

## II. Kommunikation *im* Alter und Kommunikation *über* Alter



CAROLIN KRÜGER

## Von »Best Ager(n)« und »gelähmten Greisen«

Wie schreiben wir über Alter(n)  
in öffentlichen Diskursen?

### 1. Einleitung: (Diskurs-)Linguistische Zugänge zum Thema »Sprache und höheres Lebensalter« im deutschsprachigen Raum

Der vorliegende Text ist ein Beitrag zum Thema »Sprache und Alter(n)« von einer linguistischen Warte aus. Es existieren im deutschsprachigen Raum insgesamt nicht sehr viele linguistische Forschungsarbeiten zu Sprache und höherem Lebensalter, allerdings sind es in den letzten 20 Jahren durchaus deutlich mehr geworden, so dass die Feststellung, die Reinhard Fiehler und Caja Thimm im Vorwort zu ihrem bekannten Sammelband »Sprache und Kommunikation im Alter« 1998 getroffen haben, dass das höhere Lebensalter (anders als z.B. das jugendliche Lebensalter) in der deutschsprachigen Linguistik nicht vorkomme (vgl. Fiehler/Thimm 1998: 10), so heute nicht mehr stimmt. Was mittlerweile existiert, sind zum einen gesprächs- und psycholinguistisch geprägte Arbeiten zu Sprache und Kommunikationsverhalten im Alter, zum anderen gibt es Arbeiten, die in den Fokus rücken, wie wir eigentlich über Alter sprechen. Man versucht in letzteren Arbeiten, Anhaltspunkte für Altersbilder im Sinne von Vorstellungen über Alter in der Sprache zu entdecken. Sprache ist für diesen Ansatz ein Indikator für entsprechende Vorstellungen. Gleichzeitig muss beachtet werden, dass Sprache natürlich im Gebrauch ist und dazu beitragen kann, bestimmte Vorstellungen von Alter weiterzubefördern oder auch zu verändern. Insofern ist Sprache natürlich nicht nur Indikator, sondern auch Faktor in Bezug auf Altersbilder (vgl. Hermanns 1994: 55). Man kann vielleicht von Altersbildern in Sprache, aber auch von Altersbildern durch Sprache ausgehen. Der vorliegende Text folgt diesem zweiten Ansatz. Innerhalb der Linguistik hat sich insbesondere die Diskurslinguistik mit Altersbildern in bzw. durch Sprache befasst. Verschiedene Diskursbereiche (Kommunikationsbereiche und Textsorten) sind im Hinblick darauf analysiert worden, so vor allem massenmediale Texte (dabei vor allem Pressetexte und Werbung) und politische Texte (z.B. Nolden-Temke 2006; Femers 2007;

Thimm 2009; Ramers 2011; Ewald 2012; Zachäus 2021). Darüber hinaus gibt es Untersuchungen, die ohne expliziten Bezug auf Diskurslinguistik beabsichtigen, die Semantik von Wörtern aus dem Wortfeld »Alter« zu erhellen, indem sie in umfangreichen Korpora die bevorzugten Verwendungskontexte der entsprechenden Wörter ermitteln – auch unter der Frage nach Altersbildern in der Sprache (z.B. Germann 2007; Fiehler/Fitzner 2012). Ich stelle im Folgenden die Ergebnisse meiner Auseinandersetzung mit öffentlichen, nicht-wissenschaftlichen Altersdiskursen von den 1950ern bis in die 2000er Jahre vor (vgl. weiterführend auch Krüger 2016).

Verknüpft zusammengefasst versucht die junge linguistische Teildisziplin der Diskurslinguistik, die Arten und Weisen des Sprechens über verschiedene Themen mithilfe eines unter bestimmten Kriterien zusammengestellten Textkorpus zu erforschen. Martin Wengeler hat das Ziel diskurslinguistischer Arbeiten so zusammengefasst, dass es darum gehe, »mit unterschiedlichen Verfahren die historische Entwicklung eines wichtigen gesellschaftlichen Diskussionsfeldes aus linguistischer Perspektive zu analysieren und darzustellen« (Wengeler 2005: 54). Diese Verfahren sind etablierte linguistische Verfahren, die unter dem Dach der Diskurslinguistik gebündelt werden. Diskurslinguistische Arbeiten sind in der Regel einem konstruktivistischen Paradigma verpflichtet; sie gehen davon aus, dass das Sprechen über Diskursgegenstände diese gleichzeitig erst hervorbringt. »Diskurs« verstehe ich mit Jürgen Spitzmüller als »Netz kulturell und historisch gebundener Aussagen« (Spitzmüller 2005: 35) zu einem bestimmten thematischen Gegenstand. Den Altersdiskurs verstehe ich als »Gesamtheit aller Aussagen zum Thema höheres Lebensalter« (Krüger 2020: 242). Eine linguistische Feinanalyse »des Altersdiskurses« in seiner Gesamtheit ist unmöglich. Aus diesem Grund muss differenziert werden: Der fragliche Diskursausschnitt kann und muss natürlich zeitlich, medial und thematisch eingegrenzt werden. Alter wird in den verschiedensten Kontexten zu einem relevanten Aspekt, somit ergeben sich zahlreiche thematische Teildiskurse zum Altersdiskurs. So können beispielsweise der Teildiskurs Rente bzw. finanzielle Versorgung im Alter, der Teildiskurs zur Pflege im Alter oder ein Teildiskurs zur Arbeit bzw. Beschäftigung im Alter identifiziert werden. Ich habe drei thematische Teildiskurse in jeweils zwei Jahrgängen pro Dekade in drei Printmedienorganen (*Der Spiegel*, *Die Zeit*, *Bild am Sonntag*) von den 1950er bis in die 2000er Jahre analysiert (vgl. Krüger 2016). Dabei ging es insbesondere um die Altersbilder, die sich eben einerseits sprachlich manifestieren, die andererseits aber auch wieder sprachlich konstruiert werden.

## 2. Altersbilder

Für den vorliegenden Text werden die Definitionsversuche von Altersbildern des 6. Berichts zur Lage der älteren Generation des BMFSFJ genutzt, der sich intensiv mit Altersbildern befasst hat. Darin ist die Rede davon, dass Altersbilder »individuelle und gesellschaftliche Vorstellungen vom Alter (Zustand des Altseins), vom Altern (Prozess des Älterwerdens) oder von älteren Menschen (die soziale Gruppe älterer Menschen)« (BMFSFJ 2010: 27) seien. Es wurde in diesem Bericht versucht, Altersbilder auf verschiedenen Ebenen zu identifizieren. So wird differenziert zwischen Altersbildern in öffentlichen Diskursen, in Organisationen und Institutionen oder Altersbildern als individuelle Vorstellungen über Alter bei einzelnen Personen. Tatsächlich scheint es sich hier lediglich um verschiedene Erscheinungsformen von Altersbildern zu handeln. Für die diesem Text zugrunde liegende Untersuchung relevant sind Altersbilder als kollektive Deutungsmuster, »die in öffentlichen Diskursen über das Alter entstehen und sich verändern« (ebd.). Diese Deutungen von Alter können je nach thematischem Kontext stark variieren, somit gibt es in jedem thematischen Teildiskurs durchaus unterschiedliche Altersbilder. Für diesen Beitrag beschränke ich mich auf Befunde aus den thematischen Teildiskursen »Pflege« und »Zielgruppe«. Im ersten Fall geht es um die pflegerische Versorgung Älterer, im zweiten Fall um Ältere als besondere wirtschaftliche oder politische Zielgruppe, wobei es bereits interessant ist, dass es den Teildiskurs »Zielgruppe« in den frühesten untersuchten Texten aus den 1950er Jahren noch kaum gibt – die Existenz oder Nicht-Existenz eines Diskurses kann allein schon etwas über das fragliche Thema und dessen gesellschaftliche Relevanz aussagen.

