

Frauen können nicht führen, Schwule denken nur an Sex, Männer sind emotional unterentwickelt, Manager sind geldgeil, Medienleute sind kreativ, aber arm, die Jugend säuft sich das Hirn weg ...

Woher kommen diese Vorstellungen? Warum halten sie sich, wo sie doch so platt daherkommen und oftmals nicht zutreffen oder nur tumbe Verallgemeinerungen zulassen? Und wie kann das Fernsehen dazu beitragen, solche Stereotype zu verändern?

Die Oma mit dem Häkeljäckchen

Möglichkeiten von Toleranz im Fernsehen

Jens Förster und Manfred Nussbaum

Vorurteile sind Bilder im Kopf, sie beinhalten Bewertungen sozialer Gruppen wie: „Schlagersänger sind dumm“, „Alte Menschen sind für moderne Betriebe unbrauchbar“ oder: „Kinder aus Neukölln sind aggressiv“. Unter einem Stereotyp verstehen Sozialpsychologen diejenigen kognitiven Assoziationen, die mit bestimmten Gruppen verbunden sind, wie: „Blondine = dumm, attraktiv, pink, Kosmetik“ oder: „Professor = Hornbrille, intelligent, verwirrt, Cordanzug, Sylt“.

Diese Assoziationen können positiv, neutral oder negativ sein, sie können wahr oder falsch sein, sie können auf Erfahrungen beruhen oder auf Hörensagen. Sie entstehen in einem sozialen Kontext, haben häufig eine längere Geschichte und werden normalerweise bei allen Mitgliedern einer Gesellschaft im Gedächtnis abgespeichert.

Die Speicherung findet selbst dann statt, wenn man persönlich das Stereotyp für falsch erachtet, also auch dann, wenn man selbst z. B. denkt, Blondinen wären gar nicht dumm. Auch Stereotype, die man aus einer persönlichen Einstellung heraus gänzlich ablehnen würde – wie:

„Moslems sind gewalttätig“ –, bestehen in unserem Gedächtnis als gesellschaftliches „(Pseudo-) Wissen“. Und so speichern auch Menschen, die sich gegen soziale Ungerechtigkeiten einsetzen, das Stereotyp „Sozialhilfeempfänger = Schmarotzer, Florida, HDTV-Bildschirm, Alkoholiker“ ab, wenn sie beim Kochen nebenbei im Fernseher davon hören oder auch nur beim Vorbeilaufen an einem Kiosk Titel desselben stereotypen Inhalts sehen.

Unser Gedächtnis ist so effizient aufgebaut, dass es auch ohne großen Aufwand, also automatisch Informationen speichert, wobei es eine Präferenz für negative Informationen hat, die wahrscheinlich evolutionsbiologisch zu erklären ist. Negative Information wird auch nicht so schnell vergessen, weil sie uns auf zukünftige Gefahren vorbereitet. So nimmt es nicht wunder, dass vorurteilsbehaftete Gedanken sich in unserem Gedächtnis besonders festsetzen.

Wird jemand lange nicht mehr an einen Gedanken erinnert oder denkt er ihn länger nicht, dann wird er vergessen. Je häufiger jedoch stereotype Assoziationen

in einer Gesellschaft vorkommen – sei es in Witzen, in Shows, in wirklichen Situationen, Büchern oder anderen Medien, um nur einige Beispiele zu nennen –, umso weniger wahrscheinlich ist ein solches Vergessen und umso tiefer graben sie sich in das Gedächtnis ein. Sozialpsychologische Forschung zeigt, dass solche Gedanken automatisch abgerufen werden, sobald Menschen anderen begegnen. Der toleranteste Mensch würde demnach beim Vorbeifahren an einer Moschee an Bombe, Gewalt und Gräueltaten denken. Diese Prozesse müssen ihm nicht bewusst sein, wie klassische Versuchsanordnungen zeigen, die Gruppennamen am Computer unter der Be-

empfänger als Schmarotzer brandmarkt, lehne ich ab.“ Eine solche Ablehnung ist jedoch nicht effizient, sondern sie beinhaltet normalerweise einen zusätzlichen kognitiven Prozess. Ich muss nicht nur motiviert sein, den Gedanken zu negieren, ich muss auch mit einigem Aufwand mein Bewusstsein einsetzen, um Nein zu einer spontan ausgelösten Assoziation sagen zu können. Müde oder gestresste Probanden, so zeigt die Forschung etwa, sind weniger dazu in der Lage, einem gezeigten Stereotyp zu widersprechen.

