

Christiane Schoel, Jennifer Eck,
Janin Roessel, Dagmar Stahlberg

Spracheinstellungen aus sozialpsychologischer Perspektive I: Deutsch und Fremdsprachen

Was halten die Deutschen von ihrer Muttersprache? Wie denken sie über andere Sprachen und deutsche Dialekte (siehe auch Schoel/Stahlberg in diesem Band)? Wie nehmen sie Veränderungen ihrer Sprache wahr und was halten sie von fremdsprachlichen Einflüssen, wie z. B. der Verwendung von Anglizismen? Sind Deutsche, umgekehrt betrachtet, besonders kritisch, wenn andere Deutsche Englisch sprechen? Und wie bewerten sie andere Personen, die z. B. einen französischen oder russischen Akzent im Deutschen besitzen? Mit all diesen Fragen hat sich das vorliegende Teilprojekt im Rahmen dieses von der Volkswagenstiftung geförderten Forschungsprojekts beschäftigt. Ausgehend von sozialpsychologischen Theorien und Methoden, wurden Spracheinstellungen in Deutschland näher untersucht. Im Folgenden wird eine Reihe von sozialpsychologischen Studien vorgestellt, in denen Einstellungen zu verschiedenen Sprachen bzw. Sprachvarietäten und ihren SprecherInnen erfasst und zugrunde liegende Mechanismen dieser Einstellungen untersucht wurden. Der erste Forschungsschritt bestand dabei in der Entwicklung und Validierung eines neuen Instruments, mit dem Einstellungen gegenüber unterschiedlichen Sprachen und Sprachvarietäten erfasst werden können. Da ein solches Instrument, das einerseits spezifisch genug auf Spracheinstellungen fokussiert ist, andererseits aber allgemein genug ist, um auf verschiedene Sprachen und Sprachvarietäten wie z. B. Dialekte angewandt zu werden, bislang nicht existierte, war an dieser Stelle eine solche Methodenentwicklung notwendig. Mit diesem neu entwickelten Instrument wurden dann die Einstellungen zu Sprachen wie Deutsch, Englisch und Französisch aber auch zu Sprachvarietäten wie Bairisch und Sächsisch vergleichend untersucht. Neben einer Validierung im deutschen Sprachraum wurden Erhebungen in England, Frankreich, Italien, Spanien und Serbien durchgeführt. Die Befunde bestätigen zunächst die sprachübergreifende Validität und Reliabilität des neuen Maßes. Darüber hinaus weisen sie sprachspezifische Einstellungsprofile auf.

Im weiteren Projektverlauf lag der Fokus dann auf der Wahrnehmung und Bewertung der englischen Sprache. Als *lingua franca* übt die englische Sprache einerseits einen entscheidenden Einfluss auf die deutsche Sprache aus. So

wurde in der Repräsentativumfrage im Englischen ein wichtiger Einfluss gesehen, der für Veränderungen in der deutschen Sprache verantwortlich sei (z. B. Anglizismen; siehe Eichinger et al. 2009). Andererseits spielt die Beherrschung der englischen Sprache in vielen beruflichen Kontexten eine wichtige Rolle und Englisch wird häufig als erste Fremdsprache an deutschen Schulen gelehrt. In den vorliegenden Studien wurde deshalb zum einen untersucht, wie die Verwendung von Anglizismen bewertet wird, zum anderen, wie sich ein deutscher Akzent im Englischen auf die Personenwahrnehmung und -beurteilung auswirkt.

Im letzten Teil dieses Beitrags geht es schließlich um Stereotype und Vorurteile gegenüber fremdsprachigen Akzenten im Deutschen. In diesem Zusammenhang wird eine Studie vorgestellt, die den Einfluss eines französischen und eines russischen Akzents auf die Personenbewertung in einem Einstellungsgespräch untersucht. Akzente, so die hier untersuchte Hypothese, können Stereotype und Vorurteile gegenüber den sprechenden Personen aktivieren. Anders herum wurde in einer zum Abschluss dargestellten Studie geprüft, ob sich wechselseitige Stereotype und Vorurteile (hier von deutschen und türkischen SchülerInnen) auch darin ausdrücken können, wie positives und negatives Verhalten der eigenen und der jeweils anderen Gruppe sprachlich beschrieben wird.

1. Einstellungen als Untersuchungsgegenstand

Ein wichtiges Teilgebiet der sozialpsychologischen Forschung ist die Erfassung von Einstellungen. Der Begriff der Einstellung hat seit seiner Einführung in die Sozialpsychologie von Thomas/Znaniacki (1918) viele verschiedene Definitionen erfahren. Die meisten von ihnen stellen dabei den bewertenden Charakter von Einstellungen heraus. Eagly/Chaiken (1993, S. 1) verstehen z. B. unter einer Einstellung: „a psychological tendency that is expressed by evaluating a particular entity with some degree of favour or disfavour“. Dabei kann es sich um eine zusammenfassende Bewertung einer Person, eines Objektes oder eines Konzeptes handeln, im vorliegenden Zusammenhang also beispielsweise um die deutsche Sprache. In der Literatur wird häufig zwischen ein- und mehrdimensionalen Einstellungsmodellen unterschieden. So differenzieren einige AutorInnen z. B. zwischen einer kognitiven, affektiven und konativen (handlungsorientierten) Einstellungskomponente. Die kognitive Komponente beschreibt Überzeugungen und Meinungen bezüglich der Eigenschaften des Einstellungsobjektes (z. B. „Die deutsche Sprache ist schwer zu lernen“). Gefühle und Emotionen bilden die affektive Komponente (z. B.

„Ich liebe die deutsche Sprache“). Die verhaltensbasierte Komponente schließlich setzt sich aus Verhaltenstendenzen und -intentionen dem Einstellungsobjekt gegenüber zusammen (z. B. „Ich würde niemanden in meinem Unternehmen einstellen, der kein reines Hochdeutsch spricht“). Eindimensionale Modelle halten dagegen die Unterscheidung dieser Komponenten aufgrund ihres hohen Zusammenhangs untereinander für nicht sinnvoll und legen ausschließlich Wert darauf, dass die Einstellungsmessung immer die oben zitierte evaluative Komponente enthalten sollte (für eine Übersicht siehe Stahlberg/Frey 1996).

Einstellungen können einerseits als relativ stabile, zeitlich überdauernde Konstrukte verstanden werden, die bei der Begegnung mit dem Einstellungsobjekt aus dem Gedächtnis abgerufen werden (chronische Verfügbarkeit; z. B. fällt mir sofort ein, dass ich die deutsche Sprache liebe, wenn ich ein Gedicht lese). Andererseits können Einstellungen aber auch in einer gegebenen Situation konstruiert und durch Informationen, die in dieser spezifischen Situation aufgenommen werden (temporäre Verfügbarkeit), beeinflusst werden (Higgins/King 1981, Lord/Lepper 1999, Schwarz/Bless 1992). So könnte ich nach meiner Einstellung zum „französischen Akzent“ gefragt werden. Ich überlege dann vielleicht, wo mir dieser Akzent in der Vergangenheit begegnet ist, ob ich andere Personen kenne, die sich über diesen Akzent schon einmal geäußert haben und mein Urteil könnte anders ausfallen, je nachdem, ob ich gerade aus meinem Frankreichurlaub zurückkomme oder von einer Kollegin am Arbeitsplatz befragt werde.

Schließlich wird in der Literatur zwischen sogenannten expliziten und impliziten Einstellungen unterschieden (für eine Übersicht siehe Fazio/Olson 2003). Explizite Einstellungen sind bewusst und lassen sich in Worte fassen, wenn man nach ihnen gefragt wird. Abweichend davon sind implizite Einstellungen nicht oder zumindest nicht vollständig bewusst. Sie können aber dennoch Verhalten steuern (z. B. dazu führen, dass man gegenüber Mitgliedern von Minoritäten weniger hilfsbereit ist als gegenüber Mitgliedern der Majorität). Neuere Methoden der Sozialpsychologie erlauben heute auch solche impliziten Einstellungen zu messen.

Gemeinsam ist allen Einstellungen ihre Funktion, die Wahrnehmung einer komplexen Umwelt zu organisieren, zu kategorisieren und zu vereinfachen. Entsprechend kann mir die Sprache einer Person oder ihr Akzent dabei helfen einzuschätzen, inwieweit die Person mir ähnlich ist oder einen vergleichbaren kulturellen Hintergrund hat wie ich selbst. Relevant sind Einstellungen auch deshalb, weil sie das eigene Verhalten oder das Verhalten anderer, die Infor-

mationsverarbeitung sowie soziale Interaktionen beeinflussen können und einen Teil unseres Selbstkonzepts darstellen (Frey/Stahlberg/Gollwitzer 1993). So könnte ich jemandem, dessen Akzent mir vertraut ist, mehr Vertrauen entgegenbringen als einer anderen Person mit einem mir fremden Akzent. Obwohl die Erfassung von Einstellungen und die Entwicklung entsprechender Messverfahren ein Kerngebiet der Sozialpsychologie darstellt, wurden Einstellungen gegenüber Sprachen und SprecherInnen früher weitestgehend vernachlässigt und erst in jüngerer Zeit von einigen ForscherInnen zum Untersuchungsgegenstand gewählt (z.B. Mulac 1975, Yzerbyt/Provost/Corneille 2005, Zahn/Hopper 1985). Das vorliegende Teilprojekt war somit in besonderer Weise der Untersuchung von Spracheinstellungen gewidmet.

2. Erfassung von Spracheinstellungen – ein neues Maß

Einstellungen sind einer unmittelbaren Beobachtung nicht zugänglich. Sie können aber durch explizite oder implizite Einstellungsmaße erfasst werden. Betrachten wir zunächst die explizite Messung. Hier werden Personen direkt nach ihren Einstellungen dem fraglichen Objekt gegenüber befragt. Ein häufig eingesetztes Messverfahren ist z. B. das sogenannte semantische Differential (Osgood/Suci/Tannenbaum 1957), das den Vorteil hat, dass es Einstellungen zu ganz unterschiedlichen Objekten mit vergleichbaren Fragen erfassen kann. Es besteht aus einer Liste von fünf- oder siebenstufigen bipolaren Skalen, deren Pole durch antonyme Adjektive bezeichnet sind (z. B. 1 = *angenehm*; 5 = *unangenehm*). Osgood/Suci/Tannenbaum (1957) fanden über eine große Anzahl von Studien hinweg, in denen sie ganz unterschiedliche Konzepte auf einer langen Liste von Adjektivpaaren einschätzen ließen, drei entscheidende Faktoren: *Evaluation* (z. B. *gut* – *schlecht*), *Macht* (z. B. *stark* – *schwach*) und *Aktivität* (z. B. *schnell* – *langsam*). Sie konnten in ihren empirischen Arbeiten zur Bewertung von Konzepten nachweisen, dass sich mit diesen drei Dimensionen das Einstellungsspektrum zu ganz unterschiedlichen Einstellungsobjekten abbilden lässt. Allerdings, so stellte bereits Osgood (1962) fest, lassen sich diese Einstellungsinstrumente noch in ihrer Zuverlässigkeit verbessern, wenn sie neben dem allgemeinen Kern, der auf alle Objekte angewandt werden kann, dem fraglichen Objekt spezifisch angepasste Eigenschaftspaare enthalten. Während es jedoch inzwischen einige Maße zur Erfassung von Einstellungen gegenüber SprecherInnen gibt (z. B. Mulac 1975, Zahn/Hopper 1985), existiert bislang unseres Wissens kein systematisches, reliables und valides Messinstrument zur Erfassung von Einstellungen gegenüber einer Sprache an sich. Eine Reihe von Studien hatte deshalb zum

Ziel, ein neues Maß zur Erfassung von Spracheinstellungen, die *Attitudes Towards Languages-* (AToL)-Skala, zu entwickeln und zu validieren (Roessel et al. 2010, Roessel/Schoel/Stahlberg 2011, Schoel/Roessel et al. 2012).

In Vorarbeiten wurden von unserer Arbeitsgruppe 64 semantische Differentiale (Items) entwickelt, die die Einstellung gegenüber Sprache abbilden können. Diese Sammlung enthielt unter anderem Items des klassischen Instruments von Osgood/Suci/Tannenbaum (1957), aber auch eigene, dem spezifischen Sprachkontext angepasste Items. Eine studentische Stichprobe beurteilte die deutsche Sprache auf diesen semantischen Differentialen (z. B. „Die deutsche Sprache ist...“: 1 = *schön*; 7 = *hässlich*). Eine explorative Faktorenanalyse (ein statistisches Verfahren, das aus dem Zusammenhang zwischen den einzelnen Bewertungen eines Objekts wie der deutschen Sprache, Basisdimensionen der Bewertung, sogenannte „Faktoren“, extrahiert) ergab wie bei Osgood/Suci/Tannenbaum (1957) eine Dreifaktorenlösung, aber mit den sprachspezifischen Faktoren Wert (z. B. *kostbar* – *wertlos*, *interessant* – *langweilig*), Klang (z. B. *warm* – *kalt*, *weich* – *hart*) und Struktur (z. B. *logisch* – *unlogisch*, *systematisch* – *unsystematisch*). Die weiteren Studien bauten auf diesen ersten Vorarbeiten auf.

Entwicklung der AToL-Skala

In einer Serie von drei Studien wurde die AToL-Skala entwickelt und validiert. Eine umfassende Darstellung der Entwicklung und Anwendung der AToL-Skala (auch in Bezug auf Zusammenhänge und Einstellungen gegenüber SprecherInnen) findet sich in Schoel/Roessel et al. (2012). Zunächst wurden hierfür semantische Differentiale (Items) entwickelt, die die Einstellung gegenüber Sprache abbilden können. Diese Sammlung enthielt unter anderem Items des klassischen Instruments von Osgood und Kollegen (Osgood/Suci/Tannenbaum 1957), aber auch eigene dem spezifischen Sprachkontext angepasste Items. Um Einstellungen gegenüber Sprache erfassen zu können, abgrenzbar von Einstellungen gegenüber SprecherInnen, wurden Items, die eine primäre Assoziation mit Personenbewertungen aufwiesen, ausgeschlossen. Dabei sollte das Messinstrument möglichst auf verschiedene Sprachen und Sprachvarietäten anwendbar sein.

Studien in Deutschland: In den ersten beiden Studien wurden die Teilnehmenden zu Ihren Einstellungen bezüglich Deutsch, Englisch, Französisch, Bairisch und Sächsisch befragt. Neben Deutsch wurden Englisch und Französisch als weitere Sprachen ausgewählt, weil diese die Sprachen darstellen, die

am häufigsten als Schulfremdsprachen unterrichtet werden. Bairisch und Sächsisch sind hingegen Dialekte mit einer hohen nationalen Präferenz (vgl. Plewnia/Rothe in diesem Band, Kap. 2.1). Es konnte also davon ausgegangen werden, dass die Befragten sich etwas unter den jeweiligen Sprachen bzw. Sprachvarietäten vorstellen konnten.

