

Hans Henning Hahn

## **Das Selbstbild und das Fremdbild – was verbindet sie? Überlegungen zur Identitätsfunktion von Stereotypen in der europäischen Geschichte**

### **Abstract (Deutsch)**

Ausgehend von einer *Völkertafel* aus der ersten Hälfte des 18. Jahrhunderts als Beispiel deskriptiver Stereotypisierung entwickelt der Vortrag eine funktionale Definition des Begriffs 'Stereotyp': Was sind Stereotypen, warum existieren sie und wie funktionieren sie in europäischen Gesellschaften. Mit Stereotypen werden verallgemeinerte Urteile über Gruppen von Menschen zum Ausdruck gebracht, und zwar mit einer hohen emotionalen Aufladung. Geschichts- und sozialwissenschaftlich sind dabei Stereotypen in öffentlichen Diskursen interessant, entwickeln sie doch dort in Konflikten eine erhebliche Virulenz.

Die Orientierungsfunktion von Stereotypen betrifft vor allem die Unterscheidung von 'eigen' und 'fremd', von Wir-Gruppe und 'den Anderen'. Daraus folgt das Verhältnis von Autostereotyp und Heterostereotyp. Diese Relation gibt einer diskursanalytischen Forschung die Möglichkeit zu Rückschlüssen auf kollektive Identitätsvorstellungen einer Gesellschaft oder anderer Gruppen. Inhalte kollektiver Identität werden durch die in einer Gruppe/Gesellschaft funktionierenden Stereotypen zum Ausdruck gebracht.

Die stereotype Perception der Gegenwart beruht häufig auf Geschichtsbildern, die nicht selten als historisches Wissen missverstanden und in der Folge als Geschichtsbewusstsein bezeichnet werden. Letztlich rührt es daher, dass Stereotypen in beträchtlichem Ausmaß die Sprache der Politik und der Medien prägen.

### **Abstract (English)**

Starting with a *Völkertafel* from the first half of the 18<sup>th</sup> century (a table of national characteristics of various European peoples) as an example of descriptive stereotyping, the paper develops a functional definition of the term 'Stereotype'.

What are stereotypes, why do they exist and how do they function in European societies? Stereotypes express generalizing judgements on groups of people, and this with a strong emotional load. Stereotypes in public discourses are especially interesting for the science of history and social science, because in these discourses, they develop conflicts of considerable force.

The orienting function of stereotypes regards especially the distinction between 'own' and 'foreign', between 'us-group' and 'the others'. This results in the relationship between autostereotypes and heterostereotypes. This relationship offers an opportunity for discourse-

analytic research to draw conclusions concerning the concepts of identity of a society or other groups. The contents of collective identity are expressed by stereotypes that function within a society of group.

Present stereotypical perceptions rest often on images of the past that are frequently mistaken as historical knowledge and are then regarded as awareness of history. This is the reason why stereotypes shape the language of politics and media to a considerable extent.

Wenn Historiker sich mit Stereotypen befassen, dann lautet die Grundfrage: Wie lassen sich Stereotypen von Menschen erforschen, die nicht mehr leben, und die möglicherweise in ganz anderen kulturellen, sozialen und politischen Verhältnissen gelebt haben, als wir es tun. Die Historische Stereotypenforschung als Sonderdisziplin der Wahrnehmungsgeschichte schlägt sich mit diesem Problem herum, und ihre Vorgehensweisen müssen notwendigerweise andere sein als die Methoden von Disziplinen, die mit Umfragen und Befragungen arbeiten, denn die 'Kunden' der Historiker liegen schon im Grab, und das oft seit Jahrhunderten.

Beginnen wir zur Illustrierung der historischen Dimension von Stereotypen mit einer österreichischen Quelle aus dem 18. Jahrhundert. Danach sind die Polen in ihren Sitten "bäurisch", "in Natur und Eigenschaften" "Nochwilder" als die Schweden; der "Verstand" erfreut sich keiner großen Wertschätzung ("gering achtend"); ihre "Eigenschaften" schätzt man als "mittelmäßig" ein; Wissenschaft betreiben sie "in unterschiedlichen Sprachen"; ihre männliche Bekleidung ist "langröckig"; ihre "Untugend" besteht darin, dass sie prassen ("Brasser" sind); sie "Lieben" "Den Ad[e]l"; als Nationalkrankheit leiden sie am Durchfall ("an den Durchbruch"); ihr Land ist "waldich"; ihre "Kriegstugente" sind "Un Gestimt"; vom religiösen Leben ("Gottesdienst") heißt es, der Pole "Glaubt Allerley" (das Stereotyp der *polak-katolik*, des polnischen Katholizismus, gab es damals offensichtlich noch nicht, zumindest nicht im katholischen Österreich); die Polen "erkennen für ihren Herren" jemanden, den sie gewählt haben ("einen Erwelden") – ein deutlicher Hinweis auf das Wahlkönigtum in der Republik Polen-Litauen vom 16. zum 18. Jahrhundert; ihr Reichtum ("Haben Überfluß") besteht vor allem aus Pelzen ("Böltzwerch"); "die Zeit vertreiben" sie am liebsten im Streit ("Mit zanken"); unter den Tieren ähneln sie am meisten einem Bären ("einen Bern") – interessant ist hier, dass der Bär nicht – wie später gerne – mit Russland verbunden wurde, sondern zu Beginn des 18. Jahrhundert noch mit Polen; "Ihr Leben Ende" spielt sich "im Stall" ab. Diese wenig schmeichelhafte Charakteristik der Polen finden wir auf einer sog. *Völkertafel*; die hier abgebildete bekannteste stammt aus Österreich, genauer aus der Steiermark und entstand wohl zwischen 1720 und 1730.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Zu Völkertafeln siehe vor allem Stanzel (1997).

