

Hartmut Winkler

Stereotypen - ein neues Raster intertextueller Relationen?

Film- und fernsehwissenschaftliche Untersuchungen¹ stehen u.a. immer vor dem Problem, mit überwältigenden Quantitäten konfrontiert zu sein. Reduziert sich das Volumen innerhalb der Filmgeschichte durch einen Auswahl- und Fokussierungsprozeß, der mit der literaturgeschichtlichen Kanonisierung verglichen werden kann, und wird daraus häufig die Berechtigung abgeleitet, den aus der Literaturwissenschaft gewohnten werkorientierten Untersuchungsansatz in die Filmwissenschaft noch einmal zu übernehmen, so scheint das Programm des *Fernsehens* mit Blick auf einzelne herausragende 'Werke' endgültig nicht mehr analysierbar zu sein; die ungeheure Masse des ausgestrahlten Materials und sein Zusammenrücken zu einem fast kontinuierlichen Programmablauf machen es notwendig, mit veränderten Erwartungen und einem veränderten Relevanzbegriff dem Material sich zu nähern, und das theoretische Instrumentarium der spezifischen (und spezifisch-störrischen) Logik des Gegenstandes anzupassen.

In der Vergangenheit waren es vor allem drei Ansätze, die versucht haben, dem ungewohnten 'Druck der Quantitäten' Rechnung zu tragen: die Rekonstruktion von Genres und Epochen - als zweier Ordnungsraster, die den Einzelprodukten einen jeweils genauen Ort zuweisen -, zum zweiten ein bestimmter Typus von Einzeluntersuchungen, die das analysierte Produkt nicht isoliert, sondern von vornherein als ein Beispiel für eine größere Menge ähnlich strukturierter Produkte ansahen, und drittens schließlich Versuche, das Programm mit Hilfe quantitativer, d.h. statistischer Methoden zu analysieren. Gemeinsam ist diesen Ansätzen zunächst, daß sie darauf verzichten, das Material zu hierarchisieren, daß Qualitätsmaßstäbe für die Analyse also zunächst keine Rolle spielen. Triviale Produktionen - und das Fernsehen ist das Medium des Trivialen schlechthin - sind damit von Anfang an und relativ selbstverständlich einbezogen, anders als im Fall der Literaturwissenschaft, die sich dem Trivialen erst spät und mit einiger Mühe geöffnet hat.

Gleichzeitig aber sind die Grenzen der genannten Methoden deutlich: Zwischen quantitativer Deskription und Genres auf der einen Seite und exemplarischen Fallstudien auf der anderen besteht ein erheblicher Sprung im Grad der Abstraktion, so daß erstere die Arbeit am konkreten Material kaum anleiten können, und die Fallstudien umgekehrt den Nachweis ihrer Verallgemeinerbarkeit zumeist schuldig bleiben müssen.

Die so skizzierte Lücke nun könnte ein Ansatz füllen, der in jüngerer Zeit in sehr unterschiedlichen Zusammenhängen diskutiert wird und in Modellen sehr unterschiedlicher Zielrichtung eine erstaunliche Kraft zu entfalten scheint; gemeint ist die

Stereotypentheorie, oder, in anderer Terminologie, die Theorie kognitiver Invariantenbildung im Medienbereich.

Der Begriff der Stereotypen hat die Stärke - gleichzeitig aber auch die Schwäche -, daß er der Intuition und dem Alltagssprachgebrauch relativ nahe und, zumindest auf die Massenmedien bezogen, unmittelbar evident erscheint. 'Stereotype' Darstellungen gesellschaftlicher Realität und insbesondere von Minderheiten sind als ein systematischer Defekt der Massenmedien immer wieder kritisiert worden.

Sowohl von seinen pejorativen Konnotationen als auch vom Schein unmittelbarer Evidenz also wird man den Begriff ablösen müssen, bevor er den Anspruch stellen kann, theoriefähig und als ein hinreichend präzises Werkzeug verwendbar zu sein. Dies erscheint möglich, und verschiedene Ansätze dazu sollen im Folgenden zumindest kurz referiert werden.

Zuvor aber ist eine Eigenschaft hervorzuheben, die bereits den alltagssprachlichen Stereotypenbegriff auszeichnet und die ihn im Zusammenhang der eingangs skizzierten Material-Mengen-Problematik überhaupt erst interessant erscheinen läßt: Stereotypen nämlich bilden sich nie innerhalb eines einzelnen Textes heraus,² sondern sie werden nur dann überhaupt Kontur gewinnen, wenn sie in einer größeren Menge von Texten identisch oder strukturrähnlich - *wiederholt* auftreten. Stereotypen also, wie immer man diesen Begriff definiert, müssen als eine Art *semantischer Makrostruktur* angesehen werden, einer Struktur, die eine Vielzahl einzelner Produkte miteinander verbindet. Die Grenzen der Genres werden dabei souverän überschritten, gleichzeitig aber bleibt eine präzise Verbindung zu den jeweils konkreten Inhalten bestehen.

