



universität
wien

DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

„*Once, in St. Olaf*“

Darstellung von Skandinavierinnen zwischen Stereotyp
und Imagination in der Fernsehserie *The Golden Girls*

verfasst von

Mag. Geraldine Smetazko

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag.phil.)

Wien, 2015

Studienkennzahl lt. Studienblatt:
Studienrichtung lt. Studienblatt:
Betreut von:

A 317
Diplomstudium Theater-, Film- und Medienwissenschaft
Mag. Dr. Claus Tieber, Privatdoz.

DANKESWORTE

Man sagt, dass es beim zweiten Mal einfacher ist. In vielerlei Hinsicht wird man routinierter, das stimmt wohl. Man weiß, wo man suchen muss, findet schneller, sortiert besser, liest selektiver. Mittlerweile hat man ja auch *ein System* für Zitate, schreiben tut sich die Arbeit wie von selbst. Formatierungsprobleme bringen einen nicht mehr dazu, aufgebracht zu schreien und kreativ zu fluchen. Mit dem optimierten Zeit- und Arbeitsplan geht sich ohnehin immer alles perfekt aus, Stress gibt es nicht. Aber ohne die Unterstützung einer Handvoll guter Menschen wäre man trotzdem verloren.

Meiner wundervollen Mutter Silvia Smetazko gebührt hier der höchste Dank – für jede erdenkliche Art von Hilfe auf meinem gesamten Bildungsweg.

Auch der Rest meiner Familie, insbesondere Stefanie Jelinek, Julia Konhefer und Martin Humburger, hat mich tatkräftig unterstützt und mir vor allem Zerstreuung geboten, was kein unwesentlicher Faktor für produktives Denken und Arbeiten ist.

Meinem engsten Freund, Thomas Lintz, Dank für Gehör. Robert Wolf ein Dank für Ermutigung, Fachgespräche und Distraction. Dank auch meinem Mitstreiter Johannes Matzinger – es ist eine Ehre, sich mit ihm zu messen. Thomas Heinschink hat mich mit einer Vielzahl an Botenfahrten und zeitlicher und räumlicher Großzügigkeit besonders unterstützt.

Zuletzt möchte ich mich sehr herzlich bei meinem Betreuer Claus Tieber bedanken, der stets rasch und unkompliziert für jedes Anliegen zu sprechen war, sich sehr gut um seine Diplomanden kümmert und sich für seine Studenten einsetzt.

INHALTSVERZEICHNIS

1. Einleitung	1
2. Stereotypie und Medium	3
2.1 <i>Grundzüge des Stereotyps</i>	3
2.1.1 Stereotyp und Ethnie	6
2.2 <i>Stereotype und Fernsehen</i>	9
2.2.1 Fernsehen als Sozialisationsmedium.....	11
2.2.2 Stereotypisierung durch das Fernsehen.....	12
2.2.3 Produktions- und Rezeptionseinflüsse	14
2.3 <i>Stereotype der formalen Ebene audiovisueller Darstellung</i>	18
2.3.1 Figur	18
2.3.2 Fernsehserie.....	20
2.3.3 Sitcom	23
3. Mediale Darstellung von Skandinavierinnen nach 1945.....	27
3.1 <i>Gesellschaftspolitischer Hintergrund in Schweden</i>	27
3.2 <i>Der Beitrag der schwedischen Filmindustrie</i>	28
3.3 <i>Ausländische Aneignung des Schwedenfilms</i>	31
3.4 <i>Popkulturelle Nutzung des Schwedinnen-Stereotyps</i>	33
4. Rose Nylund in <i>The Golden Girls</i>	36
4.1 <i>Figurenkonstellation</i>	36
4.2 <i>The Golden Girls und Ethnie</i>	41
4.2.1 Skandinavien: Region vs. Nation.....	45
4.3 <i>Herkunft</i>	48
4.3.1 Exkurs: Skandinavische Emigration in die USA	48
4.3.2 St. Olaf, Minnesota	52

4.4 Materielles und immaterielles skandinavisches Kulturgut.....	56
4.4.1 Sprache	56
4.4.2 Kulinarisches	59
4.4.3 Feste/ Bräuche/ Traditionen.....	61
4.5 Visuelle Eigenheiten	64
4.5.1 Blondheit	64
4.5.2 Busen	65
4.5.3 Kostüm.....	68
4.6 Charakterliche Eigenheiten.....	70
4.6.1 Dummheit/ Naivität	70
4.6.2 Freundlichkeit.....	73
4.6.3 Sexuelle Aktivität/ Promiskuität.....	75
4.6.4 Naturverbundenheit/ Tierliebe.....	79
4.6.5 Wetteifer	80
5. Résumé	82
BIBLIOGRAFIE.....	83
EPHEMERE QUELLEN	90
FILMOGRAFIE.....	91
ABBILDUNGSVERZEICHNIS	96
ANHANG	98
ABSTRACT	98
LEBENSLAUF	99

1. Einleitung

Vorliegende Arbeit widmet sich der Darstellung von Skandinavierinnen in populären US-amerikanischen TV-Formaten. Anhand der Serie *The Golden Girls* (1985-1992) wird untersucht, wie diese sich zwischen bekannten Stereotypen und neuer, kreativer Schöpfung bewegt.

Hierzu wird zunächst der Begriff des *Stereotyps* definiert, um in weiterer Folge mit ihm operieren zu können. Insbesondere die Aneignung und Verbreitung von Stereotypen über und durch das Fernsehen wird hier in den Mittelpunkt gestellt.

Doch nicht nur theoretisch, auch auf der formalen Ebene wird stereotypen Erscheinungsformen nachgegangen, da im Fall von *The Golden Girls* die Form den Inhalt mitbestimmt. Hier wird auf Konventionen des Genres *Sitcom* und des Formates *Serie* fokussiert. Damit wird auch der formale Rahmen diskutiert, in dem die *Figur* emergiert, deren Betrachtung zentraler Gegenstand dieser Arbeit ist.

Um die geläufigste Darstellungsform und Attribuierung auszumachen, wird in einem historischen Abriss die mediale Repräsentation von Skandinavierinnen nach 1945 abgehandelt. Hier liegt der Schwerpunkt auf Schweden und dem Schwedenfilm, die als Produktionsland und gefragte Exportware das Stereotyp der *Schwedischen Sünde*, der *blonden, großbusigen, dümmlichen und promiskuitiven Schwedin*, prägten. Auch der Übergang vom Autostereotyp zum Heterostereotyp wird in diesem Zusammenhang Thema.

Da es sich bei *The Golden Girls* um ein amerikanisches Produkt handelt, gilt es, auch die Präsenz von Skandinavien und deren Wahrnehmung in den USA bei der Untersuchung der Darstellung skandinavischer Figuren mit einzubeziehen.

Der vorgestellte Prototyp der Schwedin wird in der Analyse in Bezug auf visuelle und charakterliche Stereotype als Maßstab eingesetzt. Mit dieser Methode soll durch die gebotene Vergleichsmöglichkeit festgestellt werden, inwieweit sich die Darstellung von Skandinavierinnen in *The Golden Girls* aus dem Stereotyp zusammensetzt bzw. in welchem Maße sie sich davon abgrenzt oder sogar unterscheidet. Im Hinblick hierauf

werden die einzelnen visuellen und charakterlichen Eigenschaften herausgearbeitet, sowie dargestelltes materielles und immaterielles Kulturgut detailliert untersucht.

Die Figur der Rose Nylund wird dabei im Mittelpunkt stehen, da sie am häufigsten vorkommt und somit die größte Materialfülle bietet. Außerdem ist aufgrund des Formates einzig durch rekurrierende Merkmale eine Bestimmung als stereotypes Element möglich. Ergänzend werden allerdings auch andere gezeigte *Skandinavierinnen* und *Skandinavier* untersucht.

Zentraler Zugangspunkt für die Untersuchung ist St. Olaf. Der amerikanische Ort, aus dem die Figur stammt, ist sowohl in Erzählungen, als auch audiovisuellen Darstellungen als skandinavische Exklave präsent. Als kulturelle Basis wird das Schlagwort „*Once, in St. Olaf*“¹ damit programmatisch für den Ansatz und die Herangehensweise dieser Arbeit.

¹ *Once, in St. Olaf*. The Golden Girls. Staffel 6, Folge 2 (1990).

2. Stereotypie und Medium

2.1 Grundzüge des Stereotyps

Setzt man sich mit dem Begriff *Stereotyp* auseinander, so kommt man an einer kurzen Darstellung seines Urhebers, Walter Lippman, nicht vorbei.² Noch heute wird in nahezu allen Forschungsarbeiten zu dem Thema eingangs auf ihn verwiesen.³ Und das nicht ohne Grund – der Publizist Lippmann hat damit die Grundlage für ein weites Forschungsfeld in einer Vielzahl von Disziplinen gelegt. Die sehr allgemein gehaltene Definition hat diese breite Theoriebildung stimuliert und legitimiert. „They [systems of stereotypes, Anm.] are an ordered, more or less consistent picture of the world, to which our habits, our tastes, our capacities, our comforts have adjusted themselves.“⁴ Die Verwendung des Begriffs „in einer eher schillernden als präzisen Bedeutung“⁵ ist also als konstruktiv zu sehen.

Die Leistung Lippmanns besteht in der frühen Feststellung von Merkmalen und Funktionen des Stereotyps und nicht nur in der bloßen Definition des Begriffs. So werden bereits die kulturelle Prägung, die Rolle der Sozialisierung, die Ökonomie der Wahrnehmung und das Füllen von Leerstellen thematisiert, sowie die Rolle der Stärkung der eigenen Identität:

„For the most part we do not first see, and then define, we define first and then see. In the great blooming, buzzing confusion of the outer world we pick out what our culture has already defined for us, and we tend to perceive that which we have picked out in the form stereotyped for us by our culture.“⁶

Größere Resonanz erfuhr Lippmanns anekdotische Abhandlung erst nach dem Zweiten Weltkrieg durch die Sozialpsychologie, insbesondere durch Henri Tajfel und Gordon

² Walter Lippmann nennt und definiert erstmals den Begriff im 1922 verfassten und 1929 erschienenen *Public Opinion*. Vgl. Lippmann, Walter: *Public Opinion*. New York: The Macmillan Company, 1929.

³ Vgl. Bibliografie.

⁴ Lippmann (1929). S. 95.

⁵ Schneider, Irmela: Zur Theorie des Stereotyps. Vorüberlegungen zur Untersuchung amerikanischer Serien im deutschen Fernsehen. In: *Beiträge zur Film- und Fernsehwissenschaft*. Bd. 43, Jg. 33 (1992). S. 133.

⁶ Lippmann (1929). S. 81.

Willard Allport.⁷ Über dieses Feld kam die Stereotypenforschung in die Medienpsychologie und somit wieder zurück in die Medienwissenschaft aus der sie ursprünglich entstanden war.

Nachstehend sollen nun die allgemeinen Grundzüge der Stereotype dargelegt werden, auf deren Basis im nächsten Kapitel die medienwissenschaftliche Auseinandersetzung mit dem Begriff stattfinden soll.

„Stereotype sind [...] generalisierte Urteile und Vorstellungen, die einer Gruppe zugeordnet werden.“⁸ In dieser kurzen Definition finden sich bereits die wichtigsten Eckpfeiler einer Annäherung an den Begriff:

„Stereotypen entstehen nicht immer, aber in der Regel aus der Überverallgemeinerung tatsächlicher Merkmale; es ist ihnen also ein relativer Wahrheitsgehalt zuzusprechen.“⁹

Hier erfolgt gleichzeitig eine Abgrenzung vom Vorurteil – Stereotypen knüpfen immer an reale Sachverhalte an, reflektieren also insofern kognitive Einstellungen, während sich Vorurteile dadurch auszeichnen, dass sie bestimmte Formen negativer Gefühlsurteile transportieren, also zu den affektiv-emotionalen Einstellungen zählen.¹⁰

Für eine Einordnung des Stereotyps in eine kognitive Kategorie spricht auch, dass die individuelle Beurteilung aktiv und bewusst vollzogen wird.¹¹ Trotz des anzunehmenden wahren Kerns eines Stereotyps ist allerdings zu bedenken, dass dieser von einer Absicht überschattet wird: Verurteilung, Moralisierung, Idyllisierung.¹²

Um zu einer Generalisierung zu kommen, müssen zunächst Gruppen definiert werden. Oftmals sind hier äußere Merkmale ein Faktor zur Identifizierung einer Fremdgruppe

⁷ Vgl. Allport, Gordon W.: The Nature of Prejudice. Cambridge, MA: Addison-Wesley, 1954. und Tajfel, Henri: Gruppenkonflikt und Vorurteil. Entstehung und Funktion sozialer Stereotypen. Bern u.a.: Verlag Hans Huber, 1982.

⁸ Appel, Markus: Medienvermittelte Stereotype und Vorurteile. In: Batinic, Bernad/ Ders. (Hg.): Medienpsychologie. Berlin u.a.: Springer Medizin Verlag, 2008. S. 315.

⁹ Bausinger, Hermann: Stereotypie und Wirklichkeit. In: Thomas Jensen/ Nielsen, H. (Hg.): Landeskunde im universitären Bereich. München: Wilhelm Fink, 1988 (= Text & Kontext, Sonderreihe 24). S. 40.

¹⁰ Vgl. Bergler/ Six nach Kleinstaub, Hans J.: Stereotype, Images und Vorurteile. Die Bilder in den Köpfen der Menschen. In: Trautmann, Günter (Hg.): Die häßlichen Deutschen? Deutschland im Spiegel der westlichen und östlichen Nachbarn. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft, 1991. S. 65.

¹¹ Vgl. Appel (2008). S. 316.

¹² Vgl. Hedetoft, Ulf: Det nationale fremmedbillede som kulturelt tegn. Eller: Om at sætte forskelle i verden. In: Agger, Gunhild/ Gentikow, B./ Ders. (Hg.): Stereotyper i Europa. Aarhus: Aarhus Universitetsforlag, 1990 (= Kulturstudier 10). S. 41. Das dänische Original wurde von der Autorin, die diplomierte Skandinavistin ist, übersetzt. „Man kunne sige, at fremmedbilleder/stereotyper kan have et eller flere faktuelle elementer af sandhed, men at de overskygges af **hensigten** [fett i. Orig.]: fordømmelse, moralisering, idyllisering“.

und der folgenden Kategorisierung und Bildung von Heterostereotypen. Hierin liegt allerdings nicht nur die Gefahr, die eine Überverallgemeinerung mit sich bringt, es wird auch eine positive Leistung des Stereotyps aktiviert:

„Wir alle bilden soziale Kategorien nach Merkmalen von Makrosystemen (Geschlecht, Alter, Rasse, etc.), um uns in der sozialen Umwelt zurechtzufinden und mit dieser interagieren zu können. Diese Kategorien – auch Basiskategorien genannt – können als Schematisierung der sozialen Umwelt zur kognitiven Entlastung verstanden werden, wodurch die Reizmannigfaltigkeit chiffriert wird.“¹³

Stereotype sind somit erlernte Kategorien einzelner Gruppen, die bei der Ordnung der Umwelt eingreifen. „Anhand von Sozialisationsprozessen werden diese von den Mitgliedern häufig fraglos internalisiert und akzeptiert. Aufgrund dessen werden Stereotype mitunter als Kulturmuster einer Gesellschaft verstanden.“¹⁴ Somit beeinflussen Stereotype durch *Schubladendenken* „die soziale Wahrnehmung und die soziale Kognition, bieten allerdings auch zugleich *Orientierungshilfen* [kursiv i. Orig.], d.h. sie reduzieren nicht nur die Komplexität der sozialen Umwelt, sondern besitzen für die Gesellschaftsmitglieder einen Informationscharakter.“¹⁵

Hier ist zu betonen, dass Stereotype kulturell tradiert werden, die Zuteilung mittels eines symbolisierenden Merkmales erfolgt und sie primär unabhängig von individueller Erfahrung als „Fremdbilder nicht neu entwickelt werden müssen, sondern als *Gruppenkonzepte* oder *Schemata* [kursiv i. Orig.] gespeichert bleiben.“¹⁶ Sie zeichnen sich also durch hohe Stabilität aus. Wurden Stereotype einmal etabliert, sind sie „Allgemeingut, d.h. sie sind für alle Mitglieder der jeweiligen gesellschaftlichen Gruppe erreichbar.“¹⁷

Eine weitere Funktion von Stereotypen ist Identitätsbildung eines Individuums durch Differenzierung von anderen Gruppen oder Individuen – „Stereotypen bieten Identifikationsmöglichkeiten an, über die neue Realbezüge entstehen können; es ist als mit einer realitätsstiftenden Wirkung von Stereotypen zu rechnen.“¹⁸ Diese Wirkung entwickelt über die gesellschaftliche Vermittlung und kulturelle Weitergabe über

¹³ Hort, Rüdiger: Vorurteile und Stereotype. Soziale und dynamische Konstrukte. Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller, 2007. S. 19.

¹⁴ Ebd. S. 16f.

¹⁵ Ebd. S. 25.

¹⁶ Ebd. S. 16.

¹⁷ Ebd. S. 83.

¹⁸ Bausinger (1988). S. 40.

Sozialisation ein Eigenleben, indem es sich immer weiter reproduziert: „Das Alltagswissen weist einen doppelten Sinn der *Verwirklichung* [kursiv i. Orig.] auf: 1. Es wird die gesellschaftliche, objektive Wirklichkeit damit erfasst. 2. Liegt der Sinn in dem ständigen, [...] Produzieren eben dieser Wirklichkeit“. ¹⁹

2.1.1 Stereotyp und Ethnie

Stereotype greifen meist auf eindeutig zuordenbare Merkmale bzw. Differenzen zu, diese bewegen sich hauptsächlich um Geschlecht/ Sexualität bzw. Ethnie/ Nationalität. Allerdings gilt zu bedenken, dass Stereotype als ein geteiltes Identifikationskriterium für Gruppen unterschiedlichster Größe gelten. Hier gibt es keine Minimal- oder Maximalzusammensetzung: „Das Wissen um stereotype Eigenschaften einer Fremd-Gruppe findet sich ganz ähnlich in sehr großen Gruppen bis zu ganzen Gesellschaften, das Wissen kann aber auch nur von einer Clique oder Familie geteilt werden.“ ²⁰

Die Gruppengröße ist allerdings bei dem Grad der Überverallgemeinerung entscheidend. Als Faustregel lässt sich festsetzen:

„Je größer also eine soziale Kategorie oder ein [sic!] Gruppierung ist, die stereotypisiert wird und je ausgeprägter eine kognitive Distanz zu ihr existiert (z.B. zu ganzen Nationen oder Gesellschaften), desto allgemeiner und generalisierender sind die stereotypen Zuschreibungen und dadurch unpräzise.“ ²¹

Der *wahre Kern* schwimmt also immer mehr zugunsten einer größeren Begriffsabdeckung.

Der kognitive Mechanismus der sozialen Stereotypisierung nimmt folglich bei einer umfangreichen Kategorie ihren Anfang. „Innerhalb dieser sehr grob gezeichneten sozialen Kategorie werden sämtliche Individuen und deren sehr unterschiedlichen [sic!] Merkmalseigenschaften subsumiert, wobei die möglichen kulturelle oder regionalen Unterschiede negiert werden.“ ²²

¹⁹ Hort (2007). S. 74.

²⁰ Appel (2008). S. 315.

²¹ Hort (2007). S. 14.

²² Ebd.

Sie können sich allerdings auf verschiedenen Abstraktionsstufen herausbilden, es wird von einem „Gesamtsystem zunehmender Oberflächendifferenzierung“²³ gesprochen.²⁴ Bspw. können *Skandinavier* in *Festlandskandinavier* und *Inselskandinavier*, weiter in *Dänen*, *Schweden*, *Norweger*, *Isländer* und *Färöer* und weiter in einzelne Landesteile unterteilt werden. Diese Unterkategorien sind an den jeweiligen Überkategorien beteiligt und dadurch teilweise mitbestimmt. Die Differenzierung ist je nach Abstand zur Fremdgruppe zu treffen. So hat ein Schwede genauere Vorstellungen vom typischen Schonen oder Nordländer, als ein Amerikaner, für den Schweden eher im *Norden* aufgeht. Daraus lässt sich schließen, dass „erst durch einen intensiveren Kontakt die stereotypen Zuschreibungen an Präzision gewinnen können.“²⁵ Durch diesen Wissenszuwachs werden genauere Stereotype konstruiert, die Überverallgemeinerungen somit teilweise aufgelöst.²⁶ Paradoxerweise wirkt also der direkte Kontakt zu einer stereotypisierten Gruppe zum einen aufklärerisch und in einem größeren Maßstab stereotypelösend, zum anderen werden dadurch aber wieder neue, wenn auch genauere, Stereotype geschaffen.

Die Kategorien werden in der Regel von einem signifikanten Prototyp, auf den sich das Stereotyp bezieht, repräsentiert.²⁷ Dieser gilt als „Maßstab und Identifikationsprofil, d.h. er dient mitunter der Einordnung eines Objektes [sic!] in eine soziale Kategorie.“²⁸ Aus ihm manifestiert sich implizit das Stereotyp der Kategorie.²⁹

Speziell zu betrachten ist hier die Wahrnehmung von Angehörigen anderer Länder und „kulturell bedingten ‚Fremden‘“³⁰. Die Merkmale für die Zuordnung als *fremd* sind hier oft offensichtlich, wie z.B. eine andere Hautfarbe oder Physiognomie, eine andere Muttersprache bzw. ein Akzent. Die kognitiven Effekte bei der Wahrnehmung, also Stereotypisierung, lassen sich nach Hort wie folgt einteilen:

„- einen *Kontrasteffekt*, der dazu führt, die Unterschiede zwischen den Angehörigen verschiedener Nationen zu betonen;

²³ Hort (2007). S. 15.

²⁴ Vgl. Ebd.

²⁵ Ebd.

²⁶ Vgl. Ebd.

²⁷ Ebd. S. 27.

²⁸ Ebd.

²⁹ Vgl. Ebd. S. 27f.

³⁰ Ebd. S. 20.

- einen *Stereotypieeffekt*, der zur Folge hat, dass die Wahrnehmung des Fremden durch vorgeformte soziale Vorstellungen geschieht, die durch die eigene Kultur getragen werden, sowie den Glauben, dass alle Angehörigen derselben Nationalität diesem ‚Prototyp‘ entsprechen;
- sowie einen *Assimilationseffekt*, der zur Betonung der Ähnlichkeiten zwischen den Menschen eine Nationalität führt.“³¹

In Bezug auf etwas Fremdartiges tritt wieder die Ordnungs- und Orientierungsfunktion des Stereotyps in den Vordergrund.

Die Stereotypie ist hier ein nahezu unvermeidliches Mittel zur Identifikation³² mittels einer massiven Verallgemeinerung von Merkmalen bzw. Reduktion, Kondensation auf ebendiese. „Wenn etwas oder jemand identifiziert werden soll, dann setzt dies ein Moment reduktiver Gewalt – man könnte sagen: zwangsläufiger Reduktion – voraus. In der Begegnung mit fremden Kulturen ist dies die immer schon verbiegende Generalisierung, die so tut, als gäbe es feste Eigenschaften, klare Konturen, eindeutige Zuordnungen.“³³

Stereotype sind nicht international universell und einheitlich. Für Schweden sind Finnen bspw. die negativ konnotierten Gastarbeiter wie es für Österreicher Türken erster Generation sind. In weiten Teilen der westlichen Welt wird jedoch keine Unterscheidung zwischen den Ländern des Nordens vorgenommen, man geht davon aus, dass sie aufgrund ihrer geographischen Isolation kulturell einheitlich sind.

Mit zunehmender konkrete und/oder abstrakte Entfernung zu dem gegenständlichen Kulturkreis werden nicht nur die Auffassungen allgemeiner, unbekannte Leerstellen in der Information müssen gefüllt werden. Dies geschieht meistens über Stereotypisierungen, die innerhalb einer pluralistischen Gesellschaft, wie z.B. dem *melting pot* der USA groteske Ausmaße annehmen können, trotz einer geographischen Nähe und der relativen Leichtigkeit eines direkten Kontaktes und Austausches und somit der Möglichkeit, Stereotype zu entkräften:

„Wir sind demnach mehr oder weniger dazu genötigt, unsere Unkenntnis von den für uns fremden Kulturen, Religionen, Moderichtungen usw. mittels Stereotypisierung zu ‚überbrücken‘. Je pluralistischer also eine Gesellschaftsstruktur ist, desto mannigfaltiger bilden sich Stereotypenstrukturen in und aus dieser heraus. Dies bedeutet auch, dass durch dieses undurchsichtige und unüberschaubare Gesellschaftsgefüge, das sich den Individuen einer modernen Gesellschaft darstellt, der Wunsch und das Bedürfnis hervorgerufen und überhöht

³¹ Hort (2007). S. 20.

³² Vgl. Bausinger (1988). S. 42.

³³ Ebd.

werden kann, diese Komplexität [...] zu reduzieren und zu vereinfachen. Und dies kann die Überbetonung von Stereotypen zur Folge haben.“³⁴

Man nehme bspw. sozialpornographische Formate österreichischer Privatsender, die das vermeintliche *Leben im Gemeindebau*³⁵ anhand stereotypisiert sozial inkompetenter Bewohner porträtieren. Reguläre Menschen werden bewusst ausgeblendet, um dem Format zu dienen.

Der Einsatz ethnischer Stereotype hat eine reflexiv affirmative Wirkung : „The use of an ethnic stereotype tends to reinforce the common belief that it relies upon, thus hardening attitudes about multicultural groups.“³⁶

2.1 Stereotype und Fernsehen

Der Begriff des Stereotyps ist seit seiner Prägung durch Walter Lippmann eng mit der Medienwissenschaft verknüpft. Der Journalist und Publizist spricht in der Einleitung zu *The Public Opinion* von „The World Outside and the Pictures in Our Heads“³⁷. Hier sind primär metaphorische Bilder, Vorstellungen von Sachverhalten udgl. gemeint, jedoch kommt man nicht umhin, die *pictures* auch konkret zu verstehen, als visuelle Größen, wirken diese doch viel unmittelbarer als in Buchstaben kodifizierte Information und werden dementsprechend auch anders kognitiv verwertet.

Audiovisuelle Formate, gleich ob fiktiv oder nicht, konstruieren mittels Bildern in verschiedenen Graden das Wissen und die Wirklichkeit der und für die Rezipienten. „Medien verstärken und erzeugen selektierte und bereits interpretierte symbolische Wirklichkeiten für unsere visuell geprägte Welt.“³⁸ So werden bereits bekannte Bilder des Fremden und somit Wirkmechanismen perpetuiert und weiter distribuiert. Der Rezipient wird mit ihm vertrauten Ansichten konfrontiert, die bewusst von den Produzenten bedient werden. So bildet sich eine eigene Darstellungstradition aus,

³⁴ Hort (2007). S. 92.

³⁵ *Wir leben im Gemeindebau*. Österreich: ATV, 2011 – .

³⁶ Linn, Travis: Media Methods that Lead to Stereotypes. In: Lester, Paul M. (Hg.): Images that injure. Pictorial Stereotypes in the Media. Westport u.a.: Praeger, 1996. S. 15.

³⁷ Lippmann (1929). S. 3.

³⁸ Özsari, Hülya: „Der Türke.“ Die Konstruktion des Fremden in den Medien. Berlin: Universitätsverlag der TU Berlin, 2010 (= Berliner Schriften zur Medienwissenschaft 11). S. 30.

Vorstellungen werden „narrativ und visuell konkretisiert“³⁹, wodurch sie unverrückbar aber gleichzeitig auch rückwirkend produktiv für andere Formate werden. Es entstehen versteifte, einseitige Bilder, das Endprodukt dieses automatisierten Stereotypisierungsprozesses. „Durch Selektion und Reduktion wird allerdings jeweils nur der für den Beleg der jeweiligen Position relevante Aspekt gezeigt.“⁴⁰

Die Medien reflektieren und konstruieren stereotype Einstellungen nicht nur in Bezug auf eine mediale Realitätskonstruktion, der Rezipient wendet diese so vermittelten Bilder auch aktiv an. Ein Kreislauf entsteht, womit „Massenkommunikation und –medien dazu bei[tragen], Stereotypenstrukturen in Gesellschaften zu konstruieren und aufrecht zu erhalten [sic!].“⁴¹

Stereotype werden also auch strategisch oder zumindest bewusst eingesetzt, sind sie doch aufgrund ihrer nicht zuletzt medial vermittelten Verbindung zur Wirklichkeit, die dadurch gleichermaßen reproduziert wird, da sie aus dem Wissensvorrat des Rezipienten stammt, oder mit ihm zumindest übereinstimmt, ein „artifact of common belief“⁴², und dadurch auch „a way of gaining credibility“⁴³.

Problematisch sind medial vermittelte Stereotype besonders daher, dass den Zuschauern oftmals von vornherein die Möglichkeit fehlt, sich durch direkten Kontakt mit der stereotypisierten Gruppe ein genaueres *Bild* zu machen bzw. dies durch die stereotype Darstellung so tief in den *Köpfen* verankert ist, dass es zu einer differenzierten, Erwartungshaltungen bedienenden Wahrnehmung bei Kontakt kommt.⁴⁴ Diese *self-fulfilling prophecies* wirken jedoch nicht nur als Heterostereotyp, also Fremdbild, sondern haben als Autostereotyp auch Einfluss auf die Wahrnehmung der eigenen Gruppe: „We are all restricted by both the viewing and the reading codes to which we have access (by virtue of where we are situated in the world and the social order) and by what representations there are for us to view and read.“⁴⁵

³⁹ Schweinitz, Jörg: Film und Stereotyp. Eine Herausforderung für das Kino und die Filmtheorie. Zur Geschichte eines Mediendiskurses. Berlin: Akademie Verlag, 2006. S. 12.

⁴⁰ Lobinger, Katharina: Visuelle Stereotype. Resultate besonderer Bild-Text-Interaktionen. In: Petersen, Thomas/ Schwender, C. (Hg.): Visuelle Stereotype. Köln: Halem, 2009. S. 118.

⁴¹ Hort (2007). S. 23.

⁴² Linn (1996). S. 16.

⁴³ Ebd.

⁴⁴ Als ein Beispiel für Ersteres sei der noch immer praktizierte exotisierende, exploratorische Blick auf noch intakte, indigene Bevölkerung, vgl. bspw. Sebastião Salgados fotografische Porträts indigener Bevölkerung im Amazonasgebiet in der Ausstellung *Genesis* (2014), erwähnt, für Letzteres wird auf die bereits erwähnten Reality-TV-Formate verwiesen.

