

2 Zum Verhältnis von politischer Sprache und Verständlichkeit

„Wer das Leben im Staat verbessern will, muss die Sprache verbessern.“ (Konfuzius)²

2.1 Zum Begriff der politischen Sprache

Spätestens seit der Entstehung moderner, demokratischer Gesellschaften lässt sich feststellen, dass Politik „in wachsendem Maße Handeln durch/mit sprachlichen Mitteln geworden ist“ (Schmidt 1972: 92). Auf denselben Umstand verweist auch Sternberger: „Sprache und Politik wachsen aus einer und derselben Wurzel“ (1966: 91). Konkret bedeutet dies: „Politik wird durch (mit) Sprache entworfen, vorbereitet, ausgelöst, von Sprache begleitet, beeinflusst, gesteuert, geregelt, durch Sprache beschrieben, erläutert, motiviert, gerechtfertigt, verantwortet, kontrolliert, kritisiert, be- und verurteilt“ (Grünert 1983: 43). Dies lässt sich auch am konkreten Alltag von Politikern ablesen: „Das Leben des Politikers ist reden, schreiben, lesen: Umgang mit dem Wort“ (Greiffenhagen 1980: 9). Darüber besteht auch unter Politikern selbst kein Zweifel, wie Roth (2002: 77) in seiner in der Einleitung erwähnten Interview-Studie (vgl. Kap. 1) herausfand. Auch die Komplexität dieser „Spracharbeit“ war den befragten Politikern durchaus bewusst, wie folgendes Zitat eines Interviewten zeigt: „Man muss als Politiker auch über die Fertigkeit verfügen, immer wieder umzuschalten auf verschiedene sprachliche Ebenen“ (Roth 2002: 78).

Die besondere Rolle der Sprache kann dabei v.a. durch ihre Funktion als Medium der politischen Überzeugungsarbeit erklärt werden. So formulierte beispielsweise Bundestagspräsident Karl Carstens in einer Rede im Jahr 1978: „Wir wären keine glaubwürdigen Parlamentarier, keine ernst zu nehmenden Anhänger der parlamentarischen Demokratie, wenn wir nicht an die Macht des Wortes, des Argumentes, der Überzeugung durch das gesprochene und geschriebene Wort glauben würden“ (zitiert nach Bergsdorf 1983: 13). Noch einen Schritt weiter geht Dieckmann mit seinem Schluss, dass „Handeln nur so lange politisches Handeln ist, als es sprachliches Handeln ist. Wo Politik sprachlos wird, hört Politik auf“ (1975: 29). Folgerichtig definiert Dieckmann Politik als „staatliches oder auf den Staat bezogenes Reden“ (ebd.).

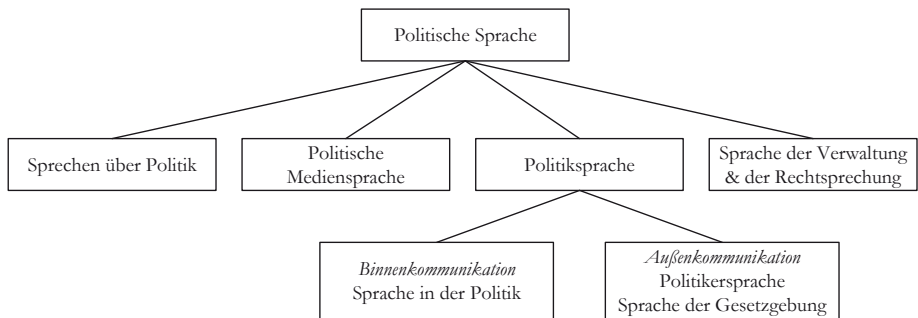
Auch wenn solche Thesen angesichts der Mediatisierung der Politik, die sich seitdem vollzogen hat, in ihrer Absolutheit überholt sein mögen und bildhafte Formen der politischen Inszenierung und Symbolik in diesem Verlauf zunehmend an Bedeutung gewonnen haben, so lässt sich politisches Handeln nach Ansicht des Verfassers – zumindest in Frie-

² Zitiert nach Paul 1983: 115.

denzeiten – nach wie vor primär als sprachliches Handeln bezeichnen (vgl. auch Dieckmann 1981b: 264). Dieser Einschätzung teilen auch die meisten der von Roth (2002) interviewten Politiker, was diesen zu folgendem Schluss führt „Obwohl die politische Wirkung der Bilder und insbesondere der Fernsehbilder allgemein hoch eingeschätzt wird, genießt doch die Sprache den höheren Stellenwert“ (Roth 2002: 92). Sehr gut verdeutlichen lässt sich dieser Befund von Roth an den folgenden beiden Politiker-Zitaten aus seiner Studie: „Ich behaupte, dass ich dort, wo ich Wirkung erziele, diese ausschließlich über Sprache erziele“ und: „Es gibt ja die Theorie, dass die Bedeutung der Bilder die Bedeutung der Sprache immer mehr überlagere. Ich glaube das nicht. (...) Letztendlich ist für die politische Auseinandersetzung nach wie vor, und so wird es immer bleiben, Sprache der Kernpunkt“ (ebd.: 94).

Die Bedeutung der Sprache für die Politik wird umso deutlicher, wenn man das weite Feld der politischen Sprache etwas genauer betrachtet. So lässt sich der Oberbegriff der politischen Sprache in Anlehnung an Burkhart (1996: 76ff.) und Bergsdorf (1983: 34ff.) zunächst in vier Bereiche unterteilen, je nachdem, welche Personengruppe die Rolle des Kommunikators übernimmt (vgl. Abb. 2).³ Beim *Sprechen über Politik* wird die Rolle des Kommunikators von Privatbürgern ausgefüllt, ebenso wie die Rolle des Rezipienten. Es handelt sich um private bis halböffentliche Gespräche und Diskussionen über Politik, in denen die Teilnehmer aktiv am politischen Meinungsbildungsprozess partizipieren. Bei der *politischen Mediensprache* hingegen übernehmen Journalisten die Rolle des Kommunikators. Beispiele hierfür wären Veröffentlichungen von Tageszeitungen, politischen Magazinen oder Nachrichtensendungen. Der Bürger als Rezipient nimmt auf diese Weise zwar an der öffentlich-politischen Auseinandersetzung teil, dies jedoch in einer deutlich passiveren Rolle als beim Sprechen über Politik.

