

Roy Langer

**Die Darstellung Deutschlands in dänischen Medien**

# KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT

Roy Langer

# **Die Darstellung Deutschlands in dänischen Medien**

Eine Mediendiskursanalyse

Mit einem Geleitwort von Uffe Østergård

Deutscher Universitäts-Verlag

Bibliografische Information Der Deutschen Bibliothek  
Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie;  
detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

1. Auflage September 2003

Alle Rechte vorbehalten

© Deutscher Universitäts-Verlag/GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden 2003

Lektorat: Ute Wrasmann / Dr. Tatjana Rollnik-Manke

Der Deutsche Universitäts-Verlag ist ein Unternehmen der  
Fachverlagsgruppe BertelsmannSpringer.  
[www.duv.de](http://www.duv.de)



Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Umschlaggestaltung: Regine Zimmer, Dipl.-Designerin, Frankfurt/Main

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

ISBN-13:978-3-8244-4474-8

e-ISBN-13:978-3-322-81273-5

DOI: 10.1007/978-3-322-81273-5

## Geleitwort

Die vorliegende interdisziplinäre Studie behandelt u.a. theoretische und methodische Forschungsfragen in der Sozialphilosophie, Sozialpsychologie, in der interkulturellen Kommunikation und Kulturanalyse, Nationalitätenforschung, Medienforschung, Diskursanalyse, Narratologie und Rhetorik. Die forschungsleitenden Fragen betreffen drei Analyseebenen, indem die Studie (1) die Informationsgrundlage dänischer Massenmedien über Deutschland, (2) die Intertextualität, Interdiskursivität und Rollenmodelle in entsprechenden Mediendiskursen und (3) die narrativen Strukturen sowie die thematischen und rhetorischen Muster in diesen Mediendiskursen untersucht.

Diese dreigeteilte Problemstellung strukturiert den methodischen Rahmen der Arbeit und hier insbesondere ihren empirischen dritten Teil. Die beiden ersten Teile der Studie geben einen umfassenden Überblick über die Forschungsdiskussion über Nationalismus und öffentliche Meinungsbildung in Mediendiskursen. Damit untersucht der Autor sowohl wissenschafts- als auch mediendiskursive Prozesse bei der Konstruktion nationaler Images.

Die Stärke dieser Arbeit liegt in ihrem interdisziplinären Ansatz, ihrem hohen wissenschaftstheoretischen Reflektionsniveau sowie ihrem stringenten Analyserahmen mit einem perspektivenreichen Forschungsdesign, das auf einer wohlüberlegten Kombination quantitativer und qualitativer Analysemethoden beruht. Die überzeugende Anwendung dieses Analyserahmens führt zu interessanten Untersuchungsergebnissen und Perspektiven. Insbesondere die Untersuchung des Diskursstranges über deutsche Immobilienkäufe in Dänemark zeigt mit ihren scharfsinnigen Beobachtungen und Konklusionen, dass der erarbeitete Analyserahmen nicht nur ein geeignetes Instrument zur Untersuchung nationaler Images, sondern auch zur Analyse von Mediendiskursen ganz allgemein ist.

Dies ist die bislang umfassendste empirische Untersuchung über Deutschlands Image in dänischen Medien. Sie beruht auf einer umfassenden Datenerhebung in Medientexten und -diskursen. Roy Langer löst die ambitionöse Aufgabe, die er sich mit der vorliegenden Studie gestellt hat, auf eine überzeugende Art und Weise und mit Hilfe eines theoretisch fundierten und gut durchdachten interdisziplinären Forschungsdesigns. Diese Studie stellt einen richtungsweisenden Forschungsbeitrag auf internationalem Niveau dar.

*Uffe Østergård*

Jean Monnet-Professor  
Leiter der Abteilung für Holocaust und Völkermordstudien,  
Institut für internationale Studien, Kopenhagen

## Vorwort

Es steht sicherlich außer Frage, daß die dänisch-deutschen Beziehungen, so wie sie sich auf Grundlage der gemeinsamen Bonn-Kopenhagen-Erklärung aus dem Jahre 1955 entwickelt haben, auch im internationalen Rahmen als ein herausragendes Beispiel für gute Nachbarschaftsbeziehungen gelten. Ein derartiges positives Beispiel hat große Bedeutung in Anbetracht der unzähligen Konflikte und Konfrontationen benachbarter Nationen.

