

Medial vermittelte Vorurteile, Stereotype und ‚Feindinnenbilder‘

Martina Thiele

1 ‚Flintenmänner‘ und ‚Feindinnenbilder‘

„Frauen und Waffen?“ fragt Alice Schwarzer in einem 1978 in *EMMA* erschienenen Beitrag und beantwortet diese rhetorisch gemeinte Frage stellvertretend so, wie es damals und wohl auch heute nicht wenige beantworten würden: „Lächerlich. Flintenweiber.“ Damit verwendet Schwarzer einen Begriff, der sich historisch weit zurückverfolgen lässt, und fügt hinzu: „Die Spezifizierung ‚Flintenmann‘ existiert bezeichnenderweise gar nicht erst und wenn es sie gäbe, wäre sie wohl als Kompliment gedacht.“ (Schwarzer 1978) Selbst ‚Flintenkerle‘ würde vermutlich noch positiv gedeutet. Bewaffnete Frauen hingegen als ‚Flintenweiber‘ zu bezeichnen – was auch in aktuellen journalistischen Texten vorkommt – ist häufig nicht etwa ironisch oder sonst wie distanzierend gemeint, sondern geschieht in diffamierender Absicht. ‚Flintenweib‘ zeugt von einer extrem stereotypen Sicht auf Militär und Geschlecht. Danach sind Frauen das ‚von Natur aus‘ friedfertigeres Geschlecht und handeln als Soldatinnen ‚wider ihre Natur‘.

Unter anderem am Beispiel des ‚Flintenweibs‘ sollen in diesem Beitrag medial vermittelte Vorurteile, Stereotype und Feindbilder diskutiert werden. Zuvor werden Begriffe wie *Stereotyp*, *Feindbild* und *Vorurteil* voneinander abgegrenzt sowie Arten und Funktionen von Stereotypen erläutert. Dem folgen Ausführungen zur Rolle der Massenmedien als Vermittler und Konstrukteur von Stereotypen. Diese kommunikationswissenschaftliche Perspektive wird deswegen eingenommen, weil andere Disziplinen wie etwa die Geschichtswissenschaft, Sozialpsychologie oder Linguistik zwar entscheidende Beiträge zur Vorurteils- und Stereotypenforschung geliefert, jedoch Medien als Sozialisationsinstanz nicht in ausreichendem Maße berücksichtigt haben.

Nach einem kurzen Hinweis auf den Historikerinnenstreit, in dem über Frauen als Opfer und Täterinnen debattiert wurde, gebe ich einige historische und aktuelle Beispiele für stereotype ‚Feindinnenbilder‘. Diese Wortschöpfung

zielt auf eine gedankliche Erweiterung. Denn obwohl ‚*der Feind*‘ für gegnerische Kollektive steht, für Menschen einer anderen Nation, Ethnie, Religion oder politischen Weltanschauung, bestehen diese Kollektive doch aus Männern *und* Frauen, Feinden und Feindinnen. ‚Feindinnenbilder‘ soll zudem darauf hinweisen, dass die Konstruktion von Feindbildern nicht unabhängig von Geschlechterzuschreibungen stattfindet. Beispielsweise geht die Konstruktion des Anderen, Feindlichen, häufig mit dessen Feminisierung einher, es wird als ‚weibisch‘ und verweicht dargestellt. Oder Nationen werden in Kriegszeiten als weibliches, zu eroberndes Territorium bezeichnet. Das ‚Flintenweib‘ ist die Ausnahme von der Regel, wonach ‚*der Feind*‘ zunächst einmal als ‚männlich‘ gesehen wird – und bestätigt sie zugleich.

Abschließend stelle ich Positionen zu einer weniger stereotypen und möglicherweise weniger diskriminierenden Berichterstattung vor und frage nach dem Ertrag transdisziplinärer Stereotypenforschung.

2 Stereotypenforschung in der Kommunikationswissenschaft

Eine Aufgabe der Medien- und Kommunikationswissenschaft ist zu untersuchen, welchen Anteil Medien daran haben, dass Konflikte ausbrechen und eskalieren. Schließlich liefern sie die Bilder und Aussagen, die uns aufgrund des mangelnden unmittelbaren Kontaktes zu ‚den anderen‘ fehlen. Der Publizist Walter Lippmann (1889–1974) hat bedingt durch die Erfahrungen des Ersten Weltkriegs und die durch ihn ausgelösten politischen und sozialen Umbrüche individuelle und gesellschaftliche Kommunikation mittels Medien in den Blick genommen. Sein Werk „Public Opinion“ von 1922 zählt zu den Klassikern der kommunikationswissenschaftlichen Stereotypenforschung (vgl. Wilke 2007). Lippmann verstand unter Stereotypen die „Bilder in unseren Köpfen“¹ (Lippmann 1964: 9) und erläuterte:

„Wir werden über die Welt bereits unterrichtet, bevor wir sie sehen. Wir stellen uns die meisten Dinge vor, bevor wir unsere Erfahrungen damit machen. Und diese vorgefaßten Meinungen beherrschen aufs stärkste den ganzen Vorgang der Wahrnehmung, es sei denn die Erziehung habe sie uns in aller Deutlichkeit bewußt gemacht.“ (ebd.: 68)

Seit dieser Definition von *Stereotyp* sind viele weitere formuliert worden. In neueren Definitionen werden Stereotype als Merkmale betrachtet, die einer sozialen Gruppe zugeschrieben werden. Voraus gehen dem Kategorisierungsprozesse. Lars-Eric Petersen und Iris Six-Materna geben zu bedenken, was das für das stereotypisierte Individuum bedeutet:

„Je weiter oder globaler eine Kategorie gefasst wird, und je mehr Personen ihr damit zugeordnet werden können, umso mehr spezifische Informationen gehen über die einzelnen Mitglieder der Kategorie verloren, so dass Kategorisierung und die damit einhergehende effizientere Informationsverarbeitung unweigerlich mit Informationsverlust verbunden ist.“ (Petersen/Six-Materna 2006: 431)

Nicht ganz eindeutig ist die Abgrenzung zu verwandten Begriffen wie *Image*, *Bild*, *Klischee*, *Feindbild* und *Vorurteil*. Manche AutorInnen sehen in *Image* einen Oberbegriff, der sowohl (einfache) Bilder als auch Stereotype umfasst (vgl. Behrens 2003: 33), andere ordnen die Begriffe aufeinander aufbauend an, das heißt, dass nur, wenn bereits ein bestimmtes Image vorhanden ist, ein Stereotyp daraus entstehen kann; wenn es zum jeweiligen Objekt schon ein Stereotyp gibt, kann daraus ein Vorurteil entstehen, daraus wiederum ein Feindbild (vgl. Peters 1999: 30 ff.; Luger 2000: 77 f.). Nach dieser Sichtweise ergibt sich das Vorurteil „aus dem Zusammenspiel von affektiven Einstellungen und den eher kognitiven Stereotypen“ (Roth 1998: 23), was im Gegensatz steht zu der Betrachtungsweise des Philosophen und Hermeneutikers Hans-Georg Gadamer. In „Wahrheit und Methode“ beschreibt er das Vor-Urteil im Sinne von zu erweiternder Vor-Meinung wertfrei als Vor-Stufe der Erkenntnis. Mit der Aufklärung sei das Ideal der Vor-urteilslosigkeit propagiert worden – ein seiner Meinung nach prinzipiell unerreichbares Ideal (vgl. Gadamer 1960: 255 f.). Im heutigen Sprachgebrauch hat sich die negative Konnotation von Vorurteil durchgesetzt, wonach dieses auf Unvernunft beruht. Das gleiche gilt für die aus der Druckkunst übernommenen Begriffe *Klischee* und *Stereotyp*. Auch sie sind negativ konnotiert.

