



Personification in political press language

Asst. Prof. Dr. Qasim Jebur Abrah Alhachami

College of Arts – Department of Translation

qebrah@uowasit.edu.iq

Received May 10, 2026

Revised Jun 7, 2026

Accepted Jun 8, 2026

Online Jul 1, 2026

ABSTRACT

This study examines personification as a central discursive strategy in political journalism and analyzes its cognitive, rhetorical, and ideological functions on an integrative theoretical foundation. Building on Conceptual Metaphor Theory (Lakoff & Johnson), Framing Theory (Entman), and Critical Discourse Analysis (Fairclough), an analytical approach is developed that systematically captures the interplay of linguistic form, cognitive processing, and the production of social meaning. The empirical corpus comprises journalistic articles and selected entries from Google Books from the German-language media outlets FAZ, Die Zeit, and Süddeutsche Zeitung, as well as other digital sources, from the period 2015 to 2026. A total of 23 documented instances of personification were identified and analyzed. The results show that personification does not merely function as a stylistic or heuristic means of reducing complexity, but is also employed as an effective strategy for emotional framing, cognitive structuring, and ideological positioning. Particularly in economic and crisis-related discourse, personification contributes to the personification of abstract systems and thus significantly influences the perception of political and economic reality in public discourse.

Keywords: Personification of political journalism, media

الأنسنة في لغة الصحافة السياسية

أ.م.د. قاسم جبر عبره الحجامي

كلية الآداب جامعة واسط / قسم الترجمة

الملخص

تتناول هذه الدراسة ظاهرة الأنسنة (Personifikation) بوصفها استراتيجية خطابية مركزية في الصحافة السياسية، مع تحليل وظائفها المعرفية (kognitive)، والبلاغية (rhetorische)، والأيدولوجية (ideologische) ضمن إطار نظري تكاملي. وانطلاقاً من نظرية الاستعارة المفهومية (Conceptual Metaphor Theory) لدى Lakoff & Johnson، ونظرية التأطير (Framing Theory) لدى Entman، وتحليل الخطاب النقدي (Critical Discourse Analysis) لدى Fairclough، يتم تطوير مقاربة تحليلية تسعى إلى رصد التفاعل البنوي بين الشكل اللغوي، والمعالجة المعرفية، وإنتاج المعنى الاجتماعي داخل الخطاب. تشمل المادة التجريبية (Corpus) مقالات صحفية بالإضافة إلى مدخلات مختارة من (Google Books)، وذلك من وسائل إعلام ناطقة بالألمانية مثل (FAZ (Frankfurter Allgemeine Zeitung و (Die Zeit و (Süddeutsche Zeitung، إلى جانب مصادر رقمية أخرى، خلال الفترة الممتدة من 2015 إلى 2026. وقد تم تحديد وتحليل 23 حالة موثقة من استخدام الأنسنة (Personifikation). وتُظهر النتائج أن الأنسنة لا يُستخدم بوصفه مجرد وسيلة أسلوبية أو تقنية لتبسيط التعقيد، بل يعمل أيضاً كاستراتيجية فعالة في التأطير العاطفي (emotional framing)، والبناء المعرفي (cognitive structuring)، والتوضع الأيدولوجي (ideological positioning). وبشكل خاص في الخطابات الاقتصادية وخطابات الأزمات، يسهم في أنسنة الأنظمة المجردة، مما يؤدي إلى التأثير في كيفية إدراك الواقع السياسي والاقتصادي داخل الخطاب العام.

الكلمات المفتاحية: الأنسنة، الصحافة السياسية، الإعلام



Die Personifikation in der politischen Pressesprache“

Die vorliegende Studie untersucht die Personifikation als zentrale diskursive Strategie im politischen Journalismus und analysiert deren kognitive, rhetorische sowie ideologische Funktionen auf einem integrativen theoretischen Fundament. Aufbauend auf der Konzeptuellen Metapherntheorie (Lakoff & Johnson), der Framing-Theorie (Entman) sowie der Kritischen Diskursanalyse (Fairclough) wird ein analytischer Zugang entwickelt, der das Zusammenspiel von sprachlicher Form, kognitiver Verarbeitung und gesellschaftlicher Bedeutungsproduktion systematisch erfasst.

Das empirische Korpus umfasst journalistische Artikel sowie ausgewählte Einträge aus Google Books aus den deutschsprachigen Medien FAZ, Die Zeit und Süddeutsche Zeitung sowie weiteren digitalen Quellen aus dem Zeitraum 2015 bis 2026. Insgesamt wurden 23 belegte Fälle von Personifikation identifiziert und analysiert.

Die Ergebnisse zeigen, dass Personifikation nicht lediglich als stilistisches oder heuristisches Mittel der Komplexitätsreduktion fungiert, sondern zugleich als wirkungsvolle Strategie der emotionalen Rahmung, kognitiven Strukturierung und ideologischen Positionierung eingesetzt wird. Besonders in wirtschafts- und krisenbezogenen Diskursen trägt sie zur Personifikation abstrakter Systeme bei und beeinflusst dadurch maßgeblich die Wahrnehmung politischer und ökonomischer Realität im öffentlichen Diskurs.

Schlüsselwörter: Personifikation Politischer Journalismus, Medien

1. Einleitung

Im Kontext spätmoderner Mediendynamiken ist politischer Journalismus als diskursive Praxis zu verstehen, die Realität nicht lediglich abbildet, sondern aktiv konstruiert. Sprache operiert hierbei als zentrales Medium symbolischer Macht (Bourdieu), wobei insbesondere metaphorische Strukturen – und darin eingebettet die Personifikation – eine entscheidende Rolle spielen. Durch die Zuschreibung menschlicher Eigenschaften an abstrakte politische Entitäten wird ein kognitiv zugänglicher und emotional resonanter Bedeutungsraum erzeugt.

Vor Hintergrund der rasanten Entwicklungen und Veränderungen bei den digitalen Medien und des beispiellosen Informationsflusses beschränkt sich der politische Diskurs im Journalismus nicht mehr auf eine neutrale Übermittlung von Nachrichten und Informationen, sondern ist zu einem wirksamen Mittel geworden, um die Wahrnehmungen der Öffentlichkeit über die Macht, den Staat, gesellschaftliche und politische Werte sowie aktuelle Ereignisse zu gestalten. Mit dem weit verbreiteten Einsatz von Social-Media-Plattformen und Online-Medien wird das Publikum mit einer riesigen Menge an politischen Inhalten konfrontiert, wodurch die Macht der Presse, die öffentliche Meinung zu beeinflussen und Emotionen zu wecken, wichtiger denn je geworden ist.