Es bleibt zu betonen, dass die Analyse der Sprache im Altersdiskurs für die Untersuchung von Altersbildern als kollektive Deutungsmuster von Alter zentral ist, da Altersbilder nicht nur durch Bilder im wörtlichen Sinne – also visuelle Darstellungen –, sondern vor allem auch sprachlich vermittelt werden. »Sprache vergegenständlicht gemeinsame Erfahrung und macht sie allen zugänglich, die einer Sprachgemeinschaft angehören. Sie wird zugleich Fundament und Instrument eines kollektiven Wissensbestandes« (Berger/Luckmann 2004: 72) – in diesem Fall zum Alter(n). Sprachliche Mittel transportieren Altersbilder, einerseits natürlich innerhalb von schriftlichen Texten, andererseits in Interaktionen, in denen Alter sprachlich relevant gemacht werden kann (aber nicht muss).

### 3. Nominationen und Prädikationen als Indikatoren und Faktoren für Altersbilder

Ich möchte mich im Folgenden mit Nominationen und Prädikationen zum Alter in den beiden thematischen Teildiskursen »Pflege« und »Zielgruppe« befassen. Was sind das für Phänomene und warum sind sie für das Herausarbeiten sprachlich vermittelter Altersbilder so wichtig?

1. Als Nominationen werden im Allgemeinen Benennungen oder Bezeichnungen verstanden. In diesem Fall geht es insbesondere um Personenbezeichnungen bzw. Personengruppenbezeichnungen aus dem sprachlichen Feld des Alters – vor allem Bezeichnungen für Menschen im höheren Lebensalter. Diese sind aufschlussreich für Altersbilder, weil jede Personenbezeichnung eine bestimmte Perspektive auf diese Person praktisch erzwingt. Mithilfe einer Personenbezeichnung wird nur ein einzelner Aspekt, ein Charakteristikum einer Person fokussiert und sie wird durch die Benennung natürlich in die Kategorie der Personen mit diesem Charakteristikum eingeordnet – das kann sehr pauschal und manchmal sogar diskriminierend sein (vgl. Reisl 2017: 89ff.). Welche Charakteristika die benannte Person vielleicht sonst noch hat, ist aus der Bezeichnung zunächst nicht ersichtlich. Linguistisch gesehen geht es um das so genannte Benennungsmotiv; es handelt sich um dasjenige Merkmal eines Benannten (Person oder Sache), das für die Benennung ausgewählt wurde. Wenn man sich Personenbezeichnungen für Menschen im höheren Lebensalter ansieht, kann z.B. die Art des Lebensunterhaltes ein Benennungsmotiv sein (»Rentner« oder »Pensionär«). An bestimmten Benennungen wird mittlerweile – auch im Zuge einer immer stärker werdenden öffentlichen Sensibilisierung für dieses Thema – Anstoß genommen, weil sie sehr negativ empfundene, herabwürdigende Eigenschaften in den Mittelpunkt stellen. So wird bei Bezeichnungen für Ältere, die zur Fremdkategorisierung verwendet werden, wie »Gruftis«, »Kompostis«, »Friedhofsgemüse«, »Zombies«, »Mumien« die Nähe zum Tod das Benennungsmotiv. Bei Bezeichnungen wie »Krampfadergeschwader«, »Tattergreis«, »Kukidents«, »Granufinken« werden körperliche Defizite in den Mittelpunkt gerückt (Benennungsmotiv ist das Defizit selbst bzw. ein Produkt, das aufgrund dieses Defizites konsumiert wird). Bei Bezeichnungen wie »Dinosaurier« oder »Fossilien« werden die Bezeichneten der Vergangenheit zugeordnet, bei Bezeichnungen wie »Uhus« (unter Hundert) oder »Üfús« (über Fünfzig) ist das numerische Alter das Benennungsmotiv. Bezeichnet man ältere Menschen beispielsweise als »Kukidents«, weist man ihnen ein eher negativ empfundenes Merkmal zu (nämlich Gebiss-träger zu sein) und behauptet damit gleichzeitig, dass alle so bezeichneten Menschen dieses Merkmal aufweisen. Damit werden Menschen hier pauschal herabgesetzt. Solche Bezeichnungen werden – außerhalb nicht

ganz ernst gemeinter Texte und der Jugendsprache – deshalb auch kaum noch verwendet. Nicht auszuschließen ist ein Gebrauch dieser Bezeichnungen durch Ältere selbst zur Eigenkategorisierung. Allerdings werden diese Wörter dann in der Regel kokettierend und im Bewusstsein einer negativen Fremdzuschreibung durch dieses lexikalische Material verwendet.

Es gibt seit einigen Jahren auch Versuche der sprachlichen Aufwertung: Wenn bei einer Personenbezeichnung schon ein einzelnes Merkmal als Benennungsmotiv ausgewählt werden muss, versucht man gerade im wirtschaftlichen Kontext mittlerweile, ein positives Charakteristikum zu nutzen. So ist bei älteren Beratern von »Seniorexperten« die Rede (das Wissen steht im Mittelpunkt der Benennung), in der Werbesprache findet man Bildungen wie »Master Consumer«, »Silver Ager«, »Best Ager« (vgl. Krüger 2016: 336) oder »Generation Gold« (vgl. Kramer 2010: 108). Hier fokussiert man nicht Defizite, sondern den besonderen Wert, den ältere Konsumenten für die Wirtschaft haben können. Generell scheint derzeit die Bezeichnung »Senioren/Seniorinnen« bevorzugt zu werden. Es ist nicht per se ein positives Wort, aber Kookkurrenzanalysen haben gezeigt, dass mit »Senioren« offenbar attraktivere Eigenschaften assoziiert werden als z.B. mit den »Greisen« (vgl. Fiehler/Fitzner 2012: 309, 331).

Bezeichnungspraxen sind abhängig vom thematischen Kontext und der Zeit der Verwendung. Zu unterschiedlichen Zeitpunkten (und damit unter verschiedenen sozialen, wirtschaftlichen und kulturellen Rahmenbedingungen) sowie in unterschiedlichen thematischen Teildiskursen des Altersdiskurses lassen sich unterschiedliche Personenbezeichnungen für Menschen im höheren Lebensalter finden, die wiederum Indiz und Faktor für Altersbilder sind. Auf diese Bezeichnungspraxen in thematischen Kontexten und zu verschiedenen Zeitpunkten wird einzugehen sein.

2. Prädikationen sind Zuschreibungen von Eigenschaften; sie werden sprachlich realisiert durch verschiedene Formen der Nomination, die ich bereits erwähnt habe, aber auch z.B. durch Attribute, Kollokationen, Vergleiche, Metaphern und Metonymien (vgl. Reisigl 2017: 92). Prädikationen sind also nicht völlig trennscharf von Nominationen abgrenzbar, da die Bezeichnung dem Denotat natürlich auch eine Eigenschaft zuweist bzw. diejenigen Personen, die mit bestimmten Wörtern bezeichnet werden, zu bestimmten Kategorien zusammengefasst werden, denen auch Eigenschaften zugewiesen werden. Im Mittelpunkt sollen bei Prädikationen hier allerdings die sprachlichen Phänomene stehen, die das Bezeichnete mehr oder weniger explizit verbinden mit einer Eigenschaft: Attribute, Metaphern und Vergleiche.

Attribute sind nicht-selbständige nähere Bestimmungen von Satzgliedern (vgl. Bußmann 2002: 103). Sie »charakterisieren Personen oder Sachverhalte hinsichtlich bestimmter Merkmale« (ebd.). Im Mittelpunkt stehen hier adjektivische Attribute.