⁴⁵ Dyer, Richard: *The Matter of Images. Essays on Representations*. London u.a.: Routledge, 1993. S. 2.

2.2.1 Fernsehen als Sozialisationsmedium

Wie bereits erwähnt, sind Stereotype kulturell tradierte Größen. Die Sozialisation spielt also eine entscheidende Rolle bei der Vermittlung bzw. Erlernung der mit bestimmten Gruppen verknüpften Auffassungen. Sie ist gleichsam „Instrument zur Tradierung kulturell-gesellschaftlicher Muster“⁴⁶ durch das ausgewählte Wissensstrukturen an die nächste Generation von klein auf weitergegeben und von ihr verinnerlicht werden.

Der direkte Kontakt zu Menschen und die Erziehung sind hier zumindest die erste Vermittlungsquelle, man geht nun allerdings zunehmend davon aus, dass Stereotype hauptsächlich durch die Medien als sekundäre Sozialisationsinstanz geprägt werden.⁴⁷ Insbesondere das Fernsehen durch seine Neigung zu standardisierten und so wiederholt eingesetzten Formaten und Darstellungskonventionen kann in doppeltem Sinn als „Sozialisationsmedium“⁴⁸ verstanden werden. Die audiovisuelle Untermalung der dargestellten Sachverhalte bewirkt auch eine andere Abrufbarkeit der erhaltenen Informationen und wirkt sich so zum einen auf die Wahrnehmung und Denkmuster, zum anderen aber auch auf die Vorstellungswelt aus: „In this visually stimulated, alarmingly cautious world, imagination is more often than not shaped by mediated, rather than direct images.“⁴⁹

Massenmedien, insbesondere das Fernsehen, haben hier zu einer veränderten Kommunikationsstruktur geführt, die durch Aktivierung und Bildung von Stereotypen im Laufe der Wahrnehmungsgeschichte auch Folgen für das soziale Verhalten der Zuschauer hat, wobei allerdings nicht zwangsläufig gemäß der Stereotype gehandelt wird.⁵⁰ Noch weitergehend ist es jedoch so, dass sich die „Wahrnehmung der Alltagswelt als Folge intensiven Fernsehkonsums an die Kognitionsmuster angleicht, die durch das Fernsehen vermittelt werden.“⁵¹

⁴⁶ Hort (2007). S. 77.

⁴⁷ Vgl. Reich, Sabine/ Spitzner, F.: Veränderung stereotyper Wahrnehmung durch Ethno-Soaps. Eine Untersuchung am Beispiel *Türkisch für Anfänger*. In: Petersen, Thomas/ Schwender, C. (Hg.): Visuelle Stereotype. Köln: Halem, 2009. S. 46.

⁴⁸ Six, Bernd: Stereotype in den Medien. In: Groebel, Jo/ Winterhoff-Spurk P. (Hg.): Empirische Medienpsychologie. München: Psychologie Verlags Union, 1989. S. 174.

⁴⁹ Lester, Paul M.: Introduction. In: Ders. (Hg.): Images that injure. Pictorial Stereotypes in the Media. Westport u.a.: Praeger, 1996. S. XI.

⁵⁰ Vgl. Schneider (1992, 2). S. 141.

⁵¹ Gerbner nach Six (1989). S. 172.

Besonders zu bedenken ist, dass aufgrund der Übermacht ausländischer, insbesondere US-amerikanischer Serien auf deutschsprachigen Sendern auch zu diesem Kulturkreis gehörige Stereotype vermittelt werden.⁵² So werden Europäer mit US-amerikanischen Einstellungen und Ansichten konfrontiert und erlernen diese, was durch direkte zwischenmenschliche Kommunikation im eigenen Kulturkreis aufgehoben oder gefestigt werden kann. Werden Gruppen stereotypisiert, die in Europa nicht repräsentiert sind, oder zu denen es keine spezifizierten Auffassungen gibt, ist es wahrscheinlicher, dass diese Stereotype übernommen werden, da kein Abgleich stattfinden kann. Durch ein gemeinsames Rekurren auf ein importiertes Stereotyp wird dieses anerkannt und internalisiert.

2.2.2 Stereotypisierung durch das Fernsehen

Ausgehend von dem soeben festgestellten Einfluss des Fernsehens auf das etablierte, individuell erworbene, Stereotypenrepertoire, stellt sich nun die Frage, ob das Medium auch imstande ist, neue Stereotype zu erschaffen.

Bernd Six nähert sich in seinem Standardtext *Stereotype in den Medien* dieser Frage mit einem pragmatischen Ansatz:

„Daß die Medien voller Stereotype und Vorurteile sind, zählt zu den weitverbreiteten Selbstverständlichkeiten. *Sie damit gleichzeitig zu den Erzeugern von Stereotypen* [kursiv i. Orig.] und Vorurteilen machen zu wollen, muß jedoch als voreilig abgelehnt werden. Dies ist eine bislang noch ungeklärte Frage, die nur empirisch, nicht ideologisch beantwortet werden kann.“⁵³

Für Six sind Stereotype kulturell tradierte Bewertungsmuster, die ihre Geschichte haben und nur aus dieser historischen Perspektiver heraus zu verstehen sind.⁵⁴ Dies mag auf die Darstellung anerkannter Stereotype zutreffen, neu erfundenen fehlt jedoch von vornherein diese zeitliche Dimension, wodurch sie nach seinen Kriterien bereits a priori zu verneinen sind.

⁵² Irmela Schneider hat in ihren Voruntersuchungen zum Einfluss amerikanischer Serien auf deutschen Fernsehsendern bereits ähnliche Fragen, allerdings in Hinblick auf die formale Ebene, aufgeworfen, die teilweise in dem darauffolgenden Sammelband als Ergebnis eines eingesetzten Forschungsprojektes präsentiert wurden. Vgl. Schneider, Irmela (Hg.): *Amerikanische Einstellung. Deutsches Fernsehen und US-amerikanische Produktionen*. Heidelberg: Carl Winter Universitätsverlag, 1992.

⁵³ Six (1989). S. 168.

⁵⁴ Vgl. Ebd. S. 169.

Insbesondere in Hinblick auf das Format der Serie, das sich durch Kontinuität und Wiederholung, insbesondere auch als formale Rezeptionsbedingungen, auszeichnet, lässt sich dieser scheinbare Mangel allerdings relativieren. Gerade dieses Format scheint prädestiniert, innerhalb der generierten Medienrealität neue werthaltige Vorstellungen einzusetzen und zu verbreiten.⁵⁵ Denn eine „ständige Wiederholung in ähnlichen Kontexten ist [...] Grundvoraussetzung für die Entstehung von Visiotypen.“⁵⁶ Die Etablierung visueller Stereotype ist also auf dieselben Bedingungen angewiesen, wie allgemeine Stereotype.

Dazu gehört auch, dass sie gruppenspezifisch verteilt sind. Durch die weite Verbreitung des Fernsehens werden die produzierten Inhalte an viele Menschen distribuiert. Die unterschiedlichen Zielgruppen der ausgestrahlten Produktionen werden so zu den Rezipienten und Trägern der Inhalte. Das Wissen um stereotype Zusammenhänge wird von dieser Rezipientengruppe geteilt und wiedererkannt.

In diesen Fällen kommen auch ontologische Überlegungen zum Tragen. „The stereotype is taken to express a general agreement about a social group, as if that agreement arose before, and independently of, the stereotype. Yet for the most part it is *from* [kursiv i. Orig.] stereotypes, that we get our ideas about social groups.“⁵⁷ Auch wenn man weiterhin davon ausgehen kann, dass ein Stereotyp einer überverallgemeinerten Realität entspringt, so muss bedacht werden, dass „das Medium Fernsehen durch seine audiovisuelle Repräsentanz der Wirklichkeit besonders glaubhaft wirkt. Dem Zuseher wird die Illusion vermittelt, ein Stück Realität aufgenommen zu haben (dies trifft auf Nachrichten ebenso wie auf fiktionale Serien zu).“⁵⁸ Es ist also durchaus plausibel, schlusszufolgern, dass auch diese medial erschaffene und vermittelte Ebene bzw. Abbild der Realität Ursprung für allgemein verbreitete Stereotype sein kann. Auch durch die Zeit die auf die Konsumation medialer Inhalte verwendet wird, können die einzelnen diegetischen Wirklichkeiten, unabhängig von Format oder Genre, als Teil der eigenen Realität verstanden werden. Die kognitive und emotionale Involvierung in das gezeigte Geschehen trägt hier ebenfalls dazu bei, dass

⁵⁵ Die Bedeutung des Formates Serie, insbesondere der Sitcom, für die Verbreitung von Stereotypen wird gesondert in Kapitel 2.3.3 behandelt.

⁵⁶ Lobinger (2009). S. 119.

⁵⁷ Dyer (1993). S. 14.

⁵⁸ Vitouch, Peter: Spezifische Rezipientenvariablen als Grundlage stereotyper Mediennutzung. In: Groebel, Jo/ Winterhoff-Spurk P. (Hg.): Empirische Medienpsychologie. München: Psychologie Verlags Union, 1989. S. 92.

das Gesehene innerhalb der oben beschriebenen Parameter als *real* und *wahr* verstanden wird.

Zwei maßgeblich beteiligte Größen am Wirkmechanismus von Stereotypen in den Medien sind *Zugänglichkeit* und *Verfügbarkeit*. „Bei der Verfügbarkeit geht es darum, ob Informationen überhaupt im Gedächtnis repräsentiert sind, bei der Zugänglichkeit, wie schnell man auf Informationen zugreifen kann.“⁵⁹ Die Zugänglichkeit, die vor allem die Frage nach der Assoziation von stereotypen Attributen mit einer Gruppe abdeckt, gründet sich wiederum auf Faktoren wie „Häufigkeit [...], dem zeitlichen Abstand [...] und der Lebhaftigkeit [...] der Informationsverarbeitung“⁶⁰. So wird nicht nur die vermehrte Rezeption eines stereotypen Zusammenhanges, sondern auch das gehäufte Auftreten der Darstellung abgedeckt. Stereotype mediale Darstellungen können über eine entsprechende Nutzung, also eine höhere Zugänglichkeit, von nichtrepräsentativen Beispielen zu stereotypentsprechenden individuellen Überzeugungen führen.⁶¹

So wird klar, dass „der mediale Kontakt zu Vertretern der jeweiligen Outgroup das Vermögen besitzt, dem Rezipienten stereotypen-inkonsistente Informationen zu vermitteln.“⁶²

2.2.3 Produktions- und Rezeptionseinflüsse

Film und Fernsehen führen kein isoliertes Dasein in einer Blase, die lediglich auf den künstlerischen Wert der Produkte achtet. Wie jedes Produkt in unserer kapitalistischen Gesellschaft, ist es zum allergrößten Teil den Regeln der Wirtschaft unterworfen, man kann es sich schlicht nicht leisten, audiovisuelle Produkte für ein nichtexistentes oder nicht genügend breites Publikum zu machen. Ökonomische Überlegungen kommen also auch bei der Herstellung dieser zum Tragen.

Die strukturelle Grundlage eines funktionierenden wirtschaftlichen Prozesses ist die „technische Möglichkeit zur massenhaften Verbreitung, die Reproduzierbarkeit“⁶³. Allerdings muss das Produkt selbst bereits gewisse Kriterien erfüllen, um es

⁵⁹ Appel (2008). S. 324.

⁶⁰ Ebd. S. 326.

⁶¹ Vgl. Ebd. S. 327.

⁶² Reich/ Spitzner (2009). S. 46.

⁶³ Schweinitz (2006). S. 99.

distribulierbar zu machen, eine Nachfrage zu erzeugen. Daher gilt es die „Inhalte und Präsentationsformen mit den Erwartungen und Ansprüchen großer Zuschauermassen – wechselseitig – in Übereinstimmung zu bringen.“⁶⁴ So werden nicht nur Erwartungshaltungen bedient, sondern auch anhand des wirtschaftlichen Erfolges bspw. Erzählstrukturen, also formale Stereotype, etabliert, auf deren Grundlage wiederum neue Ware produziert wird. Diese erfüllen damit zwei wichtige Funktionen für die Koordinierung, sowohl für die Rezipienten-, als auch für die Produzentenseite: „Einerseits leisten Stereotype einen Beitrag zur Koordinierung der Inhalte und Formen mit den Dispositionen breiter Rezipientenschichten [...]. Andererseits wirken die eingespielten Muster mit an der wirtschaftlichen Effizienz der Produktionsabläufe.“⁶⁵

Stereotype sind aus wirtschaftlicher Sicht also eine Notwendigkeit, da sie

„dazu beitragen, einen konstanten Absatz zu sichern. Sie lassen sich nicht nur im Sinne soziologischer oder sozialpsychologischer Koordinierung betrachten, sondern haben *zugleich* [kursiv i. Orig.] eine unmittelbar ökonomische Bedeutung. Sie funktionieren als *Produktstandards* [kursiv i. Orig.], die den Gebrauchswert und den Absatz der Filmware sichern helfen.“⁶⁶

Auch der Herstellungsprozess ist aus Gründen der Effizienz standardisiert. Man wendet industrielle Produktionsprinzipien an, insbesondere die Massenproduktion mit geringem Stückpreis, gekennzeichnet von Standardisierung und Serialisierung.⁶⁷ „Umgekehrt schlägt sich die Standardisierung der Herstellungsabläufe in ähnliche Produktstrukturen nieder – und damit wiederum in Stereotypen.“⁶⁸

Willard Enteman wirft einen zynischen Blick auf die Produktionsökonomie: „In standard economics, efficiency is another term for laziness. The person who substitutes a stereotype for careful analysis simply does not want to work harder than necessary to achieve a superficially acceptable result.“⁶⁹ Eine ressourcenschonende Nutzung von Stereotypen muss jedoch nicht zwangsläufig zu einem minderwertigen Produkt führen.

⁶⁴ Schweinitz (2006). S. 99.

⁶⁵ Ebd.

⁶⁶ Ebd. S. 101.

⁶⁷ Vgl. Gentikow, Barbara: Transnational production. National og individuel reception af TV-programmer. In: Agger, Gunhild/ Gentikow, B./ Hedetoft, U. (Hg.): Stereotyper i Europa. Aarhus: Aarhus Universitetsforlag, 1990 (= Kulturstudier 10). S. 152. Dän. Original: „man anvender industrielle produktions-principper, og det er specielt masseproduktion med lav styk-pris, kendetegnet af standardisering og serialisering.“

⁶⁸ Schweinitz (2006). S. 101.

⁶⁹ Enteman, Willard F.: Stereotyping, Prejudice, and Discrimination. In: Lester, Paul M. (Hg.): Images that injure. Pictorial Stereotypes in the Media. Westport u.a.: Praeger, 1996. S. 9.

Enteman versäumt es, zu definieren, in welcher Hinsicht das Resultat *superficially acceptable* ist. Jedoch macht er einen wichtigen Schritt, indem er die Produktion nicht als menschenunabhängigen, automatisierten Prozess darstellt, sondern die *person* hervorhebt.

Produzenten, die im weitesten Sinne an der Herstellung des audiovisuellen Produktes beteiligt sind, seien es Drehbuchschreiber, Regisseurinnen, Production Designer oder Visagisten, also vor allem „visual communicators“⁷⁰, setzen mehr oder weniger bewusst Stereotypen ein. „Zwischen Erkennen und Benennen besteht ein wechselseitiger Zusammenhang: in der Benennung kommt das Erkennen in Form, und diese Form bündigt, zügelt, begrenzt, strukturiert fortan das Erkennen.“⁷¹ Stereotype sind hier „useful devices because they are easily understood and make a clear, if unfair and at times hurtful, point.“⁷²

Doch um Stereotype einsetzen und nutzen zu können, müssen diese zunächst identifiziert werden. Der Zugang dazu ist allgegenwärtig :

„In der Medienwelt zu Beginn des 21. Jahrhunderts hat der Trend zur filmischen – oder allgemeiner: zur audiovisuellen – Stereotypisierung, zur Hervorbringung konventionalisierter Muster, die Komplexität reduzieren (visueller resp. narrativer Art), eine solche Qualität, Quantität, Dynamik und Präsenz angenommen und haben sich die betreffenden Schemata in solchem Maße unserer Imaginationswelten bemächtigt, dass die Idee geradezu anachronistisch anmutet, Filme unberührt davon schaffen zu wollen.“⁷³

Der Produzent wird hier also nicht dem Rezipienten oder Konsumenten gegenübergestellt, sondern ist beides zugleich. Es ist wichtig, sich vor Augen zu führen, dass es keine zwei strikt getrennten Seiten der Produktion und der Rezeption gibt, sondern ein dynamisches Verhältnis mit flexibler Rollenverteilung besteht. Wie sonst sollte der Produzent Zugang zu und eine profunde Kenntnis von etablierten Schemata bekommen, als diese selbst zu konsumieren und so zu studieren und daran teilzunehmen.

Aufgrund der internationalen und sozialen Variabilität der Stereotype, spielt auch das Sozialisationsumfeld eine Rolle:

⁷⁰ Dennis, Everette E.: Preface. In: Lester, Paul M. (Hg.): Images that injure. Pictorial Stereotypes in the Media. Westport u.a.: Praeger, 1996. S. IX.

⁷¹ Bausinger (1988). S. 42.

⁷² Dennis (1996). S. IX.

⁷³ Schweinitz (2006). S. XI.

„Trotz der z.T. berechtigten Kritik an den Medien sollte aber eins nicht übersehen werden: Zeitungsartikel, Berichterstattungen, Filme etc. werden von Menschen produziert, die in bestimmten Gesellschaftsstrukturen aufgewachsen sind und in diesen leben. Wenn also über Medien stereotype und vorurteilshafte Inhalte transportiert werden, liegt es 1. daran, dass die Konsumenten dieser Inhalte dafür ansprechbar sind und diese eventuell – so wie Vertreter der Medien z.T. argumentieren – wünschen oder gar verlangen und 2. dass die Verantwortlichen dieser medialen Inhalte auch in den jeweils gesellschaftlichen Stereotypen- und Vorurteilsstrukturen leben, worauf sie Bezug nehmen.“⁷⁴

Auf Basis der erworbenen Kenntnisse können die Produkte entsprechend geformt werden. Lobinger bezieht sich zwar auf statische Bilder, ihre Aussagen zur Konstruktionsarbeit des Produzenten sind allerdings auch in einem ähnlichen Maße für das bewegte Bild gültig:

„Bereits beim Produzenten entstehen durch Auswahl und Bearbeitung weitere Bedeutungen beziehungsweise werden bestimmte Bedeutungen bewusst ausgeklammert. Diese Konstruktionsarbeit, die für die Rezipienten nicht sichtbar ist, fügt dem Bild noch zusätzliche Konnotationen hinzu.“⁷⁵

Wer audiovisuelle Medien herstellt, „muß sich zu den umlaufenden Stereotypen ins Verhältnis setzen. Noch wer versucht, sich von ihnen mit emanzipatorischem Ehrgeiz abzuheben und demonstrativ eine Differenz zu organisieren, kommt nicht umhin, mit diesen Mustern zumindest zu kalkulieren.“⁷⁶ Wie der Produzent die Stereotype nun einsetzt, sie führen ein jämmerliches Dasein in dem ganzen Prozess – sie werden instrumentalisiert, in verkäufliche Einzelteile verschrottet und dann dekonstruiert.⁷⁷

Sie dienen immer einem bestimmten Zweck, der von den Produzenten festgelegt wird – „it is not stereotypes, as an aspect of human thought and representation, that are wrong, but who controls and defines them, what interests they serve.“⁷⁸ Hinter jedem audiovisuell repräsentierten Stereotyp, sei es formal oder inhaltlich, stehen eine bewusste Wahl und ein aktiver Einsatz.

Wie oben bereits erwähnt, wird das Bild durch Konstruktionsarbeit, worunter auch die Übereinstimmung mit Sehkonventionen zu verstehen ist, weiter mit Bedeutung

⁷⁴ Hort (2007). S. 91f.

⁷⁵ Lobinger (2009). S. 113.

⁷⁶ Schweinitz (2006). S. XII.

⁷⁷ Vgl. Rasmussen, Tove A.: Innovation og repetition i det populære. In: Agger, Gunhild/ Gentikow, B./ Hedetoft, U. (Hg.): Stereotyper i Europa. Aarhus: Aarhus Universitetsforlag, 1990 (= Kulturstudier 10). S. 149. Dän. Original: „Stereotyperne lider en krank skæbne i hele denne proces: De bliver instrumentaliseret, forskrottet i salgbare enkeltdele og siden dekonstrueret.“

⁷⁸ Dyer (1993). S. 12.

aufgeladen, was wiederum den Rezipienten aktiviert: „Das Stereotyp erfüllt demnach auch die Aufgabe der Auslösung der entsprechenden stereotypen Empfindung und Reaktion des Rezipienten.“⁷⁹ Erwartungshaltungen werden durch die Perpetuierung des Stereotyps befriedigt. Es wird auf bereits bekannte, vom Rezipienten verinnerlichte und, wenn man den Produzenten mit einbezieht, auch ihm entstammende, Muster und Vorstellungen zurückgegriffen. Sie beruhen auf „gut funktionierenden, also mit den rezeptiven Dispositionen – mit Vorerfahrungen, Wünschen und Erwartungen – koordinieren Strukturen, und andererseits haben sie selbst massenhaft Dispositionen überformt.“⁸⁰

Diese soziologisch-psychologische Abstimmungsarbeit, die Interaktion mit Bedürfnissen, Wünschen und Sehnsüchten, sowie mit den Rezeptionsgewohnheiten und Rezeptionsfähigkeiten, dient dazu, große Zielgruppen miteinander zu verbinden, letztendlich also wieder dem wirtschaftlichen Erfolg des Produktes.⁸¹

2.3 Stereotype der formalen Ebene audiovisueller Darstellung

2.3.1 Figur

In der Figur werden alle Ebenen des Films vereint. Sie ist auch der zentrale Identifikationspunkt für den Zuseher, das, was ihn an eine Serie oder einen Film bindet. Dafür ist es wichtig, dass diese „eng mit der alltäglichen Vorstellungs- und Wertewelt verbunden ist.“⁸² Stereotype bieten hier „wichtige Bezugsgrößen für die Konstruktion von fiktionalen Figuren der Narration.“⁸³

Hier kann zwischen Stereotypen, die Figuren verkörpern und stereotypisierten Figuren unterschieden werden. Hierzu bietet es sich an, eine Begriffsdistinktion zwischen *Charakter* und *Typ* vorzunehmen:

⁷⁹ Vitouch (1989). S. 93.

⁸⁰ Schweinitz (2006). S. XII.

⁸¹ Vgl. Ebd. S. 99.

⁸² Ebd. S. 44.

⁸³ Ebd.

„Als *Charaktere* [kursiv i. Orig.] gelten Figuren, die erst im Zuge der erzählten Handlung sukzessive erkennbar werden, im Wechselspiel mit Handlung Entwicklungen erleben und ein individuelles und vielschichtiges geistig-psychologisches Profil besitzen.“⁸⁴

Dyer versteht Typen als Unterkategorie einer größeren von fiktionalen Charakteren.⁸⁵

„types [...] are primarily defined by their aesthetic function, namely, as a mode of characterization in fiction. The type is any character constructed through the use of a few immediately recognizable and defining traits, which do not change or ‚develop‘ through the course of the narrative and which point to general, recurrent features of the human world“⁸⁶.

Neben ihrer ästhetischen Funktion bewerkstelligen Typen auch „durch ihre Eigenart und das ihnen anhängende Handlungsprogramm eine bestimmte Sorte von Ereignissen und Handlungsabläufen immer wieder zu ermöglichen und zu transportieren.“⁸⁷

Aufgrund ihrer Beschaffenheit erlauben sie eine schnelle Einordnung durch den Rezipienten und erleichtern das Verständnis für das Gezeigte.

Allerdings ist eine eindeutige Einordnung zu dem einen oder anderen Begriff bei den heutigen Erzeugnissen nicht zwingend ohne weiteres möglich. Zum einen ist zu beachten, dass zwischen der „originären Erfindung eines Figurentyps und der später (möglicherweise) folgenden Stereotypisierung dieses Typs“⁸⁸ zu unterscheiden ist; zum anderen können Aspekte der jeweiligen Definitionen in einer Figur zusammenfallen, wenn „die Figur zugleich im Sinne des narrativen Modus als Stereotyp (oder als konventioneller Typ) *und* [kursiv i. Orig.] als Verkörperung eines realitätsbezogenen stereotypen ‚Bildes vom Anderen‘ funktioniert.“⁸⁹

In Bezug auf den ersten Punkt ist zu bemerken, dass der stereotypenhärente Automatismus, die Konventionalisierung narrativer Muster, wieder zu Tage tritt. Mit dessen Fortschreiten geht „die Tendenz zur *Derealisierung* [kursiv i. Orig.] einher. Figuren, die zunächst möglicherweise als Repräsentation von Realität erschienen, nehmen in dem Maße, wie sie zu konventionellen Größen werden, gleichsam den Charakter von Puppen in einem offenbaren Spiel an.“⁹⁰ Das Imaginäre, das selbst von

⁸⁴ Schweinitz (2006). S. 45.

⁸⁵ Vgl. Dyer (1993). S. 13.

⁸⁶ Ebd.

⁸⁷ Eco nach Schweinitz (2006). S. 46.

⁸⁸ Ebd. S. 49.

⁸⁹ Ebd. S. 50.

⁹⁰ Ebd. S. 50f.

der filmischen Erzählwelt geprägt ist, nimmt so Gestalt an und wird zur festen kommunikativen Größe, greift wieder in die Konstruktion von Realität und die Vorstellungswelten der Rezipienten ein. Es lässt sich also auch im Hinblick auf die oben getätigte Unterscheidung zwischen *Typ* und *Charakter* zusammenfassen, dass Repräsentationen in medialen Fiktionen sowohl ästhetische als auch soziale Konstrukte sind.⁹¹

Der von Schweinitz genutzte Terminus der *Repräsentation* lohnt in diesem Zusammenhang kurz einer näheren Betrachtung. Hedetoft spricht von der Repräsentation abstrakter Repräsentanten, also davon, dass Bilder nach Bildern geschaffen würden.⁹² Demnach sei in diesem Zusammenhang das *Fremdbild* tautologisch, da das *Fremde* bereits Bilder seien, oftmals vereinfachte, abstrakte Generalisierungen, also Stereotypen.⁹³ Hier wird also bereits vom Aspekt der vielfachen Vermittlung, von Abbildern, gesprochen. Die verselbstständigten Stereotype beziehen sich nicht auf sich selbst, sondern greifen auf eine konventionalisierte Muster bzw. Wahrnehmungsstrukturen zurück, somit ist „what is re-presented in representation is not directly reality itself but other representations.“⁹⁴

2.3.2 Fernsehserie

Die Fernsehserie mit ihren standardisierten Erzählformen und periodischen Wiederkehr ist besonders als Programmgenre zu verstehen, in dem eben dadurch Stereotype kultiviert werden. Auch wenn allmählich eine Entkoppelung der Serie vom Programm durch Streams, Downloads und Anbieter wie Netflix stattfindet und einzelne Episoden zeitlich und räumlich unabhängig über das Internet konsumiert werden können, so werden die einzelnen Abschnitte dennoch in *regelmäßigen* Abständen veröffentlicht und lediglich gezielter konsumiert.

⁹¹ Vgl. Dyer (1993). S. 13

⁹² Vgl. Hedetoft (1990). S. 32. Dän. Original: „Om repræsentationen af abstrakte repræsentanter – om billeder af billeder“.

⁹³ Vgl. Ebd. Dän. Original: „På den måde er ‚fremmedbilleder‘ tautologisk: ‚fremmede‘ er [fett i. Orig.] billeder, oftest forenkede, abstrakte generaliseringer, altså stereotyper.“

⁹⁴ Dyer (1993). S. 2.

Die „*Transformation des Immergleichen* [kursiv i. Orig.]“⁹⁵, die Hickethier fast archetypisch für das Erzählte verortet, gilt jedoch nicht nur universell für wiederkehrende Themen und Handlungen, sondern auch serienspezifisch und genreabhängig für den Aufbau einer Serie, die „permanente rhythmische Wiederkehr des gleichen [...] Stammpersonals“⁹⁶, für die Kulisse und das Set, die Kameraführung, die Schnitte, den Filter usw. Die einzelnen Serien müssen sich einen Wiedererkennungswert durch geschickte Nutzung und Spiel mit den genrespezifischen Konventionen erarbeiten. In diesem Sinne können Serien als Stimuli aufgefasst werden „die semantische Zuschreibungen ermöglichen, welche sich gerade nicht durch Variabilität, sondern in hohem Maße durch Invarianz, Stabilität auszeichnen.“⁹⁷

Durch die Genrekonventionen auf visueller, auditiver und narrativer Ebene werden auch Erwartungshaltungen generiert. Es kommt zu einer „*emotionalen Modellierung* [kursiv i. Orig.]“⁹⁸, für die „die wiederholte Präsentation immer wieder ähnlicher und gleicher emotionaler Konstellationen und Gefühlskonstruktionen“⁹⁹ der Serie optimaler Wirkungsboden ist. Der Zuschauer wird emotional involviert und an die Serie gebunden, insbesondere über die Figuren. „Damit werden den Zuschauern Übertragungsobjekte angeboten, die emotionale Erlebnisprozesse auslösen können, vergangene oder gegenwärtige, lebensgeschichtlich bedeutsame, schmerzliche oder glückliche Gefühle können wiederholt werden.“¹⁰⁰ Neben der Übertragung wird auch durch Projektion und Identifikation eine enge emotionale Bindung der Zuschauer an die Serien gefördert.¹⁰¹

Diese „*Kontinuität gleicher* [kursiv i. Orig.] Geschichten mit denselben Figuren und in denselben Handlungsräumen“ ist damit auch gleichzeitig ein Versprechen „teilhaben zu dürfen an diesen anderen Erlebniswelten, in denen sich die Figuren mit ihren Abenteuern bewegen“¹⁰². Diese anderen Welten werden Teil des Alltagserlebens der Rezipienten. Man möchte wissen, *wie es weitergeht*.

⁹⁵ Hickethier, Knut: Die Fernsehserie und das Serielle des Fernsehens. Lüneburg: k.A., 1991 (= Kultur Medien Kommunikation. Lüneburger Beiträge zur Kulturwissenschaft 2). S. 14.

⁹⁶ Mikos, Lothar: Serien als Fernsehgenre. Zusammenhänge zwischen Dramaturgie und Aneignungsweisen des Publikums. In: Beiträge zur Film- und Fernschwissenschaft. H 43, Jg. 33 (1992). S. 25.