Abbildung 2: Das Feld der politischen Sprache



Quelle: In Anlehnung an Burkhart 1996: 81

³ Der Begriff der Sprache umfasst in dieser Unterteilung sowohl den Vorgang des Sprechens (franz. „parole“) als auch das zugrunde liegende Zeichen- und Regelinventar, die „langue“ (vgl. zu dieser Abgrenzung de Saussure 1967: 16f.). Weitere Systematiken zur Unterteilung der politischen Sprache finden sich im Überblick bei Holly (1996: 31).

Den dritten Bereich der politischen Sprache bildet die *Politikersprache*, bei der die Politiker selbst die Kommunikatoren darstellen. Es lassen sich hier je nach Rezipientengruppe und -rolle zwei bzw. drei sprachliche Kategorien unterscheiden. Zunächst kann grob zwischen dem Bereich der politischen Außenkommunikation (Bürger bzw. Journalisten als Rezipienten) und dem der politischen Binnenkommunikation (andere Politiker als Rezipienten) differenziert werden (vgl. Dieckmann 1981a: 138). Die Binnenkommunikation zwischen Politikern lässt sich mit Burkhart (1996: 81) als *Sprache in der Politik* bezeichnen und mit Bergsdorf (1983: 36) als Sprache der Verhandlung bzw. der Diplomatie qualifizieren. Zentrales Kennzeichen ist ein stark vom jeweiligen Fachbereich abhängiges „Ressortvokabular“ (Bazil 2010: 3) oder genereller: ein hoher Grad an Fachsprachlichkeit. Nach Klein (1996b: 201) zeichnet sich diese Fachsprachlichkeit durch zwei Merkmale aus: „1) Sie dient primär der Kommunikation zwischen Fachleuten. 2) Es ist ein Code vorhanden, in dem fachspezifische Sachkenntnisse auf eine Weise encodiert werden, die in vollem Umfang nur Fachleuten verständlich ist“.

Roth (2002) kommt in seiner bereits weiter oben zitierten Interview-Studie jedoch zu dem Ergebnis, dass die Probleme, die sich aus den unterschiedlichen Ansprüchen dieser beiden Sprachsphären ergeben, nur wenigen der von ihm interviewten Bundestagsabgeordneten bewusst war: „Ein Bewusstsein von der weit gehenden Eigengesetzlichkeit der politischen Intern-Sprache im Sinne einer eigenständigen funktionalistischen Variante fehlt häufig“ (Roth 2002: 81). Diese Problematik wird zusätzlich durch den Umstand befördert, dass Fachwörter keineswegs immer Fremdwörter sind, sondern häufig Wörter, die auch in der Alltagssprache verwendet werden: „Der Unterschied zwischen Fachwort und gemeinsprachlichem Wort liegt auf der Bedeutungsebene der Inhaltsseite; dort wird für das systemgebundene Fachwort ein Bedeutungsinhalt realisiert, der von der gemeinsprachlichen Bedeutung grundsätzlich verschieden ist“ (Fluck 1991: 47). Ein gutes Beispiel hierfür ist das äußerst gebräuliche Wort „Wetter“, das in der Bergbausprache nicht etwa für Regen oder Sonnenschein steht, sondern für alle im Grubengebäude eines Bergwerks befindlichen Gase (vgl. Häusermann 2011: 143).

Die politische Außenkommunikation lässt sich noch einmal unterteilen in die *Politikersprache* sowie die *Sprache der Gesetzgebung*. Während sich die Politikersprache hierbei (ähnlich der politischen Mediensprache) an den Bürger als Subjekt der öffentlich-politischen Willensbildung richtet, erscheint der Bürger im Rahmen der Sprache der Gesetzgebung als Objekt, das sich an bestimmte Regeln zu halten hat.⁴ Nur bei der Politikersprache handelt es sich also um öffentlich-politisches Sprechen in persuasiver Funktion, oder konkreter: ein Ringen um die Zustimmung der Bürger in Reden, Talk-Shows, Interviews oder Wahlprogrammen.⁵ Diese Form der politischen Sprache wird daher auch als „Kampagnensprache“ (Klein 2010: 9) oder „Sprache der politischen Propaganda“ (Bergsdorf 1983: 37) bezeichnet.⁶ Im Fall der Sprache der Gesetzgebung ist dieser Entscheidungsprozess hingegen bereits abgeschlossen und das Resultat in Gesetzesform festgehalten worden.

4 Die Rechtssprache wurde und wird in verschiedenen Forschungsdisziplinen intensiv beforscht. Vgl. z.B. die Sammelbände von Haß-Zumkehr 2001 und Lerch 2004a, 2005a, 2005b.

5 Vgl. zum Feld der Politikersprache auch die umfassende Darstellung und Untersuchung von Holly 1990.

6 Der Begriff der Propaganda ist hierbei wertfrei im Sinne Lasswells und Kaplans zu verstehen: „(Political) *propaganda* consists of political symbols manipulated for the control of the public opinion“ (Lasswell/Kaplan 1976: 111, Hervorhebung im Original).