Ähnlich wie bei Osgood/Suci/Tannenbaum (1957) fanden wir über die Sprachen und Sprachvarietäten hinweg, dass sich sprachbezogene Einstellungen auf drei Dimensionen abbilden lassen: Wert (z. B. *abstoßend* – *anziehend*), Klang (z. B. *weich* – *hart*) und Struktur (z. B. *logisch* – *unlogisch*). Die Analysen führten so zu einer allgemein anwendbaren Skala mit 15 Items zur Erfassung von Spracheinstellungen (siehe Schoel/Roessel et al. 2012), die so allgemein wie möglich (auf verschiedene Sprachen und Sprachvarietäten anwendbar) und dabei so sprachspezifisch wie nötig ist (alle wichtigen Komponenten dieser Einstellungen werden durch drei Unterskalen reliabel erfasst).

Eine zweite sich anschließende Frage war nun, ob sich mit diesem neuen Instrument auch Unterschiede in den Einstellungen zu verschiedenen Sprachen/Sprachvarietäten erfassen lassen. In der Tat zeigten sich spezifische Profile. So wurde die deutsche Sprache als sehr strukturiert bewertet, wohingegen ihr Klang als eher hart und eckig wahrgenommen wurde. Anders sah es bei den Dialekten aus: Sie schnitten auf der Wert- und auf der Strukturdimension weniger positiv ab (insbesondere Sächsisch). Dafür erhielten sie die positivsten Werte auf der Klangdimension. In Bezug auf die Fremdsprachen zeigte sich, dass Französisch am positivsten auf Wert und Klang bewertet wurde, hingegen weniger positiv auf Struktur. Bei Englisch zeigte sich keine Differenzierung auf den drei Dimensionen – die *lingua franca* wurde gleichermaßen positiv auf Wert, Klang und Struktur bewertet.

Sprachübergreifender Vergleich

Ziel einer dritten Studie war es schließlich, die Anwendbarkeit der ATOL-Skala auch in anderen Sprachen zu überprüfen und gleichzeitig die Bewertung dieser Sprachen von ihren jeweiligen MuttersprachlerInnen¹ zu erfassen. Zu diesem Zweck wurde die ATOL-Skala in fünf verschiedene Sprachen übersetzt und in England, Frankreich, Italien, Spanien und Serbien eingesetzt. Die Wahl fiel auf England und Frankreich, weil die Einstellungen der englischen und

¹ Die Bezeichnung *MuttersprachlerInnen* wird hier der Einfachheit halber verwendet. Tatsächlich handelte es sich generell um Personen, die in dem jeweiligen Land lebten, in dem die Sprache primär gesprochen wird, und die somit alltäglich mit dieser Sprache konfrontiert wurden.

französischen MuttersprachlerInnen mit jenen der deutschen Stichproben in Studie 1 und 2 verglichen werden sollten. Italienisch und Spanisch wurden als zusätzliche romanische Sprachen neben Französisch ausgewählt. Hierbei handelt es sich um Sprachen, die sowohl in der Repräsentativumfrage (Eichinger et al. 2009) als auch in der Schülerumfrage in Rothe (in diesem Band, Kap. 1) als sympathische Akzente bzw. Sprachen genannt wurden. Weil möglichst verschiedene Sprachfamilien abgedeckt werden sollten, wurde schließlich Serbisch als slawische Sprache ausgewählt (dabei zählt Englisch, wie auch Deutsch, zu den germanischen Sprachen).

Unsere Ergebnisse belegen, dass sich die Bedeutung der drei Dimensionen Wert, Klang und Struktur auch in anderen Sprachen zeigt. Obwohl alle Befragten dieser internationalen Studie ihre Muttersprache bewerteten, zeigten sich differenzierende Profile auf den Dimensionen. Allerdings stach heraus, dass sich bei fast allen Sprachen die positivste Bewertung auf der Wertdimension zeigte – die eigene Landessprache wird also grundsätzlich gemocht, wobei sich diese Vorliebe am stärksten in Frankreich zeigte. Von diesem allgemeinen Befund wich nur Serbisch ab – ähnlich wie bei Deutsch erhielt es die höchsten Werte auf der Struktur- und die niedrigsten auf der Klangdimension. Hier scheint sich eine Spezifität von Sprachen zu zeigen, die eher hart klingen, wofür aber deren Struktur positiv hervorgehoben wird. Für weitere sprachspezifische Befunde verweisen wir auf Schoel/Roessel et al. (2012).

Bewertung der Sprechergruppen

In Studie 2 und 3 wurden neben den Einstellungen zu den verschiedenen Sprachen und Sprachvarietäten auch die Einstellungen zu den jeweiligen Sprechergruppen erfasst. Grund dafür war, dass Einstellungen zur eigenen und zu fremden Sprachen nicht nur auf sprachinhärenten Merkmalen, sondern auch auf stereotypen Vorstellungen über die Sprechergruppen selbst beruhen können. Fiske et al. (2002) postulieren in ihrem Modell des Stereotypeninhalts, dass Stereotype durch die zwei primären Dimensionen Kompetenz und Wärme abgebildet werden. Entsprechend wurden die Stereotype bezüglich der SprecherInnen der jeweiligen Sprachen und Sprachvarietäten auf den Dimensionen Kompetenz (*effizient, kompetent, erfahren, selbstsicher, intelligent, fähig*) und Wärme (*vertrauenswürdig, freundlich, aufrichtig, gutmütig, wohlmeinend, warm*; Items übernommen von Fiske et al. 2002) gemessen.

Um den Zusammenhang zwischen der Bewertung der Sprachen bzw. Sprachvarietäten und den Bewertungen der SprecherInnen zu ermitteln, betrachteten wir die Korrelationen (Zusammenhangsanalyse) von Kompetenz und Wärme mit den drei Skalen Wert, Klang und Struktur. Es zeigte sich, dass die AToL-Dimensionen in beiden Studien mit Kompetenz und Wärme korrelierten. Während Wert und Struktur jedoch stärker mit Kompetenz zusammenhingen, wies Klang eine höhere Korrelation mit Wärme auf. Dieser Befund weist auf einen deutlichen und dimensionsspezifischen Zusammenhang zwischen Sprach- und Sprecherbewertung hin.

Bei der Betrachtung der Mittelwerte für Kompetenz und Wärme ergaben sich eindeutige Unterschiede in der Bewertung der SprecherInnen der jeweiligen Sprache bzw. Sprachvarietät. In Studie 2 wurden deutsche SprecherInnen am kompetentesten eingeschätzt, gefolgt von Englisch-, Französisch- und BairischsprecherInnen, die sich nicht unterschieden. Die niedrigsten Kompetenzeinschätzungen ergaben sich für SächsischsprecherInnen. Bezüglich Wärme ergaben sich hingegen keine Bewertungsunterschiede. Bei Betrachtung der einzelnen Sprachen und Sprachvarietäten zeigten sich zudem unterschiedliche Bewertungsmuster. Während deutschen SprecherInnen mehr Kompetenz als Wärme zugeschrieben wurde, erhielten Bairisch- und SächsischsprecherInnen höhere Bewertungen auf der Wärme- als auf der Kompetenzdimension. Ein Befund, der auch aus anderen Forschungsarbeiten zu Standard- und Non-Standardvarietäten bekannt ist. SprecherInnen der Standardvarietät (hier das Deutsche) werden eher mit Kompetenz und SprecherInnen von Non-Standardvarietäten (hier Bairisch und Sächsisch) werden eher mit Wärme assoziiert (für eine Übersicht siehe Giles/Coupland 1991). Für Englisch- und FranzösischsprecherInnen zeigten sich keine Unterschiede zwischen den Dimensionen.

In Studie 3 zeigten sich bei der Betrachtung der Mittelwerte für Kompetenz keine Unterschiede zwischen Spanisch-, Französisch-, Englisch- und SerbischsprecherInnen. Nur ItalienischsprecherInnen erhielten deutlich negativere Bewertungen. Bezüglich Wärme wurden Spanisch-, Serbisch- und FranzösischsprecherInnen gleichermaßen positiv beurteilt, gefolgt von Englisch und ItalienischsprecherInnen. Betrachtet man überdies die Bewertungsmuster innerhalb der Sprachen, zeigt sich, dass Englisch- und FranzösischsprecherInnen höhere Kompetenz- als Wärmebeurteilungen bekamen. SerbischsprecherInnen erhielten hingegen höhere Wärme- als Kompetenzbewertungen. Für Spanisch- und ItalienischsprecherInnen unterschieden sich die Beurteilungen auf der Kompetenz- und Wärmedimension hingegen nicht.

Diskussion: In drei Studien wurde ein neues Maß – die AToL-Skala – zur Erfassung von Spracheinstellungen entwickelt und validiert. Das Messinstrument besteht aus insgesamt 15 Items, welche die Dimensionen Wert, Klang und Struktur erfassen. Insgesamt gelang es in diesen Studien, ein reliables und valides Maß für Spracheinstellungen zu entwickeln, das allgemein genug ist, um unterschiedliche Sprachen und Sprachvarietäten zu beurteilen und gleichzeitig dem Sprachkontext durch die Bewertung von Klang und Struktur ausreichend angepasst ist. Darüber hinaus liefert Studie 3 erste Hinweise auf die Übertragbarkeit der AToL-Skala auf andere Sprachen und kulturelle Kontexte.

Betrachtet man die Ergebnisse zur Bewertung des Deutschen und seiner Varietäten sowie des Französischen und Englischen durch Personen mit deutscher Muttersprache in Bezug auf die Skalen Wert, Klang und Struktur, so stehen sie mit Teilergebnissen der Repräsentativumfrage (Eichinger et al. 2009) in Einklang. Auch hier erhielt Deutsch beispielsweise deutlich bessere Bewertungen bezüglich Wert und Struktur als bezüglich Klang. Auch für die Dialekte zeigte sich ein vergleichbares Muster: positivere Bewertung des Klangs, dafür negativere Einschätzungen von Wert und Struktur. In der Repräsentativumfrage wurde Französisch am häufigsten als sympathischer Akzent genannt, ein Ergebnis das dazu passt, dass Französisch in Studie 1 und 2 die besten Bewertungen bezüglich Wert und Klang erhielt.

In Bezug auf die Bewertungen der SprecherInnen zeigten sich in Studie 2 Unterschiede zwischen den Dimensionen Kompetenz und Wärme für Deutsch und für die Varietäten Bairisch und Sächsisch. Während deutsche SprecherInnen eher kompetent als warm eingeschätzt wurden, erhielten Bairisch- und SächsischsprecherInnen höhere Einschätzungen auf der Wärme- als auf der Kompetenzdimension; ein Muster, das auch in anderen Untersuchungen zu Sprachvarietäten gefunden wurde (für einen Überblick siehe Giles/Coupland 1991; siehe hierzu Schoel/Stahlberg in diesem Band).

Die länderübergreifenden Ergebnisse aus Studie 3 deuten auf ein allgemein positives Autostereotyp von SpanischsprecherInnen und ein allgemein eher negatives Autostereotyp von ItalienischsprecherInnen bezüglich Kompetenz und Wärme hin. Das positive Autostereotyp von Französisch- und EnglischsprecherInnen scheint hingegen vor allem durch die Kompetenzdimension und dasjenige von SerbischsprecherInnen vor allem durch die Wärmedimension bedingt zu sein.

Insgesamt sprechen die Befunde aus drei Studien dafür, dass die AToL-Skala ein reliables und valides Messinstrument zur Erfassung von Spracheinstellungen darstellt, das die Messung von Einstellungen gegenüber SprecherInnen sinnvoll ergänzen kann.

3. Der Gebrauch von Anglizismen – kompetent oder sympathisch?

Als *lingua franca* wird dem Englischen heute zweifelsohne ein hoher Stellenwert zugeschrieben, und es ist für die globale Kommunikation von besonderer Bedeutung. Dieser Einfluss macht sich auch dahingehend bemerkbar, dass englische Wörter in mehr oder weniger „eingedeutschter“ Form in allen Lebensbereichen und Kommunikationssituationen beruflicher oder privater Natur ihren Einzug in die deutsche Sprache gehalten haben. In einer Reihe von Studien wurde im Rahmen des vorliegenden Projekts daher der Einfluss von Anglizismen auf die Personenbewertung untersucht. Zunächst werden zwei Studien vorgestellt, in denen untersucht wurde, wie sich die Verwendung von Anglizismen auf die Kompetenz- und Wärmezuschreibung von Personen auswirkt. Daran anschließend folgt eine Studie, bei der untersucht wurde, wie die Verwendung von Anglizismen im Kontext der Personalauswahl wahrgenommen und beurteilt wird. Zunächst wird jedoch in den Untersuchungsgegenstand eingeführt und der Begriff Anglizismus definiert.

„Ein Anglizismus ist ein Wort aus dem britischen oder amerikanischen Englisch im Deutschen oder eine nicht übliche Wortkomposition, jede Art der Veränderung einer deutschen Wortbedeutung oder Wortverwendung [...] nach britischem oder amerikanischem Vorbild“ (Zindler 1959, S. 2). Bei Anglizismen handelt es sich somit unter anderem um Begriffe, bei denen die englische Herkunft zumindest teilweise noch zu erkennen ist, wie bei „Marketing“ oder „Krisenmanager“. Sie umfassen aber z. B. auch Begriffe, bei denen die englische Herkunft nicht mehr ohne weiteres festzustellen ist, wie beim Wort „Klimaanlage“ von „air conditioning“ oder „Wolkenkratzer“ von „skyscraper“. Insbesondere die unveränderten und vollständigen Wortübernahmen aus dem Englischen, die auch von Laien eindeutig als Fremdwörter identifiziert werden können, verdeutlichen den Einfluss des Englischen auf die deutsche Sprache. In der Repräsentativumfrage (Eichinger et al. 2009) gaben insgesamt 84 Prozent der Befragten an, dass ihnen in den letzten Jahren Veränderungen in der deutschen Sprache aufgefallen seien. Auf die Frage nach der Art der Veränderungen gaben 28 Prozent der Befragten den Einfluss durch fremde Sprachen an, wobei 21 Prozent direkt den Einfluss des Englischen nannten. Bei der

Beantwortung dieser Frage spielte allerdings das Alter der Befragten eine Rolle. Wurde der Einfluss des Englischen von Personen über 60 Jahren mit 30 Prozent an erster Stelle genannt, so kam er bei den 18- bis 29- und 30- bis 59-Jährigen mit 17 Prozent und 19 Prozent der Nennungen dagegen erst an zweiter Stelle.