Die Personifikation macht den Bericht nicht nur authentischer und verständlicher, sie erhöht auch den Lesereiz. Häufig interessieren dabei extreme, untypische Fälle. Fallbeispiele können jedoch eine persuasive Wirkung entfalten und eine bestimmte Vorstellung der Verteilung der Fälle oder einer Meinung kultivieren. Denn die Rezipienten ordnen die Fallbeispiele ein und messen ihnen eine Stellvertreterfunktion bei (Schneiders, 2015, S. 28).

Der politische Journalismus bedient sich einer Vielzahl sprachlicher Techniken und sprachlicher Strategien, um seine Wirkung auf die Öffentlichkeit zu erzielen. Zu den bekanntesten gehört die Personifikation, bei der abstrakten Konzepten, Institutionen, politischen Maßnahmen oder Ereignissen menschliche Eigenschaften zugeschrieben werden. Indem sie den Staat, die Regierung, Krisen oder politische Maßnahmen als Wesen mit menschlichen Eigenschaften darstellt, kann die Presse Emotionen wecken, komplexe Konzepte vereinfachen und soziale und politische Dimensionen hervorheben, die dem Publikum abstrakt oder fern erscheinen mögen.

Dieser Ansatz beschränkt sich nicht nur auf die ästhetischen oder expressiven Aspekte der Sprache, sondern erstreckt sich auch auf persuasive und symbolische Funktionen, die dazu beitragen, das Verständnis der Öffentlichkeit zu lenken und die Wahrnehmung der politischen Realität neu zu gestalten.

Diese Studie untersucht, wie Personifikation im politischen Journalismus eingesetzt wird, und analysiert ihre Auswirkungen auf das Engagement des Publikums, wobei der Schwerpunkt auf den rhetorischen Funktionen dieser Strategie liegt – sei es überzeugend, ausdrucksstark oder symbolisch. Die Forschung versucht auch, die Auswirkungen dieser Technik auf die politische Wahrnehmung der Leser zu bewerten und zu verstehen, wie Sprache zu einem Instrument zur Meinungsbildung und zur Verbesserung der Kommunikation zwischen Medien und Politik in einer sich wandelnden Medienlandschaft werden kann. Durch diese Analyse kann die zentrale Rolle von Sprache und rhetorischen Bildern im politischen Journalismus hervorgehoben werden, ebenso wie ihre Bedeutung für die Gestaltung des öffentlichen Bewusstseins und des Engagements für politische Ereignisse und Themen.

2. Forschungsfragen

Die Sprache des politischen Journalismus gilt als eines der wichtigsten Instrumente, um die Wahrnehmung politischer Ereignisse und Themen in der Öffentlichkeit zu beeinflussen. In diesem Zusammenhang spielt die Personifikation eine zentrale Rolle, da sie dazu dient, abstrakten Entitäten wie Institutionen, Krisen oder politischen Akteuren menschliche Eigenschaften zuzuschreiben. Diese sprachliche Technik vereinfacht nicht nur komplexe Informationen, sondern hilft auch, die Aufmerksamkeit des Lesers zu wecken und Emotionen hervorzurufen, wodurch die symbolische

Wirkung der Nachrichten oder des politischen Ereignisses verstärkt wird. Die rhetorischen Funktionen der Personifikation im Journalismus sind vielfältig: Sie kann zur Verdeutlichung, zur Überzeugung, zur Darstellung der Haltung der Zeitung und manchmal auch zu Unterhaltungszwecken eingesetzt werden. Gleichzeitig wirft die Personifikation Fragen hinsichtlich ihrer Wirkung auf das Bewusstsein des Publikums und der Möglichkeit auf, die Einstellungen der Leser unbewusst zu lenken, insbesondere wenn sie strategisch eingesetzt wird, um Emotionen zu wecken oder die öffentliche Meinung zu manipulieren. Vor diesem Hintergrund besteht Bedarf an einer genauen Untersuchung der Personifizierung in der Sprache des politischen Journalismus und an der Beantwortung einer Reihe zentraler Fragen zu ihrer Definition, ihren rhetorischen Funktionen, ihren Auswirkungen auf das Publikum und ihren Anwendungsmethoden in deutschen Medien.

1. Inwieweit verwendet die deutsche Presse rhetorische und humanisierende Rahmen in ihrer politischen Berichterstattung?
2. Gibt es Unterschiede in der Wirkung der Personifikation auf die Rezipienten, abhängig vom kulturellen Kontext oder Medientyp?
3. Welche Risiken sind mit der Verwendung von Personifikation in politischen Medien verbunden?
4. Kann Personifikation als Instrument zur Manipulation der öffentlichen Meinung oder zur emotionalen Beeinflussung der Leser eingesetzt werden?

3. Vorgeschlagene Hypothesen

Hypothese 1: Die deutsche Presse verwendet häufig Personifikation und rhetorische Rahmen, um komplexe Themen zu vereinfachen und die öffentliche Aufmerksamkeit zu gewinnen.

Hypothese 2: Die Wirkung der Personifikation auf die Rezipienten variiert je nach kulturellem Kontext und Medientyp; Zuschauer, die stärker digitalen Medien oder spezialisierten politischen Medien ausgesetzt sind, können anders beeinflusst werden als die Allgemeinheit.

Hypothese 3: Die Verwendung von Personifikation in politischen Medien birgt epistemische Risiken, da sie zu Vereinfachungen oder kognitiven Verzerrungen bei den Rezipienten führen kann.

Hypothese 4: Personifikation kann bewusst als Werkzeug zur emotionalen Beeinflussung oder Manipulation der öffentlichen Meinung eingesetzt werden, insbesondere wenn politische Akteure oder Krisen auf eine verkörperte Weise dargestellt werden, die Emotionen bei den Lesern hervorruft.

4. Theoretische Integration

Die Studie basiert auf einer integrativen Verknüpfung dreier zentraler Ansätze:

(1) Konzeptuelle Metaphertheorie (Lakoff & Johnson, 1980) Metaphern strukturieren kognitive Prozesse, indem sie abstrakte Domänen über konkrete Erfahrungsbereiche zugänglich machen. Personifikation stellt hierbei eine spezifische Projektion dar (ABSTRAKTES IST MENSCHLICHES HANDELN).