Den letzten der vier Bereiche der politischen Sprache bilden zusammenfassend die *Sprachen der Verwaltung und der Rechtsprechung*. Sie ähneln in ihrer Rollenzuschreibung gegenüber dem Bürger stark der Sprache der Gesetzgebung, unterscheiden sich aber durch ihre Kommunikatoren (nicht-gewählte Beamte bzw. Richter) sowie ihre Adressierung an einzelne Bürger (im Gegensatz zur Adressierung abstrakter Bürgergruppen). Je nachdem, welche Kommunikatoren und welche Rezipienten am jeweiligen Politikprozess beteiligt sind und welche Rolle sie dabei einnehmen, lassen sich auch spezifische Funktionen und Merkmale der jeweiligen politischen Sprache feststellen. Politiker bewegen sich demnach zwangsläufig und tagtäglich „in den verschiedensten Sprachfeldern, Sprachebenen und Sprachstilen“ (Greiffenagen 1980: 9). Die Funktionen und Merkmale der *Politikersprache*, die den zentralen Untersuchungsgegenstand dieser Arbeit darstellt, sollen im Folgenden noch einmal näher ausgeführt werden.

Die *Politikersprache* lässt sich zunächst anhand von zwei zentralen Funktionen charakterisieren, der Persuasionsfunktion und der Integrationsfunktion (vgl. Bergsdorf 1983: 37f., Bergsdorf 1991: 23f., Dieckmann 1975: 36ff., Girth 2002: 38ff., Kopperschmidt 1988: 253). Der Prozess der öffentlich-politischen Willensbildung kann als ständiges Ringen von Politikern (und anderen öffentlichen Akteuren) um Zustimmung in der Bevölkerung beschrieben werden: „Politik ist nicht zuletzt die Kunst, im Medium der Öffentlichkeit Zustimmungsbereitschaften zu erzeugen“ (Lübbe 1975: 107). Die Zustimmung stellt dabei keinen Selbstzweck dar, sondern dient der Auslösung von Handlungen, präziser: der Stimmabgabe zugunsten des jeweiligen Politikers bzw. seiner Partei. Diese Handlungsauslösung soll gleichzeitig nicht nur bei einigen bestimmten Bürgern erfolgen, sondern bei einem möglichst großen Teil der Wahlbevölkerung. Denn: „Die Grenzen der Politik sind durch die Grenzen ihrer konsensuellen Ratifizierungschance abgesteckt“ (Kopperschmidt 1988: 254). *Politikersprache* zielt daher auf eine möglichst große Persuasionsleistung, d.h. eine möglichst erfolgreiche Veränderung bzw. Verstärkung bestehender Meinungen und gleichzeitig auf eine möglichst große Integrationsleistung, d.h. eine Persuasionswirkung, die möglichst große Teile der Wählerschaft erfasst.

Im Vergleich zur Umgangssprache lässt sich die *Politikersprache* infolgedessen einerseits als besonders emotiv, symbolhaft und werthaltig kennzeichnen, was durch ihre Persuasionsfunktion erklärt werden kann, andererseits – als Folge der Integrationsfunktion – als äußerst vage (vgl. Bergsdorf 1983: 37, Klein 2010: 9). Eng mit dieser Charakterisierung verbunden ist die Einstufung der *Politikersprache* als eine „Sprache der Begriffe“ (Bergsdorf 1983: 46). Der Stellenwert und die Gebrauchshäufigkeit von Begriffen ist nach Bergsdorf ein entscheidender Unterschied zur Alltagssprache: „Begriffe sind nicht nur Symbole wie Wörter, die als Namen oder Zeichen für einen Gegenstand, eine Substanz oder eine Handlung stehen. Begriffe sind verdichtete Symbole, die für Zusammenhänge stehen und durch sie bestimmt werden“ (Bergsdorf 1991: 22). Politische Begriffe zeichnen sich im Vergleich zu anderen Sprachbereichen durch ihre normierende bzw. präskriptive Leistungsfähigkeit aus (Bergsdorf 1983: 46ff.).

Hervorzuheben ist hierbei insbesondere der sog. Idealtyp, nach Hempel „eine Utopie, ein Grenzbegriff, mit dem konkrete Phänomene nur verglichen werden können, um einige ihrer bedeutsamen Bestandteile herauszuarbeiten“ (1965: 86, vgl. auch Weber 1988: 191ff.). Ähnlich spricht Klein von politischen Schlagwörtern, „wenn sie in öffentlichen Auseinandersetzungen häufig, oft inflatorisch, verwendet werden und wenn sie in kom-

primierter Form politische Einstellungen ausdrücken oder provozieren“ (1989: 11). Durch ihre emotive Ausstrahlung und ihre gleichzeitig breite lexikalische und damit relativ unbestimmte Bedeutung eignen sich solche Begriffe besonders gut für die Erreichung der Persuasions- und Integrationsziele (vgl. Holly 1996: 106ff., Klein 1989: 12ff.). Begriffe wie „Freiheit“, „Gerechtigkeit“, „Solidarität“ oder auch Wortpaare wie „Recht – Unrecht“, „fortschrittlich – konservativ“ überdecken aufgrund ihrer großen Bedeutungsbandbreite eine Vielzahl von unterschiedlichen und sogar widersprüchlichen Meinungen, sind jedoch gleichzeitig hochgradig emotional aufgeladen. Sie fördern damit die breite Akzeptanz und die Appellfähigkeit des gesamten sprachlichen Kontextes, in dem die Begriffe verwendet werden. Gleichzeitig haben sie einen weiteren Vorteil: Sie befriedigen das Bedürfnis der Bürger nach Entlastung von der „Komplexität der Realität“ (Bergsdorf 1983: 31), die sich angesichts einer nahezu globalen ökonomischen und kommunikativen Verflechtung und einer damit verbundenen Kluft zwischen Durchschaubarkeit und Betroffenheit von politischen Entwicklungen ergibt.