Derrick, Mord mit Aussicht, Selma, Tatort (v.l.n.r.)



wusstheitsschwelle aufblitzen lassen und danach Lesegeschwindigkeiten von stereotypen und nicht stereotypen Wörtern messen. In einem solchen Experiment kann man etwa das Wort „Frau“ so schnell aufblitzen lassen, dass es bewusst nicht wahrgenommen, wohl aber im Gedächtnis aufgenommen wird. Dann folgen Wörter, die mit dem Stereotyp assoziiert sind oder nicht, Wörter wie „emotional“, „Führung“ oder „Haushalt“. Im Allgemeinen ist es einfacher für Versuchspersonen, Wörter zu lesen, die zu der Gruppe passen; also „emotional“ wird schneller gelesen, wenn vorher „Frau“ eingeblitzt wurde statt „Mann“; und „dumm“ wird besser erkannt, wenn auf dem Schirm vorher „Blondine“ auftauchte. Diese Prozesse sind den Versuchspersonen unbewusst und können auch bei Menschen beobachtet werden, die nicht sexistisch sind.

Der Rezipient kann nun diese Informationen aktiv ablehnen; er kann sich dafür entscheiden, den Gedanken nicht zu äußern – oder ihn offen kritisieren. Er kann sich etwa sagen: „Die widerliche Kampagne, die Sozialhilfe-

Es ist nun keine Frage, dass das Fernsehen Stereotype bedient. Natürlich lieben wir filigran gezeichnete Charaktere, aber Drehbuchautoren brauchen Stereotype, um einen Charakter in der Kürze der Zeit vermitteln zu können. Vor allem Nebenfiguren profitieren davon, dass der Zuschauer mithilfe von vorgefassten Vorstellungen eine hingetupfte Figur „verstehen“. Stereotype füllen Lücken, die der Autor notwendigerweise aus Zeitgründen lassen muss. Verstehen ist immer ein konstruktiver Prozess. Das führt dazu, dass man sich das gesamte Leben einer Figur vorstellen kann, obwohl man nur wenige Informationen hat. Vielleicht denken einige Leser, sie hätten „Harry, fahr doch mal den Wagen vor“ Hunderte Male in *Derrick* gehört. Tatsächlich aber wurde der Satz von Harald Schmidt erfunden und tauchte in *Derrick* nicht auf. Wir „erinnern“ den Satz aber, weil er in das gängige Stereotyp der Beziehung „Hauptkommissar – Assistent“ passt. Bedienen sich Drehbuchautoren Stereotypen, füllen die Zuschauer die Lücken – und schon spielt sich ihr eigener Film in ihrem Kopf ab, der doch fatalerweise nicht ihr eigener

ist, sondern in einer Stereotype schaffenden und stützenden Gesellschaft bei vielen Menschen erst entsteht.

Stereotype führen zu einer Illusion des Verstehens. So glauben wir fast, bei *Mord mit Aussicht* Irmtraud Schäffer, die Mutter des trottelligen Kommissars Dietmar Schäffer, zu kennen, als ob sie unsere Nachbarin wäre. Wenn sie ihrem Sohn einen übervollen Teller Rouladen vorsetzt, wenn sie so etwas sagt wie: „Dietmar, nun iss“, wenn sie ihre Häkeljacken fröstelnd um ihre Hüften zurt und ihre Schwiegertochter zum Putzen ermahnt. Das ist das Muttertier, das ist doch die „alte Frau“ par excellence.

Dietmar muss nur eine Augenbraue bewegen – und schon „wissen“ wir, was ihn nervt, wir ahnen auch, wie eine solch dominante Mutter die Beziehung des Ehepaars behindert, selbst wenn wir noch gar keine Interaktion mit der Frau des Kommissars gesehen hätten – die Figur „steht“, selbst wenn man nicht alle Folgen gesehen hat.

Aber ehrlich gesagt: Kennen Sie noch so jemanden? Oder anders: Sind solche alten Frauen noch repräsentativ?

Für die Eifel ja, möchte man sagen und bedient dabei sicherlich gleich ein weiteres Vorurteil, denn auch da wird es ältere Frauen geben, die sich an dieser stereotypen Darstellung stören, die Internetkurse oder Datingbörsen besuchen und Indie-Filme anschauen. Und natürlich wiederholt die Darstellung von Irmtraud Schäffer das Stereotyp und führt zu seiner Konsolidierung im Gedächtnis, obwohl es vielleicht in der Realität kaum noch so vorkommt. Dies hat, wie die Forschung zeigt, durchaus Konsequenzen. So werden wir eine fremde, ältere Frau eher für solch ein Mütterchen halten, wenn wir ein stark verankertes Stereotyp im Kopf haben; und wir werden ihr vielleicht bestimmte Aufgaben nicht zutrauen. Wir würden sie eher negativ bewerten: „So 'n olles Mütterchen eben“. Die hat im Leben keinen Computer.