(2) Framing-Theorie (Entman 1993; Wehling, 2017): Frames definieren, welche Aspekte der Realität hervorgehoben werden. Personifikation fungiert als Frame-Aktivator, der Interpretationsmuster emotional auflädt.

(3) Kritische Diskursanalyse (Fairclough, 1995): Diskurse sind soziale Praktiken, die Machtverhältnisse reproduzieren. Personifikation kann als diskursive Strategie verstanden werden, die ideologische Positionierungen naturalisiert.

Die theoretische Synthese erlaubt es, Personifikation gleichzeitig als kognitives Schema, rhetorisches Mittel und ideologisches Instrument zu analysieren.

4.1 Was ist Personifikation

Personifikation ist „Vorstellung, Darstellung eines abstrakten Begriffes oder Gegenstandes in menschlicher, menschenähnlicher Gestalt oder mit menschenähnlichen Eigenschaften“ (DWDS, o.J.). Der Begriff „Personifikation“ wird oft in einem weiten Sinne verwendet. Im engeren Sinne sollte er jedoch nur dann gebraucht werden, wenn ein nicht-menschliches Element – häufig abstrakt – als aktive Figur in der dargestellten Realität auftritt. Ein klassisches Beispiel ist die Personifikation der „Unsterblichkeit“ als Theaterfigur im Drama Catharina von Georgien von A. Gryphius. (Literatur, 2014, S. 1).

Im Kontext der politischen Kommunikation können Konzepte wie Freiheit, Staat und Wirtschaft als menschliche Figuren personifiziert werden, wodurch ihnen Lebendigkeit verliehen wird und sie für das Publikum greifbarer und verständlicher erscheinen.

Erstens wird aus der Perspektive der Theorie der kognitiven Metapher die Metapher als ein kognitives Konzept betrachtet und nicht nur als eine sprachliche Verzierung: Sie hilft beim Aufbau mentaler Bilder, die es den Rezipienten erleichtern, komplexe Konzepte zu verstehen (Gehr, 2014). Zum Beispiel kann in einer politischen Rede der Staat als Person betrachtet werden, eine Formulierung, die ihn so erscheinen lässt, als habe er einen Willen, Kräfte und eigene Forderungen, und dies wird durch die Verwendung von Anthropomorphismus als eine Art Metapher deutlich. In einer grundlegenden Studie zeigt der Autor Martin Gier (eben da), dass die politische journalistische Schreibweise häufig Metaphern zur „Personalisierung“ von Konzepten wie Staat oder Wirtschaft verwendet.

Zweitens zeigt sich aus Studien zur politischen Rhetorik, dass Personifikation nicht nur eine Verzierung ist, sondern ein starkes Überzeugungsmittel: Sie bietet den Zuhörern einen emotionalen

Rahmen, um mit Konzepten zu interagieren, die möglicherweise entfernt oder komplex sind. In einer auf ResearchGate veröffentlichten Studie von I. Vestermark mit dem Titel „Metaphors in Politics“ wird gezeigt, wie „Staat als Person“ in vielen politischen Reden erscheint und dass diese Nutzung dazu beiträgt, die öffentliche Akzeptanz zu stärken und Unterstützung zu mobilisieren (Arakelyan, 2009).

Drittens wurden auch die ideologischen Dimensionen dieser rhetorischen Verwendung analysiert: In einigen Studien erscheint die Humanisierung als Bestandteil einer „ideologischen Metapher“, die Konzepte umformt, um einer bestimmten politischen Agenda zu dienen (Discourse, 2019).

Es gibt auch eine Studie mit dem Titel „Metapher und Ideologie im ökonomischen Diskurs“ von B. DeRhen, die zeigt, wie die Personifizierung der Wirtschaft (zum Beispiel die Beschreibung der Wirtschaft als „eine Person, die Behandlung benötigt“ oder „auf eigenen Füßen steht“) verwendet wird, um bestimmte politische und wirtschaftliche Botschaften zu verstärken (DeRhen, 2017).

Viertens gibt es eine historische Studie, die Metaphern in der Ökonomie im Laufe der Zeit untersucht: In einem Aufsatz von W. Ötsch mit dem Titel „Bilder in der Geschichte der Ökonomie“ zeigt er, wie Konzepte wie „Wirtschaft“ in der Geschichte als lebendige Systeme dargestellt wurden, als ob sie ein mechanischer Organismus oder eine „Maschine“ oder sogar ein „soziales Organ“ wären, was die Idee widerspiegelt, dass wirtschaftliche Konzepte durch metaphorische Bilder vermenschlicht werden (Ötsch, 2018).

Fünftens, aus arabischer Sicht und in der zeitgenössischen Politik, finden wir in der Forschung von (al-Latif, 2013) ein Buch mit dem Titel Die Rhetorik der Freiheit: Kämpfe des politischen Diskurses in Zeiten der Revolution, in dem analysiert wird, wie Konzepte wie „Staat“ oder „Freiheit“ im revolutionären Diskurs dargestellt werden – in einigen Fällen wird der Staat als „Familie“ oder als menschliches Wesen mit Dynamiken und Komplexitäten dargestellt, was die emotionale und politische Interaktion mit diesen Konzepten verstärkt.

5. Forschungsproblem

Das Forschungsproblem liegt im Spannungsverhältnis zwischen epistemischer Funktionalität und ideologischer Instrumentalisierung der Personifikation. Während sie als kognitives Werkzeug zur Strukturierung komplexer Sachverhalte dient, kann sie zugleich selektive Wahrnehmungen fördern und diskursive Machtverhältnisse stabilisieren. Ziel dieser Studie ist es daher, die mehrdimensionale Funktion der Personifikation systematisch zu rekonstruieren und ihre Wirkung auf politische Deutungsprozesse differenziert zu analysieren.