Metaphern werden nach der kognitiven Metaphertheorie von Lakoff und Johnson (1980) nicht als Sprachschmuck gesehen, der ebenso gut weggelassen werden könnte, sondern als kognitive Phänomene; Phänomene des Denkens, die ihren Ausdruck in der Sprache finden. Lakoff und Johnson gehen davon aus, dass eine sprachliche Metapher auf einer konzeptuellen Metapher, einer dahinterstehenden »Denk-Metapher«, beruht. Diese konzeptuelle Metapher besteht darin, dass in ihr ein Denkbereich (Ursprungsbereich) auf einen anderen Denkbereich (Zielbereich) projiziert wird. Dem Zielbereich werden Eigenschaften zugeordnet, die auch dem Ursprungsbereich eigen sind. Diese werden im Zielbereich hervorgehoben, andere unterdrückt (vgl. Jäkel 1997: 21ff.). Die Projektion basiert auf wahrgenommenen oder unterstellten Ähnlichkeiten zwischen den Bereichen. Nur die wichtigsten, prototypischen Eigenschaften des Ursprungsbereichs werden auf den Zielbereich übertragen. Interessant sind für den vorliegenden Gegenstand natürlich vor allem Zielbereiche wie Menschen im höheren Lebensalter bzw. das Alter als Phänomen an sich. Die Metapher, die immer auch eine Persuasions- bzw. Evaluationsfunktion haben kann, bietet damit eine gute Möglichkeit, eine bestimmte Sicht- oder Denkweise auf das Alter nahezulegen. Die Metapher hat somit »interpretativen und realitätskonstituierenden Charakter« (Wengeler 2005: 45).

In Vergleichen existiert eine auch an der Sprachoberfläche explizite Verbindung zweier Denkbereiche, ausgedrückt durch die Vergleichspartikel »wie«: Etwas ist wie etwas anderes, eine Ähnlichkeit der Eigenschaften zweier Denkbereiche wird behauptet (anders als bei einer Metapher, bei der eine Identität zweier Denkbereiche behauptet wird). Aufschlussreich sind die Denkbereiche, die mit Alter bzw. mit alten Menschen in Verbindung gebracht werden.

Attribute, Metaphern und Vergleiche sind wiederum abhängig vom thematischen Kontext und der Zeit der Verwendung, auch das werde ich an Beispielen aus den Teildiskursen »Pflege« und »Zielgruppe« demonstrieren. Es gibt aber auch Traditionen des Sprechens, habitualisierte sprachliche Eigenschaftszuschreibungen in festen Wendungen (Phraseologismen und Sprichwörtern). Darin zeigen sich feste Zuschreibungen, sie haben allerdings eine Variabilität im Gebrauch, d.h. bestimmte Phraseologismen und Sprichwörter werden nicht mehr verwendet oder werden eben verwendet, weil sie als angemessen, passend etc. gelten. Auch über diese festen Prädikationen zum Alter in Phraseologismen und Sprichwörtern wird etwas zu sagen sein.

## 4. Mediale Diskurse des Alters: Nominationen und Prädikationen in den thematischen Teildiskursen »Pflege« und »Zielgruppe«

### 4.1 *Nominationen*

Da es mir hier um die Nominationen geht, verzichte ich auf die Darstellung der inhaltlichen Aussagen innerhalb der medialen Teildiskurse und ihre Entwicklung über die Zeit (vgl. dazu Krüger 2016: 158ff., 279ff.). Im Mittelpunkt stehen stattdessen die Altersbilder in den beiden Teildiskursen, für die die Nominationen Indikator und Faktor sind.

Im thematischen Teildiskurs »Pflege« wird fast ausschließlich ein Bild von Hilflosigkeit und Kindlichkeit im Alter gezeichnet. Die Menschen, von denen in den Texten dieses Teildiskurses die Rede ist, erscheinen als gesellschaftliche Außenseiter, als Opfer eines defizitären Gesundheitssystems und als Last für andere. So zeigen sich in den Nominationen die Benennungsmotive Krankheit oder Defizit: Es ist von »Pflegebedürftigen« die Rede, von »Gebrechlichen«, »Bettlägerigen«, zunehmend aber auch von »Dementen«. In dem Zusammenhang ist es interessant, dass sich für den fachwissenschaftlichen Diskurs »im Zusammenhang mit Demenz ein reflektierter Sprachgebrauch ab[zeichnet], bei dem eher von ›Menschen mit Demenz‹ als von ›Dementen‹ gesprochen wird« (BMFSFJ 2010: 185). Dadurch wird eine offensichtliche Gleichsetzung der bezeichneten Person mit einer (von vielen) Eigenschaft(en) (als »Demente«) vermieden und der Mensch wird stärker in den Vordergrund gerückt. Im Allgemeinen werden von Adjektiven abgeleitete Substantive, z.B. eben »Demente«, als diskriminierender und abwertender empfunden als Nominalphrasen mit einer unspezifischen Personenbezeichnung im Kern (z.B. »Mensch«) und der stigmatisierten Eigenschaft als Ergänzung (Germann 2007: 29). Dieser reflektierte Sprachgebrauch ist allerdings nicht Teil des öffentlichen, nicht-wissenschaftlichen Diskurses. Auch Bezeichnungen mit Diminutivsuffixen wie -chen oder -i (»Leutchen«, »Mütterchen«, »Omi«) finden sich. Ein Diminutivsuffix kann eine enge emotionale Bindung ausdrücken (was bei Menschen, mit denen man nicht verwandt oder befreundet ist, wohl eher selten ist), kann aber auch die Unwichtigkeit von etwas ausdrücken: »[D]iminutives can bring with them positive as well as negative evaluations based on conceptual associations of small size with cuteness/care or insignificance« (Finkbeiner et al. 2016: 3). Ebenso sind Bezeichnungen mit dem oftmals als abwertend empfundenen Suffix -ling, wie »Schützling« oder »Pflebling«, zu finden. Das Bild von unterlegenen, hilflosen Menschen wird unterstützt durch Bezeichnungen wie »Schutzbefohlene« oder »Pflegebefohlene«.

Im Pflegediskurs geht es besonders häufig um ältere Menschen, die in Pflegeeinrichtungen leben. Sehr aufschlussreich für unser Bild von diesen Menschen sind die Bezeichnungen, die für sie gewählt werden. Die Sprachwissenschaftlerin Svenja Sachweh, die sich als eine der ersten im deutschsprachigen Raum mit Kommunikation in Seniorenheimen befasst hat, fasst dazu prägnant zusammen: »Die Sprache legt offen, wie der betreute Mensch gesehen wird« (Sachweh 2006: 48). Es gab im Lauf der letzten Dekaden verschiedene Pflegekonzepte, die immer auch mit veränderten Bezeichnungen für die Menschen in Pflegeeinrichtungen einhergingen. Diese Bezeichnungen finden sich durchaus auch im nicht-wissenschaftlichen Pflegediskurs. So existiert in den Texten der 1950er Jahre noch die Bezeichnung »Insasse«, die eine Nähe der Pflegeeinrichtungen zu Gefängnissen nahelegt, in den beiden Dekaden danach wird die Bezeichnung »Patient« wichtiger, die mit dem Leitbild des Krankenhauses korrespondiert. Zur Klärung: In den Texten ist von Pflegeeinrichtungen die Rede, nicht von Krankenhäusern, dennoch wird von »Patienten« in Pflegeeinrichtungen gesprochen. Damit bilden das Kranksein und das (passive) Behandelt-werden-müssen das Benennungsmotiv. In den Texten der 1980er Jahre findet sich stattdessen vermehrt die Bezeichnung »Bewohner«. Diese Bezeichnung gehört zu einem Konzept, in dem die Pflegeeinrichtungen nicht mehr nach dem Vorbild des Krankenhauses gestaltet werden sollten; das Wohnen ist das Benennungsmotiv, eventuelle Krankheiten stehen nicht mehr im Vordergrund. »Bewohner« fokussiert natürlich auch nichts Defizitäres mehr, ist ausgesprochen neutral; wir sind schließlich alle »Bewohner« – unserer Wohnung oder unseres Hauses. Neue Bezeichnungsvorschläge aus dem fachwissenschaftlichen Diskurs wie »Kunden« oder »Gäste« hatten sich zum Zeitpunkt meiner Untersuchung im nicht-wissenschaftlichen Pflegediskurs nicht durchgesetzt. Mit solchen Bezeichnungen würden natürlich auch andere Aspekte in den Mittelpunkt gerückt, was vielleicht teilweise nicht gewünscht ist oder nicht der empfundenen Realität entspricht (so z.B. der betriebswirtschaftliche Aspekt bei »Kunden« oder der zeitlich begrenzte Aufenthalt bei »Gästen«).

