

### ***III.***

## ***Emotionen in politischer Theorie, Philosophie und Therapie***

Oliver Lubrich

## Figuralität und Persuasion

### Barack Obamas Redekunst als Gegenstand interdisziplinärer und experimenteller Forschung\*

*While there has been considerable discussion on “figurative” language in the larger sense, especially on cognitive aspects of metaphor, this article describes an interdisciplinary experiment which focuses on the narrower and more technical definition of figurality, i.e. on rhetorical figures as formal patterns of sound or composition (such as alliteration or anaphora) as opposed to rhetorical tropes as methods of indirect signification (such as metaphor or metonymy). In line with Greek and Roman theory on the threefold function of rhetorical language (lógos, páthos, éthos; docere, movere, conciliare) we hypothesize that figures have persuasive, affective and aesthetic effects on the reader of a text that can be determined individually as well as cumulatively. The experimental study is specifically devoted to the reception of rhetorical figures in political speeches, taking Barack Obama’s “Acceptance Speech” as an example. By “de-activating” hundreds of figures in a single text, without affecting its imagery or semantics, we are able to measure differentially the degrees by which these figures enhance the effects on the recipients. In an additional experiment, we investigate how they condition the memorability of a text or its content. On the basis of classical theory (Gorgias, Aristotle, Cicero, Quintilian), integrating psychology and neuroscience, psychiatry and psychotherapy, we aim at defining an interdisciplinary research agenda for empirical and experimental as well as intercultural rhetoric.*

Am 4. Juni 2009 hielt Barack Obama eine vielbeachtete Rede an der Universität von Kairo. Sie sollte nichts weniger als einen „Neuanfang“ einleiten, „a new beginning between the United States and Muslims around the world“. Wie jede Ansprache des US-amerikanischen Präsidenten war sie ein Muster klassischer Rhetorik: abgestimmt auf Ort und Publikum, wohlgegliedert, sorgsam formuliert, versehen mit eindrücklichen Bildern und vor allem durchsetzt von einer Vielzahl kunstvoller Figuren. Obamas Figuren sind keineswegs zufällig oder bloß schmückendes

---

\* Der vorliegende Aufsatz beschreibt die Konzeption eines Experiments im interdisziplinären Forschungsprojekt „Affektive und ästhetische Prozesse beim Lesen“ am Exzellenzcluster *Languages of Emotion* der Freien Universität Berlin. Projektteam: Oliver Lubrich<sup>a</sup>, Ulrike Altmann<sup>b</sup>, Christine Knoop<sup>c</sup>, Winfried Menninghaus<sup>c</sup>, Arthur Jacobs<sup>b</sup>. Weitere Mitwirkung: Malek Bajbouj<sup>d</sup>, Thomas Nehrlich<sup>c</sup>, Philipp Ekardt<sup>c</sup>, Isabel Bohrn<sup>b</sup>. (a: Universität Bern, Komparatistik/Germanistik; b: Freie Universität Berlin, Allgemeine und Neurokognitive Psychologie/D.I.N.E. – Dahlem Institute for Neuroimaging of Emotion; c: Freie Universität Berlin, Peter Szondi-Institut für Allgemeine und Vergleichende Literaturwissenschaft; d: Charité, Klinik für Psychiatrie und Psychotherapie.) Mein besonderer Dank gilt Ulrike Altmann für ihr Engagement über die Fächergrenzen hinweg.

Beiwerk, sondern sie haben kalkulierte Funktionen. Um beängstigende Gegensätze zu überwinden („*Islam and the West*“; „*narrow hatred*“ gegen „*enduring faith*“), sprach der Redner in harmonischen Gleichklängen („*light of learning*“; „*expand exchange*“; „*Kansas*“ und „*Cairo*“), in gleichlautenden Anfängen („*That is why there is a mosque in every state in our union [...]. That is why the United States government has gone to court to protect the right of women [...] to wear the hijab*“) und in entsprechenden Ausgängen („*to listen to each other, to learn from each other, to respect one another*“), oder er führte sogar beide Mittel zusammen („*Too many tears have been shed. Too much blood has been shed*“). Er bediente sich eingängig gleichgeordneter Satzglieder („*This same story can be told by people from South Africa to South Asia; from Eastern Europe to Indonesia*“), nachdrücklicher Bindewörter („*Jews and Christians and Muslims*“; „*Israelis and Palestinians and Arabs*“; „*the mind and the heart and the soul*“) und immer wieder eindringlicher Wiederholungen („*mutual interest and mutual respect*“; „*in ancient times and in our times*“; „*our communities, our families, our traditions, and our faith*“). Die sprachliche Gestaltung diente, bis ins Detail, der Vermittlung der Botschaft. Die rhetorischen Verfahren folgten dem Zweck, die Zuhörer für das Anliegen des Redners zu gewinnen.

Aber wie erfolgreich ist dieser Versuch? Wovon hängt es ab, wie wir eine politische Rede aufnehmen? Welche Rolle spielt dabei nicht allein der Inhalt, sondern auch die sprachliche Form? Wie verhält sich insbesondere die Figuralität zur Persuasion? Welche mentalen und welche physischen Prozesse löst sie in uns aus? Lassen sich die Effekte der Rhetorik in Abhängigkeit von bestimmten Techniken empirisch ermitteln? Können wir ihre Wirkungen experimentell messen?

An der Freien Universität Berlin wurde in einem interdisziplinären Team ein Experiment entwickelt, das die Funktion rhetorischer Figuren am Beispiel der Redekunst Barack Obamas untersucht (vgl. Lubrich 2009). Seine Konzeption soll hier programmatisch dargestellt werden – bevor, auf ihrer Grundlage, an anderer Stelle die Auswertung der Daten folgen kann.

## Theorie

Den Ausgangspunkt bildet die antike Rhetorik. Als früheste transdisziplinäre Lehre hat sie die Effekte der Sprache beschrieben. Ihre klassische Konzeption, wie sie Gorgias und Aristoteles, Cicero und Quintilian theoretisch und methodisch entwickelt haben, beruht auf der Annahme, dass die Wirkungen rhetorischer Worte nicht allein kognitiv, sondern ganz wesentlich ästhetisch und affektiv sind; und dass sie durch rednerische Techniken gesteigert werden, die sich systematisch klassifizieren lassen.

In seiner Demonstrationsrede zum *Lobpreis der Helena* beschrieb Gorgias die Rhetorik als sprachliche Psychopharmakologie (*Enkomion auf Helena*, 8). Um ihre nicht-rationalen Leistungen zu veranschaulichen, gebrauchte er vier eindrucksvolle Paradigmen: die Droge (*phármakon*), die Erotik (*éros*), die Zauberei (*mageia*, *goe-*

*teía*) und die Gewalt (*bía, anánke*). Ein guter Rhetor könne die Seelen seiner Zuhörer steuern. Seine Worte hätten, so sagt und zeigt Gorgias, eine unwiderstehliche Kraft: „Die Rede ist eine große Macht.“ (*lógos dynástes mégas estín.*)

Platon, der eines seiner Werke immerhin der Widerlegung dieses Sophisten widmete (*Gorgias*), definierte die Rhetorik sehr ähnlich, und zwar ausgerechnet in den Worten von dessen Gegenspieler Sokrates, nämlich als „verbale Psychagogie“: „Die Rhetorik [...] ist die Kunst der Seelenlenkung mit Worten.“ (*he rhetorikè [...] téchne psychagogía tis dià lógon; Phaidros, 261a; vgl. 271c.*)

Von den drei „Mitteln der Überzeugung“ (*písteis*), die Platons Schüler Aristoteles unterschied (*Rhetorik, I.2.2–7*), wirken zwei affektiv und ästhetisch, nämlich das *páthos*, die durch die Rede hervorgerufenen Emotionen der Zuhörer, und das *éthos*, die durch die Rede projizierte Persönlichkeit des Redners, die entsprechende Sympathien auf sich zieht, gegenüber dem *lógos* (bzw. *prágma*), der durch die Rede vermittelten Argumentation zur Sache.