In einer Umfrage der Gesellschaft für deutsche Sprache (GfdS; Hoberg/Eichhoff-Cyrus/Schulz 2008), an der sich 1 820 Personen ab 16 Jahren beteiligten, störten sich 39 Prozent der Befragten an der zunehmenden Verwendung von Anglizismen. Dabei empfanden vor allem ältere Personen und Personen ohne Englischkenntnisse Anglizismen als störend. Viele der Befragten befürchteten, dass durch die zunehmende Verwendung von Anglizismen immer mehr deutsche Wörter verdrängt würden und vieles von dem, was die deutsche Sprache auszeichnet, verloren gehe. Demgegenüber äußerte nur ein geringer Anteil der Befragten die Ansicht, dass Anglizismen die deutsche Sprache moderner und internationaler machen würden und dass man mit Anglizismen oft besser ausdrücken könne, was man eigentlich sagen wolle.

In einer von der CASIO Europe GmbH in Auftrag gegebenen forsa-Umfrage zum Thema „Bekanntheit und Verwendung von Anglizismen“ (Forsa 2008), an der 1 007 Personen im Alter zwischen 14 und 65 Jahren teilnahmen, fühlte sich die Hälfte der Befragten durch die Verwendung von Anglizismen in der Alltagssprache und in der Werbung gestört. Wie bereits in der Umfrage der GfdS empfanden besonders ältere Personen die Verwendung von Anglizismen als störend. Die befragten 14- bis 25-Jährigen bewerteten Anglizismen in der Alltagssprache hingegen eher positiv als störend. Darüber hinaus zeigte sich, dass die Häufigkeit, mit der Anglizismen verwendet werden, mit steigendem Alter stark abnahm, und dass Personen mit einem Hauptschulabschluss deutlich seltener auf Anglizismen zurückgriffen als Personen mit höheren Bildungsabschlüssen.

In den Studien des vorliegenden Projekts (Eck 2010, Eck/Schoel/Sawatzki/Stahlberg i. Bearb., Sawatzki 2010) lag das Interesse auf der Frage, wie eine Person, die Anglizismen verwendet, wahrgenommen wird, da die Art und Weise, *wie* eine Person spricht, unser Urteil über diese Person beeinflussen kann (Giles/Powesland 1975). Zur Untersuchung dieser Fragestellung wurde neben Fragebögen zur Erfassung expliziter, bewusster Einstellungen auch ein Verfahren zur Erfassung impliziter, nicht vollständig bewusster oder unbewusster Einstellungen eingesetzt (zum Vergleich von expliziten und impliziten Einstellungen siehe oben Kap. 1). Diese Vorgehensweise wurde als notwendig erachtet, weil die Einstellung gegenüber der Verwendung von An-

glizismen unter Umständen introspektiv eher schwer zugänglich sein kann, beispielsweise wenn sich der/die Befragte zuvor noch nie Gedanken über seine/ihre Einstellung gegenüber Anglizismen gemacht hat. Ebenso wäre es möglich, dass eine Person nach Anglizismen gefragt, diese explizit negativ beurteilt, weil deren Verwendung für sie reines Imponiergehabe darstellt, obwohl sie unbewusst durchaus beeindruckt sein könnte, wenn ein/e SprecherIn solche Wörter flüssig und anstrengungslos in seine/ihre Rede einbaut. Folglich können explizit und implizit erfasste Einstellungen divergieren.

Wie aus den anfangs in diesem Beitrag berichteten Umfragen hervorgeht, scheint die Einstellung gegenüber Anglizismen maßgeblich von folgenden drei Faktoren abzuhängen: dem Alter, der Bildung und den Englischkenntnissen des/der Befragten. Entsprechend fanden diese Faktoren Berücksichtigung in den nun folgenden Studien.

Studie 1: Bewertung von Anglizismen durch Studierende

Inwieweit wirkt die Verwendung von Anglizismen kompetent oder sympathisch? Um dieser Frage nachzugehen, wurde in einer ersten Studie untersucht, wie die Verwendung von Anglizismen mit den Dimensionen Kompetenz und Wärme aus der Stereotypenforschung in Zusammenhang steht (Fiske et al. 2002; vgl. oben Kap. 2). In einer studentischen Stichprobe wurden dafür die Einstellungen gegenüber Anglizismen anhand von expliziten und impliziten Maßen erfasst. Die Stichprobe stellte hinsichtlich Alter, Bildung und Englischkenntnissen eine relativ homogene Gruppe dar. So waren die Studierenden eher jung, verfügten über einen höheren Bildungsabschluss (allgemeine Hochschulreife) und schätzten ihre Englischkenntnisse fast ausschließlich als gut bis sehr gut ein. In dieser ersten Studie wurden die drei Faktoren Alter, Bildung und Englischkenntnisse somit weitgehend konstant gehalten. In bisherigen Umfragen äußerten Personen mit diesen Eigenschaften, wie oben bereits erwähnt, eine positivere Einstellung gegenüber Anglizismen als Personen höheren Alters, als Personen mit einem niedrigeren Bildungsabschluss und als Personen mit schlechten Englischkenntnissen (z.B. Hoberg et al. 2008, Forsa 2008).

Als implizites Messverfahren wurde ein prominentes und viel verwendetes Verfahren mit guten psychometrischen Eigenschaften – der Implizite Assoziationstest (IAT) von Greenwald/McGhee/Schwartz (1998) – eingesetzt. Die Kernidee dieses computergestützten Verfahrens besteht darin, dass man die relative Assoziationsstärke zwischen verschiedenen Konzepten (z.B. die Assoziation zwischen Anglizismus und Kompetenz im Vergleich zur Assoziation

zwischen Deutsch und Kompetenz) dadurch messen kann, dass man Reaktionszeiten bei einer Zuordnungsaufgabe erfasst. So bestand die Aufgabe der ProbandInnen in der vorliegenden Studie darin, z.B. Anglizismen und entsprechende deutsche Begriffe per Tastendruck den Kategorien *Anglizismus* versus *Deutsch* zuzuordnen. Befand sich die Kategorie *Anglizismus* beispielsweise auf der linken Bildschirmseite und die Kategorie *Deutsch* auf der rechten, so musste der Stimulus *Job* durch Drücken einer linken Taste der Kategorie *Anglizismus* und der Stimulus *Arbeit* durch Drücken einer rechten Taste der Kategorie *Deutsch* zugeordnet werden. Alternierend dazu hatten die ProbandInnen die Aufgabe kompetente und inkompetente Eigenschaftswörter (z.B. *intelligent* und *ungebildet*) oder warme und kalte Eigenschaftswörter (z.B. *herzlich* und *distanziert*) den Kategorien *kompetent* versus *inkompetent* bzw. *warm* versus *kalt* zuzuordnen. Um automatische Reaktionen zu erfassen, wurden die ProbandInnen instruiert, so schnell und akkurat wie möglich zu reagieren.

Entscheidend ist beim IAT, dass es eine im Sinne der zu messenden Assoziationen kompatible und inkompatible Kombination gibt. Unter der Annahme, dass Anglizismen Kompetenz signalisieren, mussten die ProbandInnen dieser Studie in Durchgängen mit kompatibler Kombination z.B. auf Anglizismen und kompetente Stimuli mit ein und derselben Taste antworten und auf deutsche Begriffe und inkompetente Stimuli mit einer anderen Taste. In Durchgängen mit inkompatibler Kombination wurde dann – genau entgegengesetzt – eine Antworttaste zusammen für Anglizismen und inkompetente Stimuli verwendet und eine andere Antworttaste gemeinsam für deutsche Begriffe und kompetente Stimuli. Der Unterschied in den mittleren Reaktionszeiten zwischen kompatibler und inkompatibler Kombination kann dann als Maß für die automatische (assoziative) Präferenz für Anglizismus oder Deutsch interpretiert werden. Wurde in dieser Studie beispielsweise schneller reagiert, wenn sich Anglizismen und kompetente Stimuli eine Taste teilten, als wenn für deutsche Begriffe und kompetente Stimuli dieselbe Taste gedrückt werden musste, sprach dies für eine vergleichsweise stärkere Assoziation zwischen Anglizismus und Kompetenz als zwischen Deutsch und Kompetenz.

Um die impliziten Einstellungen gegenüber der Verwendung von Anglizismen differenziert erfassen zu können, wurden vier IATs entwickelt. Zum einen wurde variiert, ob die ProbandInnen die Stimuli den Kategorien *kompetent* versus *inkompetent* (Kompetenzdimension) oder *warm* versus *kalt* (Wärmedimension) zuordnen mussten. Zum anderen wurden für die Kategorien *Anglizismus* versus *Deutsch* entweder Begriffe aus dem beruflichen Kontext (z. B.

Meeting und Besprechung) oder dem privaten Kontext (z. B. Outfit und Kleidung) verwendet. Diese Unterscheidung in einen beruflichen und einen privaten Kontext erschien wichtig, da Anglizismen je nach Kontext mit unterschiedlichen Stereotypen verbunden sein können. So könnte beispielsweise die Verwendung von Anglizismen im Berufskontext als kompetent empfunden werden, weil Anglizismen in diesem Bereich häufig Fachausdrücke repräsentieren, wohingegen die Verwendung von Anglizismen im Freizeitkontext weniger kompetent wirken könnte, wenn Anglizismen z. B. als Erscheinung der modernen Jugendsprache aufgefasst werden. Folglich gab es einen Kompetenz-IAT und einen Wärme-IAT mit berufsspezifischen Stimuli (Kompetenz-Berufs-IAT und Wärme-Berufs-IAT) und einen Kompetenz- wie auch einen Wärme-IAT mit freizeitspezifischen Stimuli (Kompetenz-Freizeit-IAT und Wärme-Freizeit-IAT). Da die im IAT verwendeten Stimuli die Reaktionszeiten erheblich beeinflussen können (z. B. Bluemke/Friese 2006, Steffens/Plewe 2001), wurden die Stimuli der entwickelten IATs mit großer Sorgfalt anhand einer Vorstudie ausgewählt. Die ausgewählten Anglizismen und deutschen Begriffe sind in Tabelle 1 dargestellt. Für die Kompetenz- und Wärmedimension wurden die folgenden Eigenschaftswörter verwendet: *intelligent, fähig, belesen, effizient* und *selbstsicher* als kompetente Stimuli, *naiv, unfähig, ungebildet, ineffizient* und *unsicher* als inkompetente Stimuli, *freundlich, herzlich, wohlmeinend, gutmütig* und *ehrlich* als warme Stimuli sowie *abweisend, distanziert, feindselig, hartherzig* und *scheinheilig* als kalte Stimuli.

Berufs-IAT		Freizeit-IAT	
Anglizismus	Deutsch	Anglizismus	Deutsch
<i>Marketing</i>	<i>Vertrieb</i>	<i>Teenager</i>	<i>Jugendlicher</i>
<i>Deadline</i>	<i>Frist</i>	<i>Look</i>	<i>Aussehen</i>
<i>Know-how</i>	<i>Fachwissen</i>	<i>Lifestyle</i>	<i>Lebensstil</i>
<i>Handling</i>	<i>Handhabung</i>	<i>City</i>	<i>Stadt</i>
<i>Meeting</i>	<i>Besprechung</i>	<i>Sound</i>	<i>Klang</i>
<i>Job</i>	<i>Arbeit</i>	<i>Story</i>	<i>Geschichte</i>
<i>Feedback</i>	<i>Rückmeldung</i>	<i>Jackpot</i>	<i>Hauptgewinn</i>
<i>Consulting</i>	<i>Beratung</i>	<i>Outfit</i>	<i>Kleidung</i>
<i>Management</i>	<i>Geschäftsleitung</i>	<i>Poser</i>	<i>Angeber</i>
<i>Workshop</i>	<i>Seminar</i>	<i>Lolly</i>	<i>Lutscher</i>

Tabelle 1: Anglizismen und deutsche Begriffe aus den entwickelten IATs.

Alle ProbandInnen bearbeiteten nur einen der vier IATs. Im Anschluss wurden die expliziten Einstellungen erfasst. Die ProbandInnen wurden gebeten für jeden Anglizismus und deutschen Begriff aus dem zuvor absolvierten IAT anzugeben, inwieweit sie dessen Verwendung als kompetent versus inkompetent

bzw. warm versus kalt einstufen würden. Die ProbandInnen wurden zudem nach einer Kompetenz- und Wärmebeurteilung der Verwendung von Anglizismen im Allgemeinen gefragt. Zum Schluss wurden noch demographische Angaben einschließlich der Englischkenntnisse abgefragt.

Ergebnisse: Auf den impliziten Maßen fand sich unabhängig vom Verwendungskontext (beruflich vs. privat) eine klare Bevorzugung der deutschen Begriffe sowohl auf der Kompetenz- als auch auf der Wärmedimension. Mit anderen Worten: deutsche Stimuli wurden im Durchschnitt eher mit Kompetenz und Wärme assoziiert, während Anglizismen eher mit Inkompetenz und Kälte in Verbindung gebracht wurden.

Im Hinblick auf die expliziten Kompetenzbeurteilungen der IAT-Stimuli wurden die deutschen Begriffe ebenfalls durchweg als eher kompetent eingestuft, d. h. die Urteile lagen über dem Skalenmittelpunkt. Die Verwendung von Anglizismen aus dem Berufskontext wurde vergleichbar kompetent beurteilt, wohingegen die Anglizismen aus dem Freizeitkontext eine Abwertung erfuhren. Folglich wirkte die Verwendung von Anglizismen aus dem Freizeitkontext auf Studierende im Durchschnitt weniger kompetent als die Verwendung entsprechender deutscher Begriffe. Hinsichtlich der expliziten Wärmebeurteilungen der IAT-Stimuli erhielten sowohl deutsche Begriffe als auch Anglizismen im Mittel eine neutrale Bewertung, d. h. die Urteile lagen nahe dem Skalenmittelpunkt und unterschieden sich nicht. Die implizite Präferenz für deutsche Begriffe gegenüber Anglizismen konnte somit explizit nur in der Bedingung Kompetenz-Freizeit-IAT wiedergefunden werden. In der Bedingung Kompetenz-Berufs-IAT fiel der Unterschied zwischen implizitem und explizitem Urteil hingegen am größten aus.

Die expliziten Kompetenz- und Wärmeurteile der Verwendung von Anglizismen im Allgemeinen lagen im Durchschnitt nahe dem Skalenmittelpunkt. Der zuvor bearbeitete IAT hatte jedoch einen Einfluss auf die expliziten Kompetenzurteile. So wirkte die Verwendung von Anglizismen im Allgemeinen nach einem Berufs-IAT eher kompetent, während sie nach einem Freizeit-IAT eher inkompetent wirkte. Betrachtet man die expliziten Wärmeurteile, so nahmen Studierende unabhängig vom vorausgehenden IAT die Verwendung von Anglizismen allgemein im Mittel weder als besonders warm noch als besonders kalt wahr.

