

Sprachliche Konstruktion positiver und negativer Bilder im politischen Diskurs¹

Das Thema dieser Arbeit bezieht sich auf die Art und Weise wie die PolitikerInnen mithilfe von Sprache bestimmte mentale Bilder konstruieren oder, besser gesagt, das Auditorium manipulieren indem sie bestimmte Begriffe gezielt einsetzen, um die Zuneigung zur eigenen Seite bzw. die Abneigung des Publikums zum politischen Opponenten zu sichern. Dieser manipulative Einsatz der Sprache lässt sich am deutlichsten im politischen Wahlkampf beobachten, wo man eine Reihe impliziter und expliziter persuasiver und manipulativer Äußerungen vorfinden kann. Für die Zwecke dieser Arbeit wurden kroatische und österreichische Wahlkämpfe verglichen bzw. bestimmte Ausschnitte der Wahlkämpfe, die die untersuchte Problematik am besten präsentieren. Dabei wird versucht darauf hinzuweisen, wie die Sprache das menschliche Denken formt bzw. wie aufmerksam gewählte Begriffe und ihre häufige Wiederholung zur Meinungsbildung beitragen und die schon immanent bestehende Polarität zwischen den politischen Opponenten betonen.

In dieser Analyse wird der Akzent darauf gesetzt zu entdecken, welcher sprachlichen Mittel sich die PolitikerInnen bei ihren öffentlichen Auftritten bzw. Wahlkampfreden bedient haben, um beim Elektorat bestimmte (schon bestehende) mentale Bilder zu aktivieren. Dabei wird auch versucht zu bestimmen, bei welchem Wahlkampf man mehr negative Äußerungen gebraucht hat, d. h. ob eher kroatische oder österreichische PolitikerInnen ihren Wahlkampffokus auf (grobe) Diffamierung des politischen Gegners gesetzt haben.

Schlüsselwörter: Politik, Sprache, Manipulation, Diffamierung, mentale Bilder

Linguistic Construction of Positive and Negative Images in Political Discourse

The topic of this work relates to the way in which politicians construct mental images with the help of language (better yet: manipulate the audience) by using certain terms in a targeted manner to express the liking for their own side or the public's dislike for the political opponent to secure. This manipulative use of language can be seen most clearly in the political election campaign, where one can find a number of implicit and explicit persuasive and manipulative utterances. For the purposes of this work, Croatian and Austrian election campaigns were compared, or specific excerpts from the election campaigns, that best present the problem under investigation. In doing so, an attempt is made to point out how language shapes human thinking and how carefully chosen terms and their frequent repetition contribute to the formation of opinions and emphasize the already immanent polarity between the political opponents.

In this analysis, the emphasis is placed on discovering which linguistic means the politicians have used in their public appearances in order to activate certain (already existing) mental images in the electorate. An attempt is also made to determine in which election campaign were used more negative statements, i.e. whether it was Croatian or Austrian politicians who set their campaign focus on defamation of the political opponent.

Keywords: politics, language, manipulation, defamation, mental images

¹ Dieser Artikel wurde von der Universität in Rijeka im Rahmen des Projektes uniri-human-1813 1140 finanziert.

Author: Nikolina Palašić, University of Rijeka, Sveučilišna Av 4, 51000, Rijeka, Kroatia, e-mail: nikolina.palasic@ffri.uniri.hr

Received: 28.11.2021

Accepted: 1.2.2022

1. Wie die Sprache das Denken und Handeln beeinflusst

Zahlreiche soziologische, psycholinguistische, kognitivlinguistische und neurowissenschaftliche Untersuchungen haben gezeigt, dass Worte nicht nur Worte sind und dass man durch die Sprache viele andere Aspekte des menschlichen Lebens beeinflussen kann, wozu auch eine bestimmte Denkweise zählt. Beispielsweise haben die Neurowissenschaftler bewiesen, dass synaptische Vernetzungen, die man häufig gebraucht, auch bestehen bleiben und dazu tendieren, in unterschiedlichen Lebenssituationen als erste aktiviert zu werden. Rhetorikexperten und rhetorisch geschickte Personen im Allgemeinen bedienen sich dieser Kenntnis, und wenn sie jemanden von etwas überzeugen wollen, dann bemühen sie sich darum, das viele Male in unterschiedlichen Kontexten zu wiederholen. Auf diese Weise werden gewünschte Assoziationen unbewusst im Gehirn der zu überzeugenden Person zu ihrer Einstellung verinnerlicht, die dann wieder in einem entsprechenden Moment verbalisiert wird oder das Verhalten dieser Person auf eine andere Art und Weise beeinflusst.²

Johnson und Wehling haben im gleichnamigen Buch diesen Effekt „auf leisen Sohlen ins Gehirn“ genannt und damit die Tatsache gemeint, dass obwohl wir alle glauben, wir könnten rational und objektiv entscheiden, passieren in unseren mentalen Strukturen unbewusste Prozesse, die durch bestimmte „Frames“ angespornt werden. Die Frames werden durch Sprache aktiviert und durch sie wird erst den Fakten eine Bedeutung gegeben (vgl. Wehling 2016: 15 ff.). Das bedeutet, unser ganzes Denken ist konzeptuell und man kann nicht anders, als in konzeptuellen Metaphern³ denken.

Wie funktioniert die Aktivierung eines Frames? Beispielsweise sagt ein Politiker/ eine Politikerin: „Ich bin doch kein Idiot!“ und erzielt damit genau den Gegeneffekt, weil er damit das Frame „Idiot“ aktiviert, und man kann nicht anders, als an einen Idioten zu denken. Nämlich werden die Frames auch dadurch aktiviert, dass sie negiert werden (vgl. Wehling 2016: 48).

