

1. Die Erforschung von Deutschlandbildern in verschiedenen Disziplinen

Die Frage, *Wie sehen ›uns‹ Menschen aus anderen Ländern?* scheint – wenigstens in Deutschland – ein gewisses Faszinosum darzustellen. Zumindest lassen dies zahlreiche Umfragen und Studien vermuten, die von Meinungsbefragungsinstituten, Stiftungen o.ä. in regelmäßigen Abständen durchgeführt werden und das Bild *der Deutschen im Ausland* erheben (vgl. z.B. Löwenstein 2021; Du Vinage/Tamm 2022). Aber auch in wissenschaftlichen Untersuchungen unterschiedlichster Disziplinen wird die Frage danach, wie Menschen Deutschland sehen, immer wieder zum Thema gemacht.

Helmut Hubel (1996: 59) konstatiert, dieses Interesse an dem Bild, das andere von einem haben, gäbe es in dieser Form nur in Deutschland, da Länder, die stärker mit sich im Reinen seien, dieser Beschäftigung nicht bedürften. Eine oberflächliche Internetrecherche mit den Suchbegriffen *how do others perceive Great Britain* ergibt jedoch mehrere Treffer (z.B. Cameron 2017; Writer-Davies/Williams 2020), in denen sich vergleichbare Auseinandersetzungen auch in Großbritannien andeuten. Das spricht wiederum dafür, dass es für die Etablierung einer positiven sozialen Identität auch wichtig ist zu wissen, wie eine Gruppe von anderen (Gruppen) gesehen wird, weshalb die wechselseitigen Bilder und Annahmen dazu eben nicht nur in Deutschland von Bedeutung sein könnten.

Die folgenden Darstellungen sind für meine Arbeit bzw. im Hinblick auf den Forschungsstand insofern relevant, als ich verschiedene disziplinäre Zugänge und Schwerpunktsetzungen bei der Erforschung von Deutschlandbildern aufzeige und damit Überschneidungen, aber auch Abgrenzungen zu meiner Arbeit verdeutlichen kann. Dabei gehe ich zunächst auf Forschungen in den Politik- und Geschichtswissenschaften sowie Deutsch als Fremd- und Zweitsprache ein, weil in diesen eine besonders rege und zudem für diese Arbeit relevante Forschungstätigkeit zu Deutschlandbildern erfolgt. Weiterhin skizziere ich, wie Deutschlandbilder in psychologischen bzw. psychologisch orientierten Beiträgen behandelt werden und gehe abschließend auf die Erfassung und Erforschung von Deutschlandbildern im Fluchtkontext ein. Der folgende Forschungsüberblick ist nicht erschöpfend, sondern stellt den Versuch dar, Grundorientierungen nachzuzeichnen.

1.1 Politik- und Geschichtswissenschaften

Wie bereits thematisiert gilt die Ermittlung von Images als wichtiges Instrument zur Friedenssicherung, was das Thema nicht zuletzt für die Politikwissenschaften bedeutsam macht. Demnach überrascht es wenig, dass politikwissenschaftliche Auseinandersetzungen mit Deutschlandbildern insbesondere zu Zeiten tiefgreifender (politischer) Veränderungen oder Krisen erfolgen. So sind zahlreiche Sammelwerke und Beiträge erschienen, die anlässlich der Wiedervereinigung bzw. mit Bezug darauf oder auch nach der Finanz- und Eurokrise das Deutschenbild aus der Perspektive verschiedenster Länder beleuchten (Wiedervereinigung: z.B. Trautmann 1991b; Hubel 1996; Lösche 1991; Finanz- u. Eurokrise: z.B. Demesmay/Pütz/Stark 2016). Charakteristisch an diesen Werken ist, dass entweder in die Beiträge selbst oder aber innerhalb der jeweiligen Sammelbände mehrere Perspektiven Eingang finden. Es erfolgt eine Beschäftigung mit den Bildern, die in anderen Ländern von Deutschland existieren, sowie mit den Bildern, die in Deutschland von anderen Ländern bestehen. Dabei werden aber nicht nur Bilder von *Deutschland* erhoben, sondern auch *Deutschenbilder*, also Bilder, die Menschen aus anderen Ländern von der deutschen Bevölkerung haben (z.B. Henningsen 1991).

