

Wie ein Bild im Kopf entsteht – zur Rolle von Sprachgebrauch in öffentlich-politischen Debatten (Redemanuskript zum Impulsvortrag am 24.9.2025, Medienmittwoch, Goethe-Universität Frankfurt)

Constanze Spieß (Universität Marburg)

Die Frage, wie ein Bild im Kopf entsteht, lässt sich auf sehr unterschiedliche Weise beantworten. Man könnte etwa untersuchen, welche Prozesse des Gehirns an der Entstehung von Vorstellungen beteiligt sind, diese experimentell nachvollziehen, Theorien über das Gehirn vorstellen oder philosophisch klären, was überhaupt unter einem Bild zu verstehen ist. Es kann aber in dem Zusammenhang auch die Frage gestellt werden, welche Rolle Sprachgebrauch bei der Konstruktion von Bedeutung, von Vorstellungen, und etwas allgemeiner ausgedrückt von Wissen und damit von Wirklichkeit spielt. Bilder in unseren Köpfen sind Vorstellungen und Bedeutungen von Dingen, Sachverhalten, Ereignissen, Erfahrungen. Sie sind uns in aller erster Linie vermittelt durch Sprache, genauer genommen sind sie uns durch unseren Sprachgebrauch zugänglich. Unser Sprachgebrauch ist somit – um es bildlich auszudrücken – ein Schlüssel zu unserem Denken, zum Denken von Individuen einerseits, aber auch ein Schlüssel zu Denkmustern, Mentalitäten ganzer Gesellschaften und Epochen und zum menschlichen Handeln.

Im Hinblick auf den Zusammenhang von Sprechen, Denken und Handeln formulierte Angela Merkel im Jahr 2018 auf der Sommerpressekonferenz Folgendes:

„Ich denke, ich habe schon auf die Frage von der Kollegin gesagt dass es mir sehr wichtig ist, dass ich umso mehr versuche, auf meine Sprache zu achten, präzise zu sein, dass natürlich auch die Fakten stimmen und dass sozusagen durch Beispielgebung versucht wird, diesen Prozess einer manchmal auch - so würde ich sagen – gewissen Verwahrlosung ein wenig im Zaume zu halten, weil ich glaube, dass es zwischen Denken, Sprechen und Handeln einen ziemlich engen Zusammenhang gibt.“ (Bundesregierung 2018)

Sprechen, Denken und Handeln sind eng miteinander verknüpft – sie beeinflussen und prägen sich wechselseitig. Sprechen ist dabei immer auch eine Form sozialen Handelns: Wer spricht, handelt in der Regel in sozialen Kontexten und gestaltet demzufolge soziale Kontexte, und zwar durch sprachliches Handeln. So kann ich etwas *feststellen*, *behaupten*, Personen *freundlich oder unfreundlich begrüßen*, *loben*, *beleidigen* – Mit dem Ausführen dieser sprachlichen Handlungen nehme ich eine Perspektive ein, zum Gegenüber, zu Sachverhalten, Ereignissen, Ideen etc. und werte mit meinem Sprechen das Gegenüber, die Sachverhalte, Ereignisse, Ideen etc. auf oder ab oder ich verhalte mich auf bestimmte Art und Weise zum Gegenüber, zu den Sachverhalten, Ereignissen. Mit dem Sprachgebrauch gestalte ich als Mensch Wirklichkeit. Zugleich hat wiederum die wahrgenommene Wirklichkeit Einfluss darauf, wie wir sprechen, denken und handeln. Sprechen, Denken und Handeln hängen unmittelbar zusammen und beeinflussen sich gegenseitig.

Das Handlungspotenzial von Sprache erfahren wir täglich: Wir regeln mit ihr unsere sozialen Beziehungen – in allen Lebenslagen und Kommunikationsbereichen. Besonders deutlich wird dies in der Politik. Realitäten werden sprachlich geschaffen durch *Vereidigungen, Kriegserklärungen, Angelobungen, Entlassungen* oder *Gesetzesverabschiedungen* etc. Durch Sprachgebrauch können bestehende Konzepte neu akzentuiert und dadurch verändert werden, etwa durch die Verwendung des Attributs *neu* bei *Neue Soziale Marktwirtschaft* oder *Neue Mitte*. Sprachwandel zeigt sich u.a. durch Veränderungen in der Konzeptualisierung von Sachverhalten. So indiziert der Benennungswandel vom *Arbeitsamt* zum *Jobcenter* einen Wandel in der Konzeptualisierung der Verwaltung, weg von der Behörde, hin zu einer Serviceinstitution. Die Verwendung der Bezeichnung *Entsorgungspark* statt *Müllplatz* wiederum verschleiert die negativen Aspekte unserer Müllproduktion und der damit verbundenen Müllbeseitigung, stellt man sich doch unter einem Park etwas vor, was in der Freizeit besucht wird und einen gewissen Erholungswert hat. Mit den hier genannten Beispielen wird deutlich, dass Sprechen realitätskonstituierend ist, wir erfahren die Wirkmächtigkeit des Sprechens, insofern durch Sprachgebrauch Wirklichkeit verändert wird. Und damit beeinflusst unser Sprachgebrauch unser Denken, Fühlen, Wollen und Handeln.