Angesichts der zentralen Bedeutung solcher politischen Begriffe für die öffentlich-politische Debatte verwundert es kaum, dass sich diese Auseinandersetzung als ein Sprachstreit im doppelten Sinne charakterisieren lässt: Zum einen als ein Streit mit Hilfe von Sprache und zum anderen als ein Streit *um* Sprache, genauer: um Begriffe und ihre Normierungen (vgl. z.B. Behrens et al. 1982, Biedenkopf 1982, Dieckmann 1981a: 145, Klein 1989: 11ff., Klein 1991: 45ff., Kopperschmidt 1988: 258, Liedtke et al. 1991: 9, Lübke 1982, Wengeler 2005). Auf diesen zweiten Aspekt des politischen Sprachstreits wurde zum ersten Mal durch Kurt Biedenkopf in seiner berühmten Rede auf dem CDU-Parteitag 1973 verwiesen: „Wir erleben heute eine Revolution, die sich nicht der Besetzung der Produktionsmittel, sondern der Besetzung der Begriffe bedient“ (zitiert nach Hombach 1991: 37). In seinen Augen hatte die CDU die Bundestagswahl 1972 auch deshalb verloren, weil die SPD bei der „Besetzung der Begriffe“ sehr viel erfolgreicher gewesen war.

Die Bedeutung, die die CDU dieser Revolution zumaß, zeigte sich u.a. darin, dass eigens eine „Projektgruppe Semantik“ aufgebaut wurde, welche die Partei im Prozess ihrer Sprachfindung unterstützen sollte (vgl. Behrens et al. 1982: 220ff, Hombach 1991: 36ff). Auch 13 Jahre später hatte dieselbe Strategie für die CDU offensichtlich nicht an Bedeutung verloren. Diesmal formulierte sie Heiner Geißler: „Nicht die Taten bewegen die Menschen, sondern die Worte über die Taten. Derjenige, der die Ideen hat und der für sie auch die richtigen Begriffe wählt, hat die Macht über das Denken der Menschen“ (zitiert nach Hombach 1991: 37). Ein aktuelles Beispiel für eine politische Begriffsbesetzung findet sich im häufig zitierten Slogan der CDU/CSU „Sozial ist, was Arbeit schafft“, der sich u.a. auch in ihrem Wahlprogramm zur Bundestagswahl 2005 wiederfindet (vgl. CDU/CSU 2005: 9). Dieser Slogan lässt sich zweifellos als ein relativ unverhohlener Angriff auf die Deutungshoheit der SPD bezeichnen, die diese in Bezug auf den Idealtyp „sozial“ bislang beanspruchen konnte (vgl. auch Klein 2010: 12f.).

Auch die Debatte um das Arbeitslosengeld II, das heute in den meisten Fällen als „Hartz IV“ bezeichnet wird, kann als Beispiel für eine Begriffsbesetzung gelten, deren ursprüngliches Ziel (Vermittlung eines reformorientierten Aufbruchsignals anhand der als Hartz-Reformen bezeichneten Sozialreformen) sich jedoch ins Gegenteil verkehrte (Vermittlung eines Ausdrucks von sozialer Ungerechtigkeit und Sozialabbau). Wie sich gerade

an diesem Beispiel zeigen lässt, können solche – möglicherweise unbedachten oder zumindest unterschätzten – Begriffs(be)setzungen äußerst gravierende und langfristige Folgen für die jeweiligen Urheber haben. Das „Wort des Jahres 2004“ wurde bald zu einem Unwort umgedeutet und diente in der politischen Auseinandersetzung fortan eher den Gegner als den Befürwortern der Hartz-Reformen (vgl. auch Klein 2007: 194ff.).⁷ Auch in Bezug auf die Debatte um den Begriff einer deutschen „Leitkultur“ lässt sich anhand der Interview-Studie von Roth (2002), für die 17 Bundestagsabgeordnete befragt wurden, zeigen, dass es sich hier offensichtlich nicht um eine bewusste strategische Begriffsbesetzung handelte: „Keiner der befragten Politiker gab an, den Begriff ‚Leitkultur‘ von Anfang an nur unter dem Gesichtspunkt eines strategischen Coups der CDU/CSU-Fraktion betrachtet zu haben. (...) Vielmehr herrschte, sowohl bei CDU-Abgeordneten als auch bei Angehörigen anderer Parteien, die Einschätzung vor, dass der Begriff ‚Leitkultur‘ keineswegs explizit strategisch als zentrales Schlagwort einer politischen Kampagne gesetzt worden sei“ (Roth 2002: 87). Unabhängig von der strategischen Dimension von politischen Begriffsbesetzungen lässt sich jedoch – gerade am Beispiel der „Hartz-Sprache“ (Klein 2007: 194), ihrem „manageriellen Neusprech“ (Roth 2011: 70) und ihren „aberwitzigen Wortschöpfungen“ (Spreng 2009: 304) – aufzeigen, dass politische Begriffsbesetzungen immer auch mit der Gefahr der Unverständlichkeit verbunden sind.⁸ Umso mehr, als diese nach Blühdorn (1995: 106) aufgrund der Dominanz der Strategiekomponente bei der politischen Begriffsschöpfung häufig übersehen oder ignoriert wird.