Sofern es sich um empirische Arbeiten handelt, werden als methodische Zugänge insbesondere Meinungsumfragen (Lösche 1991; Nijhuis 2009), Medienberichte (Breunlein 2016; Grix/Lacroix 2006) oder Expert*innenbefragungen (Milling 2010) gewählt, wobei die Analysen dann meist eher deskriptiv ausgerichtet sind. Die genannten methodischen Zugänge lassen sich mit einer Einteilung Trautmanns in Einklang bringen, derzufolge sich die vergleichende Stereotypen- und Imageforschung in drei Ebenen der Wahrnehmung unterteilen lässt, nämlich in Meinungsumfragen, Medienberichte und Expertenbefragungen (Trautmann 1991a: 14).

Meist sehr eng mit politikwissenschaftlichen Analysen verknüpft sind Beiträge aus den Geschichtswissenschaften, was insofern wenig überrascht, als die o.g. Anlässe (z.B. Wiedervereinigung, Ende des 2. Weltkriegs), die in den Politikwissenschaften zur Beschäftigung mit Deutschlandbildern führen, auch aus historischer Perspektive interessant sind, weshalb sich in politikwissenschaftlichen Sammelwerken (z.B. Trautmann 1991b; Mayer 2009) auch immer Beiträge von Historiker*innen finden und umgekehrt (z.B. Süßmuth 1993). Darüber hinaus beleuchten geschichtswissenschaftliche Werke insbesondere längerfristige Entwicklungen sowie weiter zurückliegende Zeiträume (z.B. Heitmann 2008; Geyken 2002).

1.2 Interkulturelle Kommunikation und DaF/DaZ

Angesichts des bereits deutlich gewordenen regen Forschungsinteresses an Deutschlandbildern in verschiedensten Disziplinen scheint es wenig erstaunlich, dass das Thema auch in den Sprach- und Literaturwissenschaften Beachtung findet (für einen Überblick über literaturwissenschaftliche Forschungen zu Nationen und Deutschlandbildern siehe

Behrendt 2008: 133–134). Zudem sind ebenfalls enge Verbindungen zu geschichts- und politikwissenschaftlichen Beiträgen zu beobachten (z.B. Kolboom 1996¹).

Dieses Teilkapitel beschränkt sich allerdings auf Studien, die im Kontext des Deutsch als Zweit- und Fremdsprachenunterrichts² (DaZ und DaF) sowie im Forschungszweig Interkulturelle Kommunikation durchgeführt werden, da diese die größten Anknüpfungspunkte zu meiner Arbeit aufweisen: Sie operieren einerseits mit ähnlichen theoretischen Begriffen, nämlich Stereotypen und Bildern, und lassen andererseits Sensibilität für kulturelle Einflüsse und Interesse an kulturellen Lernprozessen erkennen (vgl. Wernicke 2014: 35).

Die Studien, die im DaF bzw. DaZ-Bereich zu Deutschlandbildern durchgeführt werden, scheinen eine ähnliche übergeordnete Zielsetzung zu verfolgen wie politikwissenschaftliche Arbeiten: Auch hier ist von einem Beitrag für ein »friedvolles Miteinander« (z.B. Mohr-Sobkowiak 2005: 148) die Rede, das durch positive Deutschlandbilder begünstigt werde. Folgerichtig befassen sich viele Studien mit der Frage, ob und wie sich der Deutschunterricht (ggf. in Kombination mit Auslandserfahrungen in Deutschland) bei ausländischen Lernenden auf deren Stereotype bzw. Bilder von Deutschland auswirkt (z.B. Chapwanya 2016; Chovaniaková 2008). Dabei werden unterschiedliche Forschungsdesigns eingesetzt: entweder Längsschnittuntersuchungen, d.h. die teilnehmenden Studierenden werden nach einer gewissen Zeit erneut befragt (z.B. Grünewald 2005) oder – etwas häufiger – Querschnittsdesigns. Bei Letzteren werden DaF-Studierende (oder Schüler*innen) mit Studierenden verglichen, die kein Deutsch lernen (z.B. Witte 2014; Chovaniaková 2008), oder es erfolgt ein Vergleich von DaF-Studierenden aus unterschiedlichen Jahrgängen (z.B. Spaniel 2002; Chapwanya 2016). Bisweilen wird nochmal zwischen den DaF-Lernenden differenziert, beispielsweise im Hinblick darauf, ob diese einen Aufenthalt in Deutschland absolviert haben oder nicht (Witte 2014).