Eine umfassende Definition, nach der Stereotype Ausdruck einer Überzeugung und bildhaften Vorstellung sind und nach der sie die Form eines Urteils annehmen, liefert die Sprachwissenschaftlerin Uta Quasthoff. Diese Definition eignet sich m. E. deshalb gut zur Analyse medial vermittelter Stereotype, weil Quasthoff die „Bilder in unseren Köpfen“ als etwas Beschreibbares versteht. Ein Stereotyp lässt sich also in Worte fassen, unabhängig davon, ob es uns medial in Form eines Bildes (Karikatur, Foto) oder eines Textes vermittelt worden ist. Quasthoff definiert Stereotyp wie folgt:

„Ein Stereotyp ist der verbale Ausdruck einer auf soziale Gruppen oder einzelne Personen als deren Mitglieder gerichteten Überzeugung. Es hat die logische Form eines Urteils, das in ungerechtfertigt vereinfachender und generalisierender Weise, mit emotional-wertender Tendenz, einer Klasse von Personen bestimmte Eigenschaften oder Verhaltensweisen zu- oder abspricht. Linguistisch ist es als Satz beschreibbar.“ (Quasthoff 1973: 28)

Dennoch lassen sich in der medien- und kommunikationswissenschaftlichen Literatur zu Stereotypen auch Definitionen von *visuellen Stereotypen* oder *Visiotypen* finden. Thomas Petersen und Clemens Schwender meinen damit ganz

allgemein stereotype Darstellungen in der Bildberichterstattung der Medien (vgl. Petersen/Schwender 2009: Klappentext). Katharina Lobinger beschreibt im selben Band visuelle Stereotype als „besondere Medienbilder“ und erläutert unter Zuhilfenahme des mit *Stereotyp* häufig gleichgesetzten und ebenfalls aus der Druckersprache stammenden Begriffs *Klischee*:

„Ihre Charakteristika entstehen durch konstantes Zusammenspiel aus Bild und Text, oder noch weiter gefasst aus Bild und Kontext. Ein visuelles Stereotyp leistet das, was Bilder an sich nicht können: Es stellt allgemeine Konzepte anschaulich dar. Nicht das Individuelle, sondern das Klischeehafte wird in den Vordergrund gerückt. Die Bedeutungszuweisung erfolgt nicht mehr aufgrund der Wahrnehmungskompetenzen und der bildimmanenten Bedeutungen, sondern aufgrund einer erlernten standardisierten Lesart.“ (Lobinger 2009: 119 f.)

3 Arten und Funktionen von Stereotypen

Um genau diese Standardisierungen und Vereinfachungen mittels Stereotypen – sowohl bild- als auch textbasierten – geht es im Folgenden. Stereotype Zuschreibungen beziehen sich aber selten auf nur ein Merkmal. Das heißt, dass oft Mischformen auftreten, sich lokale, ethnische, religiöse, generationelle, berufliche und geschlechtliche Stereotype überschneiden. Trotz mangelnder Trennschärfe sollen hier einige Arten von Stereotypen vorgestellt werden.

- Lokale Stereotype: Sie sind ortsgebunden. Kleineren (lokal, regional) und größeren (national, supranational) geographisch verortbaren Kollektiven werden Eigenschaften zugeschrieben, z. B. ‚die Wiener‘, ‚die Ostfriesen‘, ‚die Franzosen‘, ‚die Asiaten‘. Die Entstehung von Nationen scheint mit der Entstehung von Nationenstereotypen und entsprechenden Attribuierungen einhergegangen zu sein. So ist die Rede vom ‚unterkühlten Briten‘, der ‚heißblütigen Italienerin‘, dem ‚ordnungsliebenden Deutschen‘.
- Ethnische/‚rassische‘ Stereotype: Sie sind eng verbunden mit lokalen Stereotypen und fanden im Zuge der im 19. Jahrhundert aufkommenden biologischen Deutungen besondere Verbreitung, z. B. ‚die Zigeuner‘.
- Religiöse Stereotype: Auch sie sind aufgrund der geographischen Ausbreitung von Religionen eng verbunden mit lokalen und ethnischen Stereotypen, z. B. ‚der Islam‘, ‚die Juden‘.
- Generationelle Stereotype: Dabei werden Annahmen über Angehörige einer Generation bzw. Alterskohorte formuliert, z. B. ‚die Jugend‘ oder ‚die Rentner‘.

- Berufliche Stereotype: Sie berühren die Frage nach dem Ansehen von Berufen und Tätigkeiten. Das Ansehen wiederum ist abhängig von Verantwortung, Einkommen, Ausbildung u. v. m. Jedenfalls wird von der Berufsangabe auf bestimmte Verhaltensweisen geschlossen, z. B. ‚der zerstreute Professor‘ oder ‚die eiskalte Managerin‘.
- Soziale Stereotype: Diesen Begriff findet man in der Literatur, obwohl er mehrere Arten von Stereotypen vereint und es vielleicht passender wäre, von ökonomischen Stereotypen zu sprechen, es geht nämlich um Klassen- und Schichtzugehörigkeit und damit wiederum um die Frage nach Besitz, Einkommen, Bildung, Ansehen und Macht. Soziale Stereotype implizieren z. B. Kategorien wie ‚die Unterschicht‘ oder ‚die Besserverdienenden‘.
- Geschlechtliche Stereotypen: Sie sind mit allen anderen Stereotypen verbunden, bilden eine Art übergeordnete Kategorie, denn meist sind lokale, ethnische, berufliche und ökonomische Stereotype geschlechtlich codiert, z. B. ‚die Karrierefrau‘. Im Deutschen gilt die männliche Form als die übliche und für das Kollektiv stehende, doch findet durch ihre Verwendung auch eine geschlechtliche Zuschreibung statt, die teilweise ausgrenzt, z. B. wenn die Rede von ‚den Bürgern‘, ‚den Moslems‘ oder ‚den Soldaten‘ ist.

Diese Überschneidungen und Doppelungen von Stereotypen können zu Mehrfachdiskriminierungen führen, was wiederum Diskussionen über die Wertigkeiten sozialer Kategorien und so genannter ‚Opferhierarchien‘ ausgelöst hat. Auf die Theoriebildung hat sich das derart ausgewirkt, dass ausgehend von der klassischen Triple-Oppression-Forschung Intersektionalitätskonzepte entwickelt wurden, die danach fragen, welche Differenzkategorien wann relevant sind und mittels welcher Methoden sie sich analysieren lassen (vgl. Degele/Winkler 2009; Kerner 2009; Yuval-Davis 2009). Die Verschränkung zwischen Geschlechterstereotypen und anderen Stereotypen in der Medienberichterstattung über Kriege und Konflikte steht im Mittelpunkt dieses Beitrags. Doch soll zuvor auf die sozialen Funktionen und die angebliche Beständigkeit von Stereotypen eingegangen werden.