Der besondere Beitrag kognitiver Wissenschaften zur Deutung des Zusammenhangs zwischen Sprechen, Denken und Handeln liegt darin, dass entdeckt wurde,

² Die grundsätzliche Verbindung zwischen Sprechen und Denken haben schon Saphir und Whorf in ihrer berühmten Hypothese beschrieben, die bis heute von vielen Autoren immer wieder verwendet und neu interpretiert wird, wobei man unausweichlich zum Schluss kommt, dass die Sprache, der sich ein Individuum bedient und die Erfahrungen, die er aufgrund seiner Sprachverwendung sammelt, sein ganzes Denken bestimmen (vgl. hierzu z. B. Graumann 1972, Hetzel 2010, Wehling 2016).

³ Zum Thema „konzeptuelle Metapher“ vgl. Johnson/Lakoff (1980).

dass ein bestimmter Ausdruck ein mentales Bild aktiviert, aber nicht nur das Bild selbst, sondern auch all die anderen mit dem Bild assoziierten Eigenschaften. Also ein aktiviertes mentales Frame weckt auch andere Frames in unserem Geist, die mit ihm in bestimmter Verbindung stehen.⁴ Außerdem hat man auch erfahren, dass Menschen die Informationen, die mit einem bestimmten Frame in ihrer mentalen Welt einhergehen, leichter akzeptieren, als diejenigen, die in ein schon bestehendes Frame nicht genau passen (ebd.). Die ersteren werden dabei nicht nur leichter akzeptiert, sondern sie werden auch kaum durchdacht, was einen Weg für die Manipulation durch die Sprache vorbereitet.

2. Forcierte Polarisierung

Die kritische Diskursanalyse (vgl. z. B. Fairclough 1995, Weiss/Wodak 2007, de Beaugrande 1997) hat in zahlreichen Beispielen gezeigt, dass man in einer Gesellschaft oder einer Gruppe ausnahmslos inhärent dazu tendiert, eine Unterscheidung zwischen sich selbst und den anderen so deutlich wie möglich zu vollziehen. Da es in der politischen Kommunikation in demokratischen Gesellschaften hauptsächlich darum geht, wer die Machtposition durch legale Mittel erobert, ist diese Polarisierungstendenz noch stärker betont und stellt eigentlich den Hauptfokus dar. Dabei hat der Politiker/die Politikerin oder die Partei an der Machtposition auch die Macht über die Sprache, was bedeutet, dass man bestimmte Ausdrücke beliebig einsetzen kann, um Gewünschtes zu erzielen, aber auch dass man neue Ausdrücke formen kann, mit denen man die Denkweise des Publikums lenkt. Solche verbalen Formulierungen dienen hauptsächlich zur Kategorisierung, wodurch eine klare Linie zwischen der eigenen Seite und dem politischen Gegner gezogen wird. Die Kategorisierung, die von einer Person/einer Gruppe an der Machtposition durchgeführt wird, beinhaltet implizit eine persuasive Strategie, die van Dijk (1997) als positive Selbstpräsentation beschreibt. Die positive Selbstpräsentation impliziert immer eine negative Darstellung der Person oder Gruppe, von der man sich abgrenzen will. Wenn es um die Abgrenzung geht, beinhaltet jede Aussage über die eigene Seite implizit die Kennzeichnung „im Unterschied zu“. Mit anderen Worten, es wird besonders im politischen Wahlkampf selten etwas geäußert, was nicht dem Zweck dient, den eigenen Wert zu erhöhen und den des Anderen zu senken.

⁴ Es wurde ein Experiment durchgeführt, bei dem man Probanden in zwei Gruppen eingeteilt und ihnen zwei unterschiedliche Texte zum Lesen gegeben hat. In einem Text ist ab und zu das Wort *Schildkröte*, und im anderen das Wort *Gepard* erschienen. Danach wurden die Probanden gebeten, das Tempo eines sich fortbewegenden Mannes einzuschätzen. Die Teilnehmer aus der Gruppe, die das Wort *Gepard* im Text hatte, haben ausnahmslos ein schnelleres Tempo diesem Mann zugeschrieben als die Teilnehmer der Gruppe, die in ihrem Text das Wort *Schildkröte* hatte (vgl. Wehling 2016: 31). Es ist also offenbar, wie unbewusst die Worte unser Handeln, in diesem Falle unser Einschätzungsvermögen, beeinflussen.

Im politischen Wahlkampf geht es also vor allem um die Abgrenzung der eigenen Seite zu den anderen – bei den größeren Parteien hauptsächlich zur Partei, die als Hauptkontrahent in einem Wahlkampf auftritt. Bei den Parteien, die aktuelle Opposition in einem Staat darstellen, geht diese Abgrenzung hauptsächlich in die Richtung der Regierungspartei/Regierungsparteien. In diesem Sinne wird darauf hingewiesen, was in der Regierung nicht stimmt und es wird dargestellt, wie man es selber anders gemacht hätte oder machen würde (vgl. beispielsweise Girnth 2002, Gruner 1991).

Im österreichischen Wahlkampf 2017 wurde häufig ausgerechnet über Grenzen und Abgrenzung gesprochen – Abgrenzung der Österreicher zu Emigranten/Flüchtlingen, Abgrenzung der PolitikerInnen an der Macht zur Bevölkerung, Abgrenzung der Mutigen zu denjenigen, die keinen Mut haben (im konkreten Fall der FPÖ zur Regierung) usw. All diese erwähnten Abgrenzungen dienen dazu, die eigene Seite scharf vom politischen Opponenten zu trennen, wobei man den eigenen Wert steigt, und den Wert der anderen abschwört, wie man im folgendem Beispiel sehen kann: „Bis heute im Übrigen gibt es keine nachhaltige **Grenzkontrolle** in Österreich. Weil die Regierung sich dagegen ausspricht. Das ist ja auch der Grund, warum man hier **nicht Mut hat** zu sagen „Wir kontrollieren unsere **Grenzen**“. Man ist nicht bereit, die österreichische Bevölkerung zu schützen. Ich sage: Allein der Umstand damals, dass man gleichzeitig die **Grenzen** rechtswidrig aufgemacht hat, aber eine **Bonzenschutzmauer** rund ums Kanzleramt geplant hat, die dann jetzt im Sommer zu bauen begonnen wurde“⁵ (Hervorhebungen N. P.).