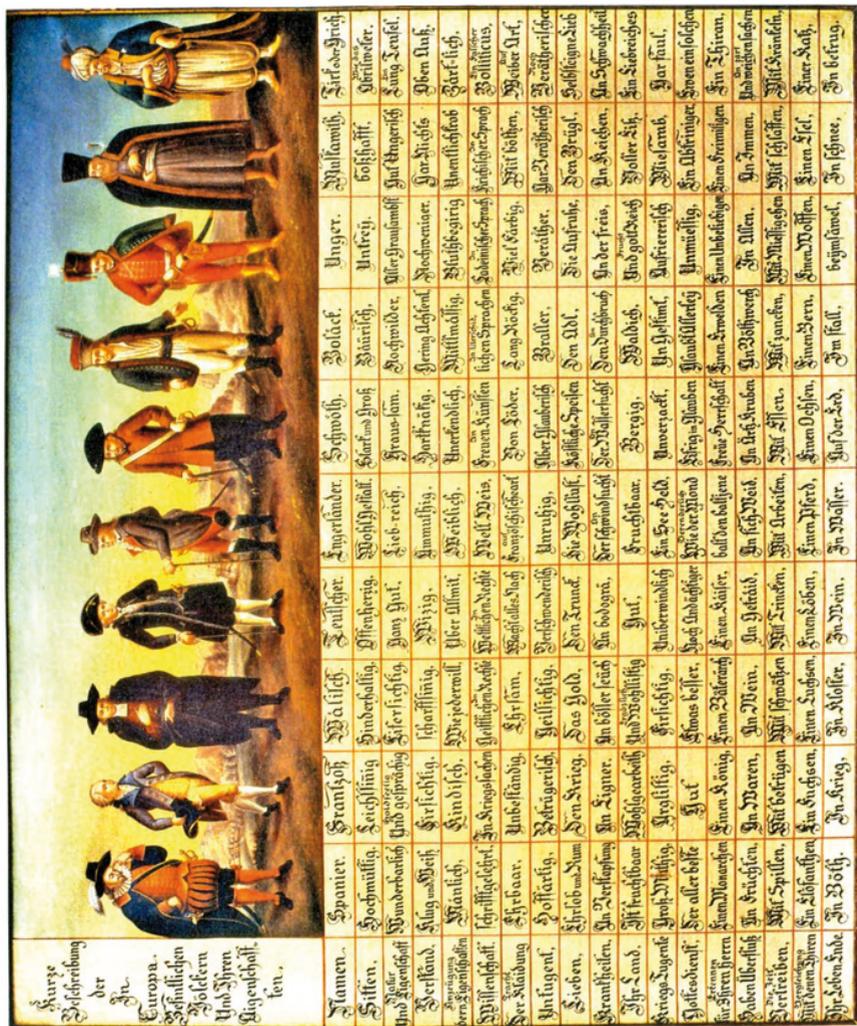


Abb. 1: Völkertafel

Solche Völkertafeln geben kollektiv zugeschriebene Charaktereigenschaften mehrerer Nationen wieder. Sie sind für Kulturhistoriker die ersten vergleichenden Quellen für die unterschiedlichen Stereotype europäischer Nationen. Wir kennen sie seit dem Beginn des 18. Jahrhunderts. Im vorliegenden Fall haben wir es mit einer relativ breiten Charakterisierung und Stereotypisierung europäischer Nationen von Spanien bis Moskau und Istanbul, also dem Russischen und dem Osmanischen Reich, zu tun. Eine solche Aufzählung von 10 Nationen, wobei Türken

und Griechen (“Tirk oder Grich”) zusammengenommen wurden, ist offensichtlich reichlich oberflächlich und rein phänomenologisch, d.h. es geht um die bloße äußere Wahrnehmung. Es handelt sich um rein deskriptive Stereotypen, auch wenn sie gelegentlich aufeinander Bezug nehmen, wenn z.B. der Ungar als “Veräther” erachtet wird, der Russe (“Muskawith”) als “gar verätherisch” und der Türke und Grieche als “noch verätherischer” bezeichnet werden. Oder wenn in religiösen Fragen (“Gottesdienst”) der Russe als “Ein Abtriniger” (also ein Renegat, einer, der vom richtigen Glauben abgefallen ist), der Türke und Grieche daneben als “Ewen ein solchen” gelten.

Derartige multilaterale Zusammenstellungen finden wir noch heute gelegentlich bei Enqueten der öffentlichen Meinung – meist von recht eingeschränkter inhaltlicher Aussagekraft. Sehr populär sind sie in Witzen, die in Westeuropa wohl verbreiteter sind als im ostmitteleuropäischen Teil unseres Kontinents. Der folgende Witz sei auf Englisch wiedergegeben, denn er stammt wohl aus diesem Sprachraum:

*Heaven is where the police are British, the cooks French, the mechanics German, the lovers Italian and it's all organized by the Swiss.*

*Hell is where the chefs are British, the mechanics French, the lovers Swiss, the police German and it's all organized by the Italians.*

Stereotypisierungen finden am häufigsten in Bezug auf Nationen statt; dementsprechend sprechen wir dann von nationalen Stereotypen. Aber schon die Kategorie, nach der stereotypisiert wird, hier also die Nation, stellt keineswegs eine überall gemeinsame Größe dar. Denn darüber, was eine Nation sei und wie sie in diversen europäischen Ländern verstanden und konzeptualisiert wird, besteht keineswegs Einigkeit. Es lassen sich kaum zwei Länder in Europa finden, in denen die Diskursgeschichte auf gleiche Nationskonzepte hinauslaufen würde. Wir kennen politische und ethnische Nationskonzepte, Auffassungen von Kulturnation und Sprachnation, ein religiös oder gar konfessionell gefärbtes Nationsverständnis, imperiale Nationsmissionen u. ä. in Europa und darüber hinaus. Solche unterschiedlichen Nationsbegriffe sind nicht das Thema dieses Beitrags. Allerdings – da nationale Identität in nicht unbeträchtlichem Ausmaß geprägt ist von der Perzeption und Bezeichnung derer, die als nicht zur eigenen Nation zugehörig betrachtet werden, als *der Anderen*, ist es nicht von der Hand zu weisen, dass auch nationale Stereotypisierungen geprägt sind davon, was unter Nation in der jeweiligen nationalen Diskursgemeinschaft verstanden wird. Für eine Erforschung nationaler Stereotypen ist es also wichtig, das Nationskonzept des Subjekts, also der stereotypisierenden Gruppe, zu kennen wie auch die soziale Zugehörigkeit der stereotypisierten Objekte zu berücksichtigen.

Zunächst gilt es allerdings zu versuchen, eine präzise Eingrenzung des Begriffs Stereotyp vorzunehmen. Nicht selten werden mit dem Begriff alle Verall-

gemeinerungen in Bezug auf die Wahrnehmung menschlicher Gruppen gemeint. Kurz nach dem Ende des Kalten Krieges machte ich während einer wichtigen internationalen Konferenz,<sup>2</sup> auf der das Phänomen nationaler Stereotypen angegangen wurde, die Erfahrung, dass im Laufe der Konferenz der Begriff ‘Stereotyp’ immer häufiger als Synonym für nationale Zugehörigkeit, sei es als Wahrnehmung, sei es als Nationalgefühl, benutzt wurde. Es handelte sich in meinen Augen damals und auch heute um eine erhebliche und unzulässige Inflationierung des Begriffs Stereotyp, was auf lange Sicht den Begriff unbrauchbar als wissenschaftlichen Begriff und damit als analytisches Instrument macht.

Wenn wir das Phänomen Stereotyp näher betrachten wollen,<sup>3</sup> dann müssen wir uns fragen: was versteht man unter diesem Begriff, welche Varianten können wir feststellen, welche Funktionen üben und üben sie im Zusammenleben unterschiedlicher Gesellschaften aus; also mit anderen Worten: Was sind Stereotypen, warum existieren sie und wie funktionieren sie? Hier soll weder eine Abhandlung lexikalischer Bedeutungsgeschichte noch eine historische Semantik entwickelt werden, daher kurz und bündig: Das Wort ‘Stereotyp’ kommt ursprünglich aus der Sprache der Drucker; als sozialwissenschaftlicher Begriff tauchte es zum ersten Mal in dem Buch *Public Opinion* des amerikanischen Publizisten Walter Lippman 1922 auf, wo der Autor Stereotypen *pictures in our head* nannte.<sup>4</sup> Seitdem werden mit diesem Begriff verallgemeinernde Aussagen bezeichnet, die auf der einen Seite auf menschliche Gruppen oder auf Individuen als Mitglieder solcher Gruppen angewandt werden, und die andererseits als verallgemeinernde Aussagen positive oder negative, von starken Überzeugungen getragene Wertzuschreibungen darstellen. Diese Gruppen können unterschiedlich definiert werden – rassistisch, ethnisch, national, sozial, politisch, religiös, konfessionell, nach Genderzugehörigkeit, nach sexueller Orientierung, professionell usw. Wir haben es also mit einer spezifischen Variante von Verallgemeinerungen zu tun: sie betreffen menschliche Gruppen und stellen Werturteile dar.

