

# I. ARTICLES

BOGDAN KOVTYK

*Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg*

bogdan.kovtyk@medienkomm.uni-halle.de

## **Sprach- und Kommunikationsanalysen zu den Meinungsumfragen im Eurobarometer 2010-2012**

### Linguistic and communicational analysis on public opinion in Eurobarometer 2010-2012

ABSTRACT. The article is dealing with aspects of European communication based on Eurobarometer 2010-2012 exploring the evolution of the public opinion of the EU Member States. The analysis of the European communication will be realized by linguistic and communication research tools such as semiotic-mythological method, discursive method, socio-psychological method, semantic differential, contrastive method and questionnaires. The general aim of the article is concentrated on the research of interconnected impacts of public opinions along central European questions and in comparison between opinion items in Poland and Germany.

KEYWORDS: Eurobarometer, public opinion, publicity, rationality, universality, subjectivity, communication items, discourse, stereotype.

#### **1. EINFÜHRUNG. ÖFFENTLICHKEIT VON EUROPA ALS KONZEPTUALITÄT**

Die europäische Kommunikation hat eine lange Entwicklungsgeschichte der öffentlichen Gesellschaft aufzuweisen und ist im Wesentlichen mit der Herausbildung der bürgerlichen Gesellschaft in Europa in Verbindung zu bringen, wobei die Wurzeln dieser Erscheinung in den frühbürgerlichen Emanzipationsbewegungen des 17.-19. Jahrhunderts in Großbritannien, Niederlanden, Deutschland und anderen europäischen Ländern zu suchen sind und mit den technischen Revolutionen einhergehen und mannigfaltige

Erscheinungsformen in ganz Europa getrieben haben, die man gemeinhin mit unterschiedlichen Demokratien oder volksnahen Regierungsformen oder aber öffentlichen Konzepten verbindet: „Sie lässt sich definieren als Wirkungsraum der öffentlichen Meinung (*opinion publique*, *public opinion*), ein Begriff, der sich in Frankreich und England um die Mitte des 18. Jh. herausgebildet hat, und die von Bon Sens getragene Meinung des Volkes“ (Habermas 1965: 18).

Die Postmoderne zeichnet sich nicht nur durch eine komplexe Kommunikations- und Informations-gesellschaft aus, mit der Durchsetzung der bürgerlichen Rechte und Freiheiten sowie Presse als regulierendes Element sowie IT-Formen der modernen Kommunikation, sondern auch durch eine Konzeptualität von Mediensystemen, Medienpolitiken und Medienphilosophien des öffentlichen Meinungsbildes aus:

Die plebiszitär – akklamative Öffentlichkeit moderner Industriegesellschaft und ihrer Medienöffentlichkeit mit der Dominanz gesteuerter Public Relations und inszenierter Medienereignisse, in denen Grundelemente der liberalen bürgerlichen Öffentlichkeit – Kritik, Infragestellung, Raisonement und Diskussion konträrer Standpunkte – bis auf Restbestände und soziale Randbereiche – zurückgedrängt und zum Teil aufgehoben sind (Habermas 1965: 19f.).

### **1.1. Rationalität der Öffentlichkeit von Europa als Logos – Konzept**

Die Grundlagen der europäischen Öffentlichkeitskonzepte wurden bereits in den altgriechischen Demokratien angelegt und lassen sich zunächst einmal als Rationalität der beschreiben:

Die griechische Logoskodierung als Abkehr von der wandelbaren Erscheinungswelt der Dinge zugunsten eines abstrakten Begriffs von ‘Sein’, ‘Wesenheit’, ‘Idee’. Auch die Zahl und das zahlenmäßig Messbare als Leitkategorien der europäischen Naturwissenschaften sind abstrakte Größen, auf die hin das dauerhaft zu Erkennende und Erkannte schon in der antiken Erkenntnis-lehre festgeschrieben sind (Vietta 2005: 11).

Diese Form von Metaphysik, geboren aus dem Erkenntnisinteresse und der Suche nach *dauerhaften Erkenntnisformen* des Seins steckt – über viele Transformationen hinweg – auch in den neuzeitlichen Naturwissenschaften und ihrer Tendenz zur formelhaften Abstraktion (Vietta 2005: 11, vgl. insbesondere Eric Hobsbawm 2009: 125).

