

Stereotype Berichterstattung über ethnische Gruppen in deutschen Tageszeitungen

Eine Studie von

Elisabeth Addicks, Alina Beck,
Anja Reith, Alina Sauer,
Christian Schaft, Christiane Scharf

 FREMDWORT

**FRIEDRICH
EBERT** 
STIFTUNG
LANDESBÜRO
THÜRINGEN



Elisabeth Addicks, Alina Beck,
Anja Reith, Alina Sauer,
Christian Schaft, Christiane Scharf

**Stereotype Berichterstattung
über ethnische Gruppen
in deutschen Tageszeitungen**

Herausgegeben von der
Friedrich-Ebert-Stiftung Thüringen

Inhalt

Vorwort der Friedrich-Ebert-Stiftung	5
Vorwort des Projektbetreuers	7
1 Einleitung	10
2 Forschungsstand	12
3 Untersuchungsziel und Forschungsfrage	13
4 Theoretische Basis	14
4.1 Sprachliches Stereotyp	14
4.2 Ethnische Gruppen	15
4.3 Intentionalität.....	15
4.4 Kommunikationswissenschaftliche Konzepte.....	16
5 Methodisches Vorgehen	17
5.1 Inhaltsanalyse	17
5.2 Leitfadeninterviews	18
6 Ergebnisse der quantitativen Auswertung der Inhaltsanalyse	19
7 Qualitative Auswertung der stereotypen Beschreibungen	22
7.1 Einordnung erhobener Stereotype	22
7.2 Religionsstereotype	22
7.3 Gruppenstereotype.....	23
7.4 Nationenstereotype	25
7.5 Zusammenfassung	28

Herausgegeben von der Friedrich-Ebert-Stiftung Thüringen
2012

Alle Rechte liegen bei den Autor/innen

Satz und Umschlaggestaltung:
Alexander Kott

Umschlagbild:
Gabi Schoenemann / pixelio.de

ISBN 978-3-86498-404-4

8 Qualitative Auswertung der Interviews	30
8.1 Zeitungsprofile: Rahmenbedingungen des journalistischen Arbeitens	30
8.2 Berichterstattung über Ausländer und Migranten	31
8.3 Sprachregelungen bei Ausländerthemen	32
8.4 Stereotype im Text und die Frage nach den <i>Döner-Morden</i>	34
9 Intentionalität und Nicht-Intentionalität bei der Verwendung von Stereotypen	37
10 Fazit und Schlussfolgerung	40
Nachwort	43
Quellenverzeichnis	44

Vorwort der Friedrich-Ebert-Stiftung

„Wären Sie gern ein Döner?“ – diese Frage prangte auf einem Flyer, mit der sich die Projektgruppe FremdWort erstmals bei der Friedrich-Ebert-Stiftung meldete. Die Studierenden nahmen damit den Skandal auf, dass die Morde an Kleinunternehmern mit Migrationshintergrund von einigen Medien vorschnell als „Döner-Morde“ bezeichnet wurden. Doch diese Mordserie wurde von der eingerichteten Sonderkommission „Bosporus“ nie aufgeklärt. Heute wissen wir, dass die Morde an neun türkisch- bzw. griechischstämmigen Männern und einer Polizistin von der rechtsextremen Terrorgruppe NSU begangen worden sind. Die – falsche – Blickrichtung war mit der stereotypen Benennung der Morde durch Polizei und Medien bereits vorgegeben.

Dies ist nur ein Beispiel dafür, wie wichtig Sprache für gesellschaftliche Ein- und Ausgrenzungsprozesse ist. Denn hinter Worten verbirgt sich mehr als ihre rein wörtliche Bedeutung. Sie prägt das Denken und geben – wie im Fall der nicht aufgeklärten NSU-Morde – eine Richtung vor. Entsprechend ist es alles andere als egal, wie über Gruppen in unserer Gesellschaft geschrieben und geredet wird. Die dabei verwendete Sprache ist vielmehr von entscheidender Bedeutung für ihre Integration oder Diskriminierung.

Fragt man nach der Macht der Sprache für politische und gesellschaftliche Prozesse, muss man die Rolle der Medien bedenken. Denn Medien kommt aufgrund ihrer sprachlichen Vermittlung von Informationen und Nachrichten eine Schlüsselrolle bei der Prägung von Begriffen und Alltagssprache zu. Allerdings macht man sich über diese Macht der Sprache bei der alltäglichen Zeitungslektüre oder beim Nachrichtenhören nur selten Gedanken. So kann es schnell passieren, dass man griffigen und bildhaften, aber diskriminierenden Formulierungen nicht nur in Zeitungen und im Fernsehen begegnet, sondern sie ohne viel Nachdenken in den eigenen Sprachgebrauch übernimmt.

Die Studiengruppe FremdWort der Universität Erfurt hat in einem Forschungsprojekt untersucht, wie nach Bekannt-werden der NSU-Mordserie in vier regionalen Zeitungen aus

Thüringen und Hessen mit Sprache umgegangen wurde. Es wurde die Berichterstattung über die rechtsextreme Terrorgruppe, ihre Verbrechen und deren Opfer aber auch in der sonstigen Berichterstattung analysiert, wie man bestimmte Personen oder Gruppen sprachlich bezeichnet hat.

Ein Verdienst der nun vorliegenden Publikation „Fremdwort – Stereotype und Medien“ ist es, sowohl dem Fachpublikum aus Kommunikationswissenschaft und Journalismus als auch der interessierten Öffentlichkeit einen prägnanten Überblick über die Entstehung und den Einsatz stereotyper Formulierungen in deutschen Regionalzeitungen zu geben. Damit arbeiten die Studierenden die sprachlichen Mechanismen gesellschaftlicher Ein- oder Ausgrenzung heraus. Die Untersuchungsergebnisse bilden abschließend die Grundlage für Handlungsempfehlungen an Medienmacher, -nutzer und -politiker. Einer breiteren Öffentlichkeit sind die Forschungsergebnisse während einer öffentlichen Veranstaltung im Juli 2012 in Erfurt vorgestellt worden.

Entstanden ist das vorliegende Buch aus der Abschlussarbeit der sechsköpfigen Studiengruppe des Fachbereichs Kommunikationswissenschaften an der Universität Erfurt. Neben dem Thüringer Landesbüro der Friedrich-Ebert-Stiftung haben die Amadeu Antonio Stiftung, der Flüchtlingsrat Thüringen und der Deutsche Journalisten-Verband (Landesverband Thüringen) als Projektpartner das Gelingen der Untersuchung und die Entstehung dieses Buches ermöglicht. Allen Partnern danken wir dafür sehr herzlich für ihr Engagement in diesem Projekt. Gemeinsam mit den Autor/innen und den Kooperationspartnern hoffen wir, dass diese Publikation zur vertieften Beschäftigung mit sprachlicher Diskriminierung einerseits und Möglichkeiten einer sprachlichen Integration beiträgt.

Dietmar Molthagen und Jan Müller
Friedrich-Ebert-Stiftung, Landesbüro Thüringen
Erfurt, Oktober 2012

Vorwort des Projektbetreuers

Mit den Worten: „Schön, dass wir darüber geredet haben“, lassen sich Podiumsveranstaltungen oftmals zusammenfassen. Wie stereotype Bezeichnungen in Lokalzeitungen hineinkommen und welchen Platz, welche Funktion sie dort einnehmen, haben sechs Studierende der Kommunikationswissenschaft der Universität Erfurt in ihrer gemeinsam verfassten Bachelor-Arbeit untersucht.

Natürlich ist es ein Allgemeinplatz, „Journalisten auf ihre Aufgabe und große gesellschaftliche Verantwortung als Medienschaffende aufmerksam zu machen“ (Fremdwort 2012: 140). Diese Forderung wird häufig wiederholt, wenn ein Unwort des Jahres (*Döner-Morde*) gekürt oder Beschwerden vor den Presserat geführt werden. Wenn das Gewissen der Medien, der Medienschaffenden und der Journalist/innen angesprochen ist, hallen diese Wiederholungen nach, dann wird an die Ethik der Informationsübermittlung erinnert.

Die sprachlichen Stereotype und deren Verwendung in Medien zu kritisieren, fordert journalistische Abwehrreflexe heraus. Eine solche Polemik verkenne, so bewertete es zumindest die *Thüringer Allgemeine*, „dass Medien nicht nur Meinung bilden, sie bilden vor allem Wirklichkeit ab und können auf eine solche Abbildung nicht verzichten im Interesse einer vermeintlichen Political Correctness“¹. Sich auf ein „Zuviel“ an Political Correctness zu beziehen, ist in dieser Hinsicht ein Abwehrmechanismus, der zu einer journalistischen Selbstrechtfertigung passt. Dieser Punkt kommt in dem Augenblick ins Spiel, wenn ein (wissenschaftliches) Nachdenken über den Gehalt von Begriff und Bezeichnung ein (praxisbezogenes) Nachdenken über die Kultur des „täglichen Blatt-Machens“ aufdrängt.

Es geht in dieser Broschüre um die Sensibilisierung für die sprachlichen Untiefen des journalistischen Tagesgeschäfts und darum, welche Handlungs- und Veränderungsmög-

¹ Goldberg, H. (2012): *Debatte über Verantwortung der Medien und ihrer Journalisten*; letzter Zugriff am 13.07.2012 von <http://www.thueringer-allgemeine.de/web/zgt/suche/detail/-/specific/Debatte-ueber-Verantwortung-der-Medien-und-ihrer-Journalisten-630084619>.

lichkeiten aus einer solchen tiefergehenden Betrachtung junger Wissenschaftler/innen gewonnen werden können. Über „gleichsam überschießende Sensibilitäten“ geht es in diesem Kontext nur dort, wo der Abstand zwischen dem, was Journalist/innen in einem Interview sagen und dem, was die Lese-Wirklichkeit eines Blatts ausmacht, unüberbrückbar wird.

Sicherlich ist es zu einfach, die Verantwortung für solche sprachlichen Fehlentwicklungen ausschließlich Journalist/innen in die Schuhe zu schieben. Denn eigentlich müsste die Frage gestellt werden, wie wir selbst – als Nutzer/innen, Käufer/innen, Verwender/innen – die Art und Weise untereinander aushandeln, wie über bestimmte Themen zu sprechen ist.

In der *FremdWort*-Studie ist von Belang, wie die gewohnten Bezeichnungen und die wiederkehrenden Rahmungen von „uns“ und „den Anderen“ als gültig anerkannt werden. Man muss sich klar machen, dass der Weg von einer überstrapazierten, abgenutzten Bezeichnung und Redensart – dem *Allgemeinplatz* – zu einem auf Dauer gestellten *Stereotyp* über eine Personengruppe häufig schneller zurückgelegt ist, als man dies anfangs vermuten wollte.

Wer aus den Fenstern des Elfenbeinturms Wissenschaft blickt, dem bietet sich die Vogelperspektive. Die Frage nach dem Verhältnis von Stereotypen, Journalisten und Medien verlangt geradezu nach einer solchen. Das ist eine Chance, die oftmals ungenutzt verstreicht. Für Praktiker/innen sind das nur Spielereien, da unter dem Zeitdruck der täglichen Arbeit sowieso kein ausreichender Platz für eine dauerhafte Auseinandersetzung ist. Von den Ergebnissen von Studien wie der hier zusammengefassten Arbeit müssen sich die Praktiker/innen in den Redaktionsstuben zunächst absetzen, damit die Einordnung der Ergebnisse in den täglichen Arbeitsablauf in einem zweiten Schritt erfolgen kann. Im Lokalteil wird „Normalität“ erzeugt. Dort erzielt die Setzung von Themen konkrete Effekte auf die Art und Weise, wie von der „Community“ gesprochen wird. Genau diesen Transfer von Anregungen will die Forschergruppe *FremdWort* auslösen und die Wichtigkeit der praktischen Dimensionen des „Zeitung-Machens“ im Kleinen, im Lokalen vor Augen führen.