Eine in der Literatur immer wieder genannte Funktion von Stereotypen ist die der Komplexitätsreduktion, verbunden mit dem Hinweis, dass die Welt immer komplizierter werde und wir einer Fülle von Informationen ausgesetzt seien (vgl. Lippmann 1964: 67 f.; Noelle-Neumann 1990: 292; Luhmann 2002: 167 f.). Identitätsbildung und -stabilisierung, Integration und Steigerung des Selbstwertgefühls sind weitere Funktionen von Stereotypen und Vorurteilen (vgl. Hahn 2002: 41), wobei die Kehrseite der ‚Funktionserfüllung‘ Ausgrenzung des als anders und fremd oder gar feindlich Bezeichneten bedeutet. Derlei Zuschreibungen beschrän-

ken sich aber nicht auf diejenigen, die außerhalb des eigenen Territoriums, im ‚Feindesland‘ leben. Es lassen sich auch Vorurteile gegen Minderheiten und Randgruppen innerhalb der eigenen Gesellschaft aktivieren und zum Feindbild bzw. Feindinnenbild verdichten. Dazu ist es freilich notwendig, sie erst zu Fremden zu machen, sie aus der Mehrheitsgesellschaft auszugrenzen. Die Geschichte des Antisemitismus liefert dafür erschreckende Beispiele.

Eine weitere Behauptung, die im Zusammenhang mit Stereotypen immer wieder getroffen wird, lautet, sie seien ausgesprochen langlebig, würden von Generation zu Generation weitergegeben und seien auch durch Logik und Fakten nur schwer aufzuweichen. Entsprechend stellen z. B. John Downing und Charles Husband in der Einleitung von „Representing ‚Race‘“ fest: „When prejudices are widely shared, as part of common culture, they can be very resilient and difficult to eradicate.“ (Downing/Husband 2005: 10) Der Grund dafür liegt in Phänomenen, die z. B. Leon Festinger 1957 in der „Theorie der kognitiven Dissonanz“ beschrieben hat: Menschen neigen dazu, Dissonanzen, d. h. Widersprüche zwischen äußeren Reizen und inneren Modellen ‚der‘ Realität, zu vermeiden bzw. auszugleichen. Die Wahrnehmung konzentriert sich dann auf die Aspekte, die das Stereotyp stützen, und vernachlässigt jene, die ihm widersprechen (vgl. Festinger 1978: 138). So einleuchtend diese Theorie sein mag, bleibt dennoch zu fragen, ob Stereotype nicht doch wandelbar, vielleicht sogar auflösbar sind und eine weniger auf Stereotype setzende Medienberichterstattung möglich ist?

4 Nachrichtenfaktoren und Stereotype

Einen wichtigen Beitrag zur Stereotypenforschung hat die Medien- und Kommunikationswissenschaft dadurch geleistet, dass sie sich mit Nachrichtenfaktoren und Nachrichtenwerten beschäftigt und gefragt hat, was überhaupt ein Ereignis zu einem berichtenswerten Ereignis macht? Wie kann es sein, dass wir über bestimmte Kriege und Konflikte kaum etwas erfahren?

Die norwegischen WissenschaftlerInnen Marie Holmboe Ruge und Johan Galtung haben Faktoren benannt, die die Nachrichtenauswahl bestimmen. Diese sind u. a. die Außergewöhnlichkeit eines Ereignisses, seine Eindeutigkeit und Bedeutsamkeit/Relevanz, ob dieses Ereignis besonders überraschend ist oder unseren Erwartungen entspricht, die Entwicklung des Ereignisses, sein „Kariereverlauf“ (vgl. Galtung/Ruge 1965: 65). Entscheidend sei zudem – und das sind dann eher kulturabhängige Faktoren –, um welche Personen und Nationen es geht, denn über so genannte „Elitenationen“ und „Elitepersonen“ werde eher

berichtet. Und häufig ausschlaggebend: der Faktor Negativität (vgl. ebd.: 68). Ein Ereignis hat desto eher eine Chance publiziert zu werden, je mehr dieser Faktoren zutreffen oder je stärker sie ausgeprägt sind. Demnach bieten Kriege und Konflikte, zumal wenn „Elitenationen“ beteiligt sind, ausreichend Anlass zu berichten.

Winfried Schulz sieht mit Hinweis auf Walter Lippmann und in Abgrenzung zum „realistischen“² Ansatz Galtung und Ruges in Nachrichtenfaktoren „weniger Merkmale von Ereignissen (. . .) als vielmehr journalistische Hypothesen von Wirklichkeit“ (Schulz 2009: 390). Er erläutert, dass das,

„(. . .) was die Medien als ‚Ereignis‘ begreifen, bereits das Ergebnis von Selektions- und Verarbeitungsprozessen ist. Ereignisse sind in der natürlichen und sozialen Umwelt nicht ‚roh‘ vorfindbar, sodass man sie mit ihrem journalistischen ‚Abbild‘, den Nachrichten vergleichen könnte. Auch Ereignisse müssen erst als solche definiert werden, indem das kontinuierliche Geschehen interpunktiert, indem sinnvolle ‚Figuren‘ von einem irrelevanten ‚Hintergrund‘ abgehoben werden. Ohne derartige *konstruktive* (Hervorheb. M. T.) Operationen des Betrachters ist Wahrnehmung, ist auch Nachrichtenberichterstattung nicht möglich.“ (ebd.: 396)

Stereotype sind Teil dieser konstruktiven Operationen. Die Orientierung an Nachrichtenfaktoren fördert geradezu eine stereotype Berichterstattung. Zumal zu Beginn eines Konfliktes, wenn die Lage verworren ist, tendiert die Berichterstattung zur ‚Eindeutigkeit‘, zu Schwarz-Weiß-Malerei und Freund-Feind-Schemata anstelle differenzierter Sichtweisen. Hinzu kommt, dass die verfügbaren Informationen nicht selten PR-Produkte sind und damit ‚die Wahrheit‘ – wobei zu fragen ist, wessen Wahrheit? – in der Tat eines der ersten Opfer des Krieges ist.