### **1.2. Universalität der Öffentlichkeit von Europa als Pistis – Konzept**

Die zweite Quelle der europäischen Öffentlichkeit bilden universale Prinzipien des christlichen Glaubensbekenntnisses:

Die christliche PISTIS mit ihrer Tendenz zur Vereinseitigung bei gleichzeitiger *Abwertung des Diesseits* als einem Reich des Materiellen, Fleischlichen, Widergöttlichen. Diese Form der christlichen Metaphysik kann sich relativ bruchlos mit der Traditionslinie der Rationalität verbünden, weil in Beiden die Tendenz zur Abstraktion von der materiellen Existenz und zur Vergeistigung waltet (Vietta 2005: 11).

Es ist eine massive Form der Erlösungssehnsucht, die die frühchristlichen Gemeinden und lange Phasen des Mittelalters durchdringt und eben auch die christliche PISTIS - Kodierung insgesamt. Die Kraft des Glaubens einer Epoche ist in diesem Sinne geradezu ein Gradmesser der existentiellen Not einer Epoche (Vietta 2005: 11, vgl. auch „YES, WE CAN“ von Barak Obama 2012).

### **1.3. Subjektivität der Öffentlichkeit von Europa als Technokratie-Konzept**

Den dritten Ursprung der europäischen Öffentlichkeit bildet das technokratische Prinzip der Subjektivität als mediale, virtuelle Identität in der neuzeitlichen Welt der Technologie:

Die neuzeitliche Welt der Technologie als ein Anwendungsprodukt der Rationalität und vielfach besetzt mit Motiven aus der Universalität. Diese Verquickung von neuzeitlicher Technologie und christlicher Erlösungssehnsucht, weg von der Körperlichkeit hin zu einer rein mentalen und möglichst auch idealen und dauerhaften Form der Identität und Kommunikation im Netz prägt viele Programme im Zusammenhang mit dem Netz und seiner Community. (...) . Im Extremfall schluckt die Sehnsucht nach dem zweiten Leben das erste so weitgehend, dass die mediale, virtuelle Realität die primäre - unsere endliche, sterbliche Existenz unter oftmals kümmerlichen Lebensbedingungen - verdrängt (Vietta 2005: 12, vgl. subjektive Kommunikationsnetze wie FACEBOOK 2013).

### **1.4. Kulturtransfers der Öffentlichkeitskonzepte in die europäischen Verständigung um 2010-2012**

Die angesprochenen Merkmale der europäischen Öffentlichkeit erlauben es, Kulturtransfer im gesamteuropäischen Rahmen mit gewaltigen Ausmaßen in der Übernahme ganze Systeme aus der Exekutive, Legislative und Jurisprudenz zu tätigen, was im EU-Betritt der 10 osteuropäischen Ländern 2004 sehr deutlich zum Tragen gekommen ist und folgendes Zwischenfazit erlaubt:

1. Der öffentliche Kulturtransfer thematisiert Motive und Kriterien des Wissenswerten und deren Informationszwecke. 2. Die einzelnen Gegenstände werden in ihrem gesellschaftlichen und politischen Umfeld der Öffent-

lichkeit betrachtet. 3. Die Aneignung sozialer und politischer Einrichtungen eines anderen Landes bzw. einer anderen Öffentlichkeit kann man als Translation von sozialer und politischer Technologie betrachten.

## 2. KOMMUNIKATIONSgegenSTÄNDE DER EUROPÄISCHEN VERSTÄNDIGUNG 2010-2012. GESAMTBETRACHTUNG

Die EU-Kommunikation ist durch eine Vielzahl von demokratischen Gremien und Mediensystemen repräsentiert und wird sehr intensiv geführt und gepflegt. In dieser Untersuchung wird vor allem mit den sozial-empirischen Daten des Eurobarometers (vgl. [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/archives/eb/eb77/eb77\\_first\\_de.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb77/eb77_first_de.pdf) 2012: 8) gearbeitet. Die Kommunikationsspektren umfassen eine Vielzahl der zu lösenden Aufgaben und enthalten zeitnahe und konstruktive Lösungsansätze und folglich ganze Meinungsbilder der Europäer, die man nur komplex, d.h. als wechselseitig abhängige Spektren, untersuchen kann:

QA7a. Was sind Ihrer Meinung nach die beiden wichtigsten Probleme, denen (UNSER LAND) derzeit gegenübersteht?

