Medien und Stereotype

In Bezug auf die Konstruktion und Vermittlung von Vorurteilen und Stereotypen nehmen Medien eine Schlüsselrolle ein. Dies spiegelt sich auch in der wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit der Thematik. Mittlerweile haben sich verschiedene Disziplinen in zahlreichen Studien mit medial vermittelten Stereotypen und Vorurteilen beschäftigt, sodass eine kaum überschaubare Fülle an Publikationen erschienen ist. Überblicksdarstellungen, die den Forschungsstand für eine bestimmte Fachdisziplin aufbereiten, sind dagegen rar. Die vorliegende Habilitationsschrift von Martina Thiele versucht dieses Defizit auszugleichen, indem sie den bisherigen Forschungsstand zum Thema „Medien und Stereotype" für die Kommunikations- und Medienwissenschaft aufarbeitet.

Trotz des beachtlichen Umfangs von 504 Seiten ist die Schrift sehr übersichtlich in vier Teile gegliedert. Im ersten Teil „Begriffe und Theorien" stellt die Autorin dar, was ein Stereotyp zu anderen mit ihm verwandten Konzepten wie Vorurteil, Klischee, Image und Bild ausmacht. Dabei stellt die Definition des Forschungsgegenstandes ihrer Meinung nach eine besondere Herausforderung dar; fehlende Begriffsdefinitionen sowie die mangelnde Auseinandersetzung mit Funktionen und Arten von Stereotypen und Interdependenzen (Stichwort Intersektionalität) deuten auf ein bestehendes Theoriedefizit in der deutschsprachigen Kommunikationswissenschaft (S. 97). Dem versucht sie eine – zwar vorläufige und ergänzungsbedürftige – eigene Definition gegenüberzustellen, in der sie Stereotype als „Eigenschaften bzw. Qualitäten [fasst], die als verbunden mit Kategorisierungen von Personen, Gegenständen, Situationen oder auch abstrakten Dingen und Ideen wahrgenommen werden" (S. 96).

Im zweiten Teil der Publikation mit dem Titel „Wissenschaft und Geschichte" zeichnet Thiele die bisherige kommunikationswissenschaftliche Stereotypen- und Vorurteilsforschung der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts nach. Dabei stellt sie ausgewählte Studien vor und stellt fest, dass eine Auswahl „aufgrund der zahlreichen englischsprachigen, sozialpsychologischen Werke zum Thema leichter fällt, als zu eruieren, welche deutschsprachigen sozialpsychologischen Studien vorliegen" (S. 153). Da bislang noch „nicht erhoben [wurde], wer wann mittels welcher Methoden mediale Stereotype untersucht hat" (ebd.), stellt sie mittels eines metaanalytischen Verfahrens die neueren Entwicklungen in der kommunikations- und medienwissenschaftlichen Stereotypenforschung dar.

So zeigt sich insbesondere im dritten Kapitel „Metaanalysen und Ergebnisse" die besondere Leistung der Untersuchung. Anhand der inhaltsanalytischen Auswertung von Beiträgen der Fachzeitschriften „Publizistik" und „Medien und Kommunikationswissenschaft" sowie dem theoretischen Sampling weiterer Publikationen aus anderen Disziplinen zum Thema „Medien und Stereotype" im deutschsprachigen Bereich seit 1945 schafft es Thiele, die bislang kaum überschaubaren Forschungsergebnisse systematisch und übersichtlich zu bündeln. Dabei arbeitet sie heraus, welche Forschungsphasen und Themenkonjunkturen es bislang gegeben hat. Da einige Stereotypenarten für die Kommunikationswissenschaft relevanter und dementsprechend in den Fachzeitschriften häufiger thematisiert werden (wie z. B. nationale, ethnische und geschlechtliche Stereotype), zeigt sich auch, welche Forschungsfelder defizitär behandelt wurden. So spielen religiöse, Körper- und Altersstereotype in den beiden untersuchten kommunikationswissenschaftlichen Fachzeitschriften kaum eine Rolle, sind jedoch außerhalb derer von immenser Bedeutung. Eine weitere Forschungslücke stellt Thiele im Bereich „Klassismus" und „Klassenstereotype" fest (S. 378). Auch angesichts der untersuchten Medien zeigt sich ein Ungleichgewicht. So werden mehr Presseerzeugnisse als TV-, Radio- oder Internetangebote auf stereotype Inhalte untersucht (S. 380). Auf dieser Grundlage stellt Thiele in einem abschließenden vierten Kapitel „Medien und Stereotype – Konturen eines Forschungsfeldes" Überlegungen hinsichtlich theoretischer Verortungen und epistemologischer Herausforderungen an. Dabei ist es dem aufwendigen – aber wie diese Publikation eindrucksvoll zeigt – sehr lohnenswerten Verfahren der Metaanalyse zu verdanken, dass erstmals nachvollziehbar wird, wie sich der Forschungsbereich „Medien und Stereotype" über mehrere Jahrzehnte im deutschsprachigen Raum entwickelt hat und welche Forschungsdefizite nachgewiesen werden können. Die Publikation leistet damit einen für die kommunikations- und medienwissenschaftliche Stereotypenforschung sehr wichtigen Beitrag.

Claudia Töpper

Martina Thiele:
Medien und Stereotype. Konturen eines Forschungsfeldes. Bielefeld 2015: Transcript. 504 Seiten, 44,99 Euro