⁹⁷ Schneider (1992, 2). S. 132.

⁹⁸ Hickethier (1991). S. 15.

⁹⁹ Ebd.

¹⁰⁰ Mikos (1992). S. 21.

¹⁰¹ Ebd. S. 22.

¹⁰² Hickethier (1991). S. 30.

Bei der episodischen Serie gibt es die Happy End-Garantie. Dramaturgisch ist sie ähnlich einem Dreiakter in „Harmonie/ Störung der Harmonie/ Wiederherstellung der Harmonie“¹⁰³ aufgebaut. Der Zuschauer erfährt also auch positive emotionale Bestätigung.

„Die Serie zieht also einen Rahmen auf, innerhalb dessen die Figuren dann handeln. Dieser Rahmen schafft Vertrautheit, legt die Spielregeln fest, nach denen sich auch die Figuren zu richten haben, an die sich der Zuschauer als kontinuierlich Zuschauender gewöhnt.“¹⁰⁴

Die immer gleichen Themen in unterschiedlichen Variationen, sind gleichzeitig auch als Variationen von Realbegebenheiten, mit denen sich die Zuschauer identifizieren können, zu verstehen. Es erfolgt also nicht nur eine emotionale, sondern auch eine kognitive Bindung. „Sie [narrative Schemata, Rezepte, Techniken, Anm.] sind im Laufe der Zeit so vertraut, daß er [der Zuschauer, Anm.] Segmente der Erzählung kombinieren kann [...]. Die Kenntnis von rekurrenten Merkmalen auf der Ebene der Narration macht es möglich [...].“¹⁰⁵ Stereotype in den Serien machen es erheblich einfacher, sich im Handlungsverlauf zurechtzufinden und etwas zu verstehen, selbst wenn man nicht alles sieht. Die Kenntnis der Erzählstruktur wirkt in diesen Fällen als Orientierungshilfe.¹⁰⁶ Ein stereotyper Handlungsverlauf korreliert auch mit stereotypen Personendarstellungen.

Stereotype Verhaltensweisen der Figuren spielen bei der Darstellung eine beträchtliche Rolle, weil diese in der zeitlichen Verkürzung der Folgen und der in ihnen angelegten Handlungseinheiten besonders leicht zu rezipieren sind.¹⁰⁷ Da der Zuseher bereits mit der Figur vertraut ist, ist das dramaturgische Sparpotenzial hier enorm. Durch Serien werden in einem hohen Maße kognitive Schemata aktiviert, die eine stabile, invariante Bedeutungszuschreibung ermöglichen und gerade nicht die Variabilität der Bedeutungszuschreibungen herausfordern.¹⁰⁸

Die Notwendigkeit für den Erfolg einer Serie, sich gewissen Konventionen zu beugen und standardisierte Darstellungsweisen anzunehmen, gepaart mit der wiederholten

¹⁰³ Hickethier (1991). S. 33.

¹⁰⁴ Ebd. S. 45.

¹⁰⁵ Schneider (1992, 2). S. 143.

¹⁰⁶ Vgl. Gentikow (1990). S. 159. Dän. Orig.: „Stereotyper i programmerne gør det unægteligt lettere at finde sig til rette i handlingsforløbet og at forstå noget, selv om man ikke ser det hele. *Kendskab til fortællestrukturen* [kursiv i. Orig.] virker som orienteringshjælp i disse tilfælde.“

¹⁰⁷ Vgl. Hoff nach Hickethier (1991). S. 51.

¹⁰⁸ Vgl. Schneider (1992, 2). S. 143.

Ausstrahlung über einen längeren Zeitraum sind der ideale Nährboden für stereotype Personendarstellungen.

2.3.3 Sitcom

Die Sitcom als *domestic comedy* korrespondiert am ehesten mit den Bedürfnissen der Zuseher nach Wiedererkennung. Zum Zeitpunkt der Rezeption befinden sie sich dort, wo sich der Fernseher befindet, und das ist im Regelfall das eigene Zuhause. Paradoxerweise wird ihr Unterhaltungsfaktor oft als „worthwhile escapism after a hard day at work“¹⁰⁹ eingestuft; man entspannt sich also beim Zusehen anderer Leute, bei dem, was man selbst gerade tut, nur mit Pointen versehen. Hier wird offensichtlich, dass der Faktor der Identifikation eine zentrale Rolle bei der Wahl des Programmes einnimmt.

Durch die Prominenz häuslicher Szenen in der Sitcom, wird gleichzeitig die Darstellung von Familienleben ermöglicht. Das Geschehen wird auf das Zusammenleben in den eigenen drei Wänden konzentriert, das Heim als zentraler Ort sozialer Interaktion inszeniert.¹¹⁰ Diese Beschneidung des äußeren Lebens führt auch zu einer Verdichtung der Informationen über die Charaktere; Situationen und Sachverhalte werden oft verkürzt und pointiert wiedergegeben statt mitverfolgt, was gleichzeitig humoristisches Potenzial bietet.

Was in den Sitcoms als Heim präsentiert wird, ist „an idealized version of a ‚typical‘ American family surviving momentary mini-crisis and a portrait of imperfect, nonheroic folk who are nonetheless good people“¹¹¹. Es sind also Durchschnittsbürger wie der Zuseher mit alltäglichen Problemen wie er. Der Zuschauer erfährt emotionale Bestätigung dadurch, dass er sieht, dass in ähnlichen Situationen, die ihm vertraut sind, alles irgendwie gut ausgeht. Die „domestic-harmony-as-paradise message“¹¹² wird übertragen und erfüllt ihren Zweck.

¹⁰⁹ Mills, Brett: *The Sitcom*. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2009. S. 2.

¹¹⁰ So gesehen stimmt sogar die Tageszeit des Zusehers mit der der gezeigten Personen überein – nach der Arbeit/ Schule, wenn sich alle zu Hause eingefunden haben. Das Überwiegen eines Sets hat natürlich auch produktionsökonomische Vorteile.

¹¹¹ Mintz, Lawrence E.: *Situation Comedy*. In: Rose, Brian G. (Hg.): *TV Genres. A Handbook and Reference Guide*. Westport, CT u.a.: Greenwood Press, 1985. S. 109.

¹¹² Ebd.

Bereits im letzten Kapitel wurde angeschnitten, dass immergleiche, wiederkehrende Themen oder Probleme den grundsätzlichen Inhalt einer episodischen Serie ausmachen. Die Variationen passieren durch verschiedene Charaktere in unterschiedlichen Umgebungen. Hier gesellt sich zu ausgewählten *stock characters* und *stock situations* auch ein gewisse stabile Umgebung bzw. Set und dadurch bedingt auch ein etablierter Blickwinkel¹¹³. Lawrence E. Mintz hat den Standard für Sitcoms folgendermaßen zusammengefasst:

„A sitcom is a half-hour series focused on episodes involving recurring characters within the same premise. That is, each week we encounter the same people in essentially the same setting. The episodes are finite; what happens in a given episode is generally closed off, explained, reconciled, solved at the end of the half hour“¹¹⁴.

Die Handlung ist pro Episode also abgeschlossen. Nur sehr selten passiert etwas, was die nächste Folge oder das weitere Narrativ beeinflussen würde, wie die dauerhafte Einführung eines neuen Charakters oder der Tod eines anderen. Wenn eine Folge nicht in sich geschlossen sein kann, wäre damit auch ein Happy End unmöglich, da eine Fortsetzung erzwungen wäre. Auch die Figuren ändern sich nicht, die Rahmenbedingungen sind ebenfalls unbeweglich. Eigentlich herrscht also kompletter Stillstand. Eine Sitcom „is never about change and development“¹¹⁵, wie ihr Inhalt sind ihre eigenen Charakteristika „evident and unchanging“¹¹⁶. Es zeigt sich eine „cyclical nature of the normalcy of the premise undergoing stress or threat of change and becoming restored.“¹¹⁷ Die Wiederherstellung des harmonischen status quo nach dessen Störung ist das dezidierte Ziel jeder Episode: „they all end up where they started out, and they are usually pleased with that result“¹¹⁸. Dazu führt in den Familiensituationen das stetige „Bemühen um Harmonie und Ausgleich“¹¹⁹.

¹¹³ Da die meisten Sitcoms vor Live-Publikum aufgenommen wurden und werden, ergibt sich daraus, dass die Kameras nur auf einer Seite und aus derselben Perspektive wie das Publikum platziert werden können. Hier kommt es bei klassischen Wohnzimmer-Szenen oft zu einer Spiegelsituation mit dem häuslichen Zuseher – der diegetische Fernseher in der Serie befindet sich meist dort, wo die Kameras, also der heimische Fernseher platziert ist.

¹¹⁴ Mintz (1985). S. 115. Interessant ist hier die Nennung der halben Stunde als Standardlänge. Tatsächlich sind es im Regelfall 23-25 Minuten inkl. Vor- und Abspann. Die halbe Stunde kommt also durch Werbeeinblendungen bei Rezeption über das Fernsehen zustande. Durch gezielte Unterbrechungen an dramaturgisch wichtigen Stellen werden die Spannung und die Lust auf die Fortsetzung erhöht, die Werbung wird somit zu einem integrativen Bestandteil des Erlebens und der Serie gemacht.

¹¹⁵ Mills (2009). S. 23.

¹¹⁶ Ebd. S. 27.

¹¹⁷ Mintz (1985). S. 115.

¹¹⁸ Ebd. S. 116.

¹¹⁹ Hickethier (1991). S. 37.

Nach diesen Ausführungen stellt sich die Frage, warum man dabei zusieht, wie eigentlich nichts mit Konsequenzen passiert. Neben dem bereits angeführten Faktor der emotionalen Bestätigung und Vertrautheit sind Sitcoms Teil der Alltagskultur. Zum einen, weil man sie in seiner Freizeit regelmäßig konsumiert¹²⁰, man verbringt Zeit mit ihnen und sie werden folglich auch zum Unterhaltungsgegenstand unter Gleichgesinnten – „television occupies a social and domestic role“¹²¹.

Die Sitcom entfaltet erst in der Regelmäßigkeit ihre Stärke und Attraktivität: „[N]o single episode of a sitcom is likely to be of much interest; it may not even be intelligible. The attraction of an episode is the strength of its contribution to the broader cosmology of the series.“¹²²

Diese Stereotype in der Präsentation und Selbstcharakterisierung sind als Spielregeln zu verstehen, die man lernen kann zu beherrschen, die verwendeten Schablonen vermitteln auch Sicherheit.¹²³ Erwartungshaltungen werden generiert und erfüllt, der Zuseher hat das Gefühl, dass eine Norm gezeigt wird, in der er sich auch selbst widererkennen kann, wo er mitfühlt und alles gut ausgeht.

Generell ist die Sitcom leicht erfassbar und verständlich, damit auch „able to be consumed with little attention“. Vorerfahrungen und die damit verbundenen Erwartungen an das Format erleichtern den Zugang: „performers and writers don’t have to tell the audience what kind of humour they’re viewing at the outset of each episode as viewers will bring a set of expectations to the programme from previous viewings“¹²⁴. Dieser Erfahrungsschatz führt erst zum Verständnis des Genres und zur Freude am Sehen – „the pleasures of the sitcom [...] require an understanding of complex social conventions and generic rules in order for them to be enjoyed.“¹²⁵

Das gilt auch für Stereotype in der Sitcom – der Humor wäre für uns unverständlich, wenn uns das zugrundeliegende Stereotyp nicht bekannt wäre.¹²⁶ Gerade hier kommt es oft zum problematischen Spiel mit stereotypen Personendarstellungen, bei denen der

¹²⁰ Dies wird auch zu Marketingzwecken genutzt, wie bspw. der von *ProSieben* gebrandete *Serienmittwoch*.

¹²¹ Mills (2009). S. 13.

¹²² Marc nach Mintz (1985). S. 116.

¹²³ Vgl. Gentikow (1990). S. 159f. Dän. Original: „Stereotyper er blandt andet også *spilleregler*, som man kann lære at beherske [kursiv i. Orig.]. Skabeloner formidler også *tryghed* [kursiv i. Orig.].“

¹²⁴ Mills (2009). S. 17.

¹²⁵ Ebd. S. 5.

¹²⁶ Vgl. Linn (1996). S. 15.

Gegenstand trivialisiert und der Lächerlichkeit preisgegeben wird. Der Humor der Sitcom beruht oft auf intimer Charakterkenntnis; Eigenschaften oder Charakterzüge, die Lachen hervorrufen, werden durch die audiovisuelle Darstellung direkt mit der Figur gekoppelt. Es muss jedoch unterstrichen werden, dass sich die Praxis der Nutzung stereotyper Vorstellungen durch die Darstellung aller Gesellschaftsschichten, Orientierungen und ethnische Hintergründe zieht. Es werden nicht, oder zumindest nicht mehr, einzelne Gruppen für einen herabsetzenden Humor instrumentalisiert. Selbst der *Quotenschwarze* ist nur ein Teil der komischen Figurenkonstellation, der aufgrund seiner äußeren Erscheinung besonders ins Auge fällt.

Humor basiert, nicht zuletzt aufgrund der oben angeführten Verdichtung der Charaktere durch das Fehlen der Außenwelt, auf Überspitzung einzelner Züge. Daher wird auch, wie im Kapitel *Stereotypisierung durch das Fernsehen* bereits ausgeführt wurde, die Neubildung von vermeintlich typischen Eigenschaften, durch die Kopplung des Inhaltes mit Bild und Ton begünstigt.

In der Sitcom müssen nun auch die speziellen Produktionsbedingungen bei der Präsentation für die Untersuchung dieser übertriebenen, oder um mit Aristoteles zu sprechen, karikierten, Darstellungsweise herangezogen werden. Aufgrund der Aufzeichnung vor Live-Publikum sind die Schauspieler dazu gezwungen, fernsehuntypische, große Gesten anzunehmen, um auch in der letzten Reihe gesehen zu werden. So gesehen stellt die Sitcom fast eine Hybridform aus Theater und Fernsehen dar. Die ausladende Gestik bewirkt ein zunächst befremdliches, überzogenes Bild für den Fernsehzuschauer, welches letztlich durch seine Offensichtlichkeit klar macht, dass es sich um Genre handelt, dass nicht zu ernstgenommen werden darf. Dieses Bewusstsein entschärft gleichzeitig das Stereotyp, auch wenn es dadurch perpetuiert wird: „We participate in them even when we consciously reject them. It is this reality upon which the writers of sitcoms rely.“¹²⁷

¹²⁷ Linn (1996). S. 15.

3. Mediale Darstellung von Skandinavierinnen nach 1945

Das bedeutendste internationale Transportmittel des Skandinavienbildes ist der *Schwedenfilm*. Die offene Haltung gegenüber Sexualität in der schwedischen Gesellschaft und deren unverblünte Darstellung machten das Genre zum Exportschlager. Das Bild der Schwedin verschmolz als Prototyp der Skandinavierin mit dem Bild des ganzen Kulturkreises und wurde zum Inbegriff der Fleischeslust erhoben.

Daher konzentriert sich dieses Kapitel auf den Ursprung, die Umstände sowie die Bedeutung und Folgen des schwedischen Filmes für die Darstellung von Skandinavierinnen.

3.1 Gesellschaftspolitischer Hintergrund in Schweden

Die Rolle der liberalen schwedischen Gesellschaft ist bestimmt eine der wichtigsten bei der Bildung des Stereotyps der *Schwedischen Sünde*. Die Haltung der Schweden zum Thema Sexualität war seit jeher pragmatisch in Hinblick auf den Wandel der Gesellschaft, sprich Modernisierung, Urbanisierung, Säkularisierung etc. und ihre Folgen für die Sexualität.¹²⁸

Bereits 1933 wurde der *Riksförbundet för sexuell Upplysning* (Reichsverband für sexuelle Aufklärung) gegründet, 1938 wurde die Aufklärung über Verhütungsmittel erlaubt und ein erstes Abtreibungsgesetz verabschiedet; 1955 wurde in allen Schulen obligatorischer Sexualaufklärungsunterricht eingeführt.¹²⁹

Für die internationale Presse war das ein gefundenes Fressen. Der erste ausländische Artikel, der sich mit dem schwedischen Umgang mit Sexualität beschäftigt, ist Joe David Browns *Sin & Sweden* im Time Magazine vom April desselben Jahres. Bereits die Wortwahl des Titels fällt ein fertiges Urteil über die besprochenen Praktiken des

¹²⁸ Schröder, Stephan M.: Mehr Spaß mit Schwedinnen? Funktion eines deutschen Heterostereotyps. Berlin: Humboldt-Universität, 1996 (= Arbeitspapiere „Gemeinschaften“ 3). http://www2.hu-berlin.de/gemenskap/inhalt/publikationen/arbeitspapiere/ahe_03.html Zugriff: 12. 12. 2007. S. 10.

¹²⁹ Ebd. S. 5.

Aufklärungsunterrichtes, der Präventivmittel und die Sexualmoral der Schweden. Es wurde ein bestürztes Bild über den moralischen Verfall der schwedischen Gesellschaft gezeichnet, ihre Fortschrittlichkeit im Umgang mit dem Thema dämonisiert. Dieser ersten Analyse folgten viele weitere mit dem Fokus Sexualität in der europäischen und amerikanischen Presse.

3.2 Der Beitrag der schwedischen Filmindustrie

Einen entscheidenden, wenn nicht sogar den größten Beitrag zur Ausbildung des Stereotypes der *Schwedischen Sünde* hatten Filme.

„Sie [Stereotype, Anm.] entwickeln auch [...] ein autoferentielles Eigenleben [...]. Wenn sie bestimmte Anforderungen wie Plakazität, Kommerzialisierbarkeit und Attraktivität erfüllen, verselbstständigen sich Stereotypen im Laufe ihrer Benutzung. Forciert wird eine solche Entwicklung durch Massenmedien“.¹³⁰

Das auslösende Moment in diesem Hinblick war der Film *Hon dansade en sommar* (Sie tanzte nur einen Sommer) von Arne Mattsson, der 1951 in Schweden gedreht wurde.

In Schweden war er der erfolgreichste und „einträglichste Film in der ganzen Nachkriegsperiode“¹³¹. Auch wurde er ein ungemeiner Exportschlager und in 25 Länder verkauft. Das verdankt er allerdings kaum der „unglaublich sentimental Geschichte der tragischen Liebe des Studenten Göran [...] zu dem Bauernmädchen Kerstin“¹³², auch wenn der Filmwissenschaftler Hans-Joachim Hube lobend urteilt, dass „der schwedische Film seine erste geglückte lyrisch-epische Landmilieu-Schilderung moderner Prägung erhielt. Echtheit, Wärme und etwas Melancholie verschmolzen zu einer überzeugenden Einheit.“¹³³ Vielmehr ist die in dem Film zu sehende nackte Brust der Hauptdarstellerin, was „im erotisch verklemmten Klima der fünfziger Jahre als ungeheuerlich“¹³⁴ gilt dafür verantwortlich. Als Aufreger besonderen Ausmaßes, die

¹³⁰ Schröder (1996, 3). S. 12.

¹³¹ Hube, Hans-J.: Film in Schweden. Berlin: Henschelverlag, 1985. S.36.

¹³² Lachmann, Michael/ Lange-Fuchs H.: Film in Skandinavien. 1945-1993. Dänemark – Finnland – Island – Norwegen – Schweden. Berlin: Henschelverlag, 1993. 171f.

¹³³ Hube (1985). S. 42.

¹³⁴ Lachmann/ Lange-Fuchs (1993). S. 172.

Brustwarze wurde in einigen Ländern wegretuschiert, spielen eher die Schaulust auf das Neue, Verbotene, Anrühige im Film in dieser Beziehung die tragende Rolle.

Mit *Hon dansade en sommar* wurde der darstellende Grundstein für das Werden des Stereotyps der *Schwedischen Sünde* gelegt, auch wenn die Hauptdarstellerin Ulla Jacobsson als Dunkelhaarige nicht dem visuellen Stereotyp der blonden, blauäugigen, großbusigen Schwedin entsprach. Auch weitere Assoziationen wie Naturverbundenheit und Ursprünglichkeit wurden durch den Film begründet.



Abb. 1 Die skandalöse Szene mit entblößter Brustwarze nach dem Nacktbaden aus *Hon dansade en sommar*.

In den 1950ern etablierte sich also auf Grundlage eines pragmatischen, ultraliberalen Ansatzes zu Sexualität in der Gesellschaft durch ausländische Presse und die eigene Filmproduktion das Bild von Schweden als sündiges und promiskuitives Land und damit das Bild der Schwedin als „geil und willig“¹³⁵.

Der Erfolg von Mattssons Film beeinflusste die nachfolgenden Produktionen sowohl in der Themen- und Motivwahl, als auch die Darstellungsform ungemein. Er regte maßgeblich die Bildung eines neuen Genres an, auch wenn Tendenzen in dieselbe Richtung bereits in Filmen wie *När Bengt och Anders bytte hustrur* (Als Bengt und Anders ihre Frauen tauschten, 1950, Arthur Spjuth)¹³⁶, *Marknadsafton* (Marktabend, 1948, Ivar Johansson) und *Bohus Bataljon* (Das Bataillon aus der Bohuslän, 1949, Sölve Cederstrand u. Arthur Spjuth) vorhanden sind.

¹³⁵ Ausstellung *Swedish Sin* im Spritmuseum Stockholm. 22. 5. 2014 – 18. 1. 2015. Schwed. Original: „kåt och villig“.

¹³⁶ Nach der Nennung des schwedischen Titels wird, wenn vorhanden, der deutsche Vermarktungsname in Klammer gesetzt. In den übrigen Fällen wird der Titel wörtlich übersetzt, um zumindest ein Gefühl für den Inhalt zu vermitteln.

Die Rede ist vom so genannten *Schwedenfilm*, einem Unterhaltungsfilm, der halbpornografische bis pornografische Züge trägt. „Anfangs war der ‚Schwedenfilm‘ nichts weiter als ein in sexueller Hinsicht etwas freizügigerer Trivialfilm; das pornographische Genre entwickelte sich etwa seit 1954.“¹³⁷ Die liberale Zensur in Schweden wurde bis aufs Äußerste ausgereizt, vor allem in Hinblick auf den Film als Exportware für den südeuropäischen- und südamerikanischen Markt.¹³⁸

In *Sju svarta Be-Hå* (7 schwarze Büstenhalter, 1953/54, Gösta Bernhard) versprach der Titel noch mehr als tatsächlich gezeigt wurde. Doch vor allem die Regisseure Egil Holmsen und Arne Ragneborn begannen Harmlosigkeiten hinter sich zu lassen und eindeutige Filme zu schaffen, die bis an die Grenzen dessen reichten, was die Filmzensur erlaubte. Ersterer schuf Werke wie *Farlig Kurva* (Gefährliche Kurve, 1952) oder *Hästhandlarens Flickor* (Wenn das Weib erwacht, 1954) und stieg so ins Sexgeschäft ein.¹³⁹ Arne Ragneborn drehte mit *Farlig Frihet* (Gewalt gegen Gewalt) 1954 als erster einen gänzlich pornographischen Film.¹⁴⁰

Bewusst auf Verhütungs- und Beischlafszenen, halbnackte Mädchen und Großaufnahmen von nackten Brüsten fokussierten seine Filme *Flamman* (Mädchen ohne Zimmer, 1956) und *Aldrig i livet* (Stockholm 2 Uhr nachts, 1956).¹⁴¹

„Letzterer hieß zuerst *Det händer i natt* (Es geschieht heute Nacht)¹⁴² und wurde zweimal wegen seiner ungewöhnlich rohen und geschmacklosen Kombination von Gewalt und Sex von der Zensur verboten. Er wurde erst nach einem umfassenden Schnitt und vor allem nach der Neuverfilmung gewisser Szenen erlaubt. Den Filmen fehlte selbstverständlich jede künstlerische Qualität. Ihr Zweck bestand in erster Linie darin, sie im Ausland als typische Beispiele für eine bestimmte Art von ‚Schwedenfilm‘ (Originalbegriff im Schwedischen; d. Übers.) teuer zu verkaufen.“¹⁴³

Allerdings ist anzumerken, dass der Begriff *Schwedenfilm* zu dieser Zeit noch wesentlich umfassender war als die Konnotation heute darstellt. Qualifizierte, parodistische Filme dieses Genres ohne Geschmacklosigkeiten konnte man ebenso

¹³⁷ Hube (1985). S. 45.

¹³⁸ Vgl. Lachmann/ Lange-Fuchs (1993). S. 174.

¹³⁹ Vgl. Hube (1985). S. 45.

¹⁴⁰ Ebd.

¹⁴¹ Vgl. Werner, Gösta: Die Geschichte des schwedischen Films. Frankfurt/Main: Deutsches Filmmuseum, 1988. S. 79.

¹⁴² Dieser Film lief in Deutschland eigentlich unter dem Titel *Stockholm 2 Uhr nachts*, die Übersetzer von Gösta Werners *Die Geschichte des schwedischen Films*, Elke Petzke-Vagt und Ingo Petzke scheinen die Titel lediglich wörtlich ins Deutsche übersetzt zu haben.

¹⁴³ Werner (1988). S. 79.

dazurechnen wie den trivialen, harmlosen Liebesfilm im skandinavischen Milieu gleich wie den Sexfilm, der zu dieser Zeit vorwiegend halbpornografisch war.¹⁴⁴

In den 1960ern wurde die Zensur zunehmend gelockert und explizite, graphische Darstellungen nahmen immer mehr zu. Der Mythos der *Schwedischen Sünde* wurde für Pornohefte als Aushängeschild benutzt und zu Marketingzwecken eingesetzt.¹⁴⁵

Die Nutzung des Stereotyps als Verkaufsargument wurde auch für den Export eingesetzt. Vilgot Sjömans *Jag är nyfiken – gul* (Ich bin neugierig (gelb), 1967) wurde zum meistgesehenen ausländischen Film in den USA zu der Zeit.¹⁴⁶ „It was first declared obscene [durch die amerikanische Zensurgesetzgebung, Anm.] , but the verdict was reversed on appeal and the film could be distributed. The case is considered a breakthrough for depictions of sexual acts on film in America.“¹⁴⁷ Durch entsprechende Erfolge schwedischer Importe, mit denen die eigenen, restriktiven Bedingungen des *Production Code* umgangen werden konnten, wurde ein Ruf europäischer sexueller Freizügigkeit begründet.

3.3 Ausländische Aneignung des Schwedenfilms

1971 wurde Pornographie in Schweden legalisiert, was aufgrund der vorhergehenden Entwicklung zu noch eindeutigeren Produktionen führte. Torgny Wickman, bedeutendster Regisseur schwedischer Sexploitation-Filme, begann seine Sexfilm-Karriere mit dem mittlerweile kanonisierten *Ur kärlekens språk* (Variationen der Liebe, 1969), einem Pseudo-Bildungsfilm und „sex education blockbuster“¹⁴⁸.

„Explicit and authentic scenes of masturbation and intercourse illustrating a range of human sexual activity were a primary reason for its enormous success, which in turn led to three sequels as well as one ‚best of‘ compilation film, one short film in English and a series of films made for school use. The status of these films in Sweden is difficult to determine. On one hand, the films clearly had serious educational intentions, featuring a number of well-known Swedish sex

¹⁴⁴ Vgl. Hube (1985). S. 45.

¹⁴⁵ Vgl. Ausstellung *Swedish Sin*.

¹⁴⁶ Vgl. Björklund, Elisabet: „This is a dirty movie“. *Taxi Driver* and „Swedish Sin“. In: *Journal of Scandinavian Cinema*. H 2, Jg. 1 (2011). S. 166.

¹⁴⁷ Ebd.

¹⁴⁸ Ebd. S. 171.

educators and experts. On the other, they were often discussed as exploitive in their eagerness to show explicit sex on the big screen.¹⁴⁹

Wenn diese Film auch, wie Björklund meint, für schwedische Verhältnisse schwierig einzuordnen sind, so sind sie für einen amerikanischen Markt, der nicht die inhärente gesellschaftliche Entwicklung mitgemacht hat, eindeutig.

Im Fahrwasser der inländischen Produktionen, wurde Schweden in den 70ern zu einem Pornomekka für internationale Produzenten. Der Amerikaner Joseph Sarno nutzte unter dem Pseudonym *Lawrence Henning* das bereits etablierte Bild Schwedens als sexuell freizügig in seinem Film *Fäbodjantan* (Walthorn, 1978) mit ruralem, eindeutig schwedischem Dekor aus Dalarna.¹⁵⁰ Das Schwedische wirkte als Markenzeichen für einschlägige Produktionen, was auch an Titeln US-amerikanischer Filme wie *Sexual Practices in Sweden* (1970, Karl Hansen) erkennbar ist.



Abb. 2 Sarnos *Fäbodjantan* wird hier zeitgenössisch als „Schwedischer Porno in schöner Dalarna- Umgebung“ beworben.

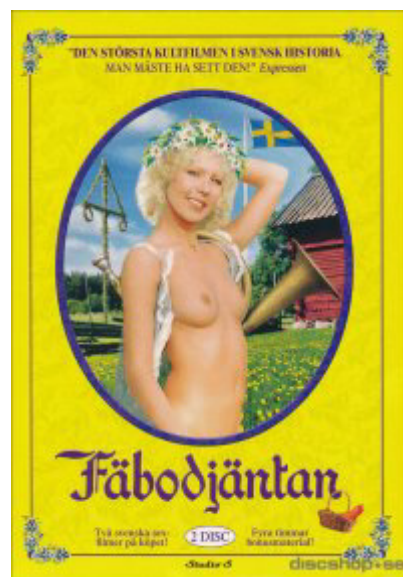


Abb. 3 Am Cover der Kombi-DVD-Ausgabe wird das schwedische Boulevardblatt Expressen zitiert: „Der größte Kultfilm in der schwedischen Geschichte. Man muss ihn gesehen haben.“

Prominent werden schwedische Nationalsymbole wie die Mittsommerstange, die Flagge und das typisch dalarote Haus platziert. Die blonde, halbnackte Schwedin, naturverbunden mit Blumen im Haar, reiht sich natürlich als nationaler Wiedererkennungswert ein.

¹⁴⁹ Björklund (2011). S. 171.

¹⁵⁰ Der *Production Code* in den USA verhinderte bis in die 1980er Jahre die Produktion von Hardcore-Pornografie.

Das Stereotyp der *Schwedischen Sünde*, das maßgeblich für die Frauendarstellung Skandinaviens ist, hat also seit seinem Ursprung in der sexuell liberalisierten Gesellschaft Schwedens eine massive Wandlung durchgemacht.