Abgesehen von den spezifischen Bezeichnungen für ältere Menschen in Pflegeeinrichtungen ist es interessant, dass im thematischen Teildiskurs »Pflege« vor allem auf Nominationsmittel zurückgegriffen wird, die im thematischen Teildiskurs »Zielgruppe« beispielsweise als zunehmend problematisch gelten: »die Alten« bzw. als Nominalgruppe »alte...« (z.B. »alte Menschen«). Verschiedene Sprachwissenschaftler:innen (z.B. Undine Kramer oder Sibylle Germann) haben durch Analysen zahlreicher Korpora zeigen können, dass mit dem Adjektiv »alt« eher negative Wertungen verbunden sind – nicht in allen Kontexten, aber offenbar stark, wenn sich das Adjektiv auf Menschen bezieht (vgl. z.B. Kramer 1998), und das gilt auch für das abgeleitete Substantiv »die Alten«

(vgl. Germann 2007: 152). In einem Teildiskurs, in dem Menschen im höheren Lebensalter als hilflos, unselbständig, belastend und generell als Problemfälle erscheinen, ist es offenbar unproblematisch, auf das Wortfeld »alt« zurückzugreifen – das ist im Teildiskurs »Zielgruppe«, in dem es vor allem ab den 1980er Jahren stark darum geht, wie wichtig Menschen im höheren Lebensalter für die Wirtschaft und wie attraktiv sie als Konsumenten sind, anders. Ebenfalls anders als im Teildiskurs »Zielgruppe« finden sich die Bezeichnungsmöglichkeiten »Ältere«/»ältere Menschen« und »Senioren« im Teildiskurs »Pflege« weniger. Dafür gibt es zwei Erklärungsansätze: Einerseits kann man argumentieren, dass diese Bezeichnungen auf eine vergleichsweise jüngere Altersgruppe unter den Menschen im höheren Lebensalter referieren – und um die geht es im Allgemeinen im Teildiskurs »Pflege« nicht. Andererseits gibt es auch die Beobachtung, dass die Nominierungen »Senioren« und »Ältere« mehr und mehr die Bezeichnung »die Alten« ersetzen und nicht auf eine spezielle eingegrenzte Gruppe referieren (vgl. Germann 2007: 189). Dann müssten diese Bezeichnungen ebenso häufig im Teildiskurs »Pflege« vorkommen wie in anderen, was aber nicht der Fall ist. Dies legt nahe, dass diese Bezeichnungen im Gegensatz zu »die Alten« oder »Greise« eher positive Konnotationen aufweisen, was nicht zu den hauptsächlichen Textaussagen im Teildiskurs »Pflege« passt.

Wie bereits angedeutet, sieht die Nominationspraxis im Teildiskurs »Zielgruppe« ganz anders aus. Das trifft auch auf die Altersbilder zu, die darin eröffnet werden. In Bezug auf ältere Menschen als wirtschaftliche Zielgruppe kann man sagen, dass sie ab den 1980er Jahren in den untersuchten Texten als enorm wichtige Konsumentengruppe dargestellt werden. Davor gab es durchaus noch die Darstellung als Bedürftige, d.h. Menschen, die keine große Kaufkraft und damit keine große Attraktivität für die Wirtschaft besitzen. Die Nominierungen reflektieren diese Entwicklung: Es gibt ab den 1980er Jahren Benennungen, die offensichtlich aus der Werbesprache übernommen wurden, und die positive Wertungen bzw. das Konsumieren fokussieren, darunter »Best Ager« oder »Master Consumer«. Außerdem lässt sich eine Zunahme an Nominations-Konstruktionen wie »Generation + numerisches Alter + plus« oder »Zielgruppe + numerisches Alter + plus« verzeichnen. Diese scheinen zwei Vorteile zu haben: Zum einen kann das gerade im Kontext der wirtschaftlichen Zielgruppe schwierige Wortfeld um das Adjektiv »alt« herum vermieden werden, zum anderen lässt die Angabe des numerischen Alters trotzdem keinen Zweifel darüber zu, um wen es geht. Diese Vermeidungsstrategie des Wortfeldes um »alt« ist gerade in Werbetexten von verschiedenen Forschenden wiederholt festgestellt worden (vgl. z.B. Thimm 1998: 122). Der Rückgriff auf Euphemismen (z.B. Cremes für »reife Haut«, nicht für »alte Haut«) ist hier evident (z.B. ebd.: 124; Neuland 2015: 379). Darüber hinaus zeigt sich im Teildiskurs »Zielgruppe« deutlicher als beispielsweise

im Teildiskurs »Pflege« die Tendenz zu abmildernden Nominationen wie »Ältere« oder »Senioren« statt »die Alten«. Bei den »Älteren« steigert der Komparativ in diesem Fall die Wortbedeutung nicht, sondern schwächt sie ab; so ist eine »ältere Frau« keineswegs älter als eine »alte Frau«, sondern erscheint im Gegenteil jünger (absoluter Komparativ).

Im Teildiskurs »Zielgruppe« geht es auch um Ältere als spezielle politische Zielgruppe. Eine Wahlentscheidung für eine Partei allein aufgrund der Zugehörigkeit zu einer bestimmten Altersgruppe ist sehr unwahrscheinlich, es gehören in der Regel mehrere Faktoren dazu. Dennoch gibt es im öffentlichen, nicht-wissenschaftlichen Altersdiskurs eine Unterstellung genau dieses Zusammenhangs. In den Altersbildern dieses Kontextes zeigen sich deutlich gesellschaftliche Veränderungen der letzten Dekaden: Ältere Wähler werden in den Texten der 1950er und 1960er Jahre nicht recht ernst genommen; sie (und das gilt vor allem für ältere Frauen) erscheinen in diesen Texten als ungebildet, naiv und passiv. Die Texte der 1970er Jahre thematisieren mit eher positiver Bewertung die Tendenz, im Alter selbst politisch aktiv zu werden, sich einzumischen und zu engagieren. Eine diskriminierte Gruppe – so der Tenor in vielen Texten – emanzipiert sich selbst und wird aktiv. Ab den 1980er Jahren kippt die Bewertung extrem: Da beginnt sich das Bild abzuzeichnen, das in den 1990er und 2000er Jahren bestehen bleiben wird, das Bild der mächtigen Älteren, die unverantwortlich und egoistisch handeln und die Jüngeren ausbeuten, indem sie eigennützige politische Forderungen stellen, während die Politiker den Älteren aus Angst vor ihrer schieren Masse nachgeben. Dieses Bild wird vor allem durch sprachliche Bilder und Attribute vermittelt, weniger durch besondere Nominationen.

## 4.2 Prädikationen

### 4.2.1 Attribute

Einer sozialen Kategorie können über Attribute explizit Eigenschaften zugeschrieben werden. Besonders deutlich ist dies bei Adjektivattributen, die sich auf ein Substantiv beziehen und dieses genauer bestimmen. Für den Teildiskurs »Pflege« habe ich die verwendeten Adjektivattribute zum Substantiv »die Alten« (in diesem Teildiskurs die wichtigste Nominierung für Menschen im höheren Lebensalter) analysiert und festgestellt, dass es mehr negative als neutrale oder positive Attribute gibt, z.B. »traurige Alte«, »hilflose Alte«, »kranke oder hilfsbedürftige Alte«, »die vernachlässigten, vergessenen Alten« (vgl. Krüger 2016: 183). Das unterstützt die These von tendenziell negativen Wertungen, die mit »alt« und seiner Substantivierung verbunden sind, und das unterstützt natürlich

das eher negative Altersbild, das in diesem Teildiskurs gezeichnet wird. Ähnlich sieht es aus, wenn man untersucht, mit welchen anderen Attributen das Adjektiv »alt« zusammen auftritt: Es sind sehr viel mehr negative (z.B. »verwirrte alte Menschen«, »alte, kranke Menschen«, »hin-fällige alte Menschen«) als positive Attribute (z.B. »selbstbewusste alte Damen«) anzutreffen (vgl. ebd.: 184f.). Eine solche Verteilung der Attribute ist für diesen Teildiskurs weitgehend erwartbar.