Analog verhält es sich, in lateinischer Terminologie, mit den drei Wirkungen, wie sie Cicero konzeptualisiert hat (*De oratore, II.115–121*): Dem allgemeinen Ziel der Überredung (*persuadere*) dienen das Hervorrufen von Emotionen (*movere*, auch *permovere* oder *concitare*), das Einnehmen für den Redner (*conciliare*) und das Argumentieren in der Sache (*docere*, auch *probare*).<sup>1</sup>

Hinzu kommt ein gewisses Wohlgefallen nicht nur an der Person des Redners, wie sie die Rede ausstellt, sondern auch an der Rede selbst, ein ästhetischer Genuss am Text, der sich nicht ohne weiteres den Kategorien des *páthos* (bzw. *movere*) oder des *éthos* (bzw. *conciliare*) zuweisen lässt. Dieser Genuss (*delectare*) kann auch in der Lektüre zur Geltung kommen, die zum Vergnügen unternommen wird, wie es bei Cicero heißt: „delectationis causa“ (*De oratore, II.59; vgl. Wöhrle, „Delectare“, in: HWRh 2, 521–523*). Horaz unterschied für die Dichtung zwei Absichten, deren affektiv-ästhetische Dimension er insgesamt auf diesen Begriff brachte: zu nützen oder zu gefallen, „aut *prodesse* volunt aut *delectare* poetae“ (*Ars poetica, 333*).

Eine zusätzliche Funktion rhetorisch gestalteter Sprache liegt darin, möglichst einprägsam zu sein, inhaltlich wie wörtlich, und zwar sowohl für den Redner selbst, der in der Antike ohne Manuskript zu sprechen hatte, wie auch für die Zuhörer, die das Gesagte im Gedächtnis behalten. Die Rhetorik verfügt über die Kategorie der *memoria*, die als *ars memorativa* vom Redner her gedacht wurde (vgl. W. Neuber, „Memoria“, in: *HWRh 5, 1037–1078*), sich prinzipiell aber auch als einprägende Einwirkung auf die Zuhörer denken lässt (die nicht nur momentan, sondern auch längerfristig in ihren Haltungen und Handlungen – etwa in ihrem Wahlverhalten – beeinflusst werden sollen).

1 Vgl. Lausberg, § 257; J. Knappe, „Persuasion“, in: *HWRh 6, 874–907*; G. Wöhrle, „Movere“, in: *HWRh 5, 1498–1501*; T. Pekar, „Conciliatio“, in: *HWRh 2, 314–317*; G. Wöhrle, „Docere“, in: *HWRh 2, 894–896*.

## Ansatz

Die persuasive Wirkung, so stellte das *Historische Wörterbuch der Rhetorik* nicht ohne Bedauern fest, scheint sich einer „rhetorischen Erfolgskontrolle“ zu entziehen und „in einer gewissen theoretischen Grauzone“ zu verbleiben (HWRh, 878). Eine einfache empirische Methode besteht zwar z. B. darin, die Reaktionen der Zuschauer im Manuskript einer Rede zu vermerken (vgl. Guerini et al. 2008). Aber welchen Ansatzpunkt können wir finden, um die Wirkungen rhetorischer Sprache nicht nur allgemein festzustellen, sondern *experimentell* zu messen, d. h. quantitativ zu erfassen und qualitativ auf bestimmte Parameter zurückzuführen?

Die Theorie kennt zahlreiche Faktoren, von denen die Wirkungen einer Rede, die sie spekulativ unterscheiden kann, abhängen. Sie lassen sich von den fünf Arbeitsschritten des Redners her bestimmen (*officia oratoris*): durch klug recherchierte Sachargumente (*inventio*), durch einen geschickten dramaturgischen Aufbau (*dispositio*), durch eine vollendete Ausarbeitung (*elocutio*), durch eine zuverlässige Gedächtnisleistung (*memoria*) und durch einen wirkungsvollen Vortrag (*actio*).

Abgesehen von den inhaltlichen, dramaturgischen, mnemotechnischen und performativen Faktoren sowie von äußeren Kontingenzen wie dem natürlichen Charisma des Redners, dem gegebenen Zeitpunkt, Schauplatz und Kontext der Rede, der Zusammensetzung und der massenpsychologischen Dynamik des jeweiligen Publikums ist die Gestaltung des Redetextes (die *elocutio*) literaturwissenschaftlich besonders ergiebig und experimentalpsychologisch einer nachträglichen Analyse am ehesten zugänglich.

Neben grammatischer Korrektheit (*latinitas*), sprachlicher Verständlichkeit (*perspicuitas*) und stilistischer Angemessenheit (*aptum*) besteht die rhetorische Kunst der *elocutio* in erster Linie im sogenannten Schmuck (*ornatus*; vgl. Lausberg, § 453-1082; J. Knappe, „Elocutio“, in: *HWRh* 2, 1022-1083). Im Bereich dieses Redeschmucks wiederum unterscheidet die Theorie zwei Kategorien rhetorischer Formen: Trope (*trópos*, *tropus*) und Figur (*schéma*, *figura*). Tropen (von *trépein*, wenden) sind „Wendungen“ eines Wortes in eine *übertragene* Bedeutung, Verfahren der Ersetzung zur *uneigentlichen* Bezeichnung (vgl. R. Drux, „Tropus“, in: *HWRh* 9, 809-830). Ein Signifikant wird auf ein Signifikat übertragen, mit dem er einen Vorstellungsinhalt teilt. Aristoteles definierte die Metapher (*metaphorá*) im Wortsinn als „Übertragung“ (*onómatos allotriú epiphorá*) (Aristoteles, *Poetik*, 21), die einen gewissen Grad an „Fremdheit“ (*xenikón*) bzw. Distanz zwischen „Bildspender“ und „Bildempfänger“ zu wahren hat, um dem Hörer (oder Leser) ein kognitives Vergnügen an ihrer Entschlüsselung zu gewähren (Aristoteles, *Rhetorik*, III.2.6–12, III.3.4–4.1–4, III.10.2–7, III.11.1–15). Als Tropen gelten gemeinhin Metapher, Metonymie, Synekdoche, Antonomasia, Periphrase, Emphasis, Hyperbel, Litotes und Ironie (Lausberg, § 552–598). Die Rhetorik empfiehlt bildliches Sprechen (*phantasiai*, *enérgeia*, *evidentia*, *illustratio*) als vorzügliches Mittel zur Emotionalisierung – sowohl des Publikums wie auch des Redners selbst.

Diesem attraktiven Gegenstand der übertragenen Rede, der Semantik und Bildlichkeit miteinander vereint und nicht nur ästhetisch, sondern auch affektiv als be-

sonders wirksam gilt, haben sich in den letzten Jahren zahlreiche linguistische und psychologische Studien gewidmet, insbesondere der empirischen Forschung zur Metaphorik (z. B. Bosman/Hagendoorn 1992; Glicksohn/Goodblatt 1993; Goodblatt 1996; Goodblatt 2001; Goodblatt/Glicksohn 2002; Steen 2002; Giora et al. 2004; Naidoo/Lord 2008; Mashal/Faust 2010). Dagegen gibt es nur wenige vergleichbare Untersuchungen, die sich dem scheinbar spröderen Gegenstand rhetorischer Figuren zuwenden – wobei sie sich noch dazu meist auf sehr kurze Texte beschränken bzw. aus der Sicht der Marketing-Forschung mit Slogans beschäftigen (z. B. McQuarrie/Mick 1996; Mothersbaugh et al. 2002; vgl. Lea et al. 2008).

Dabei eignen sich zahlreiche Figuren besonders gut für eine experimentelle Untersuchung, weil sie sich ohne Rücksicht auf Semantik und Bildlichkeit manipulieren lassen, während sprachliche Bilder stets Bedeutungsüberschüsse mittransportieren, deren Effekte kaum zu kontrollieren sind.

Die historische Typologie klassifiziert Dutzende von *schémata*. Das *Handbuch der literarischen Rhetorik* von Heinrich Lausberg widmet ihnen 311 Paragraphen (§ 600-910). Cicero spricht davon, dass sie „fast zahllos“ seien – bevor er sie aufzuzählen beginnt (*De oratore*, III.200-207). Grundlegend zu unterscheiden sind *inhaltliche* Gedankenfiguren (*figurae sententiae*; Lausberg, § 754-910) und *formale* Wortfiguren (*figurae elocutionis*; Lausberg, § 604-754). Bei letzteren handelt es sich um Verfahren der sprachlichen Anordnung und der klanglichen Gestaltung (vgl. J. Knappe, „Figurenlehre“, in: *HWRh* 3, 289-342).