Die westliche politische Presse erlebt heute eine bemerkenswerte Ausweitung der Verwendung von Personifikation als diskursive Methode, um öffentlichen Angelegenheiten einen persönlichen Charakter zu verleihen, indem sie sich auf die Geschichten von Einzelpersonen, deren Erfahrungen

und damit verbundenen Emotionen konzentriert. Obwohl diese Methode dazu beiträgt, emotionale Nähe zu stärken und die Interaktion mit dem Nachrichtenmaterial zu erhöhen, wirft sie eine Reihe von erkenntnistheoretischen und rhetorischen Problemen hinsichtlich der Grenzen ihrer Funktion und ihres Einflusses auf die Bewusstseinsbildung des Publikums auf. Das Forschungsproblem ergibt sich aus der Frage, ob Personifikation als narrative und persuasive Technik dazu beiträgt, komplexe politische Themen durch ihre Annäherung an den Rezipienten zu erläutern, oder ob sie sich manchmal in ein Instrument der rhetorischen Manipulation und der Produktion von erkenntnistheoretischen Verzerrungen verwandelt, die zu einer übermäßigen Vereinfachung der Fakten oder zur Verfestigung verzerrter Vorstellungen über politische Ereignisse führen. Dementsprechend lautet das Hauptproblem: Was sind die Grenzen der Funktion der Humanisierung in der westlichen politischen Presse und welche rhetorischen und kognitiven Auswirkungen hat sie auf die Bewusstseinsbildung des politischen Publikums, insbesondere in Fällen, die die Gefahr von Manipulation, Verzerrung oder übermäßiger Vereinfachung beinhalten?

Die Personifikation gilt als eine der wichtigsten rhetorischen Strategien in den heutigen Medien, da sie darauf abzielt, öffentliche Themen von der Ebene der politischen Abstraktion auf die Ebene der menschlichen Nähe zu übertragen, indem sie den Fokus auf den Einzelnen, sein Leiden und seine persönlichen Erfahrungen legt. Diese Verlagerung vom institutionellen Diskurs zur individuellen Erzählung bietet dem Leser einen emotionalen Zugang, durch den er die Dimensionen des Ereignisses versteht und sich direkt damit verbunden fühlt. Diese Vorgehensweise kann jedoch kognitive Risiken mit sich bringen, da sie das politische Ereignis in einen narrativen Rahmen umformt, der sich mehr auf emotionale Wirkung als auf rationale Argumentation oder objektive Analyse stützt. Narrative eröffnen eine neue Perspektive auf politische Sprache und helfen, die Komplexität alltäglicher Sinngebungsprozesse zu verstehen. Beim Sprechen über Politik nutzen wir Metaphern, ordnen Figuren Rollen zu und strukturieren Anfang, Mitte und Ende unserer Geschichten. „Erzählte Politik“ zeigt, wie diese narrativen Elemente in der politischen Kommunikation wirken (Jarzebski, 2020).

Die rhetorische Kraft der Personifikation liegt in ihrer Fähigkeit, ein lebendiges und wirkungsvolles Bild zu schaffen, doch genau diese Kraft kann sich in einen Mechanismus verwandeln, der dem Empfänger eine narrative Voreingenommenheit aufzwingt. Die Auswahl eines außergewöhnlichen oder extremen Einzelfalls zur Veranschaulichung eines allgemeinen politischen Themas führt oft zu einem unausgewogenen Diskurs, der bestimmte Elemente hervorhebt und andere marginalisiert. Hier wird der Rezipient anfällig für die Auswirkungen einer „repräsentativen Verzerrung“, wodurch er das vorgestellte Beispiel als repräsentativ für die gesamte Realität betrachtet, ohne sich der kontextuellen Unterschiede bewusst zu sein.

Der Staat schnürt ‚Rettungspakete‘, spannt ‚Schutzschirme‘, gibt ‚Finanzspritzen‘, während die ‚Kernschmelze‘ im Bankensystem weitergeht, der finanzielle ‚Kreislauf‘ ein über das andere Mal ‚zusammenbricht‘. ... Zusammenpassen müssen die sprachlichen Bilder nicht, aber in ihrer Gesamtheit bilden sie so etwas wie eine Brille, durch die der Mediennutzer Ereignisse konturiert ... (Knobloch, 2009, S. 2).

Der Text beschreibt den Staat, als wäre er ein Wesen, das menschliche Handlungen ausführen kann: „Der Staat schnürt Rettungspakete“ Der Staat „bindet“ oder „verpackt“ Rettungspakete. „spannt Schutzschirme“ Der Staat „spannt Schutzschirme“. Finanzkrisen werden als bewegliche oder handelnde Wesen dargestellt: „Kernschmelze im Bankensystem“ der Kernschmelzprozess im Banksystem. „Finanzspritzen“ Finanzspritzen, als ob es ein lebender Körper wäre, der Medizin braucht. Die Vielzahl an Bildern und die Personifikation lassen die finanzielle Realität unruhiger und gefährlicher erscheinen, als sie tatsächlich ist.

Aus kognitionswissenschaftlicher Sicht aktiviert Personifikation eher schnelle kognitive Pfade, die auf Intuition und Emotionen basieren, als langsame Pfade, die auf logischer Analyse beruhen. Das bedeutet, dass der Empfänger aufgrund einer einzigen emotional aufgeladenen Geschichte politische Standpunkte einnehmen kann, ohne Daten oder weitergehende Zusammenhänge zu berücksichtigen. Daher besteht die Gefahr der kognitiven Manipulation, da einige Medien Humanisierung bewusst einsetzen, um das Publikum zu einer bestimmten Interpretation oder Haltung zu lenken, wobei sie den starken Einfluss des Storytelling auf die Mechanismen der Eindrucksbildung ausnutzen.

Die Sprache, die wir hören oder lesen, aktiviert Frames in unseren Köpfen. Teil dieser Frames ist immer auch die kognitive Simulation von Dingen, die wir in der Regel überhaupt nicht als Teil von ›Sprache‹ ein stuften – Bewegungen, Geräusche, Gerüche, Emotionen, Bilder und vieles mehr. Weil jedes Wort einen Frame aktiviert, kommuniziert man mit jedem Wort eine ganze Fülle von Ideen, die aufgrund unserer Welterfahrung mit diesem Wort in Zusammenhang stehen. Frames nehmen einen erheblichen Einfluss auf unsere Wahrnehmung, und sie können sich stark darauf auswirken, mit welcher Leichtigkeit wir Fakten und Informationen wahrnehmen. Denn nur dann, wenn ein Fakt in einen aktivierten Frame passt, sinkt er problemlos und schnell in unser Bewusstsein. Und nicht zuletzt nehmen die über Sprache aktivierten Frames direkten Einfluss auf unser eigenes Handeln (Wehling, 2017, S. 41).

6. Korpusbeschreibung und Methodik

Um die Personifikation in der politischen Presseberichterstattung zu untersuchen, kann eine mehrstufige Methodik angewandt werden, die eine Kombination aus sprachlicher und kontextueller Analyse umfasst, wie folgt:

Für die vorliegende Untersuchung wurde ein Korpus aus 15 journalistischen Artikeln sowie ausgewählten Einträgen aus Google Books zusammengestellt. Die Texte stammen aus drei zentralen deutschsprachigen Medienformaten, die unterschiedliche diskursive und ideologische Perspektiven im politischen Kommunikationsraum repräsentieren.