Die Erhebungsmethoden zeichnen sich oft durch mixed method-Designs aus, bei denen qualitative mit quantitativen Methoden kombiniert werden (z.B. Chovaniaková 2008; Grupp 2014; Witte 2014). Die quantitativen Erhebungen erfolgen praktisch ausschließlich mittels Fragebögen, mit denen Assoziationen zu Deutschland, Eigenschaften, Wissen über Deutschland und/oder die Einschätzung zu Einflussfaktoren (mit Blick auf Veränderungen) abgefragt werden, wobei sowohl offene als auch geschlossene Antwortformate eingesetzt werden (z.B. Spaniel 2002; Witte 2014). Die qualitativen Zugänge greifen im Normalfall auf Interviews zurück (z.B. Witte 2014; Chovaniaková 2008).

1 Ingo Kolboom versinnbildlicht die Verknüpfung aus Sprach-/Literatur-/Kultur-, Geschichts- und Politikwissenschaften gleichsam in seiner Person: Er ist Romanist, Historiker und Politikwissenschaftler (Technische Universität Dresden 2023).

2 Zielgruppe dieser Studien sind demnach Studierende und Schüler*innen, die Deutsch lernen. In manchen Studien wird ergänzend noch die Variable »Deutschlandaufenthalt« einbezogen. Die später noch einbezogene Studie von Stefanie Hortmann untersucht Deutschlandbilder bei britischen Studierenden, die einen Auslandsaufenthalt in Deutschland absolvieren. In Hortmanns Beitrag wird nicht ganz klar, ob und inwiefern sich die Studie im Kontext DaF oder interkultureller Kommunikation verortet. Da aber Untersuchungsdesign (Zielgruppe, Methoden und Forschungsinteresse) und theoretische Grundannahmen an die anderen hier diskutierten Studien anschlussfähig sind, beziehe ich Hortmanns Studie in die folgenden Ausführungen mit ein.

Vereinzelte werden aber auch andere Verfahren wie beispielsweise bildbasierte oder Lehrwerkanalysen (z.B. Grupp 2014; Krampikowski 1991: Kap. 2.3.3) eingesetzt: So lässt Grupp (2014) die Teilnehmenden malen, wie sie Deutschland sehen, und bezieht diese Bilder dann auch in die Auswertungen mit ein (ebd.: u.a. 198f.).

Die Ergebnisse der quantitativen Befragungen bringen studienübergreifend große Gemeinsamkeiten zutage. So sind die Assoziationen, die von ausländischen Studierenden und Schüler*innen (mit) am häufigsten genannt werden, fast durchgängig solche, die die Autor*innen den Kategorien Geschichte und Wirtschaft³ zuordnen (z.B. Witte 2014: u.a. 242; Hortmann 1993: u.a. 165 u. 168; Chapwanya 2016 u.a.: 33f. u. 37; Chovaniaková 2008⁴: 93ff.). Die am öftesten genannten Charakterzüge sind »ernst« und »fleißig« (Spaniel 2002: 364; Hortmann 1993: 166f.; Witte 2014: u.a. 244), aber auch »kalt« bzw. »reserviert« (Witte 2014: 244; Spaniel 2002: 364).

Diese Ergebnisse bilden letztlich Zuschreibungen ab, die zweifelsohne mit gängigen Stereotypen konformgehen. In gewisser Weise handelt es sich dabei also auch um Methodenartefakte, da die Frage nach Assoziationen, die Vorlage von Eigenschaftslisten und das anschließende Auszählen der Antworten eben genau die (ohnehin) bekannten Stereotype zutage fördern (siehe dazu auch Althaus 2010: 1426). Deshalb erscheinen (ergänzende) qualitative Befragungen für einen tieferen Erkenntnisgewinn so wichtig. Einige der hier genannten Studien stellen dies aufgrund ihrer mixed method Designs im Prinzip selbst unter Beweis, wie sich an einem konkreten Beispiel illustrieren lässt: In Wittes (2014) Fragebogenerhebung führen bei der Frage nach Assoziationen mit Deutschland einige Teilnehmende »Sicherheit« an (ebd.: 72). Erst durch das Interview kann konkretisiert werden, was für die Befragten die Sicherheit in Deutschland ausmacht, wobei sich zeigt, dass es insbesondere um die nächtliche Bewegung im öffentlichen Raum geht, die nicht nur Frauen, sondern auch Männer als angstfrei möglich erleben (Witte 2014: 82–83). Dieses Beispiel, das noch um beliebige weitere ergänzt werden könnte, verdeutlicht die Notwendigkeit, aber auch den Mehrwert, den qualitative Verfahren bergen. Ein Potential, das die Studien m.E. bei weitem nicht ausschöpfen, weshalb es interpretativer Arbeiten, wie der hier vorliegenden bedarf.

