

Linguistische Imageanalyse (LIma)

Grundlegende Überlegungen und exemplifizierende Studie zum öffentlichen Image von Türken und Türkei in deutschsprachigen Medien

Abstract

Der vorliegende Beitrag skizziert einen dezidiert linguistischen Zugang zu medienvermittelten Stereotypen in Form einer linguistischen Imageanalyse (LIma). Zurückgegriffen wird dabei auf Theorieansätze der kognitiven Linguistik bzw. Frametheorie, der linguistischen Diskursanalyse sowie der Korpuslinguistik. Im Zentrum der Arbeit stehen die Überlegungen, dass erstens Wissensrahmen von Individuen und Kollektiven durch die sprachliche Medienberichterstattung koorientiert werden, zweitens diese medial vermittelten Wissensrahmen öffentlichen, sprachlich manifestierten Images insbesondere zu Personen, Gruppen und Institutionen entsprechen und drittens diese Images sich durch korpusbasierte, semiautomatische und ko(n)text-sensitive Sprachmusteranalysen sichtbar machen lassen. Im Anschluss an die theoretische Grundlegung wird der Ansatz an einer Studie zum Medienimage der *Türken* bzw. *Türkei* exemplifiziert.

This article outlines an unequivocally linguistic approach to media-mediated stereotypes in form of a linguistic image analysis (LIma). The study is based on theoretical approaches in cognitive linguistics/frame theory, linguistic discourse analysis and corpus linguistics. The central ideas of the study are firstly that the knowledge frames of individuals and collectives are co-influenced by the linguistic reporting in the media, secondly that the knowledge frames mediated by the media correspond to public, linguistically manifested images of people, groups and institutions in particular, and that thirdly these images can be detected by corpus-based, semi-automatic and co(n)text-sensitive analyses of language patterns. After the theoretical grounding, the approach illustrated by a study of the media image of the words *Türke* and *Türkei*.

1. Einführung und Erkenntnisinteresse

„Was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch die Massenmedien.“ (Luhmann 2004, S. 9) Dieser oft zitierte Satz hat bis heute nichts von seiner Geltungskraft eingebüßt, im Zuge von Social Networks, Blogosphäre und Twitter eher noch an Brisanz gewonnen. Denn man könnte umgekehrt formulieren: Was heute nicht in einer Vielzahl von Meldungen über den Ticker geht, existiert nicht in der Welt. Akzeptiert man den konstruktivistischen Grundgedanken, der diesen Aussagen inhärent ist, so ist zunächst weiter daran nichts verwunderlich. Brisant wird die mediale Konstitution im Grunde erst dann, wenn sie unerwünschte Effekte insbesondere für einzelne Personen, gesellschaftliche Gruppen und Institutionen nach sich zieht, wenn sich Betroffene im ‚Bild der Medien‘ nicht wieder finden. Nicht nur Unternehmen versuchen dem zuvor zu kommen und sich durch gezielte PR-Kampagnen ein marktgerechtes, konkurrenzfähiges Image zuzulegen (wie etwa zuletzt bekannt wurde: die Lancierung von ‚Öko‘-Images der Atomindustrie zur Verlängerung von AKW-Laufzeiten¹).

¹ E.on solle sich einem internen Strategiepapier zufolge „so umweltfreundlich wie möglich geben. Erfolgreich sei die Pro-Atom-Strategie dann, wenn der Konzern ‚beharrlich mit dem Argument Klimaschutz und Versorgungssicherheit den Schulterschluss zwischen Kernkraft und erneuerbaren Energien betont‘. Diesen Kurswechsel habe E.on ‚mit dem Ausbau seiner Erneuerbare-Energien-Sparte bereits eingeleitet‘. [...] Mit anderen Worten: Das Unternehmen soll sich mit Solaranlagen und Windrädern ein Öko-Image verpassen, das letztlich aber vor allem das Ziel verfolgt, die Atomenergie voranzubringen.“ (Der Spiegel, 23.9.2009).

Derart strategischen Kampagnen gehen in der Regel umfassende Imageanalysen voraus, eine Arbeit, die sich in Theorie und Methode seit langem die Marktforschung zu Eigen gemacht hat. Im Fokus solcher Analysen stehen meist an Rezeptions- oder gar unreflektierte Medienwirkungstheoreme angelehnte Verfahren, die Wahrnehmung ausgewählter Personen oder Institutionen bei einem kleinen Teil der Bevölkerung zu ‚messen‘ und durch daran anschließende gezielte Informationspolitik in eine gewünschte Perspektive zu rücken versuchen. Kurz: Medienimages sollen Stereotype in der Bevölkerung prägen und damit verbundene Handlungsoptionen von Einzelnen oder Kollektiven (zumindest) koorientieren.

Der vorliegende Aufsatz skizziert einen dezidiert linguistischen Zugang zu medienvermittelten Stereotypen in Form einer linguistischen Imageanalyse (LIma). Zurückgegriffen wird dabei auf Theorieansätze der kognitiven Linguistik bzw. Frametheorie, der linguistischen Diskursanalyse sowie der Korpuslinguistik: Im Zentrum der Arbeit stehen die Überlegungen, dass erstens Wissensrahmen von Individuen und Kollektiven durch die sprachliche Medienberichterstattung koorientiert werden, zweitens diese medial vermittelten Wissensrahmen öffentlichen, sprachlich manifestierten Images insbesondere zu Personen, Gruppen und Institutionen entsprechen und drittens diese Images sich durch semiautomatische und ko(n)textsensitive Sprachmusteranalysen sichtbar machen lassen.

Im Anschluss an die theoretischen Grundlegungen soll in einer exemplarischen Studie zum öffentlichen Image von *Türken* sowie der *Türkei* in deutschsprachigen Medien das Potential dieses Ansatzes insbesondere auch für gesellschaftskritische Untersuchungen im Hinblick auf Vorurteile und interkulturelle Konfliktlösungen vorgestellt werden.

2. (Soziale) Kognition, Stereotype und Sprache

„Stereotype“ im Forschungskontext bezeichnen zunächst wissenschaftliche Modelle zur Beschreibung spezifischer Wissensrahmen und Sprachroutinen von Individuen in Kollektiven über andere Gruppen und Gruppenmitglieder. Dies bedarf der Präzisierung:

Stereotype sind *erstens* komplexe **Wissensrahmen** (Konzepte) über Sachverhalte und Referenzobjekte in der Welt, die sich in Anlehnung an Rumelhart (1975) genauer als kognitiv verankerte Prädikationsketten (Konerding 2008, S. 127) bzw. in einem übergeordneten Begriff als „Schemata“ beschreiben lassen. Zu Konzeptnetzen verbunden enthalten sie prototypisch und hierarchisch organisiert Informationen zu Gegenständen und Sachverhalten, die durch sprachliche Ausdrücke (sowie andere Sinnesreize) aktiviert bzw. deaktiviert werden können. Als „Frames“ werden hierbei statische Wissensrahmen, als „Scripts“ dynamische Wissensrahmen bezeichnet (Schermer 2000, S. 188; Schank/Abelson 1977).

Sowohl Frames als auch Scripts beinhalten semantische Leerstellen (Slots; vgl. zusammenfassend Ziem 2008, S. 298ff.), die durch individuelle Erfahrungen oder in kommunikativen Prozessen entstanden sind und den semantischen Raum eines Frames und seine potentiellen Füllwerte sortal vorbestimmen. Die verschiedenen Füllwerte (Values) sind jedoch nicht beliebig, sondern prototypisch gewichtet. Diejenigen Werte, die am häufigsten bestimmte Leerstellen füllen (können), werden schneller als andere Werte erinnert und erleichtern damit als Default-Values Urteils- und Entscheidungsvorgänge.

Als „Stereotype“ werden Wissensschemata *zweitens* bezeichnet, um auf ihre **sozialkognitive Funktion** der Orientierungsstabilität und Komplexitätsreduktion im Wahrnehmungs- und Handlungsprozess in sozialen Gruppen hinzuweisen. Als „Bilder in unseren Köpfen“ (Lippmann 1964, S. 91ff.) ergänzen und ersetzen sie oftmals als Vorannahmen in generalisierender Form über unsere Welt persönliche Erfahrungen, um effektiv auf Situationsänderungen reagieren zu können. Die sozialkognitive Dimension von Stereotypen zeigt sich vor allem darin, dass sie Informationen beinhalten über Gruppen und Gruppenmitglieder, über die eigene sowie Fremdidentität(en). Verschiedene positiv oder negativ bewertete Merkmalsbündel² erlauben schnelle Rückschlüsse auf Basis von angenommenen (!) Korrelationen³ und helfen Individuen und deren Handeln zu kategorisieren sowie eigene Handlungsoptionen entsprechend anzupassen. Mit anderen Worten: Stereotype bilden die Grundlage jeglichen sozialen Handelns, unabhängig davon, ob die stereotyp repräsentierten Kategorien ‚der Wirklichkeit‘ entsprechen oder nicht.

Für die stereotypengeleitete Generalisierung von Merkmalen (z.B. Merkmalszuschreibungen von Fremdgruppen) ist kennzeichnend, „dass Unterschiede innerhalb einer Kategorie minimiert oder unterschätzt werden und Unterschiede zwischen Kategorien maximiert oder überschätzt werden“ (Merkens 2000, S. 11).

Zudem prägen Stereotype (im Unterschied zu sonstigen Wissensrahmen) auch direkt die soziale Wahrnehmung von Akteuren in ihrer sozialen Attribution, indem sie zu Selbstbestätigung der inhärenten Merkmalsbündel, also zu einer Art ‚Selbstimmunisierung‘ neigen: Stereotyp-konforme Informationen werden tendenziell schneller erinnert und stärker in Erwartungshaltung und Aufmerksamkeit fokussiert als Stereotyp-konfligierende Merkmale.

In other words, stereotypes tell us what social information is important to perceive and to disregard in our environment. This process tends to confirm preexisting stereotypes by paying attention to stereotype-consistent information and disregarding information that is inconsistent with out stereotypes. (ebd., S. 4; vgl. auch Aronson/Wilson/Akert 2008, S. 425; Allport 1954)

Dabei lassen sich ferner **positive und negative Stereotype** unterscheiden. Die Differenzierung in der Nomenklatur hierbei ist in den verschiedenen Forschungstraditionen zuweilen sehr heterogen (vgl. Herzog 2006, S. 328). Ich schließe mich im Folgenden an den in der Bewertung neutralen Stereotypenbegriff der Psychologie an und reserviere den Ausdruck „Vorurteile“ ausschließlich für „pauschale Zuschreibungen von negativ bewerteten Eigenschaften zu typischen Mitgliedern der konkurrierenden sozialen Gruppe“ (Konerding 2006, S. 2613; vgl. auch Bergmann 2001, S. 3ff.).

Stereotype konstituieren ferner *drittens* **sozial geteiltes, konventionalisiertes Wissen** und werden (seltener) durch Erfahrung (individuelle Perzeption), vor allem aber durch **sprachliche Interaktionen in Gruppen** geprägt (vgl. Putnam 1990, S. 68):

The most obvious function of language is the transmission of stereotypes and prejudice from person to person and from generation to generation. (Bourhis/Maass 2001, S. 1592)

² Mit diesem Ausdruck sollen keine merkmalssemantischen Prämissen unterstellt werden: „Dass ein Merkmal [...] mit einem Wort X verknüpften Stereotyp enthalten ist, heißt nicht, dass es eine analytische Wahrheit wäre, dass alle Xs oder auch nur die meisten Xs oder auch nur alle normalen Xs oder auch nur überhaupt irgendwelche Xs dieses Merkmal aufweisen.“ (Putnam 1990, S. 68)

³ Z.B. Wer ‚schön‘ ist, ist auch ‚intelligent‘ u.ä.

Sprache nimmt eine besondere Mittlerposition ein: Sie vermittelt als Werkzeug sozialen Handelns (Bühler 1999, S. 24) zwischen den unterschiedlichen Erfahrungswelten (individuelle Wissensrahmen) der Individuen und konstituiert eine gemeinsame, d.h. kollektiv geteilte Lebenswelt. Individuelle Erfahrungswelt und kollektive Lebenswelt sind zwar beide Ergebnis kognitiver Konstruktionsprozesse, die Lebenswelt wird jedoch im Rahmen begrenzter Gruppen (hier: Ingroups wie Familie, Freizeitgruppe, ‚Völker‘, ‚Nationen‘ usw.) sehr viel stärker durch sprachliche Kommunikationsprozesse, durch das Sprechen über das Selbst und Andere koorientiert. Die gemeinsam geteilte sprachlich-mediale Umgebung koppelt die individuellen kognitiven Systeme gerade durch die Visibilisierung von Wissensschemata; die mediale Performanz zeichnet Wissen als kollektiv Gewusstes aus.

Die an der Konstitution von Stereotypen beteiligten sprachlichen Kommunikations- und Rezeptionsprozesse sind sehr komplex, laufen weitestgehend intuitiv ab und lassen sich in Anlehnung an das Semiotische Dreieck nach Ogden/Richards (1923) differenzieren in sprachliche Performanz (ausdrucksseitig), Konzept- und Diskursmuster (‚inhaltsseitig‘) sowie Sachverhalte bzw. Referenzobjekte (referenzseitig). Sprachliche Ausdrücke sind dabei Spuren kognitiver Textarbeit, in der sich ‚Verstehen‘ von und ‚Kommunizieren‘ in Ausdruckskomplexen als aktiver Prozess der Sinn- und Weltherstellung zeigt (Hörmann 1980; zu den Rezeptionsprozessen im Einzelnen vgl. Artelt et al. 2007). Sprachliche Performanzen aktivieren bottom-up spezifische Wissensschemata und konstituieren im sprachlichen Wahrnehmungsakt kognitive Simulationen von Sachverhalten bzw. Referenzobjekten, kurz: mentale Wirklichkeitsmodelle (Situationsmodelle, Kontextmodelle usw.; vgl. van Dijk 1999; Barsalou 2003, S. 513; Barsalou 2009, S. 1283; zu den daran beteiligten Inferenzprozessen vgl. Kindt 1997, S. 37 sowie Pohl 1997, S. 337).

Kollektive Stereotype werden daher *viertens* maßgeblich durch **massenmediale Kommunikation** geprägt, indem bestimmte sprachliche Zuschreibungen wiederholt und mit großer Reichweite in verschiedenen lokalen Kommunikationsräumen dargeboten werden:

Die Medien sind heute integrierter Bestandteil der Wirklichkeit oder, wenn man so will, produzieren Wirklichkeitseffekte, indem sie eine mediale Sichtweise der Realität kreieren, die zur Schaffung der Wirklichkeit, die zu beschreiben sie vorgibt, beiträgt. (Champagne 1997, S. 65)

Massenmedien ersetzen einen großen Teil unseres Erfahrungswissens über die Welt und konstituieren damit insbesondere im Hinblick auf andere ‚Nationen‘ und Bevölkerungsgruppen ein spezifisch gefärbtes „kulturelles Gedächtnis“ (Assmann/Assmann 1994, S. 114) bzw. Wissens-„Archiv“ (Foucault 1973). Allein die Medienvielfalt ermöglicht eine Zirkulation konfligierender Zuschreibungen und damit potentiell unterschiedliche Stereotypen. In der Medientheorie und linguistischen Diskursanalyse spricht man daher auch von einem „medialen Schlachtfeld“ (Champagne 1997, S. 66) oder von „Semantischen Kämpfen“, d.h. dem „Versuch [...], in einer Wissensdomäne bestimmte sprachliche Formen als Ausdruck spezifischer, interessengeleiteter Handlungs- und Denkmuster durchzusetzen“ (Felder 2006, S. 17).

Damit kann *fünftens* und *letztens* die **sprachliche Gestalt von stereotypen Wissensrahmen** selbst betrachtet werden. Stereotypen, so zeigt die bisherige Forschung (vgl. Überblick bei Konerding 2001), manifestieren sich systematisch in sprachlichen Strukturen, nicht nur in expliziten Zuschreibungen wie X-Akteur(e) *ist/sind* Y-Attribut (vgl. Putnam 1990); sie korrelieren auch mit formelhaften Mehrworteinheiten, Redewendungen (vgl.

Feilke 1989, Heinemann (Hg.) 1998 oder Dabrowska 1999), usuellen Wortverbindungen (*Ohren waschen/putzen* vs. *Zähne putzen*), Topoi (*Schwarz-weiß-Malerei*), bis hin zur Markierung von Ingroup und Outgroup auf der Ebene der Wortarten in Folge des „Linguistic-Intergroup-Bias“⁴ (vgl. Fiedler/Semin 2002).