3. Diffamierung des politischen Gegners

„Gesellschaften scheinen ein Bedürfnis zu haben, ihre Mitglieder durch ein positives Selbstbild der Wir-Gruppe und durch negative Bilder der Anderen zusammenzuhalten, die Aggressionstendenzen nach außen abzuleiten, um die Kooperation innerhalb der Gruppe zu erleichtern. Schmähwörter übernehmen dabei oft diese sozialpsychologische Funktion der Groborientierung und Abkapselung des Bewußtseins gegen andere Gruppen [...]“ (Bachem 1979: 66).

In demokratischen Gesellschaften gibt es einfach keinen Wahlkampf, in dem das Bild des politischen Gegners nicht vorkommt. Der politische Gegner zählt somit zu den konstitutiven Elementen der politischen Wahlkämpfe, denn sie basieren eigentlich auf der Opposition zwischen der eigenen Seite und der Gegenseite. Die Erwähnung des Gegners bringt ohne weiteres eine gewisse Dynamik in die Rede und spricht das Emotionale beim Publikum an, wodurch die Möglichkeit des rationalen Entscheidens verringert wird. Es ist in diesem Sinne nicht übertrieben zu behaupten, dass der politische Gegner eigentlich der Anreger jeglicher politischen Debatte ist (vgl. Palašić 2014: 114).

⁵ Vgl. <https://www.facebook.com/ZeitimBild/videos/10155649297551878/>, Zugriff am 12.9.2021 (Heinz-Christian Strache, FPÖ).

Außer der Tatsache, dass es ohne einen politischen Opponenten auch keinen Wahlkampf gäbe, kann man auch feststellen, dass man dadurch, wie der Redner seinen politischen Gegner in einer Rede darstellt, auch einiges über den Redner selbst erfährt (was als eine Art der impliziten Selbstoffenbarung bezeichnet werden kann) (vgl. Bachem 1979, Palašić 2014).

Verwendet man in der Beschreibung des Gegners eine grobe Rhetorik bzw. nutzt man viele beleidigende Wörter ohne klare Argumentation und Beweise für das Gesagte, so kann man daraus schließen, dass der Redner auf einem niedrigeren intellektuellen Niveau steht und selbst über keine richtige Argumentation verfügt. Schon die Häufigkeit des Erwähnens von politischen Gegnern kann ein Indikator dafür sein, wie ernst es der Redner selbst mit seinem politischen Programm meint. Es kommt im politischen Wahlkampf sehr oft vor, dass man den Gegner nur deshalb erwähnt, um die Aufmerksamkeit von sich selbst/seiner eigenen Partei und deren Schwächen und Fehlern abzulenken. Am häufigsten dient das Anbringen des Gegners dazu, einen Kontrast zu schaffen und die eigenen Qualitäten im Vergleich zum Gegner umso besser hervorzuheben (vgl. Palašić 2014: 109–110).

Beispielsweise wird im kroatischen Wahlkampf der rechtsorientierten Parteien sehr häufig und sehr grob über politische Opponenten gesprochen, und zwar nicht selten auch mehr als über eigene politische Programme, wie z. B. im folgenden Ausschnitt einer Rede: „Das ist ihre Politik, kopflos, einfalllos, das Umherschweifen... Das ist ihr Stil, ein Syndrom, sie sind einfach so, sie können nicht anders... Das hat auch die Geschichte bewiesen, Sozialismus, kommunistische Ideen, das dauert schon Jahrhunderte lang – und wem haben sie was Gutes gebracht?“⁶.

Wie man aber schon vorhin betont hat, egal ob wir uns dieser manipulativen Strategien bewusst sind oder nicht, laufen in unserem Gehirn auch andere durch bestimmte Frames aktivierten Prozesse ab, dessen wir uns gar nicht bewusst sein können und die dabei unsere Entscheidung beeinflussen und somit bestimmen, ob wir ein solches Bild des beschriebenen Opponenten akzeptieren oder nicht.

Mittlerweile sind sich auch PolitikerInnen dessen bewusst geworden, dass nicht ausschließlich die Faktenlage die Entscheidung der Wähler beeinflusst, sondern die Art und Weise, wie diese präsentiert wird bzw. welche Frames dabei aktiviert werden. Deswegen sind sie in den Wahlkampagnen darum bemüht, bestimmte mentale Bilder bei den Wählern zu konstituieren, die für die eigene Seite und implizit oder explizit gegen die anderen sprechen (vgl. Lakoff/Wehling 2008).

Das wichtigste Vorgehen bei der Diffamierung des politischen Gegners besteht in der Selektion aus einer Menge unterschiedlicher Möglichkeiten, die ein schlechtes

⁶ Vgl. <https://www.youtube.com/watch?v=-SpSYccnVOU>, Zugriff am 3.9.2021; originelle Aussage: „To je njihova politika, jedna bezglava, bez ideje, bauljanje... To je njihov stil, jedan sindrom, oni su jednostavno takvi, oni ne mogu drugačije. to je dokazala i povijest, socijalizam, komunističke ideje, to traje već stotinama godina – i kome su oni donijeli što dobroga?“ (Tomislav Karamarko, der damalige Präsident der HDZ).

Bild vom Gegner abgeben, „ ... wobei diese Selektion nach dem Schema schwarz-weiß verfährt. Das selektierte Material ist auf den einfachsten Nenner zu bringen nach der Regel: Verlange vom Publikum das Minimum an geistiger Anstrengung. Deshalb bedarf es des starken Pathos in der Aussageweise, des Superlativischen, der sprachlichen Verkürzung, der stereotypen Formeln, der Leerformeln, der Klischees, der Schlagwörter usw.“ (Straßner 1987: 47).