In den Studien werden – wie von den Autor*innen vermutet – Unterschiede im Deutschlandbild der jeweils befragten Gruppen beobachtet, was auf den Einfluss des Deutschunterrichts sowie (wenn einbezogen) von Deutschlandaufenthalten zurückgeführt wird.

Die Frage danach, welche Faktoren dazu beitragen, dass sich Deutschlandbilder verändern, wird in vielen Untersuchungen aber oft anhand von Selbsteinschätzungen erfasst, teilweise werden auch Korrelationen zwischen verschiedenen Variablen berechnet (Spaniel 2002), aus denen dann – statistisch etwas ungenau – Aussagen über Wirkungen bzw. Einflussfaktoren abgeleitet werden (ebd.: 366: »Erwartungsgemäß hat auch die Tatsache einen Einfluß [...]«). Aus quantitativer Sichtweise lässt sich hier das Forschungsdesiderat nach der Einbindung statistisch aussagekräftigerer Verfahren ableiten, ein-

-
- 3 Die häufigsten Nennungen der Kategorie Geschichte sind Hitler, der Nationalsozialismus und der 2. Weltkrieg. In der Kategorie Wirtschaft fallen hingegen Assoziationen wie die Wirtschaftsstärke.
 - 4 Chovaniaková nennt die Kategorie »Zwei Weltkriege und Nationalsozialismus« und bildet keine übergeordnete Kategorie »Geschichte« wie die anderen genannten Autorinnen.

hergehend mit der Forderung nach einer entsprechenden Konstruktion der Messinstrumente. Gleichzeitig verdeutlichen die Ergebnisse aber einmal mehr den Bedarf an qualitativer, interpretativer Forschung (vgl. hierzu auch Wernicke 2014: 53. Sie spricht sich ebenfalls für den Einsatz offener Verfahren aus), die über die Ebene bloßer Selbsteinschätzungen hinausgehen und neben manifesten auch latente Sinngehalte berücksichtigen. Der Mehrwert, den derartige Untersuchungen bringen können, lässt sich erneut anhand einzelner Studien konkretisieren, in denen qualitative Verfahren eingesetzt werden. So leiten beispielsweise Grupp und Hortmann aus ihren Daten Faktoren ab, die für die Entstehung und Veränderung von (Deutschland-)Bildern wichtig erscheinen wie historische Erfahrungen auf Gruppenebene (Grupp 2014: 342), gesellschaftliche Vorprägungen oder auch die individuell-subjektive Verarbeitung von Erlebnissen (Hortmann 1993: 160). Die Quintessenz dieser qualitativ ausgerichteten Verfahren ist, dass sich die Entwicklung von Bildern schlecht vorhersagen lässt und es zudem wichtig ist, nicht nur das kohärente Zentrum von Bildern in den Blick zu nehmen, sondern vielmehr auch die hybriden Facetten an den Bildrändern (Grupp 2014). Dieser Erkenntnis verpflichtet sich auch die vorliegende Analyse, in der mit einer interpretativen Herangehensweise die verschiedenen Schichten, Facetten und Varianten von Deutschlandbildern rekonstruiert werden sollen.

1.3 Psychologische Forschung

Psychologische Arbeiten, die explizit *Deutschlandbilder* untersuchen oder dazu theoretische Überlegungen anstellen, sind nur vereinzelt zu finden.