Die Ergebnisse zeigen, dass explizit und implizit erfasste Einstellungen gegenüber der Verwendung von Anglizismen nicht immer übereinstimmen. So spiegelten sich die situationsübergreifenden impliziten Präferenzen der Stu-

dierenden für deutsche Wörter explizit lediglich in den Kompetenzbeurteilungen von Anglizismen und deutschen Begriffen aus dem Freizeitkontext wider. Dass sich hinsichtlich der Begriffe aus dem Berufskontext explizit keine Bevorzugung deutscher Begriffe gegenüber Anglizismen zeigte, könnte beispielsweise an der bereits festen Etablierung von Anglizismen im Berufskontext und der damit einhergehenden weit verbreiteten Überzeugung liegen, dass die Verwendung von Anglizismen im Berufskontext von Kompetenz zeugt. Diese Annahme wird durch die Ergebnisse bezüglich der expliziten Bewertung von Anglizismen im Allgemeinen unterstützt. So deutet der Einfluss des Kontextes (beruflich vs. privat) des zuvor absolvierten IATs an, dass verstärkt an die Begriffe aus dem IAT gedacht wurde. Es scheint demnach so zu sein, dass die Verwendung von Anglizismen aus dem Berufskontext explizit eher als kompetent, die Verwendung von Anglizismen aus dem Freizeitkontext dagegen eher als inkompetent beurteilt wurde. Die Ergebnisse der impliziten Messung weisen jedoch darauf hin, dass es sich dabei um ein übernommenes Urteil handelt, das noch nicht so stark verinnerlicht ist, dass es sich auch in den automatischen Präferenzen widerspiegelt.

Studie 2: Vergleich von Studierenden und Nicht-Studierenden

In einem nächsten Schritt wurden in einer zweiten Studie explizite und implizite Einstellungen gegenüber der Verwendung von Anglizismen anhand einer breiteren Stichprobe untersucht. Wie bereits herausgestellt, hängt die Einstellung gegenüber Anglizismen insbesondere von den Faktoren Alter, Bildung und Englischkenntnisse ab. Um diese Einflussfaktoren übergreifend untersuchen zu können, wurde in Studie 2 eine studentische mit einer nicht-studentischen Stichprobe verglichen. Die nicht-studentische Stichprobe setzte sich aus Auszubildenden, Erwerbstätigen, RentnerInnen und Arbeitslosen zusammen. Die Nicht-Studierenden in Studie 2 waren damit zum einen signifikant älter, hatten im Mittel einen niedrigeren Bildungsabschluss und gaben geringere Englischkenntnisse an als die Studierenden.

Das Vorgehen und das verwendete Material wurden bis auf die folgenden Veränderungen aus der ersten Studie übernommen. Aufgrund der Priorität von Kompetenzeinschätzungen im Berufskontext und von Wärmeeinschätzungen im Freizeitkontext wurde in der vorliegenden Studie nur der Kompetenz-Berufs-IAT und der Wärme-Freizeit-IAT eingesetzt, so dass es je Studierendenstatus (Studierende versus Nicht-Studierende) zwei Versuchsgruppen gab. Zudem wurde mit den expliziten Maßen primär erfasst, wie kompetent und warm die Verwendung von Anglizismen im Allgemeinen beurteilt wurde.

Dazu mussten bezüglich der Aussage „Die Verwendung von Anglizismen wirkt meiner Meinung nach eher...“ Urteile anhand von Wortpaaren gefällt werden, die entweder Kompetenz-/Inkompetenzeinschätzungen bzw. Wärme-/Kälteeinschätzungen repräsentierten (z. B. *fähig – unfähig* bzw. *freundlich – abweisend*).

Ergebnisse: Wie in der ersten Studie zeigte sich auf den impliziten Maßen generell eine klare Bevorzugung der deutschen Begriffe. Demnach besaßen die ProbandInnen im Hinblick auf den Berufskontext durchschnittlich stärkere Assoziationen zwischen Deutsch und Kompetenz als zwischen Anglizismus und Kompetenz und hinsichtlich des Freizeitkontextes durchschnittlich stärkere Assoziationen zwischen Deutsch und Wärme als zwischen Anglizismus und Wärme. Darüber hinaus war die implizite Präferenz für deutsche Begriffe gegenüber Anglizismen unabhängig vom Bewertungskontext (Kompetenz/Beruf vs. Wärme/Freizeit) bei Nicht-Studierenden stärker ausgeprägt als bei Studierenden.

Bei den expliziten Kompetenzurteilen bezüglich der Verwendung von Anglizismen im Allgemeinen ergaben sich wie in Studie 1 erneut unterschiedliche Bewertungen in Abhängigkeit vom Kontext (beruflich vs. privat) des vorangehenden IATs. So schätzten die ProbandInnen nach Bearbeitung des Kompetenz-Berufs-IATs die Verwendung von Anglizismen im Durchschnitt als eher kompetent ein, wobei die Kompetenzurteile der Nicht-Studierenden höher ausfielen als die der Studierenden. Nach Bearbeitung des Wärme-Freizeit-IATs wurde die Verwendung von Anglizismen hingegen von beiden Gruppen durchschnittlich weder als besonders kompetent noch als besonders inkompetent bewertet. Die expliziten Wärmeurteile blieben vom jeweiligen IAT unberührt. So gaben sowohl Studierende als auch Nicht-Studierende an, dass die Verwendung von Anglizismen im Allgemeinen auf sie weder besonders warm noch besonders kalt wirke.

Die Ergebnisse aus der ersten Studie, die an einer rein studentischen Stichprobe durchgeführt wurde, konnten anhand der teilnehmenden Studierenden dieser zweiten Studie repliziert werden. Wie in Studie 1 zeigten die Studierenden dieser Studie eine implizite Präferenz für deutsche Begriffe gegenüber Anglizismen sowohl auf der Kompetenz- als auch auf der Wärmedimension. Explizit wirkte die Verwendung von Anglizismen im Allgemeinen auf die Studierenden wieder nur nach Bearbeitung eines Berufs-IATs eher kompetent und unabhängig vom Kontext als weder besonders warm noch besonders kalt. Für die Nicht-Studierenden zeigte sich ein vergleichbares Muster. Allerdings fiel in der nicht-studentischen Stichprobe der Unterschied zwischen implizitem

und explizitem Urteil noch größer aus als in der studentischen Stichprobe, wobei er in der Bedingung Kompetenz-Berufs-IAT am größten war. So zeigten die Nicht-Studierenden im Vergleich zu den Studierenden einerseits eine stärkere implizite Präferenz für deutsche Begriffe gegenüber Anglizismen und andererseits nach Bearbeitung des Berufs-IATs eine höhere explizite Kompetenzeinschätzung bezüglich der Verwendung von Anglizismen. Das Alter, die Bildung und die Englischkenntnisse einer Person spielen demnach in der Tat eine tragende Rolle bei der Einstellung gegenüber Anglizismen. Interessanterweise belegen die vorliegenden Studien dies auch für implizite Urteile und nicht nur für explizit geäußerte allgemeine Einstellungen, wie sie in bisherigen Studien erfasst wurden.

Der signifikante Einfluss des absolvierten IATs auf das explizite Kompetenzurteil bezüglich der Verwendung von Anglizismen im Allgemeinen deutet darauf hin, dass bei der expliziten Beurteilung überwiegend an die Anglizismen aus dem IAT gedacht wurde. Somit scheint es, dass die Verwendung von Anglizismen aus dem Berufskontext, aber nicht die Verwendung von Anglizismen aus dem Freizeitkontext, explizit kompetent wirkte. Explizit wurde vermutlich lediglich die stark verankerte Annahme wiedergegeben, dass die Verwendung von Anglizismen im Berufskontext aufgrund ihres Status als Fachbegriffe Kompetenz ausstrahlt. Diese Ansicht wurde zudem von Nicht-Studierenden stärker zum Ausdruck gebracht als von Studierenden.

Studie 3: Anglizismenbewertung im Kontext der Personalauswahl

In den ersten beiden Studien konnte gezeigt werden, dass bezüglich des Berufskontextes implizit eine Präferenz für deutsche Begriffe gegenüber Anglizismen dominierte, wohingegen explizit die Verwendung von Anglizismen aus dem Berufskontext vergleichbar kompetent wie die Verwendung entsprechender deutscher Begriffe beurteilt wurde. Wie sieht es aber nun in Bezug auf das Verhalten im Berufskontext aus? Führt die Verwendung von Anglizismen z. B. in einem Personalauswahlverfahren zur gleichen Einstellungsentscheidung wie die reine Verwendung äquivalenter deutscher Begriffe? Im Rahmen einer Diplomarbeit am Lehrstuhl Sozialpsychologie der Universität Mannheim (Sawatzki 2010) wurde zur Beantwortung dieser Frage untersucht, ob die Verwendung von Anglizismen die Personenwahrnehmung im Kontext der Personalauswahl beeinflusst. Die Stichprobe bestand überwiegend aus Studierenden, einer Stichprobe also, die den bisher dargestellten Befunden zufolge weniger negative Einstellungen gegenüber der Verwendung von Anglizismen besitzen sollte. Die ProbandInnen erhielten die Information, diese

Studie untersuche Faktoren, die bei der Personalauswahl und der Bewertung von Führungsqualifikationen eine Rolle spielen können. Zuerst bekamen die ProbandInnen eine Stellenausschreibung für eine leitende Position im Vertrieb und Marketing einer fiktiven Firma vorgelegt. Anschließend wurden ihnen Ergebnisse eines Einstellungstests eines angeblichen Bewerbers oder einer angeblichen Bewerberin präsentiert. Die Ergebnisse des Einstellungstests waren so gewählt, dass die ProbandInnen glaubten, der/die BewerberIn habe gut abgeschnitten, um eine grundlegende Eignung für die Stelle sicherzustellen. Anschließend hörten alle ProbandInnen einen Ausschnitt aus dem Vorstellungsgespräch des angeblichen Bewerbers bzw. der angeblichen Bewerberin, in dem ein fiktiver Interviewer dem/der BewerberIn zwei Fragen stellte, die sich auf den beruflichen Kontext bezogen (z. B. „Auf welchen Bereich haben Sie Ihren Studienschwerpunkt gelegt?“), und zwei Fragen, die den privaten Kontext ansprachen (z. B. „Was machen Sie gerne in Ihrer Freizeit?“). Der/die BewerberIn verwendete Anglizismen entweder nur bei den Antworten auf die Fragen zum beruflichen Kontext oder nur bei den Antworten auf die Fragen zum privaten Kontext. In einer weiteren Versuchsbedingung antwortete der/die BewerberIn ohne einen Anglizismus zu verwenden. Folglich gab es drei Versuchsgruppen: keine Anglizismen versus Anglizismen im Berufskontext versus Anglizismen im Freizeitkontext. Inhaltlich waren die Hörbeispiele für alle Versuchsgruppen gleich, außer dass gegebenenfalls entsprechende deutsche Begriffe durch Anglizismen ersetzt wurden. So lautete z. B. die Antwort auf die Frage „Auf welchen Bereich haben Sie Ihren Studienschwerpunkt gelegt?“ unter Verwendung von Anglizismen wie folgt (in Klammern ist jeweils ein entsprechendes deutsches Äquivalent angeführt):

„Ich habe meine Schwerpunkte auf die Bereiche *Sales* und *Marketing* (Vertrieb und Verkaufsförderung) gelegt. Sowohl das *Internship* (die Tätigkeit) in einer Werbeagentur, die sich vornehmlich mit *B2B* (dem Handel zwischen gewerblichen Anbietern) beschäftigt, als auch die Tätigkeit im *Key Account Management* eines *Global Players* (die Betreuung von Großkunden eines weltweit tätigen Unternehmens) im Rahmen einer Werkstudententätigkeit haben mir meine Vorlieben und Fähigkeiten verdeutlicht.“

Die Antwort auf die Frage „Was machen Sie gerne in Ihrer Freizeit?“ lautete hingegen:

„Sportlich *power* (verausgabe) ich mich am liebsten beim *Joggen* (Laufen) aus – da kann ich gut den Kopf frei bekommen. Zum *Relaxen* (Entspannen) lese ich am liebsten, besonders *Short Stories* (Kurzgeschichten).“

Im Anschluss an das Hörbeispiel gaben die ProbandInnen an, ob sie den/die BewerberIn einstellen würden und beurteilten ihn/sie hinsichtlich Qualifikation und sprachlicher Kompetenz.

Ergebnisse: Es zeigte sich, dass die Verwendung von Anglizismen die Einstellungschancen des Bewerbers bzw. der Bewerberin deutlich verringerte. Im Gegensatz zur ausschließlichen Nutzung deutscher Begriffe führte die Verwendung von Anglizismen zu niedrigeren Qualifikationsbewertungen und einer geringer eingeschätzten sprachlichen Kompetenz des Bewerbers bzw. der Bewerberin. Auf die Frage, wie verständlich sich der/die BewerberIn ausgedrückt habe, wurden bei der Verwendung von Anglizismen ebenfalls schlechtere Bewertungen abgegeben. Ob Anglizismen bei den Antworten auf die Fragen zum beruflichen oder zum privaten Kontext verwendet wurden, hatte dabei keinen Einfluss auf die Urteile.

Wie beim impliziten Urteil in den ersten beiden Studien scheint also auch bei tatsächlichem Verhalten im Berufskontext eine Präferenz für die deutsche Sprache gegenüber einer Vermischung des Deutschen und Englischen vorzuliegen.

