

# Posener Beiträge zur Germanistik Band 3

## Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung.....	11
2. Politolinguistik.....	13
2.1. Sprachliche Kommunikation in der Politik. Sprache der Politik oder Sprache in der Politik - Versuch einer Begriffsbestimmung.....	13
2.2. Die Kommunikation in der Gesellschaft.....	18
2.3. Sprache in der Politik als eine Sprachvarietät.....	26
2.3.1. Die Sprache der Politik als eine Fachsprache.....	28
2.3.2. Die Sprache der Politik als ein Soziolekt.....	31
2.3. Fazit.....	34
3. Zum Begriff Persuasion.....	35
3.1. Zu Sprach- und Textfunktionen.....	40
3.1.1. Die Sprache in der Politik als ein Sprachstil.....	48
3.1.1.1. Die Sprache im politischen Diskurs als ein Gruppenstil.....	49
3.1.1.2. Die Sprache in der politischen Kommunikation als ein Funktionalstil.....	51
3.2. Typen der politischen Textsorten.....	55
3.3. Die Sprache der Propaganda.....	58
3.4. Sprachliche Manipulation.....	62
4. Sprachliche Mechanismen der Persuasion.....	65
4.1. Bewertung.....	73
4.1.1. Zum Begriff des Bewertens.....	74
4.1.2. Zum sprachlichen Bewertungsinventar.....	74
4.1.3. Exemplarische Textanalyse.....	79
4.1.3.1. Der untersuchte Text.....	79
4.1.3.2. Zur Makro- und Mikrostruktur des Textes.....	83
4.1.3.2.1. Layout und thematischer Aufbau.....	85
4.1.3.2.2. Sprechhandlungsschema des Textes.....	86
4.1.3.2.3. Die Handlungsstruktur des Textes.....	89
4.1.3.2.3.1. Sequenzielles Handlungsstrukturmuster.....	90
4.1.3.2.3.2. Hierarchische Handlungsstrukturmuster.....	101
4.2. Polarisierung.....	106
4.3. Vereinfachung.....	110
5. Ausgewählte sprachliche Mittel im Dienste der Persuasion.....	113
5.1. Nationale Stereotype.....	113
5.1.1. Stereotype als Gegenstand der linguistischen Betrachtung.....	114
5.1.2. Deutschlandbilder in der polnischen EU-Beitrittsdebatte.....	119
5.1.3. Sprachliche Realisierung der nationalen Heterostereotype von Deutschen.....	129
5.1.4. Persuasive Leistung der Stereotype.....	132
5.2. Die Metapher.....	135
5.2.1. Zur Funktion der Metapher.....	136
5.2.2. Standardisierung der Metapher.....	138
5.2.2.1. 'Tote' Metaphern.....	138
5.2.2.2. 'Lebendige' Metaphern.....	141
5.2.2.3. Neumetaphorisierung.....	142
5.2.3. Metaphorisch ausgedrückte, kognitive Muster in der Debatte zum EU-Beitritt Polens.....	145
5.2.3.1. Das Beitrittsmodell.....	146
5.2.3.2. Das Erweiterungsmodell.....	150
5.2.3.3. Das Gestaltungsmodell.....	152
5.2.4. Persuasive Leistung der Metapher.....	153
6. Schlussbemerkungen.....	157
7. Verzeichnis der Abkürzungen.....	161
8. Literaturverzeichnis.....	163