Was eine Gesellschaft als wirklich erfährt, wie Menschen denken wird in erster Linie sprachlich realisiert, insofern Individuen kommunikativ handelnd an der Gestaltung der gesellschaftlichen Bedingungen beteiligt sind. Kommunikatives Handeln schafft soziale Wirklichkeit oder um es mit den Wissenssoziologen Thomas Luckmann und Peter Berger zu formulieren:

„Sprache vergegenständlicht gemeinsame Erfahrung und macht sie allen zugänglich, die einer Sprachgemeinschaft angehören. Sie wird so zugleich Fundament und Instrument eines kollektiven Wissensbestandes. Darüber hinaus stellt sie Mittel zu Vergegenständlichung neuer Erfahrungen zur Verfügung und ermöglicht deren Eingliederung in den bereits vorhandenen Wissensbestand“. (Berger/Luckmann 2004: 72f.)

Sprachliches Handeln findet dabei durch musterhaften Sprachgebrauch statt, durch vorgeprägte Routinen, die die Möglichkeiten des Handelns rahmen. Gleichzeitig können durch sprachliches Handeln aber auch Routinen verändert werden, man denke nur daran, dass sich Anredeformen, Begrüßungsformen oder Abschiedsbekundungen über viele Jahrhunderte hinweg geändert haben, dass Höflichkeit heute anders codiert wird als in vergangenen Zeiten oder dass Bezeichnungen für technische Innovationen etabliert werden, die es vor der Innovation noch nicht gab und erst durch ihre Bezeichnung für uns real geworden sind wie z.B. *Präimplantationsdiagnostik*, oder *chatgpt*. Genauso gut können aber Bezeichnungen auch aus unserem Wortschatz verschwinden, wenn bestimmte Objekte/Sachverhalte keine Relevanz mehr in unserem Alltag haben oder diese sich verändert haben. Kaum eine Person spricht heute noch von *Disketten, Fernsprechanlagen* oder vom *Walkman*.

Sprache und Sprachgebrauch spielt in unserem alltäglichen Zurechtfinden in der Welt also insofern eine wichtige Rolle, als sie durch Typisierungen einen Orientierungsrahmen für die Erfassung von Welt bereitstellt, der nie neutral ist, sondern ideologisch geformt oder wie es der Sprachphilosoph Valentin Vološinov bezeichnen würde, ideologisch gebrochen ist.

„Jedes Zeichen entsteht, wie wir wissen, bei gesellschaftlich organisierten Menschen im Prozeß ihrer Wechselbeziehungen. Deswegen werden die Zeichenformen vor allem sowohl von der sozialen Organisation der jeweiligen Menschen als auch von den unmittelbaren Bedingungen ihrer Interaktion bestimmt. [...] Jedes ideologische Zeichen – und damit auch das Wort – das sich im Prozeß der sozialen Kommunikation realisiert, wird durch den gesellschaftlichen Gesichtskreis der jeweiligen Epoche und sozialen Gruppe bestimmt.“ (Vološinov 1975: 68-69, Hervorh. Im Original)

Mit Sprache gestalten, deuten und konstruieren wir Wirklichkeit perspektivisch. In politischen Kontexten wird Sprachgebrauch ganz gezielt, d.h. strategisch eingesetzt, um Wirklichkeit in einer bestimmten Weise und aus einer bestimmten Perspektive zu gestalten, zu deuten und zu schaffen. So ist es eine Frage der lebensweltlichen Perspektive, ob ich den Sachverhalt der *verschmolzenen Ei- und Samenzelle* als *Zellhaufen*, *werdendes oder menschliches Leben* bezeichne. Es ist eine Frage der Perspektive bzw. des politischen Standpunktes und einer spezifischen Deutung von Wirklichkeit, ob ich vom *Friedenseinsatz* oder vom *Kriegseinsatz*, vom *Klimawandel* oder der *Klimakatastrophe*, von *Klimaaktivisten* oder *Klimaterroristen*, von *Fluchtmigration*, *Asyltourismus* oder *Sozialtourismus*, *Abschiebung* oder *Rückführung*, *Rundfunkgebühr* oder *Zwangsgebühr*, von *Bürgergeld*, *Sozialklimbim* oder *sozialer Hängematte*, von der *Stärke Europas* oder von *Europa als Zwerg* spreche. Und ebenso ist es nicht unerheblich und eine Frage der politischen Perspektive, mit welchen unterschiedlichen, oftmals auch gegensätzlichen Bedeutungsaspekten *Menschenwürde*, *Meinungsfreiheit*, *Solidarität* etc. in Verbindung gebracht werden.