Diskussion: In den ersten beiden Studien wurde untersucht, inwieweit die Verwendung von Anglizismen kompetent bzw. sympathisch wirkt. Da in bisherigen Umfragen die Einstellung gegenüber Anglizismen von Alter, Bildung und Englischkenntnissen abhing, wurde der Einfluss dieser Faktoren in einer ersten Studie zunächst konstant gehalten. In Studie 1 wurden deshalb die Einstellungen von Studierenden – einer hinsichtlich der genannten Einflussfaktoren relativ homogenen Gruppe – erfasst. Studie 2 verglich daran anschließend die Einstellungen von Studierenden und Nicht-Studierenden, um übergreifend die Auswirkungen der genannten Einflussfaktoren zu untersuchen. In beiden Studien wurden die Einstellungen sowohl explizit als auch implizit erfasst, weil nicht alle Gefühle und Reaktionen auf ein Einstellungsobjekt wie Anglizismen introspektiv zugänglich sein müssen, was die vorliegenden Ergebnisse auch bestätigen. So zeigten alle ProbandInnen eine implizite Präferenz für Deutsch gegenüber Anglizismen, die bei Nicht-Studierenden stärker ausgeprägt war als bei Studierenden. Explizit konnte die Bevorzugung von Deutsch gegenüber Anglizismen ausschließlich in der studentischen Stichprobe hinsichtlich des Kompetenzurteils über die Verwendung von Anglizismen und deutschen Begriffen aus dem Freizeitkontext wiedergefunden werden. Die Verwendung von Anglizismen aus dem Berufskontext wurde hingegen vergleichbar kompetent eingestuft wie die Verwendung entsprechender deutscher

Begriffe. Dieses Ergebnis könnte auf eine verbreitete Meinung zurückgeführt werden, dass die Verwendung von Anglizismen im Berufskontext ein Signal für Kompetenz darstellt. Für diese Annahme spricht der Befund, dass nur nach Bearbeitung eines Berufs-IATs die Verwendung von Anglizismen allgemein eher kompetent wirkte, aber nicht nach einem Freizeit-IAT. Offenbar dachten die ProbandInnen verstärkt an die Begriffe aus dem zuvor bearbeiteten IAT und fällten ihr Urteil danach, wie kompetent die Verwendung von Anglizismen aus dem Berufskontext oder aus dem Freizeitkontext auf sie wirkte. Die expliziten Wärmeurteile fielen hingegen im Durchschnitt neutral aus. Die Verwendung von Anglizismen wurde explizit weder als besonders warm noch als besonders kalt bewertet. Dieser Befund entspricht dem Ergebnis der Schülerstudie aus Rothe (in diesem Band, Kap. 1), dass nur ungefähr ein Drittel der Schüler Englisch als sympathisch bewertete, während über zwei Drittel Englisch als Wunschsprache angaben. Und auch die Korrelation zwischen diesen beiden Angaben fiel mit $r = 0,18$ eher niedrig aus. Die Motivation Englisch zu lernen, scheint also weniger darauf zurückzuführen zu sein, dass Englisch sympathisch wirkt als darauf, dass man sich Kompetenz- und Berufsvorteile vom Beherrschen der Sprache verspricht.

Der Unterschied zwischen implizitem und explizitem Urteil war in der nicht-studentischen Stichprobe zudem größer als in der studentischen Stichprobe. Alter, Bildung und Englischkenntnisse beeinflussten also sowohl die implizite als auch die explizite Kompetenz- und Wärmebeurteilung bezüglich der Verwendung von Anglizismen. Diese Befunde bestätigen und erweitern somit vorangehende Studienergebnisse zu allgemeinen explizit geäußerten Einstellungen.

In einer weiteren Studie wurde gezeigt, dass die Verwendung von Anglizismen auch einen entscheidenden Einfluss auf die Verhaltenskomponente der Einstellung im Bereich der Personalauswahl haben kann. So verringerte die Verwendung von Anglizismen in einem Vorstellungsgespräch die Einstellungschancen deutlich und führte zu einer niedrigeren Qualifikationsbewertung sowie einer geringeren zugeschriebenen sprachlichen Kompetenz des Bewerbers bzw. der Bewerberin. An dieser Stelle muss jedoch darauf hingewiesen werden, dass die Manipulation der Anglizismen auch sehr auffällig erfolgte, so dass weitere Studien replizieren müssen, ob auch ein etwas gemäßigter Einsatz von Anglizismen ähnlich negative Urteile provoziert. Allerdings zeigen auch andere Ergebnisse aus dem vorliegenden Projekt, dass sprachliche Merkmale den ersten Eindruck so dominieren können, dass sie

alle anderen Informationen überschreiben (vgl. Kap. 4 und 5). Da es bei den meisten Berufen vorrangig um Leistungen und inhaltliche Argumente geht, bleibt dennoch zu hoffen und wohl auch zu erwarten, dass sich die Verantwortlichen in der Personalauswahl nicht ausschließlich vom ersten Eindruck leiten lassen. Schließlich liegen in einem realen Bewerbungsverfahren weit-aus mehr Informationen über eine/n BewerberIn vor als in den vorliegenden Studien.

4. **Denglisch? – Die Wirkung deutscher Akzente im Englischen**

Denglisch bezeichnet eine Vermischung des Deutschen und Englischen und wird meist als kritischer Ausdruck für den Gebrauch von Anglizismen im Deutschen verwendet (Duden 2009, Hoberg 2002). Im vorliegenden Teilprojekt wurde das Augenmerk auf eine andere Form der Vermischung von Deutsch und Englisch auf phonetischer Ebene gelegt – auf die Aussprache der englischen Sprache mit einem deutschen Akzent (Roessel 2010, Roessel et al. eingereicht).

Als moderne *lingua franca* dient Englisch heute als globales Kommunikationsmittel, das die Verständigung zwischen Menschen unterschiedlicher Muttersprachen ermöglicht (Dewey 2007). Nicht nur auf Auslandsreisen, sondern auch innerhalb Deutschlands finden täglich Konversationen auf Englisch statt – Universitäten mit englischem Lehrangebot und Graduiertenschulen, internationale Kongresse und Unternehmen mit einer „Corporate Language English“ nehmen hierbei eine Vorreiterrolle ein (Graddol 2006, vgl. auch Stickel in diesem Band, Kap. 7). In allen Schulformen wird Englisch spätestens ab der fünften Klasse unterrichtet und 81 Prozent der Deutschen sehen Englisch als wichtigste Sprache für ihre persönliche Entwicklung und Karriere an (Eurobarometer 2006). Diese Überzeugung scheint sich schon früh zu entwickeln wie die in Rothe (in diesem Band, Kap. 1) dargestellte Schülerstudie zeigte. Hier gaben nicht nur 75,4 Prozent der SchülerInnen an, dass Englisch in der Schule gelernt werden sollte, sondern 77,1 Prozent der SchülerInnen wünschte sich zudem, Englisch perfekt zu können.

Doch während Motivation und Anstrengung zur Erlangung sehr guter Vokabel- und Grammatiknutzung in einer Fremdsprache führen können, ist der willentliche Einfluss auf akzentfreies Sprechen jedoch wesentlich geringer. Wer nicht schon in frühen Jahren z. B. mit englischsprachigen MuttersprachlerInnen Kontakt hatte, wird in der Regel immer einen Akzent behalten (Birdsong 2006, Moyer 2004, Piske/MacKay/Flege 2001). Obwohl die korrekte Aus-

sprache einer Fremdsprache in der Tat unabhängig von Intelligenz ist (Gardner/Lambert 1965), wirken Personen, die akzentfrei Englisch sprechen, häufig kompetenter auf uns. Komplementär dazu gibt es zahlreiche Studien, die niedrigere Kompetenzbewertungen bei fremdsprachigen Akzenten belegen (Giles/Billings 2004, Gluszek/Dovidio 2010). In vier Studien wurde, an diese Beobachtungen anknüpfend, die Wirkung eines deutschen Akzents beim Sprechen der englischen Sprache untersucht. Alle Studien wurden in den Kontext einer vorgeblichen Personalauswahlsituation an einer Universität eingebettet, um die Relevanz von „gutem“ Englisch zum einen durch die Personalauswahlsituation (Notwendigkeit einer positiven Selbstdarstellung) und zum anderen durch den Kontext Universität (Bedeutung von Internationalisierung) aufzugreifen.

Studie 1: Deutsche Akzente im Englischen bei der Personalauswahl

Die erste Studie, deren Daten im Rahmen einer Diplomarbeit am Lehrstuhl Sozialpsychologie der Universität Mannheim erhoben wurden (Oltscher 2011), sollte zunächst klären, ob ein deutscher Akzent im Englischen zu einer nachteiligen Bewertung führt. Die Wirkung des eigenen Akzents in einer Fremdsprache wurde außerhalb von inhärent negativ assoziierten Immigrationskontexten noch nicht untersucht (z.B. Callan/Gallois/Forbes 1983, Ryan/Carranza 1975). Die Wahl des Universitätskontexts für die vorliegende Untersuchung bot mit Verweis auf die zunehmende Internationalisierung von Universitäten einen neutralen Grund, den Teilnehmenden englische Hörproben zu präsentieren. Den studentischen ProbandInnen wurde gesagt, es ginge um die Besetzung einer Juniorprofessur an einer deutschen Universität. Sie hörten daraufhin Auszüge aus dem vermeintlichen Berufungsverfahren einer deutschen Bewerberin, das auf Englisch stattgefunden habe. Wichtig dabei war jedoch, dass die ProbandInnen ferner informiert wurden, dass die spätere Unterrichtssprache Deutsch sei, damit sicher gestellt war, dass die englische Aussprache der Bewerberin keinerlei Bedeutung für ihre Qualifikation hatte.

Bei der präsentierten Hörprobe handelte es sich um die Antwort auf die Frage „Was macht Sie zu einer guten Dozentin für Ihre Studierenden?“. Den ProbandInnen wurde dann ein englisches Hörbeispiel präsentiert, das von einer Deutschen entweder nahezu akzentfrei oder mit einem starken deutschen Akzent gesprochen worden war. Um den internationalen Standard einer englischen Muttersprachlerin zum Vergleich heranziehen zu können, wurde einem weiteren Teil der ProbandInnen eine Hörprobe einer amerikanischen Sprecherin dargeboten, wobei den ProbandInnen hier gesagt wurde, dass es sich um die

Besetzung einer Juniorprofessur an einer Universität in den USA handele. Bei den knapp einminütigen Aufnahmen wurde auf vergleichbare Sprechgeschwindigkeit, Intonation und wahrgenommene Motiviertheit der Sprecherinnen geachtet. Neben der Aussprache wurde die Güte der genannten Argumente variiert. Entweder nannte die Bewerberin starke Argumente (z. B. eine klare Struktur ihrer Seminare und Expertise) oder sie gab schwache Argumente an (z. B. sie habe schon immer davon geträumt, Professorin zu werden, oder sie gehe gern auf Studentenpartys). Die zugrunde liegenden Texte waren gleich lang und in korrekter englischer Grammatik verfasst. So lautete der Text für die starken Argumente:

„In my opinion, I have several characteristics which I find essential to be a good lecturer. Well, first of all, my courses and seminars all have a clear structure. This gives the students a good base for test preparations and makes it easy to follow my arguments and explanations. And I really enjoy teaching in general. I love to teach young people in my area of expertise, see their enthusiasm for the subject grow and watch their progress over the semester. Additionally, I put a lot of time into the preparation of the courses. In my opinion it's important to provide examples of the latest research rather than relying only on textbooks as teaching material. To me all this is fundamental for working with students and therefore I think I have been a good lecturer so far.“

Starke wie auch schwache Argumente begannen und schlossen mit demselben ersten und letzten Satz. Der eingebettete Text für die schwachen Argumente war wie folgt:

„Well, first of all, I always dreamed of working as a professor at a university. It's always been what I wanted to do. And I like to get to know my students outside of school, for example, at parties or other events at the university. I think it's important to meet them in their free time as well, not just in class lecturing about course material. Additionally, my own children are studying as well and I learn a lot about their difficulties as when they plan hectic schedules under strict deadlines. So I have a great understanding of the problems students have nowadays.“

Im Anschluss an das Hörbeispiel bewerteten die ProbandInnen die Bewerberin. Da alle ProbandInnen nur eine Bewerberin hörten, resultierten mit den schwachen versus starken Argumenten bei einem kaum hörbaren versus einem starken deutschen Akzent im Englischen versus amerikanischem Englisch sechs Versuchsgruppen, die eine Untersuchung des relativen Einflusses von Akzent versus Argumenten erlaubten.

Ergebnisse: Es zeigte sich, dass die Bewerberinnen mit einem starken deutschen Akzent deutlich seltener Einstellungsempfehlungen und niedrigere Qualifikationsbewertungen erhielten als die Bewerberinnen, die nahezu akzentfrei sprachen oder solche mit Englisch als Muttersprache. Obwohl die Englisch-Muttersprachlerinnen nicht in einer Fremdsprache redeten und somit keine besondere sprachliche Kompetenz zeigten, wurden sie sogar leicht positiver bewertet als die fast akzentfrei sprechenden deutschen Bewerberinnen. Darüber hinaus hatte die Güte der inhaltlichen Argumente einen Einfluss auf die Einstellungsempfehlung. Wie zu erwarten war, führten starke Argumente eher zu einer befürwortenden Einstellungsentscheidung und besseren Qualifikationsbewertungen als schwache. Dies galt allerdings nur für die Bewerberinnen mit einem schwachen deutschen Akzent oder Englisch als Muttersprache. Demgegenüber entschieden sich zwei Drittel der ProbandInnen unabhängig von der Güte der Argumente gegen eine Einstellung, wenn die Bewerberin Englisch mit einem starken deutschen Akzent gesprochen hatte. Hier wurden die Argumente offenbar überhaupt nicht mehr für die Qualifikationsbewertung herangezogen. Weitere Analysen zeigten, dass diese negativen Bewertungen zu einem Großteil auf negative Gefühle, die durch den starken Akzent ausgelöst wurden, zurückgeführt werden können.

Studie 2: Kontrolle von Vorurteilen gegenüber den Akzentsprecherinnen

Die erste Studie verdeutlicht, dass in Deutschland der eigene deutsche Akzent im Englischen mit einer negativen Einstellung auf allen Ebenen (geringe Kompetenzzuschreibung, negative Gefühle, Ablehnung einer Einstellung) verbunden ist. Dies ist angesichts der hohen Bedeutung des Englischen in unserer Gesellschaft ein praktisch sehr bedeutsamer Befund – nicht zuletzt ist Englisch auch die Kommunikationssprache in der Wissenschaft, in der argumentative Überzeugungskraft essentiell ist (Ammon 1991, Skudlik 1990). Vor diesem Hintergrund stellt sich zwangsläufig die Frage, ob solche negativen Reaktionen auf SprecherInnen mit Akzent unausweichlich sind bzw. wie ihnen entgegengewirkt werden kann. Studie 2 hatte daher zum Ziel zu untersuchen, ob Aufforderungen zur Kontrolle von Vorurteilen negative Reaktionen gegenüber einem starken deutschen Akzent abschwächen können. In der durchgeführten Onlinestudie an studentischen ProbandInnen wurde dasselbe Material wie in Studie 1 verwendet. Allerdings wurden die Hörbeispiele auf die Aufnahmen der deutschen Bewerberinnen mit starken Argumenten beschränkt. Es gab somit vier Versuchsgruppen: Die ProbandInnen hörten entweder eine Bewerberin, die Englisch nahezu ohne deutschen Akzent sprach,

oder eine Bewerberin, die mit einem starken deutschen Akzent sprach. Die eine Hälfte der ProbandInnen bekam die gleiche Beschreibung über das Bewerbungsverfahren wie in Studie 1, während bei der anderen Hälfte zusätzlich folgende Aufforderung zur Vorurteilstkontrolle eingebettet war:

„Bitte vergegenwärtigen Sie sich, dass die meisten der Bewerberinnen und Bewerber aufgrund des englischen Verfahrens nicht in ihrer Muttersprache sprechen. Aktuelle Forschung hat gezeigt, dass der Akzent von Personen beim Sprechen einer Fremdsprache die Wahrnehmung und Beurteilung durch andere verzerren kann. Wir möchten Sie aus diesem Grund bitten, sich in Ihrem Urteil nicht von einem möglichen Akzent der Bewerberin/des Bewerbers und Ihren hierdurch eventuell ausgelösten Gefühlen beeinflussen zu lassen. Versuchen Sie, möglichst eine vorurteilsfreie Bewertung abzugeben, bei der Sie sich nicht von Ihren Stereotypen leiten lassen.“

Ergebnisse: Zunächst zeigte sich der gleiche Effekt wie in Studie 1: Die Bewerberinnen mit einem starken deutschen Akzent erhielten seltener Einstellungsempfehlungen und schlechtere Qualifikationsbewertungen als die nahezu akzentfreien Bewerberinnen. Wurden die ProbandInnen jedoch aufgefordert, sich nicht von ihren Vorurteilen leiten zu lassen, stieg die Zahl der Einstellungsempfehlungen. Zudem unterschieden sich die Qualifikationsbewertungen nicht mehr bedeutsam zwischen Bewerberinnen mit einem starken und jenen mit einem schwachen Akzent. Auch berichteten die ProbandInnen in dieser Bedingung keine negativeren Gefühle mehr gegenüber dem starken Akzent. Die explizite Aufforderung, automatisch ausgelöste negative Reaktionen gegenüber einem Akzent zu kontrollieren, führte folglich zu einer erfolgreichen Korrektur der sonst benachteiligenden Bewertungen.

