

Zuwanderung, Asyl und Migration als wandelbares Stereotyp

Maria Stopfner

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

Walter Lippmann (1922, S. 40)

1. Einleitung

Um im Alltag richtig zu funktionieren, können wir nicht jede Person, jeden Gegenstand oder jedes Ereignis in seiner Einzigartigkeit für sich interpretieren (vgl. Tannen 1993). Und so bringen wir Ordnung in die unüberblickbare Vielfalt, indem wir die Menschen, Dinge und Situationen, denen wir begegnen, vereinfachend zusammenfassen und mit einer Wertung versehen, die spätere Entscheidungen erleichtern und beschleunigen soll (vgl. Quasthoff 1973). Ein Großteil des gesamtgesellschaftlichen Wissens ist auf diese Weise gespeichert (vgl. Sacks, zit. in: Kesselheim 1998) und steuert meist unbewusst unsere Wahrnehmung und unser Verhalten (vgl. Ebert/Piwinger/Henneke 2007). Die zugrundeliegenden Muster und Konzepte werden von Kindesbeinen an erlernt (vgl. Veith 2005) und besitzen soziale Geltung (vgl. Klein 1998), sodass wir uns unserem Kulturkreis entsprechend im täglichen Leben zurechtfinden, denn mit den Mustern und Konzepten sind auch Einschätzungen von Gut und Böse, von Rechten und Pflichten verbunden (vgl. Heinemann 1998). Unter der Bezeichnung *Stereotyp* sind diese kognitiven sozialen Muster und Konzepte aufgrund ihrer Starrheit und ihrer einfachen, emotionsbeladenen Anschaulichkeit, mit denen sie das Aufnehmen neuer, nicht den internalisierten Erwartungen entsprechender Information erschweren (vgl. Sekulski 1998), vor allem in Hinblick auf Personen- und Gruppenurteile zunehmend in Verruf geraten.

Im Gegensatz zum Großteil der Arbeiten zum Thema sieht sich der vorliegende Beitrag der ursprünglichen Konzeption Walter Lippmanns (1922) verpflichtet und geht von einem wertneutralen Stereotyp-Begriff aus, der klar vom Vorurteil abzugrenzen ist (vgl. Heinemann 1998). Gleichzeitig wird die ebenfalls durch die alltagssprachliche begriffliche Nähe zum Vorurteil bedingte Einschränkung auf Personen(gruppen) ausgeweitet auf die mit einem bestimmten Schlagwort verbundenen stereotypen Deutungsmuster. Die Analyse nimmt hier Anleihe am weit gefassten Ansatz von Hilary Putnam, wie er auch in weiterentwickelter Form in den idealisierten kognitiven Modellen von George Lakoff wiederzufinden ist (vgl. Schmid 2002).

Im Zentrum der Analyse stehen die stereotypen Konzepte rund um die Schlagwörter *Zuwanderung*, *Einwanderung*, *Asyl* und *Migration*, die als „Kristallisationspunkte“ (vgl. Edelman 1976, S. 153) für unterschiedliche politische Anschauungen zunehmend an gesellschaftlicher Brisanz gewinnen und auf die, den jeweiligen Zielen entsprechend, bewusst Einfluss genommen wird. Bei der Ausbildung von Stereotypen spielen dabei die Medien in zweifacher Hinsicht eine besondere Rolle: Einerseits dienen sie als Forum für den gesamtgesellschaftlichen Diskurs dazu, die stereotypen Konzepte öffentlich auszuhandeln, andererseits sind sie gleichzeitig auch Plattform und Multiplikator für die in ihnen vorgeschlagenen stereotypen Zuschreibungen (vgl. Stopfner/Vorhofer 2010). Vor allem dort, wo noch keine stereotypen Vorlagen ausgebildet sind, sich diese noch nicht verfestigt haben oder sie aufgrund gesellschaftlicher Veränderungen wieder ins Wanken geraten (vgl. Fick 2009), gewinnen medial transportierte Muster als Interpretationsvorschläge mit Autoritätscharakter an Bedeutung.

2. Das Stereotyp am Knotenpunkt zwischen Sozial- und Geisteswissenschaft

Die Geburtsstunde des *Stereotyps*, so wie wir es heute kennen, lässt sich auf das Jahr 1922 datieren, als der Publizist Walter Lippmann in seinem Grundlagenwerk *Public Opinion* den Ausdruck aus der Druckersprache für fest verbundene Drucktypen auf „kulturell vorgeprägte Einstellungen, Meinungen oder Überzeugungen“ (Grzybek, zit. in: Pümpel-Mader 2010, S. 9) übertrug. Der neugefundene Terminus wurde in den darauffolgenden Jahrzehnten von verschiedenen sozial- und geisteswissenschaftlichen Forschungsrichtungen aufgegriffen und für sich adaptiert (vgl. Pümpel-Mader 2010). Dabei wurden zwei unterschied-

liche Pfade eingeschlagen: Ein Forschungsstrang rückte das Stereotyp in die Nähe des Vorurteils und suchte fortan nach sprachlichen Formen, in denen sich die mit Personen und Gruppen verknüpften (negativen) Einstellungen und Wertungen materialisieren (vgl. Klein 1998). In dieser Tradition steht bis heute ein Großteil der Forschung zum Stereotyp, so etwa Uta Quasthoffs wegweisendes, sprachwissenschaftliches Werk *Soziales Vorurteil und Kommunikation* (vgl. Quasthoff 1973) oder Teun van Dijk's Arbeiten zu ethnisch motivierten Vorurteilen (vgl. van Dijk 1984, 1987). Die folgende Definition von Maria Pümpel-Mader bringt die Quintessenz dieser Forschungstradition beispielhaft auf den Punkt: „Das Stereotyp umfasst, wenn es auf Menschen bezogen ist, einen Sachverhalt, in dem in unge-rechtfertigter Weise Personengruppen verallgemeinernd, bewertend (meist pejorativ) und vereinfachend Eigenschaften zugeordnet werden“ (Pümpel-Mader 2010, S. 10).

Der zweite, weitaus weniger häufig verfolgte Traditionsstrang blieb dem ursprünglichen Konzept Lippmanns treu und behielt den weit gefassten und weitgehend wert-neutralen Stereotyp-Begriff bei. Dazu Josef Klein: „Während im kritischen Gebrauch des Stereotypbegriffs neben den Wahrheitsdefiziten und der Undifferenziertheit von Stereotypen vor allem die Ungerechtigkeit und die damit – u. U. bis zur rassistisch motivierten Vernichtung – verbundenen Konsequenzen *für die stereotypisierten Personen(gruppen)* betont werden, wird in der neutralen oder positiven Verwendung des Stereotypbegriffs vor allem die kognitive Entlastungsfunktion hervorgehoben, die Stereotype als Modi der Kategorisierung der Welt *für die stereotypisierenden Subjekte* erfüllen“ (Klein 1998, S. 26).

Die wertfreie Verwendung des Begriffs findet sich auch bei Hilary Putnam, der neben Lippmann als einer der wichtigsten Ahnherren der Stereotypenforschung gilt. Speziell für die vorliegende Arbeit von Interesse ist, dass das Stereotyp bei Putnam weit über den Bereich der Personen bzw. Personengruppen hin ausgeweitet wird und als alltags-sprachliches Modell auf alle Wörter, die natürliche Klassen bezeichnen, angewendet wird (vgl. Klein 1998). Für Putnam übernimmt das Stereotyp die Funktion einer „Kategorie sozialer Geltung“ (Klein 1998, S. 32), die die möglicherweise unzutreffenden Annahmen der Sprachgemeinschaft umfasst, „wie ein X aussehe, was es tue oder [...] sei“ (Putnam, zit. in: Pümpel-Mader 2010, S. 11). Damit befindet sich das Stereotyp in einem Naheverhältnis zur Prototypensemantik, wie sie von Eleanor Rosch begründet wurde. Die Prototypensemantik kreist um die Frage, wie Kategorien als „the main way we make sense of experience“ (Lakoff, zit. in: Kleiber 1993, S. 4) gebildet und organisiert werden. Der Prototyp steht dabei als bestes, weil allgemein anerkanntes und repräsentativstes Exem-

plar im Zentrum der Kategorie bzw. der Kategorisierung und ist damit auch Kernstück der (ursprünglichen) Theorie (vgl. Kleiber 1993).