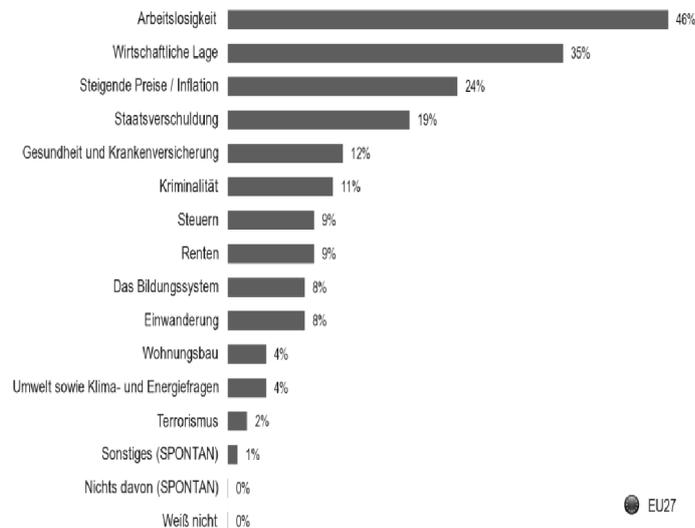


Abb. 1. Umfrage zu gesamteuropäischen Kommunikationsgegenständen aller EU-Länder

Quelle: [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/archives/eb/eb77/eb77\\_first\\_de.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb77/eb77_first_de.pdf) 2012: 8.

Die Entwicklung der Europäischen Union ist durch eine Vielzahl von zeitnah zu lösenden Aufgaben geprägt und wird durch eine intensive

Kommunikation des Meinungsbildes korrelativ zu den Expertisen der Fachgremien aufrechterhalten. Dies bedeutet, dass die europäischen Entscheidungen turnusmäßig oder jährlich zwischen den EU-Ländern immer wieder neu ausgehandelt werden müssen und daher in feinen Abstimmungen zwischen den EU-Mitgliedsländern einerseits und in der EU-Öffentlichkeit andererseits stattfinden, wobei die Meinungsbilder zu den Hauptkommunikationsgegenständen auch unterschiedlich ausfallen können.

So führen die Meinungsforschungsinstitute in Polen als Hauptthemen von 2012 a) Arbeitslosigkeit mit 58%, b) Steigende Preise / Inflation mit 44% und c) Wirtschaftliche Lage mit 24% (vgl. [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/archives/eb/eb77/eb77\\_first\\_de.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb77/eb77_first_de.pdf) 2012: 29) an. Die Meinungsumfragen in Deutschland dagegen haben hierbei im gleichen Zeitraum a) Staatsverschuldung mit 37%, b) Steigende Preise / Inflation mit 30% und c) Bildungssystem mit 21% als Hauptthemen ergeben.

## 2.1. Semiotisch-mythologischer Ansatz zu Kommunikationsgegenständen zu Europa

Die Betrachtung der europäischen Wirklichkeit enthält in den Untersuchungen des Eurobarometers semiotisch-mythologische Merkmale, die auf komplexe Zeichen zurückführbar sind. Im semiotisch-mythologischen Ansatz der Kommunikationsgegenstände zum Mythos „Europa“ werden die Denotate als Kerne assoziativen Zeichen durch eine Vielzahl von Sprachstrukturen verbaler, averbaler, paraverbaler und nonverbaler Natur wiedergegeben, was ihre Inhalte verschleiert und undurchschaubar macht:

Was im ersten System Zeichen ist (d.h. assoziatives Ganzes eines Begriffes und eines Bildes-B.K.), ist einfaches Bedeutendes im zweiten. Man muss daran erinnern, dass die Materialien der mythischen Aussage (Sprache, Photographie, Gemälde, Plakat, Ritus, Objekt usw.) ... sich auf die reine Funktion des Bedeutens reduzieren, sobald der Mythos sie erfasst. Der Mythos sieht in ihnen ein und denselben Rohstoff. Ihre Einheit besteht darin, dass sie alle auf den einfachen Status der Ausdrucksweise zurückgeführt sind (Lüsebrink 2004: 119).

Durch die Herstellung einer konkreten inhaltlichen Beziehung zu den mythologischen Begriffskernen lässt sich sowohl eine Deutbarkeit als auch „versteinerte“ Prägung herstellen, die die Mythen in die erkenntnistheoretische Nähe der Metaphern und Idiomen (vgl. <http://www.zeno.org/Meyers-1905/A/Metapher>, Lakoff, G., Johnson, M. (2004) bewegen:

Das erste Zeichensystem verleiht der konnotierten Bedeutung des Mythos einen scheinbaren Objektivitätscharakter und liefert hiermit den Pseudobeweis seiner Naturgegebenheit. Damit sperrt sich der Mythos gegen jede geschichtliche Verände-

rung: Er verwandelt Geschichte in Natur, er sieht von der Gemachtheit und historisch-kulturellen Kontingenz der Dinge ab und verschweigt den Prozess ihrer Entstehung bzw. Produktion (Lüsebrink 2004: 119).