Sprachmuster- und -bilder verändern sich, aktualisieren stereotype Darstellungsformen. Neue Zuschreibungen und Stereotype – wie es der Begriff der sogenannten *Döner-Morde* zeigt – entstehen. Sie ergänzen und ersetzen die bis zu diesem Zeitpunkt gängigen Bezeichnungen (FremdWort 2012: 5). So wie etwas genannt wird, tritt es auch in Erscheinung. Das sprachliche Konstrukt erzeugt den wirklichen Gegenstand. Wenn diejenigen, die für Zeitungen schreiben und im Fernsehen oder im Radio sprechen, sich über *Döner-Morde* aufregen, warum ist es dann wenige Monate später möglich, die *Salafi*, also die Anhänger der *Salafiyya*, einer religiösen Bewegung, die sich auf die frommen Altvorderen bezieht, *Salafisten* zu nennen. Wie klingt das Wort *Salafist* in Ihren Ohren? Im Begriff *Salafist* verschmilzt die Gefährlichkeit von Terroristen sprachlich mit konfessionellem Fundamen-

talismus nichtchristlicher Prägung. Ein solcher *Sala-Faschist* ist quasi gleichzusetzen mit einem (Rechts-)Radikalen mit Rauschbart. Das Wort zeigt auf Personen – deutsche Männer zwischen 20 und 30 Jahren – die sich in ein Gewand, eine *Gelabia* hüllen und den Koran auf Marktplätzen verteilen. Die Reflexionsphase der medialen Klasse erscheint demnach recht kurz und das Vergessen von sprachlichen „Do-Nots“ gelingt dabei erstaunlich zügig.

Die Öffentlichkeit des Lokaljournalismus ist – und das gilt es an dieser Stelle nachdrücklich festzuhalten – etwas grundsätzlich anderes als die Öffentlichkeit, die in der überregionalen Berichterstattung erzeugt wird und zur Geltung kommt. Diese Studie geht den Weg bis in die Lokalteile des *Wiesbadener Tagblattes*, der *Oberhessischen Zeitung*, des *Freien Wortes* und der *Thüringer Allgemeinen*. Sie geht dorthin, wo es „weh tut“, wo die Vogelperspektive des Elfenbeinturms an der Wirklichkeit des „Zeitung-Machens“ getestet wird, wo die Abgrenzungen zwischen Mantelredaktion und den Lokaljournalist/innen selbst innerhalb einer Zeitung wie unüberwindbare Barrieren wirken.

Das Lokale ist die „Öffentlichkeit 1“. Das ist deshalb der Fall, weil dort „Heimat“, „Gemeinschaft“, „soziale Interaktion“, „Integration“ und „Exklusion“ erzeugt wird; „Gesellschaft“ gemacht wird. Dort trifft die Journalistin/der Journalist die Menschen, über die sie/er berichtet und wieder schreiben wird. Sie sind die Türsteher/innen im Diskursraum des Lokalen, Gatekeeper an der Basis. Die zweite Öffentlichkeit ist diejenige der Hauptstadt-, Parlaments- und Auslandskorrespondenten, die die landes- und bundespolitischen und globalen Themen setzen. Es ist die Sphäre der Nachrichtenagenturen und der Leitmedien. Es sind die Gegenstände, die Kommunikations- und Zeitungswissenschaften gerne untersuchen, weil es „dort um etwas geht“.

FremdWort dagegen macht diese „Öffentlichkeit 1“ zum Gegenstand. Die Studierenden testen die Präsenz von Sprache und die Beharrungskräfte symbolhafter Prägungen. Diesehaften Stereotypen an, werden aber im Lokalen oftmals gar nicht vollständig entschlüsselt. Der Lokaljournalismus hat viel zu lange zu wenig Aufmerksamkeit erfahren. In dem medialen Hintergrundrauschen verwischen für die Leser/innen die Konturen von Unterscheidungen. Dort muss eine Sensibilisierung für die tägliche Sprache der Lokalzeitung ansetzen. In den Lokalteilen unserer Zeitungen muss das „Sprechen-Mit“ ethnischen Gruppen schrittweise das „Sprechen-Über“ ersetzen. Die gute Absicht und das edle Motiv reichen dabei einfach nicht aus. Es ist an der Zeit, das zu ändern. Die hier vorgestellte Zusammenfassung will einen ersten Beitrag zu einer noch zu führenden Debatte leisten.

Dr. Heiner Stahl

1 Einleitung

Nach der Aufklärung der Morde an neun Kleinunternehmern, die aus Fremdenhass begangen worden waren, etablierte sich innerhalb kürzester Zeit die Bezeichnung *Döner-Morde*. Dabei wurde jedoch außer Acht gelassen, dass nur zwei der Mordopfer tatsächlich Dönerläden betrieben hatten und die Morde nicht an Dönern, sondern an Menschen verübt worden waren. Zwei Wochen lang hielt sich der Begriff in den Medien, bis SPIEGEL-Autor Stefan Kuzmany am 16.11.2011 kritisch reflektierte: „Ausländerfeindlichkeit und Rassismus sitzen tief in der deutschen Gesellschaft. Das zeigt nicht zuletzt der unselige Begriff von den ‚Döner-Morden‘. [...] Die Opfer werden allesamt zum ‚Döner‘ gemacht, als hätten sie keine Namen, als hätten sie keine Berufe.“²

Einen alltäglichen Rassismus, der in der deutschen Bevölkerung verankert ist, bestätigt auch der aktuelle *Thüringen-Monitor* (2011: 174 f.): 56 % aller Thüringer halten Deutschland „durch die vielen Ausländer [für] in einem gefährlichen Maße überfremdet“. Dass die Ausländerquote in Thüringen 2010 jedoch nur bei 2,15 %³ liegt, scheint den wenigsten bekannt zu sein.

Aber warum gibt es diese Diskrepanz zwischen der tatsächlichen Zahl und der wahrgenommenen „Überfremdung“? Wie kommt es dazu, dass ein so kleiner Teil der Bevölkerung als „anders“, ja sogar als „gefährlich“ betrachtet wird? Eine Schlüsselrolle in dieser Hinsicht kommt den Medien zu. Die menschliche Wahrnehmung erfolgt zu etwa 80 % vermittelt. Das heißt, ein Großteil von dem, was Menschen zu wissen und zu kennen glauben, haben sie lediglich im Radio gehört, in der Zeitung gelesen oder auf dem Bildschirm gesehen. Genau aus diesem Grund tragen Medienschaffende eine große gesellschaftliche Verantwortung.

² Kuzmany, S. (2011): *Ausgrenzung durch Sprache. Deutsche und Döner*; letzter Zugriff am 22.08.2012 von <http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/ausgrenzung-durch-sprache-deutsche-und-doener-a-798209.html>.

³ Thüringer Landesamt für Statistik (2010): *Ausländische Bevölkerung in Thüringen*; letzter Zugriff am 23.08.2012 von http://www.thueringen.de/imperia/md/content/tsk/ab/ausl_nder2010_internet.pdf.

Sie haben die Macht, Meinungen und Einstellungen der Bevölkerung zu beeinflussen und müssen daher darauf achten, nicht ihre persönlichen Meinungen zu transportieren, sondern ein möglichst umfassendes Bild der Realität darzustellen, um jedem Menschen seine eigene Meinungsbildung zu ermöglichen.

Dies ist in der Praxis nur schwer umsetzbar, da oft unter großem Zeitdruck gearbeitet wird und kaum die Möglichkeit besteht, das Geschriebene ausreichend zu reflektieren. So kommt es vor, dass Begriffe wie die *Döner-Morde* ihren Weg in die Medien finden. Oder ist den Journalisten die Macht ihrer Sprache vielleicht gar nicht bewusst? Und wie äußert sich dieses Bewusstsein oder Nicht-Bewusstsein speziell in der Berichterstattung über „Fremde“? Mit diesen Fragen beschäftigt sich die vorliegende Studie, da die mediale Darstellung jener vermeintlich „Fremden“ essenziell zum Bild von ethnischen Gruppen in der deutschen Bevölkerung beitragen kann.

2 Forschungsstand

Bettina Meißner und Georg Ruhrmann untersuchten in ihrer Studie „Das Ausländerbild in den Thüringer Tageszeitungen 1995–1999“ im Jahr 2000, wie in den Lokalteilen von Thüringer Tageszeitungen über Ausländer berichtet wird. Zusammenfassend wurde festgestellt, „dass die Thüringer Tageszeitungen im Untersuchungszeitraum [...] mit ihrer Nachrichtenauswahl, Themensetzung und Präsentation ein eher negatives Bild der hier lebenden Migranten verbreiten“ (Meißner & Ruhrmann 2000: 64). Dabei wurden Ausländer vornehmlich in Kontexten wie Kriminalität oder Rassismus thematisiert und traten selten als eigenständige Akteure mit eigener Stimme auf; sie waren „meistens Objekt und nicht Subjekt der Berichterstattung“ (Meißner & Ruhrmann 2000: 64).

Hubert Rottleuthner und Matthias Mahlmann untersuchten in ihrer 2011 erschienenen Studie „Diskriminierung in Deutschland“ diskriminierendes Verhalten in der Bevölkerung und die Rolle, die Medien dabei spielen. Insgesamt stellten die Autoren fest, „dass Diskriminierungen aufgrund von zugeschriebener Rasse, der ethnischen Herkunft und Religion eine gesellschaftliche Realität sind“ (Mahlmann & Rottleuthner 2011: 469), die durch die Medien zusätzlich öffentlich dargestellt und prominent verbreitet würden.

3 Untersuchungsziel und Forschungsfrage

Konkretes Ziel vorliegender Studie ist es, in einem ersten Schritt auf ethnische Gruppen bezogene Medieninhalte auf Stereotype, also stark vereinfachte Beschreibungen zu überprüfen. Anschließend werden Journalisten mit diesen Stereotypen konfrontiert und zu ihren Meinungen und Intentionen sowie zu ihrem Verantwortungsbewusstsein befragt. Der Untersuchung wurde folgende Forschungsfrage zugrunde gelegt:

Welche sprachlichen Stereotype werden bei der Berichterstattung über ethnische Gruppen in deutschen Tageszeitungen verwendet und geschieht dies intentional oder nicht intentional?

Im Rahmen dieser Studie ist es nicht möglich, das gesamte Medienangebot Deutschlands zu analysieren, sodass eine Entscheidung für ein Medium getroffen werden musste. Die Wahl fiel auf Tageszeitungen, da nach sprachlichen Stereotypen gesucht wird, die sich am deutlichsten in geschriebenen Texten manifestieren.

4 Theoretische Basis

4.1 Sprachliches Stereotyp

Da es Gegenstand der vorliegenden Studie ist, Stereotype im Hinblick auf mögliche Formen zu untersuchen, wurde zunächst ein Stereotypisierungsmodell entworfen, dessen Endprodukt das Stereotyp bildet.