Da viele der Merkmale, die Putnam für das Stereotyp heranzieht, auch für den Prototyp gelten, stellt sich die Frage, ob die beiden Theorien nicht ohnehin gleichzusetzen sind. Manche der ursprünglichen Bedingungen Putnams werden seitens der Prototypensemantik jedoch abgelehnt (vgl. Kleiber 1993), so etwa die bedeutungskonstituierende Rolle des Expertenwissens oder die semantischen Marker, die Putnam selbst später revidierte (vgl. Klein 1998). Weit wichtiger hingegen sind die unterschiedlichen Sichtweisen, die sich nach Geeraerts in den beiden Ansätzen ausdrücken: „Stereotype beschreiben soziale Konventionen, Prototypen hingegen die psychologischen Prinzipien der begrifflichen Ökonomie, die die semantische Kategorisierung beeinflussen“ (Geeraerts, zit. in: Kleiber 1993, S. 47f.). Der Stereotyp-Begriff profitiert dabei von den Erkenntnissen des Prototypenansatzes insofern, als das Stereotyp nun ähnlich dem Prototyp nicht mehr als Summe der Einzelkomponenten, sondern als (mentale) Ganzheit aufgefasst wird (vgl. Klein 1998). Sowohl der Stereotypenansatz von Putnam als auch der ursprüngliche Prototypenansatz von Rosch leiten dabei über zu den Positionen, wie sie von der kognitiven Linguistik später vertreten werden (vgl. Konearding 2001).

Kognition definiert sich über „die konsensuellen Wahrnehmungs-, Verhaltens- und Handlungsschemata einer sozialen Praxis“ (Konearding 2001, S. 158), d.h. überspitzt gesagt, im Alltag geht es weniger um Erkenntnis, als vielmehr darum, die richtige Wahl aus verschiedenen sozial sanktionierten Handlungsmustern zu treffen (vgl. Konearding 2001). Eines der prominentesten kognitiven Modelle in der Bugwelle der Prototypensemantik ist das Konzept der Idealisierten Kognitiven Modelle (Idealized Cognitive Models) von George Lakoff (1987). Idealisierte kognitive Modelle sind die Vorlagen, entlang derer unser Wissen organisiert wird und neue Erfahrungen eingeordnet werden (vgl. Kleiber 1993). Stereotype stellen in diesem Modell als soziale Stereotype die Subkategorie einer lexikalisierten Kategorie dar, die all jene idealisierten kognitiven Modelle umfasst, die „die Mitglieder der Kategorie hinsichtlich zentraler Aspekte bzw. kontextrelativ hervortretender Eigenschaften konsensgestützt charakterisieren“ (Konearding 2001, S. 163) und die damit die Normalerwartung repräsentieren (1987). Lakoff unterscheidet hier ähnlich wie Konearding zwischen weiten Stereotypen, wie Lippmann sie versteht, und spezielleren Stereotypen, wie sie vor allem in den Sozialwissenschaften vertreten werden (vgl. Konearding 2001).

Der vorliegende Beitrag übernimmt nun bis zu einem gewissen Grad die Unterschei-

dung in spezielle und weite Stereotype, verdankt seine grundsätzliche Anwendung auf Medientexte jedoch den Annahmen Schmid, der Stereotype als Wissensstrukturen definiert, die einerseits „Eigenschaften von Prototypen kognitiver Kategorien in normalen Kontexten repräsentieren“ (Schmid 2002, S. 293) und die andererseits von den Mitgliedern der Sprachgemeinschaft geteilt werden, wobei die mit einem Wort assoziierten Stereotype ausschließlich auf Konventionen beruhen und somit durchaus inkorrekt sein können (vgl. Schmid 2002). Zudem lässt das Stereotyp mehrere Anschlussstellen erkennen, an denen sich ein Brückenschlag zwischen geistes- und sozialwissenschaftlichen Ansätzen anbietet (vgl. Konerding 2001). Dies ist ganz besonders dort der Fall, wo, wie dies Josef Klein (1998) vorschlägt, als Alternative zum lexikonorientierten Ansatz der Frame-Begriff als Ausgangspunkt für die Beschreibung von stereotypen Konzepten gewählt wird.

Frames werden in der Forschung entweder in Linie mit den Arbeiten von Gregory Bateson (1972), Erving Goffman (1974) oder Deborah Tannen (1993) als metakommunikative Anleitungen verstanden, wie Gesagtes oder Getanes richtig zu verstehen sei (vgl. MacLachlan/Reid 1994), oder aber sie werden in der Tradition Marvin Minskys (1975) als „organised bundles of world knowledge“ (MacLachlan/Reid 1994, S. 72) definiert und damit zu einem fruchtbaren Modell für die Analyse von sozialen Stereotypen, „[which] tend to combine perceived equivalence, background knowledge and category labels in ways which are readily transmitted to other members of society, especially those, who hold the same values and (especially) group memberships as the perceiver“ (McGarty 2002, S. 18). Dieses letzte Modell stammt ursprünglich aus der Artificial Intelligence Forschung und dient dort der ökonomischen Repräsentation von komplexen Wissensseinheiten. Das Modell wurde daraufhin auch für die Linguistik brauchbar gemacht und zwar, so Klein, in erster Linie, um eine Brücke zwischen sprachlich-semantischem Wissen und Weltwissen zu schlagen (vgl. Klein 1998). Für den Frame-Ansatz werden nämlich auch all jene Wissens Elemente in die Lexembeschreibung aufgenommen, die in Texten aufgrund ihrer Selbstverständlichkeit nicht explizit angeführt werden, sondern als „Selbstverständlich-Mitzudenkendes“ (defaults) implizit bleiben können (Klein 1998, S. 38f.). Van Dijk definiert das Verhältnis von Frame und Begriff wie folgt: „We propose that frames define units of chunks of concepts which are not essentially, but ‚typically‘ related“ (van Dijk, zit. in: Wegner 1985, S. 39). Für Charles Fillmore ergibt sich der situationsgerechte Sinn eines Wortes damit erst aus dem Kontext (scene) heraus, in den das Wort eingebettet ist (vgl. Fillmore, zit. in: MacLachlan/Reid 1994). „Scenes will thus trigger associated frames (or linguistic choices) and vice versa“ (MacLachlan/Reid 1994,

S. 74). Frames basieren auf typischen Inhaltskategorien (slots), die wiederum typische Realisierungen (filler) enthalten (vgl. Klein 1998). Sie umfassen etwa zu erwartende Ursachen und Folgen sowie andere typische Komponenten von Handlungen oder Ereignissen, wie etwa Zeit und Ort (vgl. van Dijk, zit. in: Wegner 1985). Damit stellt der Frame-Ansatz ein brauchbares Modell für die Beschreibung stereotyper Muster zur Verfügung. Denn das eigentliche Stereotyp ist weder Träger noch das zugesprochene Merkmal, sondern, so Pümpel-Mader, die Verbindung aus Träger und Merkmal, die auf der abstrakteren Ebene der Makro-Propositionen zu finden ist (vgl. Pümpel-Mader 2010), die wiederum als konkrete Füllung spezifischer Slots der übergeordneten Frames angesehen werden können.

Konerding versucht nun, möglichst viele Frame-relevante Inhaltskategorien als mögliche Wissensdimensionen zusammenzutragen, indem er eine Liste von Fragen erstellt, die mit dem Frame-tragenden Konzept sinnvoll verbunden werden können (vgl. Konerding, zit.in: Klein 1998). Dabei zeigt sich speziell in Zusammenhang mit Personen-Frames, dass der Katalog aus relevanten Fragen bzw. Antworten sehr kurz ausfällt (vgl. Klein 1998). Mit anderen Worten: Bei sozialen Personenstereotypen wird die Bedeutung innerhalb der Kommunikationsgemeinschaft auf einige wenige, entscheidende Aspekte reduziert, etwa auf die Frage der Religion (vgl. Klein 1998). So kann van Dijk den Fragenkatalog in Zusammenhang mit ethnischen Stereotypen auf fünf Kategorisierungsaspekte reduzieren, die als Slots fungieren und mit stereotypen Eigenschaften gefüllt werden: nationale Herkunft bzw. Aussehen, sozioökonomischer Status, soziokulturelle Normen und Werte (Religion, Sprache etc.), typische Handlungen und zugeschriebene Charaktereigenschaften (Intelligenz etc.) (vgl. van Dijk 1984). Auf ähnliche Weise definiert Klein Aussehen, ökonomischer Status, Verhalten, Charakter, Quantität und Sprache als relevante Slot-Kategorien in Zusammenhang mit Personenstereotypen (vgl. Klein 1998). Die einzelnen Merkmale treten je nach Kontext einmal mehr, einmal weniger zu Tage, sodass gegenteilige Erfahrungen als Ausnahme der Regel verstanden werden und an den zugrundeliegenden Konzepten kaum rütteln (vgl. Sekulski 1998). Die stereotypen Filter, die bei der Kategorisierung von Personengruppen aktiviert werden, dürften, so Klein, weitgehend von außersprachlichen Faktoren beeinflusst sein (vgl. Klein 1998, S. 41). Ein wichtiger Faktor dabei ist die Interpretationswelt der Medien.

