

Inhalt

Vorwort

v

Medientheorie – Medienpraxis

Josef Klein

Medienneutrale und medienspezifische Verfahren der Absicherung
von Bewertungen in Presse und Fernsehen.

Typologie und semiotische Distribution

3

Erich Straßner

Vom Pressestellen- zum Pressetext

Wer wertet wie und wo im Informationsfluß

19

Texttheorie – Persuasion

Klaus Brinker

Zum Zusammenhang von Textfunktion und thematischer Einstellung
am Beispiel eines Zeitungskommentars

35

Markku Moilanen

Scheinargumentation als persuasives Mittel

45

Albert Herbig, Barbara Sandig

Das kann doch wohl nur ein Witz sein!

Argumentieren, Bewerten und Emotionalisieren im Rahmen
persuasiver Strategien

59

Textmuster

Hans Ramge

Auf der Suche nach der Evaluation in Zeitungskommentaren

101

Rüdiger Läzer

Persuasionsstrategien im Wandel

Wertewandel und Textstrukturen in Kommentaren der DDR-Presse
zur Zeit der 'Wende'

121

Regine Weber-Knapp

Bewertungen in literarischen Zeitungsrezensionen

149

Historische Analysen

Ulrich PüscheI

Räsonnement und Schulrhetorik im öffentlichen Diskurs.

Zum Zeitungsdeutsch vor der Märzrevolution 1848

163

Frank Liedtke

Zum Beispiel "Gerechtigkeit": Über politische Leitvokabeln

in persuasiver Funktion

175

Christoph Sauer

Über die Inszenierung journalistischer Kommentare in einer NS-

Belegschaftszeitung

189

Interkultureller Vergleich

Liisa Tiittula

Implizites Bewerten in finnischen und deutschen Leitartikeln

225