In der skizzierten Hierarchie der Abstraktionsniveaus also nimmt eine Analyse, die die Stereotypenstruktur zur Grundlage macht, eine Art mittlerer Ebene ein; und es erscheint möglich, sie ebenso in konkrete Einzelstudien hinein zu verlängern, wie sie mit den summarischen Aussagen auf Ebene der Genres und Epochen in Relation zu setzen.

Um den Begriff der Stereotypen zu präzisieren, hat I. Schneider den Vorschlag gemacht, Erkenntnisse der sozialwissenschaftlichen Stereotypentheorie für die Medienanalyse fruchtbar zu machen.³ Innerhalb der Sozialwissenschaften bzw. der Sozialpsychologie ist bereits seit Mitte der zwanziger Jahre über Stereotypen intensiv nachgedacht worden.⁴ Ausgehend von dem Problem, auf welche Weise Vorurteile und Gruppenüberzeugungen sich herausbilden, und wie 'stereotype' Fremd- und Selbstbilder zur Stabilität und Identität von Gruppen beitragen, wurde eine Vielzahl von empirischen Unter-

suchungen durchgeführt, die alle eine erstaunliche Homogenität und Stabilität der untersuchten Stereotypen nachweisen konnten. Die positive Konnotation der eigenen Gruppe und die Abwertung von Fremdgruppen blieb auch dann bestehen, wenn konkrete abweichende Erfahrungen vorlagen, wenn die Stereotype sich als dysfunktional erwiesen oder das gleichzeitige Bestehen einer 'privaten', vom Stereotyp abweichenden Überzeugung behauptet wurde.⁵

Die Interpretation solcher Befunde führte die Sozialpsychologie zu Theorien sozialen Lernens, zu gesellschaftstheoretischen und mentalitätsgeschichtlichen Überlegungen, zur Interpretation der Stereotypen als einer sprachlichen oder quasi-sprachlichen Struktur,⁶ und schließlich zu der These, der Zwang zu mentaler Ökonomie, d.h. letztlich die Knappheit der mentalen Ressourcen selbst, zwingt dazu, Stereotypen auszubilden und das Orientierungswissen in vereinfachenden, aber stabilen Schemata zu organisieren.⁷

Für den Begriff der Stereotypen bedeutete dies vor allem, daß er aus seiner ursprünglich engen Verbindung zum Vorurteil herausgelöst wurde und damit eine weniger pejorative Konnotation erhielt.⁸

Ein grundsätzlicher Unterschied zum medienwissenschaftlichen Stereotypenbegriff besteht darin, daß die Sozialpsychologie die Überzeugung empirischer Probanden untersucht und daß sie diese Probanden direkt befragt; in der Medienwissenschaft dagegen werden Stereotypen als eine ästhetische Eigenheit zunächst der *Produktseite* begriffen, und erst in zweiter Linie auf ihre Wirkungsdimension hin untersucht. Innerhalb der sozialwissenschaftlichen Stereotypentheorie sind die Medien bislang nur als eine Instanz der Sozialisation thematisiert worden.

Die zweite Tradition, die Schneider in ein Stereotypenmodell einzubringen vorschlägt, ist der Ansatz von Gerbner und Rosengren. Gerbner entwickelte Mitte der sechziger Jahre den Begriff der 'kulturellen Indikatoren', und damit ein Modell, das (parallel zu den eingeführten ökonomischen und sozialen Indikatoren der Sozialwissenschaften) Veränderungen nun auch im Bereich der immateriellen Kultur abbildbar und quantifizierbar machen sollte. Gerbners Interesse galt vor allem den Massenmedien und dem durch sie initiierten Kulturwandel, und seine 'message system analysis' stellt eine Methode der *Inhaltsanalyse* medialer Produkte dar, die durch eine Komponente der Wirkungsforschung einerseits und der Institutionenforschung andererseits ergänzt wird.⁹

Rosengren baute diesen Ansatz in Richtung einer allgemeineren kultursoziologischen Untersuchungsmethode aus, wobei er die Kultur als ein System von Symbolen betrachtet, das die Ideen, Überzeugungen und Werte einer Gesellschaft repräsentiert, und die kulturellen Indikatoren als standardisierte Parameter, die dieses symbolische System erschließen.¹⁰

Bekannt geworden sind insbesondere die Arbeiten Gerbners zum 'violence index', einer Langzeitstudie zur Gewalt in fiktionalen Sendungen des US-

Fernsehens, und Studien zur Rolle sozialer Vorurteile und politischer Einstellungen in den Massenmedien.¹¹ Schneider geht davon aus, daß, was Gerbner und Rosengren als kulturelle Indikatoren von Serien bestimmen, "im Rahmen einer Stereotypen-Theorie präziser definiert werden kann";¹² zum einen, weil der Anspruch auf Quantifizierbarkeit zurückgenommen werden kann, wenn ein Raster ausschließlich für qualitative Inhaltsanalysen entwickelt werden soll; zum zweiten, weil der Begriff der Stereotypen nur einen bestimmten verhärteten Kern der untersuchten Produkte zu beschreiben versucht, nicht aber deren Gehalt insgesamt oder gar den 'kulturellen Wandel' als solchen.

