

*Mark Anthony Medernach*

# Stereotypen und Vorurteile – facettenreiche Elemente der interkulturellen Kommunikation im Auskunftsinterview

**Zusammenfassung:** Auskunft und Beratung in Bibliotheken sind ein integraler Bestandteil der Arbeit von Bibliothekaren\*innen. Durch den demografischen Wandel ist man als solche\*r im Auskunftinterview ständig in Kontakt mit Menschen unterschiedlicher Herkunft und kultureller Erfahrungen. Die ‚eigene‘ Gesellschaft befindet sich in einem stetigen Wandel, der auch mit mehr Diskriminierung aufgrund von Vorurteilen und Stereotypen einhergeht. Diese soziale Wahrnehmung ist relativ, und sie kann sowohl positive als auch negative Eindrücke von Menschen widerspiegeln und hat sowohl hilfreiche wie auch hinderliche Implikationen im Auskunftsdienst.

**Schlüsselwörter:** Auskunftsdienst, Stereotyp, Bibliothek, Vorurteil, Bibliothekarische Beratung, Kommunikationsprozess

**Stereotypes and prejudices - multifaceted elements of intercultural communication at the information desk**

**Abstract:** Conveying information and consultation in libraries are an integral part of the work of any librarian. Due to the demographic change, as a librarian working behind the information desk, one is constantly in contact with people of different origins and cultural experiences. As one's own society is more and more in a heterogeneous cultural change, one becomes more aware of their own diverse environment around oneself, which can result in more opportunities for discrimination on the basis of prejudices and stereotypes. This social perception is relative, and it can reflect positive as well as negative impressions of people and has both helpful and hindering implications in the consultation service.

**Keywords:** Information service, Stereotype, Library, Prejudice, Librarian consultation, Communication process

Obschon die Begriffe „Stereotyp“ und „Vorurteil“ häufig synonym verwendet werden, haben die Begriffe, die zur Beschreibung von auftretenden Wahrnehmungsfehler genutzt werden, unterschiedliche Konnotationen. Laut der Definition von *merriam-webster.com* lässt sich der Begriff Stereotyp<sup>1</sup> wie folgt verstehen:

*„Something conforming to a fixed or general pattern, especially: a standardized mental picture that is held in common by members of a group and that represents an oversimplified opinion, prejudiced attitude, or uncritical judgment.“<sup>2</sup>*

Stereotype sind somit standardisierte mentale Bilder, die von Mitgliedern einer Gruppe gefasst werden und eine vereinfachte Meinung, eine vorurteilsvolle Haltung oder ein unkritisches Urteil darstellen. Stereotypen sind also verallgemeinerte und vereinfachte Kategorisierungen über Individuen oder gar sozialen Gruppen.

Laut der Definition von *dictionary cambridge* lässt sich der Begriff Vorurteil<sup>3</sup> wie folgt verstehen:

*„An unfair and unreasonable opinion or feeling, especially when formed without enough thought or knowledge.“<sup>4</sup>*

Um ein Vorurteil handelt es somit immer dann, wenn es sich um eine unfaire Meinung oder ein unvernünftiges Gefühl handelt, das vor allem ohne genügend Überlegungen oder Wissen gebildet wurde. Identisch wie beim Stereotyp, kann man sowohl positive oder negative Vorurteile gegenüber einem oder mehreren Mitgliedern einer Gruppe haben. Im allgemeinen Sprachgebrauch wird der Begriff überwiegend negativ, das heißt abwertend, eingesetzt. Es sollte aber nicht ausgeschlossen werden, dass es neben negativen Vorurteilen auch positive Vorurteile gibt.

Stereotype wie Vorurteile können stabil und damit langlebig sein; unter Umständen werden sie gar von einer Generation zur nächsten weitergereicht. Findet eine Auseinandersetzung mit Stereotypen und

---

<sup>1</sup> *“The construction of stereotypes as defined by Lippmann is a process of reduction of the complexity of the world that would otherwise not be manageable for the individual. Stereotypes are economized attention[...] short-cuts[...] and generalizations, the application of known patterns onto unknown situations or persons”*

Wachendorff, I. (2018). Cultural Stereotypes in Letter Forms in Public Space. In M. Erlhoff & W. Jonas (Ed.), *NERD – New Experimental Research in Design* (pp. 206-234). Berlin, Boston: Birkhäuser, S.210

<sup>2</sup> Stereotype: in: *The Merriam-Webster.com Dictionary*, o. D., <https://www.merriam-webster.com/dictionary/stereotype> (abgerufen am 23.02.2021).