Studie 3: Bewertung eines deutschen Akzents in den USA

Vor dem Hintergrund, dass Personen, deren Muttersprache Englisch ist, den Standard in der internationalen Kommunikation diktieren, ist es weiterhin von großem Interesse, wie solche Personen „Denglisch“ bewerten. Zum einen könnte auch hier das Stereotyp „Akzent = geringe Kompetenz“ durchschlagen. Zum anderen könnten aber auch Assoziationen mit dem nationalen Stereotyp von „kompetenten und effizienten Deutschen“ (Katz/Braly 1933, Lindemann 2005, Poppe/Linssen 1999) die Urteile leiten. Ein Beispiel dafür, dass das deutsche Kompetenzstereotyp auch mit einem deutschen Akzent assoziiert ist, dürfte wohl Albert Einstein sein, der mit seinem <th> = [z] und <r> = [ʀ] die Wissenschaft eroberte. Für unsere Online-Studie konnten wir Studierende aus allen Staaten der USA gewinnen. Wir verwendeten dieselben Hörproben wie in Studie 1, so dass mit den drei Sprachvarietäten (starker oder

schwacher deutscher Akzent im Englischen und Englisch als Muttersprache) und den starken versus schwachen Argumenten sechs Versuchsgruppen gegeben waren. Den ProbandInnen wurden die Fragebögen aus Studie 1 in englischer Sprache präsentiert, wobei alle Versuchsgruppen nun die Information erhielten, dass es um die Besetzung einer Position als „assistant professor“ an einer Universität in den USA ginge. Hierdurch hätte man sogar eine kritischere Bewertung der Bewerberinnen als in den Studien 1 und 2 erwarten können, da alle ProbandInnen annehmen mussten, dass der Unterricht auf Englisch gehalten werde.

Ergebnisse: Im Gegensatz zu Studie 1, in der Bewerberinnen mit einem starken deutschen Akzent im Englischen unabhängig von der Güte der vorgebrachten Argumente eine schlechte Bewertung erfuhren, fanden wir in der amerikanischen Stichprobe für alle Sprachvarietäten, dass starke Argumente generell zu vermehrten Einstellungsempfehlungen und besseren Qualifikationsbewertungen führten als schwache Argumente. Weiterhin zeigte sich, dass die deutschen Bewerberinnen mit starkem wie auch mit schwachem Akzent sogar besser beurteilt wurden als die Englisch-Muttersprachlerinnen. Eine genauere Betrachtung zeigte, dass weniger die Stärke des Akzents als vielmehr die Information, dass die Bewerberin aus Deutschland sei, zu positiven Gefühlen bei den ProbandInnen führten. Interessant waren hier die offenen Kommentare der Teilnehmenden auf unsere Frage, was sie spontan mit einem deutschen Akzent oder deutschen Personen verbinden. Knapp ein Drittel der Befragten berichtete persönliche Verbindungen mit Deutschen, ein Viertel hatte Assoziationen mit dem Zweiten Weltkrieg (wobei hier oft hervorgehoben wurde, dass dies eher eine historische Verbindung sei und als Vergangenheit der Deutschen angesehen werde), ebenfalls ein Viertel dachte an gutes Essen oder deutsches Bier. Am verbreitetsten waren jedoch bei knapp vierzig Prozent der Befragten Assoziationen mit Eigenschaften wie Kompetenz, Effizienz oder deutscher Technik. Die Ergebnisse lassen die Frage offen, ob die positivere Bewertung hinsichtlich Eignung und Qualifikation der deutschen Bewerberinnen in der amerikanischen Stichprobe primär auf ein nationales Kompetenzstereotyp gegenüber den Deutschen zurückzuführen ist oder ob ihnen eine zusätzliche Kompetenz zugesprochen wurde, da sie sich fließend in einer Fremdsprache artikulieren konnten. Die ausbleibende Abwertung der Akzentsprecherinnen könnte jedoch auch auf eine allgemeine Aufgeschlossenheit gegenüber fremdsprachigen Akzenten der US-Studierenden zurückzuführen sein, da 93 Prozent der Teilnehmenden Erfahrung mit Lehrenden mit einem fremdsprachigen Akzent berichteten.

Studie 4: Akzentbewertung in den USA ohne gegebene Herkunftsinformation

In Studie 4 sollte abschließend untersucht werden, ob der deutsche Akzent überhaupt als solcher erkannt wird und ob sich die positivere Bewertung der deutschen Bewerberinnen, die in Studie 3 zu beobachten war, auch zeigt, wenn die ProbandInnen keine Information über die Herkunft der Bewerberinnen erhalten. Von dieser Änderung abgesehen, wurden dasselbe Versuchsmaterial und dieselben Hörbeispiele wie in Studie 3 verwendet. An der Onlinestudie nahmen Studierende aus allen Staaten der USA teil, wobei ausgeschlossen werden konnte, dass sich die Befragten aus Studie 3 erneut beteiligten.

Ergebnisse: Der Akzent der deutschen Bewerberinnen wurde nur von einem Viertel der ProbandInnen als deutscher Akzent erkannt. Andere Befragte hielten den Akzent häufig für asiatisch und zu ungefähr gleichen Anteilen für russisch, osteuropäisch oder für einen Akzent aus anderen Teilen Europas (oder der Welt bei wenigen Befragten). Die US-Studierenden waren folglich nicht besonders gut darin, die Herkunft von fremdsprachigen Akzenten zu erkennen. Ohne eine Information über die Herkunft der Bewerberinnen variierten die Einstellungsempfehlungen und Qualifikationsbewertungen jetzt nur noch in Abhängigkeit von der Güte der Argumente, während die Akzentstärke keinen bedeutsamen Einfluss auf das Urteil hatte. Eine genauere Betrachtung zeigte jedoch eine Tendenz, dass ProbandInnen, die den Akzent als deutsch identifizierten, Bewerberinnen, die schwache Argumente hervorbrachten, hinsichtlich ihrer Qualifikation positiver bewerteten als ProbandInnen, die andere Herkunftsannahmen über den Akzent hatten. Offenbar gab es bei den amerikanischen Studierenden, von denen auch in dieser Stichprobe 84 Prozent Erfahrung mit Lehrenden mit einem fremdsprachigen Akzent berichteten, keine vergleichbar negativen Assoziationen mit Akzenten wie in Deutschland. Eher im Gegenteil könnte gerade der deutsche Akzent durch seine Assoziation mit Kompetenz sogar von Vorteil sein.

Diskussion: In dieser Studienreihe konnte gezeigt werden, dass Deutsche ihrem eigenen Akzent in der englischen Sprache (trotz grammatikalisch und stilistisch korrekter Sprechweise) sehr kritisch gegenüberstehen – so kritisch und mit solchen negativen Gefühlen, dass der Inhalt des Gesagten für eine vermeintliche Einstellungsempfehlung keine Rolle mehr spielte. Anscheinend lässt sich der Befund aus der Repräsentativumfrage (Eichinger et al. 2009), dass 92 Prozent der Deutschen Sorgfalt beim Sprechen für sehr wichtig halten, auf die Aussprache des Englischen übertragen. Im Gegensatz zu der gefunde-

nen Bevorzugung deutscher Begriffe gegenüber Anglizismen in Personalauswahlsituationen (vgl. Kap. 3) scheint die „Beibehaltung“ des Deutschen in der englischen Sprache nicht erwünscht zu sein. Ganz im Gegenteil sind sich die Deutschen der Bedeutung des Englischen gerade im Berufskontext bewusst (Eurobarometer 2006), so dass ein starker Akzent bei BewerberInnen zu niedrigeren Einstellungsempfehlungen und Qualifikationsbewertungen führt. Vor dem Hintergrund, dass vollständig akzentfreies Sprechen in einer Fremdsprache jedoch nur sehr begrenzt trainiert werden kann, gewinnt der Befund, dass entsprechende Vorurteile gegenüber SprecherInnen mit Akzent kontrolliert werden können, eine große Bedeutung. In Bereichen, in denen auf Englisch kommuniziert wird und für die Überzeugungskraft entscheidend ist, sollte nach den vorliegenden Befunden daher auf den möglichen benachteiligenden Einfluss von Akzenten hingewiesen und eine vorurteilsfreie Bewertung normativ verankert werden. Wird das Bewusstsein der Interagierenden für ihre möglichen Vorurteile wiederholt über einen längeren Zeitraum geschärft, können solche Normen verinnerlicht werden (Kawakami et al. 2000, Plant/Devine 1998). Ein Verweis auf die Befunde aus den USA (Studie 3 und Studie 4) könnte hierfür einen ersten Ansatz bieten. Anders als in Deutschland zeigte sich bei den amerikanischen Teilnehmenden, die überwiegend Erfahrung mit fremdsprachigen Akzenten hatten, keine Benachteiligung der Akzentsprecherinnen und im Falle einer Assoziation mit Deutschland sogar positivere Bewertungen. Wir könnten unserem eigenen Akzent folglich mehr Akzeptanz entgegenbringen.

5. Einstellungen gegenüber fremdsprachigen Akzenten

Dass nicht nur der Inhalt unserer Äußerungen, sondern auch das *Wie*, mit dem wir etwas vermitteln, von großer Bedeutung sein kann, wurde in den vorangehenden Abschnitten (Kap. 3 und 4) illustriert. Insbesondere Akzente gehören nach bisherigem Forschungsstand zu den wichtigsten Faktoren für die eigene Identität wie auch für die Wahrnehmung anderer Personen (Giles/Johnson 1987, Cargile/Giles/Ryan/Bradac 1994, Rakić/Steffens/Mummendey 2011). Als Varietäten, die von einer als Standard anerkannten Aussprache abweichen, werden sie primär mit geringerem Status und niedriger Kompetenz assoziiert. Zudem können nationale Stereotype die Wahrnehmung fremdsprachiger Akzente beeinflussen (Ryan 1983). So erweckt vielleicht der „romantische“ französische Akzent positive Gefühle, während der „raue“ russische Akzent negativere Reaktionen auslöst. In den folgenden Studien wurde die Natur solcher Wahrnehmungen untersucht.

Studie 1: Der Einfluss von fremdsprachigen Akzenten auf die Personalauswahl

In einer ersten Studie, die im Rahmen einer Diplomarbeit am Lehrstuhl Sozialpsychologie der Universität Mannheim durchgeführt wurde (Weidenauer 2010), sollte zunächst die Auswirkung fremdsprachiger Akzente auf die Personewahrnehmung untersucht werden. Im Kontext der Personalauswahl wurden die Einstellungschancen von BewerberInnen mit einem französischen und einem russischen Akzent untersucht. Diese beiden Akzente wurden ausgewählt, weil sie in der Repräsentativumfrage (vgl. Eichinger et al. 2009) am häufigsten als sympathischer (Französisch, 36 %) und unsympathischer Akzent (Russisch, 14 %) genannt worden waren. Zudem gaben in der in Rothe (in diesem Band, Kap. 1) dargestellten Schülerstudie 28 Prozent der SchülerInnen Französisch als sympathische und 25,1 Prozent der SchülerInnen Russisch als unsympathische Sprache an.

Studentische Befragte erhielten die Information, in dieser Studie ginge es um Einflussfaktoren auf die Personalauswahl und die Bewertung von Führungsqualifikationen. Zunächst wurde ihnen eine Stellenausschreibung präsentiert, bei der es (wie in Kap. 3) um die Leitung von Vertrieb und Marketing in einer fiktiven Firma ging. Im Anschluss bekamen die Befragten Ergebnisse eines Einstellungstestes eines vorgeblichen Bewerbers oder einer Bewerberin vorgelegt. Eine Hälfte der Studienteilnehmenden erhielt dabei die Information, es handle sich um einen/eine sehr gute BewerberIn. Die andere Hälfte der Befragten hingegen glaubte der/die BewerberIn habe „nur“ gut im Einstellungstest abgeschnitten und hatte somit weniger eindeutige Informationen über die Eignung erhalten. Im Anschluss hörten alle Teilnehmenden einen Ausschnitt aus dem Einstellungsinterview des/der vorgeblichen Bewerbers/Bewerberin, in dem die Person ihre Eignung für das Unternehmen darlegte. Inhaltlich waren die Hörbeispiele identisch. Der Text lautete:

„Wie Sie meinen Unterlagen bereits entnehmen konnten, qualifiziere ich mich zunächst durch meinen beruflichen Werdegang, das heißt mein Studium, zahlreiche Praktika und Weiterbildungen. Ich bringe eine hohe Motivation mit, mich für das Unternehmen und auch die Mitarbeiter einzusetzen und zum Firmenerfolg beizutragen. Ein wichtiger Aspekt dabei ist ein gutes Verhältnis zu Kollegen und Mitarbeitern, weshalb Einsatz- und Konfliktlösungsbereitschaft, sowie Team- und Kommunikationsfähigkeit Werte sind, denen ich große Bedeutung für mich selbst beimesse. Desweiteren bin ich sehr zielstrebig, zuverlässig und verfüge über gute organisatorische Fähigkeiten.“

Während dieser Inhalt in allen Bedingungen identisch war, hörten einige der Befragten die Aufnahmen in akzentfreiem Deutsch, einige in einem französischen und andere schließlich in einem russischen Akzent. Mit diesen Sprachvarietäten und den eindeutigen versus weniger eindeutigen Informationen über die Eignung der BewerberInnen gab es insgesamt sechs Versuchsgruppen. Im Anschluss an das Hörbeispiel wurden die Studienteilnehmenden gefragt, ob sie den/die BewerberIn einstellen würden.