Ein weiteres sozialwissenschaftliches Modell, das für die vorliegende Untersuchung von spezieller Bedeutung sein wird, findet sich bei Bertram Scheufele (2003) und Urs Dahinden (2006). Ihr Frame-Ansatz wird auf die Darstellungs- und Interpretationswel-

ten der Medien angewandt und verkörpert hier jene interpretativen Zusammenhänge, in die die aufgegriffenen Themen durch die Berichterstattung wiederholt gestellt werden. Indem die Medien immer aus einer gewissen Perspektive, d.h. den Nachrichtenwerten entsprechend, argumentieren, werden bestimmte Aspekte stets in den Vordergrund gerückt, während andere in den Hintergrund treten oder gänzlich wegfallen (vgl. Bonfadelli et al. 2010). „Within the scope of the news, this construct can be considered as a latent message from the journalist oriented towards the receiver, representing a suggestion or a stimulus to understand the news message in accordance with the idea expressed through the frame“ (van Gorp 2005, S. 487). Gerade an diesem Punkt, wo die Medien im Sinne von Medien-Frames prominent über ein Thema berichten und es gleichzeitig immer auf die gleiche Weise darstellen, lässt sich der Übergang zu den stereotypen kognitiven Wissensframes sprachwissenschaftlicher Prägung bewerkstelligen. „Durch kumulative, konsonante Berichterstattung werden Schemata wiederholt aktiviert und damit zu stabilen Aktivationsmustern, die bei späteren Urteilen leicht zugänglich sind“ (Scheufele 2003, S. 80). Hier können langfristig stereotype Klassifizierungen, Bewertungen und Entscheidungen beeinflusst werden (vgl. Scheufele 2003), d.h., sozialwissenschaftliche Medien-Frames können im Sinne wiederkehrender medialer Darstellungsmuster zur kognitiven Frame-Vorlage für die Ausbildung sozialer Stereotype werden.

Der vorliegende Beitrag nimmt diesen Gedanken auf und sucht nach wiederkehrenden Berichterstattungsmustern im Zusammenhang mit Ein-/Zuwanderung, Asyl und Migration. Die bei der Analyse angelegten Medien-Frames reduzieren den stilisierten Interpretationsrahmen sozialwissenschaftlicher Prägung (vgl. van Gorp 2005) auf typische Themen- und Eigenschaftszuschreibungen, womit der Frame-Gedanke wieder auf die kognitiven Kategorienraster im Sinne van Dijk (1984) und Kleins (1998) zurückgeführt wird.

3. Methode

Um etwaige Veränderungen in den medialen Darstellungsmustern in Folge des politischen Richtungswechsels der ÖVP empirisch belegen zu können, wurden zwei Untersuchungszeiträume definiert. Der erste Untersuchungszeitraum (UZR I) dient dabei als Nullmessung und wurde als künstliches Monat (stratifiziertes Randomsample) aus dem Zeitraum von 1. Juli 2009 bis 30. Juni 2010 generiert. Der zweite Untersuchungszeitraum (UZR II) umfasst die (natürliche) Woche von 25. Juli 2010 bis 1. August 2010 und deckt

damit die Berichterstattung nach dem Presse-Interview mit Außenminister Michael Spindelegger ab. Das relevante Mediensample setzt sich aus Medien zusammen, die aufgrund ihrer Markt- und Reichweitenbedeutung für Tirol ausgesucht wurden. Für die tagesaktuelle Berichterstattung wurden die *Tiroler Tageszeitung*, die Tiroler Ausgabe der *Kronen Zeitung* und *Der Standard* ausgewählt. Im Bereich der Wochenmagazine wurden die *Ganze Woche*, *News*, *Profil* sowie die *Tiroler Bezirksblätter* in die Untersuchung aufgenommen.

Die Analyse, die durch das MediaWatch Institut für Medienanalysen GmbH, einem Unternehmen der APA-Gruppe, durchgeführt wurde, fußt auf 338 relevanten Beiträgen in den genannten Printmedien. Als Kriterium für die Aufnahme eines Beitrags in die Analyse dient die Präsenz eines der Schlagwörter *Ein-/Zuwanderung*, *Asyl* oder *Migration*, wobei auch Komposita (*Asylfrage* etc.), Ableitungen (*Asylant* etc.) und Verbalisierungen (*einwandern*, *zuwandern* etc.) als relevante sprachliche Repräsentationen mit in die Untersuchung aufgenommen wurden. Neben der rein quantitativen Erhebung der jeweiligen Beitragsanzahl für das entsprechende Schlagwort wurden auch die mit dem jeweiligen Schlagwort assoziierten Themen- und Eigenschaftszuschreibungen als inhaltlich-qualitative Elemente entlang der methodischen Richtlinien für (sozialwissenschaftliche) Medieninhaltsanalysen erfasst (vgl. Früh 2004).

4. Das Schlagwort als wandelbares Stereotyp

Der Wortschatz einer Gesellschaft lässt sich als eine Sammlung konventionalisierter Konzepte begreifen, mit denen bestimmte Begriffe und Ausdrücke verbunden sind, aus denen der jeweilige Sprecher/die jeweilige Sprecherin auswählen kann (vgl. Bachem 1979). Die mit den Begriffen verbundenen Urteile werden automatisch mit den Wörtern abgerufen (vgl. Bachem 1979) und „bestimmen so die sozialen Entscheidungen des Sprachbenutzers u.U. stärker als rationale und voll bewusste Denkvorgänge“ (Bachem 1979, S. 44). Wer Wörter für die Begriffe findet und die Dinge „benennt, beherrscht sie. Definitionen schaffen ‚Realitäten‘. Wer definiert, greift aus der Fülle möglicher Aspekte einen heraus, natürlich denjenigen, der ihm wichtig erscheint“ (Greiffenhagen 1980, S. 12). Vor allem im Umfeld der Politik wird Nutzen aus diesem Umstand geschlagen, indem Schlüsselwörter Programme und Positionen an prominenter Stelle schlaglichtartig verdichten und gleichzeitig durch wiederholte Verwendung sprachlich wie auch gesellschaftspolitisch entsprechend verankern (vgl. Liedtke 1996). Oberstes Handlungsziel ist dabei immer die

Erzeugung von Zustimmungsbereitschaft bei den relevanten Adressaten/Adressatinnen, um diesen „bestimmte Auffassungen nahezubringen, sie zu bestimmten Überzeugungen zu bringen, bestimmte Einstellungen zu induzieren etc“ (Liedtke 1996, S. 6). Um dieses Ziel zu erreichen, muss abgewogen werden, welche sprachlichen Mittel sich am besten dazu eignen (vgl. Liedtke 2002).

Ein wichtiges Instrument im Buhlen um die Zustimmungsbereitschaft des Wählers/der Wählerin ist das Schlagwort. Das Schlagwort steht nach Dieckmann „im politisch-emotionalen Kräftefeld des Meinungsstreites“ (Dieckmann 1964, S. 79) und wird „durch angelagerte Begleitgefühle charakterisiert“ (Dieckmann 1964, S. 79). Es dient der politischen Beeinflussung, indem es Denken, Gefühle und Verhalten kanalisiert (vgl. Klein, zit. in: Hombach 1991) und zur Meinungsbildung bzw. Meinungsänderung der Öffentlichkeit beiträgt (vgl. Dieckmann 1980). Schlagwörter besitzen über ihren Nennwert hinaus einen programmatischen Inhalt, der ihnen eine „agitorische Funktion“ im gesellschaftspolitischen Kräftemessen zuweist (vgl. Ickler 1988). Sie erhalten ihre zentrale Position in der politischen Kommunikation dadurch, dass „die konfligierenden Interessengruppen mit ihnen angestrebte oder bereits realisierte politische Leitgedanken, Programme und Ziele ‚auf den Begriff‘ bringen und Problemverhalte aus ihren verschiedenen Perspektiven heraus beleuchten“ (Böke 1996, S. 32). Sie sind somit sprachliche Kristallisationspunkte, an die unterschiedliche, den politischen Anschauungen entsprechende soziale Stereotype im Sinne kognitiver Interpretationsmuster angeschlossen sind. Daher gilt vor allem im Umfeld politischer Ziele und Intentionen: „Die Sprache *spiegelt* nicht eine objektive ‚Realität‘, sondern *schafft* sie, indem sie von einer komplizierten und verwirrenden Welt bestimmte Wahrnehmungen abstrahiert und sie zu einer Sinnstruktur organisiert“ (Edelman 1980, S. 39). Dieser Vorgang, so ist die Annahme, geschieht in der Politik durchaus bewusst und beabsichtigt (vgl. Liedtke 1996). „Schließlich ist derjenige politisch im Vorteil, der eine Alternative formuliert. Mit ihr können alle anderen Möglichkeiten, ein Problem zu sehen oder zu lösen, abgeblendet werden“ (Greiffenhagen 1980, S. 13). Das Schlagwort ist dabei Dreh- und Angelpunkt, denn „wer es zur rechten Zeit findet oder erfindet, kann Gefolgschaft finden, die Richtung von Wahlkämpfen bestimmten, dem Gegner schweren Schaden zufügen“ (Greiffenhagen 1980, S. 13).