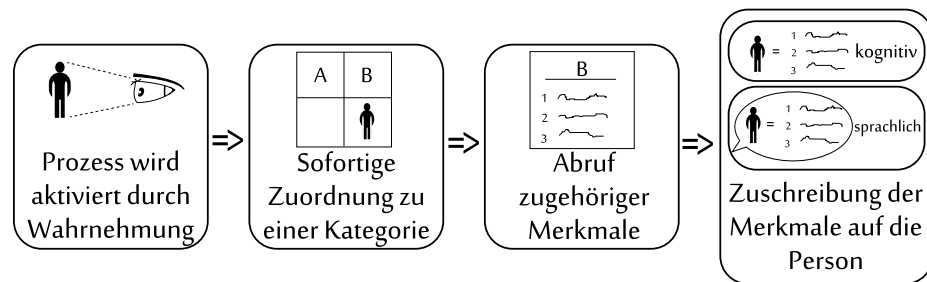


Abbildung 1: Modell der Stereotypisierung (eigene Darstellung)

Ausgelöst wird der Prozess der Stereotypisierung durch die Wahrnehmung einer Person. Das kann beispielsweise durch das Lesen eines Namens in der Zeitung geschehen. Sobald die Wahrnehmung erfolgt ist, wird in Bruchteilen von Sekunden die Person aufgrund ihres Aussehens, ihrer Beschreibung oder ihres Namens einer Kategorie zugeordnet. Im nächsten Schritt wird ein Merkmalskatalog abgerufen, der für diese Kategorie mental gespeichert wurde. Sieht man eine Person, ordnet man sie einer bestimmten Kategorie zu und ruft Eigenschaften ab. Im letzten Schritt – und dies ist das eigentliche Stereotyp – werden diese angenommenen Eigenschaften der gerade wahrgenommenen Person zugeschrieben, unabhängig davon, ob diese tatsächlich auf sie zutreffen. Diese Zuschreibung kann entweder rein kognitiv bleiben oder sprachlich ausgedrückt werden und ist somit entweder ein kognitives oder ein sprachliches Stereotyp. Der gesamte Vorgang der Stereotypisierung folgt festge-

fahrenen Mustern und auch die mental vorhandenen Personenkategorien und zugehörigen Merkmalskataloge sind fixiert und selbst durch gegenteilige Erfahrungen kaum veränderbar.

Hervorzuheben ist außerdem, dass Stereotype nicht mit Vorurteilen gleichzusetzen sind. Während Stereotype eine zwar stark vereinfachte, aber dennoch wertfreie Beschreibung sind, enthalten Vorurteile immer eine Wertung und sind stark affektiv geladen. Vorurteile entstehen jedoch häufig auf Basis von Stereotypen.

4.2 Ethnische Gruppen

Ethnische Gruppen sind „von der Mehrheitsbevölkerung differente ethnische Kollektive“, also Minderheiten (Heckmann 1992: 57). Die Zuschreibung zu einer solchen Gruppe basiert dabei auf vorausgesetzten Gemeinsamkeiten – egal, ob diese tatsächlich bestehen oder lediglich geglaubt beziehungsweise gefühlt werden. Die wichtigste Verbundenheit ist die gemeinsame Herkunft. Aber auch Übereinstimmungen in Kultur (wozu Sprache, Religion, Bräuche, Sitten etc. zählen), Geschichte und aktuellen Erfahrungen spielen eine Rolle (Hansen 1997; Heckmann 1992). Für die Zuordnung einer Person zu einer bestimmten Ethnie sind drei Ansichten zu vereinen (Hansen 1997): Erstens muss ein Individuum sich selbst zu einer Gruppe zählen (individuelle Selbstdefinition), zweitens muss dieses Individuum von den anderen Gruppenmitgliedern als Teil der Gruppe gesehen werden (kollektive Selbstdefinition) und drittens müssen Individuen, die nicht Teil der Gruppe sind, ebenso die Zugehörigkeit zu dieser erkennen (Fremddefinition). Da in vorliegender Studie der Beschreibung von Ethnizität in Zeitungsartikeln nachgegangen wird, stehen im Zentrum der Betrachtung die Fremddefinition und deren Ausdrucksformen.

4.3 Intentionalität

Intentionalität ist ein ursprünglich philosophisches Konzept, das von der Psychologie aufgegriffen wurde und in dessen weiterentwickelter Form als Basis für diese Studie dient. Die Weiterführung des philosophischen Verständnisses von Intentionalität – als ein auf ein Objekt gerichtetes, geistiges Erlebnis – besteht in der Psychologie vor allem darin, Intentionalität nicht mehr nur als geistiges Phänomen, sondern als Erklärung für menschliches Handeln zu deuten. Intentionales Handeln ist demnach zielgerichtetes Handeln, das eine geistige Vorstellung erfüllt. Wenn Journalisten eine intentionale Bewertung von bestimmten Themen vornehmen, so bedeutet dies, dass sie die Bewertung bewusst und zur Erfüllung ihrer eigenen Vorstellungen und Wünsche einsetzen.

4.4 Kommunikationswissenschaftliche Konzepte

Als instrumentelle Basis dient im Bereich der Kommunikatorforschung, speziell für die Frage nach der Intentionalität journalistischen Handelns, der News Bias-Ansatz. Dieser geht davon aus, dass Journalisten beim Verfassen ihrer Texte gezielt persönliche Absichten verfolgen, was sich im Medientext in Form einer Bewertung niederschlagen soll.

Im Bereich der Medieninhaltsforschung, die für die Identifikation von Stereotypen nötig ist, wird das Framing-Konzept zugrunde gelegt. Medienframes sollen dabei helfen, Stereotype aus Medientexten zu extrahieren, da sie laut Framing-Konzept in jedem Artikel zu finden sind. Sie bestehen aus einer Problemsicht auf ein Ereignis, einer Verantwortungszuschreibung sowie einer Handlungsanweisung und einer Bewertung des behandelten Themas. Mit dieser Bewertung wurde die Verbindung zum News Bias-Ansatz hergestellt und in einem theoretischen Modell visualisiert.

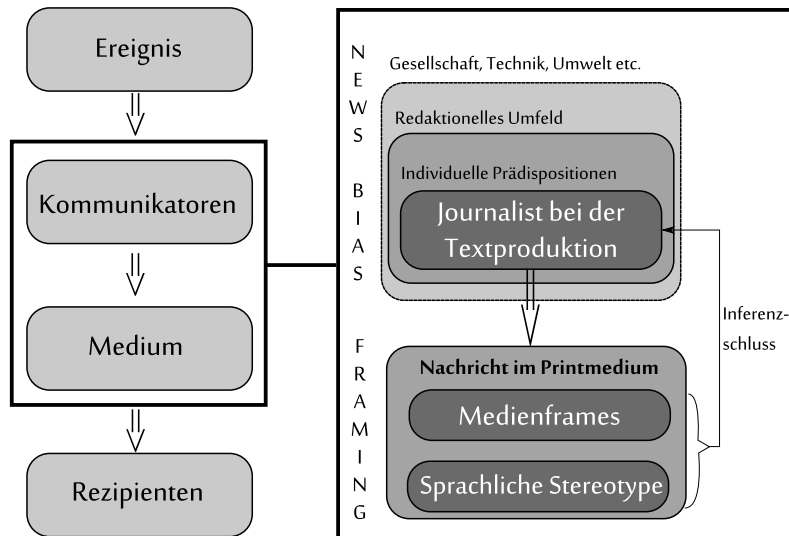


Abbildung 2: Theoriebasiertes Modell der journalistischen Nachrichtenproduktion (eigene Darstellung)

Kern der Untersuchung ist also einerseits die Beschäftigung mit dem Journalisten als Kommunikator, der, geprägt von individuellen Voreinstellungen, dem redaktionellen Umfeld und Einflüssen von außen, für die Nachrichtenproduktion verantwortlich ist. Andererseits sollen im fertigen Medienprodukt Frames und Stereotype identifiziert werden, deren Verknüpfung zum Kommunikator in der enthaltenen Bewertung gesehen wird.

5 Methodisches Vorgehen

Um beide Teilfragen der Forschungsfrage zu beantworten, sind bei der Operationalisierung unterschiedliche Zugangsweisen und Methoden der Datenerhebung erforderlich, daher wurde ein Methoden-Mix gewählt. Dieser besteht aus einer Inhaltsanalyse, durch die Stereotype aus deutschen Tageszeitungen herausgefiltert werden sollen, und einer Befragung von Journalisten, um deren Beweggründe für die Verwendung oder Nicht-Verwendung von Stereotypen zu klären.

5.1 Inhaltsanalyse

Zur Durchführung der Inhaltsanalyse wurde ein Codebuch entwickelt, dessen Kernstück ein dreiteiliges Kategoriensystem darstellt. Zunächst gibt es einen Teil, der den Artikel als Analyseeinheit abdeckt und neben formalen auch sämtliche Framing-Kategorien enthält. Der zweite Teil beschäftigt sich mit der Erhebung von auf einzelne Personen bezogenen Beschreibungen, während der dritte Teil sich Kollektiven widmet. Auswahlkriterium, sowohl für Einzelpersonen als auch für Gruppen, war die eindeutige Kennzeichnung derselben als ethnische Gruppe oder Angehörige einer ethnischen Gruppe.

Untersuchungsgegenstand sind vier regionale Tageszeitungen, je zwei aus Thüringen und zwei aus Hessen: *Freies Wort*, *Thüringer Allgemeine*, *Oberhessische Zeitung* und *Wiesbadener Tagblatt*. Analysiert wurden diese über einen Zeitraum von vier Wochen in der Zeit von September bis Dezember 2011. Insgesamt liegen der Studie somit 100 Zeitungsausgaben zugrunde.

Ausgewertet wurde ein Teil der Daten quantitativ, um Tendenzen in Umfang, Bewertung und Themenverortung von ethnischen Gruppen feststellen zu können. Die eigentlichen Stereotype wurden jedoch qualitativ extrahiert, indem die wörtlich erhobenen Beschreibungen gruppiert wurden.

5.2 Leitfadeninterviews

Das an die qualitative Auswertung angeschlossene halbstandardisierte Leitfadeninterview diente hauptsächlich dazu, den News Bias-Ansatz zu überprüfen, also zu klären, ob Journalisten in ihrer Berichterstattung intentional oder nicht intentional auf Stereotype zurückgreifen. Der Befragung von sieben hessischen und thüringischen Journalisten in der Zeit von April bis Mai 2012 wurde ein Leitfaden zugrunde gelegt, der neben Fragen zu redaktionellen Gegebenheiten und persönlichen Erfahrungen von Journalisten auch beispielhafte Stereotype aus der Inhaltsanalyse enthielt, um deren Wahrnehmung und Beurteilung durch die Journalisten zu erfragen.

6 Ergebnisse der quantitativen Auswertung der Inhaltsanalyse

Einfluss der NSU-Mordserie auf die Berichterstattung: Während der ersten Novemberwoche 2011 – kurz nach Bekanntwerden der Taten und der Entdeckung der NSU-Terrorzelle – wurden ethnische Gruppen intensiv thematisiert. Dies deutet auf einen Zusammenhang zwischen der Berichterstattung über ethnische Gruppen und dem Bekanntwerden der NSU-Terrorzelle hin.

Art der Berichterstattung: Aus der Anzahl der erhobenen Artikel mit Bezug zum Ereignis „Entdeckung NSU Terrorzelle“ lässt sich darauf schließen, dass eher ereignisorientiert und nicht kontinuierlich über ethnische Gruppen berichtet wird.

—	Oktober (10.–15.)	November (5.–12.)	November (14.–19.)	Dezember (12.–17.)	gesamt
Artikel gesamt	190	235	176	131	732
in %	26,0	32,1	24,0	17,9	100

Tabelle 1: Übersicht der Verteilung der erhobenen Artikel nach Monaten im Jahr 2011 (eigene Darstellung); n = 732

Art der Thematisierung: Ethnische Gruppen wurden mit 16,7 %, gemessen an der erhobenen Anzahl von Artikeln innerhalb der Lokalteile, thematisiert. Neben der Lokalberichterstattung wurde vor allem in den Ressorts *Kultur* (14,8 %), *Sport* (13,0 %) sowie *Kommentar und Meinung* (12,7 %) am stärksten über ethnische Gruppen berichtet. Überproportional häufig wurden Angehörige ethnischer Gruppen im thematischen Zusammenhang mit Kunst und Sport verbunden.

Der „Fremde“ bleibt fremd: Angehörige ethnischer Gruppen kommen nur selten selbst zu Wort. Sie sind meist nur Objekt der Berichterstattung und der Journalist/die Journalistin berichtet nur über sie, statt mit ihnen zu reden und dies als Zitat wiederzugeben.