Allerdings darf die grundlegend positive Entwicklung, die in den dänisch-deutschen Beziehungen innerhalb des letzten halben Jahrhunderts stattgefunden hat, auch nicht darüber hinwegtäuschen, daß es im alltäglichen Miteinander und Kontakt der beiden Staaten und ihrer Bewohner - und hier nicht zuletzt im Grenzgebiet der beiden Nationen - auch immer noch zu Problemen, Konflikten und Mißverständnissen kommt. Dies kam u.a. im Frühsommer 1998 zum Ausdruck, als von dänischen und deutschen Politikern bekannt gegeben wurde, das auf beiden Seiten eher strukturschwache dänisch-deutsche Grenzgebiet zu einer gemeinsamen förderungsberechtigten Euro-Region zu erklären. Diese Pläne führten vor allem auf der dänischen Seite zu einer Flut von Protesten, wobei die dänischen Gegner einer gemeinsamen Euro-Region, die das dänisch-deutsche Grenzland umfaßt, weder vor böswilliger Sachbeschädigung von Eigentum verantwortlicher Politiker noch vor teilweise sehr vehementen verbalen Ausschreitungen gegen Deutschland und Deutsche zurückscheuten.

Die Beispiele für einen oftmals keineswegs unbeschwerten Umgang miteinander - und hier insbesondere für eine ausgesprochene Distanz und Abstandnahme zu Deutschland und Deutschen in Teilen der dänischen Bevölkerung - sind bis in die jüngste Gegenwart zahlreich. Sie reichen von antideutschen Aufklebern in dänischen Touristengebieten bis zu tätlichen Übergriffen auf deutsche Jugendliche, die sich in Dänemark zu Besuch aufhalten. Sie umfassen beispielsweise lautstarke Proteste in Teilen der dänischen Bevölkerung gegen eine gemeinsame Militärparade an den Düppeler Schanzen im Jahre 2002 - eine Parade, die, ohne dass die Teilnehmer Waffen trugen, die Überwindung früherer Gegensätze zwischen Dänemark und Deutschland veranschaulichen sollte. Oder aber, wenn eine dänische Partei, die bei den Wahlen zum dänischen Folketing immerhin mehr als jeden zehnten Wähler für sich mobilisieren kann, im Jahre 2002 ihre Volksentscheid-Kampagne gegen die europäische Währungsunion am 9. April d.h. am Tage der Befreiung Dänemarks von der deutschen Besatzung, begann und dies damit begründet, daß man von Parallelen zwischen Hitlers "Neuropa"-Plänen und der europäischen Währungsunion sprechen kann. Schließlich könnte man in diesem Zusammenhang auch den dänischen Pizzabäcker Pizza-Aage nennen, der im Frühjahr 2003 in dänischen Medien eine zweifelhafte Berühmtheit erlangte, weil er sich aus Protest gegen die deutsche Irak-Politik weigerte, deutsche Kunden zu bedienen. Gerade in den dänischen Medien findet der Beobachter, was eine in Dänemark lebende Deutsche in einem Leserbrief

"Die tägliche deutsche Dosis" nannte, die nicht selten auch als ein Grund für das negative Deutschlandbild von Schülern angegeben wird.

Dieses Buch widmet sich dem hier skizzierten Themenbereich, indem es die Informationsgrundlage über Deutschland in dänischen Medien zu ergründen versucht und indem es die Art und Weise der Darstellung Deutschlands in dänischen Medien analysiert, interpretiert und diskutiert. Obwohl Medientexte aus den 1990er Jahren den Großteil der empirischen Datengrundlage dieser Studie darstellen, veranschaulichen die obengenannten Beispiele, daß die Untersuchung keineswegs an Relevanz verloren hat.

Zu den vornehmeren Ritualen des akademischen Alltages gehört die Danksagung für die erhaltene Unterstützung an das kollegiale und private Umfeld. Zwar bin ich als Autor allein verantwortlich für die vorliegende Abhandlung - ohne die Inspiration, Ermutigung und Unterstützung meines kollegialen und privaten Umfeldes wäre diese Arbeit aber kaum zustande gekommen.