Inwieweit politische Begriffs- und Deutungskonzepte Einfluss auf die Darstellungswelt der Medien besitzen, zeigte sich Ende Juli 2010, als sich Außenminister Michael Spindelegger von der Österreichischen Volkspartei in einem Interview mit der Presse plötzlich offen für mehr Zuwanderung aussprach: „Wir brauchen den aktiven, gezielten

Prozess der Zuwanderung, weil unsere Gesundheits- und Sozialsysteme sonst nicht überlebensfähig wären” (Die Presse.com, 24.7.2010). Das Interview läutete nicht nur eine Trendwende in der österreichischen Migrationspolitik ein, sondern veränderte auch, wie

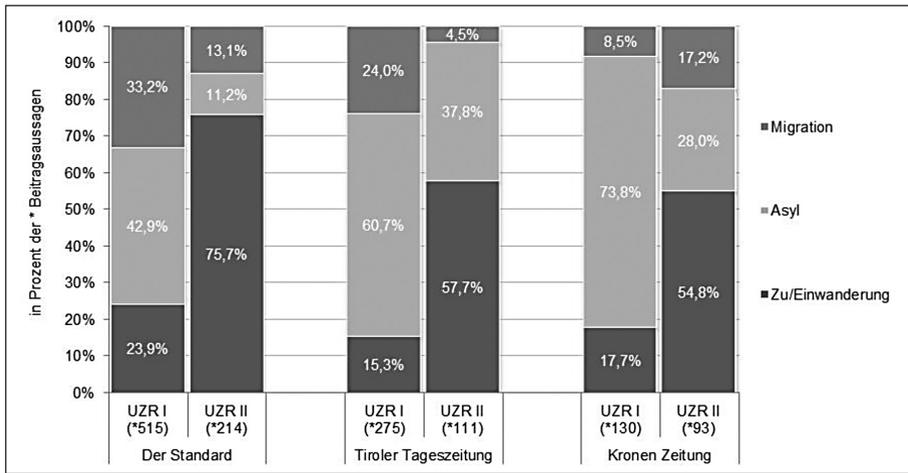


Abbildung 1: Anteil der tagesaktuellen Printmedien-Beiträge, die auf Ein-/Zuwanderung, Asyl oder Migration verweisen, vor (UZR I) und nach (UZR II) dem Presse-Interview mit Außenminister Michael Spindelegger (ÖVP) (Quelle: MediaWatch, Inhaltsanalyse Ein-/Zuwanderung, Asyl und Migration in Mehrheits- und Ethnomedien)

sich aus Abbildung 1 erkennen lässt, den bis dato vorherrschenden öffentlichen Medientext zum Thema.

Überwogen im Jahr zuvor die Beiträge zu *Asyl* bisweilen deutlich jene zu *Ein-/Zuwanderung* und *Migration* – in der Tiroler Ausgabe der *Kronen Zeitung* wird in etwa drei Viertel der Beiträge auf das Schlagwort *Asyl* verwiesen –, so schnellst der Anteil der Beiträge zu *Ein-/Zuwanderung* in der Woche nach dem Interview mit Michael Spindelegger in die Höhe, worin sich wie bereits in anderen Studien zum Thema die Bedeutung spezifischer Ereignislagen und politischer Agenden für die mediale Debatte bestätigt (vgl. Ruhrmann/Demren 2000).

Um der Öffentlichkeit bestimmte Anschauungen nahezulegen, wird einerseits aus dem breiten Angebot an möglichen Ausdrücken geschöpft, andererseits wird auch aktiv in deren Bedeutung eingegriffen (vgl. Volmert 1989). Mit anderen Worten: Ein Wort ist nicht von sich aus Schlagwort, sondern wird zum Schlagwort gemacht (vgl. Ickler 1988) bzw. wird als solches gebraucht (vgl. Dieckmann, zit. in: Heusinger 2004). Das „Etiket-

tierungshandeln in öffentlicher Rede“ (Volmert 1989, S. 78) verändert die semantische Struktur, indem bestimmte Merkmale hervorgehoben, hinzugefügt oder unterdrückt werden (vgl. Volmert 1989). Dies gelingt über wiederholte spezifische Kontextualisierung, d.h., es wird Einfluss auf den unmittelbaren sprachlichen Kontext genommen, in dem der relevante Ausdruck verwendet und geprägt wird (vgl. Böke 1996). Indem das betreffende Wort wiederholt mit bestimmten (positiv oder negativ gewerteten) Ausdrücken in Verbindung gebracht wird, werden entsprechende Assoziationen aufgebaut und eingeschliffen (vgl. Böke 1996). Die Definition des Bedeutungshorizonts von *Zu-/Einwanderung, Asyl* und *Migration* erfolgt demnach über den Kontext, in den die Wörter wiederholt gestellt werden. „Die so kommentierten Konzepte (= in den Wörtern enthaltenen Wirklichkeitsmodelle)“ (Bachem 1979, S. 48) sollen daraufhin „zu selbstverständlichen *Werkzeugen der individuellen Weltorientierung* werden“ (Bachem 1979, S. 48).

Die Stereotypensemantik ist nun durch das Bemühen gekennzeichnet, „gesellschaftlich determinierte mentale Repräsentationen zu erfassen, die den Bedeutungen und somit dem Verständnis und der Verwendung alltäglicher Begriffe zugrunde liegen“ (Schmid 2002, S. 291). Dabei besitzen wir mehr stereotype Konzepte, als wir im Alltag wirklich verwerten, etwa auch von Ländern und historischen Ereignissen (vgl. Heinemann 1998). Stereotype Muster und Konzepte entstehen, indem Merkmale generalisiert und gegenüber anderen Sachverhalten abgegrenzt werden (vgl. Klein 1998). „Eine neue Dimension erhalten Stereotype, wenn sie mit diesen internalisierten Bildern auch Einstellungen verbinden, die zu Handlungen führen“ (Heinemann 1998, S. 8), d.h. dann, wenn sich mit den stereotypen Bildern im Kopf auch Vorstellungen von Gut und Böse, von Richtig und Falsch verbinden (vgl. Heinemann 1998), wie dies etwa bei Schlagwörtern bewusst intendiert ist. Mit anderen Worten realisieren sich in den Schlagwörtern je nach (politischer) Intention und Prägung unterschiedliche stereotype Muster und Konzepte, die über spezifische Kontextualisierung im Sinne bewussten Framings im öffentlichen Diskurs, d.h. realiter über die Medien, zur Verhandlung gestellt und gleichzeitig verankert werden. Dabei wurden *Ein-/Zuwanderung, Asyl* und *Migration* als Schlagwort in den beiden Untersuchungszeiträumen medial wiederholt in den Kontext der folgenden Themen eingebettet (vgl. Abbildung 2).