Vom positiv konnotierten Selbstbild der sexuell aufgeklärten Gesellschaft und sexueller Selbstbestimmung zur Entstehung eines Autostereotyps, das über den Export in Filmen von ausländischen Produzenten aufgegriffen pervertiert zu einem Heterostereotyp wurde. Allerdings wurde der Begriff von den Schweden zurückerobert und neu aufgeladen:

„[T]he link between Sweden and sexual freedom that had appeared through the initially derogatory concept of ‚Swedish Sin‘ was now perceived as a positive expression of the modern, rational and increasingly prosperous Swedish welfare state. In these contexts, Swedish sexual liberalism was linked to progress and equality between the sexes [...] in opposition to what were perceived as older views about morality and sin.“¹⁵¹

3.4 Popkulturelle Nutzung des Schwedinnen-Stereotyps

Der stehende Begriff der *Inga from Sweden*, „blond, geil, unschuldig und sexy, manchmal begriffsstutzig, immer mit schwenglisch-germanischem Akzent wurde [...] ein humoristisches Filmstereotyp.“¹⁵² Die Wurzeln finden sich in den Softpornos *Inga* (1968) und *The Seduction of Inga* (1971) von Joseph Sarno.

Claes Britton, Marketingleiter des *Svenska Institutet* (Schwedischen Institutes), das für die kulturelle Repräsentation im Ausland verantwortlich ist, spricht von dieser fiktionalen, generalisierten Figur als zentrale schwedische Marke: „Vergiss Volvo, IKEA, ABBA, Dalapferde, Borg und Bergman – Inga from Sweden ist unser stärkstes globales Markenzeichen!“¹⁵³

Ein popkulturelles Eigenleben hat auch das fiktive *Swedish Bikini Team* entwickelt. Die mehr schlecht als recht in Bikinis gezwängten Frauen mit platinblondem Haar sollten

¹⁵¹ Björklund (2011). S. 172.

¹⁵² Ausstellung *Swedish Sin*. Schwed. Original: „blond, kåt, oskuldsfull och sexig, ibland korkad, alltid med svengelsk-germansk brytning, *Inga from Sweden* har blivit en humoristisk filmstereotyp.“

¹⁵³ Ebd. Schwed. Original: „Glöm Volvo, IKEA, ABBA, dalahästar, Borg och Bergman – Inga from Sweden är vårt starkaste globala varumärke!“

den Männern in den Werbespots für *Old Milwaukee Beer* aus 1991 das Leben verschönern. In traditionell männlichen besetzten, wilden, zivilisationsfernen Umgebungen wie bspw. beim Fischen wird als Intro von einem der Männer die *Zauberformel* „Guys, it doesn't get any better than this“ gesprochen, programmatisch erscheint dann das *Swedish Bikini Team* und die Stimme aus dem Off belehrt uns „and when the Swedish Bikini Team dropped by, it got *a little* better“¹⁵⁴. Interessant ist, dass in dem einzigen Werbevideo, wo das *Team* nicht in Bikinis mit schwedischen Landesfarben gehüllt ist, mitten in der Steinwüste vor dem Erscheinen Hummer vom Himmel fallen. Dies könnte eine bewusste Anspielung auf die schwedische Tradition der *kräftskiva*, dem großen Krebsessen im Spätsommer und Herbst, sein und damit Verbote für den Auftritt des *Bikini Teams*.

Die durchwegs amerikanischen Darstellerinnen mit blonden Perücken schafften es neben Crossover-Auftritten in *Married... with children*¹⁵⁵ (Eine schrecklich nette Familie) und dem Film *Boat Trip* (2002, Mort Nathan) bis auf die Titelseite des *Playboy* und wurde so von der audiovisuellen Darstellung entkoppelt und bekamen ein Eigenleben.



Abb. 4

Sowohl *Inga from Sweden*, als auch das *Swedish Bikini Team* sind Beispiele dafür, dass das ursprünglich dem Film entstammende Stereotyp der blonden, blauäugigen,

¹⁵⁴ Old Milwaukee Beer: Swedish Bikini Team. *Truck*. <https://www.youtube.com/watch?v=c2NEFPqTwY> Zugriff: 27. 11. 2014.

¹⁵⁵ Vgl. *The Gas Station Show*. *Married... with children*. Staffel 6, Folge 23 (1992).

großbusigen, promiskuitiven Schwedin ein für sich stehendes Eigenleben etabliert hat und somit als Prototyp für die Darstellung von Schwedinnen bzw. Skandinavierinnen dient.



Abb. 5 Jamie Lee Curtis stellt sich im John Landis Film *Trading Places* (Die Glücksritter, 1983) als „Inga from Sweden“ vor. Die Figur ist mit entsprechenden Attributen versehen.

4. Rose Nylund in *The Golden Girls*

4.1 Figurenkonstellation

Die vier weiblichen Hauptfiguren sind, obwohl nur zwei hiervon tatsächlich in einem familiären Naheverhältnis stehen, entsprechend der klassischen Sitcom als Familie arrangiert. Im Groben gibt es hier keine Generationeneinteilung, wie in traditionellen familiären Gebilden, lediglich die Figur der Sophia Petrillo, Mutter von Dorothy Zbornak, hebt sich altersmäßig vom Rest der Gruppe ab, nimmt allerdings keine mütterlich-fürsorgliche Rolle ein.

Familie wird in *The Golden Girls* als soziales Konzept und nicht als biologisches verstanden. Bereits in der ersten Folge, in der die eitle Blanche Deveraux sich nach einer geplatzten Hochzeit zurückzieht, wird dies sogar verbaldiegetisch vermittelt:

„*Blanche*: Then this morning I woke up and I was in the shower, shampooing my hair – I heard humming. Well, I thought there was someone with me. No, it was me, I was humming. And humming means I'm feeling good. And then I realized, I was feeling good because of you. You made the difference. [ergreift Dorothy's und Rose's Hand] You're my family and you make me happy to be alive.“¹⁵⁶

Familie ist in *The Golden Girls* also ein Platz, der Zuhause symbolisiert, nicht nur räumlich, durch eine geteilte Wohnfläche, sondern auch emotional. Rückhalt, Geborgenheit und Präsenz stellen die Grundpfeiler dieses Familienverständnisses dar.

Innerhalb der Standardräumlichkeiten findet das Geschehen hauptsächlich in den Gemeinschaftsräumen Wohnzimmer und Küche statt. In beiden Fällen wird der Zuschauer über die überwiegend frontale Kameraposition, die den Sitcoms dieser Zeit aus produktionstechnischen Gründen eigen ist, unmittelbar eingebunden. Im Wohnzimmer findet die bereits erwähnte Spiegelung über die Einsicht durch einen unsichtbaren Fernseher statt; in der Küche fehlt aus demselben Grund an der Frontseite des runden Tisches der vierte Sessel, wodurch eine der Darstellerinnen entweder

¹⁵⁶ *The Engagement*. *The Golden Girls*. Staffel 1, Folge 1 (1985). DVD: Buena Vista Home Entertainment/ Touchstone Television, 2005. '23. Alle Zitate aus der Serie sind Transkripte nach Gehör.

abwesend sein muss, oder abseits positioniert wird. Allerdings wird durch diesen Leerraum Platz für den Zuschauer geschaffen.¹⁵⁷

Mehrmals wird das Familienkonstrukt innerhalb der Serie durch Entzug einer Figur vorübergehend bedroht.¹⁵⁸ Die endgültige Auflösung der Gemeinschaft in der letzten Folge bringt jedoch auch gleichzeitig die Legitimierung eines tatsächlichen Verwandtschaftsverhältnisses unter zumindest drei der Protagonistinnen; durch die Ehe von Dorothy mit Blanches Onkel wird die Familie rechtlich bestätigt und deren Semantik damit ausgeweitet.¹⁵⁹

Christyna Berzsenyi sieht in der familienartigen Figurenaufstellung in *The Golden Girls* neue Gesellschaftsstrukturen reflektiert: „Indeed, *The Golden Girls* [kursiv i. Orig.] reflects but provides an alternative for contemporary society's fears of losing nuclear family members to be left to live alone in institutionalized settings.“¹⁶⁰

Das Verhältnis der Figuren zueinander, innerhalb dieser übergeordneten Kategorie, ist durch ihre immanente Differenz charakterisiert. Rose Nylund fasst innerhalb der Serie die unterschiedlichen Rollen, die die Figuren erfüllen folgendermaßen zusammen: „Dorothy, you're the smart one, and Blanche, you're the sexy one and Sophia, you're the old one and I'm the nice one. Everybody always likes me.“^{161, 162}

Die Etablierung dieser Eigenschaften geschieht großteils durch das Erzählen längerer oder kürzer vergangener Geschehnisse. Berzsenyi abstrahiert dies auf die Kommunikationsform des Mediums: „With the women telling their living histories, *The Golden Girls* [kursiv i. Orig.] is a show that explicitly displays oral traditions but through the broadcast of electronic mass communications, television, in a process

¹⁵⁷ Vgl. Berzsenyi, Christyne A.: The Golden Girls Share Signature Stories. Narratives of Aging, Identity, and Communal Desire. In: *Americana. The Journal of American Popular Culture 1900 to Present*. H 2, Jg. 9 (2010). http://www.americanpopularculture.com/journal/articles/fall_2010/berzsenyi.htm Zugriff: 8. 12. 2014.

¹⁵⁸ Vgl. bspw. *The Custody Battle*. Staffel 1, Folge 12 (1985); *Before and After*. Staffel 2, Folge 15 (1987); *Home Again, Rose: Part 1 & 2*. Staffel 7, Folge 23-24 (1992).

¹⁵⁹ Vgl. *One Flew Out of the Cuckoo's Nest*. Staffel 7, Folge 25-26 (1992).

¹⁶⁰ Berzsenyi (2010).

¹⁶¹ *Comedy of Errors*. The Golden Girls. Staffel 5, Folge 9 (1989). DVD: Buena Vista Home Entertainment/ Touchstone Television, 2008. '5.

¹⁶² Besonders eindrücklich wird diese Rollenverteilung mit einer Herausarbeitung, und damit Näherrückung, des Zuschauers in *Henny Penny – Straight, No Chaser*. Staffel 6, Folge 26 (1991). durch ein *Stück im Stück* – drei der Protagonistinnen arbeiten an einer Inszenierung von *Chicken Little* – verdeutlicht. Rose übernimmt hier die Rolle des einfältigen Huhnes, Blanche die der lockeren Gans und Dorothy die des grimmigen Truthahns.

Walter Ong refers to as ‚secondary orality.‘ [sic!]“¹⁶³

Hierfür ist zum einen bestimmt auch das beschränkte bzw. konzentrierte Figurenrepertoire der Sitcom verantwortlich. Zum anderen ist das fortgeschrittene Alter der Figuren für einen reichen, imaginären Erfahrungsschatz, aus dem sich Eigen- und Besonderheiten ergeben, als Grund zu sehen.¹⁶⁴

Jeder Figur kann eine eigene Anekdotenart zugeschrieben werden. Bei Blanche Devereaux drehen sich diese hauptsächlich um sexuelle Eroberungen und „Southern tales of *Gone with the Wind*-like romances“¹⁶⁵:

„Dorothy: How long did you wait after George died?

Sophia: Till the paramedics came.

Dorothy: Ma!

Blanche: As the reverend was performing the funeral service, I knew for sure that he wanted me. I'd always known that there'd been something between us. Sometimes from the pulpit, he'd talk about sin and he'd look straight at me. We couldn't do anything about it, because he was married. But...after his wife died, there was no stopping him.

Dorothy: So?

Blanche: Well, we could finally consummate our long and burning passion.“¹⁶⁶

Durch den Einwurf einer anderen Figur wird an dieser Stelle außerdem deutlich, dass das Image als sexuell äußerst aktive Person bereits etabliert ist. Die Anekdoten dienen lediglich zur weiteren Illustration und sind verschiedene Variationen desselben Themas. Durch diese Fixierung wird sie deutlich Rose, die in sexueller Hinsicht sehr verhalten ist, und Dorothy, die vermeintlich aufgrund ihres emanzipierten Selbstbewusstseins zu weniger Männerbekanntschaften kommt, gegenübergestellt.

Die Figur der Dorothy fällt hinsichtlich einer Erzähltradition aus dem Rahmen. Sie hat keine eigenen Geschichten, sondern gibt hauptsächlich sarkastische Kommentare zu denen anderer ab, was sie gleichzeitig als leicht verbitterte, aber gefestigte und

¹⁶³ Berzsenyi (2010).

¹⁶⁴ Hieraus ergibt sich auch eine gewisse Schwierigkeit bei der genauen Spezifikation der Figurenart, wie in Kap. 2.3.1 theoretisch dargestellt. Durch starke Einbindung der fiktionalen Vergangenheit gewinnen die Figuren an Tiefe und werden mehrdimensional, was für die Bezeichnung *Charakter* spricht.

Allerdings findet kaum dauerhafte Entwicklung statt und die Erzählungen bestärken immer dieselben Eigenschaften, wodurch *Typ* angebrachter wäre. Daher muss hier notgedrungen weitestgehend mit dem übergeordneten Begriff der *Figur* operiert werden.

¹⁶⁵ Berzsenyi (2010).

¹⁶⁶ *Rose the Prude*. The Golden Girls. Staffel 1, Folge 3 (1985). DVD: Buena Vista Home Entertainment/Touchstone Television, 2005. '3.

schlagfertige Frau erscheinen lässt. Insbesondere Rose bedenkt sie in herablassender Weise mit Seitenhieben auf ihre mangelnde Intelligenz. Oft passiert dies durch rhetorische Feinheiten wie subtile Imitation. Durch diese Griffe wird sie gleichzeitig in Opposition zu ihr gestellt:

„Rose: Well, I don't wanna shock you, Dorothy, but Jean - -

Dorothy: I know, Jean is gay.

Rose: You know already? W-what about Blanche?

Dorothy: No, Blanche is not gay.

Rose: I don't mean that. I mean – she knows?“¹⁶⁷

In der Figur der Rose wurde ein eigenes, auch diegetisch so bezeichnetes, Genre von autobiografischen Erzählungen, die *St. Olaf Stories* geschaffen. Diese drehen sich um obskure Begebenheiten in Roses Heimatdorf St. Olaf in Minnesota und sind inhaltlich meist absoluter Nonsens, was maßgeblich zur Charakterisierung der Figur beiträgt.¹⁶⁸

„Rose: I remember when we first got our milking machine. I hooked Molly up to it, flipped the switch and she dropped like a rock. Oh, luckily, she wasn't electrocuted. After that, she was no good for milking. But she certainly became the most popular cow during mating season.“¹⁶⁹

Sophia, die einer anderen Generation angehört, beginnt, typisch für alte Leute, ihre Erzählungen mit genauer Orts- und Zeitangabe. Diese Technik imitiert die Strukturierung und Organisation der Erlebnisse einer großen Lebensspanne:

„Sophia: Picture it: Sicily 1922. A beautiful young woman with breasts, not unlike Brigitte Nielsen – except hers moved when she skipped. She comes walking down a picturesque country road, when suddenly a yellow Rolls-Royce pulls up and blocks her path. [...]“¹⁷⁰

Die Protagonistin dieser Anekdote stellt das jüngere Alter Ego von Sophia dar. An dieser Stelle wird auch deutlich, dass sich die Figur durch die Narration verjüngt und sich mittels schmückender Adjektive an idealisierte *bessere Zeiten* erinnert.

¹⁶⁷ *Isn't It Romantic?* The Golden Girls. Staffel 2, Folge 5 (1986). DVD: Buena Vista Home Entertainment/ Touchstone Television, 2005. '21.

¹⁶⁸ Hierauf wird in dem Kap. 4.3.2 noch genauer eingegangen.

¹⁶⁹ *Isn't It Romantic?* '7.

¹⁷⁰ *Three on a Couch*. The Golden Girls. Staffel 3, Folge 11 (1987). DVD: Buena Vista Home Entertainment/ Touchstone Television, 2006. '18.

„These narrative techniques distinguish cast members, construct various versions of aging, define membership within the new family household, and provide context for relationship to the larger contemporary American society.“¹⁷¹

Neben der charakterlichen Differenzierung und Ergänzung der Protagonistinnen durch narrative Techniken, darf die Rolle der visuellen Ebene hier nicht außer Acht gelassen werden. Blanche ist großgewachsen, trägt keine hohen Schuhe und nur selten Röcke oder Kleider. Diese sind dann lang, weit fallend und körperunbetont. Auch sonst werden auf sie keine klassisch weiblichen KleidungsCodes wie übermäßiger Schmuck oder starkes, feminines Make-up verwendet. Besonders auffällig sind die ungefärbten, naturgrauen Haare. Damit wird durch die visuelle Gestaltung der Figur die harte, charakterliche untermalt. Dieser Stil wird auch in der Serie selbst mehrmals aufgegriffen:

„Dorothy: Oh Blanche, honey, I hope you don’t mind – I borrowed your rhinestone necklace.

Blanche: No, that’s alright. But I think, I should point out it was designed for a dainty neck...

Dorothy: Yes, Blanche, but I don’t know Mike Tyson well enough to borrow his jewelry.“¹⁷²

Dorothy wird in krassem Gegensatz zu Blanche gezeigt, deren Kleidung stets bewusst feminin, enganliegend und freizügig ist. Mehrmals wird in der Serie der zum Outfit passende Schmuck diskutiert. Auch hier ist das Äußere eine Reflexion der charakterlichen Gestaltung der Figur. Dies wird relativ drastisch bereits in der ersten Folge abgehandelt:

„Blanche: Oh, Sophia! Honey, how nice to see you!

Sophia: Who are you?

Blanche: It’s me, Blanche!

Sophia: You look like a prostitute.“¹⁷³

Auch bewusst weiblich, allerdings zugeknöpfter und konservativ, sieht man Rose nie mit tiefen Ausschnitten oder in Röcken, die nicht das Knie bedecken.¹⁷⁴ Damit werden

¹⁷¹ Berzsenyi (2010).

¹⁷² *Dorothy’s New Friend*. The Golden Girls. Staffel 3, Folge 15 (1988). DVD: Buena Vista Home Entertainment/ Touchstone Television, 2006. ’20.

¹⁷³ *The Engagement*. ’7.

¹⁷⁴ Auf das Kostüm von Rose wird in Kapitel 4.5.3 noch ausführlicher eingegangen.

sowohl Blanche als auch Rose stark von Dorothy abgegrenzt, allerdings durch die Differenz in den Einblicken auch von einander.

Sophia hebt sich allein schon durch ihr Alter von den anderen Figuren ab. Interessanterweise ist die Kleiderwahl am ehesten mit der von Rose zu vergleichen, was den konservativen Einschlag letzterer verdeutlicht. Ein Detail am Rande: Estelle Getty, die Darstellerin Sophias, war tatsächlich jünger als Bea Arthur, die ihre Serientochter Dorothy verkörperte. Hier wird deutlich, wie zum einen schauspielerisch, mittels angepasster Gestik und Mimik, zum anderen durch das Fehlen von auffälligem oder betonendem Make-up und Kostümwahl wie die dicke, unmodische Brille, die weiße Perücke und die Altdamen-Kleidung, hohes Alter vermittelt werden kann, ohne auf maskenbildnerische Tüfteleien zurückzugreifen.

4.2 The Golden Girls *und Ethnie*¹⁷⁵

Der Humor der Serie funktioniert neben dem vordergründigen, für eine Sitcom untypischen, fortgeschrittenen Alter der Figuren vor allem auf einer Spannung auf Basis der ethnischen Diversität. Es ist bezeichnend, dass die Alters-Wohngemeinschaft in Miami zustande kommt; Florida gilt als klassischer Ruhestandsstaat, als Pensionistenmekka, der USA. Einmal mehr wird so das Selbstbild des *melting pots* in konzentrierter Form bemüht.

Die einzigen biologisch verwandten Figuren, Dorothy Zbornak und ihre Mutter Sophia Petrillo haben italienischen, bzw. sizilianischen, Hintergrund. Sophia ist Einwanderin erster Generation und wird entsprechend ihrer Herkunft stereotyp dargestellt. Obwohl sie seit ihrer Jugend in den USA lebt, hat sie noch immer eine prominente originalsprachliche Intonation bei der Artikulation italienischer Namen und Begriffe. Hervorzuheben ist hier der Einsatz italienischer Interjektionen, die aufgrund ihrer Unmittelbarkeit und Hastigkeit besonders authentisch wirken und sich damit deutlich

¹⁷⁵ In diesem Kapitel wird bewusst die Figur der Rose Nylund ausgelassen, da ihr ohnehin der Rest der Analyse gewidmet ist.

von stehenden Begriffen und wie Namen abgrenzen. Auffällig *italienisch* ist auch die ausladende Kochlöffel-Gestik¹⁷⁶.

Diese klassischen Attribute spiegeln sich auch in besuchender Verwandtschaft oder Freunden aus Italien wieder. Ihre Namen sind ebenfalls typisch italienisch: Sophias Geschwister heißen Angelo, Angela und Regina, ihre Nichten Graziella und Apollonia. In dem ihr zugeordneten Umfeld wird sie oftmals als klassisch italienische Hausfrau inszeniert, die dann über diverse Kochtöpfe in der Küche gebeugt steht. Als *mamma* ist sie noch immer der Auffassung, dass sie auf ihre Tochter aufpasst und für sie sorgt, wobei es der Logik der Serie nach, Sophia zieht *aus* einem Altersheim *zu* ihrer Tochter, umgekehrt der Fall ist.

Die Tochter Dorothy ist bereits in den USA geboren, und damit *echte* Amerikanerin. Durch ihren ursprünglichen Wohnsitz in New York wird ein immanentes nordamerikanisches Gegengewicht zur Figur der Blanche Devereaux gebildet. Die Kühle, der Realismus und die Weltmännlichkeit, die New Yorkern oft zugesprochen werden, stehen damit auch in Kontrast zu der übertrieben herzlichen Art der Südstaatlerin.

Blanche ist enorm stolz auf ihre Herkunft und besondere Ausprägung der *Southern hospitality*. Dies unterstreicht die Folge *Witness*¹⁷⁷, in der sie den ideologisch bedenklichen *Daughters of the Old South* beitreten will. Diese verlangen einen weit zurückreichenden Stammbaum als Nachweis, dass die Aspirantinnen tatsächlich *reine* Südstaatlerinnen sind. Im Zuge ihrer genealogischen Forschungen entdeckt Blanche einen Schönheitsfehler:

„Dorothy: The woman your great-grandfather married was born, well, outside of Georgia.

Blanche: How far outside of Georgia?

Dorothy: Buffalo. You're a Yankee, Blanche!

Blanche: Well, no, this can't be.

Dorothy: A Yankee doodle.

Blanche: There must be some mistake!

Dorothy: You are that Yankee doodle gal.

¹⁷⁶ Was sich optimal in die Aufzeichnungsweise und den angepassten Schauspielstil der Sitcom einfügt.

¹⁷⁷ *Witness*. The Golden Girls. Staffel 6, Folge 21 (1991). DVD: Buena Vista Home Entertainment/Touchstone Television, 2008.

Blanche: Let me see the certificate. I want to see with my own eyes that my great-grandmother was that thing you said.

Dorothy: A Yankee.

Blanche: Right.

Dorothy: A Yankee doodle.

Blanche: Stop it. [schaut über die Urkunde] Oh my God.

Dorothy: Oh. Did I mention her last name was Feldman?

Blanche: Oh no. Oh no, no, no, no, no. It can't be. I can't be Jewish.¹⁷⁸

Das Insistieren Dorothys und das schockierte Abstreiten Blanches wurden in voller Länge wiedergegeben um die Bedeutung der, bereits weit zurückliegenden, Ursprünge zu demonstrieren. Die Bezeichnung *Yankee doodle* bezieht sich hier auf die titelgebende Figur in dem gleichnamigen Kriegslied, das, ursprünglich verhöhrend, von den Nordstaatlern aufgegriffen und vereinnahmt wurde, womit es eine positive Identifikationsgröße darstellt. Der dem gegenübergestellten Südstaatlerin graut es so sehr vor diesem *fremden* Image, dass sie nicht einmal das Wort aussprechen kann. Die Offenbarung, dass die Vorfahrin zu allem Überduss auch Jüdin war, macht ihre Befremdung vollkommen.

Bei der humoristischen Überladung dieses Makels ist hervorzuheben, dass es sich bei der infrage kommenden Ahnin um die Urgroßmutter handelt, die 1861 geheiratet hatte. Der *Fauxpas* hatte also vor mehr als einem Jahrhundert stattgefunden, ihr Anteil an der Figur macht lediglich noch 1/8 aus.

In der Serie wird somit mehrmals die Herkunft über die eigene und die Elterngeneration hinaus reflektiert und betont. In den USA herrscht diesbezüglich eine andere Auffassung, als in Europa. Vermutlich fußt die Wichtigkeit der Ahnenkenntnis- und herkunft auf der inhomogenen Bevölkerungszusammensetzung durch grundlegende Immigration und dadurch Verkürzung der ortsbezogenen Geschichte, die mit der Betonung der ursprünglichen Herkunft aufgefüllt werden muss.

Die vier Protagonistinnen von *The Golden Girls* haben als tatsächliche Amerikanerinnen alle immanenten Teil am *melting pot*. Um dieses Bild weiter zu bestärken, treten auch immer wieder tatsächlich *ausländische* Figuren auf.

¹⁷⁸ *Witness*. '6f.

Exemplarisch seien hier ein kubanischer Preisboxer, der über eine Aufnahme in die bekannte Juilliard School an eine Aufenthaltsgenehmigung kommen will,¹⁷⁹ und eine *tschechoslowakische* Verwandte, die trotz ihres kommunistischen Hintergrundes und der anfangs ablehnenden Haltung gegenüber dem Kapitalismus (wohlgemerkt nicht der Demokratie) doch noch von der moralischen Überlegenheit der USA überzeugt wird,¹⁸⁰ genannt.

Besonders deutlich wird die Selbstdarstellung mittels Unbeteiligter in der Folge *Dorothy's Prized Pupil*, in der ein Schüler einen huldigenden und später offiziell ausgezeichneten Aufsatz über die USA schreibt:

„*Dorothy*: [liest vor] The very first night he was in America, his uncle took him to a movie. He felt more excited than he ever had in his whole life watching that movie, because of the feeling he got, sitting in that theater with all those other people. Laughing together, getting scared together. He felt like those people were his friends. To him, that feeling was the feeling of living in America. In America, you always felt like you were among friends.“¹⁸¹

Der junge Verfasser, Mario, wird allerdings als illegaler Einwanderer abgeschoben. Trotzdem wird er, im Kino, dem für ihn uramerikanischen Ort seiner Geschichte, aufgegriffen, ermutigt, nicht unterzutauchen, sondern den Glauben an das System nicht zu verlieren. Selbst in dieser bedrohlichen Notsituation wird das positive Selbstbild der USA durch den nicht eingebürgerten Immigranten postuliert.

Mit der diegetischen Überwindung der Ablehnung durch diese außenstehenden Figuren, z.T. trotz widriger Umstände, wird der *American way of life* als Nonplusultra präsentiert und es kommt zu einer Affirmation des Selbstbildes, die ihre Identität aus Diversität zieht, trotz des Ausschlusses dieser Figuren. Der *melting pot* lebt also von der Stereotypisierung einzelner, dazugehöriger Gruppen, ohne welche er den Grundpfeiler seiner Identität verlieren würde, und gleichzeitige Bestätigung durch außenstehende Gruppen.

¹⁷⁹ Vgl. *Fiddler on the Ropes*. Staffel 4, Folge 18 (1989).

¹⁸⁰ Vgl. *Sisters and Other Strangers*. Staffel 5, Folge 21 (1990).

¹⁸¹ *Dorothy's Prized Pupil*. The Golden Girls. Staffel 2, Folge 21 (1987). DVD: Buena Vista Home Entertainment/ Touchstone Television, 2005. '3.

4.2.1 Skandinavien: Region vs. Nation¹⁸²

Das Vorherrschen der Zusammenfassung der festlandskandinavischen Länder Norwegen, Schweden und Dänemark unter dem Begriff *Skandinavien* und das gleichzeitige Auslassen genauerer geographischer Positionierungen, ist nicht nur ein Merkmal ausländischer Stereotypisierung, sondern wurde, zumindest historisch gesehen, auch im Selbstbild diskutiert.

Die heutigen skandinavischen Staaten werden seit der Einteilung in größere Verbände voneinander unterschieden. Mit der Kalmarer Union, einer Personalunion von Schweden (inkl. Finnland), Norwegen (inkl. Island und Färöer) und Dänemark, unter der dänischen Königin, gab es von 1397-1523 einen politischen, gesamtskandinavischen Zusammenschluss.¹⁸³ Im Anschluss an den Zerfall dieser Union begannen sich auch die einzelnen skandinavischen Sprachen stärker und bewusst voneinander abzugrenzen, wenn sie auch untereinander bis ins frühe 20. Jahrhundert verständlich waren.

Der skandinavische *Skandinavismus*, Einigkeits- und Zusammenarbeitsbestrebungen auf unterschiedlichen Ebenen, war bis 1830 eine literarische Strömung im Fahrwasser der Romantik gewesen, bis er von den jungen Liberalen aufgegriffen wurde.¹⁸⁴ Der politische Skandinavismus lässt sich als Reaktion auf panslawische und pangermanische Regungen verstehen. Mit der Loslösung Norwegens aus der Union mit Schweden Anfang des 20. Jahrhunderts nahm auch dies ein Ende.

Nicht zuletzt aufgrund ihrer gemeinsamen, ineinander verflochtenen, Geschichte und isolierten Geographie, werden die (festland-)skandinavischen Staaten noch immer als „ethnisch und kulturell homogenen“¹⁸⁵ angesehen. Dies bezeugen auch wissenschaftliche Werke wie z.B. die *Ethnic Chronology Series*, die in 25 Bänden und einem später veröffentlichten Zusatzband in chronologischen Fakten die Einwanderung in die USA beschreibt. Neben nach Nationen getrennten Titeln wie *The Dutch in*

¹⁸² Die Problematik in Hinblick auf diese Begrifflichkeiten in *The Golden Girls*, wird in Kap. 4.3.2 noch eingehend behandelt.

¹⁸³ Vgl. Mündliche Mitteilung Stephan M. Schröders in der Lehrveranstaltung *Identitätskonstruktionen in Nordeuropa* an der Abteilung für Skandinavistik der Universität Wien im SoSe 2008.

¹⁸⁴ Vgl. Schröder, Stephan M.: Auf Jagd nach Schnarks. Einleitende Bemerkungen zur (skandinavischen) Identitätsforschung. In: Baumgartner, Walter/ Fix, H. (Hg.): *Arbeiten zur Skandinavistik*. XII. Arbeitstagung der deutschsprachigen Skandinavistik 16. – 23. September 1995 in Greifswald. Wien: Fassbaender, 1996 (= *Studia mediaevalia septentrionalia* 2). S. 583.

