

## Inhalt

### Die schnelle Tour – Zum Schmökern vor dem Lesen

Fall RÄTSELITTEL: Auf den ersten Blick	18
Aufsatz EKSTRÖM: Interviewantworten rekontextualisieren	113
Originale!	242

### Die fünf Teile des Buchs

A	Einleitung: Entdecken, arbeiten und lernen mit diesem Buch	11
B	Medienlinguistik als linguistische Teildisziplin	23
C	Systematik medienlinguistischen Wissens	89
D	Medienlinguistische Projektpraxis in Forschung und Transfer	195
E	Intermezzo: Daten zum Buch und Daten im Netz	241

A	<b>Einleitung: Entdecken, arbeiten und lernen mit diesem Buch</b>	11
1	Zum Beispiel der Fall RISIKEN	13
2	Zum Beispiel der Begriff <i>Rekontextualisieren</i> Fall RISIKEN: Hinter die Oberfläche 15 Fall WAHLKAMPF: Bruchstück einkopiert 16 Fall FLUGHAFEN: Vorweg werten 17 Fall RÄTSELITTEL: Auf den ersten Blick 18	14
3	Noch mehr Aufgaben – Das didaktische Konzept	19
4	Und die Lösungen? – Das Lehrmittel im Medienverbund	20
5	Die Ausrichtung im Diskurs	21

## Inhalt

<b>B</b>	<b>Medienlinguistik als linguistische Teildisziplin</b>	<b>23</b>
	Streiflicht WISSENSCHAFTSTHEORIE: Wie man Wissen schafft 24	
<b>1</b>	<b>Medienlinguistik im Wissenschaftsbetrieb</b>	<b>25</b>
<b>1.1</b>	<b>Disziplinen ausprägen</b>	<b>26</b>
	Nicht-Linguistik 27, Linguistik 28, Angewandte Linguistik 29, Medienlinguistik 30	
<b>1.2</b>	<b>Disziplingrenzen überwinden</b>	<b>31</b>
	Multidisziplinäre 32, interdisziplinäre 33 und transdisziplinäre Aspekte 34	
<b>2</b>	<b>Das Erkenntnisinteresse der Medienlinguistik</b>	<b>35</b>
	Aufsatz CHOI: Zwei Perspektiven 36	
<b>2.1</b>	<b>Der Gegenstand</b>	<b>37</b>
	Aufsatz STÖCKL: Ein A ist ein A ist ein A 38	
	Sprache 39, Sprachgebrauch 40	
	Kommunikation und Medium 41, Publizistisches Medium 42	
	Streiflicht MEDIENKONVERGENZ 43, Fall RISIKEN: Nachbessern 44	
<b>2.2</b>	<b>Die Fragestellungen</b>	<b>45</b>
	Synchron und diachron 46, Rezeption und Produktion 47	
<b>3</b>	<b>Forschungsmethoden in der Medienlinguistik</b>	<b>48</b>
	Streiflicht METHODOLOGIE: Wo stehen Sie? 49	
<b>3.1</b>	<b>Sprachprodukte untersuchen mit der Versionenanalyse</b>	<b>50</b>
	Die Leistung der Versionenanalyse: Fokus auf intertextuelle Ketten 56	
<b>3.2</b>	<b>Kognitive Praktiken untersuchen mit der Progressionsanalyse</b>	<b>57</b>
	Die Leistung der Progressionsanalyse: Fokus auf Schreibprozesse 62	
<b>3.3</b>	<b>Soziale Praktiken untersuchen mit der Variationsanalyse</b>	<b>63</b>
	Streiflicht SELBSTANSPRUCH: Was Redaktionen wollen 64	
	Die Leistung der Variationsanalyse: Fokus auf Audience Design 70	
<b>3.4</b>	<b>Kognitiv-soziale Praktiken untersuchen mit der Metadiskursanalyse</b>	<b>71</b>
	Fall RÄTSELTTITEL: Ätisch 73	
	Die Leistung der Metadiskursanalyse: Fokus auf Language Awareness 78	
<b>3.5</b>	<b>Die Methoden ergänzen sich</b>	<b>79</b>
	Streiflicht KORPORA 80, Streiflicht TRANSKRIPTION 81	
<b>4</b>	<b>Fazit zur Medienlinguistik als linguistischer Teildisziplin</b>	<b>82</b>
	Transdisziplinär nützlich 83, Interdisziplinär anschlussfähig 84, Disziplinär eigenständig 85	
	Aufsatz PERRIN: Zwei Perspektiven 86, Streiflicht PRODUKTIONSMODELL: Neun Messpunkte 87	