Zu-/Einwanderung			
Untersuchungszeitraum I		Untersuchungszeitraum II	
Migrationspezifische Themen	33,9%	Migrationspezifische Themen	32,9%
Strategie und Stil der pol. Öffentlichkeitsarbeit	8,9%	Arbeitsmarkt	17,1%
Bildung	8,9%	Strategie und Stil der pol. Öffentlichkeitsarbeit	13,6%
Religion	7,5%	Zustand der Gesellschaft	6,1%
Zustand der Gesellschaft	6,8%	Interessenpolitisches	4,6%
Asyl			
Untersuchungszeitraum I		Untersuchungszeitraum II	
Migrationspezifische Themen	56,3%	Migrationspezifische Themen	50,5%
Innere Sicherheit	5,5%	Innere Sicherheit	14,3%
Wahlen, Abstimmungen, Plebiszite	4,3%	Kunst/Kultur	7,6%
Strategie und Stil der pol. Öffentlichkeitsarbeit	4,2%	Strategie und Stil der pol. Öffentlichkeitsarbeit	6,7%
EU - Europapolitik	3,4%	Soziales	2,9%
		Wahlen, Abstimmungen, Plebiszite	2,9%
Migration			
Untersuchungszeitraum I		Untersuchungszeitraum II	
Migrationspezifische Themen	38,9%	Migrationspezifische Themen	31,4%
Bildung	11,1%	Arbeitsmarkt	11,8%
Strategie und Stil der pol. Öffentlichkeitsarbeit	6,0%	Religion	7,8%
Zustand der Gesellschaft	5,7%	Zustand der Gesellschaft	7,8%
Arbeitsmarkt	4,9%	Wirtschaft/Wettbewerb/Markt	5,9%

Abbildung 2: Anteil der mit Ein-/Zuwanderung, Asyl und Migration assoziierten Themen
(Quelle: MediaWatch, Inhaltsanalyse Ein-/Zuwanderung, Asyl und Migration in Mehrheits- und Ethnomedien)

Seit den 1970er-Jahren haben diverse Studien immer wieder gezeigt, dass die Lebensumstände von Migrantinnen und Migranten in den Medien nur eingeschränkt und weitgehend undifferenziert wiedergegeben werden, wodurch die bestehenden stereotypen Zuschreibungen weiter tradiert werden (vgl. Ruhrmann/Sommer 2005). Dabei bestätigt sich auch für die ausgewählten Tiroler Medien, dass im Zuge der stärkeren öffentlichen Debatte zum Thema Migration auch vermehrt migrationspezifische Themen Eingang in die Berichterstattung finden (vgl. Krüger/Erk 2005). So finden sich bei jedem der drei Schlagwörter in beiden Untersuchungszeiträumen migrationspezifische Themen an der Spitze der mit dem jeweiligen Schlagwort assoziierten Themen. Vor allem in Zusammenhang mit *Asyl* legen mehr als die Hälfte der analysierten Beiträge den Schwerpunkt auf migrationspezifische Themen, was im relevanten Untersuchungszeitraum neben dem

Verweis auf statistische Daten und Fakten vor allem auf der vermehrten Berichterstattung zu Erstaufnahmezentren fußt, deren Planung und Bau vor allem im ersten Halbjahr 2010 auch in Zusammenhang mit bevorstehenden Landtagswahlen den inhaltlichen Schwerpunkt der politischen Debatte bildeten. Durch den Fokus auf migrationspezifische Themen im Sinne der spezifischen Lebenssituation von Asylantinnen und Asylanten wird eine Alltagsrealität heraufbeschworen, die nur geringe Ähnlichkeit mit der Lebenswelt der Österreicherinnen und Österreicher aufweist. Die stereotype Parallelwelt der Asylheime, die die Gesamtbevölkerung meist nur indirekt über die Medien einsieht, begünstigt jedoch die Ausbildung von Stereotypen. Dazu Ortner: „Die Voraussetzung für die Ausbildung von Vorurteilen gegenüber Migranten bildet die Einteilung aller in einer Gesellschaft lebenden Menschen in In- und Ausländer. Diese beruht auf einer Wahrnehmung, die Differenzen betont, Ähnlichkeiten oder gemeinsame Interessen vernachlässigt und dadurch Identifikation mit den ‚Anderen‘ verhindert“ (Ortner 2007, S. 7).

Die in mehreren inhaltsanalytischen Arbeiten zum Thema beobachtete Tendenz, Migration vermehrt in Zusammenhang mit Kriminalität und Verbrechen zu setzen (Vgl. Hefner/Klimmt/Daschmann 2007), lässt sich in der vorliegenden Untersuchung nur in Verbindung mit dem Schlagwort *Asyl* verfolgen. Hier sind Aussagen zur inneren Sicherheit des Staates hinter migrationspezifischen Themen am häufigsten zu finden, während entsprechende Assoziationen im Kontext von *Ein-/Zuwanderung* und *Migration* weitgehend fehlen. Das Thema der inneren Sicherheit spitzt sich in Zusammenhang mit *Asyl* im zweiten Untersuchungszeitraum in der Woche nach dem Interview mit Michael Spindelegger noch weiter zu, indem die Themenlandschaft rund um *Asyl* weitgehend auf migrationspezifische und sicherheitspolitische Aspekte reduziert wird. Im gleichen Zeitraum erfährt das Schlagwort *Ein-/Zuwanderung* eine Fokussierung in Richtung Arbeitsmarkt, ein Themenbereich, der noch im Jahr zuvor im Vergleich zu Bildung und Religion weitgehend unberücksichtigt blieb. Ähnliches gilt für *Migration*, wo ähnlich der Entwicklung für *Ein-/Zuwanderung* bildungspolitische Themen von Arbeitsmarktfragen in der Häufigkeit ihrer Assoziation mit dem Schlagwort abgelöst werden. Es lässt sich also eine bipolare Reduzierung des Assoziationsspielraums erkennen, der *Ein-/Zuwanderung* sowie *Migration* vermehrt in Zusammenhang mit arbeitsmarktpolitischen Themen bringt und *Asyl* eher in Richtung sicherheitspolitischer Fragestellungen rückt. Dies entspricht dem grundsätzlichen Wesen von Schlagwörtern, denn in ihnen „werden die Programme kondensiert; sie erheben Relatives zu Absolutem, reduzieren das Komplizierte auf das Typische, Überschaubare, Einfach-Gegensätzliche und bilden dadurch bipolare

Wortschatzstrukturen aus; sie binden das Abstrakt-Ferne sprachlich nahe und geben der Meinungssprache ihre emotionellen Obertöne“ (Dieckmann 1980, S. 62). Die bewusste sprachliche Neuorientierung der Politik bleibt dabei nicht unkommentiert, wie sich vor allem in Zusammenhang mit *Ein-/Zuwanderung* durch den erhöhten Anteil an Aussagen zu Strategie und Stil der politischen Öffentlichkeitsarbeit zeigt. Die politische Strategie hinter der Themensetzung wird somit von den Medien bewusst zum Thema gemacht.

Auf die Beschreibung der spezifischen medialen Kontextualisierung der Schlagwörter *Ein-/Zuwanderung*, *Asyl* und *Migration* im Sinne weiter Stereotype wird nun im nächsten Abschnitt der Fokus auf die Gruppenzuschreibungen gelegt, die im Sinne spezifischer Stereotype den Ein-/Zuwanderinnen und Ein-/Zuwanderern, den Asylantinnen und Asylanten sowie den Migrantinnen und Migranten zugesprochen werden.

5. Von „unqualifizierten Analphabeten“ und „hochqualifizierten Diplomingenieuren“

Die Notwendigkeit, neue Menschen und Kulturen in die eigene Gesellschaft aufzunehmen, macht es unumgänglich, liebgewonnene stereotype Vorstellungen von dem, wie unser direktes Umfeld und unser Alltag bzw. unsere Welt und unsere Gesellschaft auszusehen und abzulaufen hat, zu verändern. Dazu Lippmann: „They [stereotypes] are an ordered, more or less consistent picture of the world, to which our habits, our tastes, our capacities, our comforts and our hopes have adjusted themselves. They may not be a complete picture of the world, but they are a picture of a possible world to which we are adapted. In that world people and things have their well-known places, and do certain expected things. We feel at home there. We fit in. We are members. We know the way around. There we find the charm of the familiar, the normal, the dependable; its grooves and shapes are where we are accustomed to find them. [...] No wonder, then, that any disturbance of the stereotypes seems like an attack upon the foundations of the universe. It is an attack upon the foundations of *our* universe, and, where big things are at stake, we do not readily admit that there is any distinction between our universe and the universe“ (Lippmann 1922, S. 46).

Für Henri Tajfel werden soziale Stereotype von Fremdgruppen überall dort ausgebildet, wo eine Gemeinschaft mit komplexen, meist unangenehmen sozialen Ereignissen konfrontiert wird und geplante bzw. ausgeführte Handlungen gegenüber anderen recht-

fertigen muss, wobei gleichzeitig das Bedürfnis entsteht, die eigene Gruppe deutlich von der Fremdgruppe abzugrenzen, die meist als Bedrohung angesehen wird, zu der jedoch eine eindeutige Differenzierung noch unsicher ist (vgl. Tajfel, zit. in: Klein 1998). Migrationsbewegungen erweisen sich daher als besonders fruchtbarer Boden für die Ausbildung sozialer Stereotype von Fremd- und Eigengruppe.

