

Inhalt

Abkürzungsverzeichnis	VII
1 Einführung und Forschungsfelder	1
1.1 Neologismenforschung	4
1.2 Persuasionsforschung	12
2 Innovation, persuasive Sprache und die Presse	23
2.1 Neologismus	23
2.2 Persuasion	27
2.3 Die Presse	33
3 Die Fallstudie Libyenkrieg	39
3.1 Bild und Süddeutsche Zeitung	39
3.2 Kriegsberichterstattung	42
3.3 Der Korpus	44
4 Korpusanalyse	49
4.1 Innovation quantifiziert	49
4.1.1 Neologismusgruppen	55
4.1.2 Zwischenfazit zur Innovation	66
4.2 Persuasive Innovation analysiert	67
4.2.1 Komposition	68
4.2.2 Metaphorische Bedeutungsveränderung und Sonderkomposition	76
4.2.3 Euphemismus	83
5 Schluss und Anmerkungen	89
Literaturverzeichnis	95