Als eine dritte Säule für ein Stereotypenmodell bietet sich ein Instrumentarium an, das die DDR-Wissenschaftler Schweinitz und Wuss auf Basis der kognitiven Psychologie und ebenfalls zur Analyse von Film- und Fernsehproduktionen entwickelt haben. Bereits im Jahr 1987 entwarf Schweinitz die Möglichkeit, den sozialwissenschaftlichen Stereotypenbegriff in die Medienwissenschaft einzubringen.¹³ Sein Text referiert zunächst die sehr verschiedenen Stereotypenbegriffe der allgemeinen Psychologie Pawlows und der Sozialpsychologie und beschreibt dann, wie die DDR-Adaption diese Begriffe zum einen mit der marxistischen Widerspiegelungstheorie und zum zweiten mit der Systemtheorie verschmolzen hat.

Daß die Widerspiegelungstheorie eine rabiate Verkürzung ästhetischer Phänomene und der Theorie des Bewußtseins allgemein bedeutet, ist auch an Schweinitz' Text noch abzulesen; das Beharren auf dem Weltbezug und auf der praktischen Relevanz des in Stereotypen organisierten Orientierungswissens aber bewährt sich darin, den Verweischarakter der Stereotypen offenzulegen; stereotype Vorstellungen sind immer Vorstellungen von 'etwas' und unabhängig davon, ob sie 'Invarianten der Realität'¹⁴ oder schlicht Ideologeme spiegeln, wirken sie, indem sie ein Ordnungsraster auf die Realität projizieren, auf diese Realität zurück.¹⁵

Als eine weitere Tradition führt Schweinitz den sprachwissenschaftlichen Stereotypenbegriff an, um dann die Definition eines eigenen, filmästhetischen Stereotypenbegriffs zu versuchen; filmästhetische Stereotypen, schreibt Schweinitz, sind "relativ stabile Invarianzerscheinungen in der filmischen Gestalt, also komplexere Gestaltphänomene, die in einer größeren Gruppe von Filmen im wesentlichen invariant bleiben. 'Im wesentlichen invariant' soll heißen, daß sie zumindest in ihrer Struktur isomorph, also gleichgestaltig erscheinen".¹⁶ Diese Definition hat das Problem, daß sie die Signifikant / Signifikat-Unterscheidung negiert, bzw. mit den Mitteln der Formulierung überspringt; eine zentrale Schwierigkeit des Stereotypenbegriffs - im Text thematisiert, aber nicht ausgetragen - nämlich besteht darin, daß Stereotypen nur im Extremfall durch eine identisch wiederholte Signifikantenanordnung repräsentiert sind,¹⁷ daß jedes Stereotyp also durch konkret sehr unterschiedliche Materialanordnungen realisiert sein kann.¹⁸ Dies hat zur Folge, daß Stereotypen nicht durch Signifikantenstrukturen 'objektiv belegt', sondern im Material allenfalls *wiedererkannt* werden können; was sie

aus dem Signifikantenkalkül ausscheidet und zu einer letztlich hermeneutischen Kategorie werden läßt. Der Forscher befindet sich damit in der unsicheren Situation, auf seine im Verlauf seiner fachlichen Sozialisation aufgebaute Sensibilität und auf sein subjektives Deutungsvermögen verwiesen zu sein.

Der zweite, von Peter Wuss entwickelte Ansatz hat das Verdienst, Vorwissen und filmische Sozialisation von vornherein in das Modell miteinbezogen zu haben.¹⁹ Stereotypen bei Wuss sind Strukturen, die im Repertoire der Kinos oder Fernsehprogramme besonders häufig auftreten, so daß sie nach und nach als 'Invarianten' sich etablieren und als ein medienspezifisches Vorwissen beim Zuschauer vorausgesetzt werden können. Wuss also beschreibt Stereotypen vor allem im Prozeß ihrer Herausbildung: Der faktischen Wiederholung bestimmter Strukturmuster auf Seiten der Produkte entspricht der Aufbau einer korrespondierenden Erwartungsstruktur auf Seiten der Rezipienten; und zwischen dem objektiven Verlauf der Filmgeschichte²⁰ und der filmischen Sozialisation der Zuschauer wird eine systematische Verbindung hergestellt. Dieser Ansatz hat die Stärke, die bei Schweinitz aufgerissene Kluft zwischen Signifikant und Signifikat wieder zu vermindern: Die Stereotypen erscheinen nun als ein Besitz der individuellen Gedächtnisse (Signifikatseite); da das Modell diesen Gedächtnisbesitz aber von der Teilnahme an gemeinsamen Diskursereignissen abhängig macht, scheint sowohl die intersubjektive Kommunizierbarkeit dieser Muster gewährleistet als auch ihr Rapport mit dem kollektivmateriellen 'Gedächtnis' der Signifikantenketten garantiert.

