

Katharina Rinio

Die Konstruktion von Stereotypen in der interkulturellen Kommunikation

Eine Untersuchung anhand von Darstellungen der Kultur Brasiliens in deutschen Reiseführern

Masterarbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2018 GRIN Verlag
ISBN: 9783668801295

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/441223>

Katharina Rinio

Die Konstruktion von Stereotypen in der interkulturellen Kommunikation

Eine Untersuchung anhand von Darstellungen der Kultur Brasiliens in deutschen Reiseführern

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

http://www.twitter.com/grin_com

Stiftung Universität Hildesheim

Kulturwissenschaften und
Ästhetische Kommunikation

Studiengang Kulturvermittlung

Université Aix-Marseille

Arts, Lettres, Langues et Sciences humaines

Spécialité Médiation Culturelle de l'Art

Masterarbeit

Konstruktion von Stereotypen in der interkulturellen Kommunikation.

Eine Untersuchung anhand von Darstellungen der Kultur Brasiliens in deutschen
Reiseführern

Hildesheim, den 20.02.2018

Katharina Rinio

M.A. Kulturvermittlung

(deutsch-franz. Doppelabschluss)

Inhaltsverzeichnis I

1 EINLEITUNG

1. 1 Problemstellung und Relevanz der Arbeit	4
1. 2 Zielvorstellungen	5
1. 3 Konzeption der Arbeit und methodische Vorgehensweise	5

2 DIE KONSTRUKTION VON STEREOTYPEN

2. 1 Definition und Begriffserklärung	6
2. 2 Begriffsabgrenzung und Vorurteil	8
2. 3 Bedingungen und Faktoren für die Bildung und den Erhalt von Stereotypen	10
2. 3. 1 Entstehung und Struktur von Stereotypen	10
2. 3. 2 Methodische Konstruktion und Kontinuität von Stereotypen	12
2. 4 Formen von Stereotypen	15
2. 4. 1 Explizite Stereotype und implizite Stereotype	15
2. 4. 2 Nationenbilder und nationale Stereotype	16

3 ZUR FUNKTION VON STEREOTYPEN

3. 1 Kognitive Funktion	17
3. 2 Soziokulturelle Funktion	19
3. 3 Verbreitung von Stereotypen	20
3. 4 Gefahr und Abbau von Stereotypen	22

4 ZUR SOZIOLOGIE DER IDENTITÄT

4. 1 Identitätsbildung und kollektive Identität	24
4. 2 Eigen- und Fremdwahrnehmung	25
4. 2. 1 Im Allgemeinen	25
4. 2. 2 Fremdkonstruktionen und Xenophobie	27
4. 2. 3 Praxisfeld Tourismusbranche	29
4. 3 Kulturbegriff und die Rolle der Kunst	31
4. 4 Interkulturelle Kompetenz und Kommunikation	32

5 DER UNTERSUCHT RAUM: BRASILien

5. 1 Brasilien im Überblick	35
5. 1. 1 Ethno-geografische Grundlagen	36
5. 1. 2 Historisches und Kolonialisierung	37
5. 1. 3 Wirtschaft und politische Situation	38
5. 1. 4 Brasilianisches Bewusstsein/Gesellschaft	40
5. 2 Nationale Identität Brasiliens	41
5. 2. 1 Säulen der Identität	41
5. 2. 2 Symbole der Identität	43
5. 3 Die deutsch-brasilianischen Beziehungen	45

Inhaltsverzeichnis II

6 DAS UNTERSUCHTE MEDIUM: REISEFÜHRER

6. 1 Typologie und Kategorisierung des Reiseführers	47
6. 2 Aufgabe und Stellenwert	48
6. 3 Der <i>ideale</i> Reiseführer	49
6. 3. 1 Anforderungen an Reiseführer aus der Sicht des Verbrauchers	49
6. 3. 2 Merkmale eines guten Reiseführers aus kulturtouristischer Sicht	51

7 QUALITATIVE ANALYSE

7. 1 Methodische Vorgehensweise	53
7. 2 Analyse des dargestellten Brasilienbildes – MARCO POLO	55
7. 2. 1 Äußere Gestaltung und Aufbau	55
7. 2. 2 Bildanalyse	57
7. 2. 3 Textanalyse	61
7. 3 Analyse des Vergleichsgegenstandes – POLYGLOTT	66
7. 3. 1 Äußere Gestaltung und Aufbau	66
7. 3. 2 Bildanalyse	68
7. 3. 3 Textanalyse	70
7. 4 Schlussbetrachtung / Diskussion	72

8 FAZIT

8 Fazit	75
---------------	----

LITERATURVERZEICHNIS

ANHANG

1 Einleitung

1. 1 Problemstellung und Relevanz der Arbeit

Zur Zeit findet ein großer Wandel in der Forschung bezüglich der Funktion von Stereotypen statt. Wo anfangs noch ideologisch kritisiert wurde, dass Stereotypisierung Ausgrenzung und Diskriminierung fördere, so wird sich heute mehr auf ihre Funktion in der Kommunikation konzentriert: Stereotype formen Bilder vom Gegenüber und uns selbst, die jeder Kommunikation voraus sind: sie beeinflussen und führen die Konversation oder schränken diese ein. Diese Bilder entstehen nicht nur in einer konkreten Kontaktsituation sondern werden schon früh sozial und medial geprägt. In Bezug auf die Entstehung von Nationenbildern und die Kommunikation im interkulturellen Kontext spielen vor allem Medien eine große Rolle, die im direkten Zusammenhang mit einer Reise in fremde Länder stehen. Hieraus entstand die Idee, Reiseführeranalysen durchzuführen, da diese häufig mehrfach und von mehreren Personen gelesen werden und somit eine hohe Reichweite haben. Aus den Leseranaysen 2016 zu Reisemedien des MairDuMont Verlages ging hervor, dass fast 80% der Reiseführer vor einer Reisebuchung gekauft werden. Damit leisten sie einen erheblichen Beitrag zur Entscheidung für eine Reise und sind ebenso meinungs- und bildungsprägend. Das Thema dieser Arbeit auf Reiseführer über Brasilien einzuschränken, liegt vor allem an persönlichen Interessen der Verfasserin und rührt primär von mehrfachen Aufenthalten im Norden Brasiliens, in Natal. Aufgrund des alltäglichen Kontakts mit BrasilianerInnen und den initiierten Bildern der *fremden* Kultur in Deutschland stehen die unterschiedlichen Formen der Stereotypisierungen im Mittelpunkt des Forschungsfeldes. Das Erforschen dieses Untersuchungsgegenstandes kann auch zum Vertiefen der persönlichen interkulturellen Kompetenz beitragen, die im Rahmen zukünftiger Berufsfelder oder privater Unternehmungen von großer Bedeutung sind. Gerade für die Reiseführerbranche und den Erhalt ihrer Authentizität ist es unumgänglich, sachlich fundiertes Wissen über fremde Kulturen zu vermitteln und dieses nicht als selbstverständlich vorauszusetzen. Daher beschäftigt sich diese Arbeit mit dem Stellenwert und der Aufgabe von Reiseführern als Vermittlungsinstanz zwischen Kulturen am Beispiel Brasiliens. Stereotypisierte Bilder und Texte haben einen großen Einfluss auf die Einstellung und Erwartungshaltung der Menschen. Gerade generalisierte Reiseführer ohne persönliche Berichte bergen einen psychologischen Allgemeingültigkeitswert und tragen somit eine große Verantwortung für den interkulturellen Austausch.