3. Öffentliche Medienimages: das mediale Hintergrundrauschen im Wohnzimmer

Bisherige Modelle zur Analyse und Beschreibung von Stereotypen auf der Basis von (Medien-)Sprache zeitigen m.E. ein zentrales Problem: Sie präsupponieren alle mehr oder weniger eine Explizierung von Stereotypen an der sprachlichen Oberfläche, etwa in Form von formelhaften Zuschreibungen (*X ist Y*) oder markierenden Einleitungen („*X*“ *ist ein Vorurteil/Stereotyp/Klischee*). Wenngleich sich hiermit bereits wertvolle Einsichten in die potentiellen Denkperspektiven („handlungsleitende Konzepte“; vgl. Felder 2000, S. 117) der Sprachakteure (Sprachproduzenten) gewinnen lassen, so bleiben doch verschiedene Probleme offen:

- Die Ergebnisse beziehen sich in der Regel auf kleinere Untersuchungskorpora von maximal einigen hundert Texten. Die Auswahl dieser Texte setzt bereits eine spekulative Annahme von bestimmten Stereotypen und ihren sprachlichen Realisierungen voraus.
- Größere Korpora lassen sich auf Grund der häufig ganzheitlichen Textanalysen kaum sinnvoll bearbeiten. Eine Prüfung der generalisierenden Hypothesen in anderen Medien, Domänen, Textsorten u.ä. oder diachrone Kontrastierung ist darum häufig schwer möglich.
- Viel entscheidender jedoch: Es lassen sich nur Stereotype untersuchen, die bereits im kollektiven Gedächtnis verankert – und damit auch dem der Sprachintuition verschriebenen Analytiker als bekannt vorausgesetzt werden können. Aktuelle (Neu-)Prägungen lassen sich nur schlechterdings untersuchen, da sie dem Analysierenden schlichtweg nicht als Stereotype ‚ins Auge springen‘.

Die Analyse bleibt damit bei der Mehrzahl der empirischen Fälle (ausgenommen den markierten Belegen) auf Intuition und Vorwissen, zugespitzt formuliert: auf die Stereotype des Analysierenden über Stereotype ‚der‘ Anderen angewiesen. Diese Probleme lassen sich m.E. relativieren, wenn man Stereotype nur indirekt über sog. „öffentliche Medienimages“ zu beschreiben sucht. Damit sind folgende Überlegungen verbunden:

In der medialen Welt von heute, so wurde bereits betont, werden individuelle Wissensrahmen insb. zu Sachverhalten und Gegenständen, die sich der unmittelbaren Erfahrung von Individuen entziehen, über Medien und deren Berichterstattung, d.h. mittels Mediendiskurse geprägt. Unter Diskurs wird hierbei in Foucault'scher Tradition (Foucault 1973, 1974a, 1974b) „die Auseinandersetzung mit einem Thema“ verstanden,

- die sich in Äußerungen und Texten [...] niederschlägt,
- von mehr oder weniger großen gesellschaftlichen Gruppen getragen wird,

⁴ Der „Linguistic-Intergroup-Bias (LIB)“ besagt auf der Grundlage zahlreicher Studien, „dass bei der Entstehung und Verbreitung von negativen Stereotypen über Außengruppen und positiven Darstellungen über die Innengruppe auch sprachliche Phänomene beteiligt sind“ (Fiedler/Semin 2002, S. 343); etwa die Regel „that self-descriptions tend to be less abstract than descriptions of other people“ (Fiedler/Semin 1992, S. 84; vgl. auch Bourhis/Maass 2001, S. 1598).

- das Wissen und die Einstellungen dieser Gruppen zu dem betreffenden Thema sowohl spiegelt
- als auch aktiv prägt und dadurch handlungsleitend für die zukünftige Gestaltung der gesellschaftlichen Wirklichkeit in Bezug auf dieses Thema wirkt. (Gardt 2007, S. 30; vgl. auch Warnke 2007)

„Prägung von Wissensrahmen“ meint hierbei wiederum nicht eine eindimensionale ‚Informationsverabreichung‘ oder ‚Wissenstrichterung‘. Die mediale ‚Informations-‘, genauer: ‚Zeichenflut‘ füllt vielmehr die lokalen kommunikativen Räume von Individuen und Kollektiven (Interaktion im Familienwohzimmer, am Arbeitsplatz, vor dem Supermarkt usw.) und regt die Integration neuer bzw. Bearbeitung bestehender Wissensrahmen bzw. Stereotypen an. Einzel(text)informationen können in der individuellen Rezeption und Auseinandersetzung mit Medienangeboten mehr oder weniger bewusst reflektiert, bewertet und auch abgelehnt werden. Das ‚Hintergrundrauschen‘ fortwährender Medienpräsenz und die damit verbundenen immer erneut produzierten und transkriptiv-zirkulierenden Sachverhaltszuschreibungen entziehen sich jedoch überwiegend der bewussten Verarbeitung. D.h., Medien vermögen individuelle Wissensrahmen an diskursiven Ereignissen und Epistemen zu koorientieren, indem sie indirekt qua sprachlich rekurrenten Ausdrucksformen (Sprachmuster) und zugleich aspektseitiger Gewichtung einzelne Frame-Werte prototypisch dominant setzen, also Standardwerte prägen. Dieses mediale ‚Meer‘ an „Kohäsionsverhältnissen“ (Vogel 2009, S. 20) nenne ich **Public-Images (PI)**: Sie sind Teil global-diskursiver Ereignisse, die sich in Form typischer, d.h. wiederkehrender, ko(n)textsensitiver Sprachmuster manifestieren und damit ausdrucksseitige Vorlagen für spezifische Standardwerte in Frames bzw. Stereotypen bereitstellen. Dies bedarf der näheren Erläuterung:

Der Ausdruck des (medien-)öffentlichen⁵ „Images“ scheint auf den ersten Blick irreführend, denn er meint hier weder kognitive „mentale Bilder“ (vgl. Mead 1965, S. 332), noch unterstellt er ein kohärentes Bild an Sachverhaltsbeschreibungen einzelner Medientexte oder gar pauschal ‚der‘ Medien⁶. Mit „Medienimages“ bezeichne ich vielmehr ein heuristisches Konstrukt, das sowohl der **Kontingenz** und Diversifizität, als auch temporal gehäufte **Gleichförmigkeit** medialer Sachverhaltszuschreibungen Rechnung zu tragen sucht. Das heißt, mediale Prädikationen unterschiedlichster Art⁷ im Hinblick auf bestimmte Sachverhalte, Objekte oder Akteure (Gruppen und Gruppenmitglieder) können – ohne dass es von konkreten Produzenten intendiert wäre – schlichtweg gehäuft auftreten⁸. Diese medial-sprachlichen Phänomene lassen sich auch als „**typische Sprachmuster**“ beschreiben: Darunter verstehe ich mit Bubenhofer (2008, S. 408ff.) das

⁵ Die „Öffentlichkeit“ von Medienimages betont den freien Zugang sowie die zirkulierende Allgegenwärtigkeit medialer Sachverhaltszuschreibungen in lokalen Kommunikationsräumen („mediales Hintergrundrauschen“); zum Problem der Veröffentlichung einer ‚öffentlichen Meinung‘ durch die Medien und ihre Folgen vgl. Noelle-Neumann (1989) und Marschall (2007, S. 102).

⁶ „Der aus der Marktpsychologie stammende Imagebegriff wird mit unterschiedlichem Grad theoretischer Reflexion in der Regel als Synonym für Bild verwendet [...]. Der Sprachgebrauch verleitet zu der Annahme einer ontologisch fixierbaren Objektqualität, wenn man etwa davon spricht, dass ein Objekt ein bestimmtes *Image hat*.“ (Hesse 1988, S. 93, Kursivierung nicht im Original)

⁷ D.h. ganze Nominalsätze, Konnexionen, adjektivische oder adverbale Attribuierungen, Komposita usw., bis hin zu bloßer kotextueller Nähe verschiedener Ausdrücke.

⁸ In Zeiten zunehmender Rationalisierungs- und kapitalistischer Akkumulationsprozesse in der Medienlandschaft nimmt die Wahrscheinlichkeit medialer Gleichförmigkeit noch zu, da individuelle Textarbeit zunehmend durch zentrale Agenturvorlagen (Agenturmeldungen) und (vor allem im Internet) wieder verwendete Textbausteine ersetzt wird (vgl. Marschall 2007, S. 90ff.).

rekurrente [...] Auftreten von textuellen Einheiten in bestimmten Sprachausschnitten. [...] ‚Typisch‘ ist dabei nicht einfach mit ‚häufig‘ gleichzusetzen, sondern meint immer ‚häufig in Bezug auf bestimmte Sprachausschnitte‘.

Musterhaftigkeit als „auf bestimmte Sprachausschnitte“ bezogene Typikalität lässt sich auch genauer als **rekurrente Ko(n)textualisierung von Sprachphänomenen** beschreiben. Damit ist gemeint,

1. dass sprachliche Phänomene in Mediendiskursen häufig iterativ in Verbindung mit anderen Sprachphänomenen auftreten und damit ‚kohäsiv‘ korrelieren (Kotexte)⁹;
2. dass diese kotextuellen Muster in spezifischen Sprach-Kontexten (kommunikative Settings: Zeit, Raum, beteiligte Akteure usw.) als „Kontextualisierungshinweise“ zur Verfügung stehen (vgl. Gumperz 1982, S. 131; Feilke 1989, S. 142) und damit
3. potentiell rekursiv wissenskonstitutiv sind (vgl. o.).

Im Kern des PI-Begriffs gehe ich also davon aus, dass kotextuelle sprachliche Phänomene, die in keinem direkten kohäsiven Zusammenhang stehen (müssen), allein auf Grund ihrer zeitlichen und räumlichen Nähe sowie Häufung von Rezipienten durchaus kohärent im Hinblick etwa auf einen bestimmten Sachverhalt handlungsleitend konzeptualisiert werden (können).

Damit wird schließlich deutlich, dass der hier vorgeschlagene PI-Begriff im Gegensatz zu Stereotypen nicht mit dem Wissen von Einzelnen oder Kollektiven (gar ‚der ganzen Bevölkerung‘) gleichgesetzt wird. Ich plädiere daher für eine sorgfältige Trennung zwischen

- medialen Einzeltexten und damit konstituierten Wissensrahmen einzelner Textproduzenten (z.B. Journalisten, Medienredakteure usw.) und Textrezipienten (z.B. Herr X morgens beim Frühstück) sowie
- Public-Images als medien- und ausdrucksseitige wie einzeltextübergreifende Aussagensysteme (Foucault 1973, S. 117) und damit potentielle Wissensangebote in Diskursen (kollektive Episteme), die (a) mehr sind als die Summe ihrer Einzeltextaussagen und (b) auf individuell nicht überschaubarer sprachlicher Performanz (sehr große Text- und Bildkorpora) basieren.

4. Linguistische Imageanalyse

Zur Untersuchung von Stereotypen (bzw. Vorurteilen) und Images in Medien wurden in den einzelnen Forschungsdisziplinen bereits ganz unterschiedliche Ansätze entwickelt. In sozialwissenschaftlichen Disziplinen (vor allem in der Psychologie) nähert man sich Stereotypen häufig in Form von Fragebögen, Skalen und Testverfahren (vgl. etwa Schörner 1993). Letztere kommen neben ‚inhaltsanalytischen‘ Ganztextanalysen kleiner Korpora vor allem aber auch in der Marktforschung zum Einsatz, um etwa mentale Produktimages bei potentiellen Konsumenten zu eruieren¹⁰. Diese Ansätze unterstellen implizit häufig ein

⁹ Der Grad an kotextueller Musterhaftigkeit kann dabei weit variieren und über das rekurrente, überzufällige Auftreten einzelner Wörter hinausgehen. Dies zeigt sich auch in Ergebnissen der korpuslinguistischen Lexikographie, wenn sich etwa die Bedeutung von Ausdrücken nur im festen Verbund mit anderen Ausdrücken beschreiben lässt (z.B. als usuelle Wortverbindungen; vgl. Steyer 2009; Steyer/Brunner 2009).

¹⁰ Die Analyse von öffentlichen Images in den Medien hat in der Sozial- und Marktforschung seit den 50er Jahren eine lange Tradition. Gleichwohl ist das damit verbundene Konzept nicht nur sehr heterogen und

objektivistisches Abbild-Verhältnis zwischen Sprache und Wissen oder sind in ihrer Generalisierbarkeit auf Grund der Datenbasis sehr beschränkt.

Anders sieht es i.d.R. in diskursanalytischen Ansätzen der Kultur- und Sprachwissenschaften aus: Der Analyse von gesellschaftlichen Wissensarchiven widmen sich hier insb. die Begriffsgeschichte bzw. Historische Semantik (Koselleck 1979, 2006; Busse 1987; Hermanns 2007), die Wissenssoziologie (Keller 2008), die kritische Diskursanalyse (van Dijk 1993; Fairclough/Wodak 1997; Milani/Johnson 2008), die Diskurslinguistik (Überblick bei Gardt 2007 und Warnke/Spitzmüller 2008) sowie Ansätze der Corpus-assisted discourse studies (insb. Baker 2006; Baker et al. 2008). Alle diese methodologischen Zugänge¹¹ zu Wissensrahmen legen in unterschiedlichem Maße sprachwissenschaftlich differenzierte Analysekatoren von der Mikroebene (Morpheme und Lexeme) über Mesostrukturen bis hin zur Makroebene (Kotexte, Kontexte)¹² zu Grunde und versuchen in kontrastiver Analyse sprachlicher Variationen auf potentiell damit verbundene Konzepte der Medientextproduzenten zu schließen. Diesem analytischen Paradigma (insb. der Diskurslinguistik) wird auch der hier vorgestellte Ansatz folgen, jedoch im Anschluss an die obigen Ausführungen zu PIs auf drei Punkte im Besonderen insistieren: Eine linguistische Image- bzw. Stereotypenanalyse, wie sie hier konzeptualisiert wird,

1. abstrahiert weitestgehend von konkreten Akteuren, insb. von Textproduzenten,
2. wendet sich damit zugleich auch ab von dem Paradigma der geschlossenen Texteinheit als Basis für Ganztextanalysen und fokussiert vielmehr auf großkorpusbasierte, textübergreifende rekurrente Sprachmuster (vgl. o.) als Indikatoren für mediale Zuschreibungsmuster¹³, die schließlich
3. (vorsichtige) Rückschlüsse zulassen auf mögliche implizite Stereotype (bzw. prototypische Wissens-Standardwerte) in der Bevölkerung.

Zur Operationalisierung der Suche nach rekurrenten Sprach- und Kotextmustern in großen Korpora und Datenmengen bieten sich hierbei die theoretischen Überlegungen sowie methodischen Instrumente der neueren **Korpuslinguistik** an: Die Korpuslinguistik hat sich in den letzten Jahren eine Fülle neuer methodischer Ansätze zur Untersuchung sprach-

uneinheitlich (vgl. Wolf 1978, S. 103, 116f.), sondern auch unspezifisch an die jeweiligen Erkenntnisinteressen (wissenssoziologische Ideologiekritik, Markenanalyse, Image-Making usw.) angelehnt. In den Sozialwissenschaften wird der Ausdruck „Image“ seit den späten 70er Jahren weitestgehend als wertneutrale Alternative zu den pejorativ perspektivierenden Ausdrücken „Stereotype“ und „Vorurteil“/„Prejudice“ durchgesetzt. Damit verbunden war und ist die Ablehnung in erster Linie ideologiekritischer Ansätze, die „Stereotypen“ u.ä. als Formen exkludierender Sozialprozesse zu analysieren suchten (ebd., 117). In der angewandten Marktforschung meint „Image“ meist sehr kurz ‚Konsumentendenken‘ bzw. ‚Konsumenteneinstellung‘ (vgl. Trommsdorff 1980). Die damit verbundene Imageforschung greift in erster Linie auf Fragebögen, Skalen und Testverfahren zurück, die das intuitive Wissen von ausgewählten Konsumentengruppen über spezifische Produkte, Personen oder Institutionen (Firmen) ‚ermitteln‘ und daran anschließende Strategien zur Image-Verbesserung (Image-Making oder Image-Design; vgl. Neumaier 2000) ermöglichen sollen (vgl. Huber 1987; Behrens 1984; Weis/Steinmetz 2005, S. 443; Berekoven/Eckert/Ellenrieder 2006, S. 319).

¹¹ Explizit empirische Stereotypenanalysen aus linguistischer Perspektive gibt es nur sehr wenige (vgl. etwa Dabrowska 1999).

¹² Kotext: Intertextualität, Intratextualität, Text-Bild-Relationen usw.; Kontext: Kommunikatives Setting, Akteure, Ereignishorizont u.ä.

¹³ Einzelne kommunikative Äußerungen (Einzeltexte) werden nur insofern berücksichtigt, als sie transtextuell rekurrent auftretende Sprachmuster zu interpretieren, also zu disambiguieren helfen.

licher Phänomene entwickelt. Gemeinsam ist diesen Ansätzen insbesondere eine Kritik an der Sprachintuition der generativen Grammatik als Quelle linguistischer Erkenntnis (Lemnitzer/Zinsmeister 2006, S. 19ff.) sowie der Fokus auf die Beschreibung „authentische[r] Sprachdaten“ (ebd., S. 19), d.h. sprachlicher Performanz in großen Textkorpora.

