

INHALTSVERZEICHNIS

VORWORT	IX
0. EINLEITUNG	1
0.1 Soziolinguistik und Zeitungskommunikation	1
0.2 Zielsetzung und zentrale Hypothesen	7
0.3 Abkürzungen, Schreibweise und Definitionen	12
1. THEORETISCHER RAHMEN UND MODELLPERSPEKTIVEN	14
1.1 Forschungsstand und Prolegomena einer Theoriekonzeption	14
1.1.1 Stand der Schlagzeilenforschung	14
1.1.2 Prolegomena einer soziolinguistischen Theorie sprachlichen Verhaltens	19
1.2 Zur Theorie einer Zeitungskommunikationshandlung	22
1.2.1 Komponenten verbaler Interaktion	22
1.2.2 Ethnographie schriftlicher Kommunikation	25
1.2.2.1 Formen von Kommunikation	25
1.2.2.2 Strukturelle Merkmale einer ZKH	29
1.2.3 Zum theoretischen Status eines Komponentenmodells einer ZKH	32
1.2.4 Systematische und methodische Konsequenzen	35
1.3 Elemente einer Theorie der Schlagzeilenformulierung	40
1.3.1 Kanonische Merkmale von Zeitungsberichten in Tageszeitungen	41
1.3.2 Systematische und zeichenlinguistische Analyse von Textprodukten	45
1.3.3 Soziolinguistische Regeln	48
2. KORPUS UND METHODEN DER ANALYSE	52
2.1 Datengewinnung und Primärkorpus	52
2.1.1 Fieldwork und Situation des linguistischen Observer	52
2.1.2 Korpus der Zeitungen	54
2.2 Korpusaufbereitung und -systematisierung	57
2.2.1 Setting	58
2.2.2 Leser	62

2.2.3	Sender	65
2.2.3.1	Autoren- und Quellenangaben in Berichten in Tageszeitungen	69
2.2.4	Zeitstratifikation der Textprodukte	71
2.2.5	Mitteilungsform und -inhalt der Textprodukte	74
2.2.6	'Phänotyp' eines Zeitungsberichts	84
2.3	Methoden der Datenanalyse	95
2.3.1	Empirischer Status, Reichweite und Interdependenz sozio-linguistischer Analyse	95
2.3.2	Systematische Befragung und Experimente	104
2.3.2.1	Versuchspersonen-Intensivgruppe	104
2.3.2.2	Tests und Textmanipulation	107
2.3.2.2.1	Bewertungstests: Schlagzeilenbewertung 'Emotional'-'Factual'; 'Pro'-'Contra'-'Neutral' (Verdikt im Angela-Davis-Prozeß)	108
2.3.2.2.2	Textmanipulation: Vertauschung verständnis-konstitutiver Elemente	120
2.3.2.2.3	Multiple Choice Test zur persuasiven und grammatischen Bewertung (sprachlicher Varianten) von Schlagzeilen	125
2.3.2.2.4	Test zur Bewertung grammatischer Verhältnisse des Lead	131
2.3.2.2.5	Empirischer Status von Textkohärenzrelationen: Zuordnungstests für Schlagzeilen:Leads	134
2.3.3	Interviews	143
2.3.3.1	Systematisch-standardisiertes Interview zur P,C,N-Bewertung von S, HS und US	146
2.3.3.2	Systematisch-halbstandardisierte Interviews	153
2.3.3.2.1	Interview zur persuasiven Wertigkeit von S	153
2.3.3.2.2	Leserperzeption der Komponenteninterrelation Zeit-Mitteilungsinhalt	156
2.3.3.2.3	Interview zum Titelseitentext eines Berichts	159
2.3.3.2.4	Gegenüberstellung von Titelseitenberichten aus zwei Zeitungen verschiedenen politischen Standorts	163
2.3.3.3	Unsystematische Interviews	175
3.	AUSWERTUNG	
3.1.	Systematische Analyse textinterner Komponenten	178
3.1.1	'Informationsrepertoire' der kanonischen Textteile S und L	178
3.1.1.1	Mitteilungsinhalt des Lead	178
3.1.1.2	Kontrast des IE-Repertoires von Lead und Body	181
3.1.1.3	IE-Repertoire von Schlagzeile und Lead	187

3.1.2	Anzahl und Kombination von IE in Lead und Schlagzeile eines Zeitungsberichts	190
3.1.2.1	Textteilspezifische Charakteristika der Schlagzeile	192
3.1.2.2	IE-Anzahl und -Kombination des Lead	195
3.1.2.3	Relation Schlagzeile:Lead und S-Formulierungsteilstrategien	197
3.1.3	Zum Status von 'Ws' als propositionalen Einheiten und IE als Konstituenten von Ws	199
3.1.4	Textintern-formale Instanzen und Kohärenzstrukturen in Zeitungsberichten	206
3.1.4.1	Referierung des Namens Angela Davis in S und L	209
3.1.4.2	Syntaktische Konstruktion, Diathese und Lexem des zP-Ausdrucks	216
3.1.4.2.1	Textteilspezifische und Sq-Regeln für (H)S:L	218
3.1.4.2.2	Co-Regeln für Subjekt, Diathese und Lexem des zP-Ausdrucks in S:L	226
3.1.4.2.3	AI-Regeln für S:L und S-Formulierungsteilstrategien	230
3.1.4.3	Syntaktischer Status des zP-Ausdrucks in S und L	242
3.1.4.3.1	Merkmale des syntaktischen Status des zP-Ausdrucks in S und L	245
3.1.4.3.2	Kookkurrenz syntaktischer Merkmale von textinternen Instanzen	250
3.1.4.3.3	S:L-Relation	252
3.1.4.4	Tempus in Schlagzeile und Lead	256
3.1.4.5	Weitere textintern-formale Gegebenheiten	258
3.1.5	Informationsdiskurs, Plazierung von IE und Wortstellung in Zeitungsberichten	259
3.1.5.1	Informationsdiskurs des Lead und 'Positionen' eines Lead	262
3.1.5.2	Plazierung positionsvariabler IE in L	271
3.1.5.3	IE-Diskurs des Lead und Formulierung der Schlagzeile	280
3.2.	Interrelationen textinterner, textanalytischer, textphänotypischer und textexterner Komponenten	284
3.2.1	Schlagzeilenformulierung zu textidentischen Leads	284
3.2.1.1	Kovariation textintern-formaler und inhaltlicher Instanzen und S-Formulierungsstrategien für S zu textidentischen L	287
3.2.1.2	Interrelation Mitteilungsform, -inhalt und Persuasion für S zu textidentischen L	302
3.2.1.3	Kovariation textinterner, textanalytischer und textphäno-Variablen für S zu textidentischen L	312
3.2.2	Kovariation textinterner und textanalytischer Werte des L und S:L-Textkohärenz	316

3.2.3	Interrelation von ZKH-Komponenten. Vergleichsperspektive Phänotyp eines Zeitungsberichts	324
3.2.4	Soziolinguistische Profilformeln für ZKH-Exemplare	326
4.	ZUSAMMENFASSUNG	332
5.	LITERATUR	340