Die semiotisch-mythologischen Zeichen lassen sich auch in der EU-Strategie zu Europa 2020 in der Eurobarometer-Studie 2012 (vgl. [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/archives/eb/eb77/eb77\\_first\\_de.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb77/eb77_first_de.pdf) 2012: 29) nachweisen, die sich durch folgende sprachlichen Strukturen repräsentieren lassen:

#### EU-Strategie in Richtung Europa 2020

Etwa sieben von zehn EU-Bürgern sind darüber hinaus der Meinung, dass es wichtig ist, „eine Wirtschaft zu unterstützen, die weniger natürliche Ressourcen verbraucht und weniger Treibhausgase ausstößt“ (73%, -2 Punkte), „die Wettbewerbsfähigkeit der industriellen Basis der EU durch Förderung von Unternehmertum und der Entwicklung neuer Fähigkeiten zu stärken“ (70%, +1) und dass es wichtig ist, „die Qualität und Attraktivität des höheren Bildungswesens in der EU zu erhöhen (68%, -2)“. [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/archives/eb/eb77/eb77\\_first\\_de.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb77/eb77_first_de.pdf) (2012: 21).

Die EU-Strategien umfassen also komplexe Zeichen der Moderne, wie z.B. *Wirtschaft mit weniger natürlichen Ressourcen und weniger Treibhausgasen*, die sich als komplexe geschlossene Wirtschaftskreisläufe darstellen lassen und als Nachhaltigkeitskonzepte betrieben werden. Die Förderung von neuen Produkten soll durch Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit und durch neue Fähigkeiten aus der Forschung, Entwicklung auf der Basis des Internet und der Informationstechnologien erreicht werden.

## 2.2. Diskursanalytischer Ansatz

Fremdwahrnehmungsmuster können nicht isoliert gesehen werden, sondern müssen in ihren komplexen Bezugsnetzen / Diskursen gesehen werden. Unter sozialem Diskurs im Allgemeinen wird die Gesamtheit aller Texte verstanden. Diskurse sind nach Michel Foucault (1992) „institutionalisierte geregelte Redeweisen“. Diskurse enthalten eine eigene Begrifflichkeit, ein eigenes Vokabular, charakteristische Topoi/Bilder, eine eigene Syntax und Semantik. Man spricht daher von den eigenständigen Diskursen der Krankenhauskommunikation (vgl. Wodak 1985) oder von den Diskursen der Gefängniskommunikation (vgl. Foucault 1992) oder von Diskursen der Familienkommunikation (vgl. <http://www.berlin-institut.org/publikationen/studien/die-demografische-zukunft-von-europa-2012.html>) oder von den Diskursen der juristischen Kommunikation (vgl. Antos et al. 2001) und meint damit, das sprachlich-kommunikative Handeln der Kommunikationsteilnehmer in echten gesellschaftlichen Bewährungssituationen. Diskursives

Handeln erfordert Können und Verantwortung, wobei wir das Können bzw. Kompetenz an den sprachlich-kommunikativen Mustern in der Bewältigung der Diskurse und die Verantwortung an der Motivation, am freiheitlichen Denken und am selbständigen Handeln im Interesse der Gesellschaft ausmachen, wie die folgenden Diskurse nachhaltig herausstellen.

Die Diskussion des Image der EU nimmt 2010-2012 einen breiten Raum ein und beschäftigt die Herzen und Gemüter der Europäer, wobei sich drei Gruppen, und zwar positive, negative und neutrale Meinungsgruppen, mit schwankenden und annähernd gleichen Anteilen heraus kristallisieren:

Nachdem im Herbst 2011 ein starker Rückgang des Anteils der EU-Bürger zu verzeichnen war, bei denen die EU ein positives Bild hervorruft (-9 Prozentpunkte gegenüber dem Frühjahr 2011), liegt dieser Anteil in der aktuellen Befragungswelle unverändert bei 31%. Der Anteil an Befragten, die ein negatives Bild von der EU haben, ist indes leicht gestiegen (28%, +2). Parallel dazu ist der Anteil derjenigen, die weder ein positives noch ein negatives Bild mit der EU verbinden, entsprechend gesunken (39%, -2). [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/archives/eb/eb77/eb77\\_first\\_de.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb77/eb77_first_de.pdf) (2012: 14).