Erstmals systematisch in der Sprachwissenschaft hat sich die korpuslinguistische Theoriebildung auch darum bemüht, Korpora analytisch zu erfassen und Beschreibungskategorien zu entwickeln (vgl. ebd., S. 103ff.; Scherer 2006). Korpora werden demnach konzeptualisiert als

eine Sammlung schriftlicher oder gesprochener Äußerungen. Die Daten des Korpus sind typischerweise digitalisiert, d.h. auf Rechnern gespeichert und maschinenlesbar. Die Bestandteile des Korpus, die Texte, bestehen aus den Daten selbst sowie möglicherweise aus Metadaten, die diese Daten beschreiben, und aus linguistischen Annotationen, die diesen Daten zugeordnet sind. (ebd., S. 7)

Zur Analyse von Korpora konkurrieren in der Korpuslinguistik zwei methodische Verfahrenskonzepte, die in der Literatur als Analyse „Corpus-based“ versus „Corpus-driven“ kontrovers diskutiert werden (vgl. etwa Teubert 2004, S. 112). Corpus-based beschreibt ein Verfahren, das lediglich zur Prüfung bereits bestehender Hypothesen (z.B. über den diachronen Verbreitungsgrad oder die Häufigkeit von Sprachphänomenen bei Google¹⁴; z.B. ebd., S. 92) herangezogen werden. Korpora, heißt das, werden punktuell „befragt“. Dem entgegennend versucht eine corpus-driven basierte Analyse die Sprachdaten der Korpora selbst als Grundlage zur Hypothesengenerierung zu nutzen und möglichst keine oder nur wenige Vorannahmen zu treffen, die Daten sollen ‚für sich selbst sprechen‘ (Tognini-Bonelli 2001, S. 84). Corpus-driven nutzt dabei originär computer- und korpuslinguistische Methoden, um die Korpusdaten für eine qualitative Analyse aposteriori vorzustrukturieren.

In den letzten Jahren wurden zahlreiche korpuslinguistische Hilfsmittel und Instrumente (Algorithmen, Software) entwickelt, die in erster Linie einem Zweck dienen: der automatischen Berechnung und Identifizierung jener sprachlichen Muster, die in einer einzeltextorientierten und intuitiv geleiteten Untersuchung gerade nicht oder nur zufällig aufgefunden werden könnten. Die besondere Leistungsfähigkeit der verschiedenen Hilfsmittel liegt dabei in der kontrastiven Visibilisierung von Ko(n)textstrukturen. Das methodische Set umfasst u.a (vgl. Steyer 2008; Bubenhofer 2006) ausgefeilte Suchmaschinen und komplexe Suchanfragen, Konkordanzen (zeilenweise Darstellung von KWICs¹⁵), N-Gram- und Cluster-Analysen¹⁶ sowie Kollokationen- bzw. Kookkurrenzanalysen¹⁷. Kookkurrenzanalysen ermöglichen eine

konsistente und für explorative Erforschung von Sprache mit explanatorischem Anspruch adäquate Methodik [...], die sich ihrem Untersuchungsgegenstand mit möglichst wenigen Vorannahmen über diesen Gegenstand selbst nähert. (Belica 2008)

¹⁴ Leider bleiben bei derartigen Hypothesenprüfungen etwa mittels Suchmaschinen die Datenbasen sowie die statistischen Auswahlverfahren (bei Google etwa auch durch Werbemaßnahmen veränderte Rankings usw.) gänzlich unterbelichtet.

¹⁵ KWIC = Keywords in Context

¹⁶ Cluster- und N-Gram-Analyse zählen beide in einem bestimmten Wortintervall Mehrwortverbindungen (MWU), mit (Cluster) und ohne (N-Grams) Bezugswort, und geben diese nach Häufigkeit bzw. Signifikanz aus.

¹⁷ Zur Begriffsdifferenzierung vgl. Lemnitzer/Zinsmeister (2006, S. 30, 197).

Sie erlauben die statistische Berechnung

gemeinsame[n] Vorkommen[s] zweier oder mehrerer Wörter in einem Kontext [= Kotext; Anm. FV] von fest definierter Größe [...]. Das gemeinsame Vorkommen sollte höher sein, als bei einer Zufallsverteilung erwartbar wäre. (Lemnitzer/Zinsmeister 2006, S. 197)

Die verschiedenen korpuslinguistischen Instrumente, die Berechnung von Kookkurrenzen im Besonderen, eignen sich geradezu ideal für eine linguistisch orientierte Imageanalyse, wie sie oben theoretisch skizziert wurde. Denn die Angaben zu relativer Frequenz bzw. die statistischen Maße geben Auskunft über den ‚Kohäsionsgrad‘ zweier Lexeme in einem bestimmten Ko(n)text und – bezogen auf größere Korpora – über deren (potentiellen) semantisch konstitutiven Stellenwert in Diskursen. Ausgehend von einzelnen (möglichst wertneutralen) Schlagwörtern¹⁸ kann sukzessive der Kotext und mit ihm auch der sprachliche Gebrauchskontext schrittweise disambiguiert werden. In einem ad hoc erstellten Medienkorpus¹⁹ zum überwiegend wertneutralen Ausdruck *Auto* (3040 Belege) und einer Kookkurrenzanalyse²⁰ im Kotextintervall [-5/+5]²¹ von Ausdrücken zum Bezugswort finden sich etwa folgende (ersten 20 signifikanten²² Autosemantika) Kookkurrenzpartner erster Ordnung:

Die Kookkurrenzpartner vermitteln dezidiert mediendiskursbasierte Eindrücke über den Gebrauch des Ausdrucks *Auto* und damit potentiell assoziierte Schemata. *Straße, Fahrer, Motor* und *Licht* aktivieren etwa einige typisierte Frame-Values zu Kontext, praktischem Gebrauch und ‚typischen Bestandteilen‘ eines FAHRZEUGS. Die markierten Belege zeigen darüber hinaus – für Presseartikel nicht überraschend²³ – eine dominante Prägung des Konzeptes ›Unfall mit FAHRZEUGEN‹, dessen signifikant häufig auftretende Sprachmuster bzw. Werte das Lexem *Auto* in den semantisch negativ konnotierten Raum von ‚Verlust‘ bzw. ‚Personen- und Sachschaden‘ stellen. Die KWIC-Zeilen (s.o. rechts) bestätigen diesen Eindruck.

¹⁸ Schlagwörter lassen sich pointiert mit Hermanns (1994, S. 12) als „Vehikel – oder Chiffren – von Gedanken“ beschreiben.

¹⁹ Als Grundlage wurde mit Hilfe der Mediendatenbank LexisNexis ein Medienkorpus aus allen zur Verfügung stehenden deutschsprachigen Presseerzeugnissen zusammengestellt, das endlich 2.686 Texte, mindestens ein einmaliges Vorkommen des Lexems *Auto*, die Zeit vom 24.-30.9.2009 und 1,075 Millionen fortlaufende Wortformen (Tokens) umfasst.

²⁰ Zur Durchführung dieser exemplarischen Kookkurrenzanalyse wurde das Programm AntConc (vgl. Anthony 2005) sowie zur Signifikanzprüfung der T-Test eingesetzt.

²¹ D.h. in einem Intervall von 5 Wörtern vor bis 5 Wörter nach dem Ausgangslexem.

²² Nähere Informationen hierzu vgl. Fußn. 27.

²³ „Mechanismen und Subjektivität der Medienberichterstattung“ prägen stark unser Denken und Weltbild: Filterung, Aktualität, Fokus auf außergewöhnliche und negative Ereignisse, Ausklammerung von positiven bzw. alltäglichen Erscheinungen usw. (vgl. Wetzel 2001, S. 33) konstituieren in unserem Alltagswissen fehlerhafte Korrelationen – wie die Gefahr von Flugzeugabstürzen oder zunehmender Kriminalität bei faktisch sinkenden Kriminalitätsraten (vgl. etwa Kunczik/Zipfel 2006).

No	Lexem	f	t
1	Polizei	67	7,73
2	Show	52	7,17
3	fahren	46	6,62
4	Frau	47	6,55
5	Licht	42	6,34
6	ausgebrannten	40	6,30
7	verletzt	40	6,11
8	Kinder	40	6,04
9	Straße	40	5,92
10	kaufen	30	5,40
11	Motor	28	5,16
12	Unfall	28	5,07
13	verlor	26	5,05
14	frontal	25	4,97
15	Fahrer	27	4,89
16	schwer	25	4,78
17	erfasst	23	4,78
18	leicht	23	4,67
19	Toten	22	4,64
20	Entgegenkommenden	21	4,55

KWICs:

- [...] *Der 27-jährige Beifahrer in diesem **Auto** wurde bei dem Unfall schwer verletzt [...]*
- [...] *so die Polizei, frontal mit einem **Auto** zusammen. In Heiligensee prallte eine Radfahrerin[...]*
- [...] *fünfter anschließend im Krankenhaus. In dem **Auto** des Geisterfahrers saß der Polizei zufolge ein Mi[...]*
- [...] *In Alt-Mahlsdorf hat die Polizei am Freitag 190 **Auto**- und Motorradfahrer der Tuning-Szene mit überhöht [...]*
- [...] *am Sonntagmorgen ein **Auto** überschlagen. Nach Angaben der Polizei hatte der [...]*
- [...] *und kollidierte dabei mit einem entgegenkommenden **Auto**. Laut Polizei starb der 61-Jährige auf der Un[...]*
- [...] *der Fahrer erlitt leichte Verletzungen. An dem **Auto** entstand Totalschaden, den die Polizei auf 6 000 [...]*
- [...] *reitabend beim Überqueren einer Straße von einem **Auto** erfasst, teilte die Polizei in Gießen am Samstag [...]*

Tabelle 1: Kookkurrenzpartner zu *Auto*

Mit diesem kurzen Beispiel soll selbstverständlich gerade nicht verkürzt eine Identität von Ausdruck (z.B. *Auto – Unfall – verletzt – schwer*) und ‚Inhalt‘ unterstellt werden. Es sollte vielmehr in methodischer Perspektive deutlich werden, dass einzelne kookkurrente Ausdrücke und Korpusbelege in ihrem (trans-)textuellen Kontext typische, also häufig auftretende Hinweisreize für die kognitiv-semantische Aktivierung domänenspezifischer Wissenskomplexe darstellen. Kookkurrenzpartner unterschiedlicher Ordnung sind vor diesem Hintergrund Elemente typischer Sprachmuster, attributiver Zuschreibungen und Konstituenten des pragmatisch-semantischen Raumes zu einem Ausgangslexem. Oder mit anderen Worten: In sehr großen Medienkorpora natürlicher Sprache entsprechen Kookkurrenzstrukturen (Kookkurrenz der Kookkurrenz) zu ausgewählten Referenzobjekten

- ausdrucksseitig dem Gerüst von Public-Images, sowie
- kognitiv-semantisch als Wissensangebote potentiellen Slot-Standard-Value-Strukturen.

Diese induktiv zu ermittelnden Kontextmuster lassen sich zusätzlich durch deduktive Abfragen ergänzen: Hinweise auf explizite Zuschreibungen bieten etwa textübergreifende Suchanfragen zu Komposita oder Syntagmen wie ‚X war/ist/sind/werden [nicht] Y‘ mit Blick auf adjektivische Attribuierungen. Die Ergebnisse aus Kookkurrenzanalysen und spezifischen Suchanfragen sind nach referierten Sachverhalten bzw. Referenzobjekten, Bewertungen usw. zu clustern sowie einzelne Belege durch weitere Kontextanalysen (die bis zur punktuellen Durchsicht ganzer Texte reichen können) zu plausibilisieren.

Voraussetzung für einen solchen computergestützten methodischen Zugang zu Public Images ist jedoch die Verfügbarkeit möglichst wertneutraler Startlexeme (idealerweise Eigennamen), die den Ausgangspunkt für anschließende Kookkurrenzanalysen bilden. Diese – durchaus zunächst auch präskriptiv einschränkende – Prämisse ist nicht bei allen Sachver-

halten oder Referenzobjekten gegeben. Insbesondere ideologisch²⁴ verankerte bzw. (sprach)politisch umkämpfte Konzepte (z.B. ›Sterbehilfe‹) bereiten bereits bei der Korpuszusammenstellung Schwierigkeiten, da auf Grund fehlender bzw. divergierender Schlagwörter (z.B. *Sterbehilfe* vs. *Beihilfe zum Suizid* vs. *Euthanasie* usw.) unterschiedliche Teilkorpora berücksichtigt werden muss(t)en. Während sich für letztere Untersuchungsobjekte daher eher diskurslinguistische Ansätze eignen, bietet sich die hier vorgestellte **Linguistische Imageanalyse (LIma)** eher an zur Image- und Stereotypenanalyse großer Einrichtungen und Institutionen von überregionaler Bedeutung (*Bundesgerichte, Universitäten* u.ä.) oder ‚öffentlich‘ in Erscheinung tretender Personen und Kollektive (z.B. Länder, Volksgruppen, Staatseinrichtungen, Parteien, Wissenschaftsdiziplinen, Großunternehmen usw.) sowie auf Basis von großen digital vorliegenden Textdatenmengen (sehr große Korpora) und längeren Untersuchungszeiträumen²⁵.

Im Folgenden möchte ich nun das Verfahren exemplifizieren an einer Studie zum öffentlichen Image der Nachbarnation ›Türkei‹ (*Türkei*) sowie seiner als *Türken* bezeichneten Bevölkerung in deutschsprachigen Medien. Folgende Arbeitsschritte sind hierbei zu berücksichtigen:

1. Zusammenstellung eines untersuchungsrelevanten Korpus;
2. mehrstufige Kookkurrenzanalysen zu *Türkei, Türken, Türkinnen* und Clusterung der Kookkurrenzpartner sowie ausgewählte Clusteranalysen und Suchanfragen; Berücksichtigung aller Ebenen des Sprachsystems bei der Eruierung von Sprachmustern: Morphologie, Lexik, Syntax, Text, Kotext;
3. Zusammenfassung und Resümee der Ergebnisse im Hinblick auf Sprachmuster des PI sowie potentiell davon ableitbare Standardwerte semantischer Stereotypen.

5. Türken und Türkei in deutschsprachigen Medien von 1999 bis 2008

Die nachfolgende exemplarische Studie geht dem Public Image von *Türken* und *Türkei* in deutschsprachigen Medien nach. Im Fokus liegen dabei rekurrente Sprachmuster, die Hinweise geben auf medienvermittelte ‚Prototypen der‘ bzw. ‚des‘ ›Türken‹ / ‚der‘ ›Türkei‹.

Für die hier angestrebte Untersuchung wurden aus pragmatischen Gründen und mit Hilfe gängiger Textdatenbanken²⁶ insg. 52.377 Texte aller zur Verfügung stehenden Textgattungen (ungefiltert) zusammengestellt. Die Texte entstammen aus den Zeitschriften *Der Spiegel, Focus* (Magazin) und *Stern* sowie den Zeitungen *Frankfurter Rundschau, Die Welt, Die Welt am Sonntag* sowie der *tageszeitung*. Damit kann ein breites Spektrum tendenziell politischer Unterschiede in der Perspektivierung von Sachverhalten berücksichtigt werden. Diachron wurden sämtliche Texte aus den Jahren 1999 bis 2008 erfasst und jahresweise sortiert. Die Größe des Gesamtkorpus beträgt 34.120.905 Mio. fortlaufende Wortformen (Tokens) und bildet damit auch eine ausreichende Datenbasis für quantitativ-

²⁴ Unter „Ideologie“ verstehe ich keine pejorativen Inhalte, sondern mit Gramsci (1990-2005) und Hall (1989, S. 80) „jede Weltanschauung, jede Philosophie, die zu einer kulturellen Bewegung wird, zu einer ‚Religion‘, zu einem ‚Glauben‘“.

²⁵ Im Prinzip lassen sich thematische Eingrenzungen durch Vorstudien ausgleichen, in denen auf Basis eines Testkorpus und Kookkurrenzanalysen systematisch Startlexeme eruiert werden und auf deren erweiterter Basis ein allerdings sehr umfangreiches und an aufzubringender Rechenleistung intensives Untersuchungskorpus zusammengestellt werden kann.

²⁶ Hier mit Hilfe der Textdatenbank LexisNexis (Wirtschaft).

statistische Berechnungen²⁷. Die Texte wurden unter dem alleinigen Kriterium ausgewählt, mindestens einmal die Ausdrucksfolge *türk* oder *Türke* zu beinhalten.

