

	Seite
VORWORT	5
1. ZUM BEGRIFF "KOMMUNIKATION"	12
1.1. Der Kommunikator	24
1.2. Die Aussage	27
1.3. Das Medium	35
1.4. Der Rezipient	38
1.5. Massenkommunikation und "Handelsblatt"	41
1.5.1. "Handelsblatt" als Kommunikator	41
1.5.2. Aussage im "Handelsblatt"	43
1.5.3. "Handelsblatt" als Medium	45
1.5.4. Rezipienten des "Handelsblatt"	47
2. MATERIAL UND METHODE DER UNTERSUCHUNG	51
2.1. Wahl des Untersuchungsmaterials	51
2.2. Methode der Untersuchung	55
3. LEXIKALISCHE UNTERSUCHUNG	57
3.1. Wortarten	57
3.1.1. Das Substantiv	59
3.1.2. Das Verb	65
3.1.3. Das Adjektiv	67
3.1.4. Die Partikel	68
3.1.4.1. Das Adverb	68
3.1.4.2. Die Präposition	72
3.1.4.3. Die Konjunktion	73
3.1.5. Begleiter und Stellvertreter des Substantivs	75
3.1.5.1. Der Artikel	75
3.1.5.2. Das Pronomen	76
3.1.6. Das Numerale	80
3.2. Wortbildung	83
3.2.1. Arten der Wortbildung	86
3.2.2. Wortbildung der Substantive	93
3.2.3. Wortbildung der Adjektive	125
3.2.4. Wortbildung der Adverbien	136

	Seite
3.2.5. Wortbildung der Verben	141
3.2.6. Vergleich der Wortbildung im "Handelsblatt", "Capital", "Spiegel" und "Hamburger Abendblatt"	149
3.3. Fremdwörter	152
4. SYNTAKTISCHE UNTERSUCHUNG	160
4.1. Der Satz	160
4.1.1. Der einfache Hauptsatz	164
4.1.2. Der unvollständige Satz	165
4.1.3. Die Satzverbindung	166
4.1.4. Das Satzgefüge	175
4.2. Die Satzlänge	188
4.3. Satzmodelle	196
4.4. Syntaktische Funktion verschiedener Wortarten	210
4.4.1. Das Verb	210
4.4.2. Das Substantiv	219
4.4.3. Das Adjektiv	225
4.4.4. Das Pronomen	229
5. PRESSESPRACHLICHE BESONDERHEITEN	233
5.1. Überschriften	233
5.2. Einleitungen	239
6. ZUSAMMENFASSUNG	246
LITERATURVERZEICHNIS	250
TABELLENVERZEICHNIS	258
ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS	261