Interessanter sind die Attribute im Teildiskurs »Zielgruppe«, zumal sich diese darin über die Zeit auch verändert haben. Wenn es in den Texten um Ältere als wirtschaftliche Zielgruppe geht, kann man feststellen, dass ab den 1980er Jahren die Attribute positiver werden; insbesondere die Wortgruppen »die jungen Alten« oder »die neuen Alten« werden ab dieser Zeit in diesem Teildiskurs häufig verwendet – so häufig, dass sie zu Kollokationen, zu relativ festen Wortverbindungen, geworden sind. Im Teildiskursbereich »Ältere als politische Zielgruppe« lassen sich die Veränderungen in den Bildern von Älteren geradezu exemplarisch an den Attributen für die Bezeichnung »Senioren« ablesen. Senioren, die sich politisch engagieren, bekommen in den Texten der 1970er Jahre noch die Attribute »streitlustig« und »kampfesfreudig« (vgl. ebd.: 305). In den Texten der 2000er Jahre ist stattdessen von »zornigen« Senioren die Rede, die irrationale, gierige, verantwortungslose Forderungen an Politiker stellen (vgl. ebd.). Diese Senioren sind nicht mehr »streitlustig«, sondern »zornig«, d.h. »voller Zorn«. Sie sind nicht mehr »bereit, sich mit jmdm. zu streiten« (Duden 2007: 1632), es geht also nicht mehr um Auseinandersetzungen und Aushandlungen, sondern nur um die Äußerung eines »heftige[n], leidenschaftliche[n] Unwille[ns]« (ebd.: 1984).

#### 4.2.2 Metaphern und Vergleiche

Die dominierende Frage ist hier, welche anderen Denkbereiche auf den Denkbereich »Alter« oder »alte Menschen« projiziert werden bzw., bei Vergleichen, welche Denkbereiche miteinander in Verbindung gebracht werden. Generell als typisch für das öffentliche Sprechen über Alter gelten Metaphern, bei denen Naturereignisse bzw. -katastrophen auf die Gruppe der älteren Menschen projiziert werden. Das Ergebnis sind sprachliche Metaphern wie »Rentnerschwemme«, »Seniorenlawine« oder »Rentnerwelle«. Hier werden dem Zielbereich ältere Menschen Eigenschaften zugewiesen wie »große Masse« und »bedrohlich« bzw. »gefährlich«. Diese Metaphorik evoziert »ein unterschwelliges Bedrohungsgefühl und enthumanisiert gleichzeitig die Gruppe der Älteren« (Kramer 2010: 107).

In speziellen thematischen Kontexten wie dem Pflegediskurs weisen die Metaphern Älteren häufig ähnlich negative Eigenschaften zu.

Insgesamt gesehen ist ja das Altersbild im Pflegediskurs, das sich über die verwendeten sprachlichen Bilder vermittelt, das der schutz- und hilfebedürftigen Älteren, der hilflosen Opfer entweder einer undurchsichtigen Bürokratie oder einer unmenschlichen, z.T. sogar tödlichen Pflege. So werden Ältere als Kinder metaphorisch konzeptualisiert: »Alte werden zu Babys« (Klee 1978: 51), »Krabbelstuben für Senioren« (Heinrich 2009: 39). Zu finden ist aber auch eine Konzeptualisierung als Gegenstände: »in ein Altersheim gesteckt werden« (o.V. 1969: 57), »Patienten in Heime zu schaffen« (Schöps/Foerster 1988: 104), »ein älterer Herr ist beim Spazierengehen abhandengekommen« (o.V. 1978: 83), »danach werden sie wieder in die Betten verfrachtet« (Luyken 1988: 70), »Bewohner werden von zwei Mitarbeitern eingesammelt« (o.V. 1988: 116). Ebenso konzeptualisiert man Ältere als Last: »mit Hochbetagten bereits hoffnungslos überlastet« (Hardenberg 1998: 59), »weil sie eine Last sind« (o.V. 1998a: 60). Schließlich ist auch eine Konzeptualisierung als Müll evident: »das ist das alltägliche Elend in den abgeschiedenen Endlagerstätten, wo die Gesellschaft ihre Alt-Last verwahrt« (Schöps/Foerster 1988: 105).

Die Konzeptualisierung pflegebedürftiger Älterer als Häftlinge oder Gefangene bildet den Höhepunkt der Negativbewertung von (institutionalisierter) Pflege durch sprachliche Bilder: »Insassen« (Spiewak 1999: 66), »rund 80 Prozent der knapp zehn Millionen Bundesbürger über 65 Jahre leben in Freiheit« (Schöps/Foerster 1988: 107), »[i]n einer halben Stunde formlosen Plaudern verurteilen ein Doktor und ihre Familie sie zu lebenslanger Haft in den Siechhäusern des staatlichen Gesundheitsdienstes« (Luyken 1988: 70). Mit der Konzeptualisierung Älterer als Gefangene ist die Konzeptualisierung von Pflegeeinrichtungen als Gefängnisse verbunden, die ebenfalls mit den obigen metaphorischen Ausdrücken versprachlicht wird (vgl. Krüger 2016: 216ff.). Dabei muss selbstverständlich berücksichtigt werden, dass Pflege in der medialen Öffentlichkeit in der Regel dann thematisiert wird, wenn sie in irgendeiner Form problematisch ist, nicht funktioniert, es kriminelle Einzelfälle gibt etc. Die Texte kritisieren dann natürlich die Zustände, was die drastischen Metaphern und Vergleiche vielleicht ein Stück weit erklären kann.

Im Teildiskurs »Zielgruppe« dominiert ab den 1980er Jahren eine Betrachtung Älterer als wichtige Kunden, die verschiedene Unternehmen für sich gewinnen wollen. Das verdeutlichen auch die Metaphern, die Älteren besonders die Eigenschaft »wertvoll« zuweisen. Besonders die sprachlichen Manifestationen der metaphorischen Konzeptualisierung Älterer als Edelmetalle schlagen in diese Kerbe: So werden ältere Kunden als »Goldader« (Zundel 1988: 79), als »die Silbernen« (Schmundt 2009: 116) oder als »silbergraue Marktmacht« (Müller 2008: 90) bezeichnet. Bei den letzteren beiden Beispielen könnte man auch von Metonymien sprechen, da sie sich auf die typische Haarfarbe Älterer beziehen

könnten und die Haarfarbe für die Menschen selbst steht. Die zunehmende Wertschätzung Älterer als finanzstarke Kunden manifestiert sich auch in einer Kampfmetaphorik: Der Versuch, eine ältere Zielgruppe zu erreichen, wird als Kampf metaphorisch konzeptualisiert, z.B. werden Rentner »längst aggressiv umkämpft« (o.V. 1998b: 102).

Wenn es um Ältere als politische Zielgruppe geht, dominiert ab den 1980er Jahren die Last- und die Kampfmetaphorik. Dabei treten Ältere als Last für Jüngere auf: »welche Belastungen die erwerbsfähige Generation schultert« (Kurbjuweit et al. 2008: 20), »mit kosmetischen Korrekturen an der Rentenformel zu Lasten der jüngeren Generation« (Hahne 2008: 25), »dass dies ein übler Deal zu Lasten der Jungen sei« (Kurbjuweit 2009: 70). Ebenso werden sie als Angreifende in einem Kampf der Generationen konzeptualisiert: z.B. »[d]ie rot-grünen Reformjahre waren der letzte Versuch der Jungen und Jungführenden, die Lasten gerechter zu verteilen. Nun kommt der Gegenschlag« (Kurbjuweit et al. 2008: 21), »[d]er Mann will anonym bleiben. Man weiß ja nicht, wozu zornige Senioren in der Lage sind. Jens Spahn, der Mann, der mit wütenden Mails bombardiert wurde, hat sich vorgenommen, nichts mehr gegen die Rentenerhöhung zu sagen. Er gibt klein bei. Noch ein Sieg für die Alten« (ebd.), »[d]er CDU-Bundestagsabgeordnete kennt Senioren nicht als edle Alte, er kennt sie als bestens organisierte politische Kampfeinheit. In vermintem politischem Terrain verfolgt diese jeden erbarmungslos, der es wagt, den Pfad der Wahrheit zu betreten« (Dausend 2008: 14).