<sup>3</sup> *“[...] Most of these definitions see prejudice as a negative attitude toward a particular social group and its individual members. Individual members are prejudged because of their group membership. Prejudice is linked to, but can be distinguished from stereotypes [...] and discrimination.”*

Cohrs, J. Christopher & Duckitt, John. (2012). Prejudice: Types and Origins of. In: Blackwell, Wiley (Hrsg.), *The Encyclopedia of Peace Psychology*, Vol. 3, Po-Z (pp.880-887)

<sup>4</sup> Prejudice: in: *Cambridge Dictionary*, o.D., <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/prejudice> (abgerufen am 23.02.2021).

Vorurteilen statt, verändert sich der Blick auf die eigene Umwelt, die eigene Wahrnehmung wird hinterfragt. Das eigene Wissen über sich und die Umwelt wird erweitert. Im Idealfall werden Urteile über Andere im Anschluss reflektierter gefällt. Ein solches Hinterfragen von Denkweisen kann und sollte durch verbesserte Aufklärung unterstützt werden, um stereotypische Schlussfolgerungen (bei sich und anderen) zu erkennen und zu brechen. Gerade in der oftmals sehr schnellen Kommunikation im Dienstleistungsbereich ist dies relevant: Auskunft spielt eine bedeutsame Rolle in der täglichen bibliothekarischen Arbeit. Kund\*innen kommen an die Informationstheke, um Fragen zu stellen oder bei Unsicherheiten Unterstützung zu bekommen. Adäquate Informationsvermittlung und die direkte Interaktion sind vor allem im Kontext des persönlichen Gesprächs essenziell. Bei der Beratung vor Ort redet man miteinander. Es kommt zu einem persönlichen Gespräch, welches in der Regel für ein Gefühl sorgt, wahrgenommen, gehört und verstanden zu werden.

Als Bibliothekar\*in gilt es, die richtigen Methoden und Techniken anwenden, um den Informationsbedarf zu bestimmen, die Fragen und Sorgen der Kund\*innen zu verstehen und die jeweiligen Bedürfnisse zu stillen. Stereotype und Vorurteile tragen sowohl positive als auch negative Aspekte in sich; sie können auf das Gespräch zwischen beiden Teilnehmenden in einer Bibliothek somit hilfreiche, aber auch hinderliche Einflüsse haben. Ein Dialog kann durch negative Einstellungen, durch eine unangenehme Distanz oder gar eine Abwendung behindert werden, das Informationsgespräch wird in diesem Fall scheitern. Andererseits können positiven Voreinstellungen und Erwartungen die jeweilige Kommunikation verbessern und für eine angenehme Stimmung und Atmosphäre sorgen, Vertrauen wird aufgebaut und die Kommunikation „läuft“. Beide Perspektiven werden betrachtet und erläutert. Zuerst wird auf die möglichen negativen Folgen eingegangen.

Stereotypisierung und unfaire Vorurteile können eine Hürde darstellen. Eine professionelle und respektvolle Haltung im Miteinander ist nicht oder nur ungenügend gegeben. Das Beziehungsgefüge wird stark negativ beeinflusst und die Kommunikationsprozesse stark gestört, da die Auskunftsperson zu wenig professionelle Distanz und noch weniger positive Bestärkung im Auskunftsgespräch an den Tag legt. Man begegnet der Kund\*innen, wenn überhaupt neutral; freundliche Gesten werden beiseitegelegt und eine willkommene Atmosphäre geht verloren beispielsweise kann erst gar nicht entstehen.<sup>5</sup>

Diese negativ konnotierte Interpunktion der Kommunikation<sup>6</sup> steht weitestgehend im Fokus, wenn Stereotypen und die damit verbundenen kategorienbasierten Prozesse betrachtet werden; der Großteil

---

<sup>5</sup> Vgl Thomas, Kinast & Machl, *Intercultural Communication*, 2010, S. 85-87