(A) Für eine erste Orientierung werden zunächst sämtliche **Lexeme und Komposita**, die die Zeichenfolge *türk* beinhalten, mittels qualitativer Suchanfragen und Clusteranalysen ermittelt, (in Auswahl) gelistet und über den Kotext interpretativ sortiert. Folgende Sprachmuster lassen sich im Korpus eruieren:

a) Im Wortstamm oder als vollwertige Lexeme finden sich erwartungsgemäß unterschiedlichste Flexionsformen bzw. Grapheme:

Türkei, türkischen, türkische, Türken, türkischer, Türke, Türk, Türkische, türkisch, Türkisch, Türkischen, TÜRKEI, Türkin, Türkinnen, türkisches, türkischem, Türkischer, Türkisches, TÜRKISCHE, TÜRKEN, TÜRKISCHER, türke, TÜRKISCHEN, Türkischem, TÜRKISCH, TÜRKISCHE, TÜRKE

b) Lexeme, die eine *türkische*, **kulturelle oder geographische Herkunft** hervorheben: Häufig sind hierbei Komposita in der Stammmetapher (*Türkischstämmige, Türkeistämmige*) sowie eine Betonung ›kultureller Verslossenheit‹ mittels Suffix *-tum* (*Türkentum, Türkentümelei*). In Komposita (Determinatum) werden im Determinans unterschiedlichste geographische Orte genannt, die häufig eine zeitlich begrenzte Aufenthaltsdauer originärer ›Ausländer bzw. Fremder‹ (vor allem *Deuschtürken, Zyperntürken* bzw. *Inseltürken* vs. *Festlandtürken*), teilweise aber auch pejorativ die ethnische Herkunft markieren (*Gebirgstürken, Bergtürken*; in dt. Medien Stigmawort für KURDEN, daher in der Regel in Distanzmarker gesetzt).

... und die Kurden als „**Bergtürken**“ zu Bürgern zweiter Klasse *degradiert*. Die Kurden ...
... das ganze dazugehörige Volk zu „**Bergtürken**“ *abzustempeln*. Jahrzehntelang wurde ...
... von „Ostbürgern“ oder *diskriminierend* von „**Bergtürken**“. Erdogan dagegen sprach ...

TÜRKEN leben daneben in sämtlichen Himmelsrichtungen der TÜRKEI (*südtürkischen, Südtürkei, westtürkischen, Westtürkei* usw.) sowie in deutschen Stadtteilen und lokalen Orten (*Kieztürke, Krimtürken*). Häufig wird dabei eine ‚Revier-Metaphorik‘ erkenntlich, also eine negativ bewertete ›Besetzung von (deutschen) Orten‹:

Türkdomizil, Türkenpfehl [Stadtteil Berlins], *Türkenghetto, Türkenhochhaus, Türkenstraße, Türkenzene, Türkenviertel, Türkenwohnung, Türkenzelt*

c) Die TÜRKEI ist – im Vergleich etwa zu UNGARN (vgl. Vogel im Druck) – ferner Teil **wissenschaftlicher Auseinandersetzungen**; dies zeigen entsprechende Komposita mit dem Determinans *Türkei*:

Türkeistudien, Türkespezialist, Türkeiexperten, Türkeifachmann, Türkeiforscher, Türkei-forschung, Türkekennner, Türkespezialisten, Türkespezialistin

²⁷ Bei der Ermittlung von Kookkurrenzen wurde abermals mit dem Programm AntConc gearbeitet, das Einstichproben-t-Signifikanztests zulässt. Der T-Test prüft (in sehr vereinfachter Weise und auf die vorliegende Anwendung bezogen), mit welcher Wahrscheinlichkeit ein potentieller Kookkurrenzpartner im Verhältnis zum Gesamtkorpus zufällig auftritt, also ein ‚falscher‘ Kandidat wäre. Die sich daraus ergebenden t-Werte können mit Hilfe einer T-Tabelle (vgl. Sachs 1999, S. 210), interpretiert werden: Kookkurrenzpartner sind in Abhängigkeit von der Stichprobengröße (= Anzahl der Token im analysierten Korpus) „signifikant“ relativ zu einem bestimmten Signifikanzniveau (α). Für die vorliegenden Untersuchungen gelten bei einem Signifikanzniveau von $\alpha = 0,5\%$ und einer Stichprobengröße von mehreren Millionen Tokens ($FG = \infty$) bereits sämtliche Belege mit $t \geq 2,576$ als signifikant, also als ‚überzufällige‘ Fundbelege (Näheres zu t-Test- und anderen Signifikanzprüfungsverfahren, vgl. ebd., S. 195ff.).

„Spezialisten“ und „Forscher“ akzentuieren einen „Untersuchungsgegenstand“ als etwas tendenziell ›Fremdes‹, dass TÜRKEI/TÜRKEN bzw. damit verbundene Ereignisse und Handlungen aus deutscher Perspektive einer Untersuchung „lohnenswert“ sind. Die ›Expertise‹ wird insb. akzentuiert zu Themen der „Rechtslage in der Türkei“, „Integration“, des „EU-Beitritts“, des „Terrorismus“ und der „Gewalt- bzw. Verbrechensbekämpfung“:

... Grundsätzliches“, sagt Helmut Oberdiek, *ai-Türkeiexperte*. „Die *Gesetzesnovellierungen* ...
... *illegaler Organisationen* gewertet würde“. Der *Türkeiexperte* und Dokumentarfilmer ...
... bezeichnet hat“, erklärt *Türkeiexperte* Dale. Jetzt soll eine Kommission aus Türken, *Syrern* ...
... Die SPD-*Türkeiexpertin* Uta Zapf entdeckt die *Beitrittsbefürworter* ...
... heißt es in dem Gutachten des *Türkeiexperten* Helmut Oberdiek. Er untersuchte 18 Fälle, die
... stützte sich auf das Gutachten eines *Türkeiexperten*, wonach die Familie bei der *Rückkehr* ...
... Rechtswissenschaftlers und *Türkeiexperten* Prof. Christian Rumpf erwarten *Marco* bei ...
... das viel gefährlicher wäre als die *PKK*. *Türkeiexperte* Gareth Jenkins ...

d) Das Morphem *türk* prägt außerdem eine Reihe an **Eigennamen**, darunter insb. auch türkische Fußballvereine und Spieler in Deutschland, türkische Politiker sowie allen voran der Gründer der Türkei Kemal *Atatürk*.

e) Als **Schlagwörter**, die ganze Argumentationsstrukturen implizit (bzw. in fortlaufenden Texten expliziert) einleiten, lassen sich *Türkeifrage*, *Türkeidebatte* und *Türkeithema* benennen. Wo diese Lexeme auftreten (vor allem in konservativen Medien wie der *Welt*), wird in der Regel immer auch in einer ablehnenden Haltung auf die ›EU-Beitrittsbemühungen‹ der TÜRKEI referiert und der Topos²⁸ ›türkische Menschenrechtsproblematik‹ präsupponiert.

*Nur bleibt die Vorstellung vage, welches Gesicht die EU haben soll. Und, viel akuter: Womöglich hat er seine Rechnung ohne die in **Türkeifragen** notorisch quer treibenden Griechen gemacht.* (Die Welt, 2.12.1999)

Als Stigmawort für die Lebenssituation von in Deutschland lebenden Türken kann das Lexem *Türkenproblem* angesehen werden. Vor allem in links orientierten Medien wird es in Distanzmarkern genutzt, um den von konservativen Medien und Politikern geäußerten Vorwurf einer ›mangelnden Integrationsbereitschaft der deutsch-türkischen Bevölkerung‹ pejorativ aufzurufen:

*Die lang anhaltenden Debatten um das „**Türkenproblem**“ schaffen deutsche Identität. Wie viele Einwanderer in einem Stadtteil sind sozial verträglich? Wollen wir islamische Schulen und Religionsunterricht? Die doppelte Staatsbürgerschaft? Muttersprachlichen Unterricht? Seit den frühen Achtzigerjahren werden diese Fragen leidenschaftlich am Beispiel der Türken in Deutschland diskutiert.* (taz, 2.12.2002)

Die gleiche Funktion kommt dem Lexem *Türkengefahr* zu, wobei hier noch stärker das Motiv rassistischer Ressentiment akzentuiert wird²⁹:

Und seit Anfang der Achtzigerjahre beschwören Bürgertum und rechte Skinheads vereint die **Türkengefahr**. (taz, 23.8.2002)

Ebenfalls „linke“ Fahnenwörter sind die als Adjektive gebrauchten Lexeme *antitürkisch*, *türkenfeindlich* (als Nomen auch: *Türkeigegner* oder *Türkeihasser*), mit der EU-Beitritts- bzw. Integrationsgegnern emotive und unlautere Absichten vorgeworfen werden (*antitür-*

²⁸ Zum Topos-Begriff vgl. Wengeler (2007).

²⁹ Das Lexem dient – sicherlich nicht zufällig – außerdem als Schlagwort zur Benennung des historischen türkischen Reiches im 17. Jahrhundert.

kische* X = *Stimmungsmache, Trommel, Ketzereien, Populismus, Ressentiments, Hetze, Hassgegröle, Feindbild* usw.; *türkenfeindliche* X = CDU-Abgeordnete, Ausfälle, Komplott, Parolen, Sprüche* u.ä.). Die betroffenen Akteure kennen diese sprachliche Auszeichnung und weisen sie als Stigmawort *Türkenfeind* von sich (man werde als *Türkenfeind abgestempelt*): Der Singular verringert Distanz und spitzt zu, polarisiert damit und schreibt dem Prädikat *türkenfeindlich* ‚Verleumdungsversuche‘ zu.

In der Argumentation lediglich umgekehrt, jedoch funktional identisch ist das Fahnenwort konservativer Medien: *türkeifreundliche* X = Position, Haltung, Kurs, EU-Politiker, SPD*.

f) Häufige Komposita, um die Debatte um die EU-Beitrittsbemühungen der Türkei möglichst wertneutral aufzugreifen, sind die Lexeme *Türkeibeitritt, Türkeithe-ma, Türkei-verhandlungen* und *Türkeimitgliedschaft*.

g) Viele Komposita verweisen auf den **Erholungswert** der Türkei als Urlaubsort (*Türkei-reise, Türkeiurlaub, Türkeireisende, Türkeiurlauber, Türkeireiseveranstalter, Türkeiur-laub* u.ä.).

h) TÜRKEN und TÜRKEI sind Gegenstand von **Ironie** und **Vorurteilen**, die in links- und konservativ orientierten Medien als folgende Komposita aktiviert und teilweise näher attribuiert werden: *Türkeibild, Türkenbild, Türkenklischee, Türkenklischees, Türkenwitze*. ‚Vorurteilhafte Attribute‘ seien dabei insb. eine angenommene ‚Okzidentalität‘ und ‚zivilisatorische Rückständigkeit‘ (*orientalisch; Flucht vor der Moderne; ostanatolische Bau-ern; Viele haben ein Türkeibild, das eher vom ländlichen Südostanatolien geprägt ist*. u.ä.), ‚Patriarchat‘ und ‚Frauenunterdrückung‘ (*Import-Bräuten* und *Kerlen, die ihre Frau ermorden*), ‚soziale (Selbst-)Isolierung‘ und ‚Gewalttätigkeit‘ sowie ‚Döner‘ (*Türkenkli-schees (Döner, Importbräute, böse Brüder)*):

Denn die Konstruktion des Türkenbildes, das sich am besten mit den Begriffen rückständig, aso-zial, gewalttätig und integrationsunfähig umreißen lässt, dient vielen Deutschen seit Jahrzehnten zur Selbstfindung. (taz, 2.12.2002)

Die ›okzidentiale Fremde gegenüber dem Westen‹ wird häufig gekoppelt mit den Lexe-men (bzw. Varianten von) *Bosporus* oder *Anatolien* als zwei Paradigmen türkischer Herkunft.

i) Komposita, die auf **edukatorische Kontexte** türkischer Mitbürger in Deutschland ver-weisen: *Türkischunterricht, Türkischlehrer, Türkischkenntnisse, Türkischkurs*. Lexeme wie *Türkenschule* und *Türkenklasse* akzentuieren dagegen zusätzlich negativ deutsche Lernkontexte als ‚von Türken bzw. Nicht-Deutschen vereinnahmt‘:

*Tatsächlich haben in Köln etwa 30 Prozent der Erstklässler einen türkischen Migrationshinter-grund. Hier in Bilderstöckchen sind es gut 80 Prozent. [...] Der erste Versuch in der nördlichen Altstadt stieß auf den Widerstand des Kollegiums: man wollte keine **Türkenschule** sein.* (FR, 1.10.2008)

j) **Türkische Musik** bzw. musikalische Kontexte mit Bezug auf Türken bezeichnen fol-gende Wortneuschöpfungen: *Türkpop, TürkHop, Türksongs; Türkenoper* (Europäische Musik mit stereotypen Türken-Figuren).

k) Eine Reihe an Komposita dient dem Aufruf **türkischer Geschichte**, wobei ›**historische Invasionskriege**‹ eine zentrale Rolle spielen:

Türkenkriege, Türkenherrschaft, Türkenbelagerung, Türkenkrieg, Türkenkriegen, Türkentor (Historisches Kunstfragment), *Türkenzeit, großtürkischen, Großtürken, Türkenschlacht, Türkifizierung* (historische Nationalisierungsbestrebungen in der Türkei; teilw. mit Bezug auf Kurden), *Beutetürken* (im 17. Jh. verschleppte Türken), *Hoftürken* (Türken am Hof um 1700), *Kammertürken* (17. Jh.), *Kruzitürken* (aufständische Kuruzen und Türken, die Wien belagerten), *Jungtürken, jungtürkischen, jungtürkische, Jungtürkische, Jungtürkischen* (insg. 106 Belege für *Jungtürk**; Bezeichnung für historische Türkenbewegung; Ende des 19. und Anfang des 20. Jahrhunderts; meist in negativem Kontext).

l) Eine Vielzahl an **Schimpfwörter** und offen stigmatisierender *Türken*-Komposita:

Türkenfotze, Türkenpack (Zitate aus einem Lied der Band „Böhse Onkelz“), *Kümmeltürke, Scheißtürke, Kümmeltürken, Quotentürke* (Türke nur zum Schein der Gleichberechtigung bei X beteiligt), *Scheißtürkin, Alibitürken* (1), *Prolltürken, Scheißtürken, Türkenarsch, Türkenbengel, Türkengören, Türkenbräuten, Türkengören, Türkenmädchen* (Selbstbezeichnung aus fremder, implizit stigmatisierender Perspektive), *Türkennutte, Türkenproll, Türkenprolls, Türkenrambo, Türkensau, Türkenschlampe, Türkenschweine, Türkenvotze*

Dabei fällt das Lexem *Kümmeltürke* (-) insofern auf, als es sich hauptsächlich auf ›Arbeitskontexte‹ bezieht und zugleich mit dem Türken häufig verliehenen Attribut des ‚Arbeitsamen‘ und ‚Fleißigen‘ korreliert:

... *Sagte er aber: „Die **Kümmeltürken** nehmen uns die Arbeitsplätze weg“, stand man auf ...*
... *Friedbert Pflüger „arbeite wie ein Kümmeltürke“ sei „extrem positiv gemeint“ gewesen, ...*
... *Vergleichen gebraucht: Saufen wie ein Kümmeltürke, schufteten wie ein Kümmeltürke. ...*

m) Als **Verb** in eingeschränktem Variationsspektrum (vor allem als Partizip, gelegentlich 3. Ps. Sg., dann häufig unpers. *man*) fällt (erwartungsgemäß) das Lexem *türken* auf. Es findet insb. Anwendung als negatives Attribut für ‚etw. oder jmd. anlügen, linken, betrügen, bestehlen oder fälschen‘ und tritt auch als feste Redewendung X [*ist doch eh nur*] *getürkt* auf (wobei X = unspezifische, generalisierte Kategorie und/oder Dinge aus einer häufig irrealen, fiktiven oder Daten-verarbeitenden Seins-Ebene, in der Skepsis angebracht ist³⁰):

... *„Die Zahlen wurden vermutlich **getürkt**“, sagt Rasch. Es wäre ein Verzweiflungsakt ...*
... *ihm dieser verraten haben will, mit **getürkten** Tennissetten Geld gewonnen zu haben. Dies ...*
... *jetzt endlich mitreden: Ist doch eh alles getürkt, was die Medien über Benachteiligung von ...*
... *in der Vorweihnachtszeit blühende Geschäft mit **getürkten** Parfümflakons, Handtaschen ...*
... *Als der Betrug aufflog, entstand das Wort „**getürkt**“ als Synonym für „etwas verbergen“. ...*
... *Wenn ein Unternehmen seine Zahlen nicht **türkt**, dann braucht es eigentlich keinen ...*
... *Und doch: Ein Schiedsrichter, der ein Spiel türkt, nur um sich selbst (und ein paar Wetter) ...*
... *gesagt, wie man eine Reisekostenabrechnung türkt oder eine Rendite künstlich hochrechnet. ...*

Der pejorative, stigmatisierende Gebrauch des Verbs ist allerdings umstritten:

³⁰ *Getürkt* wird: *Es, Vieles, nichts, die Sache, Alles* (häufig); *Dokumente, Kabarett, Erinnerungen, Griechisches, Antikenmalereien, Teppichen, UFO-Photos, Spiel, Aufenthalt[...]* im Krankenhaus, *Zahlen, Waren, Parfümflakons, Programme, Bürgerbegehren, Nikolaus, Türke, Jugendliche* usw. Die Redewendung hat es 2004 sogar in einer originellen Variante auf die Theaterbühne geschafft, als Titel einer Kabarettaufführung mit ironischer Anspielung auf Türkenklischees und christlicher Moralideologie: *Du sollst nicht türken!*

„Getürkt“ ist keine Verunglimpfung [...] Mueller irrt, wenn er das Wort „getürkt“ als Verunglimpfung sieht. Der österreichische Hofrat W. von Kempelen baute 1770 einen mechanischen Schachroboter. Er kleidete ihn, wie er sich einen Türken vorstellte. Im Inneren saß das kleinwüchsige Schachgenie „Tibor“ und lenkte den Automaten. Als der Betrug aufflog, entstand das Wort „getürkt“ als Synonym für „etwas verbergen“. (FR, 9.2.2008)

n) Darüber hinaus benennen verschiedene, jedoch wiederholt auftretende Lexeme typisch **türkische Berufskontexte**:

Türkeigeschäft, Türkenmarkt, Türkenmode, Berufstürken, Daimlertürken, Dönerbudentürken, Gastarbeitertürken, Gemüsetürke, Hollywoodtürken, Radiotürke

o) Eine Vielzahl unterschiedlicher Lexeme und Komposita mit der Zeichenfolge *türk* akzentuieren unterschiedliche Grade des ‚**türkisch-Seins**‘:

- *Türkischsein* (-) selbst präsupponiert eine feste, zugleich jedoch nicht weiter explizierte türkische Identität und Integrität:

... Als Türke in Deutschland wird man ständig auf das **Türkischsein** reduziert. Was ...
... gelitten, darunter, dass er sich diesem **Türkischsein**, so wie andere halt sind, ...
... Haltung führt dazu, dass Türken auf ihrem **Türkischsein** beharren – um ein Vakuum ...
... Als Aufgeben des **Türkischseins**. Eine sonderbare Vision. Eine Verschwendung, ...