Ohne die Beratung durch Anne-Marie Søderberg wäre dieses Projekt sicher kaum zu Ende geführt worden. Auch die Unterstützung, die ich von Anker Brink Lund und Doris Hansen erhielt, war unentbehrlich. Wichtige Hinweise und Ratschläge für die letzte Arbeitsphase erhielt ich von den Mitgliedern des Tietgenpreis-Komitees und von meinen Gutachtern Karl-Heinz Pagner (Kopenhagen), Jørgen Stigel (Ålborg) und Uffe Østergaard (Århus). Ellen Vig Aaberg war mir bei der Registrierung und Vorbereitung der quantitativen Analysen sowie bei der Überprüfung der vorgenommenen Schlüsselworteintragen eine unentbehrliche Hilfe.

Mit einer Reihe von Kollegen habe ich inhaltliche Aspekte diskutiert, die in diese Abhandlung eingingen und die zur Klärung meiner eigenen Position beitrugen. Stellvertretend möchte ich hier Inger Humle Jørgensen und Jørgen Søndergaard danken. Raute Hagemann, Inger Bjerg Møller, Hans Elbeshausen und Walter Bornfeldt halfen mir mit inhaltlichen und sprachlichen Verbesserungsvorschlägen durch die Schlußphase des Projektes. Für Suzanne.

Roy Langer

# Inhaltsverzeichnis

|   |          |
|---|----------|
| Geleitwort.....   | V        |
| Vorwort .....   | VII      |
| Inhaltsverzeichnis .....  | IX       |
| Abbildungsverzeichnis .....   | XV       |
| <b>1. Leitgedanken.....</b>   | <b>1</b> |
| 1.1 Einführung.....   | 1        |
| 1.2 Problemstellungen und forschungsleitende Fragestellungen.....   | 6        |
| 1.2.1 Thematik und zentrale Problemstellungen .....   | 6        |
| 1.2.2 Forschungsleitende Fragestellungen der einzelnen Kapitel.....   | 11       |
| 1.3 Grenzflächen und Abgrenzungen: Zur Kopplung von Kognition,<br>Kommunikation und Kultur in verschiedenen Forschungsfeldern ..... | 15       |

## Teil 1: Zur Konstruktion von Nationalität

|  |           |
|--|-----------|
| <b>2. Theoretische Perspektiven und Begriffsklärungen .....</b>                | <b>19</b> |
| 2.1 Einleitung .....   | 19        |
| 2.2 Annäherung an den Begriff „nationale Identität“.....                       | 19        |
| 2.3 Die klassischen Konzepte: Kulturnation und Staatsnation .....              | 22        |
| 2.4 Von der Theorie des sozialen Gedächtnisses zur Konstruktion der Nation ..  | 25        |
| 2.5 Annäherung an den Begriff „Nationalkultur“ .....                           | 30        |
| 2.6 Kultur, Identität, Stereotyp, Image, Nationenbild: Begriffsklärungen ..... | 32        |
| <b>3. Aktuelle Themen der Nationalismus- und Nationenbild-Forschung .....</b>  | <b>38</b> |
| 3.1 Einleitung .....   | 38        |
| 3.2 Zivilisationskritik und Nationalromantik .....                             | 39        |
| 3.3 Spätmoderne Verteidigung des Nationalismus? .....                          | 41        |
| 3.4 Die Wiedergeburt der Zwischenkriegszeit.....                               | 42        |
| 3.5 Die ethnische Komponente des Nationalismus.....                            | 44        |
| 3.6 Identitätsarbeit im Zeichen von Globalisierung und Kreolisierung.....      | 45        |
| <b>4. Methodische Ansätze der Nationenbildforschung.....</b>                   | <b>49</b> |
| 4.1 Einleitung .....   | 49        |
| 4.2 Das Eigenschaftslistungsverfahren und die Bevölkerungsbefragung .....      | 49        |
| 4.3 Charakterstudien und psychodynamische Perspektiven.....                    | 51        |
| 4.4 Der historisch-komparative Ansatz .....                                    | 54        |
| 4.5 Die Analyse von Medieninhalten.....  | 55        |
| 4.5.1 Die quantitative Inhaltsanalyse .....                                    | 55        |
| 4.5.2 Der diskursanalytische Ansatz .....                                      | 57        |
| <b>Teilkonklusion I: Nationalität zwischen Gefühl und Vernunft .....</b>       | <b>59</b> |



