

**Petersen, Thomas/Schwender, Clemes (Hrsg.) (2009): Visuelle Stereotype. Köln:
Herbert von Halem Verlag. 208 S., 21 €**

Beitrag aus Heft »2009/03: Wie gut ist Medienpädagogik?«

Stereotype begleiten unser Leben immer und überall – ob als eher unbeliebte Vorurteile und Klischees oder als nützliches und bisweilen auch positives Wissen über Welt, Menschen und sämtliche Phänomene: Standardisierte Vorstellungen und Annahmen gibt es zu fast allem, was es auf der Welt gibt. Natürlich begegnen uns solche Bilder auch in den Medien. Politiker werden in Karikaturen zu Klischees ‚verbraten‘, Geschlechter, Religionen und Ethnizitäten finden sich in immer gleichen Mustern wieder und gesellschaftliche Gruppierungen werden oft auf ihre einprägsamen Symbole reduziert. Doch wie stark prägen diese Bilder unser Denken und unsere Meinung? In welchem Ausmaß bedienen sich die Medien tatsächlicher solcher Stereotype und wieviel davon ist nützlich und hilfreich, wieviel dagegen destruktiv? Mit diesen Fragen haben sich zahlreiche Autoren im Rahmen des Bandes Visuelle Stereotype beschäftigt. Dabei werden zunächst anhand vieler praktischer Beispiele „Stereotype in der politischen Propaganda“ sowie „Visuelle Stereotype bei der Darstellung gesellschaftlicher Gruppen in den Medien“ aufgezeigt und erläutert. Abschließend gehen die Autorinnen und Autoren theoretisch fundiert auf „Wirkungsmechanismen und -potenziale“ von Stereotypen und schließlich auf „Methodische Ansätze zur Analyse von Bildinhalten und Bildwirkung“ ein. So bietet sich dem Leser schließlich ein rundes Bild und ein umfassender Eindruck, der von theoretischem Wissen über Stereotype über Kenntnis einiger Forschungsprojekte bis hin zu Beispielen aus der Realität alles enthält. Ob allzu ‚plakative‘ Wahlplakate der letzten Jahrzehnte oder das bewusste Spiel mit Klischees in Ethno-Soaps des aktuellen Fernsehprogramms – überall lassen sich Stereotype entdecken und entlarven. Auf diese Art und Weise werden Forschungsergebnisse und Erkenntnisse sofort mit alltagstauglichen Informationen verbunden. Der aufmerksame Leser findet danach mit Sicherheit ein paar mehr Stereotype in seiner Umgebung – die er aber ganz un-stereotyp erkennen und durchschauen kann.