4. Strategien der Konstruktion mentaler Bilder im politischen Diskurs

Eine der beliebten Strategien bei der Abgrenzung der eigenen Seite zum politischen Gegner besteht in der Aufzählung der allgemein akzeptierten positiven Werte, die der eigenen Seite zugeschrieben werden. Wie schon vorhin angedeutet, versteckt jede in einem solchen Kontext formulierte positive Äußerung über sich selbst und eigene Partei die negative Polarität, die implizit dem politischen Kontrahenten zugeschrieben wird (vgl. Palašić 2014: 290). Sagt ein Politiker/eine Politikerin beispielsweise *Wir kümmern uns um das Wohl unserer Kinder*, so bedeutet das bzw. es wird so in unserer mentalen Struktur interpretiert, dass sich die andere Seite um das Wohl der Kinder nicht kümmert; wenn es nicht so wäre, dann hätte man es auch nicht besonders betont. Ein Beispiel für diese Strategie sehen wir im folgenden Redeabschnitt:

„Wir Freiheitlichen haben Problementwicklungen immer **rechtzeitig** erkannt, **rechtzeitig** darauf hingewiesen, **rechtzeitig** auch die Lösungen eingefordert, um sie abzuwenden, diese Probleme [...]“⁷ (Hervorhebungen N. P.).

Wie man sieht, sagt dieser Politiker nicht explizit, dass die anderen Parteien es nicht rechtzeitig erkannt und darauf hingewiesen hätten, aber wir verstehen es so. Dieselbe Methode und dieselbe Interpretationsweise entdeckt man in der Aussage des kroatischen Politikers T. Karamarko, in der impliziert wird, dass nur die rechtsorientierten Parteien ihr Land lieben: „Kroatien hat es verdient, von den Menschen geführt zu werden, die es lieben“⁸ (Übersetzung N. P.).

Bei der Konstruktion der positiven mentalen Bilder für die eigene Seite und der negativen Bilder für den Opponenten geht man häufig so vor, dass man allgemeingeltende Hauptwerte einer organisierten Gesellschaft betont. Auch wenn man diese Werte, im folgenden Beispiel richtige Hochwerte, nicht explizit der eigenen Seite zuschreibt und dem Opponenten abschwört, konstruieren sich in unserem Gehirn genau solche Polarisierungen (vgl. Palašić 2014: 336). Ein Beispiel dafür sieht man im Abschnitt der Rede von H. C. Strache: „Was Sie nicht begreifen bei der kommenden Wahl – da geht’s um **Verantwortung**, da geht’s um **Ehrlichkeit**, da geht’s um **Glaubwürdigkeit**, da geht’s nicht um leere Versprechungen, es geht darum, **mit ehrlichen**

⁷ Vgl. <https://www.youtube.com/watch?v=0fj5EaEPeIc>, Zugriff am 3.9.2021 (Heinz-Christian Strache, FPÖ).

⁸ Vgl. <https://www.youtube.com/watch?v=fAAyN9kDziM>, Zugriff am 5.9.2021; originelle Aussage: Hrvatska je zaslužila da je vode ljudi koji je vole (Tomislav Karamarko, HDZ).

Bemühungen längst überfällige Entscheidungen für die Menschen in unserem Land zu treffen“⁹ (Hervorhebungen N. P.).

Ein nebenbei konstruiertes positives Bild für die eigene Seite besteht in diesem Beispiel in der implizierten Selbstlosigkeit des Redners. Es ist schon klar, dass ihm durch diese Redeweise die erwähnte Ehrlichkeit, Glaubwürdigkeit und Verantwortung zugeschrieben werden, aber es wird dadurch auch impliziert, dass er sich in den Dienst der Menschen in seinem Land stellen will. Mit anderen Worten, kämpft dieser Politiker nicht darum, an die Macht zu kommen und damit die Möglichkeit zu bekommen, seine eigenen Interessen durchzuführen, sondern er will nur gute Entscheidungen für die Menschen in seinem Land treffen können.

Wenn es um die Sprache und ihre Macht in der Politik geht, so muss unbedingt auch das ideologiegebundene Vokabular erwähnt werden und unterdessen bestimmte Wörter, die schon in ihrer denotativen Bedeutung negative Aspekte beinhalten und zugleich abstrakt sind bzw. eine konkrete Bedeutung nur im bestimmten Kontext bekommen. Solche Wörter werden in der Literatur AntiMiranda genannt (vgl. Dieckmann 1975: 49). Sie dienen dazu, den politischen Opponenten zu diffamieren bzw. bei den WählerInnen negative Konnotationen im Zusammenhang mit dem politischen Gegner hervorzurufen. Die Opposition von Anti-Miranda-Wörtern bilden die Miranda-Wörter, die wiederum dazu dienen, positive Gedanken im Zusammenhang mit einer bestimmten Partei oder einem Politiker/einer Politikerin bei den Wählern hervorzurufen (vgl. Dieckmann 1975: 50, Palašić 2014: 117). Wenn ein Anti-Mirandum mehrmals im Zusammenhang mit einem Politiker/einer Politikerin oder mit einer politischen Partei gebracht wird, so entstehen bei Rezipienten unbewusst alle negativen Assoziationen, und jedes Mal wenn man in der Zukunft an diesen Politiker/diese Politikerin oder diese Partei denkt, aktivieren sich ungewollt auch diese negativen Konnotationen (vgl. Wehling 2016, Palašić 2014). Ein solches Vorgehen kann man im folgenden Beispiel sehen, in dem Heinz Christian Strache, der Parteiobmann der FPÖ von seinen größten politischen Opponenten (SPÖ und ÖVP), spricht: „Und durch diese Probleme, die man hereingelassen hat, haben wir heute die Fairness-**Krise**. Und das ist eine Fairness-**Krise**. Wir haben eine Sicherheits**krise**, wir haben eine Bildung**skrise**. Wir haben **Krisen** an allen Ecken und Enden, wo die roten und schwarzen Politiker WIEDER nicht bereit sind, diese **Krise**, die sie selbst verursacht haben, zu erkennen. Jetzt kurz vor der Wahl kommen sie darauf, dass wir Recht gehabt haben. Und dann sage ich immer, die sind **Spätsünder**. In Wien sagt man, Kern und Kurz sind **Blitzkneißer**, liebe Freunde, wenn man immer zu spät drauf kommt, und nicht rechtzeitig“¹⁰ (Hervorhebungen N. P.).