2.2 Verständlichkeit als individuelles Kommunikationsproblem von Politikern

Politische Kommunikation kann aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive v.a. als Persuasionskommunikation definiert werden. Politiker werben um die Stimmen der Bürger und versuchen deshalb, diese von der Angemessenheit und Richtigkeit ihrer politischen Vorstellungen und Pläne bzw. von der Unangemessenheit und Fehlerhaftigkeit der Vorhaben der Gegenseite zu überzeugen. Den hierbei ablaufenden Persuasionsprozess kennzeichnen Janis und Hovland (1959: 4f.) anhand der drei internen Vorgänge Aufmerksamkeit (attention), Verständnis (comprehension) und Akzeptanz (acceptance). Darauf aufbauend beschreibt McGuire (1969: 172ff., 1973: 221ff., 1989: 44ff.) die Wirkung von kommunikativen Überzeugungsversuchen als mehrstufigen Persuasionsprozess, der mindestens fünf Schritte umfasst: Aufmerksamkeit (attention), Verständnis (comprehension), Zustimmung (yielding), Speicherung (retention) und Handlung (action).⁹ McGuire betont

7 Welche langfristigen Folgen die Einführung des Begriffs „Hartz IV“ selbst für ursprünglich Unbeteiligte hatte, lässt sich auch an dem gescheiterten Versuch der Arbeits- und Sozialministerin der schwarz-gelben Regierung unter Angela Merkel, Ursula von der Leyen, zeigen, den Begriff „Hartz IV“ durch den Begriff „Basisgeld“ zu ersetzen (vgl. Altmeyer 2010: 14). Offensichtlich war der Bundesministerin klar geworden, dass das begriffliche Vermächtnis der rot-grünen Regierung unter Gerhard Schröder nach dem Ausscheiden der SPD aus der Regierung auch ihrer Partei schadete. Für eine einfache Ersetzung des Begriffs war dieser jedoch mittlerweile zu sehr in den allgemeinen Sprachgebrauch übergegangen.

8 Als Beispiel sei hier auf den Begriff des „JobFloater“ verwiesen, mit dem ein Konzept umschrieben wurde, das finanzielle Anreize für Unternehmen zur Einstellung von Arbeitslosen enthielt.

9 In seiner späteren Weiterentwicklung des Modells unterscheidet McGuire zwischen den zwölf Schritten Kontakt, Aufmerksamkeit, Interesse, Verständnis, Aufnahme, Zustimmung, Speicherung, Auffinden, Entscheidung, Handlung,

dabei ausdrücklich die Bedeutung des Verstehens für den Persuasionserfolg: „It would seem obvious that the more the person comprehends a persuasive message the more he should tend to be influenced by it“ (McGuire 1973: 221). Ganz ähnlich formuliert Teigeler in seiner Analyse der Verständlichkeit und Wirksamkeit von Sprache und Text: „Persuasion ist nur über die Verständlichkeit der persuasiven Zeichen möglich. Ohne angemessene Decodierung der informationstragenden Zeichen ist keine Persuasion möglich“ (Teigeler 1968: 11, vgl. auch Urban 1980: 55ff.). Empirische Belege für diesen Zusammenhang finden sich z.B. bei Jacoby et al. (1982) und Motes et al. (1992): Demnach haben positive und aktive Satzkonstruktionen bei Werbebotschaften ein höheres Persuasionspotenzial als negative und passive Satzkonstruktionen. Nawrocki (1975) spricht in diesem Zusammenhang auch vom sog. „Lesewiderstand“ von Werbebotschaften: „Da Lesen immer eine gewisse Anstrengung verlangt und da die Einstellungen oft nur schwache Antriebe zum Lesen von Werbebotschaften mobilisieren, muß (sic) der Akteur auf möglichst geringe Lesewiderstände achten“ (Nawrocki 1975: 162f.).

Für Politiker (als Persuasionskommunikatoren) müsste sich daraus die Konsequenz ergeben, die Verständlichkeit ihrer Botschaften generell zu maximieren, um ein möglichst hohes Überzeugungspotenzial zu erreichen. Diese Strategie erscheint umso plausibler, wenn man sich den Umstand vergegenwärtigt, dass eine höhere Verständlichkeit auch zu einer größeren Integrationskraft, dem zweiten zentralen Ziel der Politikersprache, führt. Nicht zuletzt deshalb gilt die „Perspicuitas“, die Deutlichkeit oder Klarheit der Rede, auch in der klassischen Rhetorik als die wichtigste aller Stiltugenden: „Die sprachliche Tugend der Klarheit (*perspicuitas*) ist in der sprachkritischen Theorie der Rhetorik von besonderem Gewicht. In rhetorischer Perspektive gilt sie ausschließlich. Ein Fall, in dem etwa Vagheit, Undurchsichtigkeit oder gar Unverständlichkeit im Interesse der kommunikativen Absicht erstrebenswert wären, ist nicht vorstellbar“ (Roth 2004: 193, vgl. auch Asmuth 2003: 814).¹⁰ Ähnliches gilt für die neuere Rhetorik. So konstatiert beispielsweise Nöllke (2010: 175f.) in „Die Sprache der Macht“: „Wer souverän ist, wählt eindeutige Worte, auch auf die Gefahr hin anzuecken. Nebelwerferei oder schonendes Drumherumgerede vertragen sich nicht mit Souveränität. Die Zuhörer sollen wissen, woran sie sind. Ein geeignetes Mittel, das zu erreichen, sind ‚sichere Sätze‘, einfach gebaute Aussagen von bestechender Klarheit. (...) Was solche ‚sicheren Sätze‘ auszeichnet, das ist ihre Direktheit, ihre klare Struktur. Sie strahlen Sicherheit und Selbstbewusstsein aus, ohne einschüchternd zu wirken. Sie bemühen sich um Genauigkeit und zielen auf Klarstellung“.

Einen weiteren Vorteil der Verständlichkeit aus Politikersicht erläutert Kurt Biedenkopf in seiner bereits zitierten Parteitagrede: „Wer klar spricht, braucht keine Räte, die mitbestimmen, was er wirklich sagen will. Konrad Adenauer hatte die einfache Sprache. Die Verwalter der politischen Sprache haben sich über ihn mokiert. In Wirklichkeit waren sie verzweifelt, weil Adenauer sie nicht als Übersetzer brauchte“ (Biedenkopf, zitiert nach Klein 1991: 47). Mit anderen Worten: Wer als Politiker verständlicher spricht, ist weniger auf eine Übersetzungsleistung der Medien als „Verwalter der politischen Sprache“ ange-

Verstärkung und Konsolidierung (McGuire 1989: 44ff., vgl. auch Schenk 2002: 82ff. für eine Übersetzung der Terminologie von McGuire ins Deutsche).