Manche Beiträge zeichnen sich dabei auch eher durch psychologische ›Anleihen‹ aus, mit einer primären Verortung in anderen Disziplinen. So ist die Dissertation von Darina Chovaniaková (2008), die Deutschlandbilder von slowakischen Schüler*innen untersucht, zwar im Fachbereich *Erziehungswissenschaften Psychologie* der Universität Siegen entstanden, weist aber abgesehen davon vor allem Bezüge zum DaF-Kontext auf, weshalb ich ihre Studie auch bereits an anderer Stelle (vgl. Kap. III. 1.2) miteinbezogen habe. Hinzu kommt, dass die Arbeit nicht von Psycholog*innen betreut wurde und dass in der Auswertung der quantitativen Daten nicht – wie in der Psychologie bei derartigen Dissertationen eigentlich üblich – statistische Verfahren eingesetzt werden, sondern nur deskriptive. Die Auswertung der qualitativen Daten erfolgt wiederum ohne Bezug auf eine Auswertungsmethode. Abgesehen davon setzt sich Chovaniaková (2008) aber im Theorieteil intensiv mit psychologischen Begriffsverständnissen auseinander und geht dabei – anders als andere Beiträge – auch darauf ein, wie sich verschiedene Konzepte aus psychologischer Sicht zueinander verhalten. So zeigt sie beispielsweise auf, wie Wissen und Information zusammenhängen (ebd.: 27), statt diese gleichermaßen als Inhalte von Bildern zu deklarieren und damit eine Verortung auf einer Ebene vorzunehmen (vgl. S. 39). Ähnlich wie mit Chovaniakovás Dissertation verhält es sich mit Robert Pichts (1980) Aufsatz mit dem Titel *Interesse und Vergleich: zur Sozialpsychologie des Deutschlandbilds*, der im Jahrbuch *Deutsch als Fremdsprache* erscheint: Er stellt zwar Bezüge zu sozialpsychologischen Begriffen und Konzepten her (ebd.: 121–122), ansonsten zeichnet sich der Beitrag aber nicht oder nur ansatzweise (insofern, als subjektive Sichtwei-

sen und Bedürfnisse des Betrachters interessieren) durch eine einschlägige psychologische Sichtweise aus. Vielmehr spricht Picht davon, dass sein Beitrag »Fragestellungen der philosophischen Erkenntniskritik auf ein Feld« anwende, »dessen historische und soziale Determinanten soziologisch zu erfassen sind, um konkret erkennen zu können, wie sich Realitätserfassung und Verkennung im Feld der internationalen Beziehungen herstellen« (ebd.: 120).

Neben den bislang erörterten Arbeiten, die ich als Arbeiten mit »psychologischen Anleihen« bezeichnet habe, skizziere ich nun die Beiträge, die sich eindeutiger in der Psychologie verorten lassen. Aufgrund ihrer inhaltlichen und/oder methodischen Ausrichtung stellen sie aber dennoch »psychologische Orchideenwerke« dar, die in der Psychologie oft weniger Aufmerksamkeit erfahren, dafür aber in anderen Disziplinen zum Teil einschlägige Referenzwerke darstellen (s.u.). Die gewählten Beiträge beziehen sich allerdings nicht ausschließlich auf Deutschlandbilder, sondern – eher allgemeiner – auf Länderimages. Die hier vorgenommene Erweiterung scheint aber insofern sinnvoll, als ich damit grundlegende psychologische Herangehensweisen und Überlegungen herausarbeiten kann, die zudem als Basis zur Erforschung von Deutschlandbildern herangezogen werden (z.B. Bentele 1995). Konkret handelt es sich um Veröffentlichungen von Reinhold Bergler (1991; 1992), eine Monographie von Manfred Koch-Hillebrecht (1977) sowie um einen Sammelband von Herbert C. Kelman⁵ (1965b) bzw. ausgewählte Beiträge darin (z.B. Scott 1965).