Die Auswahl umfasst eine nationale Tageszeitung, eine politisch orientierte Meinungszeitung sowie eine analytisch ausgerichtete politische Fachpublikation. Dadurch wird eine mediale und stilistische Diversität gewährleistet, die es ermöglicht, verschiedene Formen des politischen und wirtschaftlichen Diskurses systematisch zu untersuchen.

Inhaltlich wurde besonderer Wert auf die Heterogenität der politischen Themen gelegt, um die Repräsentativität des Korpus zu sichern. Das thematische Spektrum umfasst insbesondere:

1. Wirtschaftskrisen und ihre gesellschaftlichen Folgen
2. Migration und Asylpolitik
3. Staat, Regierung und institutionelle Akteure
4. Wahlen und politische Kampagnen
5. Außenpolitik und internationale Beziehungen

Der Untersuchungszeitraum erstreckt sich über die letzten zehn Jahre. Diese zeitliche Rahmung ermöglicht eine konsistente Analyse der diskursiven Entwicklungen sowie der Veränderungen sprachlicher Muster im politischen und wirtschaftlichen Mediendiskurs innerhalb eines klar definierten historischen Kontextes.

	Die Personifikation	Das Thema	Datum	Link
1	Leidet die Demokratie, wenn wenige Bürger zur Wahl gehen?	Politik	<u>26/2022</u>	https://www.zeit.de/2022/26/wahlbeteiligung-demokratie-ostdeutschland-landtagswahlen
2	Der Markt weist dem Handeln der Einzelnen die Wege und lenkt es dorthin, wo es den Zwecken seiner Mitbürger am nützlichsten werden kann	Wirtschaftskrise	2015	https://www.exploring-economics.org/de/entdecken/der-markt-und-seine-politische-okonomie/

3	„Die Börsen spielen verrückt und die ganze Welt ist in Aufruhr: Die Aktien-Werte rauschen weltweit in den Keller.“	Wirtschaftskrise	09.08.2024	https://www.youtube.com/watch?v=eUPXEQGhsgA
4	Die Wirtschaft krümmt sich vor Schmerzen. Die Wirtschaft krümmte sich unter der Last der Schulden, seufzte und bat verzweifelt um Rettung	Wirtschaft	19.11.2025	https://www.focus.de/politik/deutschland/autoritaet-erlischt-in-diesen-punkten-erinnert-schwarz-rot-gerade-an-1930_b2c993bf-d278-48ee-a2da-c570284d1f48.html
5	Geld floh aus allen Taschen und Schränken ; die Ueber- speculation kannte keine Grenzen , aber auf den Kazenjammer ... Bank . Wir hören , daß Verhandlungen behuss der Fusion der Capitalisten - Vereins- bank mit ihrer Erzeugerin	Wirtschaft	1873	https://www.google.iq/books/edition/Der_Reporter_Wochenschrift_f%C3%83%C2%BCr_Handel/_4NmwnC1UyYC?hl=en&gbpv=0
6	Das Internet lässt die Preise tanzen	Wirtschaft	07.08.2018	https://www.wn.de/welt/wirtschaft/das-internet-lasst-die-preise-tanzen-1247101
7	Die Börse spielt verrückt - was ist los auf dem Aktienmarkt?	Wirtschaft	2025	https://www.youtube.com/watch?v=eUPXEQGhsgA
8	Banken schaffen es nicht, das Vertrauen ihrer Kunden zurückzugewinnen . Das liegt auch an ihrer Art der Kommunikation: Die Institute	Wirtschaft	04.08.2014	https://www.welt.de/finanzen/verbraucher/article130855786/Sprache-Wenn-man-auf-der-Bank-nur-Bahnhof-versteht.html?utm_source=chatgpt.com

	formulieren meist in Kauderwelsch – womöglich sogar absichtlich.			
9	Europas Großbanken taumeln durch die Krisen	Wirtschaftskrise	09.08.2012	https://www.faz.net/aktuell/finanzen/finanzkrise-europas-grossbanken-taumeln-durch-die-krisen-11849711.html
10	Banken erwarten mehr Pleiten: Bankenaufsicht warnt vor „Gefahren“ – drei Dinge müssen Privatanleger dazu wissen	Wirtschaftskrise	2020	https://www.deutscherkongress.de/banken-erwarten-mehr-pleiten-bankenaufsicht-warnt-vor-gefahren-drei-dinge-muessen-privatanleger-dazu-wissen/
11	Europa ringt um seine Einheit	Politik	2020	https://www.google.iq/books/edition/Exploration_Gott/ORjDwAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=Europa+ringt+um+seine+Einheit&pg=PA1936&printsec=frontcover
12	... Europa schläft ! über die russische Steppe jagen die Apokalyptischen Reiter , und Europa sieht nicht auf . Europa schläft unmittelbar der Gefahr ! Es hat den einen , den auf dem roten Pferd , lange genug innerhalb seiner eigenen ...	Politik	1931	https://www.google.iq/books/edition/Nationalsozialistische_Monatshefte/DhIhAQAAMAAJ?hl=en&gbpv=1&dq=Europa+schl%C3%A4ft&pg=PA278&printsec=frontcover
13	... Europa schläft in seinen tiefen Seins - Schichten , auch wenn es an seiner Oberfläche vielfach gärt .	Politik	1993	https://www.google.iq/books/edition/Der_To_desschlaf_Europas/6e0WAQAIAAJ?hl=en&gbpv=1&bsq=Eropa+schl%C3%A4ft&d

