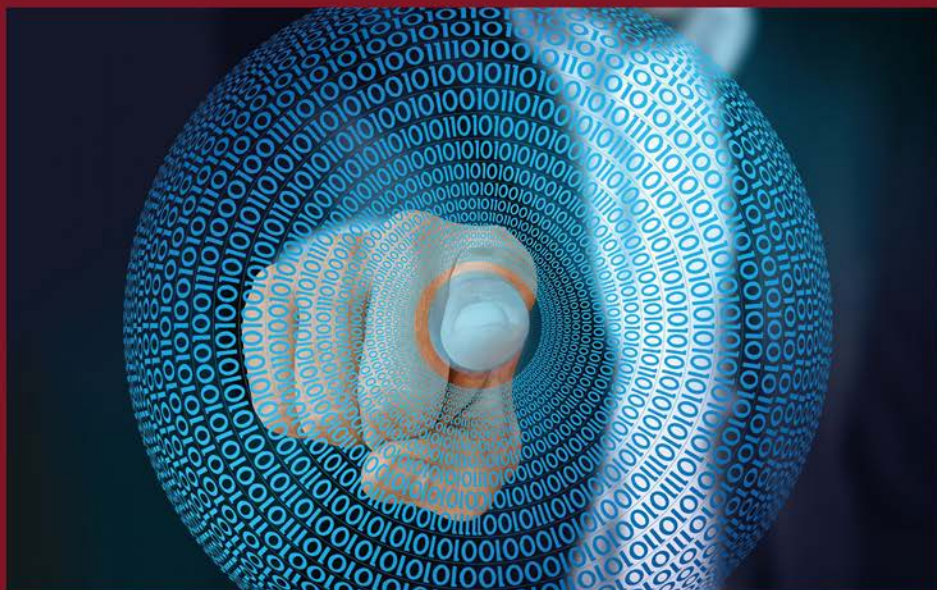


Argumentation, Persuasion und Manipulation in Medientexten und -diskursen

Beiträge zur kontrastiven Medienlinguistik





unipress

Interdisziplinäre Verortungen der Angewandten Linguistik

Band 20

Herausgegeben von

Sylvia Adamczak-Krysztofowicz, Silvia Bonacchi,
Przemysław Gębał, Jarosław Krajka, Łukasz Kumięga
und Hadrian Lankiewicz

Die Bände dieser Reihe sind peer-reviewed.

Roman Opiłowski / Hartmut E. H. Lenk /
Beata Mikołajczyk / Nadine Rentel (Hg.)

Argumentation, Persuasion und Manipulation in Medientexten und -diskursen

Beiträge zur kontrastiven Medienlinguistik

Mit 50 Abbildungen

V&R unipress

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <https://dnb.de> abrufbar.

Gefördert aus Mitteln der Deutsch-Polnischen Wissenschaftsstiftung.
Projekt wspierany przez Polsko-Niemiecką Fundację na rzecz Nauki.

Gutachter:innen: Paweł Bąk (Rzeszów), Waldemar Czachur (Warszawa), Csaba Földes (Erfurt), Klaus Geyer (Odense), Aneta Hanus (Rzeszów), Beata Grzeszczakowska-Pawlikowska (Łódź), Stefan Hauser (Zug), Józef Jarosz (Wrocław), Thomas Johnen (Zwickau), Maciej Karpiński (Poznań), Heinz-Helmut Lüger (Bad Bergzabern), Marcin Maciejewski (Poznań), Jacek Makowski (Łódź), Steffen Pappert (Essen), Joanna Pędzisz (Lublin), Sandra Reimann (Oulu), Tilman Schröder (München), Mariann Skog-Södersved (Vaasa), Judith Visser (Bochum), Karolina Waliszewska (Poznań) und Klaus Welke (Berlin).

© 2025 Brill | V&R unipress, Robert-Bosch-Breite 10, D-37079 Göttingen, info@v-r.de, ein Imprint der Brill-Gruppe

(Koninklijke Brill BV, Leiden, Niederlande; Brill USA Inc., Boston MA, USA; Brill Asia Pte Ltd, Singapore; Brill Deutschland GmbH, Paderborn, Deutschland; Brill Österreich GmbH, Wien, Österreich)

Koninklijke Brill BV umfasst die Imprints Brill, Brill Nijhoff, Brill Schöningh, Brill Fink, Brill mentis, Brill Wageningen Academic, Vandenhoeck & Ruprecht, Böhlau und V&R unipress.

Alle Rechte vorbehalten. Das Werk und seine Teile sind urheberrechtlich geschützt.

Jede Verwertung in anderen als den gesetzlich zugelassenen Fällen bedarf der vorherigen schriftlichen Einwilligung des Verlages.