Was das Verhältnis von Stereotyp zu empirischen Erfahrungen betrifft, so verhalten sich viele Sprecher entsprechend der Aussage: “Obwohl er ein Türke ist, hat er das Abitur bestanden” – beruhend auf der Vorannahme, bzw. auf dem Stereotyp, dass ein Türke zu wenig intelligent sei, um das Abitur zu bestehen. Wenn ich also einen Türken mit Abitur treffe, dann korrigiere ich nicht mein Türkenstereotyp, sondern ich deklariere das Phänomen ‘Türke mit Abitur’ zur Ausnahme.<sup>5</sup> Oder ein anderes Beispiel: Als ich vor 48 Jahren durch Polen reiste, wurde ich häufig gefragt, ob ich denn wirklich ein Deutscher sei, denn ich sei doch so

---

<sup>2</sup> Es handelt sich um die Konferenz *Narody i Stereotypy*, die 1991 in Krakau stattfand. Siehe dazu Walas (1995),

<sup>3</sup> Vgl. Zum Folgenden Hahn (2007).

<sup>4</sup> Lippmann (1949 [1922], S. 95 und 104). Vgl. Hahn/Hahn (2002, S. 25).

<sup>5</sup> Vgl. Mirga (1984, S. 60), wo dies am Beispiel von Zigeuner-Stereotypen demonstriert wird.

völlig anders als ein normaler Deutscher. Es stellt sich allerdings die Frage: Was ist das, ein normaler Deutscher? Menschen lieben ihre Stereotypen, sind an sie gewöhnt, also konnten sie einen Deutschen mit menschlichen Verhaltensweisen nur als Ausnahme wahrnehmen und in ihrem Weltbild zulassen. Wenn die reale Erfahrung nicht mit dem Stereotyp übereinstimmt, ja mit den Bildern in unseren Köpfen in Konflikt gerät, dann wird nicht etwa das Stereotyp verändert, sondern *tant pis pour la réalité*. Hier lässt sich der Unterschied zwischen einer normalen Verallgemeinerung und einem Stereotyp festmachen: Normale Verallgemeinerungen stützen sich auf Erfahrungen – ihr Zusammenhang mit der Realität beruht darauf, dass ihr Informationsgehalt nachprüfbar, also falsifizierbar bzw. verifizierbar ist. Stereotypen dagegen sind spezifische Verallgemeinerungen, in denen der emotionale Faktor dominiert, die emotional aufgeladen sind und deren Emotionalität einen wichtigen, wenn nicht den wichtigsten Informationsgehalt darstellt. Empirische Erfahrungen sind daher nicht in der Lage, herrschende Stereotype zu widerlegen oder grundlegend zu verändern. Die oft erstaunliche Beharrlichkeit von Stereotypen beruht auf ihrer emotionalen Aufladung, auf dem Umstand, dass sie emotional verwurzelt und daher resistent gegen kognitive Argumente und abweichende Erfahrungen sind.

Daraus ergibt sich allerdings die Frage: Wie verändern sich Stereotype? Oder konkret anhand des eben angeführten Beispiels: Im Laufe der 48 Jahre meiner Polenreisen hat sich nach meiner Wahrnehmung das polnische Deutschenstereotyp erheblich verändert. Ob auf der Basis irgendwelcher konkreten Erfahrungen? Da wäre ich vorsichtig, denn präzise Aussagen über kollektive Erfahrungen haben immer eine etwas spekulative Färbung. Aber eines können wir sicherlich aus der Tatsache, das sich die Deutschenstereotype in Polen verändert haben, schlussfolgern: Weder die Polen (als bezeichnende Subjekte) noch die Deutschen (als bezeichnete Objekte) haben sich als Gruppen grundsätzlich verändert. Offensichtlich haben sich die Emotionen gegenüber den Deutschen verändert, und nur auf der Grundlage solcher veränderter Emotionen verändern sich Stereotypen und entstehen neue Stereotypen. Emotionen ändern sich, aus unterschiedlichen Gründen, und erst auf dieser Basis verändern sich Stereotypen. Daraus ergibt sich: Um Stereotypen zu bekämpfen, brauchen wir so etwas wie eine neue *éducation sentimentale*. Allerdings sollte man immer beachten: alte Stereotypen bleiben, auch wenn sie vergessen werden – sie können jeder Zeit wieder zurückkehren.

Warum interessieren sich Wissenschaftler für Stereotype? Dass Stereotype häufig im Alltag vorkommen, ist interessant, auch wenn die meisten von uns das kaum bemerken; aber nicht alles, was in unserem Alltag auftaucht, wird deshalb Gegenstand wissenschaftlichen Interesses gleich mehrerer Disziplinen. In drei Bereichen wird derzeit versucht, Stereotype zu erforschen:

- 1) Zum einen interessieren sich Sozialpsychologen u.a., wie die Individuen an ihre Stereotypen kommen und wie sie in ihren Köpfen mit ihnen umgehen.

- 2) Zum anderen interessieren sich Historiker und andere Kulturwissenschaftler für die Geschichte einzelner (meist inhaltlich oder durch das stereotypisierte Objekt festgelegter) Stereotypen – so die Geschichte des (vor allem in Deutschland verbreiteten) Stereotyps der “polnischen Wirtschaft”, oder des Stereotyps des “perfiden Albions”, oder der deutschen Polenstereotypen, der britischen Irenstereotypen, islamophober Stereotypen, antisemitischer Stereotypen, westlicher Russlandstereotypen usw.
- 3) Schließlich erforschen Historiker, Soziologen und Politikwissenschaftler die Funktion von Stereotypen in einzelnen Gesellschaften: Warum brauchen und gebrauchen Gesellschaften ‘ihre’ Stereotypen, Heterostereotypen und Auto-stereotypen, welche Rolle spielen sie im Identitätshaushalt einer Gesellschaft, wie sieht die Stereotypenküche einer Gesellschaft aus, was geschieht in einer Gesellschaft, wenn sich Stereotypen in ihr verändern? In welchen Epochen können wir eine verstärkte Produktion von Stereotypen feststellen? In welchem Ausmaß korreliert die Stereotypenproduktion, -benutzung und -wirksamkeit mit innergesellschaftlichen und intragesellschaftlichen Kommunikationsformen und -techniken?

Viele Wissenschaftler interessieren sich, und das betrifft vor allem von den hier genannten die zweite und dritte Variante, für Stereotype in öffentlicher Kommunikation, in aller Art öffentlichen Diskursen. ‘Private’ Quellen sind selten Forschungsobjekte, es sei denn, wir fragen nach den Stereotypen einzelner Individuen und wie sie sie erhalten (haben) (Variante 1).

Manche sind der Ansicht, Stereotypen in öffentlichen Diskursen seien repräsentativer als andere; andere weisen darauf hin, dass die bloße Existenz und Deskription nicht reichen, um sie interessant zu machen, und dass man sich auf ihre Wirkung in der Öffentlichkeit konzentrieren müsse. Gerade dort funktionieren auch alle Phänomene der aktuell wieder diskutierten öffentlichen Xenophobie nur durch die Benutzung von Stereotypen – ob es um die Stigmatisierung fremder Migranten, ethnischer, konfessioneller und religiöser Minderheiten oder um Gruppen mit anderen sexuellen Orientierungen geht. Im Zusammenhang mit xenophoben Erscheinungen erweist sich als interessant, dass solche Minderheiten in einer Mehrheitsgesellschaft zwar immer mit einem gewissen Minimum stereotyper Zuschreibungen lebten und leben, die dieses Zusammenleben meist nur wenig störten oder stören; plötzlich aber werden sie ein Problem, werden als Problem wahrgenommen, und in Konfliktsituationen werden Stereotypen wichtig, gewichtig und giftig bzw. vergiftend. In solchen Momenten stellt man fest, dass diese Stereotypen schon immer existiert haben und erst dann zu Konfliktfaktoren werden. Was man zuvor als vernachlässigungswert hielt, steht plötzlich im Zentrum der öffentlichen Wahrnehmung und des öffentlichen Diskurses.