Zahlreiche mentale Bilder, die den politischen Gegner negativ bewerten, entstehen durch konnotative Prozesse, was bedeutet, dass ein geschickter Redner seinen Gegner gar nicht explizit erwähnen muss. Solche Bilder entstehen üblicherweise in der Selbstdarstellung, in den Äußerungen, die sich auf ein bestimmtes Ereignis in

⁹ Vgl. <https://www.youtube.com/watch?v=0fj5EaEPeIc>, Zugriff am 3.9.2021.

¹⁰ Vgl. <https://www.youtube.com/watch?v=RcrdDhQadbk>, Zugriff am 5.9.2021.

der Gesellschaft oder auf allgemeine Probleme im Wahlkampf beziehe.¹¹ Eines der Schlüsselthemen im österreichischen Wahlkampf waren die Flüchtlinge. In der Frage der Flüchtlingskrise kam es logischerweise zu einer starken Abgrenzung zwischen den rechts- und linksorientierten Parteien, konkret zwischen der FPÖ und der regierenden Koalition. Im folgenden Beispiel sei darauf hingewiesen, wie man Flüchtlinge mit einer Sicherheitsbedrohung und einem großen Problem gleichsetzt bzw. sie ein Problem nennt und dadurch impliziert, dass auch derjenige der „dieses Problem“ ins Land reingelassen hat, auch eine Bedrohung für die Sicherheit des eigenen Volkes darstellt: „Und man hat **die Probleme** zugelassen [...] Die Verantwortungsträger waren 2015 nicht bereit, **unsere Grenzen zu schützen** [...] und damit die **eigene Bevölkerung zu schützen**... Über eine Million Menschen hat man alleine im Jahr 2015 rechtswidrig nach Österreich hereingelassen. Man hat keine Fingerprints genommen, nicht einmal Passkontrollen, keine Fotos und hat unser Land in eine **Sicherheitsgefahr** auch gebracht. Und durch **diese Probleme, die man da reingelassen hat**, haben wir heute die Fairness-Krise“¹² (Hervorhebungen N. P.).

Was passiert, wenn man eine Menschengruppe mit Problemen gleichsetzt? Man entmenschlicht sie. Und was macht man mit den Problemen? Sie gehören beseitigt. Mit anderen Worten, durch ein solches Bild, das sagt, dass Flüchtlinge Probleme sind, wird jedes Mittel gerechtfertigt, das zur Beseitigung des Problems benutzt wird.¹³ Logisch, die PolitikerInnen, die solche Probleme zulassen, gehören auch beseitigt, also sie sind es nicht wert, gewählt zu werden.

Im politischen Wahlkampf bedient man sich oft einer schwarz-weißen Technik in der Beschreibung eines Problems, einer Person oder einer Partei¹⁴. Das hat auch etwas mit einer sehr wichtigen Eigenschaft der aktivierten mentalen Frames zu tun – sie sind selektiv, „... sie heben immer bestimmte Gegebenheiten vor, indem sie eine kognitive Bühne vorbereiten, und blenden andere Gegebenheiten aus, indem sie ihnen keine Rolle in dem Stück zuweisen, das auf der Bühne gespielt wird“ (Wehling 2016: 40).

Gleichzeitig mit dem Einsetzen der schwarz-weißen Technik in der Darstellung der Ereignisse, Personen oder Parteien und mit der Aktivierung bestimmter Frames bedienen sich die PolitikerInnen sehr häufig einer expliziten Polarisierung, die im Gebrauch der Personalpronomina zustande kommt, und zwar besonders im Gebrauch

¹¹ Dieses Vorgehen wird auch **strategische Positionierung** benannt, was als Teil der sprachlichen Gewalt im politischen Diskurs zu betrachten ist (vgl. Du Bois 2007: 160 ff., Spieß 2019).

¹² Vgl. <https://www.youtube.com/watch?v=RcrdDhQadbk>, Zugriff am 5.9.2021.

¹³ George Orwell hat in seinem bekannten Roman „1984“ (deutsche Übersetzung 1950: 42) gesagt: „Und wenn alle anderen die von der Partei verbreitete Lüge glaubten – wenn alle Aufzeichnungen gleich lauteten –, dann ging die Lüge in die Geschichte ein und wurde Wahrheit“. Wenn eine sehr präzise und starke Partei die Flüchtlinge in einem Land mit Problemen gleichsetzt, passiert es bei den Menschen, die einer solchen Redeweise regelmäßig ausgesetzt sind, dass sie ab einem Moment es nicht mehr kritisch betrachten, sondern einfach eine solche Gleichsetzung als die Tatsache akzeptieren.

¹⁴ Zu den Manipulationstechniken vgl. van Dijk (2006: 373).

des Pronomens *wir*. Dieses Pronomen kann sowohl in seiner inklusiven als auch exklusiven Form in den Reden vorkommt. Das inklusive *wir* bedeutet *ich+ihr* (manchmal auch *ich+ihr+Dritte*) und gerade durch diese Formel wird ihm ermöglicht, als ein sehr mächtiges persuasives Mittel zu dienen, welches die Nähe des Redners in Bezug auf das Publikum suggeriert. Das exklusive *wir* impliziert die Kraft der Zahl: ihr seid in der Position eines Objektes, und wir sind diejenigen, die über euer Schicksal entscheiden. Durch das exklusive *wir* suggeriert der Redner, dass er nicht allein ist, dass er hinter sich eine Menge anderer hat, wodurch seine Machtposition gestützt wird (vgl. Katnić-Bakaršić 2012: 55, vgl. dazu auch Palašić 2014: 108). In der Rede des damaligen Parteiobmanns der kroatischen Partei HDZ dient das inklusive *wir* einerseits zum Suggestieren der geistigen Nähe zum Volk und andererseits zur strengen Abgrenzung zur führenden Partei (SDP), die in diesem Fall fast ausschließlich durch das Pronomen *sie* gekennzeichnet wird. Solche Nicht-Benennung des politischen Opponenten, sondern das stetige Referieren auf ihn mit dem Personalpronomen hebt Polarisierung sehr stark hervor, und man bekommt fast den Eindruck, dass es in diesem Land nur diese zwei Parteien gebe, also *wir* und *sie*.