Die diskursive Analyse der europäischen Finanzkrise wird von Eric Hobsbawm (13.05.2009) in weltbildbezogenen, psychologischen und soziologischen Hintergründen offen offengelegt, die sich weitestgehend als argumentative Sprachstrukturen heraus stellen lassen:

„Unverantwortliche Banker“, sagt die Kanzlerin, „hemmungslose Gier“, erklärt der Bundespräsident, hätten die Grundlagen des Gemeinwesens verzockt. Mich erinnert das an mittelalterliche Deutungsversuche. Gab es früher eine Dürre, hieß es: Wir haben gesündigt, Gott straft uns dafür. Und nun soll wieder eine Todssünde, Gier, schuldig am Schlamassel sein – der strafende Gott ist nun der strafende Markt! Die Politiker müssen so reden, sie können ja wohl schlecht zugeben, dass nicht der einzelne Mensch, sondern das System an sich falsch ist. Der Markt ist nicht moralisch. Die reine Marktwirtschaft ist auf Habgier aufgebaut – und auf sonst gar nichts, das ist das System.

### 2.3. Sozialpsychologischer Ansatz

„Der sozialpsychologische Ansatz zielt darauf ab, Fremdwahrnehmungsmuster als Verbindungen von Selbst- und Fremdbildern zu analysieren, die jeweils sowohl in psychologischen Registern als auch in Sprachhandlungsschemata verankert sind“ (Carl Friedrich Graumann u. Margret Wintermantel 1989: 184).

QA4a. Wie beurteilen Sie die gegenwärtige Lage in den Bereichen auf dieser Liste?

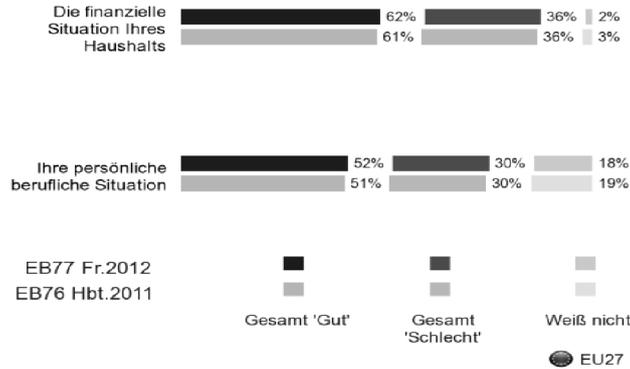


Abb. 2. Eurobarometer 2012

Quelle: [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/archives/eb/eb77/eb77\\_first\\_de.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb77/eb77_first_de.pdf) 2012: 5.

Die Befunde des sozialpsychologischen Ansatzes belegen eine signifikante Übereinstimmung zwischen den Selbst- und Fremdmeinungsbildern der Europäer, was sich bei der persönlichen beruflichen Situation nahezu deckungsgleich und in der finanziellen Situation des Haushaltes fast gleich erweist. In dem nachfolgenden Diagramm des Eurobarometers 2 werden die Affinitäten zwischen Selbst- und Fremdmeinungsbildern in den Bereichen der nationalen, EU- und Weltwirtschaft noch deutlicher verstärkt.

QA4a. Wie beurteilen Sie die gegenwärtige Lage in den Bereichen auf dieser Liste?

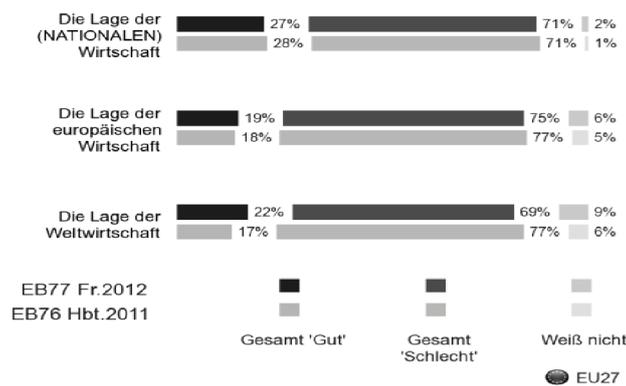


Abb. 3 Eurobarometer 2012

Quelle: [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/public_opinion/index_en.htm) 2012: 5.