Das Stereotyp als Instrument politischer Propaganda ist für die meisten Wissenschaftler und Publizisten das überzeugendste Beispiel für die Schädlichkeit

von Stereotypen. Sowohl rassistische und ethnische als auch politische und kulturelle Stereotype finden wir in der nationalsozialistischen Propaganda, ebenso wie politische, kulturelle, soziale und Klassenstereotypen in der Propaganda kommunistischer Regime. Beide Regime verband ein hoher Stereotypisierungsgrad von der Mehrheit abweichender sexueller Orientierungen. Daraus darf man jedoch nicht den Schluss ziehen, dass in demokratischen Gesellschaften weniger Stereotypen auftreten. Xenophobe Erscheinungen, die Stigmatisierung verschiedener Minderheiten und negative Gruppencharakterisierungen finden wir genauso in demokratischen wie in undemokratischen Systemen. Mit jeder etwas tieferen Analyse von Wahlkämpfen in irgendeinem europäischen oder außereuropäischen Land lässt sich aufzeigen – in der letzten Zeit sogar in gesteigerter Form –, dass alle politischen Richtungen sich ohne irgendwelche Hemmungen einer Rhetorik voll emotional aufgeladener Stereotypen bedienen und auch früher bedient haben. Als 2008 im US-amerikanischen Wahlkampf Barak Obama als Moslem stigmatisiert wurde, hatten wir es mit einem doppelten Stereotyp zu tun: erstens, dass ein Mensch mit einer schwarzen Haut nicht Christ sein kann, und zweitens, dass ein Moslem nicht ‘zu uns’ gehört, negativ konnotiert ist, kein normaler Bürger ‘unseres’ Landes sein kann – alles klassische Argumente einer negativen Stigmatisierung.

Die Wirksamkeit solcher Stigmatisierungen ändert sich mit der Zeit, und das nicht nur durch den Wechsel politischer Systeme, sondern vor allem mit Veränderungen im Wertesystem der jeweiligen Gesellschaft. Hier zwei Beispiele aus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland: In den Wahlkämpfen der Jahre 1961 und 1965 wurde Willy Brandt als ehemaliger politischer Emigrant gebrandmarkt, was damals in einem nicht unbeträchtlichen Teil der deutschen postnationalsozialistischen Gesellschaft dem Stereotyp des Vaterlandsverrätters gleichkam. Zu Beginn funktionierte diese Stereotypisierung, doch 1969 gewann Brandt die Wahlen. Das zweite Beispiel: Der frühere bundesdeutsche Außenminister und Bundesvorsitzende der Freien Demokratischen Partei Guido Westerwelle (1961-2016) machte keinen Hehl aus seiner Homosexualität und dass er in einer gleichgeschlechtlichen Partnerschaft lebte. Trotzdem spielte dieser Umstand in Wahlkämpfen keine Rolle, d.h. keiner der politischen Gegner Westerwelles missbrauchte dessen Zugehörigkeit zu einer Minderheitengruppe, was die sexuelle Orientierung betraf. 30 Jahre zuvor wäre das noch unmöglich gewesen.<sup>6</sup>

Warum eigentlich entwickeln Stereotypen, also emotional aufgeladene Bilder anderer Gruppen oder von Mitgliedern anderer Gruppen, eine so starke Wirksamkeit, dass nur wenige Politiker sich dem entziehen können? Das betrifft übrigens

---

<sup>6</sup> Nach einer repräsentativen Umfrage der Antidiskriminierungsstelle der Bundesregierung vom Januar 2017 stimmen inzwischen 83% der Bevölkerung einer Ehe zwischen Homosexuellen beider Geschlechter zu – [www.sueddeutsche.de/leben/antidiskriminierungsstelle-des-bundes-homosexualitaet-ja-aber-nicht-in-der-eigenen-familie-1.3329885](http://www.sueddeutsche.de/leben/antidiskriminierungsstelle-des-bundes-homosexualitaet-ja-aber-nicht-in-der-eigenen-familie-1.3329885) (Stand: 17.1.2017).

nicht nur Politiker. In meiner akademischen Laufbahn habe ich in vielen Sitzungen gegessen, deren Teilnehmer ausschließlich Professoren waren – in ihnen tauchten oft recht spezifische Stereotypen von Studenten auf; Studierende haben mir in Gesprächen zugestanden, dass in Studentenversammlungen auch entsprechende Professorenbilder vorkommen. Warum brauchen Menschen derartige Stereotypisierungen?

Die Fachliteratur unterstreicht häufig die Orientierungsfunktion von Stereotypen. Sie sollen einem “natürlichen Orientierungsbedürfnis” entsprechen, ja “das Bedürfnis nach einer raschen Außenorientierung”<sup>7</sup> befriedigen. Eine solche Orientierung spielt sich auf zwei Ebenen ab: zum einen sachbezogen, d.h. die Stereotype ordnen bzw. ich ordne mit Hilfe der Stereotypen mir diffus erscheinende Wahrnehmungen und reduziere dadurch Komplexität; zum anderen sozialbezogen, d.h. ich orientiere mich sozial, indem ich Gemeinsamkeit mit anderen in einer Kommunikationssituation feststelle (oder auch nicht feststelle) und damit auch mich und meine Umwelt festlege; die Stereotypen brauche ich also, um zwischen dem ‘Eigenen’ und dem ‘Fremden’ unterscheiden zu können, also mich (und die Anderen) zu verorten. Diese sozialbezogene Ebene führt direkt zu den beiden Varianten von Stereotypen, nämlich dem Autostereotyp, also dem Bild, das man von sich selbst oder von der eigenen Gruppe macht (samt den Werturteilen, die damit verbunden sind), und zu dem Heterostereotyp, dem Bild, das man von den anderen hat. Beide diese Varianten, das Selbstbild und das Fremdbild, hängen unmittelbar miteinander zusammen. Manchmal entsprechen sie sich, d.h. funktionieren parallel: So z.B. entstand das Stereotyp des *deutschen Drangs nach Osten* vor 160 Jahren in den 1850er Jahren als positives deutsches Autostereotyp zur (historischen und aktuellen) Rechtfertigung einer deutschen zivilisatorischen und gleichzeitig imperialen Ostmission fast gleichzeitig mit dem negativen Heterostereotyp in einigen slawischen Gesellschaften, die damit ihre Bedrohungsängste zum Ausdruck zu brachten, zugleich auch mit den Funktionen der Gegnerdefinierung und der Selbstmobilisierung.

Die wechselseitige Bedingtheit von Autostereotyp und Heterostereotyp geht jedoch noch weiter und muss nicht unbedingt verbal ausgeführt werden. Es lässt sich folgende Regel aufstellen: Fast jedes Mal, wenn ein negatives Heterostereotyp benutzt wird, wird gleichzeitig das positive Autostereotyp mitgedacht. Der Krakauer Ethnologe Andrzej Mirga meint dazu:

<sup>7</sup> Rudolf Jaworski betont dies vor allem für die gemischtnationalen Gebiete Ostmitteleuropas, vgl. Jaworski (1987, S. 66); von linguistischer Seite betonte das schon früher Quasthoff (1973, S. 125): “‘Stereotype’ erleichtern oder ermöglichen sogar dem einzelnen die Orientierung in einer immer komplexer werdenden Welt [...]” mit weiteren Hinweisen auf die konkreten Aspekte dieser Orientierungshilfe. Vgl. auch das Kapitel “Das Vorurteil als Grundproblem der sozialen Orientierung” in Heintz (1957, S. 28-34).