#### 4.2.3 Phraseologismen

Phraseologismen sind einerseits gute Indizien für Altersbilder in der Sprache, für sprachlich konservierte Vorstellungen von Alter, da sie »als zusammenhängend gelernte Bestandteile des Sprachschatzes vom mentalen Lexikon zumeist unreflektiert abgerufen werden« (Balsliemke 2015: 392). Andererseits können sie diese Vorstellungen auch wieder hervorrufen, wenn sie eingesetzt werden. Hier gilt also im Grunde dasselbe wie bei einzelnen Wörtern, was insofern nachvollziehbar ist, als es sich sprachwissenschaftlich gesehen um Einheiten des Wortschatzes, der Lexik, handelt, von üblichen Einwortlexemen nur dadurch abgegrenzt, dass es sich um mehrere Wörter handelt. Phraseologismen sind demnach so genannte Wortgruppenlexeme.

Ein großer Teil der Phraseologismen ist Teil der europäischen Überlieferungstradition, der Einfluss der griechischen und römischen Antike zeigt sich, der Einfluss der Bibel, des Mittelalters und der Reformationszeit; viele Phraseologismen haben also eine jahrhundertealte Tradition. Phraseologismen sind gewissermaßen die Konserven der Sprache, in denen Vorstellungen zu verschiedenen Aspekten zu uns in die Gegenwart

weitergereicht werden. Das können auch Vorstellungen sein, die wir heutzutage ablehnen. Dann werden diese Phraseologismen oftmals nicht weiterverwendet (das kann reflektiert oder relativ intuitiv geschehen) und sie gehen als Phraseologismen verloren. Das Verschwinden von Phraseologismen hängt natürlich von den Sprechern ab; sie verwenden sie vielleicht nicht mehr, weil sie sie nicht mehr für wichtig erachten oder weil sie Vorstellungen vermitteln, die als nicht mehr erwünscht oder als ablehnenswert gesehen werden. Phraseologismen sind also zeit- und kulturabhängig. Sie können als »Kulturzeichen« (Lüger 1999: 57) verstanden werden, was bedeutet, dass »phraseologische Ausdrücke als Reflex gesellschaftlicher Erfahrungen [gelten], sie geben in komprimierter Form Werthaltungen und Deutungssysteme einer Sprachgemeinschaft wieder« (ebd.: 58). Zeit- und kulturspezifische Vorstellungen, auch stereotyper Natur, können in ihnen transportiert werden. »It has been observed that different kinds of cultural phenomena can have linguistic consequences. Phrasemes tend to absorb and accumulate cultural elements; permanent use of the phrasemes hands these elements down and includes them into the cultural memory« (Piirainen 2007: 217).

Auch Altersbilder werden über Phraseologismen tradiert und weiterverbreitet – oder eben nicht mehr, wenn der entsprechende Phraseologismus nicht mehr verwendet wird. Betrachtet man Phraseologismen, die die Komponente »alt« enthalten, werden die Eigenschaftszuschreibungen deutlich: »alt aussehen« bedeutet »einen schwachen/schlechten Eindruck machen« (Duden 2013: 40) oder »im Nachteil sein« (ebd.), »ein alter Hut« ist ein Phraseologismus, der Bekanntes negativ bewertet (vgl. ebd.: 374), »Ein alter Mann/eine alte Frau ist kein D-Zug« bedeutet »langsam sein, nicht schneller können« (vgl. ebd.: 173), »zum alten Eisen gehören« meint so viel wie »kaputt sein, unbrauchbar sein, ausgedient haben« (vgl. ebd.: 185). Daneben existieren Phraseologismen mit »alt«, die tendenziell auch etwas Positives transportieren: »ein alter Hase sein« (»Erfahrung haben«, »sich auskennen« (ebd.: 327)), »alte Schule sein« (»althergebrachte Tugenden verkörpern« (vgl. ebd.: 397)) oder auch »alter Junge«, »altes Haus« als Ausdruck von Freundschaft oder Vertrautheit (vgl. Balsliemke 2015: 393).

Zur Phraseologie im weitesten Sinne werden auch die Sprichwörter gerechnet. Sprichwörter haben per definitionem eine lange Tradition, in ihnen werden also schon lange bestehende stereotype Ansichten zum Alter kommuniziert und weitergegeben. Sprichwörter werden seit einiger Zeit als Reflexe der Kultur- oder Mentalitätsgeschichte einer Gesellschaft gesehen: »Proverbs do, at least to a degree, reflect the attitudes or worldview (mentality) of various social classes at different periods« (Mieder 2007: 401). So nutzt beispielsweise die Sozialgeschichtsschreibung Sprichwörter als Indizien für die Werte einer (historischen) Gesellschaft (Schenda 1972: 60ff.; Prah/Schroeter 1996: 39). Dabei darf allerdings

nicht übersehen werden, dass Sprichwörter natürlich von Menschen geprägt und weiterverbreitet werden und ihre Propositionen von der menschlichen Wahrnehmung abhängig sind: »Proverbs provide a perspective, a ›seeing as‹ or way of construing« (Honeck 1980: 132). Dementsprechend finden sich in Sprichwörtern durchaus auch Vorstellungen wieder, die »man aus heutiger Sicht wohl nur als überholt oder haarsträubend beurteilen wird« (Lüger 1999: 59). Insofern ist es wichtig, ein gern aufgebrachtes Charakteristikum von Sprichwörtern kritisch zu sehen, nämlich ihre angebliche Lehrhaftigkeit: die Idee, dass Sprichwörter belehren würden, Anleitungen zu »richtigem« Handeln geben würden. Das ist ziemlich fragwürdig. »Sprichwörter belehren eben nicht, welche Werte und Überzeugungen hochgehalten werden sollen, sondern bilden lediglich ab, welche Werte und Überzeugungen in einer Gesellschaft bereits wichtig sind, so wichtig, dass sie in Sprichwörtern festgehalten werden« (Krüger 2009: 40). Sprichwörter können als »Formulierungen von Überzeugungen, Werten und Normen gelten, die in einer bestimmten Kultur und Zeit soziale Geltung beanspruchen« (Burger 2015: 107).

»Wenn man feststellt, welche Sprichworteinheiten den Mitgliedern einer Sprachgemeinschaft allgemein bekannt sind, kann man auch konstatieren, daß die Situationen, die in diesen Sprichwörtern versprachlicht werden, im Bewußtsein der jeweiligen Sprechergermeinschaft eine besondere Rolle spielen. Einerseits ist anzunehmen, daß sich diese Situationen oft ereignen, und andererseits, daß Situationen oft in der durch die Sprichwortsituation vorgegebenen Weise interpretiert werden. [...] Die Zeichen existieren, weil sie etwas ausdrücken, was scheinbar in der Realität auftritt, und die Realität wird in der Art und Weise interpretiert, wie sie im System der Sprache, hier den Sprichwörtern, vorgegeben ist« (Schindler 1994: 225).

Man kann Sprichwörter also als Deutungsmodelle, Interpretations- oder Wertungsmodelle für Situationen sehen. Die aktuelle Situation wird nach einem schon angeeigneten Raster (der Proposition des Sprichwortes) strukturiert und bewertet. Man kann in ihnen feststellen, was in einer Sprachgemeinschaft als relevant gesehen wird und wie solche relevanten Situationen bewertet werden. Existieren in einer Sprachgemeinschaft viele Sprichwörter, die das Alter(n) thematisieren, kann das als Indiz dafür gelesen werden, dass das Altern oder Menschen in höherem Lebensalter zentral im kommunikativen Haushalt einer Gesellschaft verankert sind bzw. dass es zahlreiche Situationen gibt, in denen diese Aspekte relevant sind und Altern oder dem Sprecher real begegnende ältere Menschen auf der Grundlage der in den Sprichwörtern präsenten Zuschreibungen wahrgenommen und beurteilt werden (vgl. Krüger 2009: 40).