Die Arbeit von Koch-Hillebrecht (1977) stellt dabei wohl den einflussreichsten, weil oft als Referenzwerk angeführten (u.a. Breunlein 2016; Chovaniaková 2008; Grupp 2014; Spaniel 2002; Wittek 2005), aber auch umfangreichsten psychologischen Beitrag zu Deutschland- bzw. Deutschenbildern dar. Über einen Erhebungszeitraum von mehr als zehn Jahren (1961–1973) führt er ein- und mehrstufige (also einmalige und Mehrfacherhebungen) Untersuchungen in Ländern auf nahezu allen Kontinenten durch (z.B. Amerika: USA, Puerto Rico, Mexiko; Asien: Indien, Pakistan, Thailand, ...; Europa: Frankreich, Österreich, Schweden, ...; Afrika: Ghana, Kenia, Uganda, ...) (ebd.: 288–291). Die Studie verfolgt dabei zwei Zielsetzungen: Erstens einen Überblick über die Bilder und Stereotype zu liefern, die Menschen in anderen Ländern von Deutschen haben, und zweitens die Geschichte des Deutschenbildes zu beleuchten (Koch-Hillebrecht 1977: 13). Dazu wurden sowohl Fragebogenuntersuchungen als auch Leitfadenterviews durchgeführt (ebd.: 33).

Die Ergebnisdarstellung zeichnet sich durch ihre große Reichhaltigkeit aus, zu der sicherlich die diversen Vergleichshorizonte beitragen, die Koch-Hillebrecht (1977) verwendet: Außer den selbst erhobenen empirischen Daten bezieht er historische Zeitungsberichte, Filme (vgl. z.B. ebd.: 16), literarische Werke (vgl. z.B. ebd.: 176) oder auch Ergebnisse aus Schulbuchuntersuchungen (vgl. z.B. ebd.: 229) mit ein. Hinzu kommt, dass er neben den Sichtweisen bestimmter Länder auch andere gruppenbasierte Perspektiven berücksichtigt (ebd.: 146–153, z.B. »Oberschichten«, »Frauen«, »Militärs«) und auf »Subgruppen« wie »italienische Gastarbeiter« (ebd.: 52) eingeht, worin sich eine Sensibilität

5 Der Sammelband von Kelman trägt den Titel *International Behavior: A social-psychological analysis* und geht somit über Images hinaus. Allerdings ist der erste Teil des Bandes unter der Überschrift *National and International Images* ausschließlich Images gewidmet.

für verschiedene Differenzlinien andeutet, wie sie auch in vorliegender Arbeit als bedeutsam erachtet wird. Darüber hinaus arbeitet Koch-Hillebrecht anhand ausgewählter Themen (u.a. Humor, Sitten und Gebräuche, Geruch) Gemeinsamkeiten und Unterschiede in den Perspektiven heraus (ebd.: Kap. 7), was einmal mehr zur Differenziertheit des nachgezeichneten Deutschenbilds beiträgt. Weiterhin widmet er ein ganzes Kapitel (ebd.: Kap. 5) der Geschichte und historischen Genese des Deutschenbilds.

Allerdings muten die Ausführungen teilweise etwas vereinfachend, verallgemeinernd und populärwissenschaftlich an, zumal nicht immer ein Bezug zur empirischen Datenbasis hergestellt wird, z.B.: »Auch im heutigen Straßenverkehr lässt sich das alte Bild vom tumben Deutschen anwenden. Der deutsche Autofahrer reagiert langsamer. Er ersetzt Wendigkeit durch Rücksichtslosigkeit und wird trotzdem von dem gewitzteren Franzosen ausmanövriert.« (Koch-Hillebrecht 1977: 63). Die Präsentation der Ergebnisse und die Art der Formulierungen mag zum Teil dem Adressat*innenkreis der Untersuchung geschuldet sein: Diese wurde – wie dem Klappentext des Buchs zu entnehmen ist – im Auftrag der Bundesregierung durchgeführt und richtet sich damit wohl an ein breiteres und nicht nur wissenschaftliches Publikum. Mehr als 40 Jahre später wirken Darstellungen wie die oben genannten allerdings stereotypisierend, andere sogar rassistisch, beispielsweise, wenn er das »N-Wort« verwendet (ebd.: u.a. 30). Erstere sind aber wohl auch mit auf die Ausgestaltung der Erhebungsmethode zurückzuführen: So produzieren Fragen wie »Wie würden Sie einen typischen Deutschen beschreiben?« (ebd.: 295) zwangsläufig Verallgemeinerungen und Generalisierungen, weil sie eben genau danach fragen. Darüber hinaus gilt zu berücksichtigen, dass zur Entstehungszeit des Buches beispielsweise die Verwendung des »N-Worts« noch üblicher war, außerdem habe ich den Eindruck, dass in den vergangenen Jahrzehnten (und damit nicht erst im Zuge der woke-Bewegung) die Sensibilität für allzu verallgemeinernde, vereinfachende Darstellungen zugenommen hat. Vorliegende Arbeit ist darum bemüht, ein wissenschaftlich fundiertes, nachvollziehbares und differenziertes Bild zu zeichnen. Dennoch schließt das nicht aus, dass in 45 Jahren manche Ausdrücke und Formulierungen ebenfalls stereotypisierend anmuten.

