online verfügbar unter www.stereotypenprojekt.eu/projektresultate-r-1/smik-unterrichtsmaterialien-zu-stereotypen-smik-undervisningsmaterialer-om-stereotyper/ [03.04.2016].