Umschlagabbildung: Binär, Null, Eins. © Pixabay. <https://pixabay.com/de/photos/bin%C3%A4r-null-eins-finger-ber%C3%BChren-3452558/>

Vandenhoeck & Ruprecht Verlage | www.vandenhoeck-ruprecht-verlage.com

ISSN 2749-0211

ISBN 978-3-8470-1806-3

Inhalt

Hartmut E. H. Lenk / Beata Mikołajczyk / Roman Opiłowski / Nadine Rentel Argumentation, Persuasion und Manipulation in Medientexten und -diskursen	9
---	---

Kommunikative Praktiken in Fernsehnachrichten

Martin Luginbühl (Universität Basel) Muss Unterhaltung unbeschwert und vergnüglich sein? Kriegsberichterstattung in aktuellen europäischen Fernsehnachrichten	27
--	----

Iwona Loewe (Universität Łódź) / Teresa Uchman (Schlesische Universität Katowice) Farbe im Fernsehdiskurs. Strategien der Sendeanstalten und Funktionen von Farbe in Nachrichtensendungen	49
--	----

Hartmut E. H. Lenk (Universität Helsinki) Journalistische Argumentation in deutschen und österreichischen Fernsehnachrichteninterviews mit Führungspersonen von AfD und FPÖ	65
--	----

Argumentation, Persuasion und Manipulation in Sozialen Medien

Sylvia Jaki (Universität Hildesheim) / Thomas Mandl (Universität Hildesheim) Toxische Text-Bild-Kommunikation online. Ein Vergleich von genderbasierter Diskriminierung auf Tumblr und reddit	83
--	----

Paweł Rybszleger (Adam-Mickiewicz-Universität Poznań)
 »Wenn sie es sagen, muss es wahr sein«. Prinzip der sozialen Bewährtheit
 in sozialen Medien. Analyse auf der Grundlage von sozialmedialen
 Einträgen ausgewählter PolitikerInnen aus Deutschland und Polen 97

Torben Rath (Technische Universität Dresden)
 Zur Funktion des erfahrungsbasierten Argumentierens im
 Cannabis-Diskurs. Ein Vergleich von YouTube-Kommentaren zu
 deutschen und kanadischen Fernsehbeiträgen 113

Katarzyna Siewert-Kowalkowska (Kazimierz-Wielki-Universität
 Bydgoszcz)
 Russische Desinformation – zur Manipulation durch Sprache am Beispiel
 des Telegram-Kanals »Neues aus Russland« 129

Dominique Dias (Sorbonne Université, Paris)
 #bookstagram, #booktube, #booktok. Wie wirkt man überzeugend in
 Sozialen Medien? 147

Argumentative Strukturen und persuasive Strategien im World Wide Web

Anja Schwarzl (Universität Salzburg)
 Cookie-Banner: die Illusion der Wahlfreiheit 163

Iwona Szwed (Universität Rzeszów)
 Das persuasive Potenzial multimodaler externer
 Unternehmenskommunikation mit potenziellen Bewerber:innen 177

Jolanta Jóźwiak (Kazimierz-Wielki-Universität Bydgoszcz) /
 Katarzyna Kuligowska (Adam-Mickiewicz-Universität Poznań)
 Die biblischen Namen David und Goliath als Mittel zur Umsetzung einer
 persuasiven Strategie im Mediendiskurs 197

Printmedien zwischen Information, Argumentation und Manipulation

Agnieszka Mac (Universität Rzeszów)
 Argumentieren im multimodalen Text: Eine diskurslinguistische Analyse
 von Schlagwörtern und Schlagbildern auf den Titelseiten von
 Nachrichtenmagazinen zum Ukraine-Krieg – ein deutsch-polnischer
 Vergleich 211

Johanna Freudenberg (Technische Universität Darmstadt) Argumentation in Informations- und Ratgeberbroschüren am Beispiel des Pestizideinsatzes	227
--	-----

Federico Collaoni (Istituto Italiano di Studi Germanici, Roma) Rhetorik und Topik im deutschen und italienischen Pressediskurs. Abwicklung und Stand des Forschungsprojekts <i>SICIT</i> (Rom-Trient) . . .	247
---	-----

Mariusz Jakosz (Schlesische Universität Katowice) Manipulation und Emotionalisierung in der polnischen Boulevardpresse	261
--	-----

Wahlkampf als Kampf um Worte und Werte

Jarochna Dąbrowska-Burkhardt (Universität Zielona Góra) »Nach Berlin!« oder »Auf, nach Berlin!«? Argumentative Praktiken beim Kodieren des Deutschlandbildes am Vorabend der polnischen Parlamentswahlen 2023	277
--	-----

Camilla Badstübner-Kizik (Adam-Mickiewicz-Universität Poznań) Zwischen Information und Manipulation. Wahlplakate im öffentlichen Raum	299
---	-----

Michał Juszkievicz (Akademie Ateneum Gdańsk) Selbstdarstellungsstrategien im Wahlkampf am Beispiel von politischen Reden der konservativen Politiker in Polen, Deutschland und in den USA	315
--	-----

Kontrastive Analysen zum Corona-Diskurs

Attila Péteri (Eötvös-Loránd-Universität Budapest) Die Rolle der Wissenschaft in der Argumentation in deutschen und ungarischen Mediendiskursen – Am Beispiel des Coronadiskurses in den Jahren 2020 und 2021	329
--	-----

Georg Weidacher (Karl-Franzens-Universität Graz) Alte Normalität – neue Normalität. Die rhetorisch-argumentative Verwendung des Begriffs <i>Normalität</i> während der Corona-Krise	351
---	-----

Verzeichnis der Autorinnen und Autoren	365
--	-----