Das Heterostereotyp verweist uns jedes Mal *explizit* oder *implizit* auf das Autostereotyp. Man darf die Behauptung wagen, dass es für eine Gruppe [so] wichtig [ist], sich selbst zu definieren, dass das Heterostereotyp hingegen der Vorwand und die Form ist, um das Autostereotyp zu explizieren. (Mirga 1984, S. 64; Übersetzung HHH)

Die *polnische Wirtschaft* als deutsches Polenstereotyp<sup>8</sup> behauptet unausgesprochen, dass in Deutschland besser und rationaler gewirtschaftet werde; das französische Stereotyp der *anarchie polonaise*<sup>9</sup> spiegelt das französische Konzept zentralisierter Staatlichkeit wider. Und umgekehrt: In den Diskursen einiger slawischer Gesellschaften funktionieren Heterostereotypen, die Deutsche als plumpe Roboter mit automatisierten Reaktionen schildern – sie dienen als Gegenbild zu den Vorstellungen von ‘natürliche’ zwischenmenschlichen Verhaltensweisen in den eigenen Gesellschaften. Etwas anders funktioniert dieses Verhältnis bei positiven Heterostereotypen. Das zu evozierende Autostereotyp mit negativer emotionaler Wertigkeit gilt dann nicht als affirmative Aussage, sondern als Warnung bzw. Aufforderung; das positive Heterostereotyp hat also einen appellativen Charakter: ‘Wir sind leider so bzw. nicht so, aber wir sollten so sein oder so werden’; die Anderen werden praktisch als Vorbild empfohlen. Darauf beruhte Lech Wałęsas berühmte Forderung “Wir bauen in Polen ein zweites Japan” (“zbudujemy w Polsce drugą Japonię!”<sup>10</sup>) – Japan als das Stereotyp einer disziplinierten Gesellschaft, als ein stereotyper Weg zu Wohlstand und technischer Perfektion, sowie gleichzeitig an Appell an sich selbst bzw. an die eigene Gruppe: “Seien wir so!”.

Man mag dies als ein interessantes und vielleicht sogar lustiges Tischtennispiel ansehen; obendrein erfährt man so einiges über menschliche Träume und Phantasien. Dahinter versteckt sich aber noch mehr, nämlich dass das Stereotyp mit seiner verborgenen komparativen Funktion, also Fremd- und Eigenbild miteinander abgleichend, uns (Stereotypenforscher) immer auf die Identität derjenigen Person verweist, die dieses oder jenes Stereotyp zum Ausdruck bringt, bzw. zur Identität der Gruppe, in der diese Stereotypen funktionieren. Stereotypen haben also eine deutliche Funktion für die Konstruktion kollektiver Identitäten. Über Autostereotypen und Heterostereotypen bringen wir absichtlich oder (meist) unabsichtlich die Inhalte unserer Identität zum Ausdruck, deren unterschiedliche Aspekte und Varianten. Und das voller Emotion, denn unsere Emotionen bringen, ja verführen uns dazu, unsere Identität zu enthüllen, ja bloßzustellen. Es lohnt sich, sich dessen bewusst zu werden, dass wir, wenn wir Stereotypen benutzen, uns entblößen, Einblick in unsere Identität, in unsere Emotionen geben. Die ganze Ironie, deren sich Intellektuelle bei der Benutzung von Stereotypen oft befleißigen, hilft da nichts. Wenn wir Stereotypen benutzen, ziehen wir uns aus, und zwar

<sup>8</sup> Siehe dazu die ausführliche Abhandlung des Posener Germanisten Hubert Orłowski (1996).

<sup>9</sup> Beauvois (1985, S. 134-147).

<sup>10</sup> Lech Wałęsa: Moja Japonia. [www.tygodnik.com.pl/japonia/walesa.html](http://www.tygodnik.com.pl/japonia/walesa.html) (Stand: 9.1.2017).

ganz. Für den Stereotypenforscher, der solche Einblicke gewinnt, sind solche Begegnungen mit entblößten, ja nackten Identitäten keineswegs immer lustig.

Eine interessante Variante wirksamer Stereotypen stellt die stereotypisierende Verwendung von Himmelsrichtungen dar. Jedoch – obwohl heute ständig vom Nord-Süd-Konflikt (= ‘entwickelte’ vs. angeblich ‘unterentwickelte’ Welt, zugleich der wichtigste Weg aktueller Massenmigrationen) die Rede ist, dominiert zweifellos noch immer im europäischen Diskurs<sup>11</sup> das Beziehungspaar ‘West’ und ‘Ost’. Sowohl die Publizistik und politische Sprache als auch die Alltagssprache sind in fast allen europäischen Ländern davon geprägt. Dabei waren und sind, von russischen Slavophilen<sup>12</sup> einmal abgesehen, die qualifizierenden emotionalen Konnotationen so eindeutig, dass kaum jemand freiwillig zum ‘Osten’ gehören will, wo immer in Europa er auch wohnen mag, heute wohl mit Ausnahme der Mehrheit der Bewohner Russlands und der Ostukraine. Letztlich handelt es sich um ein interessantes Beispiel dafür, wie Stereotypen das “mapping in our head” herstellen – egal wo wir beheimatet sind, aber sicherlich wollen wir nicht im ‘Osten’ wohnen, ganz im Gegenteil, höchstens in Mitteleuropa, und Gott sei Dank haben französische Wissenschaftler ja 1989 festgestellt, dass geographisch der Mittelpunkt Europas in dem litauischen Dorf Purnuškes bei Vilnius zu lokalisieren sei.

Nach dem Ende des Kalten Krieges hätte man erwarten können, dass eine solch negative Stereotypisierung des ‘Ostens’ zu Ende gehen oder zumindest sich ändern werde. Ganz im Gegenteil – alle verlangten vom ‘Osten’, dass er ‘Westen’ werden solle, und sie waren empört, dass der ‘Osten’ der ‘Osten’ blieb. Es interessiert hier nicht, wer oder was für eine solche Perzeption verantwortlich sei. Auf jeden Fall sind Kontroversen über politische und wirtschaftliche Interessen üblicherweise mit Emotionen und alten Bildern aufgeladen; emotionale Dämonisierungen wurden und werden wirkungsvoll eingesetzt. Kulturelle, konfessionelle und religiöse Unterschiede führen noch heute nicht zu wechselseitigem Respekt, sondern zu Beschimpfungen.

Die Stigmatisierung des ‘Ostens’ hat eine lange Geschichte. Sie hängt damit zusammen, dass der Osten ursprünglich im Orient angesiedelt wurde, während die von uns heute als geographisches Osteuropa wahrgenommenen Gebiete als der ‘Norden’ angesehen wurde.<sup>13</sup> Von manchen Autoren wird der Beginn der ‘Ost’-Stereotypisierung schon mit den Perserkriegen der Griechen im 5. vorchristlichen Jahrhundert angesetzt. Im Mittelalter und in der frühen Neuzeit gab es sowohl für die Menschen des Orients wie für die in unserem heutigen Osteuropa beheimateten Menschen ähnliche, wenn auch nicht unbedingt die gleichen

---

<sup>11</sup> Eine ‘Ost’-‘West’-Relation existiert ebenfalls, wenn auch mit umgekehrter Bewertung, im inneramerikanischen Diskurs. Auf sie kann hier nicht eingegangen werden.