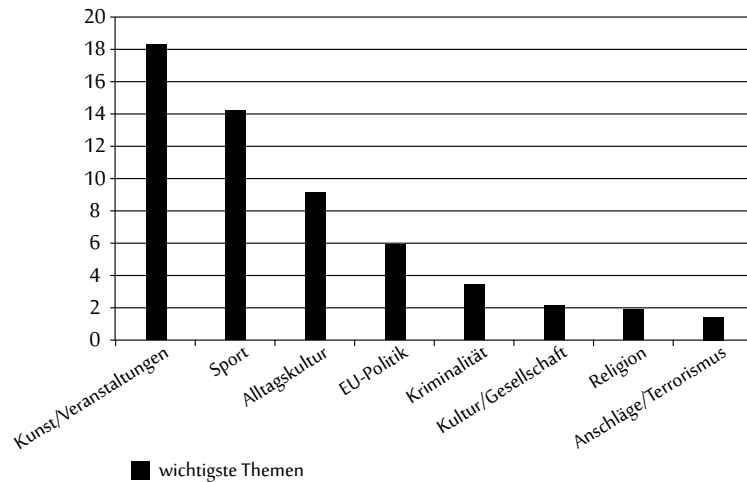


Abbildung 3: Thematische Einordnung der Artikel selektiert nach Schwerpunkten in Prozent-Angaben (eigene Darstellung)

Einfluss der zugeschriebenen Herkunft auf die Art der Berichterstattung: Im Hinblick auf den Zusammenhang zwischen der Nationalität und deren Bewertung war zu erkennen, dass im Mittel alle Bewertungen in ihrer Ausrichtung neutral ausfallen. Dies lässt darauf schließen, dass die jeweilige explizite Nennung der Nationalität die Bewertung nicht signifikant beeinflusste. Jedoch ist davon auszugehen, dass die Herkunft oder Zuordnung zu einer ethnischen Gruppe die Verwendung von Stereotypen und Vorurteilen beeinträchtigt. Zudem war eine stark eurozentristische Ausrichtung der Berichterstattung zu erkennen.

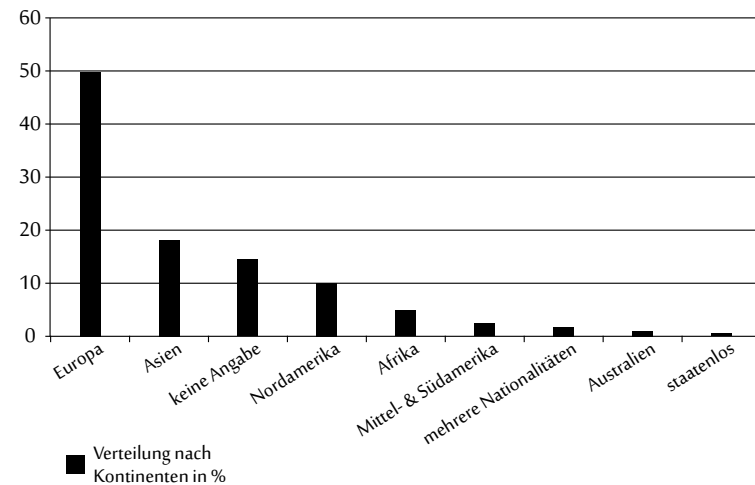


Abbildung 4: Gesamtverteilung nach Kontinenten in Prozent-Angaben (eigene Darstellung)

Vergleich der Bewertung ethnischer Gruppen in Hessen und Thüringen: Ein Blick auf die Verteilung hinsichtlich der Ausprägung *negativ* zeigte, dass bei Personen (West: 13,2 %, Ost: 18,9 %) und Kollektiven (West: 22,1 %, Ost: 25,4 %) in thüringischen Zeitungen häufiger eine negative Bewertung vorzufinden war als in hessischen. Durch die Analyse wurde somit ersichtlich, dass die Annahme, thüringische Zeitungen würden aufgrund der niedrigeren Ausländerquote negativer über ethnische Gruppen berichten, tendenziell bestätigt werden kann.

7 Qualitative Auswertung der stereotypen Beschreibungen⁴

7.1 Einordnung erhobener Stereotype

Die Untersuchung der Stereotype ermöglichte die Einordnung in drei vom Untersuchungsmaterial unabhängige Gruppen von Stereotypen: Religions-, Gruppen- und Nationenstereotype. Religionsstereotype sind an die jeweilige Glaubensgemeinschaft gebunden, während sich Gruppenstereotype auf ethnische Gruppen beziehen, die gemeinsam mit anderen ethnischen Gruppen grundlegende Merkmale des Merkmalskatalogs teilen. Diese beiden Arten von Stereotypen sind somit transnational. Nationenstereotype dagegen verfügen über einen länderspezifischen Merkmalskatalog. Beispielhaft soll im Folgenden eine Auswahl besonders dominanter Stereotypenbilder dargestellt und erläutert werden.

7.2 Religionsstereotype

Die Muslime – religiöse Fanatiker

Muslime tauchten größtenteils im Kontext von islamistischem Terrorismus auf. Die Gruppe wurde in der Berichterstattung in erster Linie auf ihren Glauben reduziert und darauf, dass von ihr eine Gefahr für die Mehrheitsbevölkerung ausgehe, da sie plane, „Deutschland mit terroristischen Anschlägen zu überziehen“ (WT, 15.12.2011). Das religiöse System wird undifferenziert als Basis für eine feindliche Haltung gegenüber der Mehrheitsbevölkerung beschrieben. So wird ein kausaler Zusammenhang zwischen islamischer Religion und dem islamistischen Terrorismus und somit einer Bedrohung hergestellt. Nur in wenigen Artikeln wurde dieser Stereotypisierung widersprochen, so zum Beispiel in der Oberhessischen

⁴ Die analysierten Zeitungen werden wie folgt abgekürzt: FW – *Freies Wort*; OZ – *Oberhessische Zeitung*; TA – *Thüringer Allgemeine*; WT – *Wiesbadener Tagblatt*.

Zeitung am 5. November 2011: „Von den rund vier Millionen Muslimen in Deutschland zählt der Verfassungsschutz gerade einmal rund 37 000 Personen, also weniger als ein Prozent, der islamistischen Szene zugehörig“ (OZ, 05.11.2011). Trotz dieses Versuchs, anhand eines statistischen Belegs zu zeigen, dass nur von einem geringen Teil der Muslime eine Bedrohung ausgehe, überwiegt das Bild von der „Gefahr islamistischen Terrors“ (WT, 15.12.2011).

7.3 Gruppenstereotype

Ausländer, Migranten und Flüchtlinge – Kriminelle, Unmündige und permanent „Fremde“

Bei der Auswertung dieser Gruppe zeigte sich, dass phänotypische Zuschreibungen besonders in kriminellen Zusammenhängen hervorgehoben wurden. Neben dem Aussehen spielte auch die Sprache eine wichtige Rolle, um Differenzen zur Mehrheitsbevölkerung zu markieren. So spreche der kriminelle Ausländer mit „russischem oder polnischem Akzent“ (FW, 11.10.2011) und falle durch sein „osteuropäische[s]“ (FW, 13.10.2011) oder „asiatisches Aussehen“ (WT, 15.12.2011) auf. Darüber hinaus war auch die Rede von einem „Trickdieb [...] südländischen Typs“ (FW, 15.12.2011). Teilweise wurde von der Nationalität auf phänotypische Merkmale geschlossen, wie es in einem Artikel bei zwei rumänischen Bettlern der Fall war: Ihre „Hautfarbe [ist] entsprechend ihrer Herkunft etwas dunkel“ (OZ, 18.11.2011). Diese stark verallgemeinernden Beschreibungen führten zu einer Verknüpfung der Kategorie Ausländer mit den Merkmalen „kriminell“ und „fremd“. Durch die *Döner-Morde* wurden Ausländer aber auch in gegenteiliger Position charakterisiert: als Opfer. Trotz dieser Ausnahme muss allerdings hervorgehoben werden, dass auch in diesem Fall eine Reduktion auf das Attribut „fremd“ stattfand, indem die „ausländische Herkunft der Opfer“ (FW, 19.11.2011) betont wurde.

Eine Begegnung mit einem ausländischen Mitbürger wurde in den meisten Fällen als etwas Außergewöhnliches dargestellt, wie ein Artikel im Wiesbadener Tagblatt vom 11. November 2011 verdeutlichte: Dort wurde über die „zwanglose Begegnung Taunussteiner Bürger mit Taunussteiner Migranten“ berichtet, die unter dem Motto „Wir und unsere Migranten“ (WT, 11.11.2011) stand. Hierbei wurde eine Trennung zwischen den sogenannten „Einheimischen“ und Migranten sprachlich manifestiert: „Denn die Veranstalter hoffen, dass zahlreiche Bürger mit Migrationshintergrund, aber auch die einheimische Bevölkerung den Weg in das Bürgerhaus finden“ (WT, 11.11.2011). Allerdings wurde nicht erwähnt, welche Resonanz diese Initiative bei den teilnehmenden Migranten fand; nur Deutsche als

Vertreter der Mehrheitsbevölkerung wurden dazu befragt. Die Migranten erschienen durch eine solche Darstellungsweise als unmündiges Kollektiv. Die deutsche Mehrheitsgesellschaft sorgte dafür, „ausländische Mitbürgerinnen mit einzubeziehen“ (WT, 17.11.2011), sodass das Bild vermittelt wurde, die Ausländer und Migranten seien hilfsbedürftig. Die Mehrheitsgesellschaft trat hierbei als Helfer auf.

So fanden sich im Untersuchungszeitraum Anlaufstellen wie das „Wiesbadener internationale Frauen Begegnungs-Zentrum e.V.“. Dieses verstehe sich als „niedrigschwellige Anlaufstelle für Frauen und Mädchen mit Migrationshintergrund“ (WT, 12.10.2011). Auch Initiativen zur Integration von Migranten und Ausländern wurden thematisiert, so beispielsweise ein Projekt des Wiesbadener Flüchtlingsrats unter dem Motto „Willkommen“ (WT, 14.10.2011). Gleichzeitig bestätigten sich in diesem Stereotyp auch die Ergebnisse Meißners und Ruhrmanns (2000: 64): „Sie [die Ausländer] treten immer noch selten als Gesprächspartner oder Agierende auf, sind meistens Objekt und nicht Subjekt der Berichterstattung.“

Die Afrikaner – Arabellion, Sportler und Hilfsbedürftige

Das Bild Afrikas wurde sehr homogen dargestellt. So war es nicht möglich, für einen Einzelstaat ein gesondertes Stereotyp anhand der erhobenen Daten zu rekonstruieren. Die einzige Ausnahme bildeten die nordafrikanischen Länder, die im Zuge der „Arabellion“ (TA, 07.11.2011) genannt wurden. Vor allem Ägypten wurde als hoch politisch dargestellt. Dort gab es im Untersuchungszeitraum christliche Demonstranten (FW, 12.10.2011), ägyptische Aktivisten (TA, 12.12.2011) und Polizisten, die „zwischen friedlichen Teilnehmern [...] und Straßenkämpfern [...] keinen Unterschied [machten]“ (FW, 11.10.2011). Ägypten sei der Berichterstattung zufolge ein Land größter Unruhen und seine Bevölkerung zu Gewalttaten bereit. Im Rahmen der Ereignisse im Untersuchungszeitraum wurden die Nordafrikaner als politische sowie aktiv handelnde Personen dargestellt.