- *Ausnahmetürkin, Untürke, untürkisch*: Türken, die einem präsupponierten Stereotyp widersprechen (,unislamisch, offen, europäisch, integriert‘).
- *Prototürke, Durchschnittstürke*: Türken, die einem präsupponierten (überwiegend negativ konnotierten) Stereotyp entsprechen.
- *Enttürkisierung*: In der *Welt am Sonntag* als Fahnenwort in Distanzmarkern gebraucht zur ironisch-spöttischen Markierung eines nicht zu erwartenden Prozesses in der Türkei (i.S.v. ‚bis es soweit kommt‘); in der *taz* erscheint das Lexem ohne Distanzmarker als Stigmawort zur Ablehnung von Assimilations-Forderungen von Seiten Konservativer:

Kaum an der Macht, will seine Regierung im Parforceritt erreichen, dass die Türkei alle Kriterien für einen EU-Beitritt erfüllt. [...] Das liefe auf eine „Enttürkisierung“ hinaus. (Welt am Sonntag, 8.12.2002)

*Assimilation – die mächtige Drohformel offenbar, sonst hätte er sie nicht so prominent sowohl in Köln als auch vor der Ludwigshafener Brandruine ausgesprochen – bedeutet im Widerspruch dazu: Anpassung an das Deutsche, **Enttürkisierung**. (taz, 13.2.2008)*

- Lexeme zur Benennung von Türken, die keine ‚echten Türken‘ sind (häufig in ironisch-impliziter Anspielung auf negative Türken-Stereotype) bzw. Türken, die als kulturell ‚sehr gut integriert‘ bzw. ‚europäisch/deutsch‘ gelten oder als solche gelten wollen:

- ‚Vorbildlich assimiliert‘ sind *Vorzeigetürken*:

... kultivierten Radaumacher. Als intellektuellen **Vorzeigetürken**, der auch mal ...
... Harald Schmidt produziert wird. Yanar ist zum **Vorzeigetürken** geworden - der größte ...
... Besonderen. Brauchen wir wirklich „**Vorzeigetürken**“, um das Zusammenleben ...
... Sie gelten sogar als eine Art **Vorzeigetürke**. Zaimoglu: Ich bin keine Ausnahme. Aber ...
... aber wir denken nicht nur an die **Vorzeigetürken**. Auch die ganz durchschnittlichen ...
Edeltürke, Lieblingstürkin (ironische Markierung für ‚gut integriert‘, ‚sauber und ordentlich‘ usw.); *Spätzletürke* (ironisch für den ‚bestintegrierten‘ Grüne-Abgeordneten Cem Özdemir; taz), *Mustertürke* (‚europäisch‘ wirkende Türken), *Abiturtürken* (Wortneuschöp-

fung der taz für ‚gut angepasste, gebildete Türken‘), *Hobbytürkin* (‚zwischen den Stühlen stehende‘ Türken); *Supertürke* (Unternehmerisch erfolgreicher Türke in Deutschland), *Strebertürken* (-) (Türken, die ‚Integrationswillen nur simulieren‘; WELT), *Problemtürken* (‚Türken, die sich nicht assimilieren‘), *Alibitürken*, *Quotentürke* (Türken, die nur zum Schein der Gleichberechtigung bei X beteiligt werden), *Nichttürken* (zur wertneutralen Differenzierung von Bürgern nicht-türkischer Herkunft und Prägung – im Unterschied zu *untürk**; vgl. o.)

p) Komposita aus dem Kontext Sport bzw. **Fußball**: *Türkeifans*, *Jubeltürken* und *Trauertürken* (Gewinnende und verlierende Türkei während der EM).

q) Überraschenderweise finden sich kaum besondere Komposita oder Lexeme, die die Zeichenfolge *türk* mit religiösen Kontexten verbinden; ausschließlich pejorative Ausnahmen bilden *Kopftuchtürkin* (0/-), *Türkenbuch* (-) und *Türkenbibel* (-) (= Koran).

r) Schließlich fällt auf, dass viele Komposita mit Bezug auf ‚junge Türken‘ (Kinder) pejorative Konnotationen aufweisen und teilweise semantisch eine ‚Überbevölkerung‘ oder ‚Türkenschwemme‘ konzeptuell zu aktivieren vermögen: *Türkenspross*, *Türkenjunge*, *Türkenkinder*, *Türkenbengel*, *Türkengören*, *Türkenmassen*.

(B) Zur Eruiierung eines öffentlichen *Türken-* bzw. *Türkei-*Medienimages bietet es sich an zu prüfen, welche SACHVERHALTE, GEGENSTÄNDE, AKTEURE oder GRUPPEN mit dem adjektivischen oder adverbialen Attribut *türkisch** versehen werden. Folgende Lexem-fokussierten Ergebnisse lassen sich mittels einer Kookkurrenzanalyse im Intervall [0/+1] zu *türkisch** (und unter Berücksichtigung nur der ersten 1.000 hochsignifikanten Belege) zusammenfassen:

a) In der Verteilung der als *türkisch* genannten **Domänen** (*Politik*, *Innenpolitik*, *Kultur*, *Recht*, *Justiz* usw.) werden im Korpus mit 31 % der Belege ‚kulturell-historische‘ Kontexte sowie mit 22 % ‚juristische‘ Kontexte am häufigsten explizit (!) aufgerufen.

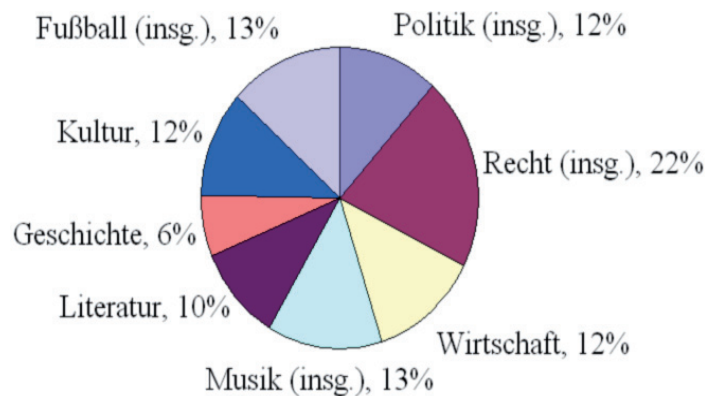


Abbildung 1: *türkische* Domänen

b) Interessanter und aufschlussreicher jedoch sind Sprachmuster, die als *türkisch** attribuierte **Personen** und **Personengruppen** benennen. Sämtliche Belege mit $t \geq 4,5$ wurden hierzu gesammelt und nach Kontext sortiert:

AKTEURE	f	%
Politische Akteure und Gruppen	5095	28,66
Angehörige aus Militär, Polizei und Geheimdienste	3299	18,56
Familie, Jung und Alt	2192	12,33
Versch. Bevölkerungsgruppen	1749	9,84
Türkische Interessengruppen	1058	5,95
Akteure aus Sport / insb. Fußball	800	4,50
Arbeitgeber und Arbeitnehmer; Akteure der Wirtschaft	726	4,08
Türken als ‚Fremde in Deutschland‘	562	3,16
Akteure aus Presse und Öffentlichkeit	530	2,98
Akteure aus Kunst und Kultur	509	2,86
Personen/Gruppen aus ‚Kontexten mit Gefahrenpotential für Deutschland‘	399	2,24
Akteure als ‚Teil zwischenmenschl. Nähe und Freundschaften‘	363	2,04
Allg. Personen und Gruppen in Deutschland	302	1,70
‚Opfer‘	113	0,64
‚Muslime‘	79	0,44

Tabelle 2: türkische Personen und Personengruppen

Mehr als zwei Drittel aller als *türkisch** benannten Akteure und Gruppen im Untersuchungskorpus gehören fünf größeren Bereichen an, nämlich der ›Legislative und politischen Exekutive‹ (*Regierung, Ministerpräsident, Außenminister, Diplomaten* usw.), der ›nicht-politischen Exekutive‹ mit besonderem Gewicht auf militärische Kontexte (*Armee, Soldaten, Truppen, Militärs* u.ä.), gefolgt von Familienangehörigen, Geschlechter- und Altersbezeichnungen (die fünf signifikantesten lauten: *Familien, Jugendliche, Frauen, Eltern, Mädchen*), Bevölkerungszugehörigkeitsbezeichnungen (*Zyprioten, Staatsbürger, Seite* [Signal für Fremdgruppe], *Kurden* usw.) und größere türkische Gemeinde- und Interessengruppen (*Gemeinde, Verbände, Vereine* usw.). Als weitere größere Akteurs-Gruppen gelten Sport- bzw. insb. Fußball-Angehörige (*Fans, Erstligisten, Meister, Spieler* u.ä.), Akteure aus dem Bereich Wirtschaft und Arbeit (*Unternehmer, Unternehmen, Anwalt, Kunden, Gemüsehändler, Metzger*) sowie ›Fremde in Deutschland‹ (*Migranten, Einwanderer, Gastarbeiter* u.a.). Nur in zwei Prozent der Belege sind türkische Akteure explizit (tendenziell) positiv denotierte Mitglieder der Gesellschaft (*Kollegen, Mitbürger, Nachbarn, Freunde*).

c) In gleicher Weise lassen sich als *türkisch** markierte **Orte** differenzieren:

ORTE	f	%	ORTE	f	%
Politik	2201	24,28	Erholungsorte	366	4,04
Öffentlichkeit	2011	22,18	Orte der Kunst, Kultur, Tradition	291	3,21
Orte der Staatssouveränität	1369	15,10	Lernen und Forschen	181	2,00
Geographische Orte	925	10,20	Religiöse Orte	85	0,94
Wirtschaftliche Orte	534	5,89	Fußball	80	0,88
Orte der Bürgergesellschaft	512	5,65	Abstammung	38	0,42
Orte der Kriminalitätsbekämpfung	452	4,99	Unseriöse Orte	21	0,23

Tabelle 3: türkische Orte

Über Dreiviertel aller Belege qualifizieren als *türkisch** Orte der ›Politik‹ (*Parlament, Botschaft, Außenministerium, Justizministerium*), der ›Öffentlichkeit‹ (vor allem mediale Referenzen: *Medien, Zeitung, Presse, Tageszeitung* u.ä.), der ›geschlossenen Staatssouveränität‹ (*Staat, Republik, Grenze, Nation, Territorium*), ferner geographische Angaben (*Stadt, Norden, Hauptstadt* usw.) und ›Orte wirtschaftlicher Aktivitäten‹ (*Metropole, Fir-*

men, Häfen, Industrie, Markt usw.). Wesentlich seltener, aber dennoch bemerkenswert sind Lexeme für Orte bürgerlicher Organisation (*Gesellschaft, Gemeinden, Vereine* usw.), Orte ›der Kriminalitätsbekämpfung‹ (v.a. *Gefängnis, Gericht, Verfassungsgericht*) sowie ›Erholungs- und Urlaubsorte‹ (darunter insb. *Riviera, Antalya* und *Bad*, meist in Kombination als paradigmatische Orte der physisch-psychischen Regeneration). Schließlich sind auch *türkische Schulen* und *Universitäten* nicht selten Gegenstand medialer Berichterstattung (›Orte des Lernens und der Forschung‹).

d) Häufiger *türkisch** attribuiert werden schließlich (mit $t \geq 4,5$) auch

- ›Herkunftsanzeigende‹ Lexeme wie *Herkunft* (545), *Pass* (225), *Abstammung* (145);
- ›Ereignisse bzw. Debatten‹, insb. der *EU-Beitritt* (455);
- ›Sprache und Perspektive‹ (*Sprache* (232), *Sicht* (62), *Sprichwort* (31)³¹);
- ›Organisationen‹ (*Bund* (245), *Organisationen* (72));
- ›Symbole des türkischen Staates‹ (*Währung, Verfassung, Lira, Flagge, Fahne, Nationalhyme* (insg. 598));
- ›Objekte und ‚berühmte‘ Produkte als kulturelle Wahrzeichen‹, insb. *Tee* (34) und *Honig* (24);
- ›besondere Ereignisse‹ wie *Invasion* (0/-) und *Einmarsch* (0) zur Rekurrerung auf die türkische Beteiligung am (Nord-)Irakkrieg; zus. 109 Belege).

e) Als Zugang zu ›**binationalen bzw. bikulturellen Beziehungen und Zusammenhängen**‹ zwischen Türkei bzw. Türken und anderen Kulturen und Bevölkerungsgruppen lassen sich adjektivische Bindestrich-Komposita heranziehen. Besonders häufig sind hierbei die Komposita *deutsch-türkisch** bzw. *türkisch-deutsch** (1247; 64%) sowie (mit großem Abstand) *türkisch-zyprisch** (212; 10%), *türkisch-armenisch** (163; 8%), *türkisch-irakisch** (82; 4%), *türkisch-griechisch** (81; 4%), *türkisch-kurdisch** (77; 4%), *türkisch-europäisch** bzw. *europäisch-türkisch** (23; 1%), *türkisch-amerikanisch** (21; 1%), *türkisch-arabisch* (13; 1%) sowie schließlich *türkisch-iranisch** (10; 1%). An dieser Stelle könnte nun von Interesse sein, in welchen genaueren Kotexten die verschiedenen Komposita-Attribute stehen und welchen Aufschluss sie über das jeweilige Länder- bzw. Bevölkerungsgruppen-Verhältnis gäben. Hierfür bieten sich insb. bei großen Belegzahlen wiederum Kookkurrenzanalysen zum Ausgangslexem – hier exemplarisch: *deutsch-türkisch** X – im Intervall [0/+1] an: Als Kookkurrenzpartner finden sich zahlreiche Nomen, von denen die ersten 100 Signifikanten geclustert folgenden Eindruck im Hinblick auf die Beziehung zwischen deutscher- und türkischer Bevölkerung, Kultur und Politik vermitteln: Mehr explizite Substantive signalisieren ›politische Uneinigkeit‹ (*Beziehungen, Verhältnis, Dialog* u.ä.; zus.: 106) als ›politische Einigkeit‹ (*Abkommen*; 10) zwischen beiden ‚Nationen‘. Geringerer Signifikanz allerdings sind ‚soziale bzw. kulturelle Divergenz‘ aktivierende Kookkurrenzpartner (wie *Mauer* und *Konflikt*), während eine Vielzahl positiv denotierter Lexeme auf die mediale Perspektivierung ›eines guten Zusammenlebens zwischen Deutschen und Türken‹ schließen lassen (*Freundschaft, Freundschaftsverein, Jugendwerk, Projekt, Gemeinsinn, Freundeskreis, Jugendaustausch* uva.; zus.: 123 Belege). Regen Austausch (0/+) signalisieren auch Substantive aus den Bereichen ‚Kunst und Kultur‘ (v.a. durch beide Kulturen verbindende *Schriftsteller, Musiker, Literatur* u.ä.; 115) sowie ‚Wirtschaftsbeziehungen‘ (*Industrie, Gewerbebund, Handelskammer* u.ä.;

³¹ Auf die zahlreichen ‚türkischen‘ Sprichwörter kann hier aus Platzgründen nicht eingegangen werden.