Eine systematische Auswertung der größten Sprichwortsammlungen aus fünf Jahrhunderten ergab, dass in Sprichwörtern Älteren zahlreiche negative Eigenschaften zugewiesen werden und die transportierten

Vorstellungen vor allem dem Defizitmodell des Alters entsprechen: Gebrechlichkeit (z.B. »Die Jahre biegen den stärksten Mann«, »Zehn alte Weiber, elf Krankheiten«), Wehrlosigkeit und deshalb Verachtung durch andere (»Alten Wolf verspotten die Hunde«), Abbau der geistigen Kräfte (»Der Verstand kommt mit den Jahren und geht mit den Jahren«), Starrsinn oder mangelnde Lernfähigkeit (z.B. »Was Hänschen nicht lernt, lernt Hans nimmermehr«, »Alte Bäume lassen sich nicht biegen«, »Ein alter Baum ist schwer zu verpflanzen«).

Ein wichtiges Thema in Sprichwörtern ist das altersangemessene Verhalten. Kritik trifft dabei diejenigen Älteren, die nicht bereit sind, sich still und demütig »in ihr Alter zu fügen«, die als närrisch, verrückt, wunderbarlich gesehenen Älteren (»Scherze stehen der Jugend an, aber nicht dem alten Mann«, »Alter schützt vor Torheit nicht«, »Ein grauer Kopf schützt nicht vor einem närrischen Arsch«). Zum altersunangemessenen Verhalten gehört in den Sprichwörtern auch das Verlieben im Alter (z.B. »Verliebt sein in der Jugend ist blühen, aber Narrwerden im Alter«, »Wer als Greis zum Altar geht, wird ein närrisch Kind zu spät«) (vgl. Krüger 2009). Letztere Kategorie zeigt, dass es seit vielen Jahrhunderten soziale Normen gibt, von denen erwartet wird, dass Ältere sie einhalten. Insbesondere sich im Alter noch einmal zu verlieben, gilt seit langer Zeit als geradezu skandalös und lächerlich.

Zu den wenigen positiven Eigenschaften, die in relativ zahlreichen Sprichwörtern von alten Menschen behauptet werden, zählt Weisheit (z.B. »Alte Fuhrleute sind gute Wegweiser«, »Jahre lehren mehr als Bücher«, »Die Alten zum Rat, die Jungen zur Tat«) bzw. Wissen oder Können aus Erfahrung (»Alte Ochsen machen gerade Furchen«, »Alter Fuchs kommt nicht ins Garn«). Auch eine Aufforderung zur Ehrung Älterer lässt sich in einigen Sprichwörtern finden: »Das Alter soll man ehren«, »Vor dem Baum, der Schatten wirft, soll man sich neigen« (vgl. ebd.). Natürlich muss man bei Sprichwörtern konstatieren, dass viele von ihnen heute gar nicht mehr bekannt sind. Das betrifft aber nicht nur die Alters-Sprichwörter, sondern alle. Das parömiologische Minimum, d.h. die Sprichwörter, die der Mehrheit der Sprachgemeinschaft bekannt sind, ist vergleichsweise gering, ca. 50-60 Sprichwörter insgesamt (vgl. Burger 2015: 123ff.). Dennoch bieten sie einen Einblick in durch solch feste Form vermittelte Vorstellungen von Alter.

## 5. Schluss

Für die Untersuchung von Altersbildern im Sinne kollektiver Deutungsmuster von Alter ist die Betrachtung der sprachlichen Mittel, durch die diese Deutungen transportiert werden, essenziell. Unter einem

diskurslinguistischen Dach lassen sich zahlreiche sprachliche Phänomene mit ihren entsprechenden Analysemöglichkeiten versammeln. Nominationen (Bezeichnungen) und Prädikationen (Metaphern, Vergleiche, Attribute, Phraseologismen sowie Sprichwörter) vermitteln Perspektiven aufs höhere Lebensalter bzw. entsprechende Eigenschaftszuschreibungen. In medialen, nicht-wissenschaftlichen Diskursen zu den Themen »Ältere Menschen als Zielgruppe« und »Pflege im Alter« zeigen sich sprachlich sehr unterschiedliche Deutungsmuster von Alter, die sich über die betrachtete Zeit auch noch verändern. Obwohl sich im Teildiskurs »Pflege« seit den 1980er Jahren neutralere Bezeichnungen für ältere Menschen in Pflegeeinrichtungen durchgesetzt haben, dominiert bei den anderen betrachteten sprachlichen Mitteln nach wie vor eine negative Wertung. Im Teildiskurs »Zielgruppe« erscheinen ältere Menschen ab den 1980er Jahren als eine durch Wirtschaft und Politik umworbene Gruppe. Ebenfalls ab dieser Zeit wird medial – insbesondere mittels Metaphorik und Attributen – ein Konflikt mit jüngeren Generationen konstruiert

Um ein vollständigeres Bild der kollektiven Deutungsmuster von Alter zu erhalten, wäre selbstverständlich eine Untersuchung weiterer thematischer Teildiskurse und anderer Kommunikationsbereiche sowie Zeitabschnitte aufschlussreich.

## Literatur

- Balsliemke, Petra (2015): »Noch nicht in die Jahre gekommen ... Altersdiskriminierung als Gegenstand der Sprachkritik«, in: Eva Neuland (Hg.), *Sprache der Generationen*, Frankfurt a.M.: Lang, 385–401.
- Berger, Peter L./Luckmann, Thomas (2004): *Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit. Eine Theorie der Wissenssoziologie*, 20. Auflage, Frankfurt a.M.: Fischer.
- BMFSFJ (Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend) (2010): *Sechster Bericht zur Lage der älteren Generation in der Bundesrepublik Deutschland. Altersbilder in der Gesellschaft*, Berlin: Bundestagsdrucksache 17/3815.
- Burger, Harald (2015): *Phraseologie. Eine Einführung am Beispiel des Deutschen*, 5. Auflage, Berlin: Schmidt.
- Bußmann, Hadumod (2002): *Lexikon der Sprachwissenschaft*, Stuttgart: Kröner.
- Dausend, Peter (2008): »Rentner an der Macht«, *DIE ZEIT* 16/2008, 10.04.2008.
- Duden (2007): *Deutsches Universalwörterbuch*, 6., überarbeitete und erweiterte Auflage, Mannheim [u.a.]: Duden.
- Duden (2013): *Redewendungen. Wörterbuch der deutschen Idiomatik*, 4., neu bearbeitete und aktualisierte Auflage, Berlin: Duden.