Nach diesem knappen Einblick in Koch-Hillebrechts Arbeit zu Deutschenbildern, beziehe ich nun die anderen, eingangs genannten Beiträge mit ein. Hierfür nehme ich einen – wenn auch nur oberflächlichen – Vergleich vor, indem ich folgende zentrale Überschneidungspunkte herausgreife und näher betrachte: die Bestimmung des Imagebegriffs⁶, die Zuordnung zur Teildisziplin der politischen Psychologie und die Herausarbeitung von Faktoren, die zur Entstehung von (Deutschland-)Bildern beitragen.

Was das Bild- bzw. Imageverständnis angeht, fällt zunächst auf, dass Koch-Hillebrecht (1977) seinen Bildbegriff nicht theoretisch fundiert. Mehr noch, er nimmt keine Differenzierung zwischen Bildern, Vorurteilen und Stereotypen vor, sondern verwendet alle drei Begriffe synonym (z.B., ebd.: 18–19). Bergler (1991; 1992) und Kelman (1965a) explizieren hingegen ihr Bildverständnis, wobei Bergler (1991) Bilder zwar nicht mit Stereotypen, wohl aber mit Vorurteilen gleichsetzt. Er bezeichnet ein Image als »vereinfachtes,

6 Eine Analyse einschlägiger Bildbegriffe erfolgt an anderer Stelle (vgl. Kap. II. 2.2), wo auch die psychologischen Definitionen miteinbezogen werden. In diesem Teilkapitel beschränke ich mich deshalb darauf, mögliche Besonderheiten der psychologischen Sichtweise herauszustellen.

überverdeutlichtes und bewertetes Vorstellungsbild« (Bergler 1991: 47) und stellt somit durch die Aufnahme einer affektiven Bewertungskomponente eine Verbindung zu Vorurteilen her. Im darauffolgenden Absatz nimmt er dann aber folgende Gleichsetzung vor: »Images (Vorurteile) sind ein universelles Phänomen.« (ebd.: 47). Kelmans (1965a) Bildbegriff berücksichtigt wiederum sowohl kognitive als auch affektive Aspekte, ohne jedoch eine Gleichsetzung mit Vorurteilen oder Stereotypen vorzunehmen. Kelman versteht unter einem Image eine »organized representation of an object in an individual's cognitive system« (Kelman 1965a: 24). In seinen weiteren Ausführungen ergänzt er die in der Definition deutlich werdende kognitive Verankerung um die Rolle affektiver Aspekte: »Moreover, images can be characterized in terms of the affect toward the object that they carry« (ebd.: 25). Somit lässt sich schlussfolgern, dass psychologische Bilddefinitionen ähnliche Variationen aufweisen, wie sie auch beim »generellen« Bildverständnis (vgl. Kap. II. 2.1) zu beobachten sind.