Deutlich wird an diesen Beispielen der instrumentale, interessen gebundene Einsatz von Sprache, einmal um sich als sprechende Person zu positionieren, aber auch um andere zu positionieren. Wenn ich von *Migration* spreche und diese ausschließlich mit dem Attribut *illegal* versee (so im Wahlprogramm von CDU/CSU bei der Bundestagswahl 2025, vgl. Spieß i.Dr.), präge ich damit gesellschaftliche Vorstellungen von *Migration* und erzeuge damit eine bestimmte Wirklichkeit, denn der Sachverhalt ‚Migration‘ wird auf einen bestimmten Aspekt verengt, die vielen Varianten von Migration werden nicht relevant gesetzt und sind dadurch in unserem Gehirn weniger fest verankert. *Migration* wird durch die Koppelung mit dem Attribut *illegal* mit den Aspekten der ‚Kriminalität‘ und ‚Unrechtmäßigkeit‘ in Verbindung gebracht, man könnte hier auch sagen gerahmt bzw. geframed. Die soziale Gruppe der Migrant:innen wird dabei zugleich in bestimmter Weise pauschal bewertet.

Sprache kann also sehr bewusst als Instrument sozialen Handelns eingesetzt werden und damit gesellschaftliche Prozesse und Machtverhältnisse konstituieren. Wie das auf besonders markante und rasante Weise aktuell geschieht, zeigen uns im Übrigen auch die Ereignisse in den USA, wo bestimmte Ausdrucksweisen verboten und andere Ausdrucksweisen forciert werden, quer durch alle Lebensbereiche.

Perspektivierungen durch Sprache erfolgen auf verschiedenen Ebenen: auf der Wortebene, durch die Verwendung von Metaphern oder durch Argumentationsmuster. Aushandlungen von Bedeutung, strategischer Metapherneinsatz und argumentative Rahmungen vollziehen

sich in öffentlichen Diskursen – immer gebunden an bestimmte politische und gesellschaftliche Auseinandersetzungen.

Sprechen ist geprägt durch Metaphern, durch sprachliche Bilder, weil diese aufgrund der Hervorhebung bestimmter Bedeutungsaspekte besonders geeignet sind für perspektivisches Sprechen: Insbesondere *Kriegs- und Wegmetaphern* sind in der politischen Kommunikation weit verbreitet: So konzeptualisieren wir andere politische Parteien *als Gegner*, *als Feinde*; wir *verteidigen unseren Standpunkt* oder *schießen* in Diskussionen *auch einmal einen Vorschlag ab* oder wir *bekämpfen unsere politischen Gegner* und sprechen von der *Festung Europas*. Politik wird zudem sehr häufig als *Weg* konzeptualisiert, der *schwierig* und *holprig* sein kann, der gekennzeichnet ist von *Hindernissen*, *Holzwegen*, *Irrwegen*, *Labyrinthen* oder aber auch von *Dritten Wegen*. Bei all diesen Benennungspraktiken geht es um das Erlangen von Deutungshoheit im Diskurs.

Diese Auseinandersetzungen um Deutungshoheit sind eingebettet in kommunikative Strategien (vgl. Ebing 2005 und Klein 1998), die besonders in Wahlkämpfen sichtbar werden, aber auch unabhängig von Wahlkämpfen in öffentlich-politischen Diskursen relevant sind:

a) *Profilierungsstrategien:*

Hier geht es den Parteien um die Fokussierung auf positiv bewertete Konzepte, Werte, Ideen, um sich damit von anderen Parteien positiv abzugrenzen. Die jeweilige Partei verweist auf ihre Kompetenzen und begründet damit ihr Regierungsansinnen.

b) *Polarisierungsstrategien:*

Polarisierungsstrategien dienen ebenfalls der Abgrenzung, dabei werden insbesondere die Gegensätze fokussiert und die Ziele der gegnerischen Partei negativ dargestellt, während das eigene Handeln positiv bewertet wird. Hierzu gehört auch die Strategie des *Negative Campaigning*.

c) *Popularisierungsstrategien:*

Hier wird der Bezug zum Willen der Wähler:innen hergestellt. Sachverhalte werden vereinfacht und nicht in ihrer Differenziertheit dargestellt, es werden einfache Gegensätze u.a. in Form von Feindbildkonstruktionen etabliert und soziale Gruppen pauschal bewertet.