Ein anderes Bild ergab sich für die restlichen erhobenen Länder Afrikas: Die Afrikaner südlich der Sahara wurden im Untersuchungszeitraum als mittellos und dadurch auf die Hilfe anderer angewiesen dargestellt. Darüber hinaus wurde das Merkmal des Sportlers hervorgehoben, das vor allem in der Disziplin des Marathonlaufs in den Vordergrund gerückt wurde. Beispiele waren Kenia („In der Weltrangliste liegen derzeit 19 Athleten aus Kenia vor dem Rest“ (TA, 05.11.2011) oder der Äthiopier Ybekal Daniel Berye, der „das Feld komplett von hinten aufrollen [musste] und [...] dennoch den Sieg [landete]“ (OZ, 10.10.2011). In einer Metapher wurden die kenianischen Läufer darüber hinaus mit „Gazellen“ gleichgesetzt (TA, 05.11.2011), womit eine Darstellung als Ausnahmesportler um das Attribut des

Exoten erweitert wurde. Auch im Fußball waren Afrikaner präsent, wie beispielsweise die Bundesliga-Torschützin Genoveva Anonma. Interessant war hierbei, dass in diesem Porträt, das am 12. November 2011 in der *Thüringer Allgemeinen* erschien, zwar klargestellt wurde, dass Anonma Afrikanerin sowie ein großes, aber stets bescheidenes Talent sei, ihr Heimatland Äquatorialguinea jedoch im gesamten Artikel unerwähnt blieb. Hierin zeigte sich eine Reduktion, von der alle Afrikaner betroffen waren. Ihre unterschiedlichen Kulturen, politischen Systeme und die vielfältigen Formen des Zusammenlebens wurden auf einen singulären Begriff vereinfacht: Afrika.

Es zeigte sich, dass in diesem Zusammenhang oft mit Verallgemeinerungen gearbeitet wurde, um den Kontinent zu charakterisieren („Lehmhütten in irgendeiner afrikanischen Bananenrepublik“ (FW, 13.12.2011). Ansonsten wurde „der Afrikaner“, egal ob er in Afrika oder außerhalb des eigenen Kontinents lebte, als hilfsbedürftiger Mensch dargestellt, um den sich andere kümmern müssten. So sammelten deutsche Schüler Geld für Somalia (WT, 12.10.2011), das als „bettelarme[s], von Bürgerkriegen und Milizenkämpfen zerrüttete[s] ostafrikanische[s] Land“ (WT, 15.10.2011) beschrieben wurde. Dadurch wurden in der Berichterstattung die Probleme Afrikas so dargestellt, als seien sie zu groß, um von der einheimischen Bevölkerung selbst gelöst zu werden. Nur durch eine Intervention anderer Staaten könne Afrika geholfen werden. Zuschreibungen in Steigerungsformen von arm wie „bettelarm“ (WT, 15.10.2011) und „die Ärmsten der Armen“ (FW, 19.11.2011) unterstrichen das Bild der Abhängigkeit. Hinzu kommt eine unterstellte Rückständigkeit; so war zum Beispiel – abermals generalisierend – von „Lehmhütten in afrikanischen Slums“ (FW, 19.11.2011) die Rede. An dieser Stelle wurden die Lehmhütte und der Slum als Symbole für die Stagnation des Afrikaners benutzt.

7.4 Nationenstereotype

Die Russen – Erdgasproduzenten mit unsicherer Demokratie

Bei dem Stereotyp des Russen überwiegen ein ökonomisches und ein politisches Merkmal. Russland nimmt gegenüber seiner Nachbarstaaten wirtschaftlich eine dominante Stellung ein: „Die Mongolei ist wirtschaftlich abhängig von den übergroßen Nachbarn China und Russland und kann kaum gegen den Willen der beiden Mächte Geschäfte schließen“ (WT, 14.10.2011). Im Gegensatz zu China, mit dem es hier gleichgesetzt wurde, galt Russland nicht als aufstrebende, sondern vielmehr als „einstige [...] Supermacht“ (OZ, 09.11.2011). Da Russland diesen Merkmalsatz eingebüßt habe, dominierte das Merkmal des „weltweit größte[n] Erdgasproduzent[en]“ (WT, 09.11.2011) die Berichterstattung. Durch diesen

Rohstoffbesitz sichere sich das Land eine ökonomische Machtstellung gegenüber Europa: „Aber je mehr europäische Gas-Quellen versiegen, desto eher kann Gazprom die Preise diktieren“ (OZ, 09.11.2011). Von dieser Abhängigkeit war das Verhältnis zur deutschen Mehrheitsbevölkerung gekennzeichnet, denn „unser steigender Verbrauch [...] vergrößert die Abhängigkeit Deutschlands von russischem Gas“ (OZ, 09.11.2011). Nicht allein im Gas liege die Abhängigkeit anderer Staaten von Russland, sondern auch in deren Hilfe bei der Euro-Rettung: „In Moskau etwa sprach Lagarde mit Kreml-Chef Dmitri Medwedew über die Möglichkeit, dass Russland Einnahmen aus dem Ölexport in den Rettungsfonds stecken könnte. [...] Von zehn Milliarden Dollar war in der russischen Regierung schon die Rede“ (WT, 11.11.2011). Im gleichen Kontext wurde dem Land ebenfalls eine Rolle als Helfer zugeschrieben: „Russland greift den Europäern bei der Überwindung der Schuldenkrise kräftig unter die Arme“ (FW, 16.12.2011). Somit beinhaltet das Attribut des Erdgaslieferanten auch die Zuschreibung des milliardenschweren Helfers in der Euro-Krise.

Im Untersuchungszeitraum überwog allerdings die Berichterstattung über die Proteste nach der russischen Parlamentswahl im Dezember 2011. Der Kategorie Russland wurde in diesem Zusammenhang das Merkmal „unsichere Demokratie“ zugeschrieben. Dieses besitzt zwei Beschreibungskomponenten: die Machthaber und die demonstrierende Bevölkerung. Im Rahmen dieses Ereignisses wurde gezeigt, wie sich die Bevölkerung durch das demokratische Mittel des öffentlichen Protests äußert: „Russland bäumt sich auf“ (WT, 12.12.2011). Es wurde beschrieben, wie „zehntausende Menschen in Moskau [...] ihre Angst vor der russischen Staatsmacht [besiegen] und [...] für freie und faire Wahlen auf die Straße [gehen]“ (WT, 12.12.2011). In dieser Darstellung wurde gezeigt, dass das Wahlvolk zwar Demokratie fordere, damit jedoch im Gegensatz zur „Staatsmacht“ stünde. Die Macht in Russland wurde in der Berichterstattung über die Proteste gleichgesetzt mit der Person Wladimir Putins, so ist beispielsweise von der „Ära Putin“ (TA, 12.12.2011 & WT, 12.12.2011) die Rede. Die Reaktion Putins wurde durch historische Referenzen mit der autokratischen Vergangenheit Russlands verglichen. Sein Gebaren sei geprägt „von zaristisch-sowjetischer Dreistigkeit und Selbstherrlichkeit ohnegleichen“ und „[m]it der Verhaftung friedlicher Demonstranten begibt man sich unweigerlich in die Spur jener Schergen, die einst brutal für Nachschub in die Verbannungsorte Sibiriens und Gulag-Lager sorgten“ (TA, 12.12.2011). Im Umgang mit den Demonstranten manifestierte sich das Merkmal der „unsicheren Demokratie“: „Was die Übersetzerin erstaunt, sind die vielen Hundertschaften der Polizei und die schweren Gefängniswagen. Gefürchtet ist vor allem die Sonderpolizei Omon, deren Truppen dem Innenministerium unterstehen. ‚Eine unfassbare Drohkulisse, die es erst seit Putin gibt‘“ (WT, 12.12.2011).

Die Griechen – Pleite, Wut und Resignation

Griechenland verzeichnete die meisten Nennungen im politischen Kontext. Das dominante Thema im Untersuchungszeitraum in Bezug auf diese Nation war die oft so bezeichnete „Griechenland-Pleite“ (FW, 10.10.2011). Sowohl das Kollektiv als auch griechische Einzelpersonen wurden mehrheitlich in Verbindung mit der Finanzkrise gebracht. Wenn die Finanzsituation in Griechenland mit „mediterrane[r] Laxheit“ (TA, 13.12.2011) erklärt wurde, wurde nicht nur eine geografische, sondern auch eine politische Differenz zu Deutschland suggeriert. Die Formulierung „mediterrane Laxheit“ zeigte, dass die Berichterstattung über Griechenland die Gefahr birgt, dass es zu einer dauerhaften Verfestigung eines neuen Stereotyps kommt, das sich zukünftig wie im folgenden Beispiel manifestieren könnte: „Eine Spur ‚griechischer Verhältnisse‘ durchzieht das öffentliche Finanzgebaren in Deutschland“ (OZ, 16.11.2011). Die Kategorie Griechenland wurde hier als Synonym für prekäre finanzielle Verhältnisse gebraucht.

Zudem setzte die Berichterstattung über die griechische Bevölkerung darauf, ein Bild der Hilflosigkeit zu konstruieren: „Wer jetzt nach Griechenland kommt, trifft ein erschöpftes, verzagtes Volk“ (TA, 05.11.2011). Diese Berichte aus dem griechischen Alltag zeigten, dass die Fremdgruppe sich nicht auf den Hilfen aus dem EU-Rettungsfonds ausruhe, sondern dass diese Abhängigkeit als „griechischer Patient“ (FW, 13.10.2011) „Wut in Athen“ (FW, 05.11.2011) provoziere: „[...] da fällte Philipos Pilos sein Urteil über die Politiker: ‚Sie sollen alle abhauen, die ganze Bande!‘ [...] Und welche Partei wird Philippos Pilos wählen, wenn es so weit ist? [...] ‚Ich werde wahrscheinlich gar nicht wählen gehen‘, sagt Philippos schließlich. [...] ‚Wir werden die nächsten Jahre doch sowieso aus Europa regiert‘“ (TA, 05.11.2011). Dieser Schlusssatz des Artikels brachte die Resignation der Griechen zum Ausdruck. Sie wurden als Menschen beschrieben, die von ihrer Regierung enttäuscht sind.

Die Niederländer – orangene Sportler und holländischer Käse

Die Niederlande wurden größtenteils in den Bereichen Sport und Kultur erhoben. Sie dominierten dabei den Fußball und den Eisschnelllauf, waren aber auch als Künstler präsent. Auffällig war die große Konkurrenz zum Nachbarland Deutschland im Sport. Lediglich im „Eisschnelllauf-Mutterland Niederlande“ (FW, 19.11.2011) habe man noch Zeit, Rennen über 10 000 Meter anzuschauen. Noch größeres Konfliktpotenzial zwischen den beiden ethnischen Gruppen lieferte der Fußball, wie vor allem in Kommentaren zum Ausdruck kam: „3:0 gegen die Niederlande im Fußball! Oder, wie manche sagen: Flotter Dreier für Frau Antje“ (WT, 19.11.2011). In jenem Artikel wurde neben dem Merkmal des Sport-

lers auch das des Käses bedient, wie der Vergleich der Fußballer mit „Gras-Goudas“ (WT, 19.11.2011) zeigte.

Häufig erfolgte auch eine Reduktion der Niederländer auf ihre Landesfarbe orange („orangene Fußballschule“, OZ, 17.11.2011) oder auf die Bezeichnung Holland.

7.5 Zusammenfassung

Die dominanten Stereotype im Untersuchungszeitraum können zur Beantwortung des ersten Teils der Forschungsfrage wie folgt zusammengefasst werden:

Klassifizierung	Kategorie	Merkmale
Religionsstereotyp	Juden	Opfer, individuelle Kulturleistungen
	Muslime	religiöse Fanatiker
Gruppenstereotyp	Ausländer, Migranten, Flüchtlinge	Kriminelle, Unmündige, permanent „Fremde“
	Afghanen, Iraner, Israelis	Aggression, Undurchsichtigkeit, friedliche Individuen
	Afrikaner	Arbellion, Sportler, Hilfsbedürftige
Nationenstereotyp	Chinesen	Wirtschaftsriese, politisch bedrohlich, Gönner der EU
	Russen	Erdgasproduzenten mit unsicherer Demokratie
	US-Amerikaner	Mega-Schuldner, alternde Weltmacht, Weltpolizei, Stars und Sternchen
	Franzosen	Merkozy und herausragende Künstler
	Griechen	Pleite, Wut und Resignation
	Briten	euroskeptische Rowdys
	Niederländer	orangene Sportler und holländischer Käse

Tabelle 2: Erhobene dominante Stereotype (eigene Darstellung)

Innerhalb der klassifizierten Gruppen existieren Stereotype, die nicht nur auf eine, sondern auch auf andere ethnische Gruppen zutreffen. Bsp.: Griechenland als Pleiteland. Jenes Attribut traf auch auf die Länder Italien („kränkelndes Land“, FW, 15.10.2011) und Spanien („europäischer Sorgenkandidat“, OZ, 19.11.2011) zu.