„Seitdem **sie** an der Macht sind, gibt es zum ersten Mal in Kroatien weniger als eine Million und drei hunderttausend Arbeitsplätze, seitdem **sie** an der Macht sind, haben wir einen Rentner auf 1,1 Arbeiter. Seitdem **sie** an der Macht sind, sinkt unser BNE (Bruttonationaleinkommen) ununterbrochen; seitdem **sie** an der Macht sind, ist unser Kredit Rating ein Dreck, sogar noch schlimmer“¹⁵ (Hervorhebungen und Übersetzung N. P.).

In der Rhetorik der kroatischen PolitikerInnen der rechtsorientierten Parteien kommen sehr häufig Bilder aus dem Bereich der Religion vor, und sie werden auch mit dem Nationalgefühl kombiniert. Dabei wird es den linksorientierten Parteien unterstellt, dass sie ihre Heimat nicht lieben, dass sie gegen alles Kroatische sind und ihre Ideologie dem Kommunismus gleicht. Solche Anspielungen können beim kroatischen Volk, das geschichtlich gesehen eigentlich neuerlich seinen eigenen Staat erkämpft hat, sehr gut gelingen, so dass sich die HDZ an diese erprobte Methode in allen Wahlkämpfen hält.

Im kroatischen Wahlkampf werden häufig die momentane gesellschaftliche und politische Situation übergreifenden Geschehnisse thematisiert; eines der beliebtesten Themen in diesem Sinne ist der letzte Krieg, der fast zu einem Topos der politischen Ausführungen der rechtsorientierten Parteien geworden ist. Durch die Herbeirufung

¹⁵ Vgl. <https://www.youtube.com/watch?v=-SpSYccnVOU>, Zugriff am 5.9.2021; originelle Aussage: „Otkad su oni na vlasti, po prvi put je Hrvatska snizila broj radnih mjesta na ispod milijun i tristo tisuća, otkad su oni na vlasti, mi imamo na 1,1 zaposlenih jednog umirovljenika. Otkad su oni na vlasti, BDP uporno pada; otkad su oni na vlasti, naš kreditni rejting je smeće, čak i dublje od toga. Otkad su oni na vlasti, ništa se ne događa, ljudi gube volju za živjeti u domovini, ali jedino u čemu su aktivni je upravo na ideološkom planu“ (Tomislav Karamarko, HDZ).

der Kriegsbilder werden im polarisierenden Kontext des Wahlkampfes zwei Gruppen konstituiert – diejenige, die ihn vergessen will und diejenige, die auf der Erinnerung daran besteht. Die Gruppe, die über dem Krieg und allen seinen Konnotationen (Serben als Feinde, Kroaten als Opfer) hinweg sein will, wird pejorativ erlebt und als Feind des Kroatischen dargestellt: „Sie haben uns satanisiert weil die HDZ an der Spitze mit dem Dr. Franjo Tuđman den Staat geschaffen hat, den sie nicht wollten. Nach dem 8. November werden sie viel Zeit haben, über ihre Sünden nachzudenken und sie zu büßen“¹⁶ (Übersetzung N. P.).

Ein beliebtes Bild, dass im Wahlkampf in Kroatien in Zusammenhang mit den linksorientierten Parteien verwendet wird, ist das Bild des Kommunismus, oder schlimmer noch, das Bild der Tschetniks. Mit diesem Vergleich gewinnen die rechtsorientierten Parteien ein großes Teil des Volkes, denn einerseits war die Kirche im kommunistischen System vernachlässigt und wer ein Kommunist war, durfte nicht in die Kirche gehen. Da die Kroaten ziemlich gläubig sind, war das für viele ein Problem. Andererseits ist das Bild der Tschetniks unfraglich negativ, besonders nach dem letzten Krieg, und wenn man eine Partei mit einem solchen Bild verbindet, verringert man ihr wesentlich die Chance, die Wahlen zu gewinnen. Ein solches Vorgehen sehen wir im folgenden Beispiel: „Wir alle, die sich heute hier befinden, spüren Stolz und Dankbarkeit, dass wir nach Rijeka gekommen sind, die Stadt, die zusammen mit Sušak und Bakar immer freiheitlich war, die gegen jede Okkupation aufgestanden ist. Die Stadt, die dem D’Annunzio und dem Faschismus Widerstand geleistet hat, und 1991. dasselbe mit Tschetniks, die hinter dem Stern und Tito versteckt waren, gemacht hat“¹⁷ (Übersetzung N. P.).

Eigentlich herrscht in einem großen Teil der kroatischen Gesellschaft die Meinung, dass die linksorientierten Parteien tatsächlich mit dem Kommunismus gleichzusetzen sind. Diese Meinung wird bei den Wahlkämpfen ausgiebig von den Rechtsorientierten benutzt, so dass es sehr häufig vorkommt, dass die Spitzenpersonen der linken Parteien explizit Kommunisten genannt werden, was man auch im nächsten Beispiel sehen kann: „Die Präsidentin hat den kommunistischen Räuber durch das Fenster rausgeschmissen“¹⁸ (Übersetzung N. P.).

¹⁶ Vgl. <https://www.youtube.com/watch?v=-SpSYccnVOU>, Zugriff am 5.9.2021; originelle Aussage: „Sotonizirali su nas jer je HDZ na čelu s dr. Franjom Tuđmanom stvorio državu koju oni nisu htjeli. Nakon 8. studenoga imat će puno vremena da razmišljaju o svim grijesima i da se pokaju“ (Tomislav Karamarko, HDZ).