Die angesprochene Verortung in der Politischen Psychologie wird sowohl von Koch-Hillebrecht (1977: 18–19) als auch von Herbert C. Kelman (1965a: 4–5) vorgenommen. Während sich jedoch für Koch-Hillebrecht die Zuordnung zu dieser psychologischen Teildisziplin aus dem Gegenstand selbst abzuleiten scheint⁷, legt Kelman dezidiert dar, was für ihn die Aufgabe der Politischen Psychologie ist und welche Rolle Images dabei spielen: Die Politische Psychologie befasse sich mit der Erforschung psychologischer Prozesse in der internationalen Politik sowie der Prozesse, die sich ereignen, wenn Menschen unterschiedlicher Nationalitäten offiziell oder auch inoffiziell miteinander interagieren (Kelman 1965a: 4–5). Bilder könnten dann in diesem Zusammenhang u.a. dahingehend erforscht werden, wie sie sich auf die Ausrichtung der Politik der jeweiligen Nationen auswirken (Kelman 1965a: 12–13). Bergler entwirft seinen Imagebegriff hingegen im Rahmen eines Vortrags auf der Jahrestagung der Deutschen Public Relations Gesellschaft unter dem Titel »Standort als Imagefaktor«. Wie der Titel vermuten lässt, stellt Bergler also, aufbauend auf dem o.g. Bildverständnis, einen Bezug zu Unternehmen und (geeigneten) Standorten her, somit lässt sich sein Zugang eher der anwendungsorientierten Arbeits- und Organisationspsychologie zuordnen. Während also Koch-Hillebrecht und Kelman an der Makroebene ansetzen, lässt sich Berglers Zugang eher auf der Mesoebene verorten. Damit unterscheiden sich aber alle Zugänge von dem der vorliegenden Arbeit, in der vornehmlich an der Mikroebene angesetzt wird. Dennoch ist anzunehmen, dass die Images auf den verschiedenen Ebenen Gemeinsamkeiten aufweisen, wenn auch vielleicht mit ebenenspezifischen Akzentuierungen. Das Forschungsinteresse meiner Arbeit ist ein anderes, es erschiene aber grundsätzlich lohnenswert zu eruieren, ob von einem übergeordneten Imagebegriff ausgegangen werden kann und wie sich dieser dann auf den einzelnen Ebenen zeigt.

Die letzte hier betrachtete Überschneidungsdimension bezieht sich auf die Genese von Images, zu der sowohl Koch-Hillebrecht (1977) als auch Bergler (1991) Überlegungen

7 Folgende Zitate lassen vermuten, dass die o.g. Zuordnung zur politischen Psychologie für Koch-Hillebrecht selbstverständlich erscheint: »Von einem Primat der Innenpolitik könnte man ganz allgemein bei der Genese von nationalen Stereotypen sprechen. [...] Zwei wichtige Impulse hat die politische Psychologie unseres Jahrhunderts erhalten, die zu einer Reflexion über nationale Vorurteile führten.« (Koch-Hillebrecht 1977: 18).

anstellen. Ersterer leitet hierzu sog. Gesetzmäßigkeiten aus dem empirischen Material ab: das Gesetz der Nachbarschaft (S. 235–242), das Nord-Süd-Gesetz (ebd.: 242–245), das West-Ost-Gesetz (ebd.: 245–250), das Gesetz der Ähnlichkeit (ebd.: 250–255). Diese Gesetze beziehen sich nicht nur auf die Genese von Deutschenbildern, sondern erheben den Anspruch, generell die Entwicklung von Images über Angehörige einer Nation zu erklären. Das Gesetz der Nachbarschaft besagt beispielsweise, dass »Völker mit gemeinsamer Grenze in aller Regel im Laufe der Geschichte Streit miteinander bekommen und infolgedessen ein bestimmtes negativ getöntes, von Mißtrauen gefärbtes Bild voneinander entwickeln« (Koch-Hillebrecht 1977: 239). Derart plakativ formulierte Gesetzmäßigkeiten muten jedoch einmal mehr stereotypisierend an, zumal das Erklärungspotential solch breit formulierter Aussagen dahingestellt sei.

Anders als bei Koch-Hillebrecht (1977) basieren Berglers (1991) Mechanismen nicht auf empirischen Daten, sondern sind eng an dessen Bilddefinition angelehnt bzw. aus dieser abgeleitet. D.h. er verwendet deren zentrale Aspekte (Typologisierung, Vereinfachung, Verallgemeinerung, Überverdeutlichung) und führt dazu jeweils die psychologischen Prozesse an, die hinter den genannten Phänomenen stehen bzw. zu diesen führen. Damit liefert er fundierte und treffende Erläuterungen, die illustrieren können, wie sich Bilder bzw. – genauer – sein Bildverständnis psychologisch herleiten lassen. Dadurch, dass die Genese aber aus dem Bildbegriff abgeleitet ist, bewegen sich die Annahmen dazu zwangsläufig innerhalb des propagierten Bildverständnisses. Deshalb erschienen empirische Sondierungen sinnvoll, um zu klären, ob das Bildverständnis (und damit auch die Annahmen zur Genese) sich auch als empirisch tragfähig erweisen.