	Europa zerfleischt sich in masochistischen Buß - Träumen . Europa verschläft seine Stern - Stunde . Europa läßt sich durch Abrüstungs ...			q=Europa+schl%C3%A4ft&printsec=frontcover
14	... Kein Wunder, dass der Markt nervös reagiert.	Wirtschaft	04.05.26	https://www.aktiencheck.de/news/Artikel-BioNTech_Aktie_Gruender_Sahin_und_Tuerki_verlassen_Unternehmen-19726541
15	.. Börse atmet allmählich wieder auf , da neues Ungemach im Stile der gefürchteten Bankkatastrophen nicht eingetreten ist . Die Ruhe , welche der erschreckten Börse gegönnt wird , ist natürlich noch lange nicht gleichbedeutend mit einer ...	Wirtschaft	1901	https://www.google.iq/books/edition/S%C3%BCddeutsche_B%C3%B6rsen_Zeitung_mit_Ziehung/KCTxT-USihkC?hl=en&gbpv=1&dq=Die+B%C3%B6rse+atmet&pg=RA21-PA7&printsec=frontcover
16	Die Inflation frisst die zusätzlichen Ersparnisse der Deutschen auf	Wirtschaft	23. August 2022	https://www.ifo.de/pressmitteilung/2022-08-23/die-inflation-frisst-die-ersparnisse-der-deutschen-auf
17	... Der Krieg verschlingt Ressourcen schneller, als wir sie bereitstellen können. Diese Waffe wird alles verändern."	Politik	2026	https://www.google.iq/books/edition/Krieg_Der_Alchemisten/KRjGEQAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=Der+Krieg+verschlingt+Ressourcen&pg=PT66&printsec=frontcover

	Thaddeus' Puls beschleunigte sich. Ebene Omega. Das war ein Bereich, von dem er in Briefings gehört hatte – die ...			
18	... Europabildung in der Schule " (KMK 2020) fordert alle Schulstufen , Schulformen und Schulfächer auf , eine „ Eu ... nach Lösungen suchen . Auch das euro-päische Parlament streitet , diskutiert und sucht nach gemeinsamen Lösungen ...	Politik	2025	https://www.google.iq/books/edition/Europa_im_Literaturunterricht/me9JEQAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=Eur opa+sucht+nach+einer +gemeinsamen+L%C 3%B6sung&pg=PA54 &printsec=frontcover
19	Der Staat greift einmal mehr hart durch gegen sogenannte Reichsbürger.	Media	2025	https://www.rheinpfa lz.de/politik_artikel,- razzia-gegen- reichsb%C3%BCrger- wachsam-bleiben- _arid,5773275.html
20	... Demokratie hän gt entscheidend von der Entschlossenheit ihrer Mitglieder ab, sie gegen feindlich e Angriffe zu vert eidigen . Während die Rede von der „streitbaren Dem o kratie “ weniger substantiell auf die Demokratie selbst als vielmehr ...	Media	2011	https://www.google.iq/books/edition/Politisc he_Bildung_in_und_d urch_Schule/Z8YmB AAAQBAJ?hl=en&gb pv=1&dq=Die+Demo kratie+verteidigt+sich +gegen+Angriffe&pg =PA102&printsec=fro ntcover
21	Unser demokratischer Staat mildert die härtesten Belastungen.“	Politik	2024	https://www.youtube.c om/watch?v=1WjvhIX hM5I&t=13s

	(Frank-Walter Steinmeier)			
22	Die Bildschirme leuchten blutrot, die Schlagzeilen schreien "Crash!"	Media	2025	https://books.google.iq/books?id=N0ufEQA AQBAJ&newbks=0&dq=schlagzeilen+schreien&source=gbs_navlinks_s
23	Die Märkte atmen auf und schalten in den Rallye-Modus: Öl fällt, Gold steigt.	Wirtschaft	06.05.2026	https://www.wallstreet-online.de/nachricht/20834603-oelpreis-sturzflug-us-offerte-nachrt-hoffnung-maerkte-preisen-frieden

7. Diskurs- / Metaphernanalyse

7.1 Metaphorentypen im Korpus

Nach der systematischen Analyse des Korpus wurden insgesamt 23 authentische Belege aus journalistischen Artikeln, politischen Texten und ausgewählten digitalen Medienquellen extrahiert und in die Analyse einbezogen.

Innerhalb dieses Korpus konnten alle 23 Beispiele eindeutig der Kategorie der Personifikation zugeordnet werden. Dabei handelt es sich um sprachliche Konstruktionen, in denen abstrakte politische, wirtschaftliche oder mediale Entitäten – wie „Staat“, „Demokratie“, „Markt“, „Wirtschaft“, „Börse“ oder „Medien“ – mit menschlichen Eigenschaften, Handlungen oder Verhaltensweisen versehen werden.

Diese Personifikationen erfüllen im untersuchten Diskurs eine zentrale Funktion: Sie tragen zur Emotionalisierung, Dramatisierung und kognitiven Vereinfachung komplexer politisch-ökonomischer Prozesse bei und strukturieren somit die Wahrnehmung gesellschaftlicher Realität in den analysierten Medientexten. Die Metaphern wurden in drei Typen eingeteilt: Personifikation: "Die Wirtschaft schreit nach Rettung" "Der Staat erlangt seine Gesundheit zurück" "Die Demokratie stirbt" Konfliktmetaphern: "Wahlkampf" "Neue politische Front" Raum- oder Wegmetaphern: "Die politische Szene verengt sich" "Das Land betritt einen dunklen Weg"

8. Rhetorische Funktionen der Personifikation

Die funktionale Auswertung der Personifikationen zeigt, dass diese im politischen, wirtschaftlichen und medialen Diskurs vielfältige rhetorische Wirkungen entfalten. Sie fungieren nicht lediglich als

stilistische Mittel, sondern beeinflussen aktiv die Wahrnehmung und Bewertung komplexer gesellschaftlicher Prozesse.

- Überzeugungs- und Emotionalisierungsfunktion:

Personifikationen wie „Die Inflation frisst die Ersparnisse“ oder „Die Börsen spielen verrückt“ erzeugen starke emotionale Effekte und beeinflussen die Rezeption wirtschaftlicher Entwicklungen. Durch die Zuschreibung menschlicher Handlungen an abstrakte Systeme wird eine unmittelbare Betroffenheit beim Rezipienten erzeugt.

- Erklärungsfunktion:

Konstruktionen wie „Der Markt weist dem Handeln die Wege“ oder „Die Wirtschaft krümmt sich vor Schmerzen“ vereinfachen komplexe ökonomische Zusammenhänge, indem sie abstrakte Prozesse in verständliche Handlungsmodelle übersetzen. Dadurch wird der Zugang zu Fach- und Medientexten erleichtert.

- Kritisch- evaluative Funktion:

Formulierungen wie „Europas Großbanken taumeln durch die Krisen“ oder „Die Regierung ringt um Lösungen“ transportieren implizite Bewertungen politischer und institutioneller Akteure. Die Personifikation dient hier als Mittel der indirekten Kritik oder Problematisierung.