Um eine Person zu charakterisieren stehen neben der Ethnie verschiedene Kategoriensammlungen wie Alter, Bildung, Beruf, Hobby, soziales Netzwerk etc. zur Verfügung (vgl. Quasthoff 1998). Mit der jeweiligen Kategorie verbinden sich spezifische Verhaltensweisen, die seitens der Gemeinschaft erwartet werden und somit konstitutiv

Zu-/Einwanderinnen und Zu-/Einwanderer			
Untersuchungszeitraum I		Untersuchungszeitraum II	
illegal	11,4%	gebildet	28,2%
integrationsunwillig	8,6%	sonstige, eher positive Eigenschaft	11,5%
fleißig/ehrgeizig	7,1%	ungebildet	10,3%
religiös/gläubig	7,1%	sonstige, eher negative Eigenschaft	7,7%
arm	5,7%	illegal	7,7%
ungebildet	5,7%	andere	34,6%
andere	54,3%		
Asylantinnen und Asylanten			
Untersuchungszeitraum I		Untersuchungszeitraum II	
passiv/fremdbestimmt	17,1%	sonstige, eher negative Eigenschaft	17,2%
unglücklich	11,1%	illegal	13,8%
kriminell	8,5%	unehrlich	13,8%
illegal	6,0%	kriminell	13,8%
fleißig/ehrgeizig	6,0%	passiv/fremdbestimmt	10,3%
unehrlich	6,0%	andere	31,0%
andere	45,3%		
Migrantinnen und Migranten			
Untersuchungszeitraum I		Untersuchungszeitraum II	
nicht deutschsprachig	11,7%	gebildet	9,1%
integrationswillig	10,3%	ungebildet	9,1%
passiv/fremdbestimmt	7,6%	sonstige, eher positive Eigenschaft	6,8%
fleißig/ehrgeizig	7,6%	passiv/fremdbestimmt	6,8%
integrationsunwillig	6,9%	integrationswillig	6,8%
andere	55,9%	integrationsunwillig	6,8%
		andere	54,5%

Abbildung 3: Anteil der Eigenschaftszuschreibungen in Verbindung mit der Gruppe der Zu-/Einwanderinnen und Zu-/Einwanderer, Asylantinnen und Asylanten sowie Migrantinnen und Migranten allgemein
(Quelle: MediaWatch, Inhaltsanalyse Ein-/Zuwanderung, Asyl und Migration in Mehrheits- und Ethnomedien)

für sie gelten (vgl. Kern 1998). Welche Zuschreibungen für die Charakterisierung einer Person bzw. Personengruppe schlussendlich gewählt werden, lässt umgekehrt einerseits Rückschlüsse auf die individuelle Einstellung des Sprechers/der Sprecherin bzw. des Journalisten/der Journalistin zu, andererseits äußert sich darin auch die Konzeption sozialer Realität, die durch soziokulturelle Normen und Werte definiert wird (vgl. Kern 1998). Dabei ist danach zu fragen, welche Eigenschaften ausschlaggebend sind, welche Beobachtungen in die Berichterstattung und damit in die stereotypen Schlüsse eingehen (vgl. Kanning 1999). In Zusammenhang mit den Schlagwörtern *Ein-/Zuwanderung*, *Asyl* und *Migration* werden die betroffenen Personengruppen nun mit folgenden Eigenschaften wiederholt in Verbindung gebracht (vgl. Abbildung 3).

Parallel zu den spezifischen Kontextualisierungen, die die weiten Stereotype rund um *Ein-/Zuwanderung*, *Asyl* und *Migration* definieren, lässt sich auch in Zusammenhang mit den entsprechenden Personengruppen in Folge des Interviews mit Außenminister Michael Spindelegger eine Verdichtung der stereotypen Zuschreibungen erkennen. Werden Zu-/Einwanderinnen und Zu-/Einwanderer vor dem Interview hauptsächlich als illegal im Land und integrationsunwillig dargestellt, werden sie nach dem 25. Juli in beinahe jedem dritten Beitrag als gut ausgebildet charakterisiert oder werfen anderweitige positive Eigenschaften in die Waagschale. Im Vergleich dazu werden Asylantinnen und Asylanten, die zuvor noch als passiv und fremdbestimmt ihrem Schicksal hilflos gegenüberstanden und meist als unglücklich porträtiert Mitgefühl verdienten, nunmehr vor allem mit negativen Eigenschaften behaftet und als illegal, unehrlich und kriminell hingestellt.

Insgesamt zeigt sich in der Tendenz der Eigenschaftszuschreibungen nach der politischen Trendwende Ende Juli eine deutlich wertende Polarisierung innerhalb der Gruppe der Migrantinnen und Migranten in „gute“, weil gebildete, Zu-/EinwandererInnen und „böse“, da potenziell kriminelle, AsylantInnen. Als beispielhaftes Zitat hierzu die damalige Innenministerin der ÖVP Maria Fekter: „[...] Wir haben ja derzeit ein System, wo wir den unqualifizierten Analphabeten aus irgendeinem Bergdorf genauso behandeln wie den hochqualifizierten Diplomingenieur. Und das ist nicht im Interesse Österreichs, weil wir müssen eigentlich die Bürokratie ‚verstrengen‘ für die Unqualifizierten, die nicht Deutsch können, und wir müssen die Bürokratie etwas lockern für jene, die hochqualifiziert sind und die wir haben wollen“ (DerStandard.at 30.7.2010). Diese Art der bipolaren Komplexitätsreduktion ist in der Politik stets erfolgreich gewesen (vgl. Greiffenhagen 1980). Es ist, nach Gruner, die „Sprache der unverblühten Abrechnung, des Vor-Verurteilens, der flinken Unterstellung,“ die allzu sehr der „Formelhaftigkeit und holzschnittar-

tigen Konfektion des Stammtisches“ ähnelt und die primär auf „schnelles Wiedererkennen und Kopfnicken beim angesprochenen Publikum, auf widerhakenfreie Zustimmung im behaglich eingerichteten, dennoch diffus losen Konsens einer ‚Recht‘, ‚Ordnung‘ und ‚Anstand‘ wahrenen ‚Mehrheit‘“ abzielt (Gruner 1992, S. 286).

6. Abschließende Bemerkungen

Stereotype Muster und Konzepte, die als „Hort von empirisch korrektem, vagem und zum Teil eben auch aus Expertensicht empirisch unkorrektem Detailwissen aufgefasst“ (Schmid 2002, 295) werden können, die von den Sprechern und Sprecherinnen einer Sprachgemeinschaft mit einer Personengruppe, einem Objekt oder einem Ereignis verbunden werden, sind „sowohl intersubjektiver Variabilität unterworfen als auch kontextuell bedingt intrasubjektiv veränderlich“ (Schmid 2002, S. 295). In der Vernachlässigung der Gesellschaft und der wirklichen Welt bei der Festlegung der Extension sieht Klein daher den größten Fehler der traditionellen Semantik (vgl. Klein 1998). Dabei müssen neben dem Gros der Sprachgemeinschaft und relevanten ExpertInnen, die von Klein als „Mitbestimmer der Extension“ (Klein 1998, S. 32) genannt werden, auch jene Personengruppen mit in die Rechnung aufgenommen werden, denen entweder bewusst an der Veränderung der Bedeutungsdimension von Begriffen gelegen ist, oder die als MultiplikatorInnen die Bedeutungsveränderungen vervielfachend an den Mann und die Frau bringen und hierbei meist nochmals interpretierend eingreifen. Die interpretativen Zusammenhänge, in die die aufgegriffenen Themen durch die Berichterstattung wiederholt gestellt werden, dienen dabei als Vorlage, die dem Leser/der Leserin helfen sollen, „die Information sinnvoll einzuordnen, indem auf mögliche Ursachen und Folgen verwiesen wird, Problemlösungen angedeutet werden und implizit auch eine Bewertung geliefert wird“ (Bonfadelli et al. 2010, S. 408). In der modernen Informations- und Kommunikationsgesellschaft ist der öffentliche Mediendiskurs damit ein mächtiges Instrument der Meinungsbildung, zugleich aber auch Indikator für das Selbstverständnis einer Gesellschaft, da darin soziale Prozesse, Entwicklungen und Veränderungen zum Ausdruck gebracht werden (vgl. van der Valk 2003).