Ergebnisse: Es zeigte sich, dass sowohl ein französischer als auch ein russischer Akzent generell die Einstellungschancen eines Bewerbers/einer Bewerberin verschlechterte: Bei Personen mit akzentfreiem Deutsch gaben deutlich mehr Befragte an, dass sie den/die BewerberIn einstellen würden als bei Personen mit einem Akzent. Zusätzlich war aber auch die Information über die Qualifikation der BewerberIn von Bedeutung. Während es bei „sehr guten“ BewerberInnen nur eine untergeordnete Rolle spielte, ob das Deutsch akzentfrei oder akzentbehaftet war, zeigte sich bei „nur“ guten BewerberInnen ein deutlicher Effekt des Akzents: Hier hatten insbesondere BewerberInnen mit russischem Akzent geringere Einstellungschancen.

Studie 2: Auswirkungen von ethnischen Stereotypen auf den Sprachgebrauch bei der Beschreibung von Personen

Nationale und ethnische Stereotype und damit einhergehende Vorurteile gegenüber bestimmten Akzenten haben einen wichtigen Einfluss auf die Bewertung von akzentsprechenden Personen. Sprache kann jedoch nicht nur stereotype Inhalte auslösen, sondern auch auf subtile Weise Stereotype und Vorurteile zum Ausdruck bringen. So können wir z. B. durch eine bestimmte Wortwahl unsere eigene Gruppe positiver und Fremdgruppen negativer darstellen. Diese Verzerrung wurde als *Linguistic Intergroup Bias* bezeichnet (LIB; Maass et al. 1995, Schöl/Stahlberg/Maass 2008, Schoel/Maass 2009).

Genauer beschreibt der LIB das Phänomen, dass positives Verhalten von Mitgliedern einer Fremdgruppe relativ konkret, positives Verhalten von Mitgliedern der Eigengruppe dagegen relativ abstrakt beschrieben wird (z. B. „Das Mitglied der Fremdgruppe hält jemandem die Tür auf“, aber „Das Mitglied der Eigengruppe ist hilfsbereit“). Umgekehrt wird negatives Verhalten der Eigengruppe relativ konkret, negatives Verhalten der Fremdgruppe relativ abstrakt beschrieben („Das Mitglied der Eigengruppe versetzt jemandem einen Schlag“, aber „Das Mitglied der Fremdgruppe ist aggressiv“). Das hat zur Folge, dass positives Verhalten der Eigengruppe und negatives Verhalten der Fremdgruppe eher Personenmerkmalen, negatives Verhalten der Eigengruppe

und positives Verhalten der Fremdgruppe hingegen eher Situationsmerkmalen zugeschrieben wird. Dadurch wird die eigene Gruppe aufgewertet, die Fremdgruppe hingegen abgewertet. Eine Reihe von Studien konnte zeigen, dass der LIB ein weitverbreitetes Phänomen ist, das vor allem in Intergruppenkontexten auftritt, die durch Konflikte und Wettstreit zwischen den Gruppen geprägt sind (Maass/Ceccarelli/Rudin 1996).

In der Repräsentativumfrage (Eichinger et al. 2009) wurde Türkisch (11 %) nach Russisch (14 %) am häufigsten als unsympathischer ausländischer Akzent genannt. Vor allem jüngere Befragte (27 %) empfanden den türkischen Akzent als unsympathisch. Dieser Befund stimmt mit dem Ergebnis der in Rothe (in diesem Band, Kap. 1) dargestellten Schülerstudie überein, bei der sogar 37 Prozent der SchülerInnen Türkisch als unsympathische Sprache angaben. Auf der anderen Seite stellen türkische Migranten mit über eineinhalb Millionen Personen den größten Anteil der ausländischen Bevölkerung in Deutschland dar, und Türkisch ist entsprechend die am stärksten vertretene allochthone Minderheitssprache (vgl. Stickel in diesem Band, Kap. 2.2). In einer Studie, die im Rahmen einer Diplomarbeit am Lehrstuhl Sozialpsychologie der Universität Mannheim durchgeführt wurde (Jacobsen 2009), wurde deshalb genauer untersucht, welche Stereotype und Vorurteile deutsche und türkische SchülerInnen übereinander haben, indem erfasst wurde, inwiefern sie einen LIB zeigen (Schoel/Jacobsen/Stahlberg in Revision). Die Betrachtung des LIB hat den Vorteil, dass mit ihm Stereotype indirekt erfasst werden können, die bei direkter Befragung weniger wahrscheinlich zu Tage treten würden.

Um diese sprachliche Verzerrung untersuchen zu können, wurden deutsche und türkische Jugendliche gebeten, dasselbe positive oder negative Verhalten eines deutschen (Tim) und eines türkischen (Cem) Jungen zu beschreiben. Dafür wurden deutschen und türkischen Jugendlichen Abbildungen präsentiert, auf denen ein Mitglied aus der Eigen- oder ein Mitglied aus der jeweiligen Fremdgruppe bei einer sozial erwünschten bzw. sozial unerwünschten Handlung dargestellt war. Die SchülerInnen wurden instruiert, fünf mögliche Beschreibungen der dargestellten Szene, die auf verschiedenen Abstraktionsebenen (von konkret bis abstrakt) konstruiert waren, zu lesen und diejenige Antwortalternative auszuwählen, die ihrer Meinung nach am besten zu der Abbildung passte.

Ein Beispiel für ein stereotyp *positives türkisches* Verhalten war:

- (1) Cem hat einen Freund mit nach Hause gebracht und holt ihm Chips und Cola [*sehr konkret*],
- (2) Cem versorgt seinen Freund mit Essen und Trinken,
- (3) Cem hat Spaß daran, Freunde zu sich nach Hause einzuladen,
- (4) Cem ist gastfreundlich,
- (5) Cem ist ein guter Gastgeber [*sehr abstrakt*].

Ein Beispiel für ein stereotyp *negatives deutsches* Verhalten war:

- (1) Tim isst die Chips, die er gekauft hat, ganz allein [*sehr konkret*],
- (2) Tim teilt die Chips nicht mit den anderen Kindern,
- (3) Tim mag nicht teilen,
- (4) Tim ist eigennützig,
- (5) Tim ist ein Egoist [*sehr abstrakt*].

Ein LIB würde bedeuten, dass deutsche Jugendliche positives Verhalten von deutschen und negatives Verhalten von türkischen Akteuren abstrakt beschreiben („Tim ist ein guter Gastgeber“, „Cem ist ein Egoist“), während sie negatives Verhalten von deutschen und positives Verhalten von türkischen Akteuren sehr konkret beschreiben („Tim isst die Chips, die er gekauft hat, ganz allein“, „Cem hat einen Freund mit nach Hause gebracht und holt ihm Chips und Cola“). Türkische Jugendliche sollten im Falle eines LIB ihre sprachlichen Beschreibungen genau gegenläufig auswählen. Die Studie wurde in zehn Klassen an fünf verschiedenen Mannheimer Schulen durchgeführt. Ungefähr jeweils ein Drittel der SchülerInnen besuchte die Hauptschule, die Realschule oder das Gymnasium. Etwas über zwei Drittel der Befragten waren deutsche, etwas weniger als ein Drittel waren türkische SchülerInnen im Alter zwischen 13 und 20 Jahren.

Ergebnisse: Es trat kein genereller LIB auf, d. h. nicht alle SchülerInnen bevorzugten die Eigengruppe und werteten die jeweilige Fremdgruppe ab. Für bestimmte Untergruppen deutscher und türkischer SchülerInnen konnte der Effekt jedoch nachgewiesen werden. So zeigte sich, dass sowohl deutsche als auch türkische Jugendliche einen starken LIB-Effekt aufwiesen, wenn der Anteil an ausländischen SchülerInnen in der Klasse hoch war, wenn es laut Angaben der Lehrenden häufiger zu Konflikten zwischen deutschen und ausländischen SchülerInnen kam, und wenn die Jugendlichen nach Angaben der Lehrenden das Mischungsverhältnis von deutschen und ausländischen Schü-

lerInnen als Nachteil erlebten. Bisherigen Forschungsergebnissen entsprechend kam es also vor allem in solchen Klassen zu einer verstärkten Bevorzugung der Eigengruppe und Diskriminierung der jeweiligen Fremdgruppe, die durch Konflikte und Wettbewerb gekennzeichnet waren (Maass et al. 1996).

Diskussion: Die vorliegenden Studien demonstrieren, dass die Wirkung von Sprache nicht losgelöst von Identitäten betrachtet werden sollte. In der ersten Studie zeigte sich, dass als sympathisch bewertete Akzente wie der französische Akzent und als unsympathisch bewertete Akzente wie der russische Akzent zu Benachteiligungen bei Einstellungsentscheidungen in der Personalauswahl führen können. Jedoch war dies bei einem russischen Akzent besonders stark ausgeprägt. Der Abschnitt über deutsche Akzente im Englischen schloss mit einem Plädoyer dafür, Akzeptanz von Akzenten normativ zu etablieren. Solche Versuche werden jedoch kaum Früchte tragen, solange negative Stereotype gegenüber der akzentsprechenden Personengruppe stark ausgeprägt sind (Allport 1958, Ryan 1983). Wie Stereotype zudem durch subtile sprachliche Mechanismen ausgedrückt und vermittelt werden, hat Studie 2 anhand des LIB bei deutschen und türkischen Jugendlichen untersucht. Diese sprachliche Bevorzugung der Eigengruppe gegenüber der Fremdgruppe zeigte sich insbesondere in Klassen mit einem hohen Ausländeranteil, einem hohen Konfliktpotential und Klassen, in denen das Mischungsverhältnis von deutschen und ausländischen Jugendlichen als Lernnachteil empfunden wurde. Diese Ergebnisse sind nicht nur für sich genommen interessant und belegen die Anwendbarkeit des Verfahrens zur Erfassung des LIB auf diese Fragestellung, sondern sie weisen auf bestimmte Problemursachen hin und liefern damit wertvolle Hinweise für mögliche Interventionen in der Praxis. Mögliche Ansatzpunkte könnten hier das Erlernen von gezielten Konfliktmanagementstrategien und das gezielte Fördern von Wettbewerben zwischen Gruppen gemischter Herkunft (deutsch-türkisch) sein. Zudem sollte man nach den Befunden auf sprachlicher Ebene darauf achten, wie man das Verhalten seiner Mitmenschen beschreibt. In dem Maße, indem man anderen Kulturen gegenüber weniger vorurteilsbehaftet ist, können auch Akzente auf offenere Ohren treffen.

6. Zusammenfassung

In diesem Beitrag wurden eine Reihe sozialpsychologischer Studien zum Thema Spracheinstellungen vorgestellt. Das Vorgehen in diesen Studien unterschied sich dabei zum Teil vom Vorgehen in der Repräsentativumfrage (Eichinger et al. 2009). Während es bei der Repräsentativumfrage darum ging,

ein möglichst umfassendes Bild über die Spracheinstellungen der deutschen Bevölkerung zu bekommen (vgl. Einleitung dieses Bandes), zielten die vorliegenden sozialpsychologischen Studien auf die Aufdeckung universeller kognitiver und motivationaler Effekte von Spracheinstellungen ab. So wurde in einem ersten Schritt die AToL-Skala zur Erfassung von Spracheinstellungen entwickelt. Dabei zeigte sich, dass solche Einstellungen auf den drei Dimensionen Wert, Klang und Struktur abgebildet werden können. Die Befragten unterschieden auf diesen Dimensionen zwischen verschiedenen Sprachen und Sprachvarietäten.

Besonders relevant in der Sozialpsychologie sind Einstellungen zu Personen und Gruppen. Da die Bewertung von Sprache immer auch mit ihren Sprechenden verbunden ist, wurden neben innersprachlichen Merkmalen vor allem auch stereotype Einstellungen gegenüber bestimmten Sprechergruppen erfasst. Die Effekte von Sprachvarietäten auf Bewertungen und Verhaltenstendenzen wurden dabei im Kontext der Personalauswahl betrachtet, da eine positive Selbstdarstellung insbesondere auf dem Arbeitsmarkt existenziell sein kann.

Aufgrund der bedeutenden Rolle der englischen Sprache in der globalen Kommunikation wurde einerseits untersucht, wie die Verwendung von Anglizismen – also von englischen Begriffen im Deutschen – und wie andererseits ein deutscher Akzent im Englischen wahrgenommen wird. Bei der Untersuchung von Anglizismen zeigte sich in Bezug auf Kompetenz und Wärme auf impliziten Einstellungsmaßen eine klare Präferenz für Deutsch gegenüber Anglizismen. Die Ergebnisse im Hinblick auf explizite Einstellungsmaße, also jenen Überzeugungen, die bewusst zugänglich sind, waren hingegen nicht so eindeutig. Wer durch Anglizismen kompetenter oder sympathischer wirken möchte, sollte diese Strategie den vorliegenden Ergebnissen zufolge also überdenken. Im Kontext der Personalauswahl führte die Verwendung von Anglizismen überdies explizit zu einer negativeren Personenwahrnehmung und somit zu geringeren Einstellungschancen. Während sich also in Bezug auf implizite Einstellungen und Personalentscheidungen in diesen Studien eine Präferenz des Deutschen über Anglizismen zeigte, fand sich im Falle einer notwendigen Kommunikation in englischer Sprache eine Assoziation von akzentfrei gesprochenem Englisch mit Kompetenz. Personen, die hingegen mit einem starken deutschen Akzent Englisch sprachen, erhielten unabhängig von der Qualität ihrer Argumente seltener Einstellungsempfehlungen. Diese Abwertung ließ sich nur durch explizite Aufforderungen zu einer vorurteilsfreien Bewertung aufheben oder durch die Betrachtung des deutschen Akzents aus den USA, einem Land, in dem der Umgang mit fremdsprachigen Akzenten

zum Alltag gehört und in dem insbesondere der deutsche Akzent mit einem Kompetenzstereotyp positivere Bewertungen hervorrufen kann.