## **Teil II: Zur Konstruktion öffentlicher Meinung in Mediendiskursen**

|           |   |            |
|-----------|---|------------|
| <b>5.</b> | <b>Spannungsfeld I: Öffentlichkeitstheoretische Perspektiven.....</b>           | <b>65</b>  |
| 5.1       | Einleitung .....  | 65         |
| 5.2       | Zur Soziologie des Zeitungswesens .....   | 66         |
| 5.3       | Der Begriff der "öffentlichen Meinung" .....                                    | 68         |
| 5.4       | Modelle zur öffentlichen Meinungsbildung .....                                  | 70         |
| 5.4.1     | Öffentliche Meinungsbildung als Ziel .....                                      | 71         |
| 5.4.2     | Öffentliche Meinungsbildung als Mittel.....                                     | 73         |
| 5.4.3     | Öffentliche Meinungsbildung als Mantra .....                                    | 76         |
| 5.5       | Öffentliche Meinungsbildung zwischen Konsens und Dissens.....                   | 77         |
| 5.6       | Zusammenfassung und Schlußfolgerungen.....                                      | 81         |
| <br>      |   |            |
| <b>6.</b> | <b>Spannungsfeld II: Kommunikationsforschung und Diskursanalyse.....</b>        | <b>84</b>  |
| 6.1       | Einleitung .....  | 84         |
| 6.2       | Medienwirkungen und Mediendiskurse .....  | 85         |
| 6.3       | Etablierte Verfahren zur Medientextanalyse .....                                | 90         |
| 6.3.1     | Quantitative Inhaltsanalyse .....   | 90         |
| 6.3.2     | Qualitative Inhaltsanalyse .....  | 93         |
| 6.3.3     | Kultivationstheorie und Cultural Studies .....                                  | 94         |
| 6.4       | Aktuelle Diskussionen in den Kommunikationswissenschaften .....                 | 97         |
| 6.4.1     | Konstruktivismus und Kommunikationswissenschaft .....                           | 97         |
| 6.4.2     | Diskurstheorie und Social Semiotics .....                                       | 101        |
| 6.5       | Das Studium von Diskursen.....  | 103        |
| 6.5.1     | Der soziokognitive Ansatz.....  | 105        |
| 6.5.2     | Kritische Diskursanalyse .....  | 107        |
| 6.5.3     | Die diskurshistorische Methode .....  | 112        |
| 6.6       | Zusammenfassung und Schlußfolgerungen.....                                      | 114        |
| <br>      |   |            |
| <b>7.</b> | <b>Spannungsfeld III: Hermeneutik und Diskursrhetorik .....</b>                 | <b>119</b> |
| 7.1       | Einleitung .....  | 119        |
| 7.2       | Die hermeneutische Analyse .....  | 120        |
| 7.3       | Die Textsortenanalyse .....   | 123        |
| 7.4       | Die Narrativitätsanalyse .....  | 124        |
| 7.5       | Argumentationstheorie und Rhetorik.....   | 127        |
| 7.5.1     | Toulmins „The uses of argument“ .....   | 127        |
| 7.5.2     | Perelmans „La nouvelle Rhetorique“.....   | 129        |
| 7.6       | Zusammenfassung und Schlußfolgerungen.....                                      | 135        |
| <br>      |   |            |
|           | <b>Teilkonklusion II: Öffentliche Meinung zwischen Gefühl und Vernunft.....</b> | <b>136</b> |

## Teil III: Zur Darstellung Deutschlands in dänischen Mediendiskursen

|            |   |            |
|------------|---|------------|
| <b>8.</b>  | <b>Deutschlandimages in Dänemark im Kontext von Geschichte, Nationalismus und Globalisierung.....</b> | <b>