¹⁷ Vgl. <http://www.soundset.hr/vijesti/hrvatska/karamarkov-govor-u-rijeci-hnk-nije-niti-hrvatski-niti-narodni-ali-ne-jos-dugo>, Zugriff am 3.9.2021; originelle Aussage: „Svi mi koji smo danas ovdje osjećamo ponos i zahvalnost što smo došli u Rijeku, grad koji je, zajedno sa Sušakom i Bakrom uvijek bio slobodarski, koji je ustajao protiv svake okupacije. Grad koji se odupro D’Annunziju, fašizmu, a 1991. godine četništvo skrivenom iza zvijezde i Tita“ (Extrem rechtsorientierter kroatischer Politiker Luka Podruh, HČSP).

¹⁸ Vgl. <https://dubrovackidnevnik.net.hr/vijesti/politika/završni-skup-u-dubrovniku-clanovi-i-simpatizeri-hdz-a-euforico-i-begalkama-docekali-karamarka-video>, Zugriff am 1.9.2021; originelle Aussage: „Predsjednica je izbacila kroz prozor komunističkog razbojnika“ (Luka Podruh, HČSP).

Mit dem Ausdruck „der kommunistische Räuber“ war der kroatische ehemalige linksorientierte Präsident Ivo Josipović gemeint, und diese Rede wurde abgehalten, nachdem die neue Präsidentin, die rechtsorientiert war, gewählt wurde.

Da im kommunistischen Jugoslawien die katholische Kirche stark verdrängt wurde und es den Menschen, die in irgendeiner Form im staatlichen oder öffentlichen Dienst tätig waren, verboten wurde, in die Kirche zu gehen (vgl. Akmadža 2013: 85–100), benutzen die Rechtsorientierten auch diese Tatsache in ihrer mit Kommunisten verbundenen Rhetorik gegen die Linken. Deswegen betonen sie auch häufig ihren Glauben und begrüßen das Publikum mit einem heute schon in der Gesellschaft fast archaischen Gruß *Hvaljen Isus i Marija* (‚Gelobt seien Jesus und Maria‘), wie man im folgenden Beispiel sehen kann: „Gelobt seien Jesus und Maria, weil aus Kroatien sowohl Patriotismus als auch Christentum vertrieben sind“¹⁹ (Übersetzung N. P.).

Eine solche Redestrategie kommt beim Großteil des kroatischen Volkes gut an, denn die Kroaten ziemlich gläubig sind, und wenn man den (katholischen) Glauben mit Patriotismus verbindet, ist der Erfolg garantiert, denn das Patriotische wurde in Kroatien seit den 90-er Jahren sehr betont, dank dem letzten Krieg, der gegen Serben geführt wurde. Laut Bourdieu (1990: 102) sind im gesellschaftlichen Sinne die effektivsten Differenzierungen diejenigen, die auf scheinbar objektiven Unterschieden basieren, wobei die Zugehörigkeit zu einer Nationalität oder einer Religion in der politischen Rhetorik als natürliche Unterschiede behandelt werden, und geschickte Redner können dann auf einer solchen Basis sehr effektive manipulatorische Strategien bilden.

In derselben hier schon zitierten Rede von Luka Podruh wird der Präsident der größten kroatischen linksorientierten Partei (SDP) Zoran Milanović ein Großverräter, und die linksorientierte Koalition „Hrvatska raste“ eine „Karzinom-Koalition“ genannt. Der Ausdruck „Karzinom“ ist ein klares Anti-Mirandum, durch das ein Bild hervorgerufen wird, das ein unaufhaltbares böses Wachstum impliziert. Eine politische Struktur wird darin mit einer oft tödlichen Krankheit gleichgestellt, und man muss unbedingt daran denken, wie diese Krankheit zu stoppen ist. Der Redner stellt seine Partei als einen Retter dar, der durch die Aufrufung Gottes und durch die christliche Liebe die Macht erhält, das Unmögliche zu tun und das Karzinom zu bekämpfen. Außerdem wird versprochen, das eigene Volk nicht zu verraten, weil die Kroatische reine Rechtspartei es noch niemals gemacht hat und es einfach im Default nicht tut.

Andererseits soll man daran denken, dass durch eine solche Aussage auch ein potentiell negatives Bild für Politik im Allgemeinen entstehen kann – nämlich man spricht von Politik im Kontext einer Krankheit, wodurch die konzeptuelle Metapher „Politik ist Krankheit“ entsteht.

¹⁹ Vgl. <https://dubrovackidnevnik.net.hr/vijesti/politika/zavrzni-skup-u-dubrovniku-clanovi-i-simpatizeri-hdz-a-euforicno-i-begalkama-docekali-karamarka-video>, Zugriff am 1.9.2021; originelle Aussage: *Hvaljen Isus i Marija jer Hrvatske istjerano i rodoljublje i kršćanstvo* (Luka Podruh, HČSP).

5. Schlussfolgerung

In dieser Arbeit wurden die untersuchten Reden nur abschnittsweise vorgetragen, aber die vorgelegten Abschnitte sind repräsentativ und zeigen am besten die allgemeine Rhetorik der jeweiligen Rede. Wie man an diesen kurzen Ausschnitten gesehen hat, schaffen die PolitikerInnen mit ihrer Redeweise und ihrer Wortauswahl bestimmte Bilder (z. B. das Bild „eines kommunistischen Räubers“), welche die Möglichkeit einer rationalen Interpretation des Gehörten beeinflussen bzw. sie verringern.