Genau auf diesen Gegenstand soll die eingangs gestellte Frage fokussiert werden: In welchem Maß hängt die Wirkung politischer Reden von Details der sprachlichen Gestaltung ab, von Phänomenen der *elocutio*? Genauer: vom rednerischen Schmuck, vom *ornatus*? Und noch genauer: vom Einsatz rhetorischer *Figuren*? Insbesondere solcher, die *formale* Merkmale haben? Mit anderen Worten: Welchen Anteil haben formale rhetorische Figuren an dem Eindruck, den eine Rede auf ihre Adressaten macht? Wie verhält sich die Figuration zur Persuasion?

## Manipulation

Die Wirkungen rhetorischer Sprache, die sich aus der klassischen Theorie ableiten lassen – *docere* (inhaltlich zu belehren), *movere* (emotional zu bewegen), *conciliare* (für den Redner einzunehmen), *delectare* (zu gefallen) und, auf den Adressaten gewendet, *memoria* (die Einprägung) –, wollen wir also experimentell zu ermitteln versuchen, indem wir diesen einen Faktor isolieren: formale rhetorische Figuren.

Die Hypothese lautet: Die persuasiven, affektiven, sympathischen, ästhetischen und mnemischen Wirkungen einer politischen Rede hängen wesentlich von scheinbar oberflächlichen Eigenschaften des Textes ab. Rhetorische Figuren steigern diese Wirkungen jeweils *katalysatorisch* und insgesamt *kumulativ*. Das heißt: Jede einzelne von ihnen soll, sofern ihr Einsatz gelingt, das Gesagte überzeugender, bewegender, gewinnender, gefälliger und einprägsamer machen, während alle Figuren in einer Rede zusammen entsprechende additive Effekte haben.

Es stellt sich die Frage, wie sich diese Annahme empirisch überprüfen lässt; und wie der Anteil der Figuren an den Wirkungen, die eine Rede ausübt, zu ermitteln ist.

Cicero selbst hat den Weg der experimentellen Manipulation gewiesen, indem er in seiner Schrift *Orator* an einem Beispiel vorführte, wie der unscheinbarste Eingriff (in diesem Fall eine bloße Umstellung) einen rhetorischen Effekt zunichte machen kann (hier im Hinblick auf den Sprachrhythmus):

Wieviel es bedeutet, in gutem Rhythmus zu reden, das läßt sich erfahren, wenn man die wohlgeordneten Strukturen eines sorgfältig formulierenden Redners durch die Umstellung von Wörtern zur Auflösung bringt. Dann geriete nämlich das Ganze durcheinander, wie zum Beispiel in der folgenden Passage und allem Anschließendem aus meiner Rede für Cornelius: „Neque me divitiae movent, quibus omnes Africanos et Laelios *multi venalicii mercatoresque superarunt*.“ [Mich beeindruckt die Reichtümer nicht, worin zahlreiche Kaufleute und Sklavenhändler alle Africani und Laelii übertroffen haben.] Verändere nur ganz wenig, so daß es heißt: „*multi superarunt mercatores venaliciique*“ – und sofort ist alles hin! (*Orator*, 232)

Eine grammatisch vollkommen korrekte Änderung der Reihenfolge („*mercatores*“ und „*venalicii*“ als gleichrangiger Wörter sowie der verbindenden Konjunktion „und“ in Form eines angehängten „-que“) hat die rhythmische Eleganz des Satzes beeinträchtigt – und so seine Wirkung gemindert.

„Verändere nur ganz wenig, und sofort ist alles hin!“ (*immuta paulum, perierit tota res.*) Was Cicero hier für den Periodenbau geltend macht, ist auf andere Techniken zu übertragen. Auch zahlreiche Figuren lassen sich auflösen, indem wir einen Text nur leicht verändern und dabei weder semantisch noch bildlich erkennbar beeinträchtigen. So kann beispielsweise ein *Chiasmus* durch bloße Umstellung aufgehoben werden; oder ein *Polysyndeton*, indem wir die wiederholte Konjunktion durch ein Komma ersetzen.

Der Ansatz der experimentellen Manipulation bedeutet im vorliegenden Fall: Um kontrolliert herauszufinden, inwiefern die Persuasion abhängig ist von der Figuration, d. h. in welchem Maß rhetorische Figuren die Wirkungen eines Textes bedingen, werden diese Figuren systematisch *defiguriert*; anschließend werden das rhetorische Original und eine *derhetorisierte* Version des gleichen Textes Probanden präsentiert, deren Reaktionen vergleichsweise anzeigen, um wie viel überzeugender, mitreißender, ansprechender und sympathischer sowie auch einprägsamer politische Aussagen wirken, wenn sie einen höheren Figurationsgrad haben.

Der erste Schritt ist die Analyse: Eine „gut geschriebene“ politische Rede von einer dreiviertel Stunde Vortragszeit und 5-6.000 Wörtern Länge enthält Hunderte rhetorischer Figuren, die wir identifizieren und klassifizieren können.

Der zweite Schritt ist die Manipulation: Durch minimale Eingriffe werden so viele Figuren wie möglich deaktiviert, ohne die Bedeutung oder die Bildlichkeit des Textes merklich anzutasten. Dies ist möglich durch eine Umstellung, welche die Konstruktion etwa eines *Chiasmus* oder einer *Anapher* stört; durch eine Tilgung redundanter Wörter, die ein *Polysyndeton* in eine gewöhnliche Aufzählung verwandelt oder eine *Anadiplosis* auflöst; oder auch durch eine behutsame Erset-

zung mit einem Synonym, die beispielsweise eine Alliteration löscht oder einen Endreim sprengt.

Diese Bearbeitung kann an einigen Beispielen aus einer Rede Obamas veranschaulicht werden, die der Berliner Studie als Beispiel dient: der sogenannten „Acceptance Speech“, die der damalige Kandidat am 28. August 2008 auf der Democratic National Convention im Mile High Stadium von Denver hielt, als er die Vorwahlen seiner Partei gewonnen hatte und die Nominierung für die Präsidentschaftswahl entgegennahm. Die figürlichen Elemente werden in den folgenden Beispielen kursiv hervorgehoben und die derhetorisierten Fassungen jeweils in Klammern dahinter gesetzt:

- *Polysyndeton* (Wiederholung desselben Bindewortes zwischen gereihten Gliedern): “Democrats and Republicans and Independents” (“Democrats, Republicans and Independents”); “invest in new schools, and new roads, and science, and technology” (“invest in new schools, roads, science and technology”). “They work hard, and they give back, and they keep going without complaint.” (“They work hard, give back and keep going without complaint.”) (In diesem Beispiel wird sogar zusammen mit dem *Polysyndeton* zugleich die *Anapher* des dreifachen *they* aufgelöst.)
- *Anapher* (Wiederholung des Anfangs eines Gliedes): “America, we cannot turn back. *Not with* so much work to be done; *not with* so many children to educate, and so many veterans to care for; *not with* an economy to fix, and cities to rebuild, and farms to save” (“Not with so much work to be done; so many children to educate, and veterans to care for; with an economy to fix, cities to rebuild, and farms to save”).
- *Epipher* (Wiederholung des Endes eines Gliedes): “The change we need doesn’t come from *Washington*. Change comes to *Washington*.” (“The change we need doesn’t come from Washington. It is brought to the capital.”)
- *Iteratio* (Wiederholung eines Wortes): “Individual *responsibility* and mutual *responsibility*” (“individual and mutual responsibility”); “wind *power* and solar *power*” (“wind and solar power”); “a red *America* or a blue *America*” (“a red or a blue America”); “they have fought *together*, and bled *together*” (“they have fought and bled together”).
- *Anadiplosis* (Wiederholung des letzten Gliedes einer Gruppe am Beginn der nächsten): “But this, too, is part of America’s *promise*, the *promise* of a democracy where we can find the strength and grace to bridge divides and unite in common effort.” (“But this, too, is part of America’s promise, namely that of a democracy where we can find the strength and grace to bridge divides and unite in common effort.”)
- *Isokolon* (parallel konstruierte Einheiten): “men and women, students and soldiers, farmers and teachers” (“men, women, students, soldiers, farmers, and teachers”).
- *Alliteration* (gleicher Anlaut): “*chance on change*” (“chance on a transformation”), “*dreams deferred*” (“dreams postponed”); “a young man from Kenya and a young woman from Kansas” (“a young man from Kenya and a young woman from the United States”); “a government that lets veterans *sleep* on our streets and families *slide* into poverty” (“a government that lets veterans sleep on our roads and families descend into poverty”).
- *Homoioteleuton* (gleicher bzw. ähnlicher Auslaut): “Give more and more to *those* with the *most*” (“Give ever more to the people with the most”).
- *Figura etymologica* (grammatische Variation des gleichen Wortes bzw. Wortstamms): “to *live* lives” (“to live”).