Wuss betrachtet die Stereotypen als komplexe 'Unterprogramme', die bestimmte Bilder mit ganzen Sets von Einstellungen, emotionalen Haltungen und Sinnbezügen fest verkoppeln; im Verlauf der Filmgeschichte aufgebaut, werden sie in der Wiederholung "immer unauffälliger, fallen in die Redundanz zurück, verblassen und degenerieren gleichsam";²¹ ihre Wirksamkeit aber beeinträchtigt dieser Mangel an Frische nicht; im Gegenteil: Einmal konventionalisiert genügt ein relativ geringes Signal, um das 'Unterprogramm' ablaufen zu lassen und das gesamte Set von Einstellungen, Haltungen und Sinnbezügen als einen Hintergrund des aktuell Gesehenen zu evozieren.²² Und Wuss schlägt vor, die Genres in diesem Sinne als eine Art 'Superstereotypen' aufzufassen.²³

Ich möchte ergänzen, daß ich selbst an anderer Stelle zur Klärung des theoretischen Umfeldes vorgeschlagen habe, den Stereotypenbegriff in den allgemeineren Rahmen traditionell semiotischer Überlegungen und Modelle einzustellen.²⁴ Dies bietet sich vor allem deshalb an, weil - bei Wuss besonders deutlich - Stereotypen als das Resultat eines schrittweisen *Konventionalisierungsprozesses* begriffen werden müssen. Dies wirft die Frage auf, wie die Stereotypen zu konventionellen Einheiten anderen Typs, d.h. dem *Zeichenreservoir* des Mediums Film sich verhalten - immer vorausgesetzt, daß der Begriff des Zeichens auf dem Terrain der technischen Bilder nach wie vor mehr als problematisch ist.

Das hauptsächliche Ergebnis dieser Überlegung ist, daß die Stereotypen ihre Sonderrolle einbüßen. Schienen die Stereotypen bis dahin einzelne verhärtete Einheiten inmitten eines an sich fluiden und ständig sich erneuernden Diskurses zu sein, so macht eine Reflexion auf die allgemeinen Zeichenprozesse deutlich, daß nahezu alle Gegenstände und Mittel des Films einem rigiden Konventionalisierungsprozeß unterliegen; Wiederholung und Wiedererkennen, die als Grundmechanismen der Stereotypenbildung erscheinen, regieren sowohl die Objekterkennung im Film, als auch die Etablierung und semantische Aufladung neu in die Filmgeschichte eintretender technischer Mittel; Stereotypen also müssen als der Sonderfall eines allgemeineren filmischen Zeichenprozesses aufgefaßt werden; und als 'semantische Makrostrukturen' nähern sie sich den bei Barthes entworfenen 'Mythen der Moderne' an.²⁵

Der so umrissene theoretische Horizont enthält sehr heterogenes Material, das einer genaueren Klärung der Begriffe, ihres Geltungsbereichs und ihrer theoretischen Implikationen bedarf. Dennoch zeichnet sich die Möglichkeit ab, auf Basis des Stereotypenbegriffes ein Analyseraster zumindest für konkrete, abgegrenzte Fragestellungen zu entwickeln.

Wenn es also Ziel des eingangs erwähnten Forschungsprojektes ist, einen festen Satz von Kriterien zu erarbeiten, der identisch auf verschiedene Fernsehserien angewendet werden kann, so bedeutet dies, daß ein Horizont von *Erwartungen* expliziert wird, der im Material sich bestätigt oder aber modifiziert werden muß. Die Methode also vollzieht unter kontrollierteren Bedingungen exakt jenes Wechselspiel zwischen 'Vorwissen' und neu hinzukommender Information nach, das, nach Erkenntnis der Stereotypentheorie, auch die normale Rezeption durchläuft.²⁶ Bedeutsam dabei ist, daß das konkret gewählte Raster weniger wichtig ist, als es scheint: Anders als im Fall quantitativer Untersuchungen, die den einmal gewählten Variablensatz nicht mehr hinterschreiten, vom Material also nicht mehr lernen können, fungieren die gewählten Stereotypen hier als ein Zugang, der das Material erschließen und den Aufwand gegenüber einer konventionellen Deutung reduzieren soll. Es scheint deshalb ebenso möglich, das Raster im Verlauf der Analyse zu verändern, wie besondere Fälle in Einzelstudien hinein weiterzuverfolgen.