- Ewald, Petra (2012): »Zu Alter(n)skonstrukten im öffentlichen Rentendiskurs«, in: Martina Kumlehn/Andreas Kubik (Hg.), *Konstrukte gelingenden Alterns*, Stuttgart: Kohlhammer, 89–106.
- Femers, Susanne (2007): *Die ergrauende Werbung. Altersbilder und werbesprachliche Inszenierungen von Alter und Altern*, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Fiehler, Reinhard/Fitzner, Wolfgang (2012): »Bilder des Alters im Sprachgebrauch«, in: Frank Berner/Judith Rossow/Klaus-Peter Schwitzer (Hg.), *Individuelle und kulturelle Altersbilder. Expertisen zum sechsten Altenbericht der Bundesregierung*, Band 1, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 289–372.
- Finkbeiner, Rita/Meibauer, Jörg/Wiese, Heike (2016): *Pejoration*, Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing.
- Germann, Sibylle (2007): *Vom Greis zum Senior. Bezeichnungs- und Bedeutungswandel vor dem Hintergrund der »Political Correctness«*, Hildesheim: Olms.
- Hahne, Peter (2008): »Gedanken am Sonntag: Über Renten und enttäuschte Rentner«, *BILD AM SONNTAG* 17/2008, 20.04.2008.
- v. Hardenberg, Irene (1998): »Wollen Sie so behandelt werden?«, *DIE ZEIT* 26/1998, 18.06.1998.
- Heinrich, Christian (2009): »Im öffentlichen Wohnzimmer«, *DIE ZEIT* 48/2009, 19.11.2009.
- Hermanns, Fritz (1994): »Linguistische Anthropologie. Skizze eines Gegenstandsbereiches linguistischer Mentalitätsgeschichte«, in: Dietrich Busse/Fritz Hermanns/Wolfgang Teubert (Hg.), *Begriffsgeschichte und Diskursgeschichte. Methodenfragen und Forschungsergebnisse der historischen Semantik*, Opladen: Westdeutscher Verlag, 29–59.
- Honeck, Richard P. (1980): »Proverbs, meaning and group structure«, in: Richard P. Honeck/Robert R. Hoffmann (Hg.), *Cognition and figurative language*, New Jersey: Erlbaum, 127–161.
- Jäkel, Olaf (1997): *Metaphern in abstrakten Diskurs Domänen. Eine kognitiv-linguistische Untersuchung anhand der Bereiche Geistestätigkeit, Wirtschaft und Wissenschaft*, Frankfurt a.M. [u.a.]: Lang.
- Klee, Ernst (1978): »Hilflose Helfer – heillose Opfer«, *DIE ZEIT* 48/1978, 24.11.1978.
- Kramer, Undine (2010): »Ageismus – Sprachliche Diskriminierung des Alters«, in: Kai Brauer/Wolfgang Clemens (Hg.), *Zu alt? »Ageism« und Altersdiskriminierung auf den Arbeitsmärkten*, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 97–114.
- Krüger, Carolin (2020): »Altersdiskurs«, in: Thomas Niehr/Jörg Kilian/Jürgen Schiewe (Hg.), *Handbuch Sprachkritik*, Stuttgart: Metzler, 241–251.
- Krüger, Carolin (2016): *Diskurse des Alter(n)s: Öffentliches Sprechen über Alter in der Bundesrepublik Deutschland*, Berlin: de Gruyter.
- Krüger, Carolin (2009): *Zur Repräsentation des Alter(n)s im deutschen Sprichwort*, Frankfurt a.M. [u.a.]: Lang.

- Kurbjuweit, Dirk (2009): »Der Schattenmann«, *DER SPIEGEL* 22/2009, 24.05.2009.
- Kurbjuweit, Dirk/Alexander Neubacher/René Pfister/Christian Reiermann (2008): »Giftiges Rentnerbonbon«, *DER SPIEGEL* 15/2008, 07.04.2008.
- Lakoff, George/Johnson, Mark (1980): *Metaphors we live by*, Chicago: University of Chicago Press.
- Lüger, Heinz-Helmut (1999): *Satzwertige Phraseologismen. Eine pragmalinguistische Untersuchung*, Wien: Edition Praesens.
- Luyken, Reiner (1988): »Am Ende ohne Würde«, *DIE ZEIT* 4/1988, 22.01.1988.
- Mieder, Wolfgang (2007): »Proverbs as cultural units or items of folklore«, in: Harald Burger, Dmitrij Dobrovolskij, Peter Kühn, Neal R. Norrick (Hg.), *Phraseologie. Ein internationales Handbuch der zeitgenössischen Forschung*, 1. Halbband, Berlin, New York: de Gruyter, 394–413.
- Müller, Martin U. (2008): »Silbergraue Marktmacht«, *DER SPIEGEL* 13/2008, 22.03.2008.
- Neuland, Eva (2015): »Alt und Jung: Vom Wandel der Generationsbilder in der Werbung«, in: Eva Neuland (Hg.), *Sprache der Generationen*, Frankfurt a.M.: Lang, 371–384.
- Nolden-Temke, Claudia (2006): »Die demografische Zeitbombe« oder »Die Deutschen sterben immer wieder aus« – Diskursanalytische Untersuchung der Berichterstattung des Nachrichtenmagazins »Der Spiegel« zum demografischen Wandel in Deutschland, München: Grin.
- o.V. (ohne Verfasser) (1998a): »Briefe zu »Das stille Leid am Lebensabend«, *BILD AM SONNTAG* 41/1998, 11.10.1998.
- o.V. (ohne Verfasser) (1998b): »Quadratur der Greise«, *DER SPIEGEL* 16/1998, 13.04.1998.
- o.V. (ohne Verfasser) (1988): »»Noch einen Ton, dann setzt es was«, *DER SPIEGEL* 41/1988, 09.10.1988.
- o.V. (ohne Verfasser) (1978): »Nur raus aus diesem Irrenhaus«, *DIE ZEIT* 16/1978, 14.04.1978.
- o.V. (ohne Verfasser) (1969): »Um einen längeren Tag«, *DER SPIEGEL* 52/1969, 22.12.1969.
- Piirainen, Elisabeth (2007): »Phrasemes from a cultural semiotic perspective«, in: Harald Burger/Gerold Ungeheuer/Herbert Ernst Wiegand (Hg.), *Phraseologie. Ein internationales Handbuch*, Band 1, Berlin [u.a.]: de Gruyter, 208–219.
- Prahl, Hans-Werner/Schroeter, Klaus R. (1996): *Soziologie des Alterns*, Paderborn: Schöningh.
- Ramers, Karl Heinz (2011): »Das Altersbild in den Programmen politischer Parteien«, in: Eva Neuland (Hg.), *Sprache und Generation*, Mannheim, Zürich: Duden, 340–353.
- Reisigl, Martin (2017): »Sprachwissenschaftliche Diskriminierungsforschung«, in: Albert Scherr/Aladin El-Mafaalani/Gökçen Yüksel (Hg.), *Handbuch Diskriminierung*, Wiesbaden: Springer, 81–100.

- Sachweh, Svenja (2006): »*Noch ein Löffelchen?*«: *Effektive Kommunikation in der Altenpflege*, 2. Auflage, Bern: Huber.
- Schenda, Rudolf (1972): *Das Elend der alten Leute*, Düsseldorf: Patmos.
- Schindler, Franz (1994): »Als Zeichen gehören die sprichwörtlichen Wendungen zur Sprache und als Modell zur Folklore« – Versuch der Klärung einer Unklarheit bei Permjakov«, in: Christoph Chlosta (Hg.), *Sprachbilder zwischen Theorie und Praxis*, Bochum: Brockmeyer, 209–233.
- Schmundt, Hilmar (2009): »Gipfel der Silbernen«, *DER SPIEGEL* 3/2009, 12.01.2009.
- Schöps, Hans Joachim/Foerster, Uly (1988): »Da verliert der Mensch seinen Schatten«, *DER SPIEGEL* 41/1988, 09.10.1988.
- Spiewak, Martin (1999): »Von der Magd zur Wissenschaft«, *DIE ZEIT* 46/1999, 11.11.1999.
- Spitzmüller, Jürgen (2005): *Metasprachdiskurse. Einstellungen zu Anglizismen und ihre wissenschaftliche Rezeption*, Berlin: de Gruyter.
- Thimm, Caja (2009): »Altersbilder in den Medien – Zwischen medialem Zerrbild und Zukunftsprojektion«, in: Josef Ehmer/Otfried Höffe (Hg.), *Bilder des Alterns im Wandel*, Halle (Saale): Dt. Akad. der Naturforscher Leopoldina, 153–165.
- Thimm, Caja (1998): »Sprachliche Symbolisierungen des Alters in der Werbung«, in: Michael Jäckel (Hg.), *Die umworbene Gesellschaft. Analysen zur Entwicklung der Werbekommunikation*, Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 113–140.
- Wengeler, Martin (2005): »Assimilation, Ansturm der Armen und die Grenze der Aufnahmefähigkeit: Bausteine einer linguistisch ›integrativen‹ Diskursgeschichte«, in: Claudia Fraas/Michael Klemm (Hg.), *Mediendiskurse. Bestandsaufnahme und Perspektiven*, Frankfurt a.M. [u.a.]: Lang, 39–57.
- Zachäus, Marcus (2021): *Der lange Weg der Rente mit 67. Eine Diskurs-, Policy-, Ideen- und Sprachanalyse*, Wiesbaden: Springer VS.
- Zundel, Rolf (1988): »Die neuen Alten«, *DIE ZEIT* 18/1988, 29.04.1988.