

Inhalt

Erster Teil

1.	Sprache, Politik, Wahlkampf - Eine Einleitung	Seite	15
2.	Ziele der Studie Vorgehensweise, Prämissen, Fragestellungen		20
	2.1. Zum untersuchten Medium		20
	a. Corpusorientierung der Studie		
	b. Werbebotschaften: Eine Textsortentypologie und eine Präzisierung des verwen- deten Kommunikationsbegriffes		21
	2.2. Interdisziplinarität als Instrument der kritischen Kommunikations- forschung		24
	2.3. Bestandteile, Probleme und Vorzüge der integrierten Textanalyse		27
	2.3.1. Ebenen der Textanalyse		27
	a. Textkontext		27
	b. Situativer Kontext		28
	c. Diachronischer Kontext		28
	d. Soziokultureller Kontext		28
	2.3.2. Argumentations- und Inhalts- analyse		30
	a. S e m a n t i k		30
	b. P r a g m a t i k		
	c. "Positivistische Linguistik" oder Die 'Laswell-Formel'		32

2.4.	Cui bono Sprachkritik als Hebel zur Kultur- und Ideologiekritik	35
2.5.	Zum "semantischen Krieg" der 1970er Jahre als Bezugsrahmen und Reflexionsfläche für diese Arbeit	40

Zweiter Teil

1.	Die Bundestagswahl 1957	47
1.1.	Nachkriegsdeutschland - Die Ära Adenauer als Epoche des Wiederaufbaus Zum zeithistorischen Kontext der Bundestagswahl 1957	47
1.2.	Die Wahlkampfssprache der Parteien im Bundestagswahlkampf 1957 Beispiele, Strategien, Wirkungen	53
2.	Die Bundestagswahl 1987	73
2.1.	Die 'Wende' und die Mitt-80er Jahre Zum politischen und sozioökono- mischen Kontext der Bundestagswahl 1987	73
2.2.	Die Werbesprache der Parteien im Bundestagswahlkampf 1986/87 Beispiele, Strategien, Wirkungen	80

Dritter Teil

1.	1957 und 1987 - vergleichbare Welten?	101
	Erste Analogie : Die konservative `Hegemonie`	102
	Zweite Analogie : Das geschichtliche Selbstverständnis oder "Vom öffentlichen Ge- brauch der Historie"	106
	Dritte Analogie : Anti-Intellektualismus als Werthaltung	108
	Vierte Analogie : Der Reflex des Materialistisch- Hedonistischen	110
	Fünfte Analogie : Wahlkampf - Stimmung, Verlauf und Resultat	111
2.	Die inszenierte Ausnahme oder Die Genese der `dritten Kraft` Selbststilisierung und Konsolidierung der F.D.P. als `Mitte` in den Jahren 1957 bis 1987	114
3.	Wahlkampf - blinder Fleck oder Gradmesser der politischen Kultur?	119
4.	<i>... und führe mich in Versuchung</i> Marktgesetze, Werbeindustrie und Wahlkampf	123
5.	Sprache als Politik - Ruf und Relevanz von Sprache als auf- klärerisch-emanzipatives Medium in Wahlkämpfen	127
6.	Die Unterstellung der Staatsfeindschaft - Die sogenannten `Volksparteien` im gegenseitigen Urteil 1957 - 1987	133

7.	Das arbiträre Zeichen oder Der quasi-rationale Diskurs	138
8.	Schlüsselbegriffe und Wortsymbole 1957 und 1987 - Ausdruck der 'kulturellen Hegemonie des Konservativen'?	141
9.	Kakophemismen und Euphemismen als Elemente des Nicht-Rationalen in der Wahlkampfssprache	144
10.	Zur Frage anhängen- und geschlechts- spezifischer Termini und sozial distinktiver Anreden 1957 und 1987	148
	10.1. 'Linker' und 'rechter' Wahlkampf?	148
	10.2. Frauen als Adressat - Geschlechtsspezifika und Versionen des sogenannten 'Weiblichen' im Spiegel der Wahlkampfssprache 1957 und 1987	152
	Sprache, Politik, Wahlkampf 1957 und 1987 Ein Resümee in zehn Thesen	161
	Anmerkungen	181
	Literatur / Materialien	211