Darauf, dass sich die Zustimmung der Bevölkerung zum Krieg im Verlauf desselben verändert, müssen Massenmedien reagieren. Zu bedenken ist der Unterschied, der in der Darstellung der als ‚eigene Leute‘ und Verbündete Definierten im Vergleich zur Darstellung der als ‚anders‘, als Feinde und Feindinnen Betrachteten gemacht wird. Denn wenn z. B. Solidarisierungseffekte mit den ‚eigenen‘ Helden und Heldinnen erzielt werden sollen, ist es nur ein kurzer gedanklicher Schritt in die Richtung, dass es auch beim Gegner solche Vorbilder gibt. Der Begriff Stereotyp muss daher differenziert und erweitert werden um Begriffe wie *Autostereotyp* und *Heterostereotyp*, um *Selbst- und Fremdbild*, um unterscheiden zu können, wie wir uns sehen, wie wir die anderen sehen, wie wir glauben, von den anderen gesehen zu werden usw. ‚Feindinnenbilder‘ könnten dementsprechend als geschlechtlich codierte negative Heterostereotype definiert werden, deren Verwendung nicht nur auf die Stereotypisierten verweist, sondern auch auf die Stereotypisierer. Der Zusammenhang von Auto- und Heterostereotyp ist hier entscheidend.

Die Zunahme einer stereotypen Berichterstattung in Kriegszeiten erklären Elisabeth Klaus und Susanne Kassel mit einer Verschränkung von Medienlogik, Kriegslogik und Geschlechterlogik (vgl. Kassel/Klaus 2003: 14–18). Medien folgten der Kriegslogik und seien „strukturell militarisierbar“ (Kassel/Klaus 2003: 16; vgl. Dominikowski 1993: 47 f., 2004: 78 f.). Geschlechterlogik meint in diesem Zusammenhang, dass Krieg und Frieden eng mit traditionellen Konzepten von Männlichkeit und Weiblichkeit verbunden seien (vgl. Kassel/Klaus 2003: 14). Jener traditionellen Auffassung zufolge sind Männer kampfeswillig und -fähig, ziehen furchtlos und bereit zu sterben in den Krieg, um Volk und Vaterland zu verteidigen, während Frauen schicksalsergeben ihre Männer und Söhne ziehen lassen und den Verlust ihrer Angehörigen, ihrer Heimat und ihrer Habe tapfer hinnehmen.

Jene traditionelle und von Medien häufig verbreitete Sichtweise ist aber immer wieder erschüttert und mit Hinweis auf kämpferische Frauen und ‚Täterinnen‘ in Frage gestellt worden. Medien durchbrechen zuweilen die zuvor auch mittels Medien verbreiteten und verfestigten Konventionen. Sie stürzen sich dann geradezu auf das andere Extrem, bei dem Frauen als handelnde Subjekte auftreten. Folgt man der Nachrichtentheorie, sind hierfür die Nachrichtenfaktoren Negativität, Überraschung, Variation und Personalisierung ausschlaggebend.

5 Exkurs Historikerinnenstreit

Die Debatte über die Subjektfähigkeit von Frauen ist bereits in solcher Tiefe und Breite geführt worden, dass hier ein kurzer Hinweis auf den so genannten Historikerinnenstreit genügen soll.³ Ausgelöst wurde er Mitte der achtziger Jahre dadurch, dass einige feministische Kritikerinnen (nichtfeministische Kritiker sowieso) den Forscherinnen, die über den Nationalsozialismus und Zweiten Weltkrieg gearbeitet hatten, vorwarfen, die historischen Akteurinnen lediglich als Objekte einer frauenfeindlichen Politik und Ideologie zu betrachten. Auf diese Weise hätten sie Frauen apologetisch zu Opfern stilisiert und die Täterinnen systematisch übersehen.

Für die erste Phase feministischer Geschichtswissenschaft, die von Beginn der so genannten 2. Frauenbewegung bis in die achtziger Jahre reicht, mag diese Kritik z. T. berechtigt sein. Ein Blick in die inzwischen sehr umfangreiche Literatur zu dieser Frage zeigt aber, dass kaum ein Verhalten von Frauen und Männern in Kriegszeiten im Allgemeinen und unter den Bedingungen der NS-Diktatur im Besonderen noch nicht erforscht wurde (vgl. Gravenhorst/Tatschmurat

1990; Zipfel 1996; Heinsohn/Vogel/Weckel 1997). Gerade auch das so genannte Mitläufertum, die Mittäterschaft der „ganz normalen Männer“ und eben auch der „ganz normalen Frauen“ ist nicht erst seit Christopher Brownings Studie über das Polizeibataillon 101 „Ganz normale Männer“ oder Daniel J. Goldhagens „Hitlers willige Vollstrecker“ ein Thema. Es gab, so Ulrike Weckel, zwar „(. . .) relativ wenig fanatische Überzeugungstäterinnen, aber ein sehr breites Spektrum an Opportunismus, Profitgier, Nutznießereien, Schadenfreude und mangelnder Zivilcourage (. . .)“ (Weckel 1997: 12).

Gewehrt haben sich feministische ForscherInnen allerdings gegen eine Fokussierung auf die zahlenmäßig wenigen Täterinnen und gegen die Behauptung, Frauen hätten Hitler an die Macht gebracht. Annemarie Tröger u. a. wiesen diese These als weitere ‚Dolchstoßlegende‘ zurück (vgl. Tröger 1977). Doch trotz aller auf Wahlanalysen und Umfragen basierenden Argumente ist diese Legende in der Welt und wird auch in anderen politischen Zusammenhängen verbreitet. Sie ist Teil eines Rechtfertigungsdiskurses, in dem mit dem Hinweis auf die Mitschuld ‚der‘ Frauen eigene Schuld relativiert werden kann.

Festzuhalten bleibt, dass es eine Vielfalt an Verhaltensweisen in Kriegszeiten gibt, sich dies aber kaum in der Kriegsberichterstattung widerspiegelt und sich auch in der anschließenden publizistischen und wissenschaftlichen Aufarbeitung eine differenzierte Sicht nur allmählich durchsetzt. Wie langlebig Stereotype sind und wie Geschlechter-, Berufs- und Nationenstereotype in der Kriegs- und Krisenberichterstattung miteinander verschränkt sind, soll anhand eines Beispiels aus dem Zweiten Weltkrieg verdeutlicht werden. Es geht um die während des Nationalsozialismus verbreiteten positiven und negativen Stereotype zu weiblichen Wehrmattsangehörigen auf der einen, Soldatinnen der Roten Armee auf der anderen Seite.

6 ‚Helferinnen‘ und ‚Flintenweiber‘

In beiden Armeen des Zweiten Weltkriegs waren auch Frauen tätig, allerdings in unterschiedlichem Ausmaß, in unterschiedlichen Funktionen und auf unterschiedlichen Hierarchieebenen. Das 1935 erlassene deutsche Wehrgesetz verpflichtete im Kriegsfall auch Frauen zum ‚Dienst am Vaterland‘. Mit Kriegsbeginn und vor allem im weiteren Kriegsverlauf wurden auf deutscher Seite junge Frauen als ‚Helferinnen‘ eingesetzt. Insgesamt unterstanden bei Kriegsende ca. 500.000 Frauen der Wehrmacht. Diese Frauen unterlagen den Bestimmungen des Militärstrafgesetzbuches, der Wehrmattsdisziplinarstrafordnung und der Kriegsverfahrensordnung, galten rechtlich aber nicht als Soldatinnen, sondern

eben als ‚Helferinnen‘ (vgl. Blum 2005). Das deutet schon auf den Spagat, der propagandistisch vorgenommen werden musste: Einerseits sollte der Platz der deutschen Frau zuhause, an der ‚Heimatfront‘ sein, andererseits machte es der Kriegsverlauf erforderlich, auch Frauen im militärischen Bereich, beispielsweise als Ärztin, Krankenschwester, Fernmelderin oder Flakhelferin, einzusetzen. Sprachlich drückte sich die Aufgabenerweiterung in Euphemismen wie ‚Blitzmädel‘, ‚tüchtige Kameradin‘ oder ‚Wehrmachtsschwester‘ aus. In der Presse und in Büchern fanden sich Beschreibungen von den Abenteuern und der Kameradschaft, die junge Frauen als Stabs- oder Nachrichtenhelferinnen erleben konnten.