99). Über Art und genauere Bewertung der jeweiligen Zusammenhänge kann damit noch nichts ausgesagt werden; hierfür wären weitere Studien notwendig, die an dieser Stelle jedoch zu weit führten.

f) Weitere Bindestrich-Komposita mit der Zeichenfolge *türk** bringen türkische Landsleute attributiv nicht selten in ‚religiöse, terroristische bzw. nationalistische‘ Nähe:

türkisch-islamische (68); *türkisch-muslimischen* (44); *türkisch-muslimische* (14); *türkisch-nationalistische* (23); *türkisch-islamistischen* (10)

g) Atatürk zeigt sich auch auf der Ebene der Komposita als häufiger Namensgeber (*Atatürk-Stadion* (11); *Atatürk-Mausoleum* (69); *Atatürk-Flughafen* (24)).

(C) Die Analyse von als *türkisch* attribuierten Lexemen lässt sich auch umkehren, nämlich in einer expliziten Abfrage danach, was *Türkei* bzw. *Türken* *ist/sind/waren* usw. [nicht] X:

a) Als Syntagma *Türkei ist nicht* X zeigen sich vor allem zwei semantisch-kategoriale Füllmöglichkeiten des X, die sich beide – doch aus unterschiedlichen Perspektiven – dem geplanten **EU-Beitritt** der Türkei zuwenden: In der Kategorie X = ›europäisch/europäisch genug für den EU-Beitritt‹ finden sich vor allem zwei Lexeme und ihre Varianten: *reif* und *Europa*:

... Die **Türkei ist nicht europareif** ... Zu: „Türkei soll in den Kreis der ...
 ... SPD-Mann: **Türkei ist nicht EU-reif** ... RUBRIK: Inland; S. 7 LÄNGE: 171 Wörter ...
 ... Um jeden Preis zu zeigen: Die **Türkei ist nicht EU-reif**. Ob diese Strategie aufgeht, ...
 ... falschen Hoffnungen; Die **Türkei ist nicht reif für Europa**, Europa nicht reif für die Türkei ...
 ... ihnen Taten folgen zu lassen. Die **Türkei ist nicht reif für einen Beitritt**. Mit dem Angebot ...
 ... schafften es die Türken nicht. „Die **Türkei ist nicht reif für die Union**, aber man darf ...
 ... Papst verlangte. „Die **Türkei ist nicht Europa** und gehört nicht nach Europa“, so Stoiber. ...
 ... Türkei ist ein besonderer Fall. Die **Türkei ist nicht so eindeutig ein europäisches Land** wie ...

In der zweiten Kategorie X = ›Vorurteil bzw. unbegründete Ängste von Türkei-EU-Beitritts-Gegnern oder Irrglaube von -Befürwortern‹ erscheinen häufig Nationennamen zum Vergleich mit der Türkei im Hinblick auf dessen ‚okzidentale‘ vs. ‚orientale‘ Prägung (vgl. auch oben):

... 11. Februar 2008. Die **Türkei ist nicht Iran**; Erdogan, das Kopftuch und ...
 ... Türkei ist und bleibt laizistisch“ sowie „Die **Türkei ist nicht der Iran**“. Gegner der ...
 ... *erbakans islamisten-partei in der türkei* ...
 ... Die **Türkei ist nicht Algerien**. In beiden Ländern führen repressive ...
 ... Grenzen schaffen ließe. Aber die **Türkei ist nicht so etwas wie ein Alcatraz für Deutschland**, ...

b) Einer Kookkurrenzanalyse im Intervall [+2/+4] zum Ausgangssyntagma *Türkei ist* X nach ist die Türkei (signifikant und in Auswahl)

- ‚(kulturell) nicht Europa zugehörig‘ (-): *Die Türkei ist kein europäisches* [t = 2,9] *Land* (19 Belege für das Syntagma); *Die Türkei ist [noch] nicht reif* [2,53] *für* [EU-Beitritt] (25);
- ‚Verbindung zwischen Ost und West‘ bzw. immer ‚anteilig orientalisches‘: *Die Türkei ist [keine/die] Brücke* [2,75] [zu/zum/zwischen] X = *Orient, Ost und West* u.a.; besonders markant: *Die Türkei ist die Brücke zum Orient*; *Bindeglied* [1,31] *zwischen Europa und der muslimischen Welt*;

- ‚wirtschaftlicher und militärischer Kooperationspartner‘ (+): *einzig* [2,42], *Partnerland* [2,38]: *Die Türkei ist* [best. Artikel] *einzig* [Nomen (+), z.B. *Kunde, Partner, Nato-Mitglied* u.ä.]; *wichtiger* [2,04] [*Nato-Partner, Verbündeter, Auslandsmarkt, Markt, Stabilitätsfaktor* usw.];
- ‚negativ kulturell geformt‘: [vom *Islam, islamisch, von Vorurteilen, konservativ, von Gegensätzen* u.ä.] *geprägt* [2,04];
- ein Land der ‚Trennung von Religion und Staat‘ (0/+): *laizistisch* [2,76], *säkular* [2,73], *Tragen* [2,16]: *In der Türkei ist das Tragen [des/von/eines] Kopftu[e]ch[es/rn] in [Bildungseinrichtungen] verboten.*
- ‚ist ein mit X attribuiertes‘ *Land* [2,18; 57 Belege]:
 - ‚nicht demokratisch‘ (*Die Türkei ist* [ein/kein] *demokratisches Land*);
 - ‚europäisch und kulturell offen vs. geschlossen‘ (*Die Türkei ist* [ein/kein] *europäisches Land*; *Die Türkei ist kein Land Europas*; *Die Türkei ist ein modernes Land*);
 - ‚religiös/konservativ/nicht-abendländisch‘ (*Die Türkei ein islamisches Land* [– *trotz Atatürk*]; *Die Türkei ist ein muslimisches Land*);
 - ‚potentielles EU-Land‘ (*Die Türkei ist ein beitrittwilliges Land*);
 - [mit X unbesetzt] ‚kulturelle Heimat‘: *Die Türkei ist das Land meiner Ahnen und Verwandten*; *Die Türkei ist das Land, aus dem mein Vater stammt*; *Die Türkei ist das Land, das am nächsten an meiner Heimat gelegen ist*; *Die Türkei ist [...] das Land ihrer Eltern*);
 - [mit X unbesetzt] ‚ist im gesellschaftlichen Wandel‘: *Die Türkei ist ein Land im Umbruch*; *Die Türkei ist das Land im Beitrittsprozess*; *Die Türkei ist das Land, dessen demokratische Entfaltung [...]*);
 - ‚widersprüchlich‘ (*Die Türkei ist ein hybrides Land*; *Die Türkei ist ein zerrissenes Land*).

c) Die Kookkurrenzanalyse im Intervall [+2/+5] zum Ausgangssyntagma *Türken sind X* ergibt nach einer Durchsicht der 250 signifikantesten Adjektive und Substantive, dass die statistischen Parameter (bis auf Ausnahmen) keinen ‚eindeutigen‘ Hinweis auf tatsächlich signifikante Kookkurrenzpartner geben. Die t-Werte sind auf Grund der (auch zu erwartenden) lexikalischen Varianz im Einzelnen zu gering.³² Erst nach einer genauen Prüfung und Gruppierung der Belege im Einzelnen ergeben sich unterschiedliche Systematiken, die vorangegangene PI-Eindrücke weiter stützen. Demnach ‚sind Türken‘ (in Auswahl):

- ‚aus Fremdperspektive‘
 - ‚negativer Wirtschaftsfaktor‘ (*arbeitslos* (2,52; 7), *arm, ausgebrannt, Gastarbeiter*);
 - ‚selbstisolierend-verschlossen, bedrohlich-fremd und kriminell, terroristisch‘: *stolz* (5), *konservativ* (4), *eigenwilliger, extrem* (2), *Feind, feindselig, festgefahren*,

³² Hintergrund dürfte sein, dass in medial-öffentlichen Kontexten explizite Wertungen überwiegend zurückgehalten werden bzw. implizit(er) in Adjektiv-, Adverbial-, Kompositaattributionen usw. zum Ausdruck kommen. Die nachfolgenden Attributionen insb. stark pejorativer Prägung könnten daher auch ironisch gemeint sein, was für die Schlussfolgerung auf potentielle Stereotype in der Bevölkerung ohne Belang ist: Denn ironisch interpretiert werden kann nur dasjenige, was bereits stereotyp bzw. als Vorurteil reflektiertes Wissen beim Rezipienten vorhanden ist!

Fremde, furchtbar (2), islamische (2), islamistisch, isolationistisch, Kleinkriminelle, Mörder, mutmaßliche, Mythos, nervös, organisiert, radikal, religiöser, Schläger, Schlimmsten, stockkonservativ, unheimlich, unkultivierter, weltabgewandt, wild, zahlreicher;

- ‚uneinsichtig, unberechenbar‘ (*aufgefordert, [wild] entschlossen*);
- ‚träge und kopflos‘ (*bekloppt, dumm (4), ergeben*);
- ‚menschlich minderwertig‘ (*Kanacken, Schlächervolk*)
- ‚aus Fremdperspektive positiv‘:
 - ‚unternehmerisch kreativ-flexibel, motiviert, erfolgreich‘: *aktiv (2), flexibler, risikofreudig (3), riskieren, selbstständig, Gründer, innovativ (3), Motor, Nomaden [Selbstzusr.; (+)], Nomadenvolk, optimistisch, ordentliche, selbstständige, Unternehmer, wohlhabend;*
 - ‚integriert und bodenständig, weltlich-offen, gastfreundlich und höflich‘ *angekommen (3), demokratischer, freundliche, friedlich, froh, gastfreundlich, geduldiges, gesprächiger [als die Deutschen], heimatverbunden, integriert (3), mittendrin, menschlicher, respektvoll, schicke, selbstbewusst, tolerant, vertraut, verwurzelt;*
 - ‚sportlich‘: *beweglich, beweglicher, Bewegungskünstler, Europameister, gemeinsam [mit den Griechen auf den Platz gegangen] (3), körperlicher [Selbstzusr.], super (2), Weltmeister (2);*
- ‚aus türkischer bzw. sympathisierender Metaperspektive: mit Grund erzürnt‘: *empört (6), entsetzt, enttäuscht (3), erregt, erschüttert (2), Sündenböcke, traurig, überzeugt [dass nicht X = negatives Attribut] (2), zutiefst [erschüttert] (3).*

Prozentual verteilen sich diese (und weitere) Belege folgendermaßen:

Türken sind	f	%	
‚selbstisolierend-verschlossen, bedrohlich-fremd und kriminell, terroristisch‘ (-)	38	24,84	50,33
Sonstige Attribute (-)	18	11,76	
‚negativer Wirtschaftsfaktor‘ (-)	10	6,54	
‚träge und kopflos‘ (-)	6	3,92	
‚minderwertig [Beleidigung]‘ (-)	3	1,96	
‚uneinsichtig, unberechenbar‘ (-)	2	1,31	
‚integriert und bodenständig, weltlich-offen, gastfreundlich und höflich‘ (+)	22	14,38	35,95
‚unternehmerisch kreativ-flexibel, motiviert, erfolgreich‘ (+)	20	13,07	
‚sportlich‘ (+)	13	8,50	
‚Mit Grund erzürnt‘ (Metaperspektive)	21	13,73	13,73

Tabelle 4: Attributionen im Muster *Türken sind X*

(D) Was sich in den vorangegangenen Ergebnissen anhand eher kleinteiliger und an ausgewählte Ausgangszeichen (wie *türk**) angelehnter Untersuchungsraster andeutete, kann auf der Ebene globaler Kookkurrenznetze systematisch, also anhand harter signifikanter Werte bestätigt werden. An dieser Stelle können allerdings nicht alle Kookkurrenzpartner geclustert vorgestellt werden, dies sprengte (auf Grund der dazu nötigen Kontext-Explikationen) den Rahmen. Im Folgenden soll daher anhand ausgewählter Beispiele aus den

ersten 110 signifikantesten *Kookkurrenzpartner*N im Intervall von [-5/+5] zum Ausgangslexem *Türkei* (Frequenzen von mehreren hundert bis tausend Belegen je Lexem) die Stärke kookkurrenzanalytischer Visibilisierung von Medienimages illustriert werden.

Die 100 signifikantesten Kookkurrenzpartner erster Ordnung bringen *Türkei* in dominierender Weise in Verbindung mit Lexemen aus den Kontexten ›EU-Beitritt‹, ›Integration und Assimilation‹, ›Militärische Bündnispartner und Intervention‹ (insb. im Hinblick auf *PKK* [t=20,42; f=455], *Irak-Kriegsbeteiligung* [27,25; 826] und *Nato* [22,57; 544]), ›Menschenrechts- bzw. Demokratiedefizit‹ (*Menschenrecht* [13,13; 183], *Demokratie* [11,51; 150]), ›problematische Geschlechterverhältnisse‹ (*Frauen* [15,84; 332] häufiger als *Mann* [11,12; 189]), ›Religion‹ und (und mit letzterer häufig in Verbindung) ›Terrorismus, Radikalität, Verslossenheit und orientale Fremde‹; ferner ›Naturkatastrophen‹ (z.B. *Erdbeben* [14,76; 224]), ›Urlaub‹ (*Urlaub, Reise, Urlauber*; zus.: 628) sowie schließlich ›Asyl- und Abschiebeprozesse‹ (*abgeschoben* [20,33; 420] etc.).

a) Als zentraler Knoten im Veröffentlichungszeitraum der vorliegenden Korpusdaten kann mit Fug und Recht die *Debatte* [13,29; 192] um den *EU-Beitritt* [55,06; 3058] der *Türkei* gelten. Folgende hochsignifikante (doch beileibe nicht alle) Kookkurrenzpartner lassen hierauf schließen:

Die ›Debatte um die EU-Mitgliedschaft der Türkei‹ zeigt sich bei genauerer Analyse als ‚anhaltender Prozess‘ und kontroverse Auseinandersetzung, die den Beitritt an bestimmte ‚Bedingungen‘ knüpft. Auf letzteres verweisen etwa die beiden unscheinbaren Lexeme *Frage* und *wenn: Türkei* und *Frage* stehen in einem exklusiven Kontextverhältnis. Das Bindestrichkompositum ([best. Artikel] +) *Türkei-Frage* ersetzt bzw. präsupponiert dabei explizitere Syntagmen der Art *in der Frage* [der/eines/einer] X = *Menschenrechte, EU-Perspektive, EU-Mitgliedschaft, Türkei, Beitritts, EU-Beitritts, Völkermords, „Europa-Türkei“, Beitrittsverhandlungen, EU-Aufnahme, Kopftuchs, Demokratie, Europatauglichkeit* u.ä. Auch die Konjunktion *wenn* signalisiert umstrittene Bedingungen, die für einen EU-Beitritt zu erfüllen seien, hierzu einige KWICs:

f	t	Beleg	f	t	Beleg
3058	55.06123	<i>Beitritt</i>	364	18.77480	<i>Europäische</i>
3167	54.09843	<i>gegen</i>	345	18.48921	<i>Beitritts</i>
1220	33.74032	<i>Europa</i>	301	17.25981	<i>Vollmitgliedschaft</i>
1200	33.08310	<i>zwischen</i>	287	15.30406	<i>CDU</i>
1023	31.80826	<i>Beitrittsverhandlungen</i>	242	14.70213	<i>europäischen</i>
922	30.16287	<i>Aufnahme</i>	226	14.06192	<i>Merkel</i>
941	29.83634	<i>Union</i>	192	13.29155	<i>Debatte</i>
703	25.57643	<i>Frage</i>	144	11.90643	<i>Beitrittskandidaten</i>
763	24.70557	<i>wenn</i>	171	11.13017	<i>SPD</i>
572	23.72115	<i>Mitgliedschaft</i>	125	11.08323	<i>privilegierte</i>
526	22.55749	<i>Verhandlungen</i>	113	10.56619	<i>Beitrittsgespräche</i>
483	21.62863	<i>Mitglied</i>	109	10.34519	<i>beitreten</i>

Tabelle 5: Ausgewählte signifikante Kookkurrenzpartner 1. Ordnung zu *Türkei*

... *seinen eigenen Interessen. Denn wenn die Türkei ein entspanntes Verhältnis zu den Kurden ...*
 ... *Schutzherren in Ankara. Nur wenn die Türkei eine föderative Zypern-Lösung absegnet ...*
 ... *EU-Beitritt der Türkei kommen. Erst also, wenn die Türkei eine funktionierende Demokratie ...*
 ... *blockieren werden, wenn die Türkei eine Anerkennung weiter verweigert. ...*
 ... *eine gewaltige Aufgabe. Aber wenn die Türkei ihre Modernisierung schafft, kann ...*
 ... „... *Zypern seine EU-Rolle ausfüllen, wenn die Türkei nicht mitspielt und das Land ignoriert ...*

Die häufigsten *Beitritts*-Komposita im [-5/+5]-Kotext zu *Türkei* bestätigen diesen Zusammenhang:

Beitrittsverhandlungen, (754), *Beitrittskandidaten*, (98), *Beitrittsgespräche*, (78), *Beitrittsperspektive*, (54), *Beitrittskandidat*, (52), *Beitrittsgesprächen*, (44), *Beitrittsprozess*, (26), *Beitrittsreife*, (16), *Beitrittskriterien*, (13), *Beitrittswunsch* (11).