Nun gut, vielleicht muss es eine solche Frau ja nicht geben, wenn man sich so schön über sie amüsieren kann. Gerade Humor bedient sich gerne der Stereotype. Witze, so könnte man dann annehmen, erlauben zusätzlich eine Distanzierung, eine Infragestellung. Das Gedächtnis ist allerdings recht humorlos, es unterscheidet nicht, wie eine Nachricht gemeint war, es speichert den Inhalt ab. Gedächtnistechnisch führt eine Wiederholung eines gängigen Stereotyps also zu einer weiteren Aktivierung der Gedächtnisstruktur, wodurch es weniger schnell vergessen wird. Wenn Mario Barth also zum hundertsten Male von seiner „Freundin mit den vielen Schuhen“ erzählt, wird auch das Stereotyp im Gedächtnis aktiviert und etabliert das Zerrbild von Frauen, die mit Mathematik und Wirtschaftlichkeit angeblich nichts zu tun haben. Distanz ermöglicht allerdings dann Reflexion und kann zum Widerspruch anregen, wenn das Bewusstsein eingeschaltet wird. Man mag bezweifeln, ob das beim Fernsehen immer der Fall ist.

Nun gibt es verschiedene Ideen, wie man Toleranz im Fernsehen vermitteln kann. Man könnte Filme zeigen, in denen Menschen sich gegen Unrecht und Diskriminierung wehren und sie offen zu Toleranz aufrufen. Man könnte Filme zeigen, die Mitleid und Empathie mit Opfern bewirken. Filme wie *Sophie Scholl*, *Meine Tochter Anne Frank*, *Selma* etc. sind solche Beispiele. Die *Sesamstraße* hatte sich zum Ziel gesetzt, Intoleranz zum Thema in der Erziehung zu machen; Serien wie *Die Bill Cosby Show*, *Queer as Folk* und die *Lindenstraße* versuchen, Verständnis für Minderheiten in unsere Wohnungen zu senden. Leider scheint es so zu sein, dass solche Produkte vor allem von denen angesehen werden, die bereits tolerant sind. Ein Neonazi oder ein Pegida-Mitläufer, den man mitunter gerne zu mehr Toleranz erziehen möchte, wird sich das Gutgemeinte nicht anschauen. Zudem kann ein allzu platter Aufruf zu Toleranz sogar zur Gegenwehr, zur Reaktanz bei denjenigen führen, die ihre Vorurteile normalerweise kritisch überdenken. Menschen mögen Beeinflussungsversuche nicht; sie lieben die Freiheit, selbst zu entscheiden und sich selbst eine eigene Meinung zu bilden. Daher müssen solche Produkte schlicht „gut gemacht“ und nicht nur „gut gemeint“ sein, um nicht das Gegenteil zu bewirken. Goodwill-Filme haben aber eine identitätsstiftende Funktion und sie bestärken die ohnehin schon Toleranten in ihrem Weltbild. Dies ist eine wichtige Funktion, denn nicht immer ist ein toleranter Mensch von Gleichgesinnten umgeben oder fühlt sich sicher in seiner Meinung.

Nehmen wir das Beispiel „Islam“: Welcher noch so tolerante Mensch hat nicht letztens – nach dem Anschlag auf „Charlie Hebdo“ und den grausamen Enthauptungsvideos durch den IS – ein gewisses mulmiges Gefühl beim Gedanken an den Islam gehabt? Der „Focus“ durfte im Januar ohne Sorgen um seine Verkaufszahlen titeln: *Das hat nichts mit dem Islam zu tun? Doch ...* Solch eine Haltung hinterlässt Spuren.

Ein Beispiel: Im letzten Jahr versuchte ein Filmteam in Bochum, mit uns eine Illustration eines Forschungsergebnisses in einer Straßenbahn nachzudrehen. Wir wollten zeigen, dass Menschen zögern, sich neben eine Frau mit Schleier zu setzen, während sie keine Probleme dabei haben, sich neben sie zu setzen, wenn sie das Kopftuch weglässt. Die Szene war in knapp 20 Minuten mit einer verblüffend eindeutigen Reaktion der Fahrgäste im Kasten: Der Platz neben der Schleierträgerin blieb leer. Gerade jetzt wäre ein Film nötig, der uns zeigt, was diese Religion so schützenswert macht, oder uns daran erinnert, warum es so wichtig ist, dass jede Blume blühen soll. So einen Film werden viele nicht sehen wollen, aber er wäre wichtig für jene, die sich in Toleranz üben.