An vorderster Front aber sollten deutsche Frauen nicht eingesetzt werden, womit man sich deutlich von der sowjetischen Roten Armee abgrenzen wollte. Deren Soldatinnen und Partisaninnen in den besetzten Gebieten diffamierte die NS-Propaganda als ‚Flintenweiber‘ und benutzte damit einen Begriff, der sich bis zur Französischen Revolution zurückverfolgen lässt und den Angehörige deutscher Freikorps wiederverwendeten, die nach der Russischen Revolution auf Seiten der Revolutionsgegner gegen die Bolschewiki gekämpft hatten. Diese Freikorpsliteratur erzielte in den zwanziger und dreißiger Jahren des 20. Jahrhunderts hohe Auflagen und verbreitete das Stereotyp des ‚Flintenweibs‘. In Erich F. Behrendts Buch „Soldaten der Freiheit“ von 1935 heißt es:

„Es ist bekannt, dass hinter den roten Linien Flintenweiber standen, die im Falle des Zurückweichens die Flüchtenden aufzuhalten und wenn die Flucht nicht aufzuhalten war, in die eigenen Leute hineinzuschießen hatten. Diese Flintenweiber waren grausame Furien, wie sie nur der Bolschewismus ersinnen konnte.“ (Behrendt 1935: 89)

Cordt von Brandis behauptet in seinem 1939 erschienen Buch „Baltikumer – Schicksal eines Freikorps“:

„Einen unserer auf Patrouille gefallenen Dragoner hatten diese Furien nackt ausgezogen, seine Uniform auf eine Stange gesteckt und im Triumph herumgetragen. Dem Leichnam wurden die Augen ausgestochen, Nase und Geschlechtsteile abgeschnitten, und so ließ man ihn auf der Straße liegen.“ (von Brandis 1939: 175)

Das, so legt der Autor nahe, rechtfertige „Rache“:

„Die Amazonen liefen um ihr Leben (. . .). Der Kapitän setzte ihnen Granate auf Granate vor die Nasen. Immer mehr blieben bewegungslos liegen. Schließlich kamen die Letten mit den gefangenen Weibern zurück. Sie trugen eine Bluse, genau wie die der Soldaten, ebenso die Pudelmütze und die Patronentaschen. Unten waren sie mit einem Frauenrock aus Militärtuch bekleidet. Zum größten Teil waren es hübsche Mädchen, nur entstellt durch den fanatischen Bolschewisten-Blick, der bei Frauen, die sich in politische Dinge einmischen, so abstoßend wirkt. Fast alle behaupteten sie, „Studentinnen“ zu sein (. . .) Nicht die Spur von Mitleid konnte ich für diese Petrolöfen aufbringen.“ (ebd.: 174 f.)

Abbildung 1: Zeichnung aus dem Buch von Cordt von Brandis



Quelle: Cordt von Brandis (1939): Baltikumer – Schicksal eines Freikorps. Berlin: Traditions-Verlag Kolk & Co, 175.

Etwas später beschreibt von Brandis noch süffisant, was mit den Soldatinnen bis zu ihrem Abtransport und sicherem Tod geschah: „Bis dahin mussten die glücklichen Fänger sie bewachen, die nachher behaupteten, sie mit ‚Liebe‘ behandelt zu haben und ihnen auch ‚Abendbrot‘ in Gestalt von 25 Rutenhieben gegeben zu haben.“ (ebd.: 176 f.)

Der Begriff ‚Flintenweib‘ stand also in einem ideologischen Kontext, beabsichtigt war eine dreifache Diffamierung: Solche Wesen seien politisch fehlgeleitet, keine richtigen Frauen und erst recht keine richtigen Kämpfer, sondern irgendetwas Widernatürliches, Eindringlinge in die doch ‚männlichen‘, bislang den Männern vorbehaltenen Domänen der Politik und des Krieges. Schon rein äußerlich hätten sie nichts mit ‚normalen‘ Frauen gemein.

Das Feindinnenbild von der sowjetischen Soldatin wurde im Zweiten Weltkrieg reaktiviert und erreichte eine so große Verbreitung, dass auch die Betroffenen selbst davon Kenntnis erlangten. Eine sowjetische Jagdfliegerin notierte in ihrem Tagebuch:

„(. . .) Die Deutschen haben von der Existenz unseres Regiments erfahren. Sie nennen uns ‚unsterbliche Juden‘. Die Deutschen sagen, dass unser Regiment aus Straßenmädchen besteht. Dass man uns spezielle Spritzen gibt, von denen wir zur Hälfte unsere Weiblichkeit verlieren. Auf diese Art und Weise seien wir halb Frauen, halb Männer (. . .).“ (Dokutowitsch 1943)

Hier sind verschiedene antisemitische und geschlechtliche Stereotypisierungen erkennbar. Ruft man sich die Kommentare in westlichen Medien über die gedopten Spitzensportlerinnen kommunistischer Staaten in Erinnerung, findet die Annahme von der Langlebigkeit stereotyper Muster Bestätigung. Speziell das Stereotyp vom ‚Flintenweib‘, von der Soldatin, die wider ihre Natur handelt, ist bis heute weit verbreitet und längst nicht mehr auf russische Soldatinnen beschränkt. Verschiedene Wissenschaftlerinnen (vgl. Weckel 2004; Kassel 2005) haben am Beispiel Lynndie England seine Aktualität untersucht. Wer Lynndie England ist, bedarf nur weniger Erläuterungen. Es genügen die Stichworte „Abu Ghraib“ und „Folterskandal“, um die Bilder von der lachenden Soldatin mit Hundeleine vor einem Haufen nackter Männer vor Augen zu haben. Sich an die Namen und das Aussehen der anderen Beteiligten zu erinnern, die später ebenfalls verurteilt worden sind, fällt wahrscheinlich schwerer. Dass dieser Fall in den Medien eine besondere Aufmerksamkeit erfahren hat, lässt sich mit dem „doppelten Normverstoß“ (Weckel 2004) der Protagonistin erklären. Lynndie England hat nicht nur – wie die erheblich größere Zahl männlicher Gewalttäter auch – die Regeln menschlichen Zusammenlebens verletzt, sondern zudem gegen die Auffassung von der friedlicheren Frau verstoßen. Hinzu kommt, dass eine Frau an der Ausübung *sexueller* Gewalt gegen Männer beteiligt war. Deswegen ließe sich gar von einem dreifachen Normverstoß sprechen.