Als einer der signifikantesten Kookkurrenzpartner erster Ordnung zu *Türkei* mit ähnlicher Knotenfunktion fällt ferner auch die Präposition *gegen* auf; sie erscheint zum einen im Muster ‚X *gegen* [W] Y [*der/mit*] *Türkei*‘ rekurrent:

- wenn $W < 0$ (häufig Art.) und $X = \text{Zypern, Konservative, CDU/CSU u.a.}$, dann $Y = \text{Beitritt, EU-Beitritt, Beitrittsverhandlungen, Aufnahme, Islamismus, doppelte Staatsbürgerschaft, EU-Mitgliedschaft, Vollmitgliedschaft u.ä.}$;
- wenn $W < 0$ und $X = \text{Türkei}$, dann $Y = \text{Kurden, kurdische Rebellen, Irak, christliche Gruppen, christliche Missionare, Papst, deutsche Stiftungen, PKK uva.}$;
- wenn $W = 0$ und $X = \text{Fußballmannschaft/-nation}$, dann $Y = \text{Fußballmannschaft/-nation}$ und umgekehrt; das Syntagma *X gegen [die] Türkei* ist fest an die Domäne des Fußballs geknüpft (weitaus fester als o.), wobei $X = \text{Halbfinale, NATION, Spiel u.ä.}$

Weitere aufschlussreiche Sprachmuster im Kotext *gegen* und *Türkei* sind ferner:

- [*Türkei* verstoße] *gegen das Folterverbot* (*Folter* ist auch hochsignifikanter Kookkurrenzpartner 1. Ordnung [12,41; 161])
- ... *Türkei fünf Mal wegen Verstoßes gegen das Folterverbot verurteilt. Ankara hat ...*
- ... *mehr in der Türkei. Verstöße gegen das Folterverbot seien aber zu beobachten. ...*
- ... *Russland und der Türkei auch Verstöße gegen das Folterverbot vorgeworfen. ...*
- [*Türkei* richte sich nicht] *gegen X =* ›Menschenrechtsverletzung bzw. diese regelnde Verträge‹ (*Menschenrechtsverletzungen, Hinrichtungen, Folter, Haftbedingungen, Internetzensur, Isolationshaft*): Vorwurf an die *Türkei*, sich nicht an Menschenrechtskonventionen zu halten;
- *Unterschriftenaktion/-sammlung/-kampagne gegen den EU-Beitritt der Türken*: dieses Syntagma verweist auf Unternehmungen von *CDU/CSU* (vgl. hierzu die Kookkurrenzliste o.).
- *gegen den in der Türkei inhaftierten Schüler* verknüpft die Thematik ›Menschenrechte‹, ›EU-Beitritt‹ und die Inhaftierung des Jugendlichen Marco W. 2007.
- *gegen Kaplan* verweist schließlich auf den Abschiebe-Prozess gegen den *Kalifen von Köln* 2003 (*Kaplan* [14,96; 234]).

Die signifikante Präposition *zwischen* im Muster *X zwischen Y und Z* erfüllt ähnliche Funktion wie *gegen* und verknüpft die *Türkei* mit verschiedenen Akteuren u.a. im Kontext der EU-Beitrittsverhandlungen:

- *Y und Z als ‚Partner‘*:
 $X = \text{Abkommen, Absprache, Abstimmung; Y = Türkei; Z = USA;}$
 $X = \text{Türkei als Brücke; Y = Ost, Kulturen, Asien, Orient, islamischen Welt, Islam;}$
 $Z = \text{West, Europa, Okzident, Westen;}$
 $X = \text{(,)privilegierte Partnerschaft(“); Y = EU; Z = Türkei}$

- X als ‚zentripetaler Prozess‘: X = *Annäherung, Annäherungsprozess, Assoziationsabkommen, Beitrittsgespräche, Beitrittsverhandlungen, Beziehungen, Verhandlungen*; Y = *Türkei*; Z = *EU, Europa; Armenien, Griechenland, Zypern*;
- Y und Z als ‚Kontrahenten‘: X = *Grenzgebiet, Grenze, Grenzen, Grenzregion, Grenzverkehr, Grenzkontrollen; Konflikt, Spannungen, Streit, Verhältnis, Verstimmungen*; Y = *Türkei, Türken*; Z = *Irak, Iran, Armenien, Griechenland; Kurden; EU*;
- Y und Z als ‚Fußballgegner‘: X = *Halbfinale, Spiel*; X = *Deutschland*; Y = *Türkei*.

b) Um die kotextuellen Sprachmuster des ‚EU-Beitritts der Türkei‘ weiter zu beleuchten, bietet sich eine Kookkurrenzanalyse zweiter Ordnung zum Ausgangslexem *Türkei* bzw. erster Ordnung zum Ausgangslexem *Beitritt* an. Um den Kotext möglichst eng und damit die Attributionen idealiter eindeutig zu halten, werden daher nur diejenigen Kookkurrenzpartner zu *Beitritt* im Intervall [-5/+5] berücksichtigt, in deren größeren Kotext [-10/+10] das Lexem *Türkei* belegt ist. Folgende hochsignifikanten Kookkurrenzpartner lassen sich dabei ermitteln (i.A.):

f	t	Beleg	f	t	Beleg
3053	55.24194	<i>EU</i>	51	7.13106	<i>Brüssel</i>
308	17.53855	<i>Union</i>	47	6.83914	<i>Merkel</i>
279	16.49312	<i>nicht</i>	44	6.62205	<i>Nein</i>
239	15.45656	<i>Aufnahme</i>	42	6.46842	<i>CSU</i>
202	14.20821	<i>Europäischen</i>	35	5.90719	<i>verhindern</i>
163	12.75205	<i>Frage</i>	33	5.74232	<i>aufzunehmen</i>
146	12.08085	<i>möglichen</i>	32	5.64339	<i>Bundesregierung</i>
105	10.24041	<i>Verhandlungen</i>	28	5.28791	<i>Ablehnung</i>
88	9.35791	<i>CDU</i>	28	5.25421	<i>SPD</i>
80	8.93692	<i>Kommission</i>	26	5.09586	<i>Referendum</i>
79	8.88756	<i>Unterschriftenaktion</i>	25	4.99886	<i>Unterschriften</i>
73	8.53690	<i>Debatte</i>	25	4.99877	<i>Befürworter</i>
73	8.51877	<i>ob</i>	25	4.99005	<i>Gegner</i>
67	8.16777	<i>Thema</i>	24	4.88978	<i>Stoiber</i>
58	7.60707	<i>Streit</i>	23	4.79536	<i>Wahlkampfthema</i>
63	7.85855	<i>wenn</i>	19	4.35741	<i>reif</i>
52	7.16648	<i>Europa</i>	17	4.11801	<i>Kampagne</i>
51	7.13292	<i>Diskussion</i>	16	3.99627	<i>Voraussetzung</i>
50	7.04901	<i>Ankara</i>	16	3.99267	<i>Bedingungen</i>

Tabelle 6: Signifikante Kookkurrenzpartner 2. Ordnung zu *Türkei* bzw. 1. Ordnung zu *Beitritt*

Nicht nur die nähere Kotextansicht (KWICs), auch einige Belege selbst signalisieren eine ›heftige Kontroverse‹ um den EU-Beitritt, in dem v.a. die Parteien CDU und CSU zumindest der Signifikanz nach eine dominante Rolle zu spielen scheinen. Dies legt eine weitere Kookkurrenzanalyse nun dritter Ordnung zum Ausgangslexem *Türkei* bzw. zweiter Ordnung zu *Beitritt* bzw. erster Ordnung zu *CDU/CSU/Merkel/Stoiber* sowie *Unterschriftenaktion* nahe³³: Denn dabei zeigt sich eine Fülle an sich überschneidenden, gemeinsamen Kookkurrenzpartnern, die allesamt eine ›passive oder aktive Ablehnung des türkischen EU-Beitritts‹ aktivieren – im Gegensatz zu Kookkurrenzen dritter Ordnung zu *SPD/Schröder*. Die Ergebnisse können unter Berücksichtigung bisheriger Kookkurrenzergebnisse im Ausschnitt wie folgt diskurskartografisch illustriert werden:

³³ Das heißt, es werden nur diejenigen Kookkurrenzpartner zu *CDU/CSU* in der Analyse berücksichtigt, die in ihrem größeren Kotext [-15/+15] die Lexeme *Türkei* und *Beitritt* beinhalten.

(*junge* [4,49; 28] bzw. [10,47; 110]). *Türkin** steht noch häufiger im Ko(n)text von ‚Gewaltdelikten‘, insb. dem als *Ehrenmord* [4,36; 19] bezeichneten Tod von *Hatun Sürücü* [5,38; 29] im Jahr 2005.

Mann bzw. *Männer* treten ebenfalls in einer (noch größeren) Vielzahl sportlicher Ko(n)texte auf (Sportkategorie X *Männer* u.ä.), sind ebenso vor allem ‚jung‘, jedoch auch ‚gewalttätig und kriminell‘ (*abgeschoben, kranke, Ausweisung, floh, brutal*). Die *Familie* schließlich erscheint vor allem im Kontext von ‚Asyl- und Abschiebeverfahren‘ und ‚kurdischer Herkunft‘: *abgeschoben* [3,60; 14], *kurdische* [3,47; 14], *abschieben* [2,40; 6], *ausgewiesen* [2,39; 6] u.a.

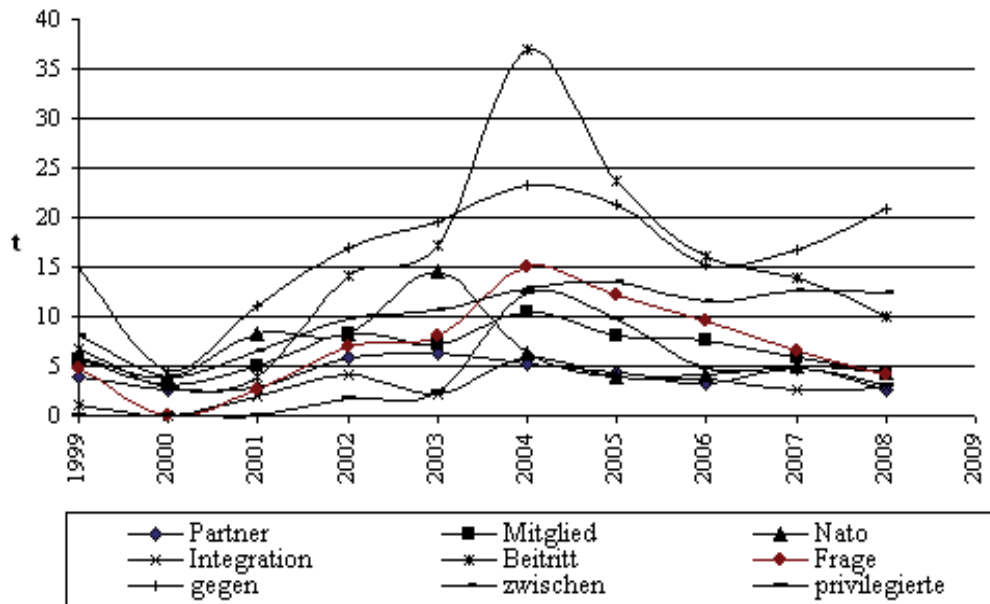


Abbildung 3: Diachrone Verteilung ausgewählter Kookkurrenzpartner 1. Ordnung zu *Türkei*

6. Resümee

Der vorliegende Beitrag versuchte, in Anlehnung an Kognitive Linguistik, Stereotypen- und Diskursforschung einen korpuslinguistisch orientierten Zugang zu Analyse und Beschreibung sprachlicher und öffentlicher Medienimages vorzustellen. Public-Images sind dabei nicht zu verwechseln mit Stereotypen, also Konzepten in den Köpfen einzelner Textrezipienten. Sie stellen vielmehr heuristisch modellierte, ausdrucksseitige Vorlagen für spezifische Standardwerte in Frames bzw. Stereotypen dar. Die Prototypikalität von potentiellen Standardwerten wurde dabei gekoppelt an das rekurrente Auftreten von Sprachmustern – auch jenseits der Lexemebene, nämlich als komplexe textübergreifende Kotextmuster.

Im Anschluss an die theoretischen Grundlagenüberlegungen wurde anhand des öffentlichen Medienimages von *Türken* und *Türkei* ein auf Großkorpora und korpuslinguistische Instrumente zurückgreifendes Untersuchungsverfahren illustriert. Dabei zeigte sich, wie durch systematische Lexemvarianz- und Kookkurrenzanalysen auf verschiedenen Ebenen konsistente Aussagen über sprachliche Prädikationen als Teil des untersuchten Images beschrieben werden konnten.

Im Anschluss an die Korpusauswertung kann hier nun ein kleines Fazit im Hinblick auf potentielle Türken- und Türkei-Stereotypen deutscher Medienrezipienten formuliert werden: Die Ergebnisse lassen den Schluss zu, dass in Deutschland lebende Türken auf der einen Seite als ‚sportlich‘, ‚unternehmerisch kreativ‘, ‚arbeitsam‘ und ‚fleißig‘ wahrgenommen werden. Auf der anderen Seite ist es wahrscheinlich, dass diese positiven Attribute durch negative, insb. Gewalt-, Unterdrückungs- und ‚alteingefahrene‘ Herrschaftsstrukturen assoziierende Zuschreibungen überzeichnet werden. (Vor allem männliche, junge) Türken dürften tendenziell häufiger als ‚Gefahr‘ wahrgenommen werden, als ‚ökonomische (‚deutsche‘ Arbeitsplätze), historische und zwischenmenschliche Bedrohungen‘. Zudem könnten türkische Mitbürger in der Bundesrepublik bestmöglich kulturell und habituell ‚integriert‘ oder ‚angepasst‘ sein, allein diskursiv bleiben sie immer in unterschiedlichem Grade Türken; ‚Deutsch-Türken‘ werden nie ‚Deutsche‘ –, ein Schicksal, dass andere Bevölkerungsgruppen nicht ereilt (vgl. hierzu etwa die empirische Studie zum Medienimage *Ungarns*, Vogel im Druck).

Geprägt wird die Wahrnehmung der in Deutschland lebenden Türken mit Sicherheit auch durch das Medienimage der Türkei. Die dürfte wiederum als ‚staatliche Nation‘ als ‚tendenziell innerlich widersprüchlich‘, zwischen ‚okzidental-westlicher Offenheit‘ und ‚orientalisch-patriarchalischer Verslossenheit‘ wankend, kurz: nicht ‚europäisch‘ genug (*nicht reif*) beobachtet werden. Die Ergebnisse lassen aber auch darauf schließen, dass die Türkei auch positiv konzeptualisiert werden könnte, vor allem als wirtschaftlicher und militärischer Partner sowie als begehrtes (im zeitlichen Untersuchungsintervall geradezu paradigmatisches) Erholungsland.

Die vorgestellten Überlegungen bleiben selbstverständlich sehr vorläufig und im Hinblick auf tatsächlich existierende Stereotypen ein gutes Stück weit spekulativ: So ist vielen Rezipienten das Stereotyp ‚türkischer Gastfreundlichkeit‘ wohl bekannt; im hier skizzierten Medienimage spielt es jedoch nur eine untergeordnete Rolle bzw. zeigt sich nur indirekt etwa in zitierten ‚türkischen‘ Redewendungen (mehrfach belegt: *Du kommst als Gast – du gehst als Freund.*) Dieser Befund verdeutlicht, dass korpusbasierte Imageanalysen potentiell Stereotypen induktiv und datengeleitet zugänglich machen; allein die Qualität der Ergebnisse steht und fällt mit dem Umfang flankierender qualitativer Einzeltext- oder gar lokaler Gesprächsanalysen, um ein feingranulares Bild (re)konstruieren zu können.

Aber auch verschiedene methodologische Probleme kamen hier nicht zu Wort bzw. konnten nicht gelöst werden: Hierzu zählen nicht nur die korpuslinguistisch kaum zu bewerkstellende Differenzierung zwischen ‚normaler‘ und ironischer Prädikation; auch eine Kontrastierung der Ergebnisse mit einem Referenzkorpus (etwa mit Texten zu *Ungarn*, vgl. ebd.) musste hier aus Platzgründen hintangestellt werden. – Doch gerade in der kontrastiven Analyse (medienspezifisch synchron sowie diachron) zudem lemmatisierter Korpora (vgl. ebd.) dürfte ein noch weithin größeres Potential im Hinblick auf die Erueirung kultur- und gruppenspezifischer Stereotypen liegen.