Der zweite wichtige Punkt ist, daß das Raster von vornherein sowohl als Positiv- wie auch als Negativfolie fungiert: Abweichende, der explizierten Erwartungsstruktur widersprechende Konzeptionen werden sich im Material besonders deutlich abzeichnen, so daß in der Differenz nicht nur das die Produkte Verbindende, sondern auch das jeweils Spezifische hervortreten kann.

Als drittes ist hervorzuheben, daß der gewählte Ansatz anders als 'freie Deutungen' - und dies ist wichtig bei einer Analyse, die den 'amerikanischen Einfluß' und damit implizit auch Konzeptionen der amerikanischen Kultur und Gesellschaft zum Gegenstand hat - gegen den Vorwurf, seinerseits Vorurteile oder Klischees zu tradieren, weitgehend

immun ist. Da die gewählten Stereotypen von vornherein als 'Vorurteile' konzipiert und gekennzeichnet sind und im Prozeß der Deutung als solche reflektiert werden, können selbst Kategorien, die den tatsächlichen Verhältnissen gegenüber als eine Simplifizierung erscheinen müssen, eine erkenntnisleitende Kraft entfalten. Stereotypen, dies liegt im Begriff, können von vornherein nur in einem Spannungsverhältnis zur Differenziertheit der analysierten Produkte (und der Realitäten, auf die die Produkte referieren) gedacht werden, und ihr Funktionieren wird von der Frage, ob sie Tatsachen spiegeln oder nicht, also 'wahr' oder 'unwahr' sind, in keiner Weise berührt.

Das konkrete Analysemodell, es wurde gesagt, steht noch aus; methodische Bindeglieder zwischen den summarischen Aussagen auf Genre- und Epochenbene einerseits und Einzelfallstudien andererseits zu suchen, aber liegt schon deshalb nahe, weil die eingangs erwähnte Problematik sich verschärfen und in Zukunft eine immer größere Zahl von Sondern die Medienwissenschaft mit einer immer unabsehbareren Materialflut konfrontieren wird. Die Stereotypentheorie, das jedenfalls ist der gegenwärtige Stand der Diskussion, scheint als ein solches Bindeglied fungieren zu können.

Sie auf eine Theorie der *Materialanalyse*, d.h. der Rezeption und Interpretation einzuschränken, bedeutet eine Reduzierung ihrer theoretischen Tragweite, gleichzeitig aber auch eine Entlastung gegenüber der etwa bei Schweinitz zumindest implizierten Möglichkeit, mit der Stereotypentheorie ein Instrumentarium auch für die Produktion von Fernsehsendungen zu gewinnen; wenn Schweinitz schreibt, Filmstereotypen stellen "ein wesentliches Instrument für die Regulation (!) des Adressaten- bzw. Rezipientenkreises dar - oder anders formuliert: für die Optimierung (!) der Filme im Sinne eines bestimmten Adressatenkontextes",²⁷ so kann Interesse an einer solchen 'Regulation' oder 'Optimierung' allenfalls eine Kulturindustrie haben, die ihr Produktionsrisiko durch Standardisierung vermindern und - in falschem Sinne 'populär' - die Rezipienten am Gängelband führen will. Reflektiert die Theoriebildung diesen Zusammenhang nicht mit, droht sie die Grenze zu überschreiten, wo theoretische Kategorien in Herrschaftswissen umschlagen und die Medienwissenschaft die Orientierung an den verstummten Adressaten der Bilderflut aufgegeben hat.

Die berechtigte Absicht, den Begriff der Stereotypen von seiner pejorativen Konnotation zu befreien, darf nicht in schlichte Affirmation übergehen, und die Analyse sollte sich keinesfalls der Möglichkeit begeben, stereotype Darstellungen als solche auch zu kritisieren.

Anmerkungen

¹ Der vorliegende Text basiert auf der Arbeit des Forschungsprojektes "Zur Geschichte und Entwicklung des britischen und amerikanischen Einflusses auf die Fernsehprogramme der Bundesrepublik Deutschland", das im Rahmen des Sonder-

forschungsbereichs "Bildschirmmedien" an der Universität-GH Siegen durchgeführt wird. Die Konzeption des Projekts wurde 1986 von I. Schneider und Chr. W. Thomsen erarbeitet und wird gegenwärtig in Richtung eines Stereotypenmodells zur Analyse amerikanischer Serien weiterentwickelt. Der Autor ist Mitarbeiter dieses Projekts.