Lynndie England kann als Bestätigung der Langlebigkeit des ‚Flintenweib-Stereotyps‘ genommen werden. Fraglich bleibt, ob nicht dennoch heute eine insgesamt differenziertere, weniger stereotype Berichterstattung erkennbar ist? Sicher gibt es dafür ausreichend Hinweise, doch lässt sich auch belegen, dass die ‚alten‘ Stereotype wie die des ‚Flintenweibs‘ wenn nicht Wiederholung, so doch Variation, und letztlich eine indirekte Bestätigung erfahren. Herausgestellt wird weiterhin die Besonderheit der bewaffneten, kampfbereiten Frau, die Variation besteht jedoch darin, dass die gezeigten oder beschriebenen Protagonistinnen nicht als ‚vermännlicht‘ und ‚unsexy‘ daherkommen, sondern im Gegenteil als besonders attraktiv, und damit als sexuelle Herausforderung. Auch für diese Stereotypvariation gibt es zahlreiche Beispiele, man denke nur an Ernst Lubitschs Komödie *Ninotschka* von 1939 (Abbildung 2), in der Greta Garbo eine sowjetische Kommissarin spielt, die in Paris den Verlockungen des Kapitalismus erliegt, oder, um ein aktuelles Beispiel zu bringen, einen Beitrag von

Abbildung 2: Greta Garbo in *Ninotschka* als sowjetische Kommissarin

Quelle: Film *Ninotschka* (USA 1939, Regie: Ernst Lubitsch).

Spiegel TV über einen Schönheitswettbewerb in der russischen Armee, wo Soldatinnen erst ihre Nägel lackieren und dann schießen müssen.⁴ Oder ein Foto aus der *Frankfurter Allgemeinen Sonntagszeitung*, das einen Artikel mit der Überschrift „Dress to kill“ zielt (Abbildung 3). Darin geht es um neue Uniformen für die Russische Armee, sowohl für die Männer als auch die Frauen. Gezeigt wird aber eine Soldatin. Die Bildunterschrift lautet: „Flott mit Barett. Die russische Soldatin trägt im Winter eine Persianerkappe.“

Andere aktuelle Bilder und Beschreibungen sind letztlich ähnlich stereotyp. Zwar ist im einzelnen der Anspruch erkennbar, etwas anderes, Außergewöhnliches, nicht stereotypisierend zu berichten, Inhaltsanalysen von Print- und Onlinepublikationen, die in verschiedenen Lehrforschungsprojekten zu „Medien und Stereotypen“ durchgeführt worden sind, belegen jedoch – und so genannte Qualitätsmedien sind davon nicht ausgenommen – eine konsonante und häufig

Abbildung 3: Russische Soldatin



Quelle: Schipp, Anke: Dress to kill. In: Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung, Nr. 10 (09.03.2008), 63.

stereotype Darstellung von Soldatinnen westlicher Armeen: Die Fotos zeigen attraktive, meist lachende Soldatinnen in Uniform, fast immer mit langem Haar, das aber zu einem Pferdeschwanz zusammengebunden unter dem Helm oder dem Barett hervorlugt, manchmal mit Tarnfarbe im Gesicht. Selten werden die Soldatinnen mit Waffen oder militärischem Gerät abgebildet, häufiger sieht man sie bei der medizinischen Versorgung der Zivilbevölkerung oder musizierend. Zu untersuchen wäre darüber hinaus, welche Unterschiede es in den medialen Repräsentationen und vor allem auch in den Selbstinszenierungen der Soldatinnen – z. B. je nach Nation oder Waffengattung – gibt. Ein Bild wie das der israelischen Soldatin, die mit geschulterter Waffe betend vor der Klagemauer steht, unterscheidet sich zwar erheblich von anderen Soldatinnenbildern, dennoch handelt es sich um ein visuelles Stereotyp.

7 Stereotypenforschung als „unfinished business“

Der Vielfalt an Verhaltensweisen steht die reduktionistische Tendenz von Stereotypen und Feindbildern entgegen. Insbesondere Geschlechterstereotype und ‚FeindInnenbilder‘ beschränken sich auf die Hervorhebung und Überzeichnung einiger weniger Merkmale. Mit ‚der Realität‘ hat das nur insofern zu tun, als dass ein Körnchen Wahrheit bzw. eine auf allgemeinem Konsens beruhende Überzeugung Voraussetzung ist für das Entstehen und die Instrumentalisierung dieser FeindInnenbilder. Vorhanden sind sie jederzeit, aktiviert werden sie in Vorkriegszeiten, um dann in Kriegen im Sinne einer Self-fulfilling Prophecy gleichsam Bestätigung zu erfahren, wenn die Feinde und Feindinnen sich tatsächlich feindlich verhalten. Nach dem Krieg müssen FeindInnenbilder so weit abgeschwächt werden, dass Frieden möglich ist. In Konfliktsituationen lassen sich die alten Vorurteile jedoch meist schnell reaktivieren.

Konsens besteht im wissenschaftlichen Diskurs weitgehend darüber, binäre Denkmuster, stereotype Redeweisen und Bilder zu vermeiden, schon weil der heuristische Wert solcher Begriffspaare wie Täter/Opfer, Mann/Frau, kriegerisch/friedlich für die Analyse sozialen und politischen Handelns in Kriegszeiten fragwürdig ist. Doch kollidiert dieser aufklärerische Ansatz mit der Erkenntnis, dass Stereotype und Vorurteile dennoch in der Welt und nur überaus schwer auflösbar sind. Hans Henning Hahn stellt in dem 2002 erschienen Band „Stereotyp, Identität und Geschichte“ mit Bezug auf Walter Lippmanns Grundlagenwerk „Public Opinion“ fest: „80 Jahre interdisziplinärer Stereotypenforschung mit empirischen Untersuchungen und Grundlagenforschung mit politischen Aufklärungsabsichten haben augenscheinlich, trotz des beträchtlichen Engagements, nicht zu einer erkennbaren Reduktion von Stereotypen geführt.“ (Hahn 2002: 11)

Grundsätzlich ist dem entgegenzuhalten, dass die Feststellung einer Zu- oder Abnahme von Stereotypen in der Medienberichterstattung das Wissen voraussetzt, was denn der Realität entsprechend, was stereotyp oder nicht stereotyp ist. Um das zu wissen, sind wir wiederum überwiegend auf Medien, z. B. auf Statistiken oder Reiseberichte, angewiesen, die aber auch nur bedingt ‚die‘ Realität wiedergeben. Neben diesen erkenntnistheoretischen Problemen sind methodische zu lösen: es müssten mindestens zwei Messpunkte angesetzt werden, um beispielsweise die Zunahme oder Abnahme stereotyper Berichterstattung eines Mediums feststellen zu können. Die nächste methodische Herausforderung bestünde darin, festzustellen, wie diese Berichterstattung auf verschiedene RezipientInnen wirkt.