Es ist aus der Theorie der kritischen Diskursanalyse und Untersuchungen, die sich mit der Sprache der Politik befassen, bekannt, dass politische Sprache an der Herstellung der Realität teilnimmt, und in diesem Sinne auch an der Herstellung unserer mentalen Realität. Durch die Herstellung bestimmter mentalen Bilder und Erweckung der Assoziationen, die mit diesen Bildern einhergehen, beeinflusst sie unser Denken und folglich auch unser Handeln. Bei einem Wahlkampf ist das Ziel, das Handeln des Publikums in dem Sinne zu beeinflussen, dass es einem bestimmten Politiker/einer bestimmter Politikerin oder Partei seine Stimme gibt. Bei diesem Unterfangen bedienen sich die PolitikerInnen unterschiedlicher (manipulativer) Strategien, die wir oben an bestimmten Beispielen gezeigt haben. Aufgrund des bisher Gesagten kann man schließen, dass sowohl im österreichischen als auch im kroatischen Wahlkampf der rechtsorientierten Parteien stärker Akzent auf die Diffamierung des politischen Gegners gesetzt wurde, obwohl sich die Themen ziemlich unterschieden haben. In Österreich wurden in diesem Kontext hauptsächlich Flüchtlinge und Türken, auch mal Wohlstand, in Kroatien wiederum der letzte Krieg, Patriotismus, Kommunismus, Religion und letztendlich auch Armut erwähnt. Im Groben und Ganzen kann man schließen, dass im kroatischen Wahlkampf doch mehr Diffamierung und weniger Argumentation oder Hinweise auf eigenes Wahlprogramm im Vergleich zum österreichischen Wahlkampf benutzt wurden.

Literaturverzeichnis:

- AKMADŽA, Miroslav. *Katolička crkva u komunističkoj Hrvatskoj 1945.–1980*. Zagreb, Slavonski Brod: Despot Infinitus, 2013. Print.
- BACHEM, Rolf. *Einführung in die Analyse politischer Texte*. München: R. Oldenbourg Verlag, 1979. Print.
- BEAUGRANDE, Robert-Alain de. „The Story of Discourse Analysis“, *Discourse as Structure and Process*. Hrsg. Teun van Dijk. London, New Delhi: SAGE Publications, 1997, 35–62. Print.
- BOURDIEU, Pierre. *Was heißt sprechen? Zur Ökonomie des sprachlichen Tauschens*. Wien: Braumüller Verlag, 1990. Print.
- DIECKMANN, Walther. *Sprache in der Politik. Einführung in die Pragmatik und Semantik der politischen Sprache*. 2. Auflage. Heidelberg: Winter Verlag, 1975. Print.
- DIJK, Teun A. van. „Political Discourse and Racism: Describing Others in Western Parliaments“. *The Language and Politics of Exclusion: Others in Discourse*. Hrsg. Stephen Harold Riggins. London: Sage, 1997, 31–64. Print.

- DIJK, Teun A. van. „Discourse and Manipulation“. *Discourse and Society* 17(2), 2006, 359–383. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0957926506060250>.
- DU BOIS, John. „The Stance triangle“. *Stancetaking in discourse. Subjectivity, evaluation, interaction (Pragmatics and Beyond, New Series 164)*. Hrsg. Robert Englebretson. Amsterdam: Benjamins, 2007, 139–182. Print.
- FAIRCLOUGH, Norman. *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. London, New York: Longman, 1995. Print.
- GIRNTH, Heiko. *Sprache und Sprachverwendung in der Politik. Eine Einführung in die linguistische Analyse öffentlich-politischer Kommunikation*. Tübingen: Niemeyer, 2002. Print.
- GRAUMANN, Carl Friedrich. „Die Beziehung zwischen Denken und Sprechen als psychologisches Problem“. *Sprache und Gesellschaft*. Hrsg. Annamaria Rücktäschel. München: Fink, 1972, 139–153. Print.
- GRUNER, Paul-Hermann. „Inszenierte Polarisierung, organisiertes Trugbild – Sechs Thesen zur Sprache des Wahlkampfes“. *Sprache statt Politik*. Hrsg. Manfred Opp De Hipt und Erich Latniak. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1991, 23–37. Print.
- HETZEL, Andreas. *Die Wirksamkeit der Rede. Zur Aktualität klassischer Rhetorik für die moderne Sprachphilosophie*. Bielefeld: Transcript, 2010. Print.
- JOHNSON, Mark und George LAKOFF. *Metaphors We Live By*. Chicago: University of Chicago Press, 1980. Print.
- KATNIĆ-BAKARŠIĆ, Marina. *Između diskursa moći i moći diskursa*. Zagreb: Naklada Zoro, 2012. Print.
- LAKOFF, George und Elisabeth WEHLING. *Auf leisen Sohlen ins Gehirn. Politische Sprache und ihre heimliche Macht*. Heidelberg: Carl-Auer Verlag, 2008. Print.
- ORWELL, George. 1984. (Übersetzt von Kurt Wagenseil). Zürich: Diana Verlag, 1950. Print.
- PALAŠIĆ, Nikolina. *Persuasive Strategien und Sprachelemente im politischen Wahlkampf in Österreich*. Dissertation. Universität Wien, 2014.
- SPIESS, Constanze. „Sprachliche Gewalt in öffentlich-politischen Diskursen. Formen, Ebenen und Funktionen“. *KM-Journal*, 1/2019. <https://journal.km-k.at/de/posts/hate-speech-aggression-und-intimit%C3%A4t/sprachliche-gewalt-in-%C3%B6ffentlich-politischen-diskursen-formen-ebenen-und-funktionen/>. 19.2.2022.
- STRASSNER, Erich. *Ideologie – Sprache – Politik. Grundfragen ihres Zusammenhangs*. Tübingen: Max Niemeyer Verlag, 1987. Print.
- WEHLING, Elisabeth. *Politisches Framing. Wie eine Nation sich ihr Denken einredet – und daraus Politik macht*. Köln: Halem, 2016. Print.
- WEISS, Gilbert und Ruth WODAK. *Critical Discourse Analysis. Theory and Interdisciplinarity*. Palgrave: Macmillan, 2007. Print.

ZITIERNACHWEIS:

- PALAŠIĆ, Nikolina. „Sprachliche Konstruktion positiver und negativer Bilder im politischen Diskurs“, *Linguistische Treffen in Wrocław* 21, 2022 (I): 205–217. DOI: <https://doi.org/10.23817/lingtreff.21-11>.