<sup>12</sup> Vgl. Glazkova (1995).

<sup>13</sup> Vgl. Lemberg (1985).

Stereotypen – eine differenzierte Ähnlichkeit samt einem Übergang, die bisher noch keineswegs genügend erforscht worden sind. Der religiöse (Heiden) oder konfessionelle (Häretiker) Unterschied wurde meist in den Vordergrund geschoben, an den kulturelle und ethnische Alteritätsbilder andocken konnten.

Seitdem ist die Wahrnehmung des ‘Ostens’ unablässig mit der Frage verbunden: “Warum können sie und wollen sie nicht so sein wie wir? Wenn ‘wir’ schon alle Europäer sein sollen, dann sollen sich ‘die im Osten’ an uns Westler angleichen, denn wir sind – nach unserem Selbstverständnis – die ‘eentlichen’, ‘echten’, ‘wesensmäßigen’ Europäer.” Letztlich geht es in diesem imaginären westlichen Monolog um eine Debatte, wie offen oder eng wir den Begriff ‘Europäer’ definieren. Diese Wahrnehmungen des ‘Ostens’ als der Andere, der Fremde ist also älter als Peter der Große oder Katharina II.<sup>14</sup> Entsprechend meinen obigen Ausführungen über die Rolle von Stereotypen für die eigene Identität ist klar: Der ‘Osten’ ärgert uns, weil er nicht der ‘Westen’ ist, weil er selbst ist und sich nicht dessen schämt, dass er anders ist. Wir ‘Westler’ wollen durch die Stereotypisierung des ‘Ostens’ hervorheben, dass wir und unsere Werte besser sind als die von denen da.

Natürlich dürfen wir unsere Werte lieben und mit ihnen zufrieden bzw. auf sie stolz sein; aber warum führt ein solches Bekenntnis zum eigenen Wertesystem zu negativen Stereotypen von Menschen, die anders sind und größtenteils auch anders bleiben wollen? Und die sich bei näherem Kennenlernen meist nur wenig von uns unterscheiden? Man kann behaupten, dass dies die Spielregeln bei der Benutzung von Stereotypen sind – meinerwegen, aber dann sollen wir zugeben, dass ‘Westen’ und ‘Osten’ Stereotypen sind, und dass hier die Wahrheit nicht wie sonst üblich in der Mitte liegt, sondern dass es in der Welt der Stereotypen einfach keinerlei Wahrheit gibt.

Stereotypen sind allgegenwärtig. Mit ihnen kann man Menschen, sogar Massen mobilisieren, und zwar in jedem politischen System, von totalitären oder autoritären bis zu demokratischen politischen Ordnungen. Das soll nicht heißen, dass es keine Unterschiede zwischen demokratischen und nichtdemokratischen Systemen gebe, sondern nur, dass in allen von ihnen Stereotypen funktionieren. Natürlich ist es ein Unterschied, ob beispielsweise politische Stereotypen in einer Auseinandersetzung mit politischen Gegnern während eines Wahlkampfes in einem demokratischen Staat, ob ethnische oder xenophobe Stereotypen gegen eine Minderheit im Inland oder ob nationale bzw. politische Stereotypen gegen äußere Feinde benutzt werden. Auch ist zu berücksichtigen, ob wir es mit einer relativ freien, d.h. von staatlichen und politischen Institutionen wenig kontrollierten Presse, mit einer Regimepresse oder mit Regierungspropaganda zu tun haben.

<sup>14</sup> In welchem Ausmaß ältere kulturelle und konfessionelle Stereotypen auch nach 1991 wieder aufgegriffen wurden, davon zeugt das seinerzeit aufsehenerregende Buch von Huntington (1996).

Die Allgegenwart von Stereotypen lässt sich in sehr alltäglichen Situationen beobachten, sogar wenn niemand ein Stereotyp formuliert. Dazu eine kleine Grenzgeschichte, die sich 1998<sup>15</sup> in einem Zug auf der Eisenbahnverbindung Dresden-Prag abspielte. Eine Studentengruppe aus Oldenburg fährt nach Prag zu einem schon seit zwei Semestern vorbereiteten Seminar mit tschechischen Studenten. Es stellt sich heraus, dass der Personalausweis einer Studentin abgelaufen ist (und sie auch keinen Reisepass mitgenommen hat). Der bundesdeutsche Passkontrolleur erklärt, er könne kein Ersatzdokument ausstellen, und ansonsten gehe ihn die Sache nichts an. Der kurz darauf erscheinende tschechische Passkontrolleur erklärt, die junge Dame müsse den Zug verlassen und könne die tschechische Grenze nicht überschreiten, da sie kein gültiges Ausweispapier mit sich führe. Die weitere Unterhaltung spielt sich auf Tschechisch ab, geführt von meiner Frau. Sie bittet den tschechischen Beamten, ob er nicht in diesem Fall eine Ausnahme machen könne, schließlich habe die Studentin sich auf diese Reise ein Jahr und dafür einen Vortrag vorbereitet, man werde dann ja in Prag in der deutschen Botschaft ein gültiges Ausweispapier besorgen. Die Antwort lautet: “In diesem Fall eine Ausnahme? Wissen Sie, was hier passiert, wenn ein Tscheche ohne einen gültigen Ausweis erscheint und nach Deutschland einreisen will? Da sind die Deutschen mitleidlos, die machen nie eine Ausnahme”. Darauf folgt die appellative Frage meiner Frau: “Aber Sie werden sich doch wohl nicht mit den Deutschen auf eine Stufe stellen?”. Die junge Dame konnte ihre Reise nach Prag fortsetzen.

Explizit wurde hier kein direktes Stereotyp ausgesprochen, scheinbar lief das ganze Gespräch auf der Ebene der konkreten Situation und des anstehenden Sachproblems ab und verließ nicht den Boden der Realität. Trotzdem hätte die Geschichte ohne die in den Köpfen existierende Stereotypenwelt nicht diesen Ausgang nehmen können. Dank der Existenz der in der konkreten Situation nicht ausgesprochenen Stereotypen verlief die Geschichte so wie hier erzählt, und man könnte sagen: “Gott sei Dank gibt es Stereotypen”. Als ich diese Geschichte einem deutschen Kollegen, Professor für Politologie, erzählte, reagierte er lachend: “Typisch altes Österreich!” – und hatte sie damit in seine Stereotypenwelt eingeordnet.

Nicht selten wird die Frage nach der Rolle von Stereotypen in der näheren Zukunft gestellt. Dahinter verbirgt sich die Hoffnung, dass in unseren angeblich aufgeklärten Zeiten es uns gelingen werde, Stereotypen zu überwinden und sie weitgehend loszuwerden. Der Autor dieser Zeilen schreibt sich als Historiker keine Kompetenz zu, Aussagen über die Zukunft zu machen. Für die Vergangenheit haben wir Quellen und eine historische Methodologie – das ist nicht viel, aber etwas, auf was man sich stützen kann. Als Zukunftsprophet haben wir bei Aussa-

---

<sup>15</sup> Die Jahreszahl ist insofern wichtig, weil die geschilderte Begebenheit sich vor dem EU-Beitritt Tschechiens 2004 abspielte.

gen über kulturelle und soziale Entwicklungen in der Zukunft nur die Hypothese, dass die Evolution so verlaufen werde, wie wir es in der jüngeren Vergangenheit gewohnt sind – und das ist eine recht unsichere Hypothese.