An interdisziplinärer Grundlagenforschung zu medial vermittelten Stereotypen, Vorurteilen und FeindInnenbildern besteht jedenfalls noch erheblicher Bedarf. Der Sozialpsychologe David J. Schneider spricht trotz aller erkennbaren

Fortschritte von Stereotypenforschung als „unfinished business“ (vgl. Schneider 1996). Walter Lippmann setzte, wie eingangs anhand des Zitats belegt, auf Erziehung, die unser Wissen über Stereotype zu erweitern habe. Und auch aktuell betuern Journalistinnen und Journalisten, wie etwa Bernhard Zand vom Nachrichtenmagazin *Der Spiegel*, „sich keine Gelegenheit entgehen zu lassen, hinter das Stereotyp zu schauen resp. seine Wirkung zu zeigen“ (zit. nach Götzenborfer 2008: 101). Das lässt hoffen. Dem Dilemma, dass jede Beschäftigung mit Stereotypen, sie zunächst wiederbelebt, ist dabei kaum zu entgehen.

Anmerkungen

- 1 Die Überschrift des Einleitungskapitels zu „Public Opinion“ (1922) lautet: „The World Outside and the Pictures in Our Head“. In der deutschen Übersetzung (1964) wurde daraus: „Äußere Welt und innere Vorstellungen“.
- 2 Unter „realistischer“ Forschung innerhalb der Medien- und Kommunikationswissenschaft werden diejenigen Studien zusammengefasst, die nach der wirklichkeitsgetreuen Wiedergabe von Ereignissen in den Medien fragen und so die Medienberichterstattung mit der Realität vergleichen. Im Gegensatz dazu sehen konstruktivistische Studien Medien als „Weltbildapparate“, die an der Erzeugung von Medienrealität aktiv beteiligt sind (vgl. hierzu auch Schulz 1989; Thiele 2008).
- 3 Eine ausführliche und überaus lesenswerte Aufarbeitung der feministischen Kontroverse über „Frauen im Nationalsozialismus – Opfer oder Täterinnen?“ liefert Christina Herkommer (2005).
- 4 Dieser Beitrag wird so angekündigt: „Misswahl bei der Roten Armee. Es ist die Zeit von Verschleiß und Verfall der Roten Armee. Nach innen hin macht sie aber eine gute Figur. 16 Soldatinnen sind angetreten zur Wahl „Miss Roter Stern“. Waffen zerlegen und Fingernägel lackieren. SPIEGEL TV begleitete 1999 die ungewöhnliche Übung.“ Zu finden ist er unter: http://einestages.spiegel.de/static/document/9897/misswahl_bei_der_roten_armee.html?k=tag%3A%22Rote+Armee%22&o=original_publication_date-DESCENDING&s=1&r=1&c=1 (Zuletzt abgerufen am 03.11.2009).

Literatur

- Behrendt, Erich F. (1935): Soldaten der Freiheit. Ein Parolebuch des Nationalsozialismus 1918–1925. Berlin, 89. Zit. nach: Deutsch-Russisches Museum Berlin-Karlshorst/Jahn, Peter (Hrsg.) (2002): Katalog zur Ausstellung „Mascha + Nina + Katjuscha. Frauen in der Roten Armee 1941–1945“. Mit einem Beitrag von Swetlana Alexijewitsch. Berlin: Ch. Links Verlag, 52.
- Behrens, Rolf (2003): „Raketen gegen Steinewerfer“. Das Bild Israels im *Spiegel*. Eine Inhaltsanalyse der Berichterstattung über Intifada 1987–1992 und „Al-Aqsa-Intifada“ 2000–2002. Münster: Lit.

- Blum, Bettina (2005): „Einen weiblichen Soldaten gibt es nicht.“ Helferinnen der Wehrmacht zwischen männlichem Einsatz und fraulicher Eigenart. In: Ariadne. Forum für Frauen- und Geschlechtergeschichte, Heft 47, 46–51.
- Brandis, Cordt von (1939): Baltikumer – Schicksal eines Freikorps. Mit einem Geleitwort von Generalmajor Rüdiger Graf v. Goltz. Mit 34 Zeichnungen von Erich R. Döbrich und 2 Kartenskizzen. Berlin: Traditions-Verlag Kolk & Co.
- Degele, Nina/Winker, Gabriele (2009): Intersektionalität. Zur Analyse sozialer Ungleichheiten. Bielefeld: transcript.
- Dokutowitsch, Galina (1943). Tagebucheintrag einer sowjetischen Jagdfliegerin vom 30. Januar 1943. Zit. nach: Deutsch-Russisches Museum Berlin-Karlshorst/Jahn, Peter (Hrsg.) (2002): Katalog zur Ausstellung „Mascha + Nina + Katjuscha. Frauen in der Roten Armee 1941–1945“. Mit einem Beitrag von Swetlana Alexijewitsch. Berlin: Ch. Links Verlag, 62.
- Dominikowski, Thomas (1993): „Massen“medien und „Massen“krieg. Historische Annäherungen an eine unfriedliche Symbiose. In: Löffelholz, Martin (Hrsg.): Krieg als Medienereignis. Grundlagen und Perspektiven der Krisenkommunikation. Opladen: Westdeutscher Verlag, 33–48.
- Dominikowski, Thomas (2004): Massenmedien und Massenkrieg. Historische Annäherungen an eine unfriedliche Symbiose. In: Löffelholz, Martin (Hrsg.): Krieg als Medienereignis II. Krisenkommunikation im 21. Jahrhundert. Wiesbaden: VS, 59–80.
- Downing, John/Husband, Charles (2005): Representing „Race“. Racism, Ethnicities and Media. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage.
- Festinger, Leon (1978): Theorie der kognitiven Dissonanz. Titel der Originalausgabe: A Theory of Cognitive Dissonance (1957). Aus dem Englischen übersetzt von Volker Möntmann. Hrsg. von Martin Irle und Volker Möntmann. Berlin: Huber.
- Gadamer, Hans-Georg (1960): Wahrheit und Methode. Grundzüge einer philosophischen Hermeneutik. Tübingen: J. B. C. Mohr (Paul Siebeck).
- Galtung, Johan/Ruge, Mari Holmboe (1965): The Structure of Foreign News. The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four Norwegian Newspapers. In: Journal of Peace Research 2, Nr. 1, 64–91.
- Götzendorfer, Andrea (2008): Vorurteile, Stereotype und Feindbilder im Politikjournalismus. Magisterarbeit, Universität Salzburg, Fachbereich Kommunikationswissenschaft.
- Gravenhorst, Lerne/Tatschmurat, Carmen (Hrsg.) (1990): Töchter-Fragen. NS-Fraugeschichte Freiburg i. Br.: Kore.
- Hahn, Hans Henning (2002): Zum 80. Geburtstag des Begriffs „Stereotyp“. In: Ders. (Hrsg.): Stereotyp, Identität und Geschichte. Die Funktion von Stereotypen in gesellschaftlichen Diskursen. Frankfurt/Main u. a.: Peter Lang, 9–16.
- Heinsohn, Kirsten/Vogel, Barbara/Weckel, Ulrike (1997) (Hrsg.): Zwischen Karriere und Verfolgung. Handlungsräume von Frauen im nationalsozialistischen Deutschland. Frankfurt/Main, New York: Campus.
- Herkommer, Christina (2005): Frauen im Nationalsozialismus – Opfer oder Täterinnen? Eine Kontroverse der Frauenforschung im Spiegel feministischer Theoriebildung und der allgemeinen historischen Aufarbeitung der NS-Vergangenheit. München: Verlag Martin Meidenbauer.

