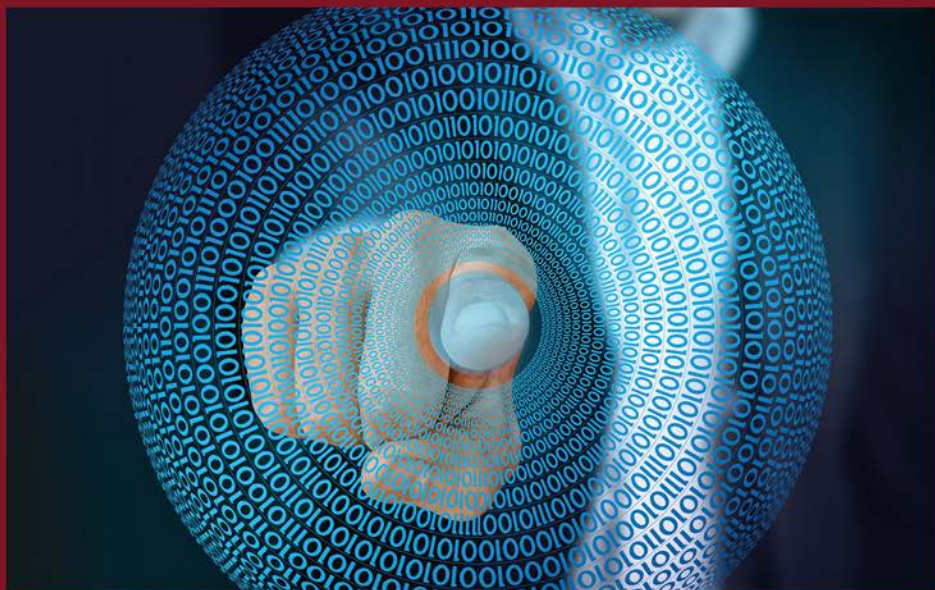


Argumentation, Persuasion und Manipulation in Medientexten und -diskursen

Beiträge zur kontrastiven Medienlinguistik





unipress

Interdisziplinäre Verortungen der Angewandten Linguistik

Band 20

Herausgegeben von

Sylwia Adamczak-Krysztofowicz, Silvia Bonacchi,
Przemysław Gębal, 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

DEUTSCH | POLSKO
POLNISCHE | NIEMIECKA
WISSENSCHAFTS | FUNDACJA
STIFTUNG | NA RZECZ NAUKI

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 Józwiak (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 Juszkiewicz (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