Unser 21. Jahrhundert begann konfliktreicher und blutiger, als zuvor zu erwarten stand, und es gibt wenig Anzeichen, dass die nähere Zukunft ruhiger verlaufen werde. Konflikte generieren Stereotypen, produzieren sie, vermehren und verschärfen sie. Was die kollektive Identität angeht, so gilt es noch vorsichtiger zu sein, wenn es um Voraussagen geht. Es muss völlig offen bleiben, ob die heutige Dominanz nationaler Identitäten sich auf unserem Erdball, zumindest war Europa angeht, erhält, ob sie von einer europäischen Identität, oder umgekehrt von einer regionalen Identität, oder von anderen Identitäten wie z.B. von einer religiösen Identität ergänzt oder gar ersetzt wird – in der islamischen Welt werden wohl heute in einigen Ländern die nationalen Identitäten von religiösen Identitäten und oft gar von konfessionellen Identitäten ersetzt.

Jede identitäre Veränderung hat Einfluss auf Stereotype, denn Identität findet ihren Ausdruck in Stereotypen, gleichzeitig sind Stereotypen Emanationen von Identität. Konflikte bringen Menschen einerseits dazu, sich an ihren bisherigen Identitäten festzuhalten, andererseits beschleunigen sie bei anderen Menschen solche Veränderungen. Als Stereotypenforscher sollte ich mich darüber freuen, denn Stereotype sind in einer konfliktreichen Welt aktueller und wahrnehmbarer als in einer friedlichen Welt, in der Stereotype die Menschen bedeutend weniger stören. Als Bürger dieser Welt und dieses Kontinents hege ich viele Zweifel und Befürchtungen in einer Situation, in der sogar demokratische Staaten immer rascher zu Gewaltanwendung neigen. Konflikte gebären Stereotypen, und der verstärkte Gebrauch von Stereotypen gebiert Konflikte oder verschärft sie zumindest. In diesem Sinne kann man voraussagen (und Sie sehen, dass auch ich trotz meiner zuvor zum Ausdruck gebrachten Skepsis dieser Versuchung unterliege), dass wir, wie angeblich ein altes chinesisches Sprichwort behauptet, “in interessanten Zeiten leben werden” – sicherlich zumindest in aufregenden...

Stereotypen sind mit der Geschichte jedoch darüber hinaus in einer recht spezifischen Weise verknüpft.<sup>16</sup> In der breiteren Gesellschaft lebt die Geschichte in ‘Geschichtsbildern’, und wenn wir sie zusammenstellen, dann sprechen wir gerne von ‘Geschichtsbewusstsein’. Solche ‘Geschichtsbilder’, gemalt oder imaginiert, werden häufig zu Stereotypen. Gesellschaften mit imperialen Angewohnheiten wie die englische oder deutsche sprechen beispielsweise gerne von der Balkanisierung Europas, und darunter verstehen sie, dass kurz vor und vor allem direkt nach dem Ersten Weltkrieg eine ganze Reihe unabhängiger Nationalstaaten von Finnland über Polen bis nach Albanien auf den Trümmern alter und angeblich so stabiler Imperien wie Österreich-Ungarn, Russland, das Deutsche Kaiserreich und das Osmanische Reich entstanden sei. Balkanisierung ist so ein eindeutig

<sup>16</sup> Vgl. Hahn (1994); ebenfalls Hahn (1995).

negatives Stereotyp geworden, emotional aufgeladen mit dem Vorwurf, sie habe Unordnung und Chaos, unnötigen Aufruhr und Revolutionen verursacht; hinter diesem Stereotyp verbarg und verbirgt sich noch immer die Auffassung, dass in dieser Region ein ordentliches Imperium hätte aufrecht erhalten werden und für Ordnung sorgen müssen, dass die heute auf der Existenz von Nationalstaaten beruhende internationale Ordnung nicht legitim und vor allem immer weniger praktikabel sei, dass heute ein Imperium vonnöten sei, das mit seiner Hegemonie dieses Chaos in Schranken halten könne. Zwar wird dies meist nicht so wortwörtlich zum Ausdruck gebracht, aber ohne die Kenntnis dieser Sichtweise, d.h. ohne diese ‘Geschichtsbilder’ lässt sich die Politik der Großmächte gegenüber Ostmitteleuropa seit 100 Jahren kaum verstehen. So kann eine saubere Analyse des Stereotyps Balkanisierung dazu führen, mentale Einstellungen heraus zu sezieren, die mehr aussagen als die Lektüre vieler diplomatischer Dokumente.

‘Geschichtsbewusstsein’ kann man höchst mannigfaltig verstehen; häufig ist damit einfach das allgemeine historische Wissen einer Gesellschaft gemeint. Man kann weitere Fragen anschließen, wie z.B.: Woher stammt dieses Wissen? Wie wird ‘Geschichtsbewusstsein’ zum Ausdruck gebracht? Woher stammen die und was ergibt sich aus den in unserem ‘Geschichtsbewusstsein’ gesammelten ‘Geschichtsbilder[n]’ (ich erinnere an Walter Lippmans *pictures in our head*)? Wie sehen solche ‘Geschichtsbilder’ aus? Kann man von der Geschichtserfahrung einer ganzen Gesellschaft sprechen, und wenn ja, wie wird eine solche Geschichtserfahrung den nächsten Generationen tradiert?

Schon der Begriff ‘Geschichtsbilder’ suggeriert eine Ähnlichkeit zu Stereotypen. Solche ‘Geschichtsbilder’ funktionieren oft als konstante und verwurzelte Elemente, die weder einer Diskussion noch einer Veränderung unseres Bewusstseins unterliegen, von hoher emotionaler Färbung sind und gerne mit Personifizierungen und starken Identifikationen arbeiten. Je mehr wir ‘Geschichtsbewusstsein’ als ein geschlossenes System betrachten, als ein Steinbruch kollektiver Erfahrungen, als etwas, von dem wir glauben, dass wir es genau kennen, als endgültige Lehre, die wir aus der Vergangenheit ziehen können, umso mehr haben wir es mit unveränderlichen ‘Geschichtsbildern’ zu tun. Sie geben vor, ein quasi objektives Wissen über die Vergangenheit zu enthalten, sagen aber in Wirklichkeit, wie diese Vergangenheit eingeschätzt und beurteilt werden soll, erhalten also unmerklich eine normative Funktion. Da aus solchen ‘Geschichtsbildern’ sich eine eindeutige Bestimmung der Identität ergibt, Schlussfolgerungen aus der Geschichte aber als etwas Definitives gelten, werden solche ‘Geschichtsbilder’ zu Stereotypen. In der Konsequenz unterliegt die Art und Weise, wie wir die Gegenwart wahrnehmen, den Einflüssen jener ‘Geschichtsbilder’. Bilder, die man für wahr hält (sogenannte objektive Geschichte), üben einen großen Einfluss auf die Wahrnehmung laufender Ereignisse aus oder entscheiden letztendlich über diese Wahrnehmung. Nichts drückt das besser aus als ein anachronistischer Witz aus den 70er Jahren des vergangenen Jahrhunderts:

*Ein Fleischerladen in Warschau, in der späten Gierek-Zeit, also Ende der 1970er Jahre. Im Geschäft hängt deutlich sichtbar ein Schild mit der Aufschrift: "Kombattanten der Schlacht bei Tannenberg (poln. Grunwald [1410]) werden außerhalb der Reihenfolge bedient". Ein graubärtiger alter Mann kommt in den Laden und stellt sich nicht in die Schlange, sondern geht direkt zur Ladentheke.*