- Kassel, Susanne (2005): Die mediale Konstruktion weiblicher Stereotype im Krieg. In: Thiele, Martina (Hrsg.): Konkurrenz der Wirklichkeiten. Göttingen: Universitätsverlag, 133–150.
- Kerner, Ina (2009): Alles intersektional? Zum Verhältnis von Rassismus und Sexismus. In: Feministische Studien. Zeitschrift für Interdisziplinäre Geschlechterforschung 27, Nr. 1, 36–50.
- Klaus, Elisabeth/Kassel, Susanne (2003): Frauenrechte als Kriegslegitimation in den Medien. In: Neissl, Julia/Eckstein, Kristin/Arzt, Silvia/Anker, Elisabeth (Hrsg.): Männerkrieg und Frauenfrieden. Geschlechterdimensionen in kriegerischen Konflikten. Wien: Promedia, 13–30.
- Lippmann, Walter (1964[1922]): Die öffentliche Meinung. München: Rütten+Loening.
- Lobinger, Katharina (2009): Visuelle Stereotype. Resultate besonderer Bild-Text-Interaktionen. In: Petersen, Thomas/Schwender, Christoph (Hrsg.): Visuelle Stereotype. Köln: Halem, 109–122.
- Luhmann, Niklas (2002): Einführung in die Systemtheorie. Heidelberg: Carl-Auer-Systeme Verlag.
- Luger, Karin (2000): „Dieses Land, das wir so liebend gerne hassen.“ Österreich in der französischen Presse 1986–1992. Mit einem Vorwort von Felix Kreissler. Wien: Österreichischer Kunst- und Kulturverlag.
- Noelle-Neumann, Elisabeth (1990): Das Stereotyp als Verkehrsmittel der öffentlichen Meinung – Walter Lippmann. In: Lippmann, Walter: Die öffentliche Meinung. Reprint des Publizistik-Klassikers. Bochum: Universitätsverlag Dr. N. Brockmeyer, 286–299.
- Peters, Christoph (1999): Deutschland und die Deutschen im Spiegel britischer Tageszeitungen. Die Berichterstattung der überregionalen Presse Großbritanniens 1989–1994. Münster: Lit.
- Petersen, Lars-Eric/Six-Materna, Iris (2006): Stereotype. In: Bierhoff, Hans-Werner/Frey, Dieter (Hrsg.): Handbuch der Sozialpsychologie und Kommunikationspsychologie. Göttingen: Hogrefe, 430–436.
- Petersen, Thomas/Schwender, Christoph (Hrsg.) (2009): Visuelle Stereotype. Köln: Halem.
- Quasthoff, Uta (1973): Soziales Vorurteil und Kommunikation. Eine sprachwissenschaftliche Analyse des Stereotyps. Frankfurt/Main: Athenäum.
- Roth, Klaus (1998): „Bilder in den Köpfen“. Stereotypen, Mythen, Identitäten aus ethnologischer Sicht. In: Heuberger, Valeria/Suppan, Arnold/Vyslonzil, Elisabeth (Hrsg.): Das Bild vom Anderen: Identitäten, Mentalitäten, Mythen und Stereotypen in multiethnischen Regionen. Frankfurt/Main u. a.: Peter Lang, 21–44.
- Sachse, Carola (1997): Frauenforschung zum Nationalsozialismus. Debatten, Topoi und Ergebnisse seit 1976. In: Mittelweg 36 6, Nr. 2, 24–33.
- Schipp, Anke: Dress to kill. In: Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung, Nr. 10 (09.03.2008), 63.
- Schneider, David J. (1996): Modern Stereotype Research: Unfinished Business. In: Macrae, C. Neil/Stangor, Charles/Hewstone, Miles (Hrsg.): Stereotypes & Stereotyping. New York, London: The Guilford Press, 419–453.
- Schulz, Winfried (1989): Massenmedien und Realität. Die „ptolemäische“ und die „kopernikanische“ Auffassung. In: Kaase, Max/Schulz, Winfried: Massenkommunikation

- tion. Theorien, Methoden, Befunde. Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Sonderheft 30, 135–149.
- Schulz, Winfried (2009): Nachricht. In: Noelle-Neumann, Elisabeth/Schulz, Winfried/Wilke, Jürgen (Hrsg.): Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation. Frankfurt/Main: Fischer, 359–396.
- Schwarz, Gudrun/Zipfel, Gaby (1997): Editorial. In: *Mittelweg* 36 6, Nr. 2, 3–4.
- Schwarzer, Alice (1978): Frauen ins Militär? In: EMMA, Heft Juni 1978. http://www.emma.de/frauen_ins_militaer.html (30.6.2009).
- Thiele, Martina (2008): Konstruktivismus in der Kommunikationswissenschaft – Außen-seiter- oder Mainstreamposition? In: *Medien & Zeit* 23, Nr. 4, 18–27.
- Tröger, Annemarie (1977): Die Dolchstoßlegende der Linken: „Frauen haben Hitler an die Macht gebracht“. In: Gruppe Berliner Dozentinnen (Hrsg.): *Frauen und Wissenschaft. Beiträge zur Berliner Sommeruniversität für Frauen Juli 1976*. Berlin: Courage, 324–355.
- Weckel, Ulrike (1997): „Unterschiedlich weit entfernt von den Zentren der Macht“. Ein Gespräch um die „gute, alte Forderung, Frauen dort zu suchen, wo sie aktiv waren“. Beteiligte: Gaby Zipfel, Barbara Determann, Johanna Meyer-Lenz, Lerke Gravenhorst, Atina Grossmann, Ulrike Weckel, Liz Harvey, Rita Thalmann, Carola Sachse, Monika Pater, Ursula Nienhaus, Birthe Kundrus, Monika Richarz, Gabriele Czarowski. In: *Mittelweg* 36 6, Nr. 2, 5–21.
- Weckel, Ulrike (2004): Wer hat Angst vorm Flintenweib? Der Fall Lynndie England. In Gewaltexzessen handeln Frauen oft nicht anders als Männer. Aber sie werden anders wahrgenommen. In: *Freitag*, Nr. 23 (28.5.2004). <http://www.freitag.de/2004/23/04231701.php> (14.7.2009).
- Wilke, Jürgen (2007): Reihe „Klassiker der Kommunikationswissenschaft heute“. Nicht nur ein Theoretiker der öffentlichen Meinung. Walter Lippmann Revisited. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft* 55, Nr. 4, 595–612.
- Yuval-Davis, Nina (2009): Intersektionalität und feministische Politik. In: *Feministische Studien. Zeitschrift für Interdisziplinäre Geschlechterforschung* 27, Nr. 1, 51–65.
- Zipfel, Gaby (1996): Verdrängte Erinnerungen, verdeckte Überlieferungen. Akteurinnen im Nationalsozialismus. In: *Mittelweg* 36 5, Nr. 2, 64–73.