<sup>6</sup> Bender, S. (o. D.). Die 5 Axiome der Kommunikationstheorie von Paul Watzlawick. Paul Watzlawick Website. <https://www.paulwatzlawick.de/axiome.html>

der Konzeption zur Stereotypisierung konzentriert sich auf negative Stereotypen und feindliche Formen von Vorurteilen. Daran anknüpfend werden vielfach diverse Strategien zum Abbau von Vorurteilen entwickelt. Dies hat sicher seine Berechtigung, v.a. im Kontext einer guten, diversitätsgestützten interkulturellen Kommunikation. Dennoch: Es lohnt sich, in diesem Zusammenhang auch auf Begriffe wie „positive Stereotypen“ und „Gegenstereotypen“ zu schauen. Diese beziehen sie sich auf zwei verschiedene Konzepte und sollten voneinander getrennt betrachtet werden:

**Gegenstereotype** sind Ideen über eine Gruppe, die herausfordern und verbreiteten kulturellen Überzeugungen und mentalen Modellen entgegenwirken. Beispiel eines solchen Gegenstereotypen wäre, wenn man das Bild einer Frau als liebevolle und fürsorgliche Mutter und eines Mannes als Leistungsträger in der Geschäftswelt in Gegenstereotypen spiegeln würde: der männliche Protagonist kümmert sich zu Hause um das Kind, die weibliche Hauptrolle agiert erfolgreich in einem professionellen Umfeld.<sup>7</sup> Genau wie negative können auch positive Stereotype Emotionen, Erwartungen, Ergebnisse und Verhaltensweisen auf individueller und zwischenmenschlicher Ebene beeinflussen wie Verhalten und Wirkung im institutionellen und gesellschaftlichen Interagieren und Wahrgenommen-Werden.

**Positive Stereotypen** können als Verallgemeinerungen über Personen und Personengruppen verstanden werden. Dabei werden positive Überzeugungen mit Personen einer Gruppe in Verbindung gebracht.<sup>8</sup> Wohlwollende Vor-Annahmen machen es leicht(er), sich offen auf einen Gegenüberstehenden einzustellen und so Begegnungen auf Augenhöhe zu ermöglichen.

Grundsätzlich lässt sich sagen, dass Stereotypen und Vorurteile einen hilfreichen Beitrag zur Kommunikation leisten können - sie unterstützen Routineprozesse, helfen aus Vorerfahrungen gute Reaktionen zu filtern und ermöglichen oftmals eine ‚intuitiv richtige‘ Einschätzung von Personen wie Situationen. Beide Begriffe fungieren als Stütze, um unsere sozialen Erfahrungen zu organisieren, da sie dabei helfen, Menschen, Ereignisse und Situationen so zu kategorisieren und zu klassifizieren, dass man sich daran erinnern kann. Sie können aber auch für die Informationsvermittlung eine Hürde sein. Man muss sich daher der eigenen Vorurteile und Stereotypen bewusst sein und diese mit Bedacht einsetzen. Vorurteile und dahinterstehenden Einstellungen vermitteln aktiv Verhaltensweisen gesteuert werden, um Beziehungen gegenüber anderen Personen und Personengruppen zu gestalten. Sie vermitteln ein Bewusstsein für Unterschiede und die Notwendigkeit zu verstehen, dass unterschiedliche Normen und Werte existieren. Auf diese Weise wird gelernt, in sozialer Interaktion und Kommunikation

---

<sup>7</sup> Schwabe, 2011, S. 203-206

<sup>8</sup> Vgl Ramasubramanian, Winfield & Riewestahl, Positive Stereotypes and Counter-Stereotypes: Examining their Effects on Prejudice Reduction and Favorable Intergroup Relations, 2020, S. 2-3

vorausschauend zu sein. Wenn bewusst versucht wird, die eigenen Überzeugungen permanent zu überprüfen, sind Stereotypisierung und Vorurteile hilfreich, um sich neuen Kulturen oder ‚anders tickenden‘ Menschen zu nähern, gestützt von der im Vordergrund stehenden Annahme, dass mögliche Gemeinsamkeiten entstehen. Hier ist eine intrinsische Offenheit und eine Neugierde auf das ‚unbekannte‘ gegenüber unabdingbare Voraussetzung.