Stereotype können sich sprachlich wandeln, behalten aber ihre ursprüngliche Charakterisierung anhand bestimmter Merkmale bei. Bsp.: Der „faule Südländer“ (WT, 19.11.2011) wurde in der Berichterstattung zunehmend durch „mediterrane Laxheit“ (TA, 13.12.2011) ersetzt.

Durch Stereotype werden Abgrenzungsmechanismen bedient, um die Nähe im politisch-wirtschaftlichen Kontext zur eigenen Mehrheitsbevölkerung und der Nation darzustellen.

Stereotype tragen dazu bei, durch Merkmalszuschreibungen im Medientext Bilder zu manifestieren und wie im Fall des „Ausländers“ in bestimmten Kontexten zu reproduzieren, um klare Abgrenzungen zur Mehrheitsbevölkerung deutlich zu machen. Bsp.: Kriminalität und Ausländer als Begriffspaare, bei denen besonders auf Merkmalszuschreibungen zurückgegriffen wird.

8 Qualitative Auswertung der Interviews⁵

8.1 Zeitungsprofile: Rahmenbedingungen des journalistischen Arbeitens

Die in Tabelle 3 enthaltenen Daten sollen einen groben Überblick über die journalistischen Rahmenbedingungen in den untersuchten Redaktionen vermitteln, die möglicherweise einen Einfluss auf die Berichterstattung haben können.

Zeitung Merkmale	Thüringer Allgemeine	Freies Wort	Wiesbadener Tagblatt	Oberhessische Zeitung
Redaktionssitz	Erfurt	Suhl	Mainz	Alsfeld
Druckauflage 4/2011	208.038 (Zeitungsgruppe Thüringen gesamt)	86.612 (Freies Wort)	75.032 (mit Wiesbadener Kurier)	17.181
Redaktionsgröße	7 Redakteure, 3 freie Mitarbeiter	6 Redakteure	über 12 Redakteure, 20 freie Mitarbeiter	6 Redakteure
Einzugsbereich	Mitte und West Thüringen	Süd-West Thüringen	Rheingau, Idstein, Bad Schwallbach	Vogelbergkreis
Unternehmen	WAZ-Gruppe; Zeitungsgruppe Thüringen	Suhler Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG	Rhein-Main Presse; Verlagsgruppe Rhein-Main GmbH & Co. KG	Verlagsgesellschaft Vogelsberg GmbH & Co. KG

Tabelle 3: Profile der untersuchten Zeitungen im Vergleich (eigene Darstellung basierend auf Daten von www.daten.ivw.eu und www.arhlive.de sowie der durchgeführten Journalisten-Interviews)

⁵ Die folgenden verwendeten Zitate sind Aussagen der befragten Journalisten, die anonymisiert und daher nicht weiter belegt sind. Ebenfalls stützen sich die Ergebnisse und Schlussfolgerungen auf diese anonymisierten Daten.

8.2 Berichterstattung über Ausländer und Migranten⁶

Bei der Berichterstattung über Ausländer und Migranten zeichneten sich einige Unterschiede zwischen den hessischen und thüringischen Zeitungen ab. Die Befragten der beiden thüringischen Zeitungen wiesen auf den geringen Prozentsatz an Ausländern hin und begründeten damit ihre geringere Thematisierung: „Wir haben nicht viele Ausländer, somit ist die Chance, die Möglichkeit darüber zu berichten, gering.“ Ausländer fänden vor allem durch Porträts oder Berichterstattungen über Einzelpersonen oder aus Vereinen Aufnahme in die Zeitung: „Die Leute lesen gerne Geschichten über andere Menschen.“ Und: „Also, es war schon ein interessantes Thema [Serie über junge Migranten], also man kommt ja sonst nicht so einfach an die Leute ran.“

Die genannten Zitate deuten darüber hinaus auf eine eher ereignisorientierte Berichterstattung über Ausländer hin. Prinzipiell wurde diese Tendenz in fast allen Zeitungen erkannt, besonders ausgeprägt bei den thüringischen Zeitungen. Deren Journalisten betonten, dass sie eine kontinuierlichere Berichterstattung anstrebten, wobei besonders die Migrationsdienste eine große Rolle spielten. Es wurde jedoch auch klargestellt, dass die Versuche, Ausländer innerhalb der Zeitung zu thematisieren, am geringen Anteil an ausländischen Lesern scheiterten:

„Es ist eben auch schwer [...]. Die Ausländer lesen keine Zeitung. [...] man will die ja eigentlich erreichen, um ihnen zu sagen: ‚Hier, da gibt’s die Angebote und so.‘ Aber das kommt da nicht an.“ Und: „Bei Ausländern, wie gesagt, ist es eigentlich schwierig, weil [...] man versucht dann teilweise verzweifelt, irgendwelche Themen aufzutun, nach dem Motto ‚wir müssen Ausländer ins Blatt holen‘ (lacht) und dann überlegt man sich [...] und kommt am Ende dann doch bloß auf den Gastronomen oder so was. Weil, also wie gesagt, weil es erstens mal nicht so viele Ausländer hier gibt und das Zweite ist (überlegt) dem Thema ist sich schwer zu nähern, das ist so.“

Demgegenüber kam Ausländern in der alltäglichen Berichterstattung der hessischen Zeitungen eine größere Bedeutung zu. Artikel über Ausländer erschienen hier regelmäßiger.

⁶ Im Folgenden werden ethnische Gruppen mit der Bezeichnung Ausländer und Migranten beschrieben, da mit diesem Begriff den Probanden diese Bezeichnungen geläufiger waren, trotz der damit einhergehenden Abgrenzungsmechanismen.

„Wir haben eigene Serien immer wieder dazu, zu Migrantenfragen, Integrationsfragen. Spielt überhaupt in Wiesbaden eine große Rolle, es gibt hier einen Integrationsbeauftragten, einen Ausländerbeirat, der gehört mit ins Parlament, also es spielt bei uns eine große Rolle.“

Nach Aussagen der Befragten war das Vereinsleben von Ausländern häufig Gegenstand der Berichterstattung. Bei größeren Festivitäten wurde gerne auch auf Porträts und Serien zurückgegriffen und die Gelegenheit genutzt, um die einzelnen Stände und Verkäufer zu interviewen.

Die Berichterstattung über Kriminalität unter Ausländern schien in den hessischen Zeitungen höher zu sein als in den thüringischen. Fremdenfeindlichkeit oder Rechtsextremismus wurden bei den hessischen Zeitungen nur auf Nachfrage erwähnt. Berichtet wurde eher über Ausländerkriminalität.

„Wir haben sehr häufig Streitigkeiten unter den Menschen mit Migrationshintergrund. Es gibt immer wieder Kriminalität im Westend, auch Schwerekriminalität, die sich aber meistens innerhalb der ethnischen Gruppen bewegt, ja, erstochene Töchter und ermordete Ehefrauen und ermordete Clanmitglieder, solche Dinge gibt es. [...] Ansonsten genießt Wiesbaden unter Ausländern einen sehr guten Ruf.“

Am wichtigsten für die Aufnahme eines Themas waren die Relevanz und Massenwirksamkeit einer Nachricht. Möglichst viele Leser sollten sich also für das Thema interessieren. Auch ein guter Anlass musste gegeben sein, damit sich daraus eine Geschichte machen ließ. Durchgehend konnte man den Interviews entnehmen, dass eher die Geschichte als die Nationalität bei der Aufnahme oder Nicht-Aufnahme eines Themas eine Rolle spielten: *„Welchen Pass die Leute haben, die darin vorkommen, spielt insofern überhaupt keine Rolle.“* Und: *„Wir machen keine Ecken für die ausländische Bevölkerung, sie sind Bestandteil dieser Bevölkerung.“*

8.3 Sprachregelungen bei Ausländerthemen

Eine feste Sprachregelung bei sogenannten Ausländerthemen – im Sinne von einem Leitfa-den oder von Vorschriften – konnte bei den Befragungen nicht ermittelt werden. Dennoch wurde auf verschiedene Umgangsformen hingewiesen, wie die Verwendung der Begriffe

„ausländischer Mitbürger“ oder „Asylbewerber“ und „Flüchtlinge“ statt „Asylanten“. Lediglich ein Befragter wies darauf hin, dass in seiner Redaktion eine Übereinkunft bezüglich bestimmter Sprachregelungen getroffen wurde. Alle anderen Befragten berichteten, aufgrund ihrer Erfahrung ein Gespür für die richtige Formulierung gefunden zu haben. Ein weiterer Journalist bemerkte, dass grundsätzlich keine diskriminierende Berichterstattung zulässig sei und berief sich dabei auf den Pressekodex.

Die Mehrheit der Befragten war sich einig, dass die Nennung von Nationalität und ethnischen Eigenschaften prinzipiell unwichtig sei und daher möglichst herausgelassen werden:

„Wir versuchen, Nationalisierung in der normalen Berichterstattung wegzulassen [...] weil wenn ein 24-jähriger Türke einen 25-jährigen Russen ohrfeigt, dann hat ein 24-Jähriger einen 25-Jährigen gehohlet.“ Und: „Wir schreiben ja auch nicht, der 24-jährige Deutsche.“

Nicht eindeutig war für alle Befragten, wo die Grenze der Nennung von Nationalitäten bei Polizeimeldungen und Gerichtsberichten zu ziehen sei. Gerade wenn ethnische Merkmale zur Aufklärung beitragen könnten, werde abgewogen und oftmals die Nationalität in den Bericht aufgenommen. Insgesamt verdeutlichen die folgenden Aussagen den Tenor zu diesem Thema:

„Wenn während der Fußball-Europameisterschaft sich russische Fans mit polnischen Fans eine Schlägerei liefern, dann ist die Nationalität wichtig. Aber wenn eine Bande von Trickdieben alte Omas ausplündert, dann ist es egal, ob die aus Polen oder Rumänien oder sonst woher kommen. Man bekommt ein Gefühl dafür, wann es relevant ist und wann nicht.“

Und:

„Und wenn ein Dieb vor Gericht steht [...] ist irrelevant, das zu nennen. Deswegen wird das dann nicht erwähnt, in der Regel. Wenn das aber darum geht, wenn die Polizei jemanden sucht und ich sage halt, der spricht mit ausländischem Akzent und wir der Meinung sind, wir sollten die Polizei unterstützen bei ihrer Suche, was wir immer selbst entscheiden, dann nehmen wir das auch mit, weil das natürlich der Aufklärung der Straftat dient. Genauso ob jemand blond ist oder klein oder groß.“

Und schließlich:

„Die Polizei nennt manchmal [...] in ihren Polizeiberichten, wenn jemand Probleme mit einem Auto hatte [...], die Nationalität des Fahrers oder wo das Auto herkommt – das schreiben wir in der Regel auch nicht, weil das nicht relevant ist.“

Im Einzelfall werde entschieden, wann nun genau die Nationalität relevant sei, wann nicht und wann sie zur Erklärung oder möglicherweise Aufklärung einer Tat beitragen könnte. Zum anderen wurde auch die Polizeiarbeit in dieser Hinsicht stark kritisiert, die Begriffe und Wendungen wie „südländisches Aussehen“ und „sprach gebrochenes Deutsch“ in ihre Berichte mit aufnehmen: „Dann soll man lieber schreiben, er hat dunkle Haare gehabt, dunkle Augen und einen Schnauzer. [...] Mit Klischees arbeiten ist eigentlich immer rassistisch.“

8.4 Stereotype im Text und die Frage nach den *Döner-Morden*

Die Frage nach der Verwendung von Stereotypen war in den Befragungen von zentraler Bedeutung. Im Wesentlichen wurde anhand von drei Beispielbegriffen, die im Rahmen der Inhaltsanalyse identifiziert und interpretiert worden waren, sowie dem während des Interviewzeitraums aktuellen Begriffs der *Döner-Morde*, die Problematik im Gespräch aufgegriffen. Die zu testenden Begriffe bezogen sich also auf verschiedene Formen der Stereotypisierung. Die drei Beispielbegriffe waren „Die afrikanische Bananenrepublik“ (FW, 13.12.2011), „Der heißblütige Italiener“ (WT, 05.11.2011) und „Der kleine Präsident Nicolas Sarkozy“ (WT, 05.11.2011). Interessant waren die verschiedenen Reaktionen auf und Begründungen für eine Verwendung oder Nicht-Verwendung dieser Begriffe. Daraus konnten Schlussfolgerungen für die Handhabung von Stereotypen durch die Befragten gezogen werden.