Auf diese Weise konnten in Obamas „Acceptance Speech“ mehr als 250 Stellen identifiziert und manipuliert werden, ohne dass die Semantik oder die Bildlichkeit des Textes erkennbar beeinträchtigt wurde. Probanden, die den bearbeiteten Text lesen, bemerken die Manipulation nicht.



## Experiment

Für die empirische Untersuchung werden (per Aushang, Anzeige und Mailing) 96 Probanden gewonnen: US-amerikanische Staatsbürger, an die als mögliche Wähler die Rede sich richtete; und die als anglophone Muttersprachler auf rhetorische Feinheiten spontan reagieren können. Jeweils 32 Teilnehmer lesen Obamas Rede in der originalen und in der derhetorisierten sowie außerdem in einer *teilderhetorisierten* Fassung, in der nur die Hälfte der manipulierbaren Figuren gleichmäßig aufgelöst wird, damit überprüft werden kann, ob sich die Figurativität zur Wirkung proportional oder nicht-linear verhält.

Das Experiment hat fünf Phasen: Es besteht aus (I.) Vorbefragung, (II.) Detailbefragung, (III.) Laborversuch, (IV.) Nachbefragung und (V.) Gedächtnistests. (Der Zeitaufwand beläuft sich auf ungefähr anderthalb Stunden für die beiden vorab durchgeführten Befragungen und zweieinhalb Stunden für den Laborversuch und die nachträglichen Erhebungen.) Hinzu kommt (VI.) eine separat durchgeführte ergänzende Teilstudie.

(I.) In einer knappen Vorbefragung werden von allen Personen, die bereit sind, an der Studie teilzunehmen, *via Internet* soziodemographische Daten erhoben. So ergibt sich ein Überblick, wer sich auf den Aufruf gemeldet hat. Und es kann sichergestellt werden, dass ein möglichst repräsentatives *Sample* zustande kommt, das in Bezug auf basale Kategorien wie Geschlecht und Alter ausgeglichen ist, aber auch hinsichtlich Bildung und politischer Orientierung Aufschlüsse geben wird. (Wirken Figuren auf Frauen anders als auf Männer, auf Alte anders als auf Junge, auf Gebildete anders als auf Ungebildete, auf Demokraten anders als auf Republikaner?)

(II.) In einer ausführlicheren Detailbefragung werden, abermals *online*, von den eingeladenen Probanden (anonymisiert) genauere Daten zu Gruppenzugehörigkeiten und Einstellungen erhoben: Parteimitgliedschaft, ideologische Selbstverortung, Wahlverhalten, Wertschätzung der Kandidaten, politisches Interesse, Meinungen zu relevanten Themen, Mediennutzung, Religion, soziodemographisches Profil, Persönlichkeit. Diese Daten sollen später mit den Ergebnissen des Experiments korreliert werden (sowohl zur getesteten Rede insgesamt wie auch zu den einzelnen Segmenten, in denen unterschiedliche Themen zur Sprache kommen), so dass die Ergebnisse auch soziologisch und politologisch beschrieben werden können. (Wirkt die Rede auf alle Zuhörer in gleicher Weise, wenn auch in unterschiedlichem Maße? Wirkt Rhetorik bei erklärten Gegnern gar nicht, oder ruft sie sogar „Anti-Effekte“ hervor? Und gibt es bei bestimmten Gruppen weitere Auffälligkeiten?) Die Fragen wurden auf Grundlage des genormten Fragebogens der ANES (*American National Election Studies*) entwickelt, mit dem in den USA seit 1948 Meinungsbilder vor und nach Wahlen sowie die sogenannten *Presidential Midterm Ratings* erhoben werden (Stanford University/University of Michigan, [www.electionstudies.org](http://www.electionstudies.org)). Hinzugefügt wird der *NEO-FFI*-Persönlichkeitsfragebogen („Fünf-Faktoren-Inventar“ nach Paul T. Costa und Robert R. McCrae), bezogen auf den Probanden selbst (Selbsteinschätzung) sowie auf Barack Obama (Einschät-

zung des Präsidenten durch den Probanden); außerdem *SDS-17* (soziale Erwünschtheit) und *SSS-V* (*Sensation Seeking, Need for Affect, Need for Cognition*).<sup>2</sup>

(III.) Der eigentliche Laborversuch beginnt mit einem „Wahlbarometer“. An einem Schieberegler zeigen die Teilnehmer feinskaliert an: „If presidential elections were held today, how likely would you vote for Barack Obama?“ Es folgt die Frage, ob die Probanden Obamas Nominierungs-Rede bereits kennen, und wenn ja, woher und wie genau (*familiarity*). Anschließend werden sie auf die historische Situation eingestimmt, in der die Rede gehalten wurde: „Please think back to the time of candidate Obama’s nomination in 2008. To help you imagine the moment, we will first show you a brief film clip.“ Es folgt ein Ausschnitt einer Filmaufnahme des Beginns von Obamas Rede im Stadion: Der Kandidat betritt die Bühne und begrüßt das Publikum, er bedankt sich für den begeisterten Applaus und die „Yes we can!“-Rufe, und er nimmt die Wahl an: „With profound gratitude and great humility, I accept your nomination for presidency of the United States“.

Jetzt beginnt das eigentliche Experiment. Die Probanden lesen den Text von Obamas Rede – und zwar jeweils in einer der drei Versionen: original, defiguriert und teildefiguriert. Der Text wurde, aus pragmatischen Gründen (die den Probanden mitgeteilt werden), jeweils in 33 elfzeilige Segmente zerlegt, die nacheinander am Bildschirm zur Präsentation kommen. Nach jedem Segment beantworten die Teilnehmer möglichst spontan vier Fragen, die sich auf die unmittelbaren Wirkungen der Rhetorik beziehen, und zwar entlang einer siebengradigen Skala zwischen jeweils zwei angegebenen Extremen, per Tastendruck:

1. *lógos, docere*: „I consider this segment to be *absolutely convincing* – *absolutely unconvincing*.“
2. *éthos, conciliare*: „I feel that in this segment the speaker came across *very positively* – *very negatively*.“
3. *delectare*: „The segment was written in a way that I *liked very much* – *disliked very much*.“
4. *páthos, movere*: „The segment I just read was *highly emotionally involving* – *not emotionally involving at all*.“

Um den Probanden die Reichweite der einzelnen Fragen zu erläutern, wurden ihnen vorab die folgenden Instruktionen erteilt:

1. „When we ask whether you found the segment *convincing* (or *not convincing*), please rate the degree by which you agree or disagree with what you have read.“
2. „When we ask whether the speaker *came across positively* (or *negatively*) in a given segment, we mean whether you feel that he appeared to be a likeable, sincere, trustworthy, competent and intelligent person – or, in contrast, an unlikeable, false, unreliable, incompetent and unwise person.“