Dies erlaubt die Schlussfolgerung zu ziehen, dass es eine enge Korrelation der Meinungsbildung der befragten europäischen Menschen im Vergleich Herbst 2011 und Frühjahr 2012 in der nationalen, EU- und Weltwirtschaft gibt, die im Eurobarometer zum Tragen kommt (vgl. unten Eurobarometer 2).

## 2.4. Sprachstrukturen in den Stereotypenanalysen der EU-Kommunikation

Die sprachlichen Strukturen der Stereotypenanalysen lassen sich in Abhängigkeit von der theoretischen Betrachtung der Stereotypen beschreiben. Die Stereotypen werden qua definitionem als „vereinfachende“ oder „reduzierende“ kognitive Ordnungen (vgl. Lüsebrink 2008: 88) verstanden, die einem bestimmten Wirklichkeitsbereich zugeordnet werden und generalisierende, klassifizierende und systematisierende Ansätze enthalten, die durch Sozialisation und Enkulturation (Röseberg 2001: 11:) entstehen.

Die interkulturelle Leistung der Stereotype besteht darin, die positiven oder negativen Vorstellungen aus der Selbst- und Fremdwahrnehmung zwischen den Kulturen zu vermitteln, was uns in dieser Arbeit bei der Betrachtung der eurozentrierten Sprachstrukturen von Nutzen sein wird.

Eurobarometer 2012:

– „Innerhalb der Europäischen Union sind signifikante Meinungsunterschiede zwischen den Mitgliedstaaten zu verzeichnen:

– Diese äußern sich in einer Differenz von mehr als 80 Prozentpunkten zwischen den Mitgliedstaaten, in denen eine positive öffentliche Wahrnehmung von der wirtschaftlichen Lage im eigenen Land vorherrscht, und den Ländern, in denen die diesbezügliche öffentliche Wahrnehmung extrem negativ ist.

– In Schweden, Luxemburg und Deutschland sind mehr als drei Viertel der Befragten der Ansicht, dass die Lage der nationalen Wirtschaft gut sei.

– Im Gegensatz dazu stimmen dieser Meinung weniger als 5% der Befragten in Irland, Portugal, Spanien und Griechenland zu.“ [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/archives/eb/eb77/eb77\\_first\\_de.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb77/eb77_first_de.pdf) (2012: 7)

### 2.4.1. Methode des semantischen Differentials: MSD

MSD gibt eine Serie von Eigenschaften vor, die nach Erfahrungswerten als Gegensatzpaare angeordnet und als typische Abzweigungen zwecks Sympathie - Ratings in den Rangwertigkeiten (-3/+3: mehr/weniger/

neutral) abgefragt werden. Die Beantwortung ergibt in der Auswertung eine kaskadenförmige Item, die wiederum eine wirklichkeitsnahe, differenzierte Meinungsbildung in den Umfragen unter Einbeziehung der sprachlich-kommunikativen Kompetenz der Probanden ermöglicht, wie wir nachfolgend an einzelnen EU-Wertungen feststellen können:

Zwei Drittel und mehr der EU-Bürgern sprechen sich mittlerweile noch deutlicher als im Frühjahr 2010 für gemeinsame Entscheidungen in folgenden Bereichen aus: Kampf gegen Terrorismus (81%, +2), wissenschaftliche und technologische Forschung (73%, +1), Umweltschutz (72%, +3), Verteidigung und Außenpolitik (67%, +2) und Energie (66%, +1).“ [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/archives/eb/eb74/eb74\\_publ\\_de.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb74/eb74_publ_de.pdf) (2010: 64).

#### 2.4.2. Kontrastive Methode / KM

Die KM als Stereotypenanalyse vergleicht Selbst- und Fremdkonzepte und untersucht auftretende Übereinstimmungen und Diskrepanzen in Form von Polaritätsprofilen. 10-15 Grundfragen bilden die Ausgangsbasis der polarisierenden Betrachtungsweise und lassen konträre Standpunkte im Eurobarometer 2010 in den Antworten mit Skalenbreiten -3/+3 (oft/häufig/selten) deutlicher hervor treten:

Nach wie vor wird von einer Mehrheit der befragten Personen eine Entscheidung auf europäischer Ebene in wirtschaftlichen Fragen gewünscht: Unterstützung von Regionen mit wirtschaftlichen Problemen (61%, +2), Reform und Kontrolle des Finanzsektors (59%, neue Frageoption), Wirtschaftswachstum (57%, neue Frageoption) und die Bekämpfung der Inflation (56%, unverändert). Einwanderung (62%, +2) und Kriminalität (62%, +1) sind ebenfalls Bereiche, in denen nach Ansicht der Bürger eine europäische Entscheidungsebene sinnvoll ist. [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/archives/eb/eb74/eb74\\_publ\\_de.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb74/eb74_publ_de.pdf) (2010: 64).