Dies gilt auch für den Bereich Ein-/Zuwanderung, Asyl und Migration, der in den letzten Jahren zusehends ins Sichtfeld von Politik und Medien und damit ins Bewusstsein der Öffentlichkeit gerückt ist. Dabei zeigt die vorliegende Analyse eine deutliche

Verschiebung der stereotypen Muster, die direkt mit dem politischen Stellungswechsel der Österreichischen Volkspartei in Beziehung zu setzen ist. Während im Jahr vor dem Interview mit Außenminister Spindelegger *Zuwanderung* bzw. *Einwanderung* vor allem mit Bildungs- und Religionsfragen assoziiert wurden, wird die Diskussion nach dem Interview neben migrationsspezifischen Informationen vor allem auf arbeitsmarktpolitische Themen reduziert, wobei die mit *Zu-/Einwanderung* verbundenen Personengruppen vorwiegend als gut (aus-)gebildet charakterisiert werden. Im Gegensatz dazu erfährt das Schlagwort *Asyl*, das generell in Zusammenhang mit migrationsspezifischen Themen wie Asyl- und Aufenthaltsrecht, Erstaufnahmezentren und Abschiebung medial aufbereitet wird, eine deutliche Verschiebung in Richtung sicherheitspolitischer Themen. Gleichzeitig wird die Personengruppe der Asylantinnen und Asylanten, die im Vergleichszeitraum des Vorjahres noch primär als Opfer ihres Schicksals öffentliches Mitgefühl verdienten, wiederholt als illegal, unehrlich und kriminell porträtiert. Die bipolare Reduzierung in Gut und Schlecht in Hinblick auf *Ein-/Zuwanderung* und *Asyl* ist dabei politisch motiviert, stellt sie doch eine einfache Alternative dar, die im Unterschied zur Komplexität der zugrundeliegenden gesellschaftspolitischen Zusammenhänge leicht verstanden wird, was wiederum große Zustimmungsbereitschaft und hohe Handlungsmotivation zur Folge hat (vgl. Greiffenhagen 1980).

Dennoch kann nicht davon ausgegangen werden, dass die Sprachgemeinschaft das von der Politik bereitgestellte und über die Medien verbreitete soziale Stereotyp eins zu eins übernimmt. „Rarely is the mind a blank slate on which a fresh stereotype can be inscribed, but [...] its surface is marked with many well-worn grooves that make certain stereotypes more likely to appear“ (McGarty/Yzerbyt/Spears 2002, S. 3). Neue kognitive Konzepte werden nur dann akzeptiert, wenn sie die vorhandenen Muster nicht allzu sehr verändern (vgl. Konerding 2001) und „sozial kognitive ‚Anschließbarkeit‘ gewährleistet“ ist (Konerding 2001, S. 158). Mit anderen Worten können die Sprachteilnehmerinnen und Sprachteilnehmer aus verschiedenen stereotypen Mustern und Konzepten auswählen (vgl. Lutzeier, zit. in: Klein 1998), sie können aber auch entscheiden, dass keine der stereotypen Vorlagen im Moment passt. Denn die Medien determinieren nicht das Bewusstsein, sondern „aktivieren latent vorhandene Besorgnisse der Personen, die je nach deren Lebenslage unterschiedlich ausgeprägt sind“ (Plasser/Seeber 2010, S. 275) – worin sich wiederum die Vielfalt menschlicher Erfahrungen bestätigt.

Literatur

- Bachem, Rolf (1979): *Einführung in die Analyse politischer Texte*. München: Oldenbourg.
- Bateson, Gregory (1972): *Steps to an Ecology of Mind*. San Francisco: Chandler.
- Böke, Karin (1996): Politische Leitvokabeln in der Adenauer-Ära. Zu Theorie und Methodik. In: Böke, Karin/Liedtke, Frank/Wengeler, Martin (Hrsg.): *Politische Leitvokabeln in der Adenauer Ära*. Berlin, New York: de Gruyter, S. 19-50.
- Bonfadelli, Heinz/Bucher, Priska/Piga, Andrea/Signer, Sara (2010): Rundfunk, Migration und Integration. Schweizerische Befunde zur Integrationsleistung des öffentlichen und privaten Rundfunks. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 58 (3), S. 406-423.
- Dahinden, Urs (2006): *Framing. Eine integrative Theorie der Massenkommunikation*. Konstanz: UVK.
- Dieckmann, Walther (1980): Sprache in der Politik. In: Greiffenhagen, Martin (Hrsg.): *Kampf um Wörter? Politische Begriffe im Meinungsstreit*. München, Wien: Hanser, S. 47-64.
- Dieckmann, Walther (1964): *Information oder Überredung. Zum Wortgebrauch der politischen Werbung in Deutschland seit der Französischen Revolution*. Marburg: Elwert.
- Ebert, Helmut/Piwinger, Manfred/Henneke, Katrin (2007): Androgyne Kommunikationskompetenz: Kommunikation in der Geschlechterrolle. In: Piwinger, Manfred/Zerfaß, Ansgar (Hrsg.): *Handbuch Unternehmenskommunikation*. Wiesbaden: Gabler, S. 703-718.
- Edelman, Murray (1980): Politische Sprache und politische Realität. In: Greiffenhagen, Martin (Hrsg.): *Kampf um Wörter? Politische Begriffe im Meinungsstreit*. München, Wien: Hanser, S. 39-45.
- Edelman, Murray (1976): *Politik als Ritual. Die symbolische Funktion staatlicher Institutionen und politischen Handelns*. Frankfurt a. M. u.a.: Campus.
- Fick, Patrick (2009): Der Wandel der Darstellung von Migranten am Beispiel Siegener Lokalmedien in den Jahren 1996 und 2006. In: Geißler, Rainer/Pöttker, Horst (Hrsg.): *Massenmedien und Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Band 2: Forschungsbefunde*. Bielefeld: transcript, S. 235-269.
- Früh, Werner (2004): *Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis*. Konstanz: UVK.
- Geeraerts, Dirk (1997): *Diachronic Prototype Semantics. A Contribution to Historical Lexicology*. New York: Oxford University Press.
- Goffman, Erving (1974): *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. Cambridge: Harvard University Press.
- Greiffenhagen, Martin (1980): Einleitung. In: Greiffenhagen, Martin (Hrsg.): *Kampf um Wörter? Politische Begriffe im Meinungsstreit*. München, Wien: Hanser, S. 9-37.
- Gruner, Paul-Hermann. (1992): Grünes Ungeheuer, rotgrünes Gespenst: Die GRÜNEN und die Koalitionen von Sozialdemokraten und GRÜNEN im Spiegel der Wahlkampfsprache der C-Parteien. In: Ernig, Dieter/Hüttig, Christoph/Raphael, Lutz (Hrsg.): *Sprache und Politische Kultur in der Demokratie*. Frankfurt a. M. u.a.: Lang, S. 271-294.

- Hefner, Dorothée/Klimmt, Christoph/Daschmann, Gregor (2007): 'Typisch Türke? Die Folgen der Nationalitätsnennung für die Bewertung von Akteuren in der Nachrichtenrezeption. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 55 (4), S. 575-594.
- Heinemann, Margot (1998): Konzepte von Stereotypen – statt einer Einleitung. In: Heinemann, Margot (Hrsg.): *Sprachliche und soziale Stereotype*. Frankfurt a. M. u.a.: Lang, S. 7-10.
- Heusinger, Siegfried (2004): Die Lexik der deutschen Gegenwartssprache. Eine Einführung. Paderborn: Fink.
- Hombach, Bodo (1991): Semantik und Politik. In: Liedtke, Frank/Wengeler, Martin/Böke, Karin (Hrsg.): *Begriffe besetzen. Strategien des Sprachgebrauchs in der Politik*. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 34-43.
- Ickler, Theodor (1988): Funktion und Bedeutung des politischen Schlagwortes. In: Goppel, Thomas; von Lojewski Günther/Eroms, Hans-Werner (Hrsg.): *Wirkung und Wandlung der Sprache in der Politik*. Passau: Universität Passau, S. 37-53.
- Kanning, Uwe Peter (1999): *Die Psychologie der Personenbeurteilung*. Göttingen: Hogrefe.
- Kern, Friederik (1998): Vorurteile im Gespräch - Die Konstruktion der sozialen Kategorien Ost und West bei Berliner/innen. In: Heinemann, Margot (Hrsg.): *Sprachliche und soziale Stereotype*. Frankfurt a. M. u.a.: Lang, S. 97-117.
- Kesselheim, Walter (1998): Interaktive Verfahren der Herstellung von Gruppen im Gespräch – Freiheit und Grenzen. In: Heinemann, Margot (Hrsg.): *Sprachliche und soziale Stereotype*. Frankfurt a. M. u.a.: Lang, S. 129-153.
- Kleiber, Georges (1993): *Prototypensemantik. Eine Einführung*. Tübingen: Gunter Narr.
- Klein, Josef (1998): Linguistische Stereotypbegriffe. Sozialpsychologischer vs. Semantiktheoretischer Traditionsstrang und einige frametheoretische Überlegungen. In: Heinemann, Margot (Hrsg.): *Sprachliche und soziale Stereotype*. Frankfurt a. M. u.a.: Lang, S. 25-46.
- Konerding, Klaus-Peter (2001): Sprache im Alltag und kognitive Linguistik: Stereotype und schematisiertes Wissen. In: Lehr, Andrea et al. (Hrsg.): *Sprache im Alltag. Beiträge zu neuen Perspektiven in der Linguistik*. Berlin, New York: de Gruyter, S. 151-172.
- Krüger, Udo Michael/Erk, Simon (2005): Das Bild der Migranten im WDR Fernsehen. Ergebnisse einer empirischen Programmanalyse. In: *Media Perspektiven*, 3, S. 105-114.
- Lakoff, George (1987): *Women, Fire, and Dangerous Things. What Categories Reveal about the Mind*. Chicago, London: The University of Chicago Press.
- Liedtke, Frank (2002): Bedeutung, Metaphern, Kognition – zu einigen Grundbegriffen der Analyse politischer Sprache. In: Panagl, Oswald/Stürmer, Horst (Hrsg.): *Politische Konzepte und verbale Strategien. Brisante Wörter – Begriffsfelder – Sprachbilder*. Frankfurt a. M. u.a.: Lang, S. 253-264.
- Liedtke, Frank (1996): Stereotypensemantik, Metapherntheorie und Illokutionsstruktur. Die Analyse politischer Leitvokabeln in linguistischer Perspektive. In: Böke, Karin/Liedtke, Frank/Wengeler, Martin (Hrsg.): *Politische Leitvokabeln in der Adenauer Ära*. Berlin, New York: de Gruyter, S. 1-17.