---

2 Zur Erfassung von Persönlichkeitsmerkmalen: Borkenau/Ostendorf 1993; Stöber 1999; Beauducel et al. 2003.

3. „When we ask whether you *like (or do not like) the way the segment is written*, we refer to the form or style of the text, whether it is easy or difficult to read, precise or imprecise, clear or incomprehensible.“
4. „When we ask whether you found the text *emotionally involving*, please consider all of your affective responses to this part of the speech, whether negative or positive, in their intensity. (After completing the speech, you will also have the opportunity to register specific reactions that may not be in congruence with the speech but possibly contrary to it.)“

Es kann durchaus vorkommen, dass eine Rede nicht die gewünschten Reaktionen hervorruft, sondern abweichende Wirkungen eintreten. Quintilian hat einen solchen Fall in Erwägung gezogen, in dem eine Rede einen aversiven Effekt auslöst (*Institutio oratoria*, VI.45), indem die intendierte Emotionalisierung scheitert (*quos non permoverunt*). Es kann zu Langeweile kommen, zu einer ungewollten Belustigung, zu Fremdscham oder zu Empörung. Um den Probanden die Möglichkeit zu geben, solche Affekte geltend zu machen, ohne sie nach jedem Abschnitt darauf hinzuweisen, was in einer realen Rede-Situation auch nicht der Fall wäre, werden sie zum Abschluss des Experiments gefragt: „Were there moments when you felt you were emotionally reacting to parts of what the speaker said in a way that noticeably deviated from what the speaker wanted you to feel?“ Als mögliche Antworten werden angeboten: „I felt angry. – I found parts of what the speaker said ridiculous. – I felt bored. – I felt embarrassed. – I felt confused. – I had other feelings that ran contrary to the speech.“ Weitere Indizien, die auf aversive Reaktionen schließen lassen, können indirekt aus kontrastierenden Antworten auf die einzelnen Fragen nach den Wirkungen der Rede, die den Probanden nach den Segmenten gestellt wurden, abgeleitet werden. Beispielsweise könnte ein hoher Wert für *movere* in Verbindung mit einem niedrigen Wert für *conciliare* darauf hindeuten, dass ein Proband den Sprecher für unglaubwürdig und unsympathisch hält, zugleich aber durch dessen Worte zu starker Erregung provoziert wird.

Um den Verlauf anschaulich zu machen, werden die Angaben zu den vier wiederkehrenden Fragen graphisch in Kurven übersetzt, welche die Werte für die einzelnen Segmente miteinander verbinden. Auf diese Weise wird nicht nur der Ablauf der vier Reaktionen durch die gesamte Rede hindurch jeweils für sich sichtbar (*docere, conciliare, delectare, movere*), sondern auch ihr Verhältnis zueinander. Die Frage ist, ob die rhetorische Figuration gleiche oder unterschiedlich starke Konsequenzen für diese Wirkungen hat. (Steigert sie beispielsweise den ästhetischen Eindruck generell stärker als die inhaltliche Überzeugungskraft?) Und ob sich diese Wirkungen parallel oder gegenläufig bewegen. (Geht eine Steigerung in der einen Hinsicht ggf. regelmäßig mit einer Absenkung in einer anderen einher?)

Die Ergebnisse der Laien, die am Experiment teilnehmen, werden auf eine rhetorische Analyse von Fachleuten bezogen, die anhand des Textes detailgenau beschreiben, welche Figuren deaktiviert wurden und welche weiteren Verfahren zum Einsatz kommen; und die auf dieser Grundlage vorhersagen, in welchem Verhält-

nis Figuren und Affekte zueinander stehen dürften und welche Reaktionen theoretisch erwartbar gewesen wären.

Um die subjektiven Selbstauskünfte auf objektive Daten zu beziehen (und dabei mögliche Abweichungen festzustellen, die auf unbewusste Reaktionen schließen lassen), werden während des Experiments bei allen Probanden peripherphysiologische Messungen durchgeführt: Der am Finger gemessene Blutvolumenpuls (BVP) zeigt Veränderungen der Herzrate. Die elektrodermale Aktivität (EDA, Hautleitwiderstand) gibt Aufschluss über den Erregungszustand. Die Elektromyographie (EMG, Aktivität der Gesichtsmuskulatur) detektiert mikromimische Reflexe, die sich beispielsweise als Erheiterung (am Lachmuskel, *Zygomaticus*) oder als Verwunderung (am Stirnrunzler, *Corrugator*) interpretieren lassen.

Abschließend folgt noch einmal das Wahlbarometer, das die Probanden bereits vor Beginn des Experiments bedient haben. Der Vergleich der Daten, *vorher* und *nachher*, gibt Aufschluss darüber, ob sich ihre Einstellungen durch die Lektüre der Rede verändert haben (*attitude change*). Konkretisiert wird dieses generelle, unmittelbare Ergebnis, indem Fragen zu bestimmten politischen Einstellungen aus der ausführlichen Vorbefragung nun noch ein weiteres Mal gestellt werden, so dass sogar der Effekt in Bezug auf bestimmte in der Rede behandelte Themen erkennbar wird.

(IV.) Nachdem sie bei der Lektüre der Rede sukzessive Fragen zu den einzelnen Segmenten beantwortet haben, werden die Probanden in einer Nachbefragung rückblickend zur Rede insgesamt um Auskunft gebeten. Das Erkenntnisinteresse ist hierbei ein mehrfaches: Welchen Gesamteindruck haben die Probanden von der Rede? Weicht dieses Gesamtergebnis vom Durchschnitt der Daten zu den einzelnen Segmenten ab? Wie verhält sich die spontane, subjektive Introspektion zur reflektierenden, verobjektivierenden Verallgemeinerung? Und abermals: Haben sich die in der Vorbefragung geäußerten Ansichten durch die Rezeption der Rede verändert?

Die Fragen nach den vier Wirkungen werden dabei weiter ausdifferenziert, indem das *conciliare* des Redners durch die Kategorien Aufrichtigkeit und Kompetenz, das *delectare* der Rede durch die Kategorien Verständlichkeit und Genauigkeit und das *movere* hinsichtlich der Quantität und Qualität der hervorgerufenen Emotionen präzisiert werden (erneut jeweils auf einer siebenstufigen Skala):

1. "I find the speech *absolutely convincing* – *absolutely unconvincing*."
2. a) "To me, the speaker came across *very positively* – *very negatively*."
2. b) "I consider the speaker to be *absolutely sincere* – *absolutely insincere*."
2. c) "I consider the speaker to be *absolutely competent* – *absolutely incompetent*."
3. a) "The speech was written in a way that I *liked very much* – *disliked very much*."
3. b) "I consider the speech to be *very comprehensible* – *very incomprehensible*."
3. c) "I find the speech to be *absolutely precise* – *absolutely imprecise*."
4. a) "For me, this speech was *highly emotionally involving* – *not emotionally involving at all*."

4. b) “My emotional responses triggered by the speech were *exclusively positive – exclusively negative*.”

Anhand der gleichen Fragen werden die Probanden gebeten, neben ihrer Selbsteinschätzung auch eine Fremdeinschätzung zur Wirkung der Rede auf das allgemeine Publikum abzugeben („general audience/most readers“, d.h. die Gesamtheit der Menschen, die Obamas Rede im Stadion erlebt, im TV oder online gesehen, im Radio gehört, in der Zeitung oder im Internet gelesen haben). Auf diese Weise können die unmittelbaren individuellen Reaktionen der Probanden mit ihrer reflektierten Einschätzung zur Wirkung auf Andere und damit implizit zur rhetorischen Qualität der Rede verglichen werden.