*"Was machen Sie da?" fragt die Verkäuferin ärgerlich, "warum drängeln Sie sich vor? Warum stellen Sie sich nicht an wie alle anderen?"*

*"Ich bin Kombattant", sagt der Alte heiser und weist auf die Aufschrift hin, "und wir haben gesiegt. Deshalb brauche ich nicht Schlange stehen und warten".*

*"Und wo haben Sie gekämpft?", fragt die Verkäuferin.*

*"Nun, das ist lange her, ich war noch bei Tannenberg dabei".*

*"Was erzählen Sie mir da? Können Sie das beweisen? Haben Sie Papiere darüber?"*

*"Papiere? Liebe Frau, woher soll ich denn Papiere haben? Damals, im 15. Jahrhundert, konnte doch kaum jemand lesen oder schreiben, und das Papier war doch noch gar nicht erfunden worden. Woher sollte ich denn da irgendwelche Papiere haben?"*

*"Was reden Sie da! Erzählen Sie mir doch keine Märchen – hier erscheinen fast täglich Kreuzritter, und die haben alle ihre Papiere in Ordnung".*

Gegenüber einer rein 'präsentistischen' Vorstellung von der Wirksamkeit der Stereotypen macht die doppelte Zielrichtung dieses Witzes deutlich, dass einerseits Historiker ohne die Einsicht in die stereotype Wirkung von Geschichtsbildern nur unvollkommen mit ihrem Handwerkszeug umgehen können, und umgekehrt nichthistorische Stereotypenforscher ohne den Vergangenheitsbezug von Stereotypen die kulturellen und sozialen Dimensionen von Stereotypisierungen rasch missverstehen können. Denn die mehrfache 'Historizität' dieses Witzes macht deutlich, dass die Absurdität des Wahrheitsanspruchs von Stereotypen kaum besser zum Ausdruck gebracht werden kann als durch auch krassen (und hier doppelt ausgespielten) Anachronismus. Dieser Witz holt seine stereotypen Bezüge nicht nur aus dem späten Mittelalter und spielt damit mit dem Zeitunterschied, sondern auch aus den nationalen Mythen Polens und Deutschlands sowie aus dem Propaganda-Reservoir des kommunistischen Polen.<sup>17</sup> Seine exakte Platzierung und genaue historische Verortung wirkt wie eine höhnische Reminiszenz – armselige Gegenwart contra mythologisierten Sieg.

<sup>17</sup> 'Grunwald' wurde in den 1980er Jahren mit der in der herrschenden kommunistischen Partei Polens einflussreichen nationalistisch-kommunistischen Gruppierung "Zjednoczenie Patriotyczne 'Grunwald'" ("Patriotische Vereinigung 'Grunwald'") assoziiert; vgl. Gasztold-Señ (2012).

## Literatur

- Beauvois, D. (1985): Stereotyp “polskiej anarchii”. In: *Aneks* 39 (1985), 134-147.
- Gasztold-Señ, P. (2012): *Koncesjonowany nacjonalizm. Zjednoczenie Patriotyczne Grunwald 1980-1990*. Warszawa: Instytut Pamięci Narodowej.
- Glazkova, M. (1995): The image of the West in the teaching of Russian Slavophiles: Structure and functions. In: Kontler, L. (ed.): *Pride and prejudice. National stereotypes in 19<sup>th</sup> and 20<sup>th</sup> century Europe East to West*. (= Central European University History Department, Working Paper Series 2). Budapest: Central European University, 11-28.
- Hahn, H.H. (1994): History and national stereotypes. In: *International Cultural Centre Cracow June 1993-May 1994, Yearly* No. 3, 43-48.
- Hahn, H.H. (1995): Stereotypen in der Geschichte und Geschichte in Stereotyp. In: Hahn, H.H. (Hg.): *Historische Stereotypenforschung. Methodische Überlegungen und empirische Befunde*. Oldenburg: BIS, 190-204.
- Hahn, H.H. (2007): 12 Thesen zur historischen Stereotypenforschung. In: Hahn, H.H./Mannová, E. (Hg.): *Nationale Wahrnehmungen und ihre Stereotypisierung. Beiträge zur Historischen Stereotypenforschung*. (= Mitteleuropa – Osteuropa. Oldenburger Beiträge zur Kultur und Geschichte Ostmitteleuropas 9). Frankfurt a.M. u.a.: Lang, 16-24.
- Hahn, H.H./Hahn, E. (2002): Nationale Stereotypen. Plädoyer für eine historische Stereotypenforschung. In: Hahn, H.H. (Hg.): *Stereotyp, Identität und Geschichte. Die Funktion von Stereotypen in gesellschaftlichen Diskursen*. (= Mitteleuropa – Osteuropa. Oldenburger Beiträge zur Kultur und Geschichte Ostmitteleuropas 5). Frankfurt/M. u.a.: Lang, 17-56.
- Heintz, P. (1957): *Soziale Vorurteile. Ein Problem der Persönlichkeit, der Kultur und der Gesellschaft*. Köln: Verlag für Politik und Wirtschaft.
- Huntington, S.P. (1996): *The clash of civilizations and the remaking of world order*. New York: Simon & Schuster.
- Jaworski, R. (1987): Osteuropa als Gegenstand historischer Stereotypenforschung. In: *Geschichte und Gesellschaft* 13, 1, 63-76.
- Lemberg, H. (1985): Zur Entstehung des Osteuropabegriffs im 19. Jahrhundert. Vom “Norden” zum “Osten” Europas. In: *Jahrbücher für Geschichte Osteuropas*, N.F. 33/1985, 48-91.
- Stanzel, F.K. (1997): *Europäer. Ein imagologischer Essay*. Heidelberg: Winter.
- Walas, T. (ed.) (1995): *Narody i stereotypy*. Kraków: Międzynarodowe Centrum Kultury. [Engl. Fassung: Walas, T. (ed.) (1995): *Stereotypes and nations*. Cracow: Midzynarodowe Centrum Kultury.]
- Lippmann, W. (1949 [1922]): *Public opinion*. New York: Macmillan. [Erstveröff.: New York 1922: Harcourt Brace.]

- Mirga, A. (1984): Stereotyp jako model "prawdziwego swojego" i "obcego" (Próba konstrukcji teoretycznej zjawiska stereotypu). In: *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego 722, Prace Etnograficzne* 19, 51-70.
- Orłowski, H. (1996): "*Polnische Wirtschaft*". *Zum deutschen Polendiskurs der Neuzeit*. (= Studien der Forschungsstelle Ostmitteleuropa an der Universität Dortmund 21). Wiesbaden: Harrassowitz.
- Quasthoff, U. (1973): *Soziales Vorurteil und Kommunikation – Eine sprachwissenschaftliche Analyse des Stereotyps. Ein interdisziplinärer Versuch im Bereich von Linguistik, Sozialwissenschaft und Psychologie*. Frankfurt a.M.: Athenäum.

**Bibliographical information**

This text was first published in the book:

Anna Dąbrowska/Walery Pisarek/Gerhard Stickel (eds.) (2017): Stereotypes and linguistic prejudices in Europe. Contributions to the EFNIL Conference 2016 in Warsaw. Budapest: Research Institute for Linguistics, Hungarian Academy of Sciences. [ISBN 978-963-9074-68-2. 280 pages.]

The electronic PDF version of the text is accessible through the EFNIL website at:

<http://www.efnil.org>