- Lippmann, Walter (1922): *Public Opinion*. Verfügbar unter: <<http://www.gutenberg.org/ebooks/6456>> [Stand 18.03.2011].
- MacLachlan, Gale/Reid, Ian (1994): *Framing and Interpretation*. Melbourne: Melbourne University Press.
- McGarty, Craig/Yzerbyt; Vincent/Spears, Russell (2002): Social, cultural and cognitive factors in stereotype formation. In: McGarty, Craig; Yzerbyt; Vincent Y. & Spears, Russell (Hrsg.): *Stereotypes as Explanations. The Formation of Meaningful Beliefs about Social Groups*. Cambridge: Cambridge University Press, S. 1-15.
- McGarty, Craig (2002): Stereotype formation as category formation. In: McGarty, Craig/Yzerbyt; Vincent Y/Spears, Russell (Hrsg.): *Stereotypes as Explanations. The Formation of Meaningful Beliefs about Social Groups*. Cambridge: Cambridge University Press, S. 16-37.
- Melischek, Gabriele; Rußmann, Uta & Seethaler, Josef (2010): Agenda Building in österreichischen Nationalratswahlkämpfen, 1970-2008. In: Plasser, Fritz (Hrsg.): *Politik in der Medienarena. Praxis politischer Kommunikation in Österreich*. Wien: facultas.wuv, S. 101-143.
- Minsky, Marvin (1975): A Framework for Representing Knowledge. In: Winston, P.H. (Hrsg.): *The Psychology of Computer Vision*. New York: McGraw-Hill, S. 211-277.
- Ortner, Christina (2007) Tatort: Migration, Das Thema Einwanderung in der Krimireihe Tatort. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 1 (55), S. 5-23.
- Plasser, Fritz & Seeber, Gilg (2010): Wahlentscheidung in der Boulevard-Demokratie: Die Kronen Zeitung, News Bias und Medieneffekte. In: Plasser, Fritz (Hrsg.): *Politik in der Medienarena. Praxis politischer Kommunikation in Österreich*. Wien: facultas.wuv, S. 273-312.
- Pöll, Regina (2010): Spindelegger: „Brauchen dringend Zuwanderer“. In: *DiePresse.com*, 24.07.2010. Verfügbar unter: <http://diepresse.com/home/politik/innenpolitik/583350/Spindelegger_Brauchen-dringend-Zuwanderer> [Stand 02.05.2011].
- Pümpel-Mader, Maria (2010): *Personenstereotype. Eine linguistische Untersuchung zu Form und Funktion von Stereotypen*. Heidelberg: Winter.
- Quasthoff, Uta (1998): Stereotype in Alltagssituationen: Ein Beitrag zur Dynamisierung der Stereotypenforschung. In: Heinemann, Margot (Hrsg.): *Sprachliche und soziale Stereotype*. Frankfurt a. M. u.a.: Lang, S. 47-72.
- Quasthoff, Uta (1973): *Soziales Vorurteil und Kommunikation - Eine sprachwissenschaftliche Analyse des Stereotyps. Ein interdisziplinärer Versuch im Bereich von Linguistik, Sozialwissenschaft und Psychologie*. Frankfurt a. M.: Athenäum.
- Ruhrmann, Georg/Demren, Songül (2000): Wie Medien über Migranten berichten. In: Schatz, Heribert/Holtz-Bacha, Christina/Nieland, Jürg-Uwe (Hrsg.): *Migranten und Medien. Neue Herausforderungen an die Integrationsfunktion von Presse und Rundfunk*. Verfügbar unter: <http://mediaculture-online.de/fileadmin/bibliothek/ruhrmann_demren_migranten/ruhrmann_demren_migranten.pdf> [Stand 20.09.2010].

- Ruhrmann, Georg/Sommer, Denise (2005): Migranten in den Medien – von der Ignoranz zum Kontakt? In: *Zeitschrift für Ausländerrecht und Ausländerpolitik*, 25. Verfügbar unter: <http://www.mediaculture-online.de/fileadmin/bibliothek/ruhrmann_sommer_migranten/ruhrmann_sommer_migranten.pdf> [Stand 20.09.2010].
- Scheufele, Bertram (2003): *Frames - Framing - Framing Effekte. Theoretische und methodische Grundlegung des Framing-Ansatzes sowie empirische Befunde zur Nachrichtenproduktion*. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
- Schmid, Hans-Jörg (2002): Die Stereotypensemantik. In: Wiegand, Herbert Ernst (Hrsg.): *Lexikologie: ein internationales Handbuch zur Natur und Struktur von Wörtern und Wortschätzen*. Berlin, New York: de Gruyter, S. 291-296.
- Seidl, Conrad. (2010). Ungeliebter Analphabet aus den Bergen. In: *DerStandard.at*, 30.07.2010. Verfügbar unter: <<http://derstandard.at/1277339326096/Oesterreichs-Umgang-mit-Migration-Ungeliebter-Analphabet-aus-den-Bergen?seite=10>> [Stand 02.05.2011].
- Sekulski, Birgit (1998): Hände hoch, ich liebe dich! Stereotype Bilder im deutschen Minimalwortschatz. Ergebnisse eines deutsch-polnischen Projektes. In: Heinemann, Margot (Hrsg.): *Sprachliche und soziale Stereotype*. Frankfurt a. M. u.a.: Lang, S. 155-183.
- Stopfner, Maria/Vorhofer, Hannes (2010): Zuwanderung, Asyl und Migration in Tiroler Printmedien. In: Karlhofer, Ferdinand/Pallaver, Günther (Hrsg.): *Politik in Tirol. Jahrbuch 2011*. Innsbruck: Studienverlag, S. 177-214.
- Tannen, Deborah (Hrsg.) (1993): *Framing in Discourse*. New York, Oxford: Oxford University Press.
- van der Valk, Ineke (2003): Political Discourse on Ethnic Minority Issues: A Comparison of the Right and the Extreme Right in the Netherlands and France (1990-97). In: *Ethnicities*, 3, S. 183-213.
- van Dijk, Teun A. (1987): *Communicating Racism. Ethnic Prejudice in Thought and Talk*. Newbury Park u.a.: Sage.
- van Dijk, Teun A. (1984): *Prejudice in Discourse. An Analysis of Ethnic Prejudice in Cognition and Conversation*. Amsterdam, Philadelphia: John Benjamins.
- van Gorp, Baldwin (2005): Where is the Frame? Victims and Intruders in the Belgian Press Coverage of the Asylum Issue. In: *European Journal of Communication*, 20/4, S. 484-507.
- Veith, Werner (2005): *Soziolinguistik. Ein Arbeitsbuch*. Tübingen: Narr.
- Volmert, Johannes (1989): *Politikerrrede als kommunikatives Handlungsspiel. Ein integriertes Modell zur semantisch-pragmatischen Beschreibung öffentlicher Rede*. München: Fink.
- Wegner, Immo (1985): *Frame-Theorie in der Lexikographie. Untersuchungen zur theoretischen Fundierung und computergestützten Anwendung kontextueller Rahmenstrukturen für die lexikographische Repräsentation von Substantiven*. Tübingen: Niemeyer.
- Zimmermann, Hans Dieter (1969): *Die politische Rede. Der Sprachgebrauch Bonner Politiker*. Stuttgart: Kohlhammer.