² Der Textbegriff wird inzwischen auch innerhalb der Bildmedien verwendet.

³ Schneider, Irmela: Zwischenbericht zum Teilprojekt B5. In: Zwischenbericht des Sonderforschungsbereichs 240, "Ästhetik, Pragmatik und Geschichte der Bildschirmmedien. Schwerpunkt: Fernsehen in der Bundesrepublik Deutschland". Universität-GH Siegen, Siegen 1990 und Fortsetzungsantrag zum Teilprojekt B5. In: Sonderforschungsbereich 240. Projekte der dritten Bewilligungsphase 1992-1994. Siegen 1990.

⁴ Initialisiert wurde die Debatte durch die Arbeiten von Lippmann und Rice (Lippmann, W.: *Public Opinion*. NY 1922. dt.: *Die öffentliche Meinung*. München 1964; Rice, S. A.: *Stereotypes. A Source of Error in Judging Human Character*. In: *J. of Pers. Research* 1926/27, Nr. 5); weitere grundlegende Arbeiten wurden von Katz / Braly (1933, 1935) und von Bergler (1966) vorgelegt.

⁵ Einen Überblick über verschiedene Studien und Untersuchungsrichtungen findet sich bei: Manz, Wolfgang: *Das Stereotyp. Zur Operationalisierung eines sozialwissenschaftlichen Begriffs*. Meisenheim 1968 und in Bar-Tal u. a. (Hg.): *Stereotyping and Prejudice. Changing Conceptions*. New York / Berlin / Heidelberg 1989.

⁶ Manz nennt hier die Untersuchungen von Osgood, Tannenbaum und Suci aus den fünfziger Jahren. (a.a.O., S. 37, 51f). Für eine medientheoretische Verwendung ist dieser Zweig der Diskussion besonders interessant, weil er die Stereotypen als eine Art des Sprachgebrauchs, d.h. letztlich als ein symbolisches System begreift.

⁷ Argumentationen, die auf die 'natürlichen Grenzen' des menschlichen Erkenntnisapparats abheben, sind immer in Gefahr, biologistische Vorstellungen in die Analyse kultureller Phänomene hineinzutragen und Evidenz zu suggerieren, wo tatsächlich Zweifel mehr als angebracht sind. Daß die menschlichen Zeichensysteme einer eigenen 'Ökonomie' unterliegen und daß diese Ökonomie der Knappheit der mentalen Ressourcen entgegenkommt, dürfte außer Zweifel stehen. Daraus aber kann nicht abgeleitet werden, daß die Stereotypen unter Umgehung eines allgemeineren Zeichenmodells unmittelbar auf 'biologische Grundgegebenheiten' bezogen werden können.

⁸ Dies ist ein explizites Anliegen bei Manz; er bezieht sich dabei auf den ursprünglichen Ansatz Lippmanns, und zeigt, daß der Bezug zum Vorurteil erst von seinen Nachfolgern hergestellt wurde.

⁹ Eine Kurzdarstellung der Ansätze von Gerbner und Rosengren findet sich in: Krüger, Udo Michael: *Kulturelle Indikatoren in der Fernsehrealität von Fictionsendungen*. Ausgewählte Ergebnisse ei-

ner Pilotstudie. In: Media Perspektiven 9/88. Das grundlegende Fragenraster, mit dem Gerbner Medieninhalte analysiert, in: Gerbner, George: Toward 'Cultural Indicators'. The Analysis of Mass Mediated Public Message Systems. In: Gerbner, G. u.a. (Hg.): The Analysis of Communication Content. Developments in Scientific Theories and Computer Techniques. New York 1978.

10 Rosengren, Karl E.: Cultural Indicators for the Comparative Study of Culture. In: Meliscek / Rosengren / Stappers (Hg.): Cultural Indicators: An International Symposium. Wien 1984. - Ders. (Hg.): Advances in Content Analysis. Beverly Hills / London 1981.

11 Krüger, a.a.O., S. 556.

12 Schneider, a.a.O.

13 Schweinitz, Jörg: Stereotyp. Vorschlag und Definition eines filmästhetischen Begriffs. In: Beiträge zur Film- und Fernsehwissenschaft, Nr. 29, 1987.

14 Ein Begriff, den Schweinitz von Lippmann übernimmt und dessen "sich explizit auf Plato berufenden Erkenntnis pessimismus" entgegenhält (Schweinitz, a.a.O., S. 115).

15 Dieser Verweischarakter ist u.a. deshalb wichtig, weil er die Stereotypen in die Nähe der *Zeichen* rückt.

16 Schweinitz, a.a.O., S. 121.

17 Dieser Fall tritt nur im sprachlichen Bereich, etwa im Fall der Redensarten ein; im Bereich der technischen Bilder wäre eine identische Wiederholung ein Zitat, und als solches ausgesprochen auffällig und gerade nicht geeignet, stereotype Vorstellungen zu repräsentieren.