¹⁸⁵ Schröder, Stephan M.: Arbeitskreis 4. Vorbemerkung. In: Baumgartner, Walter/ Fix, H. (Hg.): *Arbeiten zur Skandinavistik*. XII Arbeitstagung der deutschsprachigen Skandinavistik 16. – 23. September 1995 in Greifswald. Wien: Fassbaender, 1996 (= *Studia mediaevalia septentrionalia* 2). S. 467.

*America*¹⁸⁶ und *The Lithuanians in America*¹⁸⁷ finden sich auch zwei auf Ethnie im weitesten Sinne basierende Bände *The Blacks in America*¹⁸⁸ und *The Jews in America*¹⁸⁹.¹⁹⁰

Erstaunlicherweise erachtete man es im Falle Skandinaviens nicht für nötig, eine weitere Unterscheidung vorzunehmen. Der Band nennt sich schlicht *The Scandinavians in America*¹⁹¹, bezeichnend für die internationale Auffassung Skandinaviens, die so weit geht, dass die einzelnen, politisch, sprachlich und kulturell eigenständigen Gebilde nicht wahrgenommen werden. Die einzige ähnliche Überordnung findet sich in *The British in America*¹⁹², wobei das Vereinigte Königreich bis heute zumindest eine politische Einheit bietet.

Der vergleichende Literaturwissenschaftler Eric Schaad bringt die Unterschiede in der heutigen Selbst- und Fremdwahrnehmung der skandinavischen Länder bzw. Skandinaviens anschaulich auf den Punkt:

„Have you heard the joke about the Swede, the Dane, and the Norwegian? If you are from one of the Scandinavian countries, you may have heard such jokes that rely on stereotypes which distinguish Swedes, Danes, and Norwegians. Although Scandinavians work hard to create distinct images of themselves and may in fact see themselves as distinct from their Scandinavian neighbours, most non-Scandinavians see them as a cultural unit. These perceptions can be seen not only in jokes but in a variety of old and new media“¹⁹³.

In Bezug auf Skandinavien-Bild der Out-Group, stößt historisch gesehen der Begriff des *Nordischen* die hier problematisierte Überverallgemeinerung an.

¹⁸⁶ Vgl. Smit, Pamela (Hg.): *The Dutch in America 1609-1970. A Chronology & Fact Book*. Dobbs Ferry: Oceana Publications, 1972.

¹⁸⁷ Vgl. Budreckis, Algirdas M. (Hg.): *The Lithuanians in America 1651-1975. A Chronology & Fact Book*. Dobbs Ferry: Oceana Publications, 1976.

¹⁸⁸ Vgl. Sloan, Irving J. (Hg.): *The Blacks in America 1492-1977. A Chronology & Fact Book*. Dobbs Ferry: Oceana Publications, 1977.

¹⁸⁹ Vgl. Sloan, Irving J. (Hg.): *The Jews in America 1621-1977. A Chronology & Fact Book*. Dobbs Ferry: Oceana Publications, 1978.

¹⁹⁰ Bei den *Blacks* gestaltet sich eine nach afrikanischen Staaten getrennte Aufschlüsselung vermutlich aufgrund der Art der Übersiedelung schwierig, außerdem wurde der Band in den 1970er Jahren herausgegeben. Dass allerdings die *Jews* nicht weiter eingeteilt wurden in polnische Juden, russische Juden, deutsche Juden etc., ergibt sich vermutlich aus den anderen Nationalbänden, die dies abdecken.

¹⁹¹ Vgl. Furer, Howard B. (Hg.): *The Scandinavians in America 987-1970. A Chronology & Fact Book*. Dobbs Ferry: Oceana Publications, 1972.

¹⁹² Vgl. Furer, Howard B. (Hg.): *The British in America 1578-1970. A Chronology & Fact Book*. Dobbs Ferry: Oceana Publications, 1972.

¹⁹³ Schaad, Eric: *Perceptions of Scandinavia and the Rhetoric of Touristic Stereotype in Internet Travel Accounts*. In: *Scandinavian Studies*. H 2, Jg. 80 (2008). S. 201.

Noch bevor die Nationalsozialisten den Begriff rassenhygienisch besetzten und damit negativ konnotierten, kam ihm im 19. und 20. Jahrhundert „nicht nur in Deutschland, sondern auch in Skandinavien, Großbritannien und den USA eine wichtige Funktion als Matrix für Autostereotypen zu.“¹⁹⁴ Es war eine regionale Kategorie, die ideell aufgeladen wurde und ein Selbstverständnis der Überlegenheit beinhaltete, das auch andere Teile des Nordens, als Skandinavien inkludierte. Das Konzept des *nordic man* galt hier als Idealtyp in Großbritannien und den USA. Noch 1935, nachdem die Nazis die Macht ergriffen hatten, wurde seitens Englands versucht, den Begriff des Nordischen weiterhin für sich zu beanspruchen, allerdings exklusiver als bisher:

„Dänen, Schweden und Norweger wurden zu Abkömmlingen des alten nordischen Stammes und einigen der nächsten Verwandten Englands ausgerufen. Von einer Verwandtschaft zwischen Deutschen und Skandinaviern hingegen war nicht länger die Rede.“¹⁹⁵

Skandinavien wurde von außen neben weitgehender sprachlicher und kultureller Einheit auch durch ähnliches, wenn auch nicht gemeinsames, politisches Handeln geprägt. So hoben sich während des Ersten Weltkrieges Dänemark, Schweden und Norwegen vom Rest Europas und den USA durch Neutralität ab.¹⁹⁶

Während der Großen Depression in den USA wurden die skandinavischen Länder zu Modellstaaten erhoben:

„Die Konstruktion der erfolgreichen skandinavischen *Gesellschaft* [kursiv i. Orig., Anm.] war in den anglo-amerikanischen Diskussionen eine Folge des Modernisierungsdiskurses mit dem spezifischen Interesse an zivilisatorischem und ökonomischem Fortschritt. Während der großen Depression avancierte Skandinavien aus amerikanischer Perspektive zum modernistischen Rationalitäts-Paradies nach dessen Vorgaben die ökonomische Misere in den USA behoben werden sollte.“¹⁹⁷

In den 1930er Jahren wurde vermehrt auf Autostereotype aus den skandinavischen Ländern zurückgegriffen. *Nordisch* wurde dort hauptsächlich neutral als Erweiterung

¹⁹⁴ Musiał, Kazimierz: „Nordisch – Nordic – Nordisk“. Die wandelbaren Topoi-Funktionen in den deutschen, anglo-amerikanischen und skandinavischen nationalen Diskursen. In: Bänsch, Alexandra/Henningsen, B. (Hg.): Die kulturelle Konstruktion von Gemeinschaften. Schweden und Deutschland im Modernisierungsprozeß. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, 2001 (= Die kulturelle Konstruktion von Gemeinschaften im Modernisierungsprozeß 6). S. 95.

¹⁹⁵ Ebd. S. 107.

¹⁹⁶ Schweden brüstet sich damit, das friedlichste Land der Welt zu sein, spricht sich am längsten, heuer 200 Jahre, nicht in Krieg befunden zu haben. Vgl. bspw. Harrison, Dick: Världens fredligaste land? <http://blog.svd.se/historia/2014/02/10/varldens-fredligaste-land/> Zugriff: 30. 11. 2014.

¹⁹⁷ Musiał (2001). S. 114.

Skandinaviens als geographische Bezeichnung verwendet, als „das für Dänemark, Norwegen und Schweden ‚Charakteristische‘“. ¹⁹⁸

Diese beiden Entwicklungen hatten nach dem Zweiten Weltkrieg zur Folge, dass die korrelierten skandinavischen Autostereotype in die Heterostereotype eingingen. ¹⁹⁹

„Sie wurden Teil des anglo-amerikanisch dominierten globalen soziopolitischen Diskurses der Nachkriegszeit. Damit hatten sich die einst vor allem anglo-amerikanischen Konnotationen von ‚Nordic‘ mit Modernisierung und Fortschrittlichkeit international durchgesetzt.“ ²⁰⁰

Aus dem, noch weiter gefassten *nordischen Raum* ging Skandinavien also als eigene Einheit hervor, wobei die nationalen Unterschiede zwischen den einzelnen Ländern zugunsten einer Abgrenzung zu anderen Überkategorien nivelliert wurden. *Skandinavien* ist somit nicht nur ein geographischer, sondern vor allem auch ein kultureller und historisch gewachsener Begriff.

4.3 Herkunft

4.3.1 Exkurs: Skandinavische Emigration in die USA

Nicht nur Korrelationen zum medial vermittelten Bild von Skandinavierinnen, sondern auch zur Präsenz von Skandinaviern und deren Wahrnehmung in den USA sind bei der Untersuchung der Darstellung skandinavischer Figuren zu berücksichtigen. Daher folgt an dieser Stelle eine Übersicht zur skandinavischen Massenemigration von 1860-1910 ²⁰¹.

Es waren gleichermaßen Push- wie Pullfaktoren, die ab Mitte des 19. Jh.s zu einer massiven Auswanderungswelle aus den skandinavischen Ländern führten. Massive Missernten, die schlechte wirtschaftliche Lage, Wehrdienstpflicht und die verbindliche Mitgliedschaft in den jeweiligen Staatskirchen drängten die Skandinavier zum Aufbruch. Gleichzeitig herrschte in den USA Hochkonjunktur, das Eisenbahnnetz wurde ausgebaut, was zu einem enormen Bedarf an Arbeitskräften führte, und durch

¹⁹⁸ Musiał (2001). S. 102.

¹⁹⁹ Vgl. Ebd. S. 120f.

²⁰⁰ Ebd. S. 121.

²⁰¹ Vgl. Furer (1972, 2). S. 38.

den im Mai 1862 verabschiedeten *Homestead Act* erhielt jeder Siedler 160 Morgen²⁰² Land.²⁰³

Insbesondere die Zahl schwedischer Emigranten wuchs zu Beginn der Masseneinwanderung rasch an, bedingt durch Missernten in drei aufeinanderfolgenden Jahren in Anschluss an die Wirtschaftskrise 1864.²⁰⁴ Dementsprechend waren es auch meist Landarbeiter und verarmte Bauern, die mit dem gesponserten Land in den USA eine neue Existenz gründen wollten. 1903, das Jahr mit der höchsten Auswanderungsrate in Schweden, hat seine Ursache in der Einführung der allgemeinen Wehrpflicht.

In Norwegen hatte man ebenfalls unter Ernteaussfällen zu leiden und wurde, bis etwa 1875, als die Einwanderung urbanisiert wurde,²⁰⁵ vom eigenen Farmland in den USA gelockt: „The permanent interest among the Scandinavians was in fertile farming land.“²⁰⁶ Allein im Jahr 1866 kamen 15 000 Norweger in die USA.²⁰⁷ Die norwegischen und schwedischen Behörden versuchten, den Auswanderungsstrom mit Regelungen wie dem Verbot der Auswanderung bei ausständigem Militärdienst zu unterbinden. Diese Bestrebungen blieben allerdings in beiden Ländern erfolglos.

Für die Dänen waren religiöse Unfreiheit und insbesondere auch die Eroberung Schlesiens durch die Preußen 1866 Hauptgründe für die Auswanderung.²⁰⁸ Die Emigration betraf demnach andere soziale Schichten und war individueller als im Rest Skandinaviens. Allein schon aufgrund der unterschiedlichen Bevölkerungsgröße in den Ursprungsstaaten fällt aber der dänische Anteil an der skandinavischen Auswanderung sehr gering aus.²⁰⁹

²⁰² 160 US-acres entsprechen etwa 65ha.

²⁰³ Vgl. Furer (1972, 2). S. 42.

²⁰⁴ Vgl. Ebd. S. 44.

²⁰⁵ Vgl. Ebd. S. 50.

²⁰⁶ Ebd. S. 38.

²⁰⁷ Vgl. Ebd. S. 46.

²⁰⁸ Vgl. Ebd.

²⁰⁹ Gemäß den Zahlen des US Census Bureau von 1890 gab es knapp über 270 000 Schweden und Norweger, allerdings nur 76 000 Dänen im oberen Mittleren Westen, worunter der Autor das nördliche Illinois, Wisconsin, Minnesota, Iowa, Nebraska und die Dakotas zusammenfasst. Zahlen zitiert nach Ostergren, Robert: Environment, Culture and Community. Research Issues and Method in the Study of [sic!] Scandinavian Settlement in the Middle West. In: Jørgensen, Steffen E. (Hg.): From Scandinavia to America. Proceedings from a Conference held at Gl. Holtegaard. Odense: Odense University Press, 1987. S. 196.

Generell war das Ziel dasselbe – der Mittlere Westen der USA. Alle skandinavischen Einwanderer waren gleichermaßen primär auf die ländlichen Gebiete verteilt; eine vernachlässigbare städtische Zuwanderung gab es vor allem in Chicago und den Twin Cities. Insbesondere die Norweger „are notable for their avoidance of urban areas“²¹⁰.²¹¹ Vor 1860 war etwa die Hälfte der Skandinavier in Wisconsin beheimatet, der Rest teilte sich auf Illinois, Iowa und Minnesota auf.²¹² Zu Beginn der 1860er kam es zu einer massiven Umschichtung Richtung Minnesota, bedingt durch den dortigen Eisenbahnbau.

Die Immigrationsstaaten waren zu der Zeit auf der Suche nach neuen Siedlern, um die Fläche als Farmland zu beleben und Arbeitskräfte zu importieren: „The Federal and State governments, railroads, steamship lines, and land companies worked feverishly at home and abroad to bring people to America.“²¹³ Dies geschah mit verschiedenen Methoden; in skandinavischen Ländern betrieben amerikanische Agenten massive Propaganda, die v.a. mit dem Argument der 160 Morgen Land für eine Auswanderung warben. Daneben gab es noch heimische Emigrationswerber. Diese waren früher ausgewanderte Landsmänner, die von einem wirtschaftlichen Interessenten in Amerika freie Heim- und Rückreise angeboten bekamen, wenn sie im Zuge dessen eine gewisse Anzahl an weiteren Emigranten mitnahmen.²¹⁴

Ein nicht zu vernachlässigender Motivationsfaktor sind auch die sogenannten *Amerikabriefe*, in denen Skandinavier in den USA Freunden und Verwandtschaft in der alten Heimat eine Ausreise schmackhaft machten.²¹⁵ „The communication of reliable information about prospects in America by those who left to those who stayed behind was the primary mechanism that served to maintain a significant level of emigration over the years.“²¹⁶

²¹⁰ Ostergren (1987). S. 185.

²¹¹ Der US Census von 1890 zeigt eine Verteilung der Norweger von knapp 83% in ländlichen Gebiet, bei den Schweden 66%, die Dänen 78,5%. Zitiert nach Ebd. S. 196.

²¹² Vgl. Furer (1972, 2). S. 38.

²¹³ Ebd. S. 42

²¹⁴ Vgl. Norman, Hans: Utvandringen från Sverige. <http://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/emigration/utvandringen-fr%C3%A5n-sverige> Zugriff: 7. 12. 2014.

²¹⁵ De facto hat sich in Skandinavien ein eigenes literarisches Genre entwickelt, das sich mit der Auswanderungswelle nach Nordamerika zu dieser Zeit auseinandersetzt, die *utvandrarlitteratur*. Bekanntestes Beispiel hierfür ist wohl Vilhelm Mobergs Trilogie aus der Mitte des 20. Jh.s *Utvandrarna – Invandrarna – Nybyggarna*, im Deutschen unter *Eine schwedische Chronik* veröffentlicht.

²¹⁶ Ostergren (1987). S. 189.

Ein vornehmliches und frühes Beispiel hierfür ist ein Brief der Frauenrechtlerin Fredrika Bremer vom Oktober 1850:

„This Minnesota is a glorious country, and just the country for Northern emigrants – just the country for a new Scandinavia. [...] What a glorious new Scandinavia might not Minnesota become! Here the Swede would find again his clear, romantic lakes, the plains of Scåne rich in corn, and the valleys of Norrland; here the Norwegian would find his rapid rivers, his lofty mountains, for I include the Rocky Mountains and Oregon in the new kingdom; and both nations, their hunting-fields and their fisheries. The Danes might here pasture their flocks and herds, and lay out their farms on richer and less misty coasts than those of Denmark. [...] The climate, the situation, the character of the scenery agrees with our people better than that of any other American States [sic!], and none of them appear to me to have a greater or a more beautiful future before them than Minnesota.“²¹⁷

Hier wird neben der verfügbaren Arbeit und dem freien Land, ein weiterer Punkt angeführt, der den Mittleren Westen für Skandinavier attraktiv machte – das aus der Heimat gewohnte Klima und Landschaftsbild.

1905 war Minnesota „the most Scandinavian state in the Union“²¹⁸. Von den fast zwei Millionen Einwohnern waren 223 000 gebürtige Schweden und 111 000 gebürtige Norweger. Die Spitze war in den USA 1910 erreicht, als über eine Million Schweden, über 650 000 Norweger und über 250 000 Dänen dort lebten. Etwa zehn Jahre später waren etwa 3 Millionen Menschen, ein Drittel (!) der Gesamtbevölkerung Nordeuropas, nach Nordamerika ausgewandert.²¹⁹

„Viele Einwanderer aus Skandinavien im allgemeinen [sic!] und aus Schweden im besonderen [sic!] stellten eine bedeutende Bevölkerungsgruppe dar, die die öffentliche Meinung im Hinblick auf die ‚Nordics‘ in den USA beeinflussen konnte. In einigen Bundesstaaten wie Minnesota, Wisconsin oder Oregon waren die skandinavischen Emigranten in so großer Anzahl in den lokalen Institutionen vertreten, daß das religiöse und kulturelle Leben von ihnen dominiert schien.“²²⁰

Die Festlandskandinavier, die aus ihren Heimatländern an volksbildnerische Institutionen gewohnt waren, engagierten sich sehr dafür, auch das Bildungssystem in ihrem neuen Heimatland zu verbessern.²²¹

Insbesondere die im ruralen Gebiet beheimateten Schweden und Norweger bildeten Exklaven, teilweise emigrierten ganze Dörfer, Ostergren nennt sie ganzheitlich

²¹⁷ Bremer nach Benson, Adolph B.: America of the Fifties. Letters of Fredrika Bremer. New York: The American-Scandinavian Foundation, 1924 (= Scandinavian Classics 23). 234f.

²¹⁸ Furer (1972, 2). S. 68.

²¹⁹ Vgl. Schröder (2008).

²²⁰ Musiał (2001). S. 118.

²²¹ Vgl. Furer (1972, 2). S. 59.

„transplanted communities“²²². Zur Jahrhundertwende gab es 400 Ortschaften in Minnesota, die schwedische Namen trugen.²²³ „As more and more settlers with similar geographic origins collected [...], culturally homogenous communities began to form.“²²⁴ Das kulturelle und soziale Leben war somit weiterhin skandinavisch geprägt und zeigte allgemein konservative Tendenzen; es zeigte eine „remarkable capacity for maintaining a continuity with the past.“²²⁵ Insbesondere die lutherische Kirche als Zentrum des gemeinschaftlichen Lebens hatte großen Anteil an der Aufrechterhaltung der Sprache, alter Bräuche und Feiertage. Demgegenüber stand das ökonomische Leben, das von einer, gewollten, Anpassung an amerikanische Verhältnisse geprägt war. Gerade in den größeren Gemeinschaften entstanden so kulturelle Spannungen und Gratwanderungen dazwischen, *yankeeisiert* zu werden, „that is, absorbed into the national melting pot“²²⁶ und der Beibehaltung der ursprünglichen Identität. Sowohl sprachliche Unzulänglichkeiten und Eigenheiten wie „heavy foreign accents, fractured syntax“²²⁷ und „dual language practices“²²⁸, als auch offen zur Schau gestellte kulturelle Besonderheiten wie „old country dress and manners“²²⁹ und „suspicious displays of overattachment to the foreign homeland of origin“²³⁰, mussten vor allem von der Arbeiterklasse überwunden werden, um nicht als „too ethnic“²³¹ zu gelten und eine Integration in die größere amerikanische Gesellschaft zu ermöglichen.

4.3.2 St. Olaf, Minnesota

Die bereits oben erwähnten *St. Olaf Stories* sind in vielerlei Hinsicht der Schlüssel zur Dekonstruktion der Figur Rose Nylund. Mit ihrer zeitübergreifenden Perspektive, wird über die historische Dimension der Erzählungen, die Vergangenheit vergegenwärtigt und die Herkunft sowie der Hintergrund der Figur beleuchtet; ihr Aufbau und Inhalt ist maßgeblich an deren Charakterisierung beteiligt.

²²² Ostergren (1987). S. 193.

²²³ Vgl. Furer (1972, 2). S. 67.

²²⁴ Ostergren (1987). S. 186.

²²⁵ Ebd. S. 192

²²⁶ Lunde, Arne: *Nordic Exposures. Scandinavian Identities in Classical Hollywood Cinema*. Seattle: University of Washington Press, 2010. S. 45.

²²⁷ Ebd.

²²⁸ Ebd.

²²⁹ Ebd.

²³⁰ Ebd.

²³¹ Ebd.

Dies macht die *St. Olaf Stories* zu sogenannten *signature stories* in *The Golden Girls* – „signature stories have been a staple for developing distinct but consistent characterization, familiar relationships among characters, and a sense of their home community.“²³²

Bereits der Name des Ortes verweist auf Skandinavien – in der Tradition der römisch-katholischen Kirche, aber auch der norwegischen Staatskirche, wird St. Olav als Heiliger verehrt. Tatsächlich ist der ehemalige König Norwegens (eig. *rex perpetuus Norvegiae*) für die Christianisierung des Landes um 1000 n.Chr. verantwortlich und zum Nationalheiligen Norwegens aufgestiegen. Jedenfalls ist der Name *Olaf* selbst bereits Indiz für eine Assoziation mit den nordischen Ländern.

Ungeachtet dessen, ob sich die Produzenten der Serie darauf beziehen oder nicht, so gibt es einen tatsächlichen Ort namens St. Olaf in Minnesota. Dieser beherbergt ein College, das, nicht sehr überraschend, von 1874 als theologische Bildungsinstanz von Norwegern in Minnesota gegründet wurde.²³³

In den Anekdoten von Rose Nylund wird das dezidiert skandinavische St. Olaf als idyllisch, ländlich und überschaubar, wenn auch verschoben präsentiert.

„Rose: I remember one time, Daddy took the whole family across state on our tractor to visit great-grandfather Sigbotten. Great-grandpa Siggie was a famous inventor. He invented the first, and to my knowledge the only low-voltage-meter that could detect what kind of a center a piece of candy had.“²³⁴

Diese verbale Darstellung wird in der Folge *Yokel Hero*²³⁵, die durch ebendiesen Namen bereits auf eine etablierte rurale Charakterisierung zurückgreift, durch, beschränkte, visuelle Darstellung des Ortes selbst und Auftritte anderer Figuren aus St. Olaf untermalt.²³⁶ So ist das *shuttle* nach St. Olaf ein Heuwagen, auf dem alle vier Protagonistinnen inkl. Fahrer Platz finden müssen. Besonders bezeichnend ist die wortwörtliche Umsetzung der Aufforderung, eine alte Freundin anzurufen²³⁷; Rose

²³² Berzsenyi (2010).

²³³ Vgl. Furer (1972, 2). S. 51.

²³⁴ *Long Day's Journey into Marinara*. The Golden Girls. Staffel 2, Folge 19 (1987). DVD: Buena Vista Home Entertainment/ Touchstone Television, 2005. '5.

²³⁵ *Yokel Hero*. The Golden Girls. Staffel 4, Folge 4 (1988). DVD: Buena Vista Home Entertainment/ Touchstone Television, 2007.

²³⁶ Auf die *Doppelkopper-triplets* wird in Kap. 4.6.1 noch genauer eingegangen.

²³⁷ Engl. *giving so. a call*

formt mit ihren Händen einen Trichter, ruft in die Nacht und erhält tatsächlich eine Antwort. St. Olaf ist also ohne Telefon weitgehend technologisch rückständig.

Wenn sich auch das reale St. Olaf definitiv mit Norwegen verquicken lässt, so ist dies bei dem fiktiven Ort in *The Golden Girls* und damit der nationalen Herkunft der Figur der Rose nicht eindeutig. Die Hinweise und Erwähnungen deuten auf verschiedene Gründernationalitäten; am häufigsten finden sich Verbindungen zu Norwegen. So wird bspw. davon gesprochen, dass die St. Olafer „Adolph and Olga moved back to Norway“²³⁸.

In *The Way We Met*²³⁹ werden in einer *St. Olaf Story* schwedische mit norwegischen Elementen vermischt:

„Rose: This is exactly what happend during the great herring war. [...] Between the Lindstroms and the Johanssons [...]. The two families controled the most fertile herring water off the coast of Norway. So naturally, it seemed like it would be in their best interest to band together. Oh boy, was that a mistake. You see, they couldn't agree on what to do with the herring. [...] The Johanssons wanted to pickle the herring and the Lindstroms wanted to train them for the circus.“²⁴⁰

Lindstrom, bzw. *Lindström* und *Johansson* sind eindeutig schwedischen Nachnamen. Im Norwegischen und Dänischen werden Patronyme mit *–sen* und nicht *–son* gebildet; *Lindström* ist ebenfalls eindeutig einer schwedischen Namenstradition zuzuordnen. Letzteres ist auch der Mädchenname von Rose, die damit rein namenstechnisch auch zu einer ethnischen Schwedin gemacht wird. Dass ihre Familie eine Milchfarm besaß, deutet wiederum auf dänische Herkunft hin.²⁴¹

Viel häufiger, als auf einzelne Nationalitäten, wird auf verallgemeinerte oder verallgemeinernde Zuschreibungen zurückgegriffen. Besonders präsent ist die Generalisierung *skandinavisch*, die bereits in Kap. 4.2.1 abgehandelt wurde. Dieses

²³⁸ Man beachte hier auch wieder die Wahl der Vornamen. *Whose Face Is This, Anyway?* The Golden Girls. Staffel 2, Folge 20 (1987). DVD: Buena Vista Home Entertainment/ Touchstone Television, 2005. '16.

²³⁹ *The Way We Met*. The Golden Girls. Staffel 1, Folge 25 (1986). DVD: Buena Vista Home Entertainment/ Touchstone Television, 2005.

²⁴⁰ Ebd. '19f.

²⁴¹ Die Bedeutung von Milch und Molkereiprodukten für die Konstruktion von skandinavischem Kulturgut wird in Kap. 4.4.2 noch ausführlich behandelt.

Adjektiv wird in *The Golden Girls* zumeist mit Sprache und Speisen assoziiert verwendet:²⁴²

„Rose: It's like that old Scandinavian saying – ‚You can lead a herring to water, but you have to walk really fast or he'll die.‘“²⁴³

Oftmals kommt es hier zu einer Vermischung mit *viking*, welches zum einen eine ganz andere zeitliche Dimension beschreibt, sich zum anderen nicht auf eine Ethnie, sondern auf eine Okkupation bezieht.

„Rose: Oh yeah? Did you have an angry viking yelling Scandinavian swearwords on the phone at you this morning?“²⁴⁴

Außerdem ist zu bemerken, dass *Scandinavian* sich zwar als kulturell und geographisch überordnender Terminus eignet, bezüglich Sprache allerdings nur in linguistischer Hinsicht und historischer Perspektive überhaupt Sinn ergibt. Die Stereotypisierung des Begriffes ist hier also so weit vorangeschritten, dass sie ad absurdum geführt wurde.

„Rose: I've only been to one surprise party in my life but I'll never forget it. It was for grandma Nylund's 100th birthday. She was from a whaling village in the old country. So we kind of made that the theme of the party. We all dressed as vikings. With helmets and spears. We all crowded into her little room up over the barn and she walked in and lit a candle and we yelled ‚Surprise!!!‘ and she dropped dead. Right there. We all thought that was such a nice way to go.“²⁴⁵

An dieser Stelle wird auch die äußere Erscheinung eines *viking* beschrieben. Diese weckt Assoziationen mit den von Richard Wagner für den *Ring des Nibelungen* erfundenen Hornhelmen, die als stereotypes Bild der mittelalterlichen skandinavischen Bevölkerung mittlerweile weit verbreitet sind.

Eine weitere, oft gebrauchte Bezeichnung für das Herkunftsland ist das nicht genauer spezifizierte *old country*, das im Allgemeinen lediglich einen Kontrast zwischen der *Alten* und der *Neuen Welt* herstellt. In dem obigen Zitat ist mit dem Zusatz *whaling village* ein Verweise auf Norwegen gegeben.

²⁴² Auf die Bedeutung von Speisen in der Darstellung von Skandinavierinnen wird in Kap. 4.4.2 noch genauer eingegangen.

²⁴³ *Family Affair*. The Golden Girls. Staffel 2, Folge 7 (1986). DVD: Buena Vista Home Entertainment/ Touchstone Television, 2005. '7.

²⁴⁴ *A Visit from Little Sven*. The Golden Girls. Staffel 3, Folge 9 (1987). DVD: Buena Vista Home Entertainment/ Touchstone Television, 2006. '21.

²⁴⁵ *Dorothy's Prized Pupil*. '9.

4.4 Materielles und immaterielles skandinavisches Kulturgut

4.4.1 Sprache

In *The Golden Girls* wird das oben erwähnte *Skandinavisch* meist für Interjektionen oder als Eigenbezeichnung für Speisen und Gegenstände verwendet.

„Dorothy: Rose, is this another one of those Scandinavian-viking concoctions?

Rose: Yes, it's called *genökenflöken*-cake. It's an ancient recipe but I americanized it.

Dorothy: So one might say you brought *geflökenöken* [sic!] into the 80ies...

Rose: Yes, but I'm not one to blow my own *vertovenflögen*.“²⁴⁶

Aus dem obigen Zitat geht zum einen die Herkunft der Nachspeise – *Scandinavian-viking* – zum anderen die vollkommen willkürliche Imitation vermeintlich skandinavischer Laute einher. Dass die zweite Nennung des Kuchens durch eine Nichtskandinavierin nur annähernd der Aussprache der Skandinavierin ähnelt und diese daraufhin nicht diegetisch verbessert wird, demonstriert dies.

Es lohnt sich, an dieser Stelle zu untersuchen, welche Attribute ein Wort haben muss, um *skandinavisch* zu klingen.²⁴⁷ Aus dem genannten Beispiel gehen die deutschen (!) Präfixe *ge-* und *ver-*, das germanische Suffix *-en*, ein übermäßiger Einsatz des Umlautes [ø] und Vorliebe für Frikative, die niederländisch anmutet, sowie eine annähernde Reduplizierung der ersten Worthälfte in der zweiten Worthälfte hervor.