Literatur

- Allport, Gordon W. (1954): *The Nature of prejudice*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Anthony, Laurence (2005): AntConc: design and development of a freeware corpus analysis toolkit for the technical writing classroom Professional Communication Conference. In: IPCC, S. 729-737.
- Aronson, Elliot/Wilson, Timothy/Akert, Robin (2008): *Sozialpsychologie*. Sechste Auflage. München u.a.: Pearson Studium.
- Artelt, Cordula et al. (2007): Förderung von Lesekompetenz. Expertise. Hrsg. vom Bundesministerium für Bildung und Forschung. http://www.bmbf.de/pub/bildungsreform_band_siebzehn.pdf (4.5.2009).
- Assmann, Jan/Assmann, Aleida (1994): Das Gestern im Heute. Medien und soziales Gedächtnis. In: Merten, Klaus (Hg.): *Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft*. Opladen. S. 114-140.
- Baker, Paul et al. (2008): A useful methodological synergy? Combining critical discourse analysis and corpus linguistics to examine discourses of refugees and asylum seekers in the UK press. In: *Discourse & Society* 19/3, S. 273-306.
- Baker, Paul (2006): *Using Corpora in Discourse Analysis*. London.
- Barsalou, Lawrence W. (2003): Situated simulations in the human conceptual system. In: *Language and cognitive processes* 18, S. 513-562.
- Barsalou, Lawrence W. (2009): Simulation, situated conceptualization, and prediction. In: *Philosophical Transactions of the royal society* 364, S. 1281-1289.
- Behrens, Ursula (1984): Imageanalyse für Butter und Margarine – Theoretische Grundlagen, methodische Probleme, Fallstudie. Sonderheft der Zeitschrift für Betriebswirtschaft, Marktforschung und Agrarpolitik. Hannover.
- Belica, Cyril (2008): Semantische Nähe als Ähnlichkeit von Kookkurrenzprofilen. <http://corpora.ids-mannheim.de/SemProx.pdf> (18.2.2009).
- Berekoven, Ludwig/Eckert, Werner/Ellenrieder, Peter (2006): *Marktforschung. Methodische Grundlagen und praktische Anwendung*. Elfte Auflage. Wiesbaden.
- Bergmann, Werner (2001): Was sind Vorurteile? In: Bundeszentrale für politische Bildung (Hg.): *Vorurteile – Stereotype – Feindbilder. Informationen zur politischen Bildung* 271, S. 3-9.
- Bourhis, Richard Y./Maass, Anne (2001): Linguistic Prejudice and stereotypes. In: Ammon, Ulrich/Dittmar, Norbert/Mattheier, Klaus J. und Trudgill, Peter (Hg.): *Sociolinguistics. An International Handbook of the Science of Language and Society*. Zweite Auflage. Berlin/New York. S. 1587-1602.
- Bubenhofer, Noah (2006): Einführung in die Korpuslinguistik: Praktische Grundlagen und Werkzeuge. <http://www.bubenhofer.com/korpuslinguistik/> (30.9.2009).
- Bubenhofer, Noah (2008): Diskurse berechnen? Wege zu einer korpuslinguistischen Diskursanalyse. In: Warnke, Ingo/Spitzmüller, Jürgen (Hg.): *Methoden der Diskurslinguistik. Sprachwissenschaftliche Zugänge zur transtextuellen Ebene*. Berlin/New York. S. 407-434.
- Bühler, Karl (1999): *Sprachtheorie*. Mit einem Geleitwort von Fridrich Kainz. Ungekürzter Neudruck der Ausgabe von 1934. Stuttgart.
- Busse, Dietrich (1987): *Historische Semantik*. Stuttgart.
- Champagne, Patrick (1997): Die Sicht der Medien. In: Bourdieu, Pierre (Hg.): *Das Elend der Welt*. Gekürzte Studienausgabe. Mit einem Vorwort von Franz Schultheis. Konstanz. S. 60-68.
- Dabrowska, Jarochna (1999): Stereotype und ihr sprachlicher Ausdruck im Polenbild der deutschen Presse: eine textlinguistische Untersuchung. Tübingen.
- Fairclough, Norman/Wodak, Ruth (1997): Critical Discourse Analysis. In: van Dijk, Teun (Hg.): *Discourse as Social Interaction. Discourse Studies. A multidisciplinary introduction*. London. S. 258-284.
- Feilke, Helmuth (1989): Funktionen verbaler Stereotype für die alltagssprachliche Wissensorganisation. In: Knobloch, Clemens (Hg.): *Kognition und Kommunikation*. Münster. S.71-84.

- Felder, Ekkehard (2000): Handlungsleitende Konzepte in der Nationalversammlungsdebatte über die Unterzeichnung des Versailler Vertrages im Jahre 1919. In: Burkhardt, Armin/Pape, Kornelia (Hg.): Sprache des deutschen Parlamentarismus. Studien zu 150 Jahren parlamentarischer Kommunikation. Wiesbaden. S. 111-131.
- Felder, Ekkehard (2006): Semantische Kämpfe in Wissensdomänen. Eine Einführung in Benennungs-, Bedeutungs- und Sachverhaltsfixierungs-Konkurrenzen. In: Ders. (Hg.): Semantische Kämpfe. Macht und Sprache in den Wissenschaften. Berlin/New York. S. 13-46.
- Fiedler, Klaus/Semin, Gün R. (2002): Das Linguistische Kategorienmodell. In: Frey, Dieter/Irle Huber, Martin (Hg.): Theorien der Sozialpsychologie. Bern. S. 334-351.
- Foucault, Michel (1973): Archäologie des Wissens. Frankfurt am Main.
- Foucault, Michel (1974a): Die Ordnung der Dinge. Frankfurt am Main.
- Foucault, Michel (1974b): Die Ordnung der Diskurse. Frankfurt am Main.
- Gardt, Antos (2007): Diskursanalyse – Aktueller theoretischer Ort und methodische Möglichkeiten. In: Warnke, Ingo (Hg.): Diskurslinguistik nach Foucault. Theorie und Gegenstände. Berlin/NewYork. S. 27-52.
- Gramsci, Antonio (1990-2005): Die Gefängnishefte. 9 Bde und Register. Übersetzt und Hrsg. von Haug, Wolfgang Fritz/Jehle, Peter/Graf, Ruedi u.a. Berlin.
- Gumperz, John (1982): Discourse strategies. London.
- Hall, Stuart (1989): Ausgewählte Schriften. Hrsg. von Rähzel, Nora. Mit einem Vorwort von H. Gustav Klaus. Hamburg.
- Heinemann, Margot (Hg.) (1998): Sprachliche und soziale Stereotype. Frankfurt am Main.
- Hermanns, Friedrich (1994): Schlüssel-, Schlag- und Fahnenwörter. Zu Begrifflichkeit und Theorie der lexikalischen „politischen Semantik“. Arbeiten aus dem Sonderforschungsbereich 245. Sprache und Situation. Mannheim.
- Hermanns, Friedrich (2007): Diskurshermeneutik. In: Warnke, Ingo (Hg.): Diskurslinguistik nach Foucault. Theorie und Gegenstände. Berlin/New York. S. 187-210.
- Herzog, August (2006): Stereotype. In: Hans-Bredew-Institut (Hg.): Medien von A bis Z. Wiesbaden. S. 328-332.
- Hesse, Kurt (1988): Westmedien in der DDR. Nutzung, Image und Auswirkungen bundesrepublikanischen Hörfunks und Fernsehens. Köln.
- Hörmann, Hans (1980): Der Vorgang des Verstehens. In: Kühlwein, Wolfgang/Raasch, Albert (Hg.): Sprache und Verstehen. Bd.1. Tübingen. S. 17-29.
- Huber, Kurt (1987): Image. Landsberg am Lech.
- Keller, Rainer (2008): Wissenssoziologische Diskursanalyse. Grundlegung eines Forschungsprogramms. Zweite Auflage. Tübingen.
- Kindt, Walther (1997): Zu Theorie und Empirie der Inferenzforschung. In: Pohl, Inge (Hg.): Methodologische Aspekte der Semantikforschung. Frankfurt am Main. S. 25-55.
- Konerding, Klaus-Peter (2001): Sprache im Alltag und kognitive Linguistik: Stereotype und schematisiertes Wissen. In: Lehr, Andrea et al. (Hg.): Sprache im Alltag. Beiträge zu neuen Perspektiven in der Linguistik. Herbert Wiegand zum 65. Geburtstag gewidmet. Berlin/New York. S. 151-172.
- Konerding, Klaus-Peter (2006): Der Einfluss der Stereotypentheorie von Hilary Putnam und ihre Rezeption und Weiterentwicklung in der Semantik. In: Wiegand, Herbert Ernst (Hg.): Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft. History of the language sciences. Bd. 18/3. Berlin. S. 2612-2626.
- Konerding, Klaus-Peter (2008): Diskurse, Topik, Deutungsmuster – Zur Komplementarität, Konvergenz und Explikation sprach-, kultur- und sozialwissenschaftlicher Zugänge zur Diskursanalyse auf der Grundlage kollektiven Wissens. In: Warnke, Ingo/Spitzmüller, Jürgen (Hg.): Methoden der Diskurslinguistik. Sprachwissenschaftliche Zugänge zur transtextuellen Ebene. Berlin/New York. S. 117-150.
- Koselleck, Reinhart (1979): Vergangene Zukunft: zur Semantik geschichtlicher Zeiten. Frankfurt am Main.

- Koselleck, Reinhart (2006): Begriffsgeschichten. Studien zur Semantik und Pragmatik der politischen und sozialen Sprache. Frankfurt am Main.
- Kunczik, Michael/Zipfel, Astrid (2006): Gewalt und Medien. Fünfte Auflage. Köln.
- Lemnitzer, Lothar/Zinsmeister, Heike (2006): Korpuslinguistik. Eine Einführung. Tübingen.
- Lippmann, Walter (1964): Die öffentliche Meinung. München.
- Luhmann, Niklas (2004): Die Realität der Massenmedien. 3. Auflage. Wiesbaden: VS.
- Marschall, Stefan (2007): Das politische System Deutschlands. Konstanz.
- Mead, George H. (1965): Mind, Self & Society. From the standpoint of a social behaviorist. Dreizehnte Auflage. Chicago/London.
- Merkens, Annette (2000): Stereotype und Personenwahrnehmung. Landau.
- Milani, Tommaso/Johnson, Sally (2008): CDA and Language Ideology – Towards a Reflexive Approach to Discourse Data. In: Warnke, Ingo/Spitzmüller, Jürgen (Hg.): Methoden der Diskurslinguistik. Sprachwissenschaftliche Zugänge zur transtextuellen Ebene. Berlin/New York. S. 361-384.
- Neumaier, Maria (2000): Image-Design. Mit einem Geleitwort von Gerold Behrens. Wiesbaden.
- Noelle-Neumann, Elisabeth (1989): Öffentliche Meinung: die Entdeckung der Schweigespirale. Erweiterte Ausgabe. Frankfurt am Main.
- Ogden, Charles K./Richards, Ivor A. (1923): The Meaning of Meaning. New York.
- Pohl, Inge (1997): Textsemantisierung: Inferenzen über Inferenzen. In: Dies. (Hg.): Methodologische Aspekte der Semantikforschung. Frankfurt am Main. S. 337-364.
- Putnam, Hilary (1990): Die Bedeutung von „Bedeutung“. Herausgegeben und übersetzt von Wolfgang Spohn. Zweite Auflage. Frankfurt am Main.
- Rumelhart, David E. (1975): Notes on a Schema for Stories. In: D. G. Bobrow und A. M. Collins (Hg.): Representation and Understanding: Studies in Cognitive Science. New York. S. 211-236.
- Sachs, Lothar (1999): Angewandte Statistik. Anwendung statistischer Methoden. Neunte Auflage. Berlin/Heidelberg/New York.
- Schank, Roger/Abelson, Robert (1977): Scripts, plans, goals, and understanding: An inquiry into human knowledge structures. Hillsdale, NJ.
- Scherer, Carmen (2006): Korpuslinguistik. Heidelberg.
- Scherner, Maximilian (2000): Kognitionswissenschaftliche Methoden in der Textanalyse. In: Brinker, Klaus/Antos, Gerd/Heinemann, Wolfgang und Sager, Sven Frederic (Hg.): Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft. Text- und Gesprächslinguistik. Berlin/New York. S.186-195.
- Schörner, Barbara (1993): Soziale Stereotype und Selbstbeurteilung. Eine empirische Analyse am Beispiel Altenhilfe. Wien.
- Semin, Gün R./Fiedler, Klaus (1992): Attribution and Language as a Socio-cognitive Environment. In: Dies. (Hg.): Language, Interaction and Social Cognition. Great Britain. S. 79-101.
- Steyer, Kathrin/Brunner, Annelen (2009): Das UWV-Analysemodell. Eine korpusgesteuerte Methode zur linguistischen Systematisierung von Wortverbindungen. Mannheim. (= OPAL – Online publizierte Arbeiten zur Linguistik 1/2009).
- Steyer, Kathrin (2008): Linguistische Anwendungen korpuslinguistischer Methoden. Vortrag, gehalten am 17.4.2008 in Heidelberg.
- Steyer, Kathrin (2009): Zwischen theoretischer Modellierung und praxisnaher Anwendung. Zur korpusgesteuerten Beschreibung usueller Wortverbindungen. In: Blanco, Carmen Mellado (Hg.) Theorie und Praxis der idiomatischen Wörterbücher. Tübingen. S. 119-145. (= Lexicographica Series maior 135).
- Teubert, Wolfgang (2004): Language and corpus linguistics. In: Halliday, Michael A. (Hg.): Lexicology and Corpus Linguistics. An introduction. London. S. 73-112.
- Tognini-Bonelli, Elena (2001): Corpus Linguistics at Work. Amsterdam. (= Studies in Corpus Linguistics 6).

- Trommsdorff, Volker (1980): Image als Einstellung zum Angebot. In: Hoyos, Carl/Kroeber-Riel, Werner/v. Rosensteil, Lutz/Strümpel, Burkhard (Hg.): Grundbegriffe der Wirtschaftspsychologie. München. S. 121ff.
- van Dijk, Teun (1993): Principles of critical discourse analysis. In: Discourse & Society, S. 249-283. <http://das.sagepub.com/cgi/content/abstract/4/2/249> (13.3.2009).
- van Dijk, Teun (1999) : Context Models in Discourse Processing. In: van Oostendorp, Herre/Goldman, Susan (Hg.): The construction of mental representations during reading. Hillsdale, NJ. S.124-148.
- Vogel, Friedemann (2009): „Aufstand“ – „Revolte“ – „Widerstand“. Linguistische Mediendiskursanalyse der Ereignisse in den Pariser Vorstädten 2005. Frankfurt am Main. (= Europäische Hochschulschriften 343).
- Vogel, Friedemann (im Druck): Ungarn – *das Tor zum Westen*. Das Bild Ungarns in deutschsprachigen Medien 1999-2009. Eine linguistische Imageanalyse. In: Masát, András/Tichy, Ellen (Hg.): Jahrbuch der ungarischen Germanistik.
- Warnke, Ingo/Spitzmüller, Jürgen (2008): Methoden und Methodologie der Diskurslinguistik – Grundlagen und Verfahren einer Sprachwissenschaft jenseits textueller Grenzen. In: Dies. (Hg.): Methoden der Diskurslinguistik. Sprachwissenschaftliche Zugänge zur transtextuellen Ebene. Berlin/New York. S. 3-54.
- Warnke, Ingo (2007): Diskurslinguistik nach Foucault – Dimensionen einer Sprachwissenschaft jenseits textueller Grenzen. In: Ders. (Hg.): Diskurslinguistik nach Foucault. Theorie und Gegenstände. Berlin/New York. S. 3-24.
- Weis, Hans/Steinmetz, Peter (2005): Marktforschung. Ludwigshafen.
- Wengeler, Martin (2007): Topos und Diskurs – Möglichkeiten und Grenzen der topologischen Analyse gesellschaftlicher Debatten. In: Warnke, Ingo (Hg.): Diskurslinguistik nach Foucault. Theorie und Gegenstände. Berlin/New York. S. 165-186.
- Wetzel, Juliane (2001): „Fremde“ in den Medien. In: Bundeszentrale für politische Bildung (Hg.): Vorurteile – Stereotype – Feindbilder. Bonn. S. 33-37. (= Informationen zur politischen Bildung 271).
- Wolf, Heinz (1978): Zur Problemsituation der Vorurteilsforschung. In: König, René (Hg.): Handbuch der empirischen Sozialforschung. Wahlverhalten, Vorurteile, Kriminalität. Zweite Auflage. Stuttgart. S. 102-191.
- Ziem, Alexander (2008): Frames und sprachliches Wissen. Kognitive Aspekte der semantischen Kompetenz. Berlin/New York.

Friedemann Vogel M.A.
Universität Heidelberg
Germanistisches Seminar
Hauptstraße 207-209
D-69117 Heidelberg
E-Mail: Friedemann.vogel@gs.uni-heidelberg.de