Grundsätzlich einig waren sich die Befragten bei der „afrikanischen Bananenrepublik“. Sie wiesen von sich, diesen Begriff unbedacht einzusetzen, besonders die Vertreter der hessischen Zeitungen. Die Thüringer überlegten eher, in welchem Rahmen diese Formulierung doch einzusetzen wäre.

Der „heißblütige Italiener“ wurde von den Befragten bereitwilliger angenommen, beziehungsweise man wollte nicht ausschließen, dass der Begriff in der Berichterstattung auftauchen würde. In zwei Fällen wurde die Formulierung nicht unbedingt als Klischee, sondern

eher als eine Eigenschaft gesehen. Das *Freie Wort* hatte sogar in den 1990er Jahren aufgrund der Verwendung eines ähnlichen Wortlauts einmal eine Rüge vom Presserat erhalten.

„Der kleine Präsident Nicolas Sarkozy“ wurde ebenfalls mit geteilter Meinung aufgenommen. Vor allem im politischen und kommentierenden Bereich war diese Allegorie für die Befragten vorstellbar. Der „heißblütige Italiener“ wurde eher bei den Lokalredaktionen als problematisch empfunden; „der kleine Präsident“ dagegen eher bei den Mantelredakteuren.

Auch bei der Einschätzung des Begriffs *Döner-Morde* ließen sich Unterschiede zwischen den Befragten feststellen, insbesondere zwischen den Vertretern des Lokalteils und Mantelteils. Alle Lokalredakteure verwiesen auf die alleinige Verwendung dieses Begriffs im Mantelteil, da er für die Lokalredaktion nicht relevant wäre. Die Befragten aus dem Mantelteil hoben eher die „falsche Grammatik“ des Begriffs hervor („Es wurden ja keine *Döner* ermordet, sondern Menschen.“) und kritisierten die Verknappung des Begriffs. Es sei ein Kunstwort, das nicht deutlich macht, was eigentlich dahinter steht. Ein Befragter gestand, dass der Begriff in der Berichterstattung vorkam, wies aber darauf hin, dass dabei auf Agenturtexte zurückgegriffen worden war. Allerdings räumte er ein, dass es dem Leser egal sei, woher der Text komme und die Redaktion trotzdem für ihre abgedruckten Texte verantwortlich sei: „Wir haben uns dem *Mainstream* angepasst und der seriösen *Nachrichtenagentur* vertraut.“ Und:

„Ja, leider. [...] Wir haben darüber aus Quellen der Nachrichtenagenturen – es ist ja nicht in dieser Region passiert [...], deswegen haben wir ausschließlich auf Nachrichtenagenturen zurückgegriffen – und wenn die Nachrichtenagenturen dpa oder ddp diese Begriffe benutzt haben, haben wir sie auch in der Regel übernommen. [...] Allerdings kann man leicht sagen, ‚dpa hat das halt so gemacht‘ und insofern haben wir uns angepasst.“

Nach Aussagen der Interviewten wurde über den Begriff der *Döner-Morde* während der Ereignisse innerhalb der Redaktion kaum diskutiert. Gründe dafür waren die mangelnde Nähe, die fehlende Zeit, die Nicht-Verwendung des Begriffs in der Berichterstattung und das fehlende persönliche Interesse. Dennoch fand eine prinzipielle Auseinandersetzung mit dem Begriff statt, aber erst nach der eigentlichen Berichterstattung:

Alle Befragten der vier Zeitungen berichteten, über das Thema nachgedacht zu haben und sich nachträglich ihre Meinung gebildet zu haben. Einige gaben an, dass sie nun Lehren daraus gezogen hätten, sei es auf redaktioneller Ebene:

„Im Nachhinein war das natürlich ein Fehler. Hätte man damals noch mal darüber nachdenken müssen, hat man wahrscheinlich, wie viele andere Zeitungen, nicht gemacht. [...] Wir haben daraus geschlossen, dass wir bei ähnlichen Fällen künftig [...] dann [...] noch mal genauer hingucken.“

auf persönlicher Ebene:

„Bei mir schon. [...] Diese Morde wurden ja erst einer ganz anderen Richtung zugeschoben und ich finde diesen Begriff – wie? Döner-Morde? – finde ich einfach ganz schlimm.“

auf professioneller Ebene:

„Ja, wir achten bei Dingen, von denen wir glauben, dass sie in eine ähnliche Richtung gehen könnten, [...] da achten wir darauf, derartige Klischees nicht zu verwenden. [...] Wir sind vorsichtiger geworden.“

Oder auf Rezipienten-Ebene:

„Ich glaube, die wenigen ausländischen Leser, die wir haben, achten mehr darauf.“

9 Intentionalität und Nicht-Intentionalität bei der Verwendung von Stereotypen

Viele der qualitativ erhobenen Stereotype waren in einer Weise formuliert, die den Schluss nahe legten, sie seien mit Absicht und bewusst in den Artikeln verwendet worden. Allerdings kann aufgrund der Interviews konstatiert werden, dass bei den Journalisten die Sensibilität für die Stereotypen-Problematik einigermaßen ausgeprägt war. Journalisten setzen Stereotype sowohl bewusst als auch unbewusst ein. Zwar gaben fast alle Befragten an, dass sie einige Formulierungen nicht benutzen würden, doch mit einem tatsächlichen Beispiel aus ihrer oder anderen Zeitungen konfrontiert, wichen sie oftmals von ihrem Standpunkt ab. Hierbei spielte offensichtlich die Art der Stereotype eine Rolle. So galten manche Formulierungen durch ihren starken Diffamierungscharakter als eindeutiges „No-Go“ („die afrikanische Bananenrepublik“), andere wurden als ein beliebtes Stilmittel gesehen, um die Texte aufzulockern („der kleine Präsident Nicolas Sarkozy“), und wieder andere waren bereits in den alltäglichen Sprachgebrauch eingegangen („der heißblütige Italiener“). Wichtig für die Einschätzung seitens der Befragten war, welchen Erfahrungshorizont sie besaßen. War ihnen der Begriff oder die Formulierung geläufig und kannten sie die umfassende Bedeutung? Der Aufgabenbereich der Journalisten spielte hierbei eine Rolle, sodass die Einstellungen zu manchen Formulierungen voneinander abwichen.

Die Interviews ließen erkennen, dass die Befragten ein unterschiedliches Verständnis von Stereotypen hatten. Dies verdeutlichte der Test der erhobenen Stereotype bei den befragten Journalisten. Die „afrikanische Bananenrepublik“ wurde negativ bewertet und als ein unpassendes „Spiel mit Klischees“ gekennzeichnet. Der Begriff wurde abgelehnt, da er ein Kollektiv stigmatisiert. Generell wollten die Befragten – nach ihren eigenen Aussagen – das Risiko nicht eingehen, durch ihre Berichte ein falsches, verzerrtes und möglicherweise diskriminierendes Bild an die Leser weiterzugeben.

Dass dies aber auch mit dem „heißblütigen Italiener“ der Fall sein könnte, war nicht einmal der Hälfte der Befragten bewusst. Direkt damit konfrontiert, gaben die meisten Befragten zu, dass diese Formulierung durchaus in den Berichterstattungen zu finden sei. Der „heißblütige Italiener“ wurde eher als eine klassische und selbstverständliche Floskel wahrgenommen, die nicht weiter zu hinterfragen war und zur Auflockerung von Presstexten durchaus Verwendung finden konnte.

Manche Begriffe wurden demnach mehr reflektiert als andere und hatten aus Sicht der Befragten ihren stereotypen Charakter verloren. Ein Befragter wies in diesem Zusammenhang darauf hin, dass der Kontext für die Aufnahme oder Nicht-Aufnahme einer Floskel eine große Rolle spiele. Das heißt, der Journalist wägt bewusst ab, ob ein Stereotyp verwendet wird und in welchem Zusammenhang und journalistischen Format dies geschieht. So waren die Befragten mehrheitlich der Ansicht, dass satirische, humoristische und zynische Stilmittel und Formulierungen durchaus in Texte einfließen könnten. Diese Auffassung wird durch einige Ergebnisse der quantitativen Auswertung belegt. Ethnische Gruppen wurden relativ häufig in Kommentaren thematisiert, oftmals auch in überspitzter Form. Die meisten Befragten sahen dies als unproblematisch und im kommentierten Bereich als gute Möglichkeit an, Lebendigkeit in den Text zu bringen. Dass dabei Menschen auf Merkmale reduziert werden, erschien zweitrangig.

Eine reine Intentionalität konnte ausgeschlossen werden, weil zumindest kritische Formulierungen reflektiert wurden. Der Grad der Akzeptanz war jedoch sehr verschieden. Dies wurde auch in einem Vergleich der thüringischen und hessischen Zeitungen deutlich. Tendenziell gingen die hessischen Zeitungen kritischer mit den fraglichen Formulierungen um. Gerade da sie in stärkerem Kontakt mit Angehörigen ethnischer Gruppen stehen, wurde hier mehr Wert auf den korrekten Ausdruck gelegt. Interessanterweise wurden aber dadurch manche strittige Formulierungen für sie vertretbarer als für die „vorsichtigeren“ thüringischen Redakteure. Generell ergab sich der Eindruck, dass die thüringischen Befragten wesentlich bedachter waren, in jeder Form politisch korrekt zu sein und keinen Unterschied zwischen der deutschen Mehrheitsbevölkerung und Angehörigen ethnischer Gruppen zu machen. Es schien, dass ethnische Gruppen in Hessen tatsächlich zum Alltagsgeschehen dazugehörten, wohingegen in Thüringen die Thematisierung heikel war. Doch obwohl alle Befragten äußerten, ethnische Gruppen „normal“ in die tägliche Berichterstattung einzubinden, wurde dadurch erst das Fremdsein betont. Zwar wollte man bewusst keine „besondere Ecken für Ausländer“ in der Zeitung einrichten, dennoch wurden ethnische Gruppen zu einem besonderen Thema gemacht.

Hierbei spielte der Nachrichtenwert eine Rolle. Tendenziell wurde überwiegend ereignisorientiert über Angehörige ethnischer Gruppen berichtet. In den hessischen Zeitungen wurden Berichte über ethnische Gruppen kontinuierlicher aufgegriffen und als tägliches Geschäft angesehen. In Thüringen hingegen zeigten sich die Journalisten in den Interviews sehr verunsichert in Bezug auf die Frage nach der Art und Weise, wie über Angehörige ethnischer Gruppen berichtet wird. Die unterschiedliche Verwendung von Stereotypen wird zudem von Faktoren wie dem redaktionellen Umfeld, der Leserschaft, etc. beeinflusst.

Schwierig ist die Unterscheidung von bloßer Faktennennung und Stereotypisierung. Zweifelsohne ist Barack Obama der US-amerikanische Präsident und Evert de Beijer ein niederländischer Trickfilmkünstler. Doch ist auch der Ex-Präsident Nicolas Sarkozy ein verhältnismäßig kleiner Mann und manch spanischer Flamencotänzer heißblütig. Um hier die Balance zu finden und eine neutrale Berichterstattung zu gewährleisten, wären grundlegende und eindeutige Vorgaben hilfreich.