- Dramatisierungs- und Symbolfunktion:

Ausdrücke wie „Die Schlagzeilen schreien ‚Crash!‘“ oder „Europa schläft“ erzeugen eine hohe emotionale und symbolische Verdichtung. Sie verstärken die Wahrnehmung von Krise, Stillstand oder Gefahr und tragen zur medienwirksamen Zuspitzung von Ereignissen bei.

Insgesamt zeigt die Analyse, dass Personifikation im untersuchten Korpus eine zentrale diskursive Strategie darstellt, die sowohl kognitive Vereinfachung als auch emotionale Steuerung und ideologische Rahmung politischer und wirtschaftlicher Realität ermöglicht.

9. Kontextanalyse

Die im Korpus identifizierten 23 Fälle von Personifikation in politischen, wirtschaftlichen und medialen Texten verdeutlichen, dass diese sprachliche Strategie kontextgebunden eingesetzt wird, um komplexe gesellschaftliche und ökonomische Prozesse diskursiv zu strukturieren und für unterschiedliche Rezipientengruppen zugänglich zu machen.

Ein zentraler Beweggrund besteht in der kognitiven Vereinfachung abstrakter Sachverhalte, indem politische und wirtschaftliche Systeme wie „Markt“, „Staat“, „Demokratie“ oder „Wirtschaft“ als handelnde Akteure dargestellt werden. Dadurch werden komplexe Prozesse in narrative Handlungsschemata überführt.

Darüber hinaus dient die Personifikation der emotionalen Rahmung (emotional framing) sensibler Themen wie Wirtschaftskrisen, Inflation, Finanzmärkte oder politische Instabilität. Ausdrücke wie

„Die Inflation frisst die Ersparnisse“ oder „Die Börsen spielen verrückt“ aktivieren dabei affektive Deutungsmuster beim Rezipienten.

Ein weiterer Beweggrund liegt in der diskursiven Bewertung politischer und institutioneller Akteure. Durch Personifikationen wie „Die Regierung ringt um Lösungen“ oder „Europas Großbanken taumeln durch die Krisen“ werden implizite Bewertungen erzeugt, die Zustimmung oder Kritik sprachlich indirekt transportieren.

9.1 Einfluss der Personifikation auf das Publikum

Die Wirkung der im Korpus identifizierten Personifikationen lässt sich durch verschiedene theoretische Ansätze erklären, insbesondere durch:

die Persuasionstheorie,

die Medienwirkungsforschung,

sowie die kognitive Metaphertheorie nach Lakoff und Johnson.

Diese Ansätze zeigen, dass Personifikation als ein wirkungsvolles Instrument der Meinungs- und Wahrnehmungssteuerung fungiert. Sie trägt dazu bei, interpretative Frames (Deutungsrahmen) zu etablieren, die beeinflussen, wie Leser politische und wirtschaftliche Ereignisse kognitiv einordnen. Zudem erleichtert Personifikation die unbewusste Übernahme bestimmter Perspektiven, da abstrakte Strukturen in konkrete, menschlich verständliche Handlungsmuster übersetzt werden. Dadurch werden politische Bewertungen oft indirekt internalisiert.

Schließlich besitzt Personifikation eine besonders starke emotionale Aktivierungsfunktion, da sie schneller und intensiver wirkt als rein sachliche oder objektive Darstellungen. So erzeugt beispielsweise der Ausdruck „Die Krise verschlingt die Mittelschicht“ ein stark bildhaftes Szenario, das zu einer emotional verdichteten Wahrnehmung wirtschaftlicher Entwicklungen führt und die Bewertung politischer Maßnahmen beeinflussen kann.

10. Vertiefte Diskursanalyse: Integration von Kognition, Framing und Kritischer Diskursanalyse

In diesem Abschnitt wird die Personifikation nicht als isoliertes Stilmittel betrachtet, sondern als zentrale Schnittstelle zwischen kognitiven Strukturen, medialen Deutungsrahmen (Frames) und ideologischen Diskurspraktiken analysiert. Durch die Kombination der Konzeptuellen Metaphertheorie (Lakoff & Johnson), des Framing-Ansatzes sowie der Kritischen Diskursanalyse (CDA) nach Fairclough kann eine mehrdimensionale Interpretation der im Korpus identifizierten 23 Personifikationen erfolgen.

Im Mittelpunkt steht dabei die Frage, wie abstrakte politische, wirtschaftliche und mediale Entitäten – wie „Europa“, „Markt“, „Wirtschaft“, „Börse“, „Inflation“, „Demokratie“ oder

„Medien“ – in den untersuchten Texten als handelnde und empfindende Akteure konstruiert werden.

10.1. Kognitive Konstruktion politischer Akteure

Die Analyse zeigt, dass Personifikationen wie „Europa ringt um seine Einheit“, „Die Regierung ringt um Lösungen“ oder „Die Demokratie verteidigt sich“ den Staat und politische Systeme als anthropomorphe Akteure darstellen.

Diese kognitive Strategie führt dazu, dass abstrakte politische Strukturen als intentional handelnde Subjekte wahrgenommen werden. Dadurch wird eine emotionale Beziehung zwischen Bürgern und politischen Institutionen hergestellt, wobei Konzepte wie Verantwortung, Handlungsmacht und Krise personalisiert werden.

10.2 Framing wirtschaftlicher Krisen durch Personifikation

Im wirtschaftlichen Diskurs des Korpus treten zahlreiche Personifikationen auf, die Krisen- und Marktprozesse als aktive Kräfte darstellen, etwa:

„Die Inflation frisst die Ersparnisse“

„Die Börsen spielen verrückt“

„Der Markt reagiert nervös“

„Europas Großbanken taumeln durch die Krisen“

Diese sprachlichen Konstruktionen erzeugen einen Krisen-Frame, in dem wirtschaftliche Entwicklungen nicht als neutrale Prozesse, sondern als dynamische, teilweise bedrohliche Akteure erscheinen. Die Wirtschaft wird somit als ein „handelndes System“ konzeptualisiert, das Menschen beeinflusst, belastet oder destabilisiert.

10.3. Mediale Dramatisierung und symbolische Verdichtung

Im medialen Kontext dienen Personifikationen vor allem der Dramatisierung und emotionalen Verdichtung komplexer Ereignisse. Beispiele wie „Die Schlagzeilen schreien ‚Crash!‘“ oder „Die Märkte atmen auf“ zeigen, dass Medienakteure und Informationssysteme selbst als handelnde Subjekte dargestellt werden.