Aus einer längeren, zusammenhängenden Transkription zeigen sich neben diesen phonologischen und phonetischen Aspekten auch den Gesamtaufbau betreffende Eigenheiten:

„Rose: As they say in St. Olaf – *Hilderbarden möрге flörge gerflufen mördse wörd!*

Dorothy: You wanna help us out here, Rose?

Rose: Well, there's really no English word for *gerflufen*. Loosely translated, it means ‚I hope you have a licence to carry that *gerflufen!*‘“²⁴⁸

²⁴⁶ *Long Day's Journey into Marinara*. ‘7.

²⁴⁷ Eine Verbindung der Wörter mit Skandinavien besteht bereits von vornherein aufgrund der Identität der Sprecherin.

²⁴⁸ *Dancing in the Dark*. The Golden Girls. Staffel 5, Folge 6 (1989). DVD: Buena Vista Home Entertainment/ Touchstone Television, 2008. ‘4.

Auch dieser *Satz* ist lediglich lautmalerisch. Aufgrund der Ähnlichkeiten innerhalb dieser Passage, dem Reimen des zweiten und dritten *Wortes*, der Abwandlung von *mörge* in *mördse* wird auch ein gewisser sprachlicher Rhythmus geschaffen.

Im Norwegischen und Schwedischen gibt es neben dem aus dem Deutschen und Englischen bekannten Druckakzent auch den musikalischen Akzent. Wörter, auf welche dieser, bedeutungsunterscheidend, angewendet wird, haben zwei Hebungen, wodurch sich für einen Nichtsprecher ein melodisches Singsang ergibt.²⁴⁹

Der Titelheld der Folge *A Visit from Little Sven* und seine Verlobte Olga Nordström sprechen ein mit germanischem Akzent versehenes Englisch, das in der Umsetzung mehr an die Darbietungen in den frühen Filmen Arnold Schwarzeneggers erinnert, als an gekonnte Imitation einer skandinavischen Sprache.²⁵⁰ Es wird betont langsam und monoton gesprochen und falsch betont, bei einzelnen Wörtern die grafisch kodifizierte, statt der verbalen Realisation widergegeben. So wird bspw. *rejected* bewusst statt mit einem [-dʒ] mit einem [-j-] ausgesprochen.

Grundlage für die oben zitierte Interpretation des *Skandinavischen* könnte die Figur *Swedish Chef* aus *The Muppet Show* sein, dessen Sprache sich durch übermäßigen Einsatz von Umlauten, willkürlicher Umlautung von Vokalen im Englischen und unverständlichem Gebrabbel mit eindeutiger Prosodie auszeichnet.²⁵¹

In einigen wenigen Fällen, werden realexistente Wörter aus skandinavischen Sprachen eingesetzt; dem *vänskapkaka* aus *Comedy of Errors* fehlt zwar die s-Fuge, doch lässt er sich unzweifelhaft als solcher identifizieren und, wie auch in der Serie erklärt, als *friendship cake* übersetzen. Auch die *kåldolmar* aus *pork* und *cabbage* in *Dancing in the Dark* sind sprachlich und inhaltlich eindeutig als traditionelle, schwedische Krautrouladen zu erkennen. Zu bemerken ist hier im Speziellen, dass es sich nicht nur um tatsächliche, aber willkürlich eingesetzte, Wörter handelt – auch deren Bedeutung, und Zusammensetzung, stimmt mit dem Bezeichneten überein.

²⁴⁹ Interessanterweise gibt es hier die außerskandinavische Auffassung, dies sei typisch für die schwedische Sprache; in Schweden witzelt man allerdings gerne über die *singenden* Norweger.

²⁵⁰ Die Methode einen *schwenglich-germanischen Akzent* einzusetzen, um die skandinavische Exotik auch auf Tönebene hervorzuheben, wurde bereits in Kap. 3.4 erwähnt.

²⁵¹ Die englische Untertitelung der vorliegenden DVD-Fassung lässt die *skandinavischen* Wörter schlicht aus; die englische Gehörlosenuntertitelung blendet in diesen Fällen *[SPEAKING MOCK SWEDISH]* ein. Dieser dezidierte Hinweis auf das Schwedische, das sonst nicht erwähnt wird, könnte für eine Entlehnung aus *The Muppet Show* sprechen.

Eine besondere Position nimmt der Ausruf *uff da* in *Yokel Hero* ein. Von den aus St. Olaf besuchenden Doppelkopper-Drillingen wird diese Interjektion als freudige Bestätigung eingesetzt. Dieser Begriff hat unter den Amerikanern mit norwegischer Herkunft eine weite Verbreitung und sollte eigentlich eine Art irritierendes Unbehagen ausdrücken.²⁵²

Die Vor- und Familiennamen verschiedenster Personen aus St. Olaf sind großteils skandinavisch. Wie bereits erwähnt, sind der Mädchenname und zweite Name der Figur Rose Nylund, née Lindstrom, eindeutig schwedisch. Die in diesem Kapitel genannten Namen wie *Sven* und *Olga Nordström*, ließen sich nahezu endlos mit Beispielen wie *Inga Lundqvist*, *Ingrid*, *Thor Andersson* udgl. ergänzen.²⁵³

Namen sind in sich bereits Stereotype: „In den Anfängen, bei der Herausbildung des Namens, spielt die Bedeutung dagegen eine wesentliche Rolle. Es handelt sich um die einseitige und generalisierende Zuschreibung einer bestimmten Eigenschaft, also um eine Stereotypisierung.“²⁵⁴

Die hier angeführten Namen sind zwar keine Aptonyme, aber dennoch sprechend in der Form von eindeutiger Zuordenbarkeit zum skandinavischen Sprach- und Kulturkreis. Die aktive, stereotype Nutzung einer Zugehörigkeit ist kein ungewöhnlicher Kunstgriff:

„Schriftsteller machen sich diese Abrufbarkeit der Bedeutung zunutze, indem sie ihren Gestalten sprechende Namen geben. Daß die Namen zum Sprechen gebracht werden können, bezeugt aber gleichzeitig, daß sie im Prinzip stumm sind. [...] Dabei wirkt sich die Festigkeit des Namens als Verstärker aus.“²⁵⁵

Der Einsatz skandinavischer sowohl Vor- als auch Nachnamen hebt diese ab. Durch diese exponierte Stellung wird ihre Fremdartigkeit hervorgekehrt und betont – „Durch die Verfremdung des Namens gibt dieser seinen ursprünglichen Gehalt frei – den ursprünglichen Gehalt, der ein Stereotyp war und nun wieder ist.“²⁵⁶

²⁵² Vgl. Schjerven, Petter W.: *Typisk norsk*. Lysaker: Dinamo, 2005. S. 155. Norweg. Original: „Den seiglivede rabagasten av ett uttrykk – *uff da!* – har etter hvert fått store tilhengerskarer blant norskamerikanerne i USA, såkalte *norskies*. Ifølge amerikanere høres *uff da* ut akkurat som følelsen det skal uttrykke: et slags irriterende ubehag.“

²⁵³ Vgl. hierzu bspw. *In a Bed of Rose's*. Staffel 1, Folge 15 (1986); *Yokel Hero*; *Old Boyfriends*. Staffel 7, Folge 14 (1992).

²⁵⁴ Bausinger (1988). S. 40.

²⁵⁵ Ebd. S. 41.

²⁵⁶ Ebd. S. 41.

Letztlich bleibt noch zu erwähnen, dass daneben auch noch niederländisch oder deutsch anmutende Namen wie *Emma Immerhoffer* und *Ingrid Kerklavoner* sowie die eingangs erwähnten beliebten Frikative das Skandinavische um eine, sprachlich, germanische Dimension erweitern.

4.4.2 Kulinarisches

Essen als Inbegriff und fassbarer Aspekt der Nationalkultur nimmt auch in Hinblick auf die Konstruktion von Skandinavien in *The Golden Girls* einen wichtigen Platz ein. Dass die diversen Gerichte unmittelbar mit Skandinavien verbunden sind, bezeugen bereits, wie im letzten Kapitel dargestellt, die exotischen Bezeichnungen. Daneben sind allerdings auch *typische* Bestandteile und Zutaten an der Schaffung bzw. Perpetuierung des Skandinavienbildes beteiligt.

Der Hering ist im Norden ein äußerst beliebter Speisefisch und eng mit der nationalen Identität verknüpft. Immer wieder wird dieser auch in *The Golden Girls* thematisiert.²⁵⁷ Das „herring sallad sandwich on raisin bread“²⁵⁸ bspw. erwähnt mit seiner ungewöhnlichen Unterlage von süßem Brot noch eine weitere Eigenheit – jegliche Backwaren mit, gewöhnlicherweise, Zuckerrübensirup zu süßen.²⁵⁹ Eine absurde, und im zweiten Teil sehr weit von Europa entfernte, Zusammenstellung bildet *venderhöven* – „oat meal, it's usually served with a cracker made from yak [!] intestine.“²⁶⁰ Hier wird offensichtlich, dass das *Skandinavische* an den Speisen hauptsächlich durch willkürlich unsinnige Kombination und anwidernde Zutaten erzeugt wird.

Teils haben diese paradoxerweise dennoch ein Gegenstück in der nordischen Esskultur. An die bekannteste Heringzubereitung, eine schwedische Delikatesse, erinnern *sparehöven crispies*:

„Rose: Well I couldn't sleep, so I decided to get up an make a batch of *sparehöven* crispies. It's an ancient scandinavian midnight snack.

Dorothy: I guess after a night of pillaging and raping, a viking wants a little something to go with his cocoa.

²⁵⁷ Wie in Kap. 4.3.2 bereits dargestellt, so ist dieser Fisch nicht nur in Speisen von Bedeutung, sondern auch eine kulturelle Größe.

²⁵⁸ *Dorothy's Prized Pupil*. '4.

²⁵⁹ Da Amerikaner ebenfalls nur in Gourmet- und Hipsterkreisen mit Sauerteigbrot bekannt sind, ist diese Kombination allerdings vermutlich nur als absonderlich und damit exotisch-skandinavisch einzustufen.

²⁶⁰ *A Visit from Little Sven*. '6.

Blanche: Well they smell God-awful!

Rose: Yeah, just when you're about ready to throw up from the stench, that's when they're done [...] you just have to know, how to eat them – you hold your nose with one hand and you pop a crispie in your mouth with the other [...].²⁶¹

Der *surströmming* ist sauer vergorener Hering und hat einen dementsprechend eigenen und intensiven Geruch. Da die Fermentation nicht abgebrochen wird, gärt dieser auch noch verpackt in der Konservendose weiter, die oft unter so starkem Druck steht, dass sie sich wölbt. Wegen der tatsächlichen Explosionsgefahr und dem unsäglichem Gestank, der sich bei der Öffnung verbreitet, ist es gebräuchlich, diesen ausschließlich unter freiem Himmel zu verzehren. Oftmals wird ungeübten Essern auch geraten, sich die Nase zuzuhalten, um die Geschmacksintensität etwas zu drosseln.

Auffällig sind bei den genannten Eigennamen der Speisen wieder niederlandisierende Lautbildungen.

Neben den Heringen sind Milch- und Milchprodukte ein wiederkehrender Gegenstand der Ernährung und Kultur von Rose Nylund. In St. Olaf ist die Figur auf einer Milchfarm aufgewachsen. Milchprodukte sind hier nicht nur Erwerbs- und Ernährungsgegenstand, sondern auch ein integraler Bestandteil der Kultur der Dorfgemeinschaft:

„*Rose*: When I was 8 years old, I was just worried about the usual childhood things. How much would the tooth fairy leave me, what would I get from Santa, would I ever be chosen small curd cottage cheese queen...

Blanche: I'm only doing this because I have some more coffee left to drink... ‚Small curd cottage cheese queen‘?!?

Rose: It was our town's biggest honour right after - -

Blanche & Dorothy: Large curd cottage cheese queen?!²⁶²

Tatsächlich haben Skandinavien großen Anteil an der Entwicklung der Milchwirtschaft in den USA: „From the first, the Danes emphasized dairying and were interested in cooperative creameries.“²⁶³ Dieser Trend breitete sich schnell aus und gewann ab 1875, zu demselben Zeitpunkt, als sich Weizen als Hauptnutzpflanze bei den Norwegern in

²⁶¹ *Rose's Big Adventure*. The Golden Girls. Staffel 3, Folge 22 (1988). DVD: Buena Vista Home Entertainment/ Touchstone Television, 2006. '12f.

²⁶² *Letter to Gorbachev*. The Golden Girls. Staffel 3, Folge 6 (1987). DVD: Buena Vista Home Entertainment/ Touchstone Television, 2006. '3.

²⁶³ Furer (1972, 2). S. 48.

Minnesota und Wisconsin durchgesetzt hatte, immer mehr an Bedeutung: „However, at about this time, they began to adopt a new line of agriculture, dairy farming. Within a few years, they were leading the nation in the production of dairy products.“²⁶⁴

Aufgrund ihrer kulturellen Bedeutung sind Molkereiprodukte in *The Golden Girls* auch anders in den Alltag eingebunden und haben in Hinsicht auf ihre Nutzung einen höheren Stellenwert, als andere Nahrungsmittel:

„Rose: Can I get you something before we go? Coffe? Tea? A dairy product?

Isaac Q. Newton: Cheese would be nice, it tends to calm my nerves.“²⁶⁵

Milchprodukte werden damit als Gegenstand besondere Wertschätzung inszeniert. Dementsprechend wird ihnen auch eine festliche Komponente beigemessen, wie als Willkommensgruß von Rose für ihre besuchende Tochter:

„Rose: Wait a minute, where are the little wooden shoes I carved out of cheese?

Dorothy: My mother spread them on the tiny windmill you built out of triscuits.“²⁶⁶

Wird Molkereiprodukten hier eine kulturelle Größe beigemessen, so muss auch an dieser Stelle hervorgehoben werden, dass die *wooden shoes* und *windmills*, sowie in weiter Hinsicht auch Käse sich stärker auf niederländische, als auf skandinavische Stereotype beziehen.

4.4.3 Feste/ Bräuche/ Traditionen

Erwähnte Feste und Bräuche lassen sich grob in zwei Kategorien einteilen. Zu der Ersten zählen spezifische Familientraditionen, die aufgrund ihrer Eingebundenheit in eine Gesellschaft auch die dortigen Gegebenheiten reflektieren.

„Rose: Blanche, I'm gonna make this up to you. [...] I've already decided. For one week, I'm going to be your personal *vigenfrögen*. [...] It's a personal servant. It's the only way to make up for something like this. Oh, we've done it in my family for years. Ever since uncle Ben lost Lars

²⁶⁴ Furer (1972, 2). S. 52.

²⁶⁵ *Love, Rose*. The Golden Girls. Staffel 2, Folge 10 (1986). DVD: Buena Vista Home Entertainment/ Touchstone Television, 2005. '17.

²⁶⁶ *Family Affair*. '4.

Olssons artificial leg. It was the day of the big four county toboggan race and without his leg, Lars came in dead last. Oh that was a day to remember.“²⁶⁷

Hier wird auch auf einen Ursprungsmythos für den Brauch innerhalb der Familie verwiesen. Nicht zuletzt aufgrund der großen Bedeutung eines gebietsübergreifenden, institutionalisierten Wettbewerbes war die Notwendigkeit einer entsprechenden Remuneration gegeben, die innerhalb der Familie geregelt wurde. Das *toboggan race* erlaubt außerdem eine Zuschreibung zu kälteren, schneereichen Gefilden, für die traditionell *der Norden* steht, da eine Rodel nur hier eingesetzt werden kann.

„Rose: [weinend] My Aunt Gretchen in Fort Lauderdale died.

Blanche: Oh honey, I'm sorry, were you close to your aunt Gretchen?

Rose: No, I couldn't stand her!

Dorothy: Wait a minute, Rose! Honey, if you didn't like your aunt, then why are you so upset?

Rose: Because I have to speak at her funeral. I'm terrified of speaking in front of people. It's my biggest fear in the world.

Blanche: But why can't somebody else speak?

Rose: *Genöksenlöken*. It's a family tradition. It means the oldest niece has to give the eulogy. Well, not literally. Literally, it's a herring poacher you can wear as a sun visor. The family got together and decided it was close enough.“²⁶⁸

Die Willkürlichkeit der eigentlichen Semantik, mit der die Bezeichnung in der Erzählung gewählt wurde, birgt einzig durch den Hering wieder Allusionen an das *Skandinavische*. Auch wird durch die imitiert *skandinavischen* Namen *vigenfrögen* und *genöksenlöken* der Familientraditionen ihre Wertigkeit innerhalb der größeren exklavisch-skandinavischen Gemeinschaft bestätigt.²⁶⁹

Die zweite Kategorie befasst sich mit Gebräuchen und Feste in eben dieser.

„Rose: Back in Minnesota, we'd settle this kind of a dispute with some good-natured log-rolling.“²⁷⁰

²⁶⁷ Dorothy's *Prized Pupil*. '5.

²⁶⁸ *Nothing to Fear But Fear Itself*. The Golden Girls. Staffel 3, Folge 5 (1987). DVD: Buena Vista Home Entertainment/ Touchstone Television, 2006. '2.

²⁶⁹ *Vigenfrögen* könnte tatsächlich eine Zusammensetzung aus dem umgangssprachlich schwedischen *vigga* – ausborgen und *fröken* – Fräulein, junge Dame, sein.

²⁷⁰ *The Way We Met*. '11.

„Rose: In the Old Country, when a woman dumps a man, the man is allowed to shave the woman's head and make her wear an itchy hat.“²⁷¹

Durch diese anachronistisch bzw. urtümlich anmutenden Gepflogenheiten wird Skandinavien (*the Old Country*) bzw. Exilskandinavien (*Minnesota*) weiter als ländlich und rückständig dargestellt.

Das folgende Zitat gibt einen exemplarischen Auszug aus dem grotesken St. Olaf-Festkalender:

„Rose: All our children were conceived on special St. Olaf holidays. Adam was conceived on the Day of the Princess Pig, when they had the pig crowning. And Gunilla was conceived on Hay Day. That's the day we St. Olafians celebrate hay. Then there was the Day of the Wheat, when everybody came to town dressed as sandwiches. Charlie and I forgot to put cheese between us and before I knew it, there was Kirsten.“²⁷²

Diese *special St. Olaf holidays* beziehen sich auf Basales für eine rurale Gemeinschaft wie Essen und Ernte. *Hayday* spielt auf das homophone englische Wort *hey-day* an, da allerdings nach Gehör transkribiert wurde, ist es durchaus möglich, dass anstelle des Heus tatsächlich der Gruß gemeint wurde. Beide Fälle bilden eine humoristische Verballhornung des einzig fest im englischen Sprachgebrauch verankerten Wortes *heyday* – Hochzeit, Blütezeit. Auch die Interpretation *hej-day* ist denkbar und würde zusätzlich durch seine Ähnlichkeit zum englischen Gegenstück *hey*, eine leicht verständliche, etabliert *skandinavische* Komponente hinzufügen. Da allerdings auch die Zuschauer einzig auf die Lautebene angewiesen sind, bleibt dies eine Frage individueller Auslegung der Rezipientinnen und Rezipienten.

Wie die ursprüngliche Bedeutung von *genöksenlöken*, zeigen diese Feste einen absolut absurden Gegenstand bzw. Inhalt und bestätigen damit das Bild, das bereits durch die *St. Olaf Stories* gezeichnet wurde.²⁷³

²⁷¹ *A Visit from Little Sven*. '16.

²⁷² *The Accurate Conception*. The Golden Girls. Staffel 5, Folge 3 (1989). DVD: Buena Vista Home Entertainment/ Touchstone Television, 2008. '10.

²⁷³ Ihre Fortsetzung erfährt diese Interpretationslinie in Kap. 4.6.1.

4.5 Visuelle Eigenheiten

Die in diesem Kapitel besprochenen Visiotype sind in erster Linie äußerlicher Ausdruck und Konkretisierung bestimmter Charakter- und Mentalitätsstereotype. Da die Ikonographie aber in einer eigenen Tradition steht, wird sie an dieser Stelle gesondert behandelt. Die Semantik wird in Kapitel 4.6 genauer behandelt; nachfolgend werden primär positivistisch einzelne Aspekte festgehalten und mit dem in Kapitel 3 etablierten Prototyp abgeglichen.

4.5.1 Blondheit²⁷⁴

Die Überverallgemeinerung dieses typisch nordischen Merkmales, wird bei der Darstellung von Skandinavierinnen und Skandinaviern in *The Golden Girls* sehr stark ausgereizt. Der allergrößte Teil der vorkommenden Figuren hat blonde Haare in verschiedenen Helligkeits- und Natürlichkeitsstufen, beginnend bei der unmittelbaren Verwandtschaft von Rose bis zu frisch eingeflogenen Bekannten aus der *alten Heimat*.²⁷⁵



Abb. 6 Rose Nylund mit ihrer Enkelin Charlie und ihrer Tochter Kirsten (v.r.n.l.)

Die Blondheit bei Rose lässt sich, trotz des bereits beim *Swedish Bikini Team* kennengelernten Platintons mit der ursprünglichen Assoziierung der Haarfarbe mit Unschuld im Sinne von Gutherzigkeit, frei von bösen Absichten, Schüchternheit und

²⁷⁴ Die Bedeutung dieser Haarfarbe ist so vielfältig, dass damit verbundene Charaktereigenschaften aufgefächert unter Kap. 4.6 behandelt werden und hier nur eine allgemeine Übersicht geboten wird.

²⁷⁵ Vgl. bspw. *The Truth Will Out*. Staffel 1, Folge 16 (1986); *A Visit from Little Sven*; *Family Affair*.

Züchtigkeit verknüpfen.²⁷⁶ Doch auch die weiterentwickelte, in Hollywood geborene, Konnotation mit „erotischer Verheißung“²⁷⁷ und promiskuitivem Verhalten wird aufgegriffen und erfährt eine bildlichen Umsetzung.^{278, 279}

In *Family Affair* lassen sich Dorothys Sohn und Roses modisch konservativ-zugeknöpfte, blonde Tochter nach nur einem gemeinsamen Date auf eine sexuelle Beziehung ein. Gemäß patriarchalen Strukturen wird sie alleine für dieses ungestüme Verhalten verantwortlich gemacht und stigmatisiert; in *The Truth Will Out* will selbst die 8-jährige, blonde Enkelin von Rose nur ins Astronautencamp, um Buben kennenzulernen, die Astronauten werden.

Blond alleine scheint also bereits in vielen Fällen für Interesse am anderen Geschlecht bzw. Verfügbarkeit und Versprechen zu stehen, ungeachtet des restlichen Kostüms, Make-ups oder Alters, das hier eine Parodierung des Stereotyps der *Schwedischen Sünde* erahnen lässt. „Das Heterostereotyp, daß alle Schwedinnen hellblond sind, muß angesichts dieser Attribuierung von Blondheit eine Stützung des Stereotyps bedingen, daß Schwedinnen promiskuitiv sind.“²⁸⁰

Das Bedeutungsspektrum von Blondheit zeigt, dass es hier zu „Interferenzen mit anderen Stereotypen“²⁸¹ kommt, wie die Kopplung im Stereotyp der *Schwedischen Sünde* illustriert.

4.5.2 Busen

Die weibliche Brust ist als zu verhüllendes, sekundäres Geschlechtsmerkmal in den meisten Gesellschaften primär sexuell besetzt. In dieser Hinsicht korreliert es mit der oben erwähnten Konnotation von Blondheit, welche dadurch erweitert wird. Das bloße Vorhandensein ist allerdings nicht ausreichend, um einen entsprechenden Effekt und Präsenz zu haben.

²⁷⁶ Vgl. Schröder (1996, 3). S. 13.

²⁷⁷ Ebd.

²⁷⁸ Schröder erkennt einen direkten Zusammenhang zwischen der seltenen und damit gefragten Haarfarbe und dem Interesse an Trägerinnen derselben. Die Blondheit wird damit zum *pars pro toto* der Begierde. Vgl. Ebd.

²⁷⁹ Aufgrund der Rolle der Sichtbarkeit für die Attribuierung wird dies in Kap. 4.5.3 weiter erörtert.

²⁸⁰ Schröder (1996, 3). S. 13.

²⁸¹ Ebd.

In der Figur der Rose Nylund, wird der Busen oftmals mit Bedeutung für die Story, bzw. um etwas Nachdruck zu verleihen, bewusst eingesetzt.

In *The Competition*²⁸² wird die Brust sowohl verbal, als auch visuell benutzt, um die vorher etablierte Rivalität in einem Bowlingwettbewerb zu untermalen:

„*Blanche*: Rose, take that off!

Rose: What?

Blanche: You are wearing my bowling outfit.

Rose: [schaut an sich hinunter] Wow, I do believe you're right. Oh don't worry about it, honey, nobody will notice. It looks so different on a woman with a full bosom.

Blanche: Don't you throw your bosom in my face.“²⁸³

Die Tatsache, dass die primär durch ihre Sexualität charakterisierte Blanche kleinere Brüste hat und somit gleichzeitig als Busen- und Sexantagonistin von Rose inszeniert wird, unterstreicht die Bedeutung, die Brüste für Erotik und sexy Auftreten haben nochmals.



Abb. 7 Das aus Rose und Sophia bestehende gegnerische Team von Blanche und Dorothy provoziert ohne Worte nur mit Busenwackeln, was auf die vorher verbal etablierte Differenz rekurriert.

Die Attraktivität der größeren Oberweite wird auch mit fehlgeleitetem Begehren, sexueller Belästigung durch eine Vertrauensperson, thematisiert und problematisiert damit die Assoziation von fülligem Busen und Sexualität:

„*Rose*: My dentist touched me. I think he felt my breast.

Blanche: Oh Rose, that's terrible!

²⁸² *The Competition*. The Golden Girls. Staffel 1, Folge 7 (1985). DVD: Buena Vista Home Entertainment/ Touchstone Television, 2005.

²⁸³ Ebd. '15.

Dorothy: What happened?

Rose: Well, when the nitrous oxide wore off and my head began to clear, Lou, that's my dentist, said, he was checking my heartbeat, but I think he was up to more than that...

Blanche: But why, Rose, I mean, what gave you that idea?

Rose: I don't think 'wa-wee-wawawa' is a medical term...

Blanche: How can he do a thing like that?

Dorothy: Believe me, just because men in the medical profession wear white, does not mean, that they're angels.

Blanche: He did something horrible and unethical. And he has to answer for it. We're gonna find out who the proper authorities are and you're gonna launch a formal complaint!

Rose: I wish men would have breasts, just for one day. Then they'd know what it's like to be judged by some physical trait. I mean, just because I'm built like this, you wouldn't believe, how many people think, I'm dumb.²⁸⁴

Beim späteren Kontrollbesuch wird der Übergriff zuerst relativiert, es habe sich nur um Halluzinationen infolge der Anästhesie gehandelt, um nachher bekräftigt zu werden. Besonders zu beachten ist, dass sich die Figur während des ersten Vorfalles in einer wehrlosen Situation befand, beim zweiten allerdings bei vollem Bewusstsein ist. Dadurch ist sie zum einen zu einer Bestätigung des Angenommenen fähig und befindet sich zum anderen in einer vorteilhafteren Position, die ihr erlaubt damit umzugehen. So wird die Figur von einer passiven in eine aktive Lage versetzt.



Abb. 8 Der Busen wird mittels Einsatz eines diegetischen Spotlights, einer Dentalleuchte, von der zweiten Figur in den Fokus gerückt. So folgt der Blick des Zuschauers dem Blick des Belästigers.

²⁸⁴ *Feelings*. The Golden Girls. Staffel 6, Folge 6 (1990). DVD: Buena Vista Home Entertainment/Touchstone Television, 2008. '4f.

4.5.3 Kostüm

Die Kostümauswahl für die Figur der Rose ist bewusst gediegen gehalten und steht damit in krassem Gegensatz zum leichtbekleideten Prototyp der Schwedin.²⁸⁵ Man sieht Rose zumeist „in vorn durchgeknöpften, matronenhaft wirkenden taillierten Kleidern mit weitem Rock“²⁸⁶, wodurch zwar die weiblichen Formen betont, allerdings durch ihre modische Überholtheit gleichzeitig vollkommen desexualisiert werden.

„Rose: What do you think?

Blanche: About what, honey?

Rose: My new dress.

Blanche: Oh, is that new?

Rose: Yes.

Blanche: It's sort of old-fashioned looking, i wasn't sure it was new.

Rose: Oh that's the style, the girl told me.

Blanche: What was she, a pilgrim?“²⁸⁷

Der Vergleich mit den Kostümen der anderen Protagonistinnen zeigt deutlich, dass die antiquierte Kleidung am ehesten der von Sophia, die eine Generation älter ist, ähnelt.



Abb. 9



Abb. 10

²⁸⁵ Zwar erlaubt das Schwedenfilm-Genre freizügigere Kleidung, als eine US-amerikanische Sitcom, ein aufreizenderer Stil wäre aber dennoch möglich gewesen, hätte dann aber mit der Darstellung der Blanche interferiert.

²⁸⁶ Klippel, Heike: Orgie in Pastell. Zur Fernsehserie *Golden Girls*. In: Frauen und Film, H 50/ 51 (1991). S. 104.

²⁸⁷ *In a Bed of Rose's*. The Golden Girls. Staffel 1, Folge 15 (1986). DVD: Buena Vista Home Entertainment/ Touchstone Television, 2005. '21.

Besonders prominent ist hier der aufgesetzte Kragen, der an einen Latz erinnert. Dieses kindliche Kleidungsstück unterstreicht die Harmlosigkeit und Unschuld der beiden Charaktere; bei Sophia aufgrund des Alters, bei Rose charakterbedingt.

Die Einfachheit der Figur wird bei letzterer immer wieder durch kindliche Kleidung untermalt.



Abb. 11

Eine Besonderheit des Kostümes ist also, dass es nie altersgemäß getragen wird, womit die Rose auf eine sonderbare Weise modisch exponiert wird.