Zwei weitere Fragen sollen helfen, die Auswirkung der Distanz zum ursprünglichen Kontext der Rede einzuschätzen (*kairós*), die in einer experimentellen Rekonstruktion unvermeidlich ist: „Did you find it *easy/difficult* to recapture the situation in which the speech was given? Imagining myself in the situation in which the speech was given was *very difficult/very easy*.“ – „Do you think you would have responded very differently to the speech and to our questions shortly after the nomination convention in 2008?“

(V.) Abschließend wird in zwei Gedächtnistests abgeprüft, wie gut sich die Probanden an Aussagen und Formulierungen des gelesenen Textes erinnern können. Zu diesem Zweck wird einerseits ein *multiple choice*-Test durchgeführt, der auf eine Reihe paraphrasierender Fragen jeweils drei denkbare Antworten anbietet, von denen aber nur eine in der Rede tatsächlich vorkam. („Which of the following messages are part of the speech that we presented to you?“ Zum Beispiel: „What did Barack Obama suggest regarding the future of US troops in Iraq? (a) They should be withdrawn within his first election period. (b) They will be brought home. (c) They have to be kept safe.“) Andererseits werden mehrzeilige Textauszüge in drei Rhetorizitätsstufen präsentiert, wobei die Probanden anhand der markierten Unterschiede diejenige auswählen sollen, die sie tatsächlich gelesen haben. („Which of the following statements are part of the speech that we presented to you?“) Die Frage ist: Wird die Erinnerbarkeit von Aussagen bedingt durch den Grad ihrer rhetorischen Figuration? Steigert Figuralität eher die Erinnerbarkeit von Inhalten oder von Formulierungen? Und des weiteren: Stellen sich vielleicht sogar täuschende Erinnerungseffekte (*false memory effects*) ein, d.h. glauben die Probanden, sich an Aussagen zu erinnern, wenn diese rhetorisch gestaltet sind, obwohl sie sie gar nicht kennen können?<sup>3</sup>

(VI.) Ein ergänzender Versuch läuft an der Berliner Charité. Zwei Gruppen von jeweils 15 Teilnehmern lesen die originale und die derhetorisierte Fassung der Obama-Rede (unter Verzicht auf die teilderhetorisierte Version) diesmal nicht segmentiert, sondern durchgängig. Die Nachbefragung bei dieser Teilstudie ent-

---

3 Zu Textverstehen und *memory storage*: Kintsch/van Dijk 1978; zu *false memories*: Garry et al. 1996; Lindsay et al. 2004; Garry/Wade 2005.

spricht der aus dem Haupt-Experiment, so dass etwaige Effekte, die auf die Segmentierung zurückzuführen wären, erfasst werden können.

Zusätzlich werden die Probanden gebeten, während sie die Rede lesen, mit je einem Schieberegler kontinuierlich zwei Einschätzungen zu geben, die ergänzende Befunde liefern: zum Maß ihrer Erregung (stark/schwach), die durch das Gelesene hervorgerufen wird (*Arousal*), und zur emotionalen Wertigkeit (positiv/negativ), die das Gelesene in ihren Augen hat (*Valenz*).

1. *Arousal*: "How *strong/weak* is the physical arousal triggered by the text you are reading?"
2. *Valenz*: "How *positive/negative* are your emotional responses to the text you are reading?"

Die Werte für das *Arousal* werden mit den in der Hauptstudie erfragten Angaben zur Intensität des *emotional involvement* abgeglichen. Zusammen mit den Daten für die *Valenz* helfen sie, die Affektdramaturgie der Rede zu rekonstruieren. Wie groß ist die Bandbreite der ausgelösten Reaktionen? Wie stark ist die Variation? Wo gibt es auffällige Veränderungen, Höhepunkte oder Tiefpunkte, die sich durch die rhetorische Faktur der Rede erklären lassen? In welcher Frequenz kommt es zu signifikanten Veränderungen? Wie differenziert, wie abwechslungsreich ist der Affekt-Mix der Rede? Wo liegen, durch die gesamte Rede hindurch, die Mittelwerte? Wie intensiv und wie positiv ist die emotionale Gesamtwirkung?

Vor allem aber soll bei dieser Teilstudie, die im Schlaflabor der Charité durchgeführt wird, die Auswirkung der rhetorischen Figuration eines gelesenen Textes auf die Gedächtniskonsolidierung im Schlaf festgestellt werden. Hierzu erhalten die Probanden, nachdem sie geschlafen haben, die Gedächtnistests zur Obama-Rede, die sie am Vortag gelesen hatten. Weitere Gedächtnistests in zeitlichen Abständen sollen Aufschluss über die längerfristigen Auswirkungen rhetorischer Elaboration auf die non-lineare Dynamik von Erinnerung und Vergessen geben.

## Perspektiven

Bei einem versierten Redner wie Barack Obama ist der Einsatz von Figuren nicht nur überlegt und dosiert, indem ihre Dichte an neuralgischen Punkten zunimmt und ihre Intensität zum Schluss hin gesteigert wird; sondern auch insofern durchdacht, als nach Anlass, Inhalt und Zielsetzung jeweils bestimmte *Leitfiguren* profiliert werden. In seinen großen Reden setzt Obama solche gezielt als sprachliche Mittel ein, um gewisse Emotionen zu erzeugen und bestimmte Botschaften zu vermitteln. So hat er, wie in seiner Kairoer Rede, bereits in der sogenannten „Race Speech“ (18. März 2008), als sein früherer Pastor, Jeremiah Wright, seine Kampagne durch kontroverse Äußerungen gefährdet hatte, *Antithesen* durch versöhnende *Klangfiguren* überbrückt. In der „Acceptance Speech“ (28. August 2008) steigerte er reihenweise aufwühlende *Anaphern* zu begeisterndem Wahlkampf. In der „Victory

Speech“ (4. November 2008) entfaltete er in planvollen *Parallelismen* sein visionäres Programm. Und in seiner ersten „State of the Union Address“ (27. Januar 2010) waren es prägnante *Sentenzen* und zielsichere *Exclamations*, die in einer krisenhaften Situation Entschlossenheit anzeigten und zum Handeln aufforderten (vgl. Lubrich 2010). Die dargestellte Studie soll dazu beitragen, die Wirksamkeit solcher Mittel in der politischen Kommunikation zu erforschen.

Das Experiment eröffnet, über das skizzierte Programm hinaus, weitere Perspektiven und Fragestellungen. Die Grundlagenforschung zur Figuration – bzw. zu einem bestimmten Typ formaler Wortfiguren – kann rhetorisch-systematisch ausdifferenziert werden, indem jeweils einzelne Figuren, z. B. Anaphern, oder Gruppen, z. B. Klang- oder Wiederholungsfiguren, in einem Text nacheinander neutralisiert und dann vergleichsweise getestet werden. Haben bestimmte Arten von Figuren, so wäre zu fragen, durchschnittlich besonders starke oder auch besonders gear-tete Effekte (beispielsweise inhaltlich persuasive, affektive oder ästhetische)?

Die experimentelle Methodik kann über die behavioralen Erhebungen und peripherphysiologischen Messungen hinaus erweitert werden, indem mit Hilfe neuro-wissenschaftlicher Technologie, z. B. Magnetresonanztomographie (fMRI), die durch die Verarbeitung rhetorischer Figuren ausgelöste Hirnaktivität lokalisiert und in Bezug auf neuronale Netzwerke interpretiert wird.

Und es eröffnet sich ein kulturvergleichender Ausblick. Aus pragmatischen Gründen wird der Versuch zunächst mit anglophonen US-Amerikanern durchgeführt. Aber wie universell sind Funktion und Wirkung rhetorischer Verfahren? Wie nehmen arabische Zuhörer Obamas Kairoer Rede auf? Auf dem Weg zu einer interkulturellen experimentellen Rhetorik wären die Reaktionen von Probanden unterschiedlicher Herkunft zueinander in Beziehung zu setzen.

## Literatur

### Reden

Barack Obama, *Inspire A Nation. Barack Obama's Most Electrifying Speeches of the 2008 Election*, hg. von Jaclyn Easton. Leipzig: Publishing 180 2008, S. 121-138.

Barack Obama, “Speech on Race” [Manuscript], 18. März 2008, [www.nytimes.com/2008/03/18/world/americas/18iht-18obamaspeech.11222332.html](http://www.nytimes.com/2008/03/18/world/americas/18iht-18obamaspeech.11222332.html)

Barack Obama, “Acceptance Speech” [Transcript], 28. August 2008, [www.nytimes.com/2008/08/28/us/politics/28text-obama.html](http://www.nytimes.com/2008/08/28/us/politics/28text-obama.html).

Barack Obama, “Victory Speech” [Transcript], 4. November 2008, [www.nytimes.com/2008/11/04/us/politics/04text-obama.html](http://www.nytimes.com/2008/11/04/us/politics/04text-obama.html).