#### 2.4.3. Fragenkatalog/FK in Eurobarometer 2010

FK zielt darauf ab, die eigene Verwandtschaft mit anderen Kulturen bzw. Nationen zu ermitteln und zwar skalierend nach folgenden negativ und /oder positiv besetzten Typen:

Was bedeutet die EU für die Bürger?

*Positive Assoziationen:*

Eine große Mehrheit der europäischen Bürger (78%) erklärt weiterhin, mit dem Leben, das sie führen, zufrieden zu sein. Weniger als ein Viertel äußert sich unzufrieden. Diese Werte sind im Vergleich zum Bericht EB73, der im Frühjahr 2010 durchge-

führt wurde, stabil geblieben. [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/archives/eb/eb74/eb74\\_publ\\_de.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb74/eb74_publ_de.pdf) (2010: 13).

#### *Negative Assoziationen:*

Nach wie vor gehören die wirtschaftlichen Fragen zu den wichtigsten persönlichen Sorgen der europäischen Bürger: Steigende Preise/Inflation (38%, unverändert), wirtschaftliche Lage (25%, unverändert) und Arbeitslosigkeit (20%, -1)<sup>13</sup>. Das Gesundheitssystem (19%, +1) und die Renten (16%, stabil) gehören ebenfalls weiterhin zu den wichtigsten Sorgen“. [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/archives/eb/eb74/eb74\\_publ\\_de.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb74/eb74_publ_de.pdf) (2010: 17).

### **3. ZUSAMMENFASSUNG DER KOMMUNIKATIONSANALYSEN ZU DER EUROPÄISCHEN VERSTÄNDIGUNG 2010-2012**

Die Diskussion der einzelnen Analysen hat eine Reihe von tragenden, zukunftssträchtigen Ergebnissen erbracht, die es nunmehr gilt, als Schlagworte in der Wirkung und wechselseitigen Bezogenheit zu unterstreichen, zumal diese in der EU-Analyse eine katalysierende Rollen besitzen:

#### **Krise des Euro?**

Mehr als die Hälfte der Europäer unterstützt eine Europäische Wirtschafts- und Währungsunion mit einer Einheitswährung, dem Euro (52%, -1 Prozentpunkt seit Herbst 2011).

Wenige Monate nach dem 10. Jahrestag der Einführung der Euro-Banknoten und -Münzen wird die Einheitswährung von einer Mehrheit der EU-Bürger unterstützt, und die Unterstützung für die Einheitswährung hält sich auf einem stabilen Niveau. [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/archives/eb/eb77/eb77\\_first\\_de.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb77/eb77_first_de.pdf) (2012: 15).

#### **Krise auf dem Arbeitsmarkt?**

Im Herbst 2011 hatte der Anteil der Europäer, die der Ansicht waren, dass die Auswirkungen der Wirtschaftskrise auf den Arbeitsmarkt ihren Höhepunkt schon erreicht hätten, mit einem Rückgang von 20 Prozentpunkten den tiefsten Stand erreicht, der jemals im Rahmen einer Eurobarometer-Umfrage ermittelt wurde (23%). [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/archives/eb/eb77/eb77\\_first\\_de.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb77/eb77_first_de.pdf) (2012: 16).

Die Arbeitsmarktumfragen ergeben zwei gegensätzliche Lager: das der Eurooptimisten und jenes der Europessimisten. Während die optimistischen Meinungen die Finanzkrise im Abschwung sehen und die konjunkturelle Belebung am Arbeitsmarkt ausmachen, sind die meisten (über 60%) überwiegend pessimistisch und verweisen auf die schwache Beschäftigung in

einigen südeuropäischen Ländern. Es kann aber insgesamt von einer wirtschaftlichen Erholung in der EU gesprochen werden.