d) *Prolongierungsstrategien:*

Prolongierungsstrategien werden v.a. von Regierungsparteien verwendet, um auf das bereits Erreichte positiv zu verweisen und das Erreichte als Argument für zukünftiges Handeln anzuführen. Betont wird die Kontinuität des politischen Handelns.

e) *Ambiguitätsstrategien:*

Mit dieser Strategie wird Eindeutigkeit vermieden, um unterschiedliche Wähler:innengruppen zu adressieren. Wenn bewusst Widersprüche erzeugt werden oder in Kauf genommen werden und diese aber als nicht widersprüchlich oder unvereinbar dargestellt werden, spricht man auch von der *Strategie der kalkulierten Ambivalenz* (vgl. Klein 1996, Reisigl 2020).

f) *Entlarvungsstrategien:*

Bei dieser Strategie wird der Fokus auf die Defizite der gegnerischen Parteien gelegt und die Fehler der gegnerischen Parteien werden in besonderer Weise hervorgehoben.

g) *Personalisierungsstrategie:*

Politische Parteien sind auf zentrale Akteur:innen angewiesen, die die Partei repräsentieren. Konzepte, Ideen und Werte werden über die Repräsentant:innen der Parteien vermittelt und greifbar.

h) *Image-Konstruktionsstrategie:*

Ziel dieser Strategie ist es, ein positives Image der Partei, das mit den Werten, Ideen und Zielen der Partei korreliert, aufzubauen. Durch die Verwendung beispielsweise positiv bewerteter Ausdrücke für die je eigenen Ziele, Ideen und Konzepte (oder bislang erreichten Ziele bei Regierungsparteien) erfolgt die sprachliche Aufwertung des eigenen Images. Diese Strategie hängt u.a. mit der Profilierungs- und der Personalisierungsstrategie zusammen.

Die Strategien tauchen zumeist in Verbindung miteinander und nicht streng isoliert auf. Sie zielen darauf, die eigene Gruppe aufzuwerten und die gegnerischen Gruppen abzuwerten, Kritik zu üben oder Kompetenzen ab- oder zuzusprechen. Bedeutungs- und Bezeichnungskämpfe sind dabei zentral. Der Kampf um die Bedeutung vollzieht sich durch Redeakte, die auf Umdeutungen oder Konzeptinnovationen zielen, die häufig mit dem Gewinn der Deutungshoheit über Sachverhalte einhergehen und mit Machtgewinn verbunden sind. Wer Begriffe erfolgreich umdeutet, gewinnt Deutungshoheit – und damit Macht.

Literatur:

Berger, Peter/Luckmann, Thomas (2004): *Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit*. Frankfurt: Fischer.

Efing, Christian (2005): Angemessenheit – pragmatische Perspektiven auf ein linguistisches Bewertungskriterium. In: *aptum. Zeitschrift für Sprachkritik und Sprachkultur* 11 (2), 97–100.

Klein, Josef (1996): Insider-Lesarten. Einige Regeln zur latenten Fachkommunikation in Parteiprogrammen. In: Josef Klein/Hajo Diekmannshenke (Hg.): *Sprachstrategien und Dialogblockaden. Linguistische und politikwissenschaftliche Studien zur politischen Kommunikation*. Berlin/New York, S. 201–209.

Reisigl, Martin (2020): *Mit zweierlei Maß gemessen* – Kalkulierte Ambivalenz in rechtspopulistischen Repräsentationen von Geschlechterverhältnissen. In: *Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik* 50(2), 203–229 <https://doi.org/10.1007/s41244-020-00167-y>

Spieß, Constanze (2020): Wahlkampfrede. In: Burkhardt, Armin (Hrsg.): *Handbuch Politische Rhetorik*. Berlin/Boston: de Gruyter, S. 393-414.

Spieß, Constanze (i.Dr./2026): „Deutschland wieder nach vorne“ – Zur Wahlkampfsprache von CDU/CSU. In: Aptum. Themenheft Wahlkampfsprache 2025. Heft 2/2026.

Vološinov, Valentin N. (1975): Marxismus und Sprachphilosophie. Grundlegende Probleme der soziologischen Methode in der Sprachwissenschaft. Herausgegeben und eingeleitet von Samuel M. Weber, Frankfurt u.a.: Fischer.

Quellen:

Wahlprogramm CDU/CSU 2025: Politikwechsel für Deutschland. https://www.cdu.de/app/uploads/2025/01/km_btw_2025_wahlprogramm_langfassung_ansicht.pdf

Bundesregierung (2018): Sommerpressekonferenz von Bundeskanzlerin Merkel. Mitschrift Pressekonferenz. <https://www.youtube.com/watch?v=YnJ8N-lp49Q>