Neben dieser Sonderstellung finden sich in *The Golden Girls* auch Beispiele für die klassische Ikonographie der *Schwedischen Sünde*. Die bereits erwähnte Olga Nordström aus St. Olaf kommt in *A Visit from Little Sven* nach Miami, um ihren, durch eine elterlich arrangierte Hochzeit, Verlobten zurückzuholen. Das Paar hat einander noch nie gesehen – Olga bewerkstelligt Svens Rückkehr allein mit ihrem Äußeren. Auffällig ist an dieser Stelle, wie sie die besonders inadäquat im Morgenrock gekleidete Rose kontrastiert – durchgestylt von den langen blonden Haaren über das enganliegende, die Schultern freilassende Oberteil, das auch die Brüste betont; den locker herunterhängenden Gürtel, der die Taille optisch noch verschmälert; den weit fallenden und extrem kurzen Rock, der damit einlädt, darunterzublicken; die langen, nackten Beine bis zu den Stöckelschuhen, die Körperhaltung und Auftreten beeinträchtigen und *sexy* und *feminin* wirken lassen.

Sobald Olga bei der Tür hereingetreten ist, ist Sven nur noch fähig, *wow* zu antworten. Von Sophia wird sie dem Stereotyp entsprechend als „lean, mean Swedish machine“²⁸⁸ bezeichnet.



Abb. 12

Doch nicht nur Skandinavierinnen, auch Skandinavier sind *typisch* angezogen. So trägt Sven die meiste Zeit über einen klassischen Norwegerpullover.

4.6 Charakterliche Eigenheiten

4.6.1 Dummheit/ Naivität

Die Darstellung von Rose als minder intelligent wird sowohl durch figureigene Äußerungen geprägt, als auch durch Fremdcharakterisierung:

„Rose: Oh Blanche, we don't have anything to worry about. If we give that baby love and attention and understanding, it'll turn out fine. [...] Besides, what does Spock know about raising babies. On Vulcan all the kids are born in pods!

Dorothy: Rose, I know it's a long shot, but did you take much acid during the sixties?“²⁸⁹

Die *Dummheit* wird hier in vier Formen ausgedrückt – *Falschverstehen*, *Unwissenheit*, *Fiktion als Realität* und *Urteil durch andere*. Rose ist offensichtlich nicht mit dem seit den 1940ern etablierten Kinderpflege-Klassiker *Dr. Spock's Baby and Child Care*

²⁸⁸ *A Visit from Little Sven*. '22.

²⁸⁹ *Bringing Up Baby*. The Golden Girls. Staffel 3, Folge 3 (1987). DVD: Buena Vista Home Entertainment/ Touchstone Television, 2006. '6.

vertraut und springt zu der ihr vertrauten, popkulturellen Größe, die offensichtlich als reale Person aufgefasst wird, die Bücher schreibt. Dass kein Versuch unternommen wird, sie aufzuklären, sondern nach Erklärungen gesucht wird, was der Ursprung der geringeren Auffassungsgabe ist, zeigt, dass die Figur als *unverbesserlich dumm* festgeschrieben wurde.

„*Blanche*: The point is, Rose, you do this kind of stupid thing all the time. And if you're not doing something stupid, you're saying something stupid. Or wearing something stupid...or cooking something stupid.“²⁹⁰

Diese Eigenschaft kann allein in Bezug auf die Figur mehreren Stereotypen zugeordnet werden, mit denen sie korreliert bzw. die in diesem Fall auch interferieren. Das *dumme Blondchen* und das Bild vom *Dorftrottel* gehen hier in der Repräsentation der Skandinavierin ineinander auf.

Letzteres gründet sich womöglich auf eine ältere Darstellungstradition von männlichen, zugewanderten Skandinaviern. Da diese zumeist, wie in Kapitel 4.3.1 ausführlich behandelt, der Arbeiterklasse oder bäuerlichen Gesellschaften entstammten, wurde ihnen höhere Bildung abgesprochen – „In late nineteenth- and early twentieth-century representations within American popular culture, Scandinavian ethnicity often emerged through stereotypes of the Scandinavian working-class farmer, plumber, janitor or servant.“²⁹¹ Vermeintliche Unzulänglichkeiten wurden humoristisch im Vaudeville-Theater und Stummfilmen ausgeschöpft.

„Yet [...], the prevalent cultural and social stereotype of the Scandinavian male immigrant in America was that of the ‚dumb Swede‘. In the American imaginary [sic!], this figure was the heavy-accented square-head – the literal-minded, gullible rube who never got the joke.“²⁹²

In *The Golden Girls* finden sich zahllose Beispiele, um ebendiese Charakterisierung zu unterstreichen.²⁹³ Am augenscheinlichsten und am häufigsten eingesetzt sind das wortwörtliche Auffassen von Phrasen und das Fehlen jeglichen Verständnisses für Metaphern. In *Dancing in the Dark* wird eine neue, langlebige Figur als Roses Partner eingeführt. Als *college professor* in Englisch konterkariert Miles die Einfachheit seiner Freundin, was auch an dieser nicht unbemerkt vorbeigeht.

²⁹⁰ *Three on a Couch*. '12.

²⁹¹ Lund (2010). S. 99.

²⁹² Ebd. S. 61.

²⁹³ Der sprachliche Aspekt wurde bspw. bereits in Kap. 4.4.1 abgehandelt.

„Rose: [...] tonight, with all his brilliant friends at the party, I felt like a fish out of water. Oh sure, I didn't flop around with my eyes bulging out, gasping for air. I haven't done that at a party in years.“²⁹⁴

Mit Hinweis auf ihre Herkunft versucht Rose immer wieder, ihre Dummlichkeit, die, wie bereits dargestellt, verschiedene Formen annimmt, zu erklären. Dies reicht von gewöhnlichen Fällen halbinzestuöser Vorfahren – „Please forgive me, it wasn't my fault. My cousins have been marrying each other for generations!“²⁹⁵ – bis zu vollkommen absurden geschichtlichen Konstrukten:

„Rose: [...] It's all because of my high school history teacher Mr. Stickelmayer. He was a nazi. [...] I mean it, he was part of a nefarious plot by the Germans to teach misinformation so America's youth would be really stupid when the Germans invaded. St. Olaf was the first town chosen for their experiment. [...] His orders came right from the top.“²⁹⁶

Durch diese historisch-geographische Verbindung wird die Einfachheit und Naivität nicht nur als isoliertes Phänomen der Charakterisierung dieser einen Figur eingesetzt, sondern diese wird zum Prototyp für alle Einwohner St. Olafs, sowohl für die indirekte Darstellung in *St. Olaf Stories*, als auch die direkte in Form von weiteren Figuren.

Auf fehlende Bildung als Ursache greift die die folgende *St. Olaf Story* zurück:

„Rose: I don't believe it! This is incredible news! I've been nominated for 'St. Olaf Woman Of the Year'! [...] In St. Olaf this is the highest honour there is! Oh, I never dreamed that someone as unqualified as I am would ever be nominated for anything so important! [...] Last year, Gretchen Lillehammer won for running into the burning library and saving all the books! [...] She took two books in one hand and one in the other and ran like the dickens.“²⁹⁷

In derselben Episode kommen die bereits erwähnten Doppelkopper-Drillinge Len, Sven und Ben zu Besuch. Sie geben an, in St. Olaf aufgrund ihrer vermeintlichen Ähnlichkeit kaum auseinander gehalten werden zu können. Tatsächlich unterscheiden sie sich aber massiv in grundlegenden Wiedererkennungskategorien wie Größe, Haarfarbe, Gesichtsscharakteristika usw.

Allerdings wird diese Stereotypisierung in Zusammenhang mit St. Olaf in der Serie nicht konsequent durchgeführt. So wirken Roses direkte Verwandte durchaus intelligent

²⁹⁴ *Dancing in the Dark*. '9f.

²⁹⁵ *Yes, We Have No Havanas*. The Golden Girls. Staffel 4, Folge 1 (1988). DVD: Buena Vista Home Entertainment/ Touchstone Television, 2007. '3.

²⁹⁶ Ebd. '8.

²⁹⁷ *Yodel Hero*. '2.

und weltgewandt – die Schwester Holly ist eine gewitzte, weitgereiste Flötistin; die Tochter Bridget studiert in Oxford.

Neben den bereits erwähnten, mit Dummheit verquickten Stereotypen, ist auch noch auf, für die weitere Analyse relevante, Kopplung mit sexueller Zugänglichkeit möglich. Die bereits umgangssprachlich proverbiell gewordene Verbindung basiert vermutlich auf einem angenommenen Fehlen des Situationsverständnisses in dem Sinne, dass dumme Frauen (!) leichter *überredet* werden können, mit einem Sex zu haben. In weiterer Folge ist mangelnde Intelligenz so ebenfalls mit körperlicher Attraktivität gekoppelt, was somit wieder auf die *Schwedische Sünde* und gleichzeitig auf die Visiotypen der Skandinavierin, also auch die Blondheit, referiert.

4.6.2 Freundlichkeit

Freundlichkeit ist ein allzeit präsentes Merkmal von Rose ist. Im Sinne von Unbeschwertheit kann sie als Erscheinungsbild der oben ausgeführten Unkenntnis gewertet werden. Selbst diese Ausformung des Zuges weist verschiedene Ansätze auf. Zum einen wird eine Art kindliches Verhalten porträtiert. Die kleinsten Ausschweifungen werden mit einer überbordenden Freude zelebriert.

„*Blanche*: Hey, I think we'd get along great. I got a feeling you're a wild woman.

Rose: Oh you bet I am. I eat raw cookie dough. And occassionally, I run through the sprinklers and don't wear a bathing cap. And at Christmas, I've been known to put away more than one eggnog.“²⁹⁸

Auch dies wird mit der Herkunft verknüpft und somit als allgemeines Merkmal der Bodenständigkeit präsentiert. Allerdings ist es in dieser übertriebenen Form nicht in anderen *skandinavischen* Figuren ausgeprägt:

„*Blanche*: Rose, haven't you ever done anything just wild and crazy and impetuous?

Rose: No, I'm from St. Olaf. We're forced to sign a pledge when we're 15 that we won't do any of those things. It keeps people from painting their houses silly colours.[...]“²⁹⁹

²⁹⁸ *The Way We Met*. '5.

²⁹⁹ *Rose's Big Adventure*. '15.

Hier spielen ebenfalls naiv-kindliche Züge eine Rolle – bspw. wird mehrmals hervorgehoben wird, dass Rose nicht lügt, weil es sich nicht gehört.³⁰⁰ Die Bedeutung für diese Art von Ehrenkodex scheint eng mit Freundlichkeit und der *Belohnung*, dafür gemocht zu werden als kausalem Zusammenhang, zu stehen. In *Comedy of Errors* wird eine individuelle Erklärung für dieses Verhalten geboten:

„*Dorothy*: Rose, you've become obsessed. You have this irrational need to get Roger to like you. Now why are you doing this?

Rose: I guess it all started when I was a little kid at the orphanage. You see, only the happy, nice kids got adopted. That's when I started trying to be happy and nice all the time.“³⁰¹

Aufgrund des singulären Charakters dieses Eingeständnisses ist dem für die Figurenzeichnung und die allgemeine Rezeption keine größere Bedeutung beizumessen. Allerdings unterstreicht es die Prominenz dieser Eigenschaft in der Figur. In *Great Expectations*³⁰² tritt Rose einer sektenähnlichen Gruppe namens *Create Your Own Happiness* bei, um noch positiver zu werden.

Eine andere Erscheinungsform der Freundlichkeit ist übermäßige Hilfsbereitschaft. Ebenso wie mit der ersten Spielart, wird die Bedeutung dieses Zuges durch seine starke Ausprägung unterstrichen. Dies zeigt sich bereits in Roses Aktivitäten – sie ist Trauerbegleiterin, Freiwillige im Krankenhaus und Mitstreiterin um den *Volunteer of the Year Award*. In *Home Again*, Rose wird diese Verausgabung für andere auch für ihren Herzinfarkt verantwortlich gemacht.

Die Offenheit und das Entgegenkommen, das die Freundlichkeit bedeutet und die damit verbundene Beliebtheit lassen sich ebenfalls als Zugänglichkeit und dem Bedürfnis nach Interesse und Zuspruch, und damit als weiterer Aspekt von Sexualität im Sinne der *Schwedischen Sünde* interpretieren. Allerdings ist eine Herkunft auf Basis des, aufgrund der Einwanderungsgeschichte eng verknüpften, Stereotypes von *Minnesota nice* in der Interpretation der Vorrang zu geben.

³⁰⁰ Bspw. in *The Truth Will Out*; Love, Rose.

³⁰¹ *Comedy of Errors*. ‘14f.

³⁰² *Great Expectations*. Staffel 5, Folge 14 (1990).

4.6.3 Sexuelle Aktivität/ Promiskuität

Sexualität und Geschlechtsverkehr werden in *The Golden Girls* erstaunlich oft thematisiert. Erstaunlich daher, dass es sich zum einen um eine Sitcom, also ein Familiengenre, handelt; zum anderen, da die Protagonistinnen allesamt über das Alter hinaus sind, in dem Sex als gesellschaftsfähig gilt. Frauen über 40 wird gemeinhin jegliches sexuelle Interesse aberkannt, da sie ab diesem Alter nicht mehr als attraktiv gelten.

In *The Golden Girls* spielt dieser Komplex allerdings eine tragende Rolle, sowohl für die Figurenzeichnung, siehe Kapitel 4.1, als auch inhaltlich. Da, zumindest bis zur fünften Staffel, alle Frauen in der Wohngemeinschaft ohne festen Partner sind, sind Männersuche, Verabredungen und sexuelle Kontakte Hauptgegenstand der Kommunikation in der Serie.

Die in dieser Hinsicht hyperaktive Blanche wird dabei der *Unschuld vom Lande* Rose gegenübergestellt. Das Stereotyp der *Schwedischen Sünde* wird hier in sein krasses Gegenteil gekehrt. Die bereits diskutierte Bedeutung der skandinavischen Blondheit muss zugunsten einer älteren Attribuierung mit Unschuld, die auch mit der ruralen Herkunft verbunden werden kann, vernachlässigt werden. Es ist möglich, auch diese Aufladung als Begehrlichkeit nach dem Reinen und Unbefleckten zu deuten, aufgrund der fehlenden, dezidiert sexuellen, Plakazität, wird dieser Ansatz an dieser Stelle aber nicht weiter verfolgt.

Rose hängt einer übereifrigen Auffassung von Treue und Monogamie nach. In *Rose the Prude* wird sie von einem Mann, Arnie, auf eine romantische Kreuzfahrt eingeladen, was sie in einen Gewissenskonflikt aufgrund ihres vor 15 Jahren verstorbenen Mannes bringt:

„Rose: Arnie wants me to go away with him. On a cruise to the Bahamas.

Blanche: Oh... Oh! And you're upset because he wants you to pay your own way?

Rose: I'm upset because we'll be all alone. In the middle of the ocean. On a ship. I a stateroom. With a bed.

Blanche: Oh...

Rose: I don't know what to do. I haven't been with a man...in that special way since Charlie died.

Blanche: Get outta here!

Rose: It's true! Charlie was the only lover I ever had and my first time was on our wedding night.

Blanche: Get outta here.

Dorothy: Oh back off, Blanche, not all of us are classified by the Navy as a friendly port!

Rose: Maybe it sounds strange, but I thought without Charlie...I thought that part of my life was over. I never gave it a second thought...³⁰³

Dennoch entscheidet sie sich, die Reise anzutreten, versucht allerdings laufend, durch Vergleiche Arnies mit Charlie die Differenz zu nivellieren und so ihr Vorgehen zu rechtfertigen.

„*Rose*: Oh I love Glenn Miller. I met my husband at a Glenn Miller dance. It wasn't really the *Glenn Miller Orchestra*. It was *Dick Singleton and the Singletons*. Their motto was ‚If you close your eyes, you think it's Glenn Miller!‘ Believe me. No matter what you did, you knew it was Dick Singleton.

Arnie: Rose, you're one of a kind.

Rose: That's what my husband used to say. You know, in a lot of ways, you remind me of Charlie. The way you laugh, the way you dance, even the way - -³⁰⁴

Harold Gould, der Arnie verkörpert, kehrt in der fünften Staffel als Miles Webber alias Nicholas Carbone zurück und wird für die letzten drei Staffeln der Serie fester Partner von Rose. Damit ist die Figur auch die einzige, die innerhalb der Serie eine längere Beziehung führt. Noch zu Beginn der siebenten Staffel, als Miles ihr einen *Freundschaftsring* schenkt, wird sie aufgrund der vor Augen geführten Ernsthaftigkeit des Verhältnisses nochmals mit der Angst, ihren verstorbenen Mann zu betrügen, konfrontiert. Dies äußert sich in der Auffassung, Charlie habe sich ihr durch eine spezielle Anordnung der Stücke eines Fruchtsalates zu erkennen gegeben und wolle ihr damit seinen Unmut über die Beziehung zu Miles kundtun.³⁰⁵

Dennoch kommen immer wieder Anspielungen, die die Figur in ein anderes Licht rücken. In dieser Hinsicht noch recht unverfänglich und indirekt ist bspw. die Teilnahme an einem *Dirty Dancing*-Tanzkurs in der Folge *Foreign Exchange*³⁰⁶, die sie im ersten Anlauf ablehnt, weil es zu *dirty* klingt. Allerdings stellt sich heraus, dass sie diesen körpernahen Tanzstil besser beherrscht, als die sexuell wesentlich extrovertiertere Blanche. Eindeutig sexuelle Anspielung finden sich in *The Impotence of*

³⁰³ *Rose the Prude*. '7f.

³⁰⁴ Ebd. '11.

³⁰⁵ Vgl. *Where's Charlie?* Staffel 5, Folge 7 (1991).

³⁰⁶ *Foreign Exchange*. Staffel 4, Folge 24 (1989).

*Being Ernest*³⁰⁷, wo Rose zwar über das Performancedefizit ihres Dates hinwegsieht, aber mit harmlosem *dirty talk* überwindet bzw. *heilt*. Unmittelbar auf sexuelle Handlungen bezieht sich der Dialog am Frühstückstisch, nachdem Rose das erste Mal heimlich Männerbesuch über Nacht hatte:

„*Dorothy*: Oh boy, that must've been some dream you were having last night!

Rose: What do you mean?

Dorothy: I never heard such a racket!

Blanche: I thought, you were making love...

Rose: Nono, I wasn't. It was a nightmare, an awful nightmare, just terrible!

Blanche: Isn't it interesting how the sounds are the same for awful nightmares and great sex!³⁰⁸

Der hervorgehobene Geräuschpegel deutet auf intensiven, aktiven Vollzug des Aktes hin. Gleichsam wird auch in weiterer Folge Eintönigkeit auf hohem Niveau bemängelt.

„*Rose*: We even make love the same. [...] Well, first he says ‚Let's go watch TV in the bedroom‘. And then I think ‚Wait, he doesn't have a TV in the bedroom‘. And then he says ‚Come, lie down, I won't try anything‘. And then we have four hours [!] of the most boring sex you've ever had in your life.“³⁰⁹

Neben dem qualitativen und dem zeitlichen Aspekt von Sex, wird auch die quantitative Ebene erwähnt, was zu einer Eskalation mit der Antagonistin Blanche führt.

„*Blanche*: How many boyfriends could a naive farmer's daughter possibly have had? Two? Three?

Rose: Well, it depends. What's your definition of a boyfriend?

Blanche: Any man you bring to a fevered pitch of uncontrollable ecstasy.

Rose: Oh. 56.“³¹⁰

Wesentlich ausgeprägter und direkter sind Reminiszenzen an die *Schwedische Sünde* in anderen Figuren, wo auch dem stereotypenkausalen Dreieck *Schwedin – blond – promiskuitiv* Rechnung getragen wird.

³⁰⁷ *The Impotence of Being Ernest*. Staffel 4, Folge 13 (1989).

³⁰⁸ *In a Bed of Rose's*. '2f.

³⁰⁹ *The Bloom Is Off the Rose*. The Golden Girls. Staffel 6, Folge 13 (1991). DVD: Buena Vista Home Entertainment/ Touchstone Television, 2008. '3.

³¹⁰ *Old Boyfriends*. The Golden Girls. Staffel 7, Folge 14 (1992). DVD: Buena Vista Home Entertainment/ Touchstone Television, 2009. '7.

In *Family Affair* endet ein gemeinsamer Konzertbesuch für Roses Tochter und Dorothys Sohn im Bett. Da die Mütter diese Situation nicht gutheißen, entspinnt sich eine Diskussion um Schuldzuweisung.

„Dorothy: Let me put it to you another way – Rose, when are you gonna face up to the fact that your daughter is not the goody two shoes you think she is?

Rose: What do you mean by that?

Dorothy: Rose, what would you call a girl, who sleeps with a man she's known for one day?

Blanche: A damn good sport?

Dorothy: I call her a tramp.“³¹¹

Ein verantwortungsvoller, ergo beschränkter Umgang mit Sex wird hier klassisch in die Verantwortung der Frau gelegt. Da diese sich nicht enthalten hat, wird sie automatisch negativ besetzt. Ein Gegengewicht bietet hier die Figur der Blanche, die ob ihrer eigenen Aktivität die Situation zu entschärfen versucht. *A damn good sport* zu sein bezieht sich allerdings wieder auf einen Freundschaftsdienst am Mann, die eigene Sexualität wird damit negiert. Die gelobte sexuelle Freizügigkeit der *Schwedischen Sünde* ist hier ins negativ-moralisierende gekehrt.

Ein direkt pornographisches Stereotyp bedienen Olga und Sonja Nielsen, die als Zwillingsschwestern mit demselben *Volvo*-Händler Lars Lindqvist schlafen.

Doch Sex hat nicht nur eine körperliche oder emotionale Ausprägung in *The Golden Girls*. Er wird auch als übersinnliche, magische Kraft dargestellt. So hat Rose bspw. Vorbehalte, mit Arnie zu schlafen, nicht nur weil sie befürchtet, damit Charlie untreu zu werden, sondern weil Charlie beim Sex mit ihr starb und sie nun der Meinung ist, ein Fluch laste auf ihr. Tatsächlich stirbt in *In a Bed of Rose's* noch ein zweiter Mann nach vollzogenem Geschlechtsverkehr.

In *Girls Just Wanna Have Fun... Before They Die*³¹² wird versucht, mittels Enthaltensamkeit eine Dürre meteoromantisch zu beseitigen:

„Dorothy: [liest vor] Dear St. Olafian. I'm afraid there's bad news. There's a drought in St. Olaf which threatens the crops. [...] Please do not send water. We have found that envelopes leak.

³¹¹ *Family Affair*. '14f.

³¹² *Girls Just Wanna Have Fun... Before They Die*. The Golden Girls. Staffel 6, Folge 10 (1990). DVD: Buena Vista Home Entertainment/ Touchstone Television, 2008. '4.

Until the rains come, we ask that all citizens be celibate, except for *Ulf the Umbrella King*. He has suffered enough.“³¹³

Ein Anruf aus St. Olaf am Ende der Folge untermalt die Ernsthaftigkeit, mit der man sich der Erfüllung dieses Aufrufes gewidmet hat.

„Rose: [spricht nach] Oh – God – it's – raining! OH – GOD – IT'S – RAINING! O H – G O D – I T ' S – R A I N I N G .“³¹⁴

4.6.4 Naturverbundenheit/ Tierliebe

Die Ursprünglichkeit, die Bestandteil des Stereotyps der *Schwedischen Sünde* ist, lässt sich in *The Golden Girls* bereits in der ländlichen Herkunft verankern. Die Naturverbundenheit drückt sich hier vor allem in Tierliebe aus.

In *The Way We Met* erfährt man, dass eine vor kurzem zugelaufene Katze der Grund ist, warum Rose eine neue Unterkunft in Miami gesucht hat. An mehreren Stellen kommen Hunde vor, die, seien es Welpen oder Streuner, Rose sofort ans Herz gewachsen sind und von ihr umhegt und umpflegt werden.³¹⁵

Eine definitiv engagiertere Form der Tierliebe zeigt sich bei exotischeren Haustieren, die allerdings durch den Hintergrund des engen Zusammenlebens mit Nutztieren auf einer Milchfarm wieder in ihrer Besonderheit für die Figur nivelliert wird. Eine starke emotionale Bindung besteht bspw. zu einem musikalischen Huhn namens *Count Bessie*, eine Anspielung auf den großen Jazzpianisten Count Basie, auf das sie aufpasst. Als es verschwindet, wird die besuchende Schwester Sophias dafür verantwortlich gemacht:

„Angela: You know I like Rose, but when a woman throws herself on a platter of chicken and screams ‚Murderer!!!‘ she's not playing with a full set of boccie-balls.“³¹⁶

Zu einer noch stärkeren Anthropomorphisierung kommt es in *Bringing Up Baby*, wo ein tatsächliches Hausschwein in den Bungalow in Miami aufgenommen wird, da es als vielfacher Wettbewerbsgewinner zu der Erbmasse eines Verwandten in St. Olaf gehört:

³¹³ *Girls Just Wanna Have Fun... Before They Die*. '4.

³¹⁴ Ebd. '21.

³¹⁵ Bspw. in *Family Affair*; *Stand by Your Man*. Staffel 6, Folge 11 (1990).

³¹⁶ *Long Day's Journey into Marinara*. '15.

„*Blanche*: Rose, I thought we decided that that pig was gonna stay in the pen out back!

Rose: Oh he didn't like it there. It was too confining. Oh...Baby's a free spirit...a wanderer...a rebel! You know, in a lot of ways, he reminds me of Jimmie Dean. [...] You know, Dorothy, I was thinking how wonderful it is to have a pig living here. This morning I was all snugly warm under the covers. I opened my eyes and there was Baby, fast asleep at the foot of the bed, like a sweet angel.“³¹⁷

Als es Baby immer schlechter geht, wird ein Tierarzt konsultiert, der dem Tier *Heimweh* bescheinigt.

Neben der Bedeutung als Nahrungsmittelproduzent und Haustier kommt der gekonnten Haltung von Tieren in St. Olaf auch eine kulturelle Bedeutung zu, wie die Aufnahmeeregeln in eine Schwesternschaft des *agricultural college* illustriert:

„*Rose*: [...] The Alpha Yams didn't have blackballing. We believed that any girl who wanted to help her community and foster a feeling of sisterhood should be allowed to join. [...] As long as she could castrate a sheep.“³¹⁸

4.6.5 Wetteifer

Das „stereotype of the healthy Scandinavian (most often Norwegian)“³¹⁹ ist per se ein mit Attraktivität gekoppeltes. Nur ein gesunder Körper ist, aus massenkultureller Sicht, ein ästhetischer und begehrenswerter. Die Gesundheit, bzw. Fitness, wird oft durch Sportlichkeit ausgedrückt und ist so auch als „athletic stereotype“³²⁰ zu identifizieren.

Für die Norweger hat Sport tatsächlich eine nationalidentitätsstiftende Funktion. Das Selbstbild der *Winternation* wurde durch den großen Erfolg bei den im eigenen Land ausgetragenen Olympischen Winterspielen in Lillehammer 1996, Norwegen gewann die meisten Medaillen, soweit gestärkt, bestätigt und zum Fremdbild, dass einigen Forschern, unter ihnen Jørgen Haugan, zufolge, damit auch die politische Entscheidung gegen den EU-Beitritt maßgeblich beeinflusst wurde.³²¹

³¹⁷ *Bringing Up Baby*. '10.

³¹⁸ *Whose Face Is This, Anyway?* '3.

³¹⁹ Schaad (2008). S. 222.

³²⁰ Ebd.

³²¹ Vgl. Haugan, Jørgen: „400-årsnatten“ og litt om dansk og norsk identitet. Vortrag am 2. April 2014 im Rahmen der Tagung *Skandinavische Identitäten und Zukunftsperspektiven*. Wien: 2. – 4. April 2014.

Die Figur der Rose ist trotz ihrer grundsätzlichen Gutmütigkeit und Liebenswürdigkeit (und Alters) in sportlichen Belangen übermäßig wetteifernd.³²² In *The Competition* bildet das ebenfalls offensichtlich skandinavische Zwillingsspaar Olga und Sonja Nielsen die Kernkonkurrenz. Roses Ehrgeiz führt so weit, dass sie innerhalb ihres Freundeskreises, ohne das Wissen der anderen, die Partner tauscht, um ihre Chancen auf Gewinn zu erhöhen.

„Rose: Dorothy's a better bowler than you are and I wanna win this year!

Dorothy: Rose, how could do a thing like this?

Rose: I admit it, I have a problem, I'm too competitive when it comes to athletics. I never told anybody this but I had to transfer highschools because of a field hockey incident.“³²³

Field hockey erinnert zudem an die schwedische Nationalsportart *Innebandy*.

Die übertriebene Ambition kommt aber nicht nur in Bezug auf ihren eigenen Erfolg zum Vorschein – in *Blind Date* trainiert sie eine Kinder-Footballmannschaft und treibt sie entgegen ihrem sonstigen Charakter ziemlich hart an.

„Rose: [...] Now you two boys run along home... Billy? I said run! Move it, you little pantywaist! On the double!“³²⁴

Dementsprechend harte Worte hat sie auch für die gegnerische Mannschaft beim Austüfteln der Spieltaktik:

„Rose: [...] We'll kick their butts. We'll chew 'em up and spit 'em out! We'll make them eat dirt for breakfast!“³²⁵

Roses Enthusiasmus geht stellenweise über die sportliche Sphäre hinaus und nimmt mitunter auch morbide Züge an.

„Rose: [...]. Seven years I've been nominated for the Volunteer Vanguard Award and seven years I've had to watch Agnes Bradshaw snatch it away from me. Well, she's not gonna do that this year. This year, I'm finally gonna beat her. I'm gonna win! [...] Because she's dead. Yep, as a doornail. Dead, dead, dead. Coffee? [...] It was a tragedy. She was my only real competition. Dead, dead, dead. Muffin?“³²⁶

³²² Bspw. in *One for the Money*. Staffel 3, Folge 2 (1987); *Blanche Delivers*. Staffel 6, Folge 1 (1990).

³²³ *The Competition*. ‘6f.

³²⁴ *Blind Date*. The Golden Girls. Staffel 4, Folge 12 (1989). DVD: Buena Vista Home Entertainment/ Touchstone Television, 2007. ‘1f.

³²⁵ Ebd. ‘3.

³²⁶ *Sister of the Bride*. The Golden Girls. Staffel 6, Folge 14 (1991). DVD: Buena Vista Home Entertainment/ Touchstone Television, 2008. ‘2f.

5. Résumé

Unter Miteinbeziehung von Stereotypen der formalen Ebene wurde offensichtlich, dass Genre und Format mit ihren eigenen Konventionen massiv an der Herausbildung inhaltlicher Stereotype beteiligt sind.

Das umfassendste Stereotyp, dem nachgegangen wurde, zeigt, dass unter einem *schwedischen* Prototyp alle *Skandinavierinnen* mit *typischen* Attributen subsummiert wurden. Eine Nation wurde somit zum Bild für eine Region, mit der wiederum hauptsächlich schwedische Ikonografie in den Köpfen hervorgerufen wird.