18 Die Problematik selbst, wie gesagt, sieht Schweinitz; der aktuellere Text, der in diesem Band enthalten ist, geht einen ähnlichen Weg, wie er hier skizziert ist.

19 Wuss, Peter: Filmische Wahrnehmung und Vorwissen des Zuschauers. Zur Nutzung eines Modells kognitiver Invariantenbildung bei der Filmanalyse. In: Hickethier, Knut; Winkler, Hartmut (Hg.): Filmwahrnehmung. Dokumentation der GFF-Tagung 1989. Berlin 1990.

20 Incl. der Aufführungspraxis der Kinos und den Ausstrahlungsmodi der Fernsehanstalten.

21 Wuss, a.a.O., S. 76

22 Mechanistische Metaphern wie die der 'Unterprogramme' sind insbesondere dann gefährlich, wenn sie mit kausalmechanischen Wirkungsmodellen wie der Psychologie Pawlows im gleichen Kontext auftreten. Auch wenn man die Metapher für instruktiv hält, sollte man die Differenz zwischen dem erzwungenen Speichelfluß der Laborhunde und den Mechanismen der Medienrezeption im Bewußtsein behalten.

23 Wuss, a.a.O., S. 80.

24 Winkler, Hartmut: Bilder - Stereotypen und Zeichen. In: Beiträge zur Film- und Fernsehwissenschaft (in Vorber.).

25 Der Begriff taucht auch bei Schweinitz auf (a.a.O., S. 123), der ihn mit Prokops 'modalen Phantasiewerten' in Verbindung bringt.

26 Der hohe Stellenwert, den Erwartungen für das Sinnverstehen haben, ist bereits von der klassischen Hermeneutik immer wieder hervorgehoben worden. Die Stereotypentheorie modifiziert die hermeneutische Erkenntnis, indem sie die Erwartungsstruktur als ein *symbolisches System* auffaßt, das intersubjektiv geteilt und, entsprechend der zentralistischen Medienstruktur, gesellschaftlich verbindlich *hergestellt* wird.

27 Schweinitz, a.a.O., S. 124 (Hervorh. H.W.). Zusammenhang ist eine Aufzählung der "regulativen, optimierenden Funktionen und Potenzen" der Filmstereotype.

MAKS

Publikationen

3. FILM UND FERNSEH
WISSENSCHAFTLICHE
KOLLOQUIUM/MARBURG'9

drei

MAKS

HERAUSGEBEN

VON JÜRGEN FELIX

UND HEINZ-B. HELLER

Film- und Fernsehwissenschaftliche Arbeiten

Hrsg. von Klaus-Peter Heß und Hans J. Wulff

Umschlaggestaltung:
Bernt Manitzke-Franke

Copyright 1993 by Jürgen Felix u. Heinz-B. Heller (für den Sammelband),
by den Autoren (für die Beiträge)

MAkS Publikationen
Postfach 5546
D-48030 Münster

ISBN 3-88811-550-7

Inhalt

VORWORT	5
METHODENPROBLEME UND MODELLE DER FILM- UND FERNSEHWISSENSCHAFT	
Jörg Schweinitz: Stereotypen der populären Filmkultur - Aspekte zur theoretischen Fundierung	7
Hartmut Winkler: Stereotypen - ein neues Raster intertextueller Relationen?	13
Peter Wuss: Ansatzpunkte für eine psychologisch orientierte Untersuchung der Gattungsspezifität des Films	18
Lothar Mikos: Zur Rekonstruktion der sozialen Realität. Probleme und Perspektiven qualitativer Analyse narrativer Genres am Beispiel Fernsehserien	26
Harald G. Wallbott: Kommunikation von Emotionen durch Film- und Fernsehschauspieler	35
Hans J. Wulff: Parasoziale Interaktion als Teil der Fernsehkommunikation? Notizen zu einem fernsehtheoretischen Projekt	42
Klemens Hippel: Parasoziale Interaktion und Spieltheorie - Versuch einer Kombination	48
Peter Ohler und Gerhild Nieding: Der Einfluß filmischer Montageformen auf kindliche Aufmerksamkeitsprozesse: Ansätze zur zeitreihenanalytischen Auswertung	55
FILMGESCHICHTE UND FILMANALYSE	
Ulrike Hick: Die Rolle des Panoramas in der Vorgeschichte des Films	65
Martin Loiperdinger: Der Cinématographe Lumière in Stuttgart 1896 - technische Neuheit oder neues Medium?	73
Peter Lähn: Architektur im Stummfilm	78
Philipp Sanke: Die Stadt im Film - Bericht zu einem DFG-Projekt	83
Karl Sierek: Der ausgeschlossene Dritte oder Die Dialektik des Blicks	88
Rainer Rother: Publikum und Apparat - Zur Problematik des Voyeurismus-Konzeptes in der Filmwissenschaft	98