Der Beitrag schließt mit zwei Studien zu Einstellungen gegenüber fremdsprachigen Akzenten. Die erste Studie weist auf Benachteiligungen im Bewerberkontext aufgrund von französischen und russischen Akzenten im Deutschen hin. Die zweite Studie untersuchte die gegenseitigen Vorurteile von deutschen und türkischen Jugendlichen im Schulkontext mittels eines sprachlichen Maßes zur Erfassung von Stereotypen (LIB). Es zeigte sich, dass auf sprachlicher Ebene Vorurteile und Stereotype sehr subtil und vorrangig in besonders konfliktträchtigen und wettbewerbsorientierten Intergruppenkontexten auftreten können.

Obwohl diese Studien keinen Anspruch auf Vollständigkeit erheben, geben sie doch einen guten Einblick in die Herangehensweise und damit methodischen Möglichkeiten der Sozialpsychologie, Einstellungen gegenüber Sprache und ihren SprecherInnen zu untersuchen. Damit ergänzen sie die soziolinguistische Forschung und können auch richtungsweisend für zukünftige Forschung und Anwendungen in der Praxis sein.

7. Literatur

- Allport, Gordon W. (1958): *The nature of prejudice*. Garden City, NY: Doubleday Anchor.
- Ammon, Ulrich (1991): *Die internationale Stellung der deutschen Sprache*. Berlin: de Gruyter.
- Birdsong, David (2006): Age and second language acquisition and processing: A selective overview. In: *Language Learning* 56, S. 9-49.
- Bluemke, Matthias/Friese, Malte (2006): Do features of stimuli influence IAT effects? In: *Journal of Experimental Social Psychology* 42, 2, S. 163-176.
- Callan, Victor. J./Gallois, Cynthia/Forbes, Paula. A. (1983): Evaluative reactions to accented English: Ethnicity, sex role, and context. In: *Journal of Cross-Cultural Psychology* 14, 4, S. 407-426
- Cargile, Aaron C./Giles, Howard/Ryan, Ellen B./Bradac, James J. (1994): Language attitudes as a social process: A conceptual model and new directions. In: *Language & Communication* 14, 3, S. 211-236.
- Dewey, Martin (2007): English as a lingua franca and globalization: An interconnected perspective. In: *International Journal of Applied Linguistics* 17, 3, S. 332-354.
- Dudenredaktion (Hg.) (2009): *Duden. Die deutsche Rechtschreibung*. 25. Aufl. Bd 1. Mannheim u. a.: Dudenverlag.

- Eagly, Alice H./Chaiken, Shelly (1993): *The psychology of attitudes*. Orlando, FL: Harcourt Brace Jovanovich College Publishers.
- Eck, Jennifer (2010): *Wirkt die Verwendung von Anglizismen kompetent oder sympathisch? Eine empirische Analyse von expliziten und impliziten Spracheinstellungen gegenüber Anglizismen*. Unveröff. Diplomarbeit, Universität Mannheim.
- Eck, Jennifer/Schoel, Christiane/Sawatzki, Debbie/Stahlberg, Dagmar (i. Bearb.): *Is the usage of Anglicisms perceived as competent or warm? An empirical analysis of explicit and implicit language attitudes towards Anglicisms in Germany*.
- Eichinger, Ludwig M./Gärtig, Anne-Kathrin/Plewnia, Albrecht/Roessel, Janin/Rothe, Astrid/Rudert, Selma/Schoel, Christiane/Stahlberg, Dagmar/Stickel, Gerhard (2009): *Aktuelle Spracheinstellungen in Deutschland. Erste Ergebnisse einer bundesweiten Repräsentativumfrage*. Mannheim: Institut für Deutsche Sprache/Universität Mannheim.
- Eurobarometer (2006): *Europeans and their language*. In: Special Eurobarometer, 243. Internet: http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_243_en.pdf (Stand: 09/2010).
- Fazio, Russel. H./Olson, Michael A. (2003): *Implicit measures in social cognition research: Their meaning and use*. In: *Annual Review of Psychology* 54, S. 297-327.
- Fiske, Susan T./Cuddy, Amy J./Glick, Peter/Xu, Jun (2002): *A model of (often mixed) stereotype content: Competence and warmth respectively follow from perceived status and competition*. In: *Journal of Personality and Social Psychology* 82, 6, S. 878-902.
- Forsa (2008): *Bekanntheit und Verwendung von Anglizismen*. Internet: http://www.ex-word.de/global/downloads/EX-word_Studie_Anglizismen2008.pdf (Stand 09/2011).
- Frey, Dieter/Stahlberg, Dagmar/Gollwitzer, Peter M. (1993): *Einstellung und Verhalten: Die Theorie des überlegten Handelns und die Theorie des geplanten Verhaltens*. In: Frey, Dieter/Irle, Martin (Hg.): *Theorien der Sozialpsychologie*. Bd. I: *Kognitive Theorien*. Bern: Verlag Hans Huber, S. 361-398.
- Gardner, Robert C./Lambert, Wallace E. (1965): *Language aptitude, intelligence, and second-language achievement*. In: *Journal of Education Psychology* 56, S. 191-199.
- Giles, Howard/Billings, Andrew C. (2004): *Assessing language attitudes: Speaker evaluation studies*. In: Davies, Alan/Elder, Catherine (Hg.): *The handbook of applied linguistics*. Malden, MA: Blackwell, S. 187-208.
- Giles, Howard/Coupland, Nikolas (1991): *Language: Contexts and consequences*. Milton Keynes: Open University Press.
- Giles, Howard/Johnson, Patricia (1987): *Ethnolinguistic identity theory: A social psychological approach to language maintenance*. In: *International Journal of the Sociology of Language* 68, S. 69-99.
- Giles, Howard/Powesland, Peter F. (1975): *Speech style and social evaluation*. San Francisco: Academic Press.

- Gluszek, Agatha/Dovidio, John F. (2010): The way they speak: A social psychological perspective on the stigma of nonnative accents in communication. In: *Personality and Social Psychology Review* 14, 2, S. 214-237.
- Graddol, David (2006): *English next*. Internet: <http://www.britishcouncil.org/learning-research-english-next.pdf> (Stand: 09/2011).
- Greenwald, Anthony G./McGhee, Debbie E./Schwartz, Jordan L. K. (1998): Measuring individual differences in implicit cognition. The implicit association test. In: *Journal of Personality and Social Psychology* 74, 6, S. 1464-1480.
- Higgins, Edward T./King, Gillian A. (1981): Accessibility of social constructs: Information-processing consequences of individual and contextual variability. In: Cantor, Nancy/Kihlstrom, John F. (Hg.): *Personality, cognition, and social interaction*. Hillsdale, NJ: Erlbaum, S. 69-121.
- Hoberg, Rudolf (2002): English rules the world. Was wird aus Deutsch? In: Hoberg, Rudolf (Hg.): *Thema Deutsch. Deutsch – Englisch – Europäisch: Impulse für eine neue Sprachpolitik*. Bd. 3. Mannheim: Dudenverlag, S. 171-183.
- Hoberg, Rudolf/Eichhoff-Cyrus, Karin M./Schulz, Rüdiger (2008): Wie denken die Deutschen über ihre Muttersprache und über Fremdsprachen? Erkenntnisse aus einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage 2008. Wiesbaden: Dudenverlag.
- Jacobsen, Anja (2009): Stereotype über Deutsche und Türken – indirekte Messung von Stereotypen durch den Linguistic Intergroup Bias. Unveröff. Diplomarbeit, Universität Mannheim.
- Katz, Daniel/Braly, Kenneth (1933): Racial stereotypes of one hundred college students. In: *The Journal of Abnormal and Social Psychology* 28, 3, S. 280-290.
- Kawakami, Kerry/Dovidio, John F./Moll, Jasper/Hermsen, Sander/Russin, Abby (2000): Just say no (to stereotyping): Effects of training in the negation of stereotypic associations on stereotype activation. In: *Journal of Personality and Social Psychology* 78, 5, S. 871-888.
- Lindemann, Stephanie (2005): Who speaks “broken English”? US undergraduates’ perceptions of non-native English. In: *International Journal of Applied Linguistics* 15, 2, S. 187-212.
- Lord, Charles G./Lepper, Mark R. (1999): Attitude Representation Theory. In: Zanna, Mark P. (Hg.): *Advances in experimental social psychology*. Bd. 31. San Diego, CA: Academic Press, S. 265-343.
- Maass, Anne/Ceccarelli, Roberta/Rudin, Samantha (1996): Linguistic Intergroup Bias: Evidence for in-group-protective motivation. In: *Journal of Personality and Social Psychology* 71, 3, S. 512-526.
- Maass, Anne/Milesi, Angela/Zabini, Silvia/Stahlberg, Dagmar (1995): Linguistic intergroup bias: Differential expectancies or in-group protection. In: *Journal of Personality and Social Psychology* 68, 1, S. 116-126.

- Moyer, Alene (2004): Age, accent and experience in second language acquisition. An integrated approach to critical period inquiry. Clevedon: Multilingual Matters.
- Mulac, Anthony (1975): Evaluation of the speech dialect attitudinal scale. In: *Speech Monographs*, 42, 3, S. 184-189.
- Oltcher, Renate (2011): Persuasion und Personenwahrnehmung bei englischer Argumentation mit deutschem Akzent. Unveröff. Diplomarbeit, Universität Mannheim.
- Osgood, Charles E. (1962): Studies on the generality of affective meaning systems. In: *American Psychologist* 17, 1, S. 10-28.
- Osgood, Charles E./Suci, George J./Tannenbaum, Percy H. (1957): The measurement of meaning. Urbana, IL: University of Illinois Press.
- Piske, Thorsten/MacKay, Ian R.A./Flege, James E. (2001): Factors affecting degree of foreign accent in an L2: A review. In: *Journal of Phonetics* 29, 2, S. 191-215.
- Plant, E. Ashby/Devine, Patricia G. (1998): Internal and external motivation to respond without prejudice. In: *Journal of Personality and Social Psychology* 75, 3, S. 811-832.
- Poppe, Edwin/Linssen, Hub (1999): In-group favouritism and the reflection of realistic dimensions of difference between national states in Central and Eastern European nationality stereotypes. In: *British Journal of Social Psychology* 38, 1, S. 85-102.
- Rakić, Tamara/Steffens, Melanie C./Mummendey, Amélie (2011): Blinded by the accent! The minor role of looks in ethnic categorization. In: *Journal of Personality and Social Psychology* 100, 1, S. 16-29.
- Roessel, Janin (2010): Ever thought about a white bear with an accent? Rebound effects in accent perception. The case of Germans speaking English. Unveröff. Diplomarbeit, Universität Mannheim.
- Roessel, Janin/Schoel, Christiane/Stahlberg, Dagmar (2011): Language is painting to the ear – A model for the assessment of language attitudes. Poster präsentiert auf dem 16th General Meeting of the European Association of Social Psychology, Stockholm, Sweden.
- Roessel, Janin/Rudert, Selma/Schoel, Christiane/Stahlberg, Dagmar (2010): „Sprache ist Malerei für das Ohr“ – Ein Modell zur Erfassung von Spracheinstellungen. Poster präsentiert auf der 47. Tagung der Deutschen Gesellschaft für Psychologie, Bremen.
- Roessel, Janin/Schoel, Christiane/Oltcher, Renate/Stahlberg, Dagmar (eingereicht): Competence is in the ear of the beholder – When the accent weighs more than arguments.
- Ryan, Ellen B. (1983): Social psychological mechanisms underlying native speaker evaluations of non-native speech. In: *Studies in Second Language Acquisition* 5, 2, S. 148-159.

- Ryan, Ellen B./Carranza, Miguel A. (1975): Evaluative reactions of adolescents toward speakers of standard English and Mexican American accented English. In: *Journal of Personality and Social Psychology* 31, 5, S. 855-863.
- Sawatzki, Debbie (2010): Abweichung vom Standarddeutsch im Berufs- und Privatkontext. Der Einfluss der Verwendung von Anglizismen und Fremdwörtern auf die Personenwahrnehmung. Unveröff. Diplomarbeit, Universität Mannheim.
- Schoel, Christiane/Maass, Anne (2009): LIB (linguistic intergroup bias). In: Levine, John M./Hogg, Michael A. (Hg.): *Encyclopedia of Group Processes and Intergroup Relations*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, S. 538-541.
- Schoel, Christiane/Roessel, Janin/Jacobsen, Anja/Stahlberg, Dagmar (in Revision): Communication of stereotypes in the classroom: Biased language use of German and Turkish adolescents.
- Schoel, Christiane/Roessel, Janin/Eck, Jennifer/Janssen, Jana/Petrovic, Branislava/Rothe, Astrid/Rudert, Selma Carolin/Stahlberg, Dagmar (2012): Attitudes towards languages (AToL) scale – A global instrument. In: *Journal of Language and Social Psychology*. Vorabversion. Internet: <http://jls.sagepub.com/content/early/2012/09/11/0261927X12457922> (Stand: 10/2012).
- Schöl, Christiane/Stahlberg, Dagmar/Maass, Anne (2008): Sprachverzerrungen im Intergruppenkontext. In: Petersen, Lars/Six, Bernd (Hg.): *Stereotype, Vorurteile und soziale Diskriminierung – Theorien, Befunde und Interventionen*. Weinheim. S. 62-68.
- Schwarz, Norbert/Bless, Herbert (1992): Scandals and the public's trust in politicians: Assimilation and contrast effects. In: *Personality and Social Psychology Bulletin* 18, 5, S. 574-579.
- Skudlik, Sabine (1990): *Sprachen in den Wissenschaften: Deutsch und Englisch in der internationalen Kommunikation*. Tübingen: Narr.
- Stahlberg, Dagmar/Frey, Dieter (1996): Attitudes: Structure, measurement and functions. In: Hewstone, Miles/Stroebe, Wolfgang/Stephenson, Geoffrey M. (Hg.): *Introduction to social psychology*. 2. Aufl. Oxford: Blackwell, S. 205-239.
- Steffens, Melanie C./Plewe, Inga (2001): Items' cross-category associations as a confounding factor in the Implicit Association Test. In: *Zeitschrift für Experimentelle Psychologie* 48, 2, S. 123-134.
- Thomas, William I./Znaniecki, Florian (1918): *The Polish Peasant in Europe and America*. Oxford: Knopf.
- Weidenauer, Luise (2010): *Der Einfluss ausländischer Akzente bei der Personalauswahl*. Unveröffentlichte Diplomarbeit, Universität Mannheim.
- Yzerbyt, Vincent/Provost, Valérie/Corneille, Olivier (2005): Not competent but warm... really? Compensatory stereotypes in the French-speaking world. In: *Group Processes & Intergroup Relations* 8, 3, S. 291-308.

- Zahn, Christopher/Hopper, Robert (1985): Measuring language attitudes: the speech evaluation instrument. In: *Journal of Language and Social Psychology* 4, 2, S. 113-123.
- Zindler, Horst (1959): *Anglizismen in der deutschen Presse nach 1945*. Diss., Universität Kiel.