Zu beachten ist allerdings auch, dass positive Stereotypen und Vorurteile nicht immer positive Ergebnisse erzielen und in einigen Situationen negative Folgen mit sich bringen: Auf der einen Seite repräsentieren sie eine komplexe Dualität der Bevorzugung und Depersonalisierung. Auf der anderen Seite müssen ihre Einflüsse auf einzelne Gruppenmitglieder, auf die sich das Stereotyp bezieht, beobachtet und analysiert werden. Ein positiver Stereotyp für asiatische Amerikaner wäre beispielsweise, dass sie klug, fleißig, technisch kompetent und leise sind. Obwohl die subjektive Begünstigung positiver Stereotypen ihren Stellenwert unter den Wahrnehmenden erleichtern kann, und die Aussage in erster Linie als Komplimente beabsichtigt war, können sich die Betroffenen, in diesem Fall asiatische Amerikaner, durch ebensolche Stereotypen entpersönlicht fühlen. Das geschilderte Stereotyp gibt einem Betroffenen das Gefühl, ausschließlich durch eine Kategorienmitgliedschaft anerkannt zu werden. Obschon diese Beurteilung mit positiven Werten verbunden ist, kann diese Haltung dazu führen, dass psychische Belastungen auftreten. Positive Stereotypen können also die kognitive Leistung von Zielgruppenmitgliedern durch unangemessenen Druck beeinträchtigen und Kommunikationsprozesse behindern. Das endgültige Ziel bspw. in der bibliothekarischen Auskunft, Benutzer mit entsprechenden Anliegen zufrieden zu stellen und sie mit qualitativen und kompetenten Beratungen zu bereichern, kann sowohl durch negative als auch positive Verhaltensweisen, Halbwissen oder Vorstellungen des Bibliothekars fehlschlagen oder aber unterstützt werden.

Stereotypen und Vorurteile können – und diese negative Seite ist häufig dominierend - gegenüber Fremden das eigene Kommunikationsverhalten einschränken. So wird die Art und Weise beeinflusst, wie Menschen miteinander interagieren; Erwartungen, die man aneinander hat, werden verschoben. Dies kann für die Kommunikation zwischen verschiedenen Kulturen gefährlich sein. Negative Vorurteile, die in einer Gesellschaft häufig sind, können sogar zu Spannungen zwischen Gruppen führen. Sie bewirken, dass Gruppen von Menschen diskriminiert oder ungleich behandelt werden, beispielsweise aufgrund ihres Auftretens, ihres Erscheinungsbildes, ihrer Hautfarbe oder ihrer Religion.

Zudem könnten bei sich ständig ändernden politischen und sozialen Kontexten dieselben Gruppen, die früher als positiv eingestuft wurden, zu einem späteren Zeitpunkt als negativ angesehen werden oder

umgekehrt. Kulturelle Stereotypen über Gruppen sind ebenfalls dynamisch und ändern sich im Laufe der Zeit ständig. Letztendlich muss ein großer Wert daraufgelegt werden, welchen Einfluss sowohl negative als auch positive Vorurteile und Stereotypen auf das Agieren mit einzelnen oder bestimmten Personengruppe haben können.

## Literaturverzeichnis

- Bender, S. (o. D.). Die 5 Axiome der Kommunikationstheorie von Paul Watzlawick. Paul Watzlawick Website. <https://www.paulwatzlawick.de/axiome.html>
- Broszinsky-Schwabe, Edith. (2011). Interkulturelle Kommunikation: Missverständnisse - Verständigung (1. Auflage). VS-Verlag.
- Cambridge Dictionary. (2021, 25. August). prejudice definition: 1. The Merriam-Webster.Com Dictionary. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/prejudice>
- Cambridge Dictionary. (o.D.). Prejudice. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/prejudice>
- Cohrs, J. C. & Duckitt, J. (2011). Prejudice, Types and Origins of. In: The Encyclopedia of Peace Psychology, 880–887. <https://doi.org/10.1002/9780470672532.wbepp218>
- Merriam-Webster (o.D.). Stereotype. <https://www.merriam-webster.com/dictionary/stereotype>
- Ramasubramanian, Srividya; Winfield, Asha; Riewestahl, Emily (2020). Positive stereotypes and counter-stereotypes: Examining their effects on prejudice reduction and favorable intergroup relations. Online unter: <https://hdl.handle.net/1969.1/188013>.
- Thomas Alexander, Kinast-Ulrike Eva, Machl-Schroll Sylvia (2010). Handbook of intercultural communication and cooperation (2. überarbeitete Auflage). Vandenhoeck & Ruprecht Verlag.
- Wachendorff, I. (2018). Cultural Stereotypes in Letter Forms in Public Space. In: NERD – New Experimental Research in Design, 206–234. Online unter: <https://doi.org/10.1515/9783035617429-013>

Mark Anthony Medernach

[mark\\_anthony.medernach@smail.th-koeln.de](mailto:mark_anthony.medernach@smail.th-koeln.de)