10 Das Gegenstück zur Perspicuitas, die „Obscuritas“ (Dunkelheit) gilt dementsprechend als Mangel einer Rede, sofern sie nicht aufgrund gewichtiger Gründe (z.B. komplexes Thema, konfligierende rhetorische Gebote) als unvermeidbar erscheint (vgl. Brandth et al. 2003: 363ff.).

wiesen und kann so auf eine direktere Übertragung seiner Botschaften an die Wähler hoffen. Angesichts dieser zahlreichen Vorteile einer hohen Verständlichkeit stellt sich die Frage, warum viele Politiker diesem Aspekt ihrer Sprache offensichtlich so wenig Beachtung schenken. Ein erster Hinweis zur Auflösung dieses scheinbaren Widerspruchs findet sich im folgenden Zitat des ehemaligen bayerischen Ministerpräsidenten und Bundesministers Franz Josef Strauß:

„Ich bin der geborene Anti-Rhetor. Erstens rede ich nie kurz, zweitens bilde ich lange Sätze, drittens verwende ich viele Fremdwörter und fremdsprachige Zitate. Aber alle drei Dinge zusammengenommen führen offensichtlich zu einer rhetorischen Wirkung, über die ich mich, was Größe und Ausdauer meines Publikums angeht, nie zu beklagen habe. Nach Meinung meiner Kritiker rede ich deutsch, als ob ich versuchte, das Latein Ciceros auf deutsch zu bieten, nämlich lange, verschlungene Satzkonstruktionen, die am Schluß dann doch wider alle Erwartungen aufgehen. Aufmerksamen Zuhörern stellt sich die Frage, ob ich das Satzende erreiche oder nicht – was für zusätzliche Spannung sorgt“ (Strauß 1989: 158).

Tatsächlich gibt es aus Politikersicht eine Reihe von Gründen, die gegen eine bedingungslose Maximierung der eigenen Verständlichkeit sprechen. Einer davon ist der von Strauß thematisierte Einfluss sprachlicher Komplexität auf die Aufmerksamkeit der Zuhörer, der auch wissenschaftlich belegt werden konnte (vgl. z.B. Bradac et al. 1977b).¹¹ Weitere Gründe sollen im folgenden Abschnitt erläutert werden.

2.2.1 *Zum Verhältnis von Verständlichkeit und (persuasiver) Wirksamkeit*

Die bisherigen Ergebnisse der Persuasionsforschung legen einige Differenzierungen bezüglich des zunächst so eindeutig erscheinenden Verhältnisses von Verständlichkeit und Wirksamkeit persuasiver Botschaften nahe. Verständlichkeit scheint zwar ein wesentlicher Faktor der Wirksamkeit zu sein, es gibt jedoch auch andere Faktoren, die bedeutenden Einfluss auf die Persuasionskraft haben können (vgl. Briest 1974: 12). Diese werden größtenteils bereits von McGuire selbst angeführt (vgl. McGuire 1969: 174f., 198f., 208ff.; 1989: 50ff.). So verweist McGuire auf Forschungsergebnisse, die belegen, dass sowohl bei einer positiven als auch bei einer negativen Voreinstellung zum Kommunikator das Verständnis der einzelnen Argumente häufig keine entscheidende Rolle für die Überzeugungskraft der Gesamtbotschaft zu spielen scheint (McGuire 1969: 198). Zu einem ähnlichen Befund gelangt auch eine neuere Untersuchung von Cooper et al. (1996), bei der die Überzeugungskraft eines Sachverständigen in einer Gerichtsverhandlung experimentell untersucht wurde. Die Voreinstellungen der Versuchsgruppen wurden dabei durch unterschiedliche Informationen zu den Qualifikationen des Sachverständigen manipuliert. Gleichzeitig wurde auch die Verständlichkeit seiner Ausführungen manipuliert (Grad der

¹¹ Einschränkung ist hierbei jedoch anzumerken, dass der Aufmerksamkeitseffekt komplexer Sprache stark vom individuellen „need for cognition“ der jeweiligen Rezipienten abhängig sein dürfte (vgl. z.B. Cacioppo/Petty 1982).

Fachsprachlichkeit). Dabei zeigte sich, dass beeindruckende Qualifikationsnachweise des Sachverständigen dazu führten, dass die unverständlichere Version seiner Ausführungen als signifikant überzeugender wahrgenommen wurde als die verständlichere Version. Umgekehrt verhielt es sich, wenn der Sachverständige deutlich bescheidenere Qualifikationsnachweise erbringen konnte: In diesem Fall wurde die verständlichere Fassung seiner Ausführungen tendenziell als überzeugender bewertet.¹²