Dominique Blüher:		
Le cinéma dans le cinéma -		
Zu Formen filmischer Selbstreflexion		101
Wolfgang Samlowski:		
Beleuchtung im Film - Gibt es eine Codifizierung?		
Annäherung an eine Strukturierung		108
FERNSEHEN: PRAGMATIK, PROGRAMM, PRÄSENTATIONSFORMEN		
Joan Bleicher:		
Fernsehnachbarn, Kochstunden und Showstars im Zauberspiegel.		
Grundzüge des Fernsehprogramm der fünfziger Jahre		114
Eggo Müller:		
Programmverbindungen - Gebrauchsanweisungen des Fernsehens im Fernsehen		119
Johann Bischoff:		
Bildende Kunst im Deutschen Fernsehen		124
Hans Dieter Erlinger:		
Erzählen im Fernsehen für Kinder -		
<i>Janna</i> : Eine neue Produktion des WDR		129
Carsten Gülker:		
"Lies mal wieder - weil's Spaß macht!"		
Büchersendungen bei RTL plus und SAT 1		136
Lutz Haucke:		
Die Träume sozialistischer Massenunterhaltung in der DDR.		
Die Funktion der TV-Shows <i>Mit dem Herzen dabei</i> und <i>Spiel mit</i>		
im Umfeld des 11. Plenums des ZK der SED (1965/66)		141
Peter Hoff:		
Versuch über die wechselseitige Durchdringung		
von Fernsehprogramm und Wirklichkeit -		
Die "deutsche Wiedervereinigung"		
als Medienspektakel und Politritual		149
Martina Liebnitz:		
Serienrezeption und gesellschaftliche Konsensbildung		
am Beispiel der DDR-Rezipienten von <i>Lindenstraße</i>		155
Beatrix Broda-Kaschube:		
Zusammenhänge von Arbeitsbelastung und Fernsehkonsum		159
DOKUMENTARISMUS IM FILM UND FERNSEHEN		
Robert Schändlinger:		
Dokumentarfilm und Sozialwissenschaften.		
Der filmdokumentarische Blick		
als sozialwissenschaftlicher Empirietypus		165
Hans Ulrich Fischer:		
Dokumentarischer Film und politische Bildungsarbeit		172
Peter Zimmermann:		
Strategie der Blicke.		
Auslandsberichterstattung im Fernsehen der Bundesrepublik		176
Birgit Peulings / Anke Schnackenberg:		
Dokumentarfilm im Fernsehen -		
Eine Fallstudie zu zwei SWF-Filmreihen		185

Angela Huemer:		
	Geiseldrama von Gladbeck, Bremen und Köln: Makabres Dokument und Medienereignis	189
Peter Braun:		
	Die Verunsicherung durch das Fremde - Fotografische und filmische Bilder in dem Dokumentarfilm <i>Gossliwil</i>	195
TON UND MUSIK IN FILM UND FERNSEHEN		
Britta Hartmann:		
	Pudowkins <i>Desertir</i> als Beispiel für das Konzept der Asynchronität von Bild und Ton im frühen sowjetischen Tonfilm	200
Dieter Döben:		
	Musik und Information - Zur Verwendung und Funktion von Musik in Fernsehsendungen mit politischer Aussage	206
Guido Heldt:		
	"...trombones blowing raspberries" - Zur Instrumentation in den Filmmusiken Ennio Morricones	212
Georg Maas:		
	Kein Platz für musikalische Revolutionen: Über Musik in der TV-Serie <i>Dallas</i>	225
MEDIEN IN LATEINAMERIKA		
Sigrid Savelsberg:		
	Kulturelle Homogenisierung durch westliche Medieneinflüsse am Beispiel von Lateinamerika. Ein Überblick über die Diskussion	233
Anne Schmid:		
	Massenmedien zwischen 'Kulturindustrie' und 'Cultura popular'. Kulturtheoretische Voraussetzungen der Kommunikationswissenschaft in Lateinamerika	237
Klaus Mehring:		
	Wechselwirkungen zwischen traditioneller Volkskultur und Massenmedien in Brasilien. Das Beispiel der Literatura de Cordel	245
Gisela Klindworth:		
	Telenovelas in Mexiko	248
Thomas Kirsch:		
	Staat und Filmindustrie in Argentinien	252
PERSPEKTIVEN DER MEDIENENTWICKLUNG		
Uta Becher:		
	Video - ein 'Neues Medium' erobert seinen gesellschaftlichen Raum	258
Franz Stollenwerk:		
	HDTV - Von der Television zur Telepräsenz	263