Barack Obama, “Remarks by the President on a New Beginning” [Transcript], 4. Juni 2009, [www.whitehouse.gov/the-press-office/remarks-president-cairo-university-6-04-09](http://www.whitehouse.gov/the-press-office/remarks-president-cairo-university-6-04-09).

Barack Obama, “State of the Union Address” [Transcript], 27. Januar 2010, [www.whitehouse.gov/the-press-office/remarks-president-state-union-address](http://www.whitehouse.gov/the-press-office/remarks-president-state-union-address).

Barack Obama. *Speeches 2002-2006*, hg. von Maureen Harrison/Steve Gilbert. Carlsbad: Excellent Books 2007.

## Klassische Theorietexte

- Aristoteles, *Rhetorik*, hg. und übers. von Gernot Krappinger. Stuttgart: Reclam 2007 [1999].
- Aristoteles, *'Art' of Rhetoric* [Griechisch/Englisch], übersetzt von John Henry Freese. London: William Heinemann/Cambridge: Harvard University Press 1959.
- Aristoteles, *Poetik* [Griechisch/Deutsch], hg. und übers. von Manfred Fuhrmann. Stuttgart: Reclam 1991 [1982].
- Cicero, *De oratore/Über den Redner* [Lateinisch/Deutsch], übers. und hg. von Harald Merklin. Stuttgart: Reclam 1986<sup>2</sup> [1976].
- Cicero, *Orator* [Lateinisch/Deutsch], hg. und übers. von Bernhard Kytzler. München: Artemis & Winkler 1998<sup>4</sup> [1988].
- Gorgias, "Lobpreis der Helena", in: *Reden, Fragmente und Testimonien* [Griechisch/Deutsch], hg. und übers. von Thomas Buchheim. Hamburg: Felix Meiner 1989, S. 2-17.
- Horaz, *Ars Poetica/Die Dichtkunst* [Lateinisch/Deutsch], hg. und übers. von Eckart Schäfer. Stuttgart: Reclam 1984 [1972].
- Platon, *Gorgias*, übers. von Friedrich Schleiermacher, bearb. von Heinz Hofmann, in: *Werke in acht Bänden* [Griechisch/Deutsch], hg. von Gunther Eigler. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft 1990<sup>3</sup> [1973], Band 2, S. 269-503.
- Platon, *Phaidros*, übers. von Friedrich Schleiermacher, bearb. von Dietrich Kurz, in: *Werke in acht Bänden* [Griechisch/Deutsch], hg. von Gunther Eigler. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft 1990<sup>3</sup> [1973], Band 5, S. 1-193.
- Quintilian, *Ausbildung des Redners* [Lateinisch/Deutsch], 2 Bände, hg. und übers. von Helmut Rahn. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft 2006.

## Forschungsliteratur zur Rhetorik

- Jan Bosman/Louk Hagendoorn, "Effects of Literal and Metaphorical Persuasive Messages", in: *Metaphor and Symbolic Activity* 6 (1992), S. 271-292.
- Rachel Giora/Ofer Fein/Ann Kronrod/Idit Elnatan/Noa Shuval/Adi Zur, "Weapons of Mass Distraction: Optimal Innovation and Pleasure Ratings", in: *Metaphor and Symbol* 19:2 (2004), S. 115-141.
- Joseph Glicksohn/Chanita Goodblatt, "Metaphor and Gestalt: Interaction Theory Revisited", in: *Poetics Today* 14:1 (1993), S. 83-97.
- Chanita Goodblatt, "Semantic Fields and Metaphor: Going Beyond Theory", in: *Empirical Studies of the Arts* 14:1 (1996), S. 65-78.
- Chanita Goodblatt, "Adding an empirical dimension to the study of poetic metaphor", in: *Journal of Literary Semantics* 30 (2001), S. 167-180.
- Chanita Goodblatt/Joseph Glicksohn, "Metaphor Comprehension as Problem Solving: An Online Study of the Reading Process", in: *Style* 36:3 (2002), S. 428-445.
- Marco Guerini/Carlo Strapparava/Oliveiro Stock, "CORPS. A Corpus of Tagged Political Speeches for Persuasive Communication Processing", in: *Journal of Information Technology & Politics* 5:1 (2008), S. 19-32.
- Historisches Wörterbuch der Rhetorik* (HWRh), 10 Bde., hg. von Gert Ueding. Tübingen: Max Niemeyer 1992-2011/Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft 1992-2011.
- Heinrich Lausberg, *Handbuch der literarischen Rhetorik. Eine Grundlegung der Literaturwissenschaft*. Stuttgart: Franz Steiner 2008<sup>4</sup>.
- R. Brooke Lea/David N. Rapp/Andrew Elfenbein/Aaron D. Mitchel/Russell Swinbirne Romine, "Sweet Silent Thought. Alliteration and Resonance in Poetry Comprehension", in: *Psychological Science* 19:7 (2008), S. 709-716.
- N. Mashal/Miriam Faust, "The Effects of Metaphoricity and Presentation Style on Brain Activity During Text Comprehension", in: *Metaphor and Symbol* 25 (2010), S. 19-33.
- Edward F. McQuarrie/David Glen Mick, "Figures of Rhetoric in Advertising Language", in: *Journal of Consumer Research* 22 (1996), S. 424-438.



- David L. Mothersbaugh/Bruce A. Huhman/George R. Franke, "Combinatory and Separative Effects of Rhetorical Figures on Consumers' Effort and Focus in Ad Processing", in: *Journal of Consumer Research* 28 (2002), S. 589-602.
- Loren J. Naidoo/Robert G. Lord, "Speech imagery and perceptions of charisma: The mediating role of positive affect", in: *The Leadership Quarterly* 19 (2008), S. 283-296.
- Gerard J. Steen, "Identifying Metaphor in Language: A Cognitive Approach", in: *Style* 36:3 (2002), S. 386-407.

## Psychologische Forschung

- André Beauducel/Alexander Strobel/Burkhard Brocke, "Psychometrische Eigenschaften und Normen einer deutschsprachigen Fassung der Sensation Seeking Skalen, Form V", in: *Diagnostica* 49 (2003), S. 61-72.
- Peter Borkenau/Fritz Ostendorf, *NEO-Fünf-Faktoren-Inventar (NEO-FFI). Handanweisung*. Göttingen: Hogrefe 1993.
- Maryanne Garry/Charles G. Manning/Elizabeth F. Loftus/Steven J. Sherman, "Imagination Inflation: Imagining a Childhood Event Inflates Confidence that it Occurred", in: *Psychonomic Bulletin & Review* 3:3 (1996), S. 208-214.
- Maryanne Garry/Kimberley A. Wade, "Actually, a picture is worth less than 45 words: narratives produce more false memories than photographs do", in: *Psychonomic Bulletin & Review* 12:2 (2005), S. 359-366.
- Walter Kintsch/Teun A. van Dijk, "Toward a Model of Text Comprehension and Production", in: *Psychological Review* 85:5 (1978), S. 363-394.
- D. Stephen Lindsay/Lisa Hagen/J. Don Read/Kimberley A. Wade/Maryanne Garry, "True Photographs and False Memories", in: *Psychological Science* 15:3 (2004), S. 149-154.
- Joachim Stöber, "Die Soziale-Erwünschtheits-Skala-17 (SES-17): Entwicklung und erste Befunde zu Reliabilität und Validität", in: *Diagnostica* 45 (1999), S. 173-177.