Erklären lassen sich diese Befunde nach McGuire durch die „kognitive Faulheit“ der Rezipienten: „the receiver can be regarded as a lazy organism who tries to master the message contents only when it is absolutely necessary to make a decision“ (McGuire 1969: 198). Ist der Kommunikator einer Botschaft aufgrund bestimmter Merkmale (z.B. Parteizugehörigkeit, Attraktivität, wahrgenommene Vertrauenswürdigkeit und Expertise) bereits positiv oder negativ besetzt, dient diese Valenz häufig als „information shortcut“ (Popkin 1991: 51, vgl. auch Downs 1957: 98ff.): Seine Schlussfolgerungen werden akzeptiert bzw. abgelehnt, ohne dass vorher zwingend alle hierfür angeführten Argumente verstanden bzw. überhaupt verarbeitet wurden. Wichtig ist in diesen Fällen weniger die Verständlichkeit einzelner Argumente, als vielmehr die Verständlichkeit der Schlussfolgerungen, die sich aus diesen Argumenten ergeben. Dadurch steht die (Gesamt-)Verständlichkeit von Politikern teilweise in einem inversen Verhältnis zu ihrer Überzeugungskraft: So führt die Verwendung komplexer Begriffe und Metaphern häufig zu einer Steigerung der wahrgenommenen Expertise des Kommunikators (vgl. McGuire 1969: 208). Ähnliches gilt für den Einfluss lexikalischer Diversifikation, d.h. der Anzahl unterschiedlicher Wörter in einer Rede: Auch hier ließ sich ein positiver Effekt auf die wahrgenommene Expertise und den Status des Sprechers sowie auf die Persuasionskraft seiner Argumente nachweisen (vgl. Bradac et al. 1976, 1977a). Das persuasive Potenzial einer Botschaft kann somit durch den Einsatz eines komplexen und abwechslungsreichen Vokabulars steigen, obwohl die Verständlichkeit hierdurch nachweislich sinkt. Es verwundert daher kaum, dass Politiker Unverständlichkeit teilweise auch gezielt als Stilmittel ihrer Sprache einsetzen. Dabei müssen Persuasionsmotive nicht zwangsläufig im Vordergrund stehen: Angesichts der alltäglichen Auseinandersetzung von Politikern mit dem Medium Sprache kann angenommen werden, dass teilweise auch sprachstilistische Motive eine wichtige Rolle spielen, ähnlich wie dies auch in literarischen Texten zu beobachten ist, die Metaphorik und „Dunkelheit“ als Stilmittel einsetzen (vgl. z.B. Louis 2012).

Eine weitere Möglichkeit des Kommunikators, die Persuasionskraft zu steigern, ohne dabei gleichzeitig die Verständlichkeit zu maximieren, stellt die Erzeugung einer „Scheinverständlichkeit“ dar: „[D]abei setzt er – z.T. sehr demonstrativ – Muster wie Exemplifizieren, Simplifizieren und Differenzieren ein und vermittelt damit zumindest den Eindruck größerer Verständlichkeit und genauerer Information, unabhängig davon, ob er tatsächlich belegt, vereinfacht und differenziert und ob die Zuhörer tatsächlich mehr verstehen. Die persuasive Kraft allein der Demonstration solcher Muster kann aber so wirken, daß man plakative Forderungen und Rechtfertigungen (...) für plausibel hält“ (Holly 1990: 182f.).

Ergebnisse der neueren Persuasionsforschung sprechen weiterhin dafür, dass die Verarbeitungsintensität der Rezipienten nicht nur von der Wahrnehmung bestimmter Kom-

12 Ähnliche Ergebnisse finden sich bei Bradac et al. 1976, Bradac/Wisegarver 1984 und Naftulin et al. 1973.

munikatormerkmale abhängt, sondern auch von den Persönlichkeitsmerkmalen der Rezipienten und den Einflüssen der jeweiligen Rezeptionssituation. Die Wahrscheinlichkeit einer intensiven Verarbeitung der Botschaft (bei der ein Verständnis aller Argumente angestrebt wird) ist nach Petty und Cacioppo (1986a, 1986b) abhängig vom kognitiven Involvement des Rezipienten (vgl. auch Petty et al. 2004). Dieses steigt, wenn die persönliche Relevanz des jeweiligen Themas und das Orientierungsbedürfnis des Rezipienten in Bezug auf dieses Thema groß sind und die Botschaften in textueller Form rezipiert werden (Print- und Online-Medien). Sie sinkt hingegen bei geringer persönlicher Relevanz und auditiver bzw. audiovisueller Rezeption.

Während unter High-Involvement-Bedingungen v.a. die wahrgenommene Qualität der Argumente und der Schlussfolgerung über deren persuasive Wirksamkeit entscheiden, spielen bei Low-Involvement-Bedingungen eher Faktoren wie die wahrgenommene Attraktivität und Glaubwürdigkeit des Kommunikators, die reine Anzahl der Argumente und die Lebendigkeit der Sprache eine zentrale Rolle. Dieses sog. Elaboration-Likelihood-Modell von Petty und Cacioppo (1986a) fand große Beachtung bei professionellen Persuasionskommunikatoren. Moderne Werbestrategien sind daher vielfach an Regeln der Low-Involvement-Kommunikation orientiert. Auch in der politischen Kommunikation gewinnen Low-Involvement-Strategien zunehmend an Bedeutung, wie die in den letzten Jahren stark gestiegene Anzahl von politischen Talksendungen im Fernsehen eindrucksvoll belegt (vgl. Holly 1996: 109). Gerade die Lebendigkeit der Sprache, die ja auch mit dem Abwechslungsreichtum des Vokabulars verbunden ist, steht aber häufig in einem Widerspruch zu ihrer Verständlichkeit (vgl. Kap. 3.4.3, 4.1.2).¹³

In Bezug auf den Ablauf des Persuasionsprozesses stellt sich daher auch die Frage, „whether in all cases the earlier steps are necessary in order that the later ones be taken“ (McGuire 1969: 174, vgl. auch McGuire 1989: 51). Offensichtlich gibt es einige Fälle, bei denen die Reihenfolge der Schritte im Persuasionsprozess von der von McGuire beschriebenen abweichen kann. Im Fall der Wahrnehmungsverzerrung („perceptual distortion“) beispielsweise, die auch als „Looking Glass“-Wahrnehmung (Fields/Schuman 1976: 437) untersucht wurde, bestimmt nicht das Verständnis einer Botschaft über die Einstellungsänderung, sondern die vorhandene Einstellung über das Verständnis der Botschaft: Der Rezipient bildet sich ein, den Kommunikator verstanden zu haben, hat ihn aber nicht in dessen, sondern nur in seinem eigenen Sinne verstanden.