10 Fazit und Schlussfolgerung

Stellt man noch einmal zusammenfassend die Forschungsfrage in den Raum und versucht diese kurz zu beantworten, so lässt sich folgendes festhalten: Journalisten benutzen Stereotype in Abhängigkeit ihres individuellen Erfahrungshintergrundes zum Teil bewusst, sind sich in vielen Fällen aber auch nicht im Klaren, wann ein Stereotyp als Basis für Vorurteile dient und ein bestimmtes Bild einer ethnischen Gruppe in den Köpfen der Leser verankert. Somit fehlt ihnen zum Teil die notwendige Sensibilität für die Reflexion eigener Sprach- und Denkmuster. Der durch die Inhaltsanalyse erhobene Stereotypenkatalog für die vier untersuchten Tageszeitungen spricht dabei noch einmal ein deutliches Bild. Stereotype Vorstellungen über spezifische ethnische Gruppen in der Gesellschaft der Bundesrepublik herrschen ganz eindeutig immer noch vor und werden in einigen Fällen immer wieder aufgegriffen. Wer einer ethnischen Gruppe angehört, bleibt oft ein Fremder durch klare und abgrenzende Zuschreibung. Das dabei alte Stereotype durch neue Formulierungen wie die der „mediterranen Laxheit“ den „faulen Südländer“ ersetzen oder Muslime weiter in erster Linie in Verbindung mit Terrorismus und konservativen Glaubensvorstellungen gebracht werden, sind nur einige Beispiele. Dennoch lassen sich auch positive Entwicklungen aufzeigen. In den Interviews zeigte sich, dass eine Reflexion über die eigene Sprache, sofern die Journalisten damit konfrontiert werden, einsetzt. Die Verwendung des Begriffs der *Döner-Morde* ist hier das wohl beste Beispiel. Gleich auf mehreren Ebenen, sei es auf der persönlichen, der redaktionellen oder professionellen, zeigten die Medienschaffenden, dass sie die Verwendung der diskriminierenden Bezeichnung auch als solche wahrnehmen. Leider aber erst im Nachhinein, nachdem sich der Begriff und die damit einhergehende Reduzierung von neun Opfern einer rechtsextremen Terrorgruppe in den Köpfen der Leser manifestiert hatte. Diese rückwirkende Reflexion ließ sich in der Untersuchung immer wieder bestätigen. Daher wurde auf Grundlage der Studie in fünf Punkten ein Leitfaden zum Umgang mit Stereotypen entwickelt, der nicht nur Journalisten, sondern auch Lesern Anregungen geben

soll, wie im Idealfall mit der journalistischen Berichterstattung im Zusammenhang mit ethnischen Gruppen verfahren werden sollte:

1. Bewusste Wahrnehmung

Als erstes ist wichtig zu beachten, dass ein Stereotyp das Ergebnis eines natürlichen Prozesses ist und daher menschlich. Zur Komplexitätsreduktion ist es notwendig, Wahrgenommenes in Kategorien einzuordnen. Daher dürfen Stereotypen an sich nicht als etwas Negatives gesehen werden. Vielmehr sollte sich jeder Einzelne seiner eigenen stereotypen Denkmuster bewusst sein.

2. Reflexion und Weiterdenken

In einem zweiten Schritt ist es notwendig, dass man über diese kognitiven Stereotype nachdenkt: Woher habe ich dieses Stereotyp, worin liegt es begründet? Darüber hinaus muss man sich stets eine Offenheit in seinem Denken bewahren. Es reicht nicht aus, jemanden beispielsweise als „Pleite-Griechen“ wahrzunehmen und die ihm daher zugeschriebenen Merkmale einfach unreflektiert zuzuschreiben, sondern sich stets selbst zu hinterfragen, was diesen Menschen als Individuum auszeichnet. Möglicherweise bietet sich das Gespräch an, in dem man mit ihm über das für seine ethnische Gruppe verbreitete Stereotyp zu reden, um die Meinung dazu von einem Betroffenen zu erfahren.

3. Vorbereitung des Schreibens

Bei der Begegnung mit einer ethnischen Gruppe sollte man sich stets dessen bewusst sein, dass es sich dabei um ein sensibles Thema handelt. Man sollte das Gespräch mit Angehörigen der ethnischen Gruppe suchen und bei Unsicherheit direkt nachfragen, wie jene bezeichnet werden möchte. Bezüglich einer ethnischen Zuschreibung sollte man sich stets selbst nach deren Relevanz befragen.

4. Der Schreibprozess

Während des Schreibprozesses sollte man sich selbst hinterfragen, welches Bild von der ethnischen Gruppe entworfen wird. Statt dieses mit stereotypen Merkmalen aufzuladen, sollte dem Leser vielmehr eine Alternative zu seinem eigenen kognitiven Stereotyp geboten werden. Es ist definitiv dafür zu sorgen, dass sich das eigene kognitive Stereotyp nicht sprachlich manifestiert, sondern eine Relativierung geschaffen wird. Auch sollte sich der Journalist/die Journalistin bereits während des Schreibprozesses darüber im Klaren sein, auf welche Weise er/sie bei der Berichterstattung mit den ethnischen Gruppen interagiert.

Ziel sollte es sein, diese nicht nur zu einem Objekt der Medien zu machen, sondern eine gleichberechtigte Kommunikation aufzubauen, die Angehörige ethnischer Gruppen zu einem mündigen Individuum oder Kollektiv macht.

5. Reflexion als Aufgabe für alle

Ein kritischer Umgang mit Beschreibungen von ethnischen Gruppen ist nicht allein Aufgabe des einzelnen Journalisten. Nicht nur innerhalb des Berufsfeldes muss eine Auseinandersetzung mit Sprach- und Denkmustern, die sich im Medientext manifestieren, stattfinden, sondern es sind auch die Leser, die an dieser Diskussion teilnehmen müssen. Der Umgang mit dem Medium Zeitung und darüber hinaus muss vor den Kontexten alltagsrassistischer Tendenzen in der Gesellschaft neu diskutiert werden.

Nachwort

Neben der hier dargestellten Handreichung wäre deshalb folgende Idee zu formulieren: Wäre es nicht angebracht, ein Weiterbildungsformat für angehende und gestandene Journalist/innen zu entwickeln, das in der Form eines „Stereotypen-Trainings“ funktioniert? Das könnte helfen, professionelle Tageszeitungs-Schreibende für die sprachlichen und symbolischen Untiefen von Wort-Konstruktionen zu sensibilisieren. Das gilt für die Sprache des Berichtens genauso wie für die Sprache der Menschen, über die berichtet wird. Für zivilgesellschaftliche Akteure, für die Vertreter in Gemeinde- und Stadträten sowie Kreistagen gibt es inzwischen Angebote zum „Argumentationstraining gegen rechte Parolen“ oder „Argumentationstraining gegen Diskriminierung“.⁷ Journalist/innen berichten zwar darüber, aber es könnte genauso reizvoll sein, einen Report über ein „Stereotypen-Training“ zu lesen. Den Redakteuren muss bewusst werden, welche Aufgaben ihnen diesbezüglich zukommen. Sie setzen für die Rezipienten eine Themenliste fest und lenken durch ihre Berichterstattung zugleich den Blickwinkel auf jedes einzelne dieser Themen. Durch die journalistische Arbeit wird den Lesern ein Blick auf andere Länder und Kulturen gewährt; sie lernen andere Menschen partiell kennen. Es liegt in der Verantwortung der Journalisten, dabei ein möglichst vielschichtiges Bild der Verhältnisse aufzuzeigen. Wünschenswert wäre es, dass sich die Journalisten mehr Gedanken über die mögliche Wirkung ihrer Begriffsbildung machen; dass sie sensibler mit der Charakterisierung der ethnischen Gruppen umgehen und sich öfter selbst und gegenseitig kritisch prüfen.

⁷ Zum Beispiel die Landesorganisation der freien Träger in der Erwachsenenbildung in Thüringen (LOFT), die Mobile Beratung in Thüringen für Demokratie – gegen Rechtsextremismus, der Flüchtlingsrat Thüringen e.V. oder das DGB-Bildungswerk.

Quellenverzeichnis

- Addicks, E. et al. (2012): *Stereotype Berichterstattung über ethnische Gruppen in deutschen Tageszeitungen (noch nicht veröffentlicht)*.
- Goldberg, H. (2012): *Debatte über Verantwortung der Medien und ihrer Journalisten*; letzter Zugriff am 13.07.2012 von <http://www.thueringer-allgemeine.de/web/zgt/suche/detail/-/specific/Debatte-ueber-Verantwortung-der-Medien-und-ihrer-Journalisten-630084619>.
- Hansen, G. (1997): Ethnie, Ethnozentrismus, Ethnizität. In: Schmalz-Jacobsen, C.; Hansen, G. (Hrsg.): *Kleines Lexikon der ethnischen Minderheiten in Deutschland (S. 198–200)*. München: Beck Verlag.
- Heckmann, F. (1992): *Ethnische Minderheiten, Volk und Nation. Soziologie inter-ethnischer Beziehungen*. Stuttgart: Enke Verlag.
- IVW – Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V.; letzter Zugriff am 17.03.2012 von <http://www.ivw.eu/>.
- Kuzmany, S. (2011): *Ausgrenzung durch Sprache*; letzter Zugriff am 22.08.2012 von <http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/ausgrenzung-durch-sprache-deutsche-und-doener-a-798209.html>.
- Mahlmann, M.; Rottleuthner, H. (2011): *Diskriminierung in Deutschland*. Baden-Baden: Nomos Verlag.
- Meißner, B.; Ruhrmann, G. (2000): *Das Ausländerbild in den Thüringer Tageszeitungen 1995–1999*. Jena: o.V.
- Schmitt, K.; Wolff J. H. (2011): *Staatsaufgaben und Staatsausgaben. Ergebnisse des THÜRINGEN-MONITORS 2011*; abgerufen am 15.03.2012 von <http://www.thueringen.de/imperia/md/content/homepage/politisch/thueringenmonitor-2011-gesamtdokument-final3.pdf>.
- Thüringer Landesamt für Statistik (2010): *Ausländische Bevölkerung in Thüringen*; letzter Zugriff am 23.08.2012 von http://www.thueringen.de/imperia/md/content/tsk/ab/ausl__nder2010_internet.pdf.
- Verlagsgruppe Rhein-Main: Wiesbadener Tagblatt; letzter Zugriff am 18.05.2012 von <http://www.arhlive.de/ext-seite/index.php?url=http%3A%2F%2Fwww.vrm.de%2Fprodukte-und-services%2Ftageszeitungen-der-rhein-main-presse%2F10314202.htm>.

Von Menschen, die Döner ermorden

Döner-Morde, Pleite-Griechen und kriminelle Ausländer – unser Alltag ist bestimmt von diesem Schubladendenken. Stereotype sind an sich zwar wertfrei und leisten einen wichtigen Beitrag zur Komplexitätsreduktion, doch bergen sie die Gefahr, zu wertenden Vorurteilen zu werden. Dann ist jeder Grieche plötzlich ein verzagter Pleitegeier und Sätze wie „die sind halt alle so“ sind die Folge. Doch wie verfestigen sich diese Bilder von Menschen, mit denen wir im Alltag keinen Kontakt haben, in unseren Köpfen?

Im Rahmen ihrer Bachelorarbeit haben sich sechs Studierende der Universität Erfurt mit dieser Problematik befasst. Vier deutsche Tageszeitungen wurden auf stereotype Beschreibungen untersucht und Journalisten mit dem Gefundenen konfrontiert. Das Ergebnis ist diese Veröffentlichung, die nicht nur Medienschaffende zum Nachdenken anregen soll.

ISBN 978-3-86498-404-4