Durch die Verknüpfung mit allgemeinem kulturellen Hintergrund wie der Sprache und Bräuchen konnte die Figur der Rose zunächst grundlegend als skandinavisch identifiziert werden. Durch die abdeckende Untersuchung der visuellen und charakterlichen Eigenheiten, hat sich gezeigt, dass in *The Golden Girls* primär Visiotype dem Stereotyp der *Schwedischen Sünde* folgen, mit der großen Ausnahme des Alters.

Auch, wenn nach intensiver Analyse nur wenige charakterliche Übereinstimmungen ausgemacht werden konnten, zeigten sich doch zumindest Allusionen. Auch Rückgriffe auf ältere Darstellungstraditionen verweisen explizit auf Skandinavien. Daneben konnten auch Interferenzen mit anderen Stereotypen und Bedeutungszuschreibungen ausgemacht werden. Die Willkürlichkeit der Schöpfung anderer Züge wiederum ist selbst ein Ausdruck für bestimmte Vorstellungen und Auffassungen. Korrelationen mit ihrer ländlichen Herkunft spielen hier eine tragende Rolle; dies ist zum einen in der geschlossenen Kultur der Dorfgemeinschaft, zum anderen in charakterlichen Ausprägungen zu erkennen.

Wenn auch Rose Nylund nicht in allen Bereichen der *Schwedischen Sünde* entspricht, so wurde sie doch als tatsächlich *skandinavisch* konzipiert, wobei es allerdings zu einer weiteren Vermischung mit niederländischen Bezügen kam, wie verschiedene inhaltliche und äußere Hinweise zeigen.

Es wäre interessant, hier anzusetzen und zu untersuchen, ob durch *The Golden Girls* stereotypeninkonsistente Attribute so stark mit dem Bild der Skandinavierin verknüpft wurden, dass sich neue, dauerhafte, Bedeutungszuschreibungen etabliert haben.

BIBLIOGRAFIE

Allport, Gordon W.: The Nature of Prejudice. Cambridge, MA: Addison-Wesley, 1954.

Appel, Markus: Medienvermittelte Stereotype und Vorurteile. In: Batinic, Bernad/ Ders. (Hg.): Medienpsychologie. Berlin u.a.: Springer Medizin Verlag, 2008. S. 313-335.

Bausinger, Herrmann: Stereotypie und Wirklichkeit. In: Thomas Jensen Nielsen/ H. (Hg.): Landeskunde im universitären Bereich. München: Wilhelm Fink, 1988 (= Text & Kontext, Sonderreihe 24). S. 36-49.

Beindorf, Claudia: Heterostereotypen und Identität. In: Baumgartner, Walter/ Fix, H. (Hg.): Arbeiten zur Skandinavistik. XII. Arbeitstagung der deutschsprachigen Skandinavistik 16. – 23. September 1995 in Greifswald. Wien: Fassbaender, 1996 (= Studia mediaevalia septentrionalia 2). S. 471-479.

Beindorf, Claudia: „Sie tanzte nur einen Sommer“. Konstruktion und Rezeption von Stereotypen. Berlin: Humboldt-Universität, 1996
(= Arbeitspapiere „Gemeinschaften“ 4).
http://www2.hu-berlin.de/gemenskap/inhalt/publikationen/arbeitspapiere/ahe_04.html
Zugriff: 12. 12. 2007.

Benson, Adolph B.: America of the Fifties. Letters of Fredrika Bremer. New York: The American-Scandinavian Foundation, 1924 (= Scandinavian Classics 23).

Berzsenyi, Christyne A.: The Golden Girls Share Signature Stories. Narratives of Aging, Identity, and Communal Desire. In: Americana. The Journal of American Popular Culture 1900 to Present. H 2, Jg. 9 (2010).
http://www.americanpopularculture.com/journal/articles/fall_2010/berzsenyi.htm
Zugriff: 08.12.2014.

Björklund, Elisabet: „This is a dirty movie“. *Taxi Driver* and „Swedish Sin“. In: Journal of Scandinavian Cinema. H 2, Jg. 1 (2011). S. 163-176.

Budreckis, Algirdas M. (Hg.): The Lithuanians in America 1651-1975. A Chronology & Fact Book. Dobbs Ferry: Oceana Publications, 1976.

Dennis, Everette E.: Preface. In: Lester, Paul M. (Hg.): Images that injure. Pictorial Stereotypes in the Media. Westport u.a.: Praeger, 1996. S. IX-X.

Dyer, Richard: The Matter of Images. Essays on Representations. London u.a.: Routledge, 1993.

Enteman, Willard F.: Stereotyping, Prejudice, and Discrimination. In: Lester, Paul M. (Hg.): Images that injure. Pictorial Stereotypes in the Media. Westport u.a.: Praeger, 1996. S. 9-14.

Furer, Howard B. (Hg.): The British in America 1578-1970. A Chronology & Fact Book. Dobbs Ferry: Oceana Publications, 1972.

Furer, Howard B. (Hg.): The Scandinavians in America 987-1970. A Chronology & Fact Book. Dobbs Ferry: Oceana Publications, 1972.

Furhammar, Leif: Filmen i Sverige. En Historia i tio Kapitel. K.A.: Förlags AB Wiken, 1991.

Gentikow, Barbara: Transnational produktion. National og individuel reception af TV-programmer. In: Agger, Gunhild/ Gentikow, B./ Hedetoft, U. (Hg.): Stereotyper i Europa. Aarhus: Aarhus Universitetsforlag, 1990 (= Kulturstudier 10). S. 151-164.

Hanne, Krister: „Nordische“ Identitäten? Der Streit um die Zukunft des nordischen Projekts in Europa. In: Baumgartner, Walter/ Fix, H. (Hg.): Arbeiten zur Skandinavistik. XII. Arbeitstagung der deutschsprachigen Skandinavistik 16. – 23. September 1995 in Greifswald. Wien: Fassbaender, 1996 (= Studia mediaevalia septentrionalia 2). S. 505-513.

Harrison, Dick: Världens fredligaste land?
<http://blog.svd.se/historia/2014/02/10/varldens-fredligaste-land/> Zugriff: 30. 11. 2014.

Hedetoft, Ulf: Det nationale fremmedbillede som kulturelt tegn. Eller: Om at sætte forskelle i verden. In: Agger, Gunhild/ Gentikow, B./ Ders. (Hg.): Stereotyper i Europa. Aarhus: Aarhus Universitetsforlag, 1990 (= Kulturstudier 10). S. 29-57.

Hickethier, Knut: Die Fernsehserie und das Serielle des Fernsehens. Lüneburg: k.A., 1991 (= Kultur Medien Kommunikation. Lüneburger Beiträge zur Kulturwissenschaft 2).

Hort, Rüdiger: Vorurteile und Stereotype. Soziale und dynamische Konstrukte. Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller, 2007.

Hube, Hans-J.: Film in Schweden. Berlin: Henschelverlag, 1985.

Huryk, Harry R.: The Golden Girls. The Viewing Guide. Los Angeles: k.A., 2006.

Huryk, Harry R.: The Golden Palace. The Ultimate Viewing Guide. Los Angeles: Impact Television Viewing Guides, 2009.

Kleinsteuber, Hans J.: Stereotype, Images und Vorurteile. Die Bilder in den Köpfen der Menschen. In: Trautmann, Günter (Hg.): Die häßlichen Deutschen? Deutschland im Spiegel der westlichen und östlichen Nachbarn. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft, 1991. S. 60-68.

Klippel, Heike: Orgie in Pastell. Zur Fernsehserie *Golden Girls*. In: Frauen und Film, H 50/ 51 (1991). S. 92-106.

Krüger, Steffen: Die Karikatur als Stereotypenfahnder. Ernst Kris' Kunstpsychologie revisited. In: Petersen, Thomas/ Schwender, C. (Hg.): Visuelle Stereotype. Köln: Halem, 2009. S. 174-193.

Lachmann, Michael/ Lange-Fuchs H.: Film in Skandinavien. 1945-1993. Dänemark – Finnland – Island – Norwegen – Schweden. Berlin: Henschelverlag, 1993.

Lester, Paul M.: Introduction. In: Ders. (Hg.): Images that injure. Pictorial Stereotypes in the Media. Westport u.a.: Praeger, 1996. S. XI-XII.

Linn, Travis: Media Methods that Lead to Stereotypes. In: Lester, Paul M. (Hg.): Images that injure. Pictorial Stereotypes in the Media. Westport u.a.: Praeger, 1996. S. 15-18.

Lippmann, Walter: Public Opinion. New York: The Macmillan Company, 1929.

Lobinger, Katharina: Visuelle Stereotype. Resultate besonderer Bild-Text-Interaktionen. In: Petersen, Thomas/ Schwender, C. (Hg.): Visuelle Stereotype. Köln: Halem, 2009. S. 109-122.

Lunde, Arne: Nordic Exposures. Scandinavian Identities in Classical Hollywood Cinema. Seattle: University of Washington Press, 2010.

Mikos, Lothar: Serien als Fernsehgenre. Zusammenhänge zwischen Dramaturgie und Aneignungsweisen des Publikums. In: Beiträge zur Film- und Fernsehwissenschaft. H 43, Jg. 33 (1992). S. 19-27.

Miller, Randall M.: Introduction. In: Ders. (Hg.): The Kaleidoscopic Lens. How Hollywood Views Ethnic Groups. Englewood, NJ: Jerome S. Ozer, 1980. S. 1-14.

Miller, Randall M.: Preface. In: Ders. (Hg.): The Kaleidoscopic Lens. How Hollywood Views Ethnic Groups. Englewood, NJ: Jerome S. Ozer, 1980. S. XI-XIII.

Mills, Brett: The Sitcom. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2009.

Mintz, Lawrence E.: Situation Comedy. In: Rose, Brian G. (Hg.): TV Genres. A Handbook and Reference Guide. Westport, CT u.a.: Greenwood Press, 1985. S. 107-129.

Morreale, Joanne (Hg.): Critiquing the Sitcom. A Reader. Syracuse, NY: Syracuse University Press, 2003.

Musiał, Kazimierz: „Nordisch – Nordic – Nordisk“. Die wandelbaren Topoi-Funktionen in den deutschen, anglo-amerikanischen und skandinavischen nationalen Diskursen. In: Bänsch, Alexandra/ Henningsen, B. (Hg.): Die kulturelle Konstruktion von Gemeinschaften. Schweden und Deutschland im Modernisierungsprozeß. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, 2001 (= Die kulturelle Konstruktion von Gemeinschaften im Modernisierungsprozeß 6). S. 95-122.

Norman, Hans: Utvandringen från Sverige.
<http://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/emigration/utvandringen-fr%C3%A5n-sverige> Zugriff: 7. 12. 2014.

Ostergren, Robert: Environment, Culture and Community. Research Issues and Method in the Study of [sic!] Scandinavian Settlement in the Middle West. In: Jørgensen, Steffen E. (Hg.): From Scandinavia to America. Proceedings from a Conference held at Gl. Holtegaard. Odense: Odense University Press, 1987. S. 176-198.

Özsari, Hülya: „Der Türke.“ Die Konstruktion des Fremden in den Medien. Berlin: Universitätsverlag der TU Berlin, 2010 (= Berliner Schriften zur Medienwissenschaft 11).

Petersen, Thomas/ Schwender, C.: Einleitung. In: Dies. (Hg.): Visuelle Stereotype. Köln: Halem, 2009. S. 7-11.

Rasmussen, Tove A.: Innovation og repetition i det populære. In: Agger, Gunhild/ Gentikow, B./ Hedetoft, U. (Hg.): Stereotyper i Europa. Aarhus: Aarhus Universitetsforlag, 1990 (= Kulturstudier 10). S. 135-149.

Reich, Sabine/ Spitzner F.: Veränderung stereotyper Wahrnehmung durch Ethno-Soaps. Eine Untersuchung am Beispiel *Türkisch für Anfänger*. In: Petersen, Thomas/ Schwender, C. (Hg.): Visuelle Stereotype. Köln: Halem, 2009. S. 44-57.

Schaad, Eric: Perceptions of Scandinavia and the Rhetoric of Touristic Stereotype in Internet Travel Accounts. In: Scandinavian Studies. H 2, Jg. 80 (2008). S. 201-238.

Schjerven, Petter W.: Typisk norsk. Lysaker: Dinamo, 2005.

Schneider, Irmela (Hg.): Amerikanische Einstellung. Deutsches Fernsehen und US-amerikanische Produktionen. Heidelberg: Carl Winter Universitätsverlag, 1992.

Schneider, Irmela (Hg.): Serien-Welten. Strukturen US-amerikanischer Serien aus vier Jahrzehnten. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1995.

Schneider, Irmela: Zur Theorie des Stereotyps. Vorüberlegungen zur Untersuchung amerikanischer Serien im deutschen Fernsehen. In: Beiträge zur Film- und Fernsehwissenschaft. Bd. 43, Jg. 33 (1992). S. 129-147.

Schröder, Stephan M.: Arbeitskreis 4. Vorbemerkung. In: Baumgartner, Walter/ Fix, H. (Hg.): Arbeiten zur Skandinavistik. XII. Arbeitstagung der deutschsprachigen Skandinavistik 16. – 23. September 1995 in Greifswald. Wien: Fassbaender, 1996 (= Studia mediaevalia septentrionalia 2). S. 467-469.

Schröder, Stephan M.: Auf Jagd nach Schnarks. Einleitende Bemerkungen zur (skandinavischen) Identitätsforschung. In: Baumgartner, Walter/ Fix, H. (Hg.): Arbeiten zur Skandinavistik. XII. Arbeitstagung der deutschsprachigen Skandinavistik 16. – 23. September 1995 in Greifswald. Wien: Fassbaender, 1996 (= Studia mediaevalia septentrionalia 2). S. 576-586.

Schröder, Stephan M.: Mehr Spaß mit Schwedinnen? Funktion eines deutschen Heterostereotyps. Berlin: Humboldt-Universität, 1996
(= Arbeitspapiere „Gemeinschaften“ 3).
http://www2.hu-berlin.de/gemenskap/inhalt/publikationen/arbeitspapiere/ahe_03.html
Zugriff: 12. 12. 2007.

Schweinitz, Jörg: Film und Stereotyp. Eine Herausforderung für das Kino und die Filmtheorie. Zur Geschichte eines Mediendiskurses. Berlin: Akademie Verlag, 2006.

Six, Bernd: Stereotype in den Medien. In: Groebel, Jo/ Winterhoff-Spurk P. (Hg.): Empirische Medienpsychologie. München: Psychologie Verlags Union, 1989. S. 168-178.

Sloan, Irving J. (Hg.): The Blacks in America 1492-1977. A Chronology & Fact Book. Dobbs Ferry: Oceana Publications, 1977.

Sloan, Irving J. (Hg.): The Jews in America 1621-1977. A Chronology & Fact Book. Dobbs Ferry: Oceana Publications, 1978.

Smit, Pamela (Hg.): The Dutch in America 1609-1970. A Chronology & Fact Book. Dobbs Ferry: Oceana Publications, 1972.

Spangler, Lynn C.: *Television Women from Lucy to Friends. Fifty Years of Sitcoms and Feminism*. Westport, CT u.a.: Praeger, 2003.

Sturm, Hertha: Medienwirkungen – ein Produkt der Beziehungen zwischen Rezipient und Medium. In: Groebel, Jo/ Winterhoff-Spurk P. (Hg.): *Empirische Medienpsychologie*. München: Psychologie Verlags Union, 1989. S. 33-44.

Tajfel, Henri: *Gruppenkonflikt und Vorurteil. Entstehung und Funktion sozialer Stereotypen*. Bern u.a.: Verlag Hans Huber, 1982.

Vitouch, Peter: Spezifische Rezipientenvariablen als Grundlage stereotyper Mediennutzung. In: Groebel, Jo/ Winterhoff-Spurk P. (Hg.): *Empirische Medienpsychologie*. München: Psychologie Verlags Union, 1989. S. 90-104.

Werner, Gösta: *Die Geschichte des schwedischen Films*. Frankfurt/Main: Deutsches Filmmuseum, 1988.

EPHEMERE QUELLEN

VORTRÄGE

Haugan, Jørgen: „400-årsnatten“ og litt om dansk og norsk identitet. Vortrag am 2. April 2014 im Rahmen der Tagung *Skandinavische Identitäten und Zukunftsperspektiven*. Wien: 2. – 4. April 2014.

Stephan M. Schröder: Lehrveranstaltung *Identitätskonstruktionen in Nordeuropa*. Abteilung für Skandinavistik an der Universität Wien: SoSe 2008.

AUSSTELLUNGEN

Swedish Sin. Spritmuseum Stockholm: 22. 5. 2014 – 18. 1. 2015.

Sebastião Salgado: Genesis. Fotografiska museet Stockholm: 12. 6. – 14. 9. 2014.

FILMOGRAFIE

FILME

Aldrig i livet. Regie: Arne Ragneborn. Drehbuch: Ivar Segle. Schweden: Metronome Studios AB, AB Iris-Film, Nyve Film, 1956.

Boat Trip. Regie: Mort Nathan. Drehbuch: Ders. u. William Bigelow. USA/Deutschland: Motion Picture Corporation of America, International West Pictures, ApolloMedia Distribution, 2002.

Bohus Bataljon. Regie: Sölve Cederstrand u. Arthur Spjuth. Drehbuch: Dies. Schweden: AB Sandrew-Produktion, 1949.

Fäbodjäsentan. Regie: Lawrence Henning. Drehbuch: Ders. Schweden: Joe Sarno Productions, GeBe Film AB, 1978.

Farlig Kurva. Regie: Egil Holmsen. Drehbuch: Ders. Schweden: AB Europa Film, 1952.

Farlig Frihet. Regie: Arne Ragneborn. Drehbuch: Ders. Schweden: Metronome Studios AB, 1954.

Flamman. Regie: Arne Ragneborn. Drehbuch: Ders. u. Gun Zacharias. Schweden: Metronome Studios AB, 1956.

Hästhandlarens Flickor. Regie: Egil Holmsen. Drehbuch: Ders. Schweden: AB Europa Film, 1954.

Hon dansade en sommar. Regie: Arne Mattsson. Drehbuch: Volodja Semitjov u. Olle Hellbom. Schweden: Svenska AB Nordisk Tonefilm, 1951.

Inga. Regie: Joseph Sarno. Drehbuch: Ders. Schweden/ USA: Inskafilm, Cannon Films, 1968.

Jag är nyfiken – gul. Regie: Vilgot Sjömans. Drehbuch: Ders. Schweden: Sandrew Film & Teater AB, 1967.

Marknadsafton. Regie: Ivar Johansson. Drehbuch: Ders. Schweden: AB Sandrew-Produktion, 1948.

När Bengt och Anders bytte hustrur. Regie: Arthur Spjuth. Drehbuch: Ders. u. Sölve Cederstrand. Schweden: Produktion S. Bauman AB, 1950.

Sexual Practices in Sweden. Regie: Karl Hansen. Drehbuch: Ders. USA: Svenska Institut of Sexual Response, 1970.

Sju svarta behå. Regie: Gösta Bernhard. Drehbuch: Ders. Schweden: Metronome Studios AB, 1953/54.

The Seduction of Inga. Regie: Joseph Sarno. Drehbuch: Ders. Schweden/ USA: Ejve-Film, Filmmakarna, Unicorn Enterprises, 1971.

Trading Places. Regie: John Landis. Drehbuch: Timothy Harris u. Herschel Weingrod. USA: Cinema Group Ventures, Paramount Pictures, 1983.

Ur kärlekens språk. Regie: Torgny Wickman. Drehbuch: Inge Hegeler u. Sten Hegeler. Schweden: Swedish Filmproduction Investment AB, 1969.

SERIEN

The Golden Girls. Staffel 1-7 (1985-1992).

Staffel 1 (1985/86). DVD: Buena Vista Home Entertainment/ Touchstone Television, 2005.

The Engagement. Folge 1 (1985).

Rose the Prude. Folge 3 (1985).

The Competition. Folge 7 (1985).

The Custody Battle. Folge 12 (1985).

In a Bed of Rose's. Folge 15 (1986).

The Truth Will Out. Folge 16 (1986).

The Way We Met. Folge 25 (1986).

Staffel 2 (1986/87). DVD: Buena Vista Home Entertainment/ Touchstone Television, 2005.

Isn't It Romantic? Folge 5 (1986).

Family Affair. Folge 7 (1986).

Love, Rose. Folge 10 (1986).

Before and After. Folge 15 (1987).

Long Day's Journey into Marinara. Folge 19 (1987).

Whose Face Is This, Anyway? Folge 20 (1987).

Dorothy's Prized Pupil. Folge 21 (1987).

Staffel 3 (1987/88). DVD: Buena Vista Home Entertainment/ Touchstone Television, 2006.

One for the Money. Folge 2 (1987).

Bringing Up Baby. Folge 3 (1987).

Nothing to Fear But Fear Itself. Folge 5 (1987).

Letter to Gorbachev. Folge 6 (1987).

A Visit from Little Sven. Folge 9 (1987).

Three on a Couch. Folge 11 (1987).

Dorothy's New Friend. Folge 15 (1988).

Rose's Big Adventure. Folge 22 (1988).

Staffel 4 (1988/89). DVD: Buena Vista Home Entertainment/ Touchstone Television, 2007.

Yes, We Have No Havanas. Folge 1 (1988).

Yokel Hero. Folge 4 (1988).

Blind Date. Folge 12 (1989).

The Impotence of Being Ernest. Folge 13 (1989).

Fiddler on the Ropes. Folge 18 (1989).

Foreign Exchange. Folge 24 (1989).

Staffel 5 (1989/90). DVD: Buena Vista Home Entertainment/ Touchstone Television, 2008.

The Accurate Conception. Folge 3 (1989).

Dancing in the Dark. Folge 6 (1989).

Where's Charlie? Folge 7 (1991).

Comedy of Errors. Folge 9 (1989).

Great Expectations. Folge 14 (1990).

Sisters and Other Strangers. Folge 21 (1990).

Staffel 6 (1990/91). DVD: Buena Vista Home Entertainment/ Touchstone Television, 2008.

Blanche Delivers. Folge 1 (1990).

Once, in St. Olaf. Folge 2 (1990).

Feelings. Folge 6 (1990).

Girls Just Wanna Have Fun... Before They Die. Folge 10 (1990).

Stand by Your Man. Folge 11 (1990).

The Bloom Is Off the Rose. Folge 13 (1991).

Sister of the Bride. Folge 14 (1991).

Witness. Folge 21 (1991).

Henny Penny – Straight, No Chaser. Folge 26 (1991).

Staffel 7 (1991/92). DVD: Buena Vista Home Entertainment/ Touchstone Television, 2009.

Old Boyfriends. Folge 14 (1992).

Home Again, Rose: Part 1 & 2. Folge 23-24 (1992).

One Flew Out of the Cuckoo's Nest. Folge 25-26 (1992).

Married... with children. USA: Fox, 1987-1997.

Staffel 6 (1991/1992).

The Gas Station Show. Folge 23 (1992).

Wir leben im Gemeindebau. Österreich: ATV, 2011 – .

WERBUNGEN

Old Milwaukee Beer: Swedish Bikini Team. *Beach Bikinis*.

<https://www.youtube.com/watch?v=cKcW0ljTg4I> Zugriff: 27. 11. 2014.

Old Milwaukee Beer: Swedish Bikini Team. *Golden Bikinis*.

https://www.youtube.com/watch?v=MMB-KJypds4&list=PLunq0CgmrIGgZi71Zu_RHZ-_JGF77g3DW&index=3 Zugriff: 27. 11. 2014.

Old Milwaukee Beer: Swedish Bikini Team. *Truck*.

<https://www.youtube.com/watch?v=-c2NEFPqTwY> Zugriff 27. 11. 2014.

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abb. 1

Hon dansade en sommar. Regie: Arne Mattsson. Drehbuch: Volodja Semitjov u. Olle Hellbom. Schweden: Svenska AB Nordisk Tonefilm, 1951.
[http://sv.wikipedia.org/wiki/Hon_dansade_en_sommar#mediaviewer/File:Hon_dansade_en_sommar_\(Ulla,Folke\).jpg](http://sv.wikipedia.org/wiki/Hon_dansade_en_sommar#mediaviewer/File:Hon_dansade_en_sommar_(Ulla,Folke).jpg) Zugriff: 10. 10. 2014.

Abb. 2

Werbematerial für *Fäbodjantan*. Regie: Lawrence Henning. Drehbuch: Ders.
Schweden: Joe Sarno Productions, GeBe Film AB, 1978.
http://www.sfi.se/ImageVault/Images/id_9259/width_227/conversionFormatType_Jpeg/scope_0/ImageVaultHandler.aspx Zugriff: 10. 10. 2014.

Abb. 3

DVD-Box Vorderseite u.a. *Fäbodjantan*. Regie: Lawrence Henning. Drehbuch: Ders.
Schweden: Joe Sarno Productions, GeBe Film AB, 1978. DVD. Studio S Entertainment, 2013.
http://s1.discshop.se/img/front_200/110556/fabodjantan_2_disc_studio_s.jpg Zugriff: 10. 10. 2014.

Abb. 4

Playboy Jänner (1992). http://www.tvacres.com/images/swedish_playboya.jpg Zugriff: 27. 11. 2014.

Abb. 5

Trading Places. Regie: John Landis. Drehbuch: Timothy Harris u. Herschel Weingrod.
USA: Cinema Group Ventures, Paramount Pictures, 1983.
<https://pbs.twimg.com/media/BhCzMo6CQAAmkX7.jpg> Zugriff: 27. 11. 2014.

Abb. 6

The Truth Will Out. The Golden Girls. Staffel 1, Folge 16 (1986). DVD: Buena Vista Home Entertainment/ Touchstone Television, 2005. '6.

Abb. 7

The Competition. The Golden Girls. Staffel 1, Folge 7 (1985). DVD: Buena Vista Home Entertainment/ Touchstone Television, 2005. '19.

Abb. 8

Feelings. The Golden Girls. Staffel 6, Folge 6 (1990). DVD: Buena Vista Home Entertainment/ Touchstone Television, 2008. '21.

Abb. 9

Long Day's Journey into Marinara. The Golden Girls. Staffel 2, Folge 19 (1987). DVD: Buena Vista Home Entertainment/ Touchstone Television, 2005. '4.

Abb. 10

In a Bed of Rose's. The Golden Girls. Staffel 1, Folge 15 (1986). DVD: Buena Vista Home Entertainment/ Touchstone Television, 2005. '21.

Abb. 11

Isn't It Romantic? The Golden Girls. Staffel 2, Folge 5 (1986). DVD: Buena Vista Home Entertainment/ Touchstone Television, 2005. '16.

Abb. 12

A Visit from Little Sven. The Golden Girls. Staffel 3, Folge 9 (1987). DVD: Buena Vista Home Entertainment/ Touchstone Television, 2006. '21.

ANHANG

ABSTRACT

Insbesondere durch die Filme Arne Mattssons, Arne Ragneborns und Torgny Wickmans wurde im sexuell liberalen Schweden das Bild der promiskuitiven und aktiven, jungen, schönen Schwedin etabliert. In der amerikanischen Aneignung durch Joseph Sarno gesellte sich zu diesen Eigenschaften das Heterostereotyp der *blonden Schwedin*. In weiterer Folge wurde zwecks Verstärkung des sexuellen Aspektes die Brust hervorgehoben und leichte Bekleidung in den Mittelpunkt gestellt. Dieses Bild verbreitete sich dann schnell in der amerikanischen Bevölkerung und Bilderwelt als *typisch skandinavisch* – das Stereotyp der *Schwedischen Sünde* entstand.

In der umfassenden Analyse der Fernsehserie *The Golden Girls* werden alle prominenten, rekurrierenden Merkmale der Figur Rose Nylund erfasst. Auf Grundlage verschiedener materieller und immaterieller Aspekte lässt sich feststellen, dass diese dezidiert *skandinavischen* Hintergrund hat. Das Stereotyp der *Schwedischen Sünde* dient im weiteren Verlauf als Vergleichsbasis für die Figurenzeichnung. Obwohl sich Rose vom Alter her massiv von der jungen begehrenswerten Schwedin unterscheidet, wird gezeigt, dass sie visuell eindeutig zuordenbar konzipiert wurde. Visiotypen treten hier als äußere Manifestationen zur Untermalung bestimmter Charakterzüge auf, wie sich bspw. am Kostüm zeigt, können aber auch, wie in Bezug auf die Brust, bewusst kontrastierend eingesetzt werden.

Beim charakterlichen Kernpunkt der Promiskuität zeigt sich eine Verkehrung ins genaue Gegenteil – Rose ist treu bis über den Tod hinaus und sehr zurückhaltend mit neuen Bekanntschaften. Andere Eigenschaften wie *Dummheit* bieten allerdings Hinweise auf die *Schwedische Sünde* bzw. lassen sich dahingehend auslegen. Daneben ergibt sich durch die detaillierte Analyse, dass diverse Aspekte popkulturelle Anspielungen, Abbilder historischer Sachverhalte und Darstellungsmodi oder arbiträr und von etablierten skandinavischen Stereotypen unabhängig sind.

LEBENS LAUF

Die Verfasserin vorliegender Arbeit wurde als Geraldine Caroline Smetazko am 31. März 1985 als Tochter von Silvia Smetazko und Georg Jelinek in Wien geboren.

Nach der Absolvierung der Volksschule und des Gymnasiums in Wien 22 mit ausgezeichnetem Erfolg 2003, nahm sie im Sommersemester 2005 ein ordentliches Studium der Theater-, Film- und Medienwissenschaft an der Universität Wien auf. Für das Studienjahr 2005/06 wurde ihr das Leistungsstipendium der Universität zugesprochen. Mit dem Wintersemester 2006/07 wurde auch die Skandinavistik als vollwertiges Studium neben der Theater-, Film- und Medienwissenschaft betrieben.

Im Wintersemester 2008/09 wurde das Alumnistipendium der *Fristads folkhögskola*, Volkshochschule Fristad, Schweden, an sie vergeben und in demselben Semester wahrgenommen. Das Studienjahr 2010/11 verbrachte sie mit der Unterstützung eines Erasmusstipendiums zur Gänze an der Universität Stockholm.

Im Wintersemester 2012 übernahm sie die Leitung des Tutoriums für die STEOP-Lehrveranstaltung *Einführung in die skandinavistische Kulturwissenschaft* an ihrem Heimatinstitut.

Im Sommersemester 2013 schloss sie das Studium der Skandinavistik mit Auszeichnung als Mag.phil. ab.

Derzeit ist die Verfasserin als freie Journalistin und Übersetzerin tätig.