Die Bedeutung von Rezipientenmerkmalen für die Relevanz der Verständlichkeit lässt sich noch weiter verdeutlichen, wenn man Ergebnisse der politischen Kommunikationsforschung berücksichtigt. So bestimmen nach Campbell et al. (1960) und Zaller (1992) v.a. die Parteibindung und die individuelle Politisierung der Rezipienten über die Bedeutung der Parteizugehörigkeit des jeweiligen Politikers im Persuasionsprozess. Bei hoch politisierten Parteianhängern, d.h. Personen, die einer bestimmten Partei dauerhaft nahe stehen und gleichzeitig über ein hohes politisches Interesse und Wissen verfügen, ist es demnach

13 Solche Dilemmata können aber selbst dann entstehen, wenn sich Politiker für ihre Überzeugungsstrategie an High-Involvement-Bedingungen orientieren und einen möglichst hohen Informationsgehalt ihrer Sprache anstreben. Denn: „Ein wenig informativer Text ist für einen Leser leichter zu verstehen, da er wenig Neues enthält. Ein – für den Leser – sehr informativer Text enthält viel Neues und ist für ihn entsprechend voraussetzungsreicher oder zumindest anspruchsvoller, also schwieriger zu ‚verstehen‘“ (Ballod 2001: 59, vgl. auch die Ausführungen zur Informationstheorie in Kap. 3.3.1 sowie die Ausführungen zur Informationsdichte in Kap. 3.4.3).

sehr viel wahrscheinlicher, dass allein die Parteizugehörigkeit des jeweiligen Kommunikators über Akzeptanz oder Ablehnung seiner Botschaften entscheidet, unabhängig von den jeweiligen Merkmalen dieser Botschaften. Eine wichtigere Rolle sollte die Verständlichkeit hingegen bei gering politisierten Individuen und parteiungebundenen Rezipienten spielen, da hier aufgrund des geringeren politischen Wissens schlechtere Verständnisbedingungen gegeben sind (vgl. Oksaar 1983) bzw. die Parteibindung als „information shortcut“ nicht aktiviert wird bzw. überhaupt nicht vorhanden ist.

Auch aus rhetorischer Perspektive lassen sich Argumente gegen eine bedingungslose Verständlichkeitsoptimierung vorbringen. So erläutert Bunita (2010) in seinem Aufsatz „Die Transparenz intransparenter Rhetorik“: „Speziell in der politischen Kommunikation kommt es vor, dass etwas ausgedrückt wird, ohne dass es eine transparente Formulierung findet. Der Eindruck entsteht, die politische Äußerung sei nicht sehr klar und versuche, den eigentlichen Sachverhalt zu verschleiern, obwohl – paradoxerweise – alle zugleich wissen, wovon ‚eigentlich‘ die Rede ist“ (Bunita 2010: 163). Diese Form der Rhetorik bezeichnet Bunita (ebd.) etwas umständlich als „eigentlich eigentliches Sprechen“ oder – fachsprachlich – als „phraseologische Katachese“ (ebd.: 164). Sie lässt sich anhand eines Zitats aus einer Ansprache von Angela Merkel bei einem Empfang der Mitglieder des Wissenschaftsrates im Januar 2009 gut verdeutlichen (vgl. auch Bunita 2010: 165):

„Wir sind aber, so glaube ich, in den letzten Jahren auf dem Weg zur Wissensgesellschaft ein ganzes Stück vorangekommen. Die materielle Ausstattung ist aus dem Blickwinkel der Wissenschaft sicherlich noch immer nicht optimal, aber sie ist verbessert worden. Wir sind auf einem guten Weg zum Drei-Prozent-Anteil der Ausgaben für Wissenschaft und Forschung am Bruttoinlandsprodukt“ (Merkel 2009).

Übersetzt man diese Ausführungen von Angela Merkel in Klartext, so lässt sich festhalten: Das Drei-Prozent-Ziel wurde bislang verfehlt. Die Formulierung Merkels kleidet diese Tatsache jedoch in eine positive Formel, wie Bunita (2010: 165f.) anmerkt: „[W]ir seien ‚auf einem guten Weg‘ – dass wir nicht angekommen sind, wird zweitrangig“. Hierdurch wird auch deutlich, welche Funktion solch eine Rhetorik aus Politikersicht hat: „Die zentrale Funktion eigentlich eigentlichen Sprechens ist es, eine Widerrede rhetorisch unplausibel zu machen. (...) Indem Merkel sowohl die Mängel in den politischen Entscheidungen markiert als auch maskiert, ist eine Reaktion im Prinzip unmöglich. (...) Seine Funktion erfüllt das eigentlich eigentliche Sprechen gerade deshalb in politischen Kontexten so gut, weil es dort besonders oft nötig ist, sowohl zu zeigen, dass man sich ein Urteil erlauben darf, als auch die eigene Unangreifbarkeit sicherzustellen“ (ebd. 175f.).

Zusammenfassend ist daher festzustellen: Aus Sicht des einzelnen Politiklers lässt sich die Wirksamkeit seiner politischen Argumente und Botschaften keineswegs durch eine strikte Optimierung der Verständlichkeit maximieren. Vielmehr gibt es verschiedene Strategien, die zur Erreichung des Ziels einer Handlungsbeeinflussung der Rezipienten aussichtsreich erscheinen und gleichzeitig zur Vernachlässigung oder sogar zur gezielten Verringerung der Verständlichkeit führen. Die „Prädominanz der Handlungsdimension im politischen Sprachgebrauch“ (Bergsdorf 1983: 44) führt so zu einer Überlagerung der Informationsfunktion der Sprache: „In der politischen Öffentlichkeit (...) endet der Hand-

Verstehen und Verständlichkeit von Politikersprache
Verbale Bedeutungsvermittlung zwischen Politikern und
Bürgern

Kercher, J.

2013, XVI, 422 S. 96 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-00190-2