Die andere Möglichkeit ist es, subtil komplexer dargestellte Charaktere aus Minderheitsgruppen einzusetzen, die die stereotype Gedächtnisstruktur verändern. Die Forschung von Schiappa und Kollegen zeigt, dass bei

Kindern, die regelmäßig Serien mit homosexuellen Protagonisten schauen (*Six Feet Under*, *Queer Eye for the Straight Guy*), Vorurteile gegenüber Schwulen reduziert werden. Wenn ein Schwuler auch astereotype Verhaltensweisen zeigt, dann wird die platte Folie komplexer. Natürlich sollte der Protagonist auch positiv gezeichnet sein und von anderen gemocht werden, um dem Zuschauer als Identifikationsfigur dienen zu können. Damit wird ein parasozialer Kontakt hergestellt: „Wenn irgendeiner, der ich sein könnte, diesem Homo die Hand gibt, dann kann der nicht so schlimm sein.“

Will man so einen Effekt erreichen, so bietet es sich an, eher weniger extreme Minderheitsmitglieder zu präsentieren. Folgt man der Forschung, so kann ein biederer daherkommender Schwuler wie Klaus Wowereit (wahlweise kann man auch Ole von Beust oder Guido Westerwelle nennen) das Schwulenstereotyp nachhaltiger verändern als ein schriller Rosa von Praunheim. Entscheidend ist beim Typ „Wowereit“, dass man sich eher stressfreie und „normale“ Begegnungen mit ihm vorstellen kann. Selbst Staatsmänner aus homophoben Ländern geben dem die Hand! Dann scheint der wohl akzeptiert und in Ordnung zu sein. Rosa von Praunheim wird jedoch bei denjenigen schwulen Zuschauern, die eine baldmöglichste Akzeptanz herbeisehnen, einen stärkeren Eindruck machen. Er dient als Vorbild dafür, dass man Erfolg haben kann, ohne sich überhaupt einen Deut verstellen zu müssen, und wird damit zudem zu einer wertvollen Folie für all diejenigen Menschen, die sich auf anderen Dimensionen als anders empfinden.

Erstaunlich sind Produktionen, die es schaffen, das Stereotyp mit einer Selbstverständlichkeit zu verändern, dass man die Veränderung des Stereotyps kaum bemerkt. Bei *Margarete Steiff* wird etwa gezeigt, wie diese sich als Frau mit Behinderung durchkämpft und hinterher ein erfolgreiches Spielzeugunternehmen gründet. Fast vergisst man über die Behindertenthematik (sie musste die Nähmaschine umdenken, da ihr rechter Arm lahm war), dass sie nicht nur an Kinderlähmung erkrankt war, sondern auch eine Frau in einer Führungsposition ist. Dabei führt sie das Unternehmen mit harter Hand (sie lässt sich von den Bankiers nichts gefallen), aber auch menschlich (hat ein Herz für die Arbeiterinnen, die sie schließlich aus Dankbarkeit aus der Insolvenz führen). Plötzlich erscheint es einem gar nicht so schwierig, sich eine Frau als Fabrikantin vorzustellen; und man fragt sich unwillkürlich, warum wir heutzutage so wenige davon haben, wo es doch schon vor 100 Jahren so gut gelang. Und es geht auch weniger glorifizierend: Die *Tatort*-Figur der Charlotte Lindholm zeigt, wie man in einem Beruf als alleinstehende Mutter so durchkommt – schlechte Laune und zeitweiliges Desinteresse am Kind inbegriffen. Das ist etwas, was wir sonst nur von spät heimkehrenden Vätern kennen. Und wir erkennen auch: Die könnte

weicher sein, die hat ein gutes Potenzial, aber unsere sexistische Gesellschaft setzt unserem Streben nach Idealen Grenzen. Wir sind Lindholm (in einer der nächsten Folgen darf sie das Kind dann auch mal anschreien)!

So könnte es gelingen, Stereotype aufzuweichen und Denkanstöße zu geben.

Zudem geben solche Filme natürlich Minderheiten Mut, neue Ziele zu entwickeln, die sie früher nicht für möglich gehalten haben: „Wenn Margarete Steiff das als Frau schaffen konnte, dann schaffe ich das auch!“, „Wenn Hitzlsperger mit seiner Homosexualität Nationalspieler werden konnte, dann kann ich vielleicht doch mal beim Verein anknöpfen“ und: „Wenn Martin Luther King die Welt verändern konnte, dann kann ich mir wenigstens vornehmen, Arzt zu werden.“ Damit verändert sich nicht nur das Stereotyp, sondern letztendlich auch die Realität.

Dr. Jens Förster ist Professor für Sozialpsychologie an der Ruhr-Universität Bochum. Er lehrte davor dieses Fach in Amsterdam, Trier, Würzburg und der Jacobs University. Seine Hauptarbeitsgebiete sind die Sozialpsychologie der Vorurteile, Kreativität, Innovation, Wissensaktivierung, Selbstregulation, Liebe und Motivation.



Manfred Nussbaum ist Sozialarbeiter und arbeitete sowohl in der Aids-Hilfe als auch in der Familienberatung und betreutem Wohnen in New York und Deutschland. Mittlerweile beschäftigt er sich zunehmend mit den Themen „systemische Familientherapie“, „Inklusion“ und „Vorurteile“.