## Literatur zu Barack Obama

- Jill Abramson/Bill Keller (Hg.), *Obama: The Historic Journey*. New York: Callaway 2009.
- Deborah F. Atwater, "Senator Barack Obama: The Rhetoric of Hope and the American Dream", in: *Journal of Black Studies* 38:2 (2007), S. 121-129.
- Vivian Büttner, *Ready, steady, Gobama! British and German press coverage on Barack Obama's inauguration as the 44th U.S.-President. A critical discourse analysis*. Marburg: Tectum 2009.
- Luc Ciompi/Elke Endert, *Gefühle machen Geschichte: Die Wirkung kollektiver Emotionen – von Hitler bis Obama*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht 2011.
- Alfred Defago, *Die USA, Barack Obama und der Amerikanische Traum. Streiflichter auf eine Nation im Umbruch*. Frauenfeld: Huber 2009.
- Robert E. Denton Jr. (Hg.), *The 2008 Presidential Campaign. A Communication Perspective*. Lanham: Rowman & Littlefield 2009.
- Michael-John DePalma/Jeffrey M. Ringer/Jim Webber, "(Re)Charting the (Dis)Courses of Faith and Politics, or Rhetoric and Democracy in the Burkean Barnyard", in: *Rhetoric Society Quarterly* 38:3 (2008), S. 311-334.
- Steve Duman/Miriam A. Locher, "'So let's talk. Let's chat. Let's start a dialog?': An analysis of the conversation metaphor employed in Clinton's and Obama's YouTube campaign clips", in: *Multilingua* 27 (2008), S. 193-230.
- Babak Elahi/Grant Cos, "An Immigrant's Dream and the Audacity of Hope: The 2004 Convention Addresses of Barack Obama and Arnold Schwarzenegger", in: *American Behavioral Scientist* 49:3 (2005), S. 454-465.
- David A. Frank, "The Prophetic Voice and the Face of the Other in Barack Obama's 'A More Perfect Union' Address, March 18, 2008", in: *Rhetoric & Public Affairs* 12:2 (2009), S. 167-194.

- David A. Frank/Mark Lawrence McPhail, "Barack Obama's Address to the 2004 Democratic National Convention: Trauma, Compromise, Consilience, and the (Im)Possibility of Racial Reconciliation", in: *Rhetoric and Public Affairs* 8:4 (2005), S. 571-593.
- Harald Frank, *Rhetorische Analyse der "Yes we can" Rede von Barack Obama – New Hampshire Primary Speech am 08. Januar 2008*. Studienarbeit Universität Regensburg. München: GRIN 2008.
- David Freddoso, *The Case Against Barack Obama. The Unlikely Rise and Unexamined Agenda of the Media's Favorite Candidate*. Washington D.C.: Regnery 2008.
- Sara Fregonese/Diana Martin/Adam Ramadan, "The new geopolitics of responsibility in Barack Obama's Cairo speech", in: *Environment and Planning D: Society and Space* 27:6 (2009), S. 951-955.
- Eugen Freund, *Präsident Obama: Der lange Weg ins Weiße Haus*. Klagenfurt: Wieser 2008.
- Bernard Goldberg, *A Slobbering Love Affair: The True (and Pathetic) Story of the Torrid Romance Between Barack Obama and the Mainstream Media*. Washington: Regnery 2009.
- Stefan Gössler, *Barack Obama. Seine Sprache – Seine Stärke – Sein Charisma. Rhetorik einer Erfolgsgeschichte*. Norderstedt: Books on Demand 2009.
- Markus Günther, *Barack Obama. Amerikas neue Hoffnung*. Augsburg: Wißner 2007.
- Robert L. Ivie/Oscar Giner, "American Exceptionalism in a Democratic Idiom: Transacting the Mythos of Change in the 2008 Presidential Campaign", in: *Communication Studies* 60:4 (2009), S. 359-375.
- Alan Kennedy-Shaffer, *The Obama Revolution*. Beverly Hills: Phoenix 2009.
- Anja Klossek, *Das Phänomen Barack Obama im Spiegel ausgewählter Rezeptionsperspektiven*. Diplomarbeit an der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg 2010.
- Karen Knorr Cetina, "What is a Pipe? Obama and the Sociological Imagination", in: *Theory, Culture & Society* 26:5 (2009), S. 129-140.
- Robert J. Kruse, "The Geographical Imagination of Barack Obama: Representing Race and Space in America", in: *Southeastern Geographer* 49:3 (2009), S. 221-239.
- Ronald Lee/Aysel Morin, "Using the 2008 Presidential Election to Think about 'Playing the Race Card'", in: *Communication Studies* 60:4 (2009), S. 376-391.
- Shel Leanne, *Say It Like Obama. The Power of Speaking with Purpose and Vision*. New York: McGraw-Hill 2009.
- Oliver Lubrich, "Rhetorik der Entschlossenheit. Zu Barack Obamas erster 'State of the Union Address' vom 27. Januar 2010", *WDR "Politikum"*, 28. Januar 2010.
- Oliver Lubrich, "Mit Cicero an die Macht" (Gespräch mit Hans-Joachim Neubauer), in: *Rheinischer Merkur*, 24. September 2009.
- Christoph von Marschall, *Barack Obama. Der schwarze Kennedy*. Zürich: Orell Füssli 2009.
- Wolfgang Mieder, "Yes We Can". *Barack Obama's Proverbial Rhetoric*. New York u.a.: Peter Lang 2009.
- Alexander Moser, *Wer ist Barack Obama? Höhepunkte im Kampf um eine historische Kandidatur*. Norderstedt: Books on Demand 2009.
- Carl Pedersen, *Obama's America. Leading the US in a Post-American World*. Edinburgh: Edinburgh University Press 2009.
- Wayne Perryman, *The Drama of Obama on Racism. Analyzing Obama's Speech on Race*. Bothell: Book Publishers Network 2008.
- Kerstin Plehwe mit Maik Bohne, *Von der Botschaft zur Bewegung: Die 10 Erfolgsstrategien des Barack Obama*. Hamburg: Hanseatic Lighthouse 2008.
- Katja Plemenitas, "How To Be Presidential: An Analysis Of Barack Obama's Speech On Race", in: *Maribor International Review* 1:1 (2008), S. 64-70.
- Alice Mado Proverbio/Serena Mariani/Alberto Zani/Roberta Adorni, "How Are 'Barack Obama' and 'President Elect' Differentially Stored in the Brain? An ERP Investigation on the Processing of Proper and Common Noun Pairs", in: *Plos One* 4:9 (2009), Artikel Nr. e7126.
- Larry J. Sabato (Hg.), *The Year of Obama. How Barack Obama Won the White House*. New York u.a.: Longman 2010.
- Ingar Solty, *Das Obama-Projekt. Krise und charismatische Herrschaft* (Supplement der Zeitschrift *Sozialismus* 10/2008). Hamburg: VSA 2008.

- Shelby Steele, *A Bound Man. Why We Are Excited About Obama and Why He Can't Win*. New York: Free Press 2008.
- Camelia Suleiman/Daniel C. O'Connell, "Race and Gender in Current American Politics: A Discourse-Analytic Perspective", in: *Journal of Psycholinguistic Research* 37:6 (2008), S. 373-389.
- Martell Teasley/David Ikard, "Barack Obama and the Politics of Race: The Myth of Posttracism in America", in: *Journal of Black Studies* 40:3 (2010), S. 411-425.
- Robert E. Terrill, "Unity and Duality in Barack Obama's 'A More Perfect Union'", in: *Quarterly Journal of Speech* 95:4 (2009), S. 363-386.
- Evan Thomas, "A Long Time Coming": *The Inspiring, Combative 2008 Campaign and the Historic Election of Barack Obama*. London: Public Affairs 2009.
- Laszlo Trankovits, *Die Obama-Methode: Strategien für die Mediengesellschaft. Was Wirtschaft und Politik von Barack Obama lernen können*. Frankfurt: Frankfurter Allgemeine Buch 2010.
- Nina Trentmann, *Barack Obama gegen John McCain. Neue Strategien im amerikanischen Präsidentschaftswahlkampf 2008?* Marburg: Tectum 2009.
- Sarah Triendl, "Obamessiah". *Die Relevanz zivilreligiöser Terminologie in den Reden von Barack Obama für seine Inszenierung als politische Erlöserfigur*. Seminararbeit Universität Augsburg. München: GRIN 2008.
- Pierre Varrod, "Les trois leviers rhétoriques d'Obama. Coulisses de la magie", in: *Esprit* 5 (2009), S. 188-191.
- Rudolf von Waldenfels, *Der schwarze Messias. Barack Obama und die gefährliche Sehnsucht nach politischer Erlösung*. Gütersloh: Gütersloher Verlagshaus 2010.
- John K. Wilson, *Barack Obama. This Improbable Quest*. Boulder: Paradigm 2008.