## Inhalt

<b>c</b>	<b>Systematik medienlinguistischen Wissens</b>	<b>89</b>
<b>1</b>	<b>Die Umweltperspektive der Medienlinguistik</b>	<b>90</b>
1.1	<b>Begegnungen: Interviewte herausfordern vs. Publika informieren</b> Theorie- und praxisgeleitete Fragestellung 92, fünf Aufgaben dazu 94	91
1.2	<b>Herstellung: Produkt vollenden vs. Prozess optimieren</b> Theorie- und praxisgeleitete Fragestellung 100, fünf Aufgaben dazu 102	99
1.3	<b>Diskurszusammenhang: Diskurs vermitteln vs. Storys zuspitzen</b> Theorie- und praxisgeleitete Fragestellung 108, fünf Aufgaben dazu 110	107
1.4	<b>Zeichenvielfalt: Texten vs. vertonen, bebildern und verlinken</b> Theorie- und praxisgeleitete Fragestellung 116, sechs Aufgaben dazu 118	115
<b>2</b>	<b>Die Funktionsperspektive der Medienlinguistik</b>	<b>124</b>
2.1	<b>Benennen: Bekanntes weiterziehen vs. Neues erklären</b> Theorie- und praxisgeleitete Fragestellung 126, fünf Aufgaben dazu 128	125
2.2	<b>Denken: Gemeintes sagen vs. Ergänzbares auslassen</b> Theorie- und praxisgeleitete Fragestellung 134, fünf Aufgaben dazu 136	133
2.3	<b>Handeln: Öffentlichkeit informieren vs. Medien verkaufen</b> Theorie- und praxisgeleitete Fragestellung 142, fünf Aufgaben dazu 144	141
2.4	<b>Verbinden: Zielpublika ansprechen vs. der Sache gerecht werden</b> Theorie- und praxisgeleitete Fragestellung 150, sechs Aufgaben dazu 152	149
<b>3</b>	<b>Die Strukturperspektive der Medienlinguistik</b>	<b>158</b>
3.1	<b>Lautebene: Spontan wirken vs. Nutzer führen</b> Theorie- und praxisgeleitete Fragestellung 160, fünf Aufgaben dazu 162	159
3.2	<b>Wortebene: Wortschatz beschränken vs. Schlagwörter setzen</b> Theorie- und praxisgeleitete Fragestellung 168, fünf Aufgaben dazu 170	167
3.3	<b>Satzebene: Äußerungen portionieren vs. Information verdichten</b> Theorie- und praxisgeleitete Fragestellung 176, fünf Aufgaben dazu 178	175
3.4	<b>Textebene: Routinen nutzen vs. Muster aufbrechen</b> Theorie- und praxisgeleitete Fragestellung 184, sechs Aufgaben dazu 186	183
<b>4</b>	<b>Fazit zur Systematik medienlinguistischen Wissens</b> Weiter üben im WWW 193	<b>192</b>

## Inhalt

<b>D</b>	<b>Medienlinguistische Projektpraxis in Forschung und Transfer</b>	<b>195</b>
1	Forschungsprojekt: IDÉE SUISSE	196
1.1	Forschungsziel	197
	Problem 198, Fragestellung 199	
	Erwartbare Ergebnisse 200, Wissenschaftliche Bedeutung 201	
	Wissenstransformation 202	
1.2	Forschungsstand	203
	Theoriebildung und Methodik 204	
	Politischer Bezugsrahmen 205, Ökonomischer Bezugsrahmen 206	
	Organisationsperspektive 207, Gesellschaftsperspektive 208	
1.3	Forschungsplan	209
	Modul A: Externe Anforderungen 210	
	Modul B: Interne Leitvorstellung 211	
	Modul C: Redaktionelle Textproduktion 212	
	Modul D: Redaktioneller Metadiskurs 213	
1.4	Fazit zum Forschungsprojekt IDÉE SUISSE	214
2	Transferprojekt: TEXTBERATUNG TA	215
2.1	Textberatung als kunterbunter Markt	216
	Domänenspezifische Unterschiede 217	
2.2	Professionelle Textberatung	218
	Von der Zuständigkeit der Angewandten Linguistik 219	
2.3	Textberatung am Beispiel Redaktionscoaching	220
	Den Konfliktraum abstecken 221	
	Im Leitbild Qualität festlegen 222, Zum Beispiel Inland und Kultur 223	
	Im Schreibcoaching die Repertoires erweitern 224	
	Die Textprogression aufzeichnen 225	
	Repertoires erschließen 226	
	Mit Interventionen arbeiten 227	
	Mit der Sprachkritik die Produkte und den Maßstab überprüfen 228	
2.4	Fazit zum Transferprojekt TEXTBERATUNG TA	229
3	Forschungsrahmen für medienlinguistische Projekte	230
	Streiflichter CDA 231 und ETHNOGRAPHIE 232	
	Streiflichter GROUNDED THEORY 233, TD 234, RST 235 und DST 236, Fall LEBANON 237	
3.1	Fazit zu den Forschungsrahmen	239

## Inhalt

<b>E</b>	<b>Intermezzo: Daten zum Buch und Daten im Netz</b>	<b>241</b>
	Originale! 242	
<b>1</b>	<b>Datenkorpora</b>	<b>243</b>
	Korpus 1: Quellen und Versionen einer Online-Nachricht 244	
	Korpus 2: Textproduktionsprozesse zu Radiobeiträgen 245	
	Korpus 3: Sprachproben aus Fernsehnachrichten 246	
	Korpus 4: Leitbild und Sprachkritik einer Zeitungsredaktion 247	
	Korpus 5: Sprachpolitik, -norm und -praxis im öffentlichen Rundfunk 248	
<b>2</b>	<b>Transkriptionssystem GAT</b>	<b>249</b>
	Die Partiturdarstellung: Spuren und Zeilen 250	
	Zeichen für Rollen und Quellen 251	
	Zeichen für die Sequenzierung 252	
	Zeichen für prosodische Merkmale 253	
	Zeichen für Merkmale jenseits gesprochener Sprache 254	
<b>3</b>	<b>Verzeichnis der Aufgaben</b>	<b>255</b>
<b>4</b>	<b>Verzeichnis der Fachbegriffe</b>	<b>256</b>
<b>5</b>	<b>Verzeichnis der Namen und Quellen</b>	<b>257</b>