Diese Form der Personifikation verstärkt die Aufmerksamkeitsökonomie der Medien, indem sie Nachrichten emotional auflädt und visuell-mentale Bilder erzeugt, die schneller verarbeitet werden können als abstrakte Sachinformationen.

10.4 Ideologische Wirkung im Rahmen der Kritischen Diskursanalyse

Aus Perspektive der Kritischen Diskursanalyse fungiert Personifikation als ein Mittel der ideologischen Rahmung (ideological framing). Sie beeinflusst, wie Machtverhältnisse interpretiert werden, indem abstrakte Systeme wie „Staat“, „Markt“ oder „Europa“ als handelnde Subjekte erscheinen.

Dadurch werden strukturelle Verantwortlichkeiten teilweise personalisiert oder verschleiert, was zu einer Verschiebung der Wahrnehmung von Ursachen und Verantwortlichkeiten führen kann.

Schlussfolgerung

Die Analyse des Korpus mit insgesamt 23 belegten Fällen von Personifikation bestätigt die zentrale Rolle dieser sprachlichen Strategie im politischen, wirtschaftlichen und medialen Diskurs der untersuchten Texte. Die Ergebnisse zeigen deutlich, dass Personifikation nicht nur ein stilistisches Mittel darstellt, sondern als komplexes kognitives, rhetorisches und diskursives Instrument fungiert.

Im Hinblick auf **Hypothese 1** zeigt die Untersuchung, dass Personifikation systematisch eingesetzt wird, um abstrakte politische und ökonomische Prozesse zu vereinfachen und in verständliche Handlungsschemata zu überführen. Entitäten wie „Markt“, „Wirtschaft“, „Börse“ oder „Europa“ erscheinen dabei regelmäßig als handelnde Akteure, wodurch komplexe Zusammenhänge leichter zugänglich und medial anschlussfähig werden.

Hypothese 2 wird insofern gestützt, als die analysierten Beispiele aus unterschiedlichen medialen Kontexten stammen. Auch wenn keine vollständige vergleichende Medienanalyse vorgenommen wurde, deutet das Korpus darauf hin, dass die Wirkung der Personifikation kontextabhängig variieren kann, insbesondere hinsichtlich Medientyp und Diskursform.

Im Rahmen von **Hypothese 3** zeigt die Analyse, dass Personifikation epistemische Risiken birgt. Durch die kognitive Reduktion komplexer Strukturen auf anthropomorphe Handlungsmuster können differenzierte Ursachenverhältnisse vereinfacht oder teilweise verdeckt werden. Dies betrifft insbesondere wirtschaftliche Krisendiskurse, in denen systemische Prozesse als „handelnde Akteure“ erscheinen.

Hypothese 4 wird ebenfalls bestätigt, da Personifikation im untersuchten Korpus häufig zur emotionalen Rahmung und diskursiven Positionierung eingesetzt wird. Besonders in Krisen- und Konfliktdiskursen erzeugen Formulierungen wie „Die Börsen spielen verrückt“ oder „Die Inflation frisst die Ersparnisse“ eine starke affektive Wirkung, die potenziell zur Meinungslenkung beitragen kann.

Zusammenfassend zeigt die Studie, dass Personifikation im politischen und medialen Diskurs als ein multifunktionales sprachliches Mittel zu verstehen ist, das kognitive Vereinfachung, emotionale Aktivierung und ideologische Rahmung miteinander verbindet. In der Perspektive der Konzeptuellen Metapherntheorie, der Framing-Analyse und der Kritischen Diskursanalyse erweist sich Personifikation somit als ein zentrales Element der Bedeutungsproduktion in der politischen Öffentlichkeit.

1. Bibliography

- al-Latif, I. A. (2013). *Die Rhetorik der Freiheit*. Dar Al-Tanweer.
<https://doi.org/https://linksminify.com/aKIOP>
- Arakelyan, A. F. (2009). Metaphor in Political Discourse. *Armenian Folia Anglistika*, Vol. 5(No. 1-2), 72-77.
[https://doi.org/DOI: https://doi.org/10.46991/AFA/2009.5.1-2.072](https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.46991/AFA/2009.5.1-2.072)
- DeRhen, B. (2017). *Metaphor and Ideology in Economic Discourse*. University of the Pacific Theses and Dissertations. [https://doi.org/ https://scholarlycommons.pacific.edu/uop_etds/194](https://doi.org/https://scholarlycommons.pacific.edu/uop_etds/194)
- Discourse, M. i. (2019). Retrieved from https://is.muni.cz/el/fss/podzim2019/CDS409/um/Charteris-Black_Politicians_and_Rhetoric_Ch2.pdf?utm_source=chatgpt.com
- DWDS. (o.J.). Personifikation. Retrieved from <https://www.dwds.de/wb/Personifikation>
- Entman, Robert M. Elisabeth Wehling. (1993). Toward Clarification of a Fractured Paradigm, Politisches Framing: Wie eine Nation sich ihr Denken einredet - und daraus Politik macht. *Journal of Communication*,. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Gehr, M. (2014). *Metaphern und Redewendungen im politischen Kommentar*. Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Fairclough, Norman (1995).** *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*
- Jarzebski, S. (2020). *Erzählte Politik: Politische Narrative im Bundestagswahlkampf*. Springer-Verlag.
- Knobloch, C. (2009). Metaphern in der politischen Kommunikation. p. 2. Retrieved from https://www.uni-siegen.de/uni/publikationen/extrakte/ausgaben/200906/pdf/extrakte_nr6.pdf
- Literatur, I. f. (2014). Tropen und Figuren. Retrieved from https://www.ilw.uni-stuttgart.de/img/veraltete-pdf-dateien/arbeitsmaterialien-alt/Rhetorikpapier_11_2014.pdf?utm_source=chatgpt.com
- Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *Metaphors We Live By*. Chicago: University of Chicago Press.
- Ötsch, W. (2018). Bilder in der Geschichte der Ökonomie: Das Beispiel der Metapher von der Wirtschaft als Maschine. *Working Paper Serie, No. Ök-42, Cusanus Hochschule*(Institut für Ökonomie und Institut für Philosophie, Bernkastel-Kues).
- Schneiders, P. (2015). *Stoppt Putin jetzt!* Gutenberg-Universität Mainz.
- Wehling, E. (2017). *Politisches Framing Wie eine Nation sich ihr Denken einredet – und daraus Politik macht*. © Copyright Herbert von Halem Verlag 2016.