### Krise in Europa?

Wie bereits im Herbst 2011 stimmen etwas weniger als zwei Drittel der EU-Bürger der Aussage zu, dass die Europäische Union genügend Macht und Mittel besitzt, um die wirtschaftlichen Interessen Europas in der Weltwirtschaft zu verteidigen (63%, unverändert). [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/archives/eb/eb77/eb77\\_first\\_de.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb77/eb77_first_de.pdf) (2012: 19).

Es vollzieht sich langsam aber unaufhaltsam die Herausbildung der EU-Identität, die sich durch eine demokratische Ordnung, Solidarität und Effizienz auszeichnet, was angesichts der Lehren aus der Finanzkrise 2008 mehr als augenscheinlich ist.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass die Sprachstrukturen der Eurobarometerumfragen 2010-2012 zu Inhalten der europäischen Verständigung die Komplexität der behandelten Fragen unterstreichen und zugleich die Beteiligung der Bürger der einzelnen EU-Staaten an gesamteuropäischen Projekten hervorheben, was in dieser Studie im Vergleich Polen – Deutschland an den Merkmalen Aktivität, Transparenz und Verantwortung in allen positiv und negativ besetzten Meinungsspektren deutlich zutage tritt.

## LITERATURVERZEICHNIS

- Antos, G., Wichter, S. (Hrsg.) unter Mitarbeit von Schütte, D. und Stenschke, O., 2001. *Wissenstransfer zwischen Experten und Laien. Umrisse einer Transferwissenschaft. Transferwissenschaften*. Bd. 1. Frankfurt am Main u.a.: Lang.
- Boeree, C.G., 1999. *Grundlagen der Sozialpsychologie*. Shippensburg: Shippensburg University.
- Foucault, M., 1992. *Überwachen und Strafen: die Geburt des Gefängnisses I*. Übers. von Seitter, W. 10. Aufl. -Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Graumann, C.-F., Wintermantel, M., 1989. *Diskriminierende Sprechakte: ein funktionaler Ansatz*. In: Bar-Tal, D., Graumann, C.-F., Kruglanski, A.W., Stroebe, W. (Hrsg.). *Changing Conceptions*. New York u. a.: Springer, 184-204.
- Habermas, J., 1965. *Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft*. Frankfurt am Main: dtv.
- Hobsbawm, E., 2009. „Es wird Blut fließen, viel Blut“, Interview *Stern* am 13. Mai.
- Lakoff, G., Johnson, M., 2004. *Leben in Metaphern. Konstruktion und Gebrauch von Sprachbildern*. Heidelberg: Carl-Auer Verlag.
- Lüsebrink, H.-J., 2004. *Konzepte der interkulturellen Kommunikation. Theorieansätze und Praxisbezüge in interdisziplinärer Perspektive*. St. Ingbert: Röhrig.
- Lüsebrink, H.-J., 2008. *Interkulturelle Kommunikation. Interaktion, Fremdwahrnehmung, Kulturtransfer*. Stuttgart: J.B. Metzler.
- Röseberg, D., 2001. *Kulturwissenschaft Frankreich*. Stuttgart–Düsseldorf–Leipzig: Klett.

- 
- Vietta, S., 2005. *Europäische Kulturgeschichte. Eine Einführung*. München: Wilhelm Fink Verlag.
- Vietta, S., 2012. *Rationalität. Europäische Kulturgeschichte und Globalisierung*. München: Wilhelm Fink Verlag.
- Wodak, R. (mit Hein, N., Lalouschek, J., Nowak, P., Hoffmann-Richter, U.), 1985. Kommunikation zwischen Arzt und Patient. *Wiener Linguistische Gazette*, Beiheft 4.
- [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/archives/eb/eb77/eb77\\_first\\_de.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb77/eb77_first_de.pdf), abgerufen am: 4.01.2014 um 13:14 Uhr
- <http://www.zeno.org/Meyers-1905/A/Metapher>, abgerufen am: 4.01.2014 um 14:35 Uhr
- <http://www.berlin-institut.org/publikationen/studien/die-demografische-zukunft-von-europa-2012.html>, abgerufen am: 4.01.2014 um 15:17 Uhr
- [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/archives/eb/eb74/eb74\\_publ\\_de.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb74/eb74_publ_de.pdf), abgerufen am: 4.01.2014 um 16:19 Uhr
- <http://www.stern.de/wirtschaft/news/maerkte/eric-hobsbawm-es-wird-blut-fliesen-viel-blut-700669.html>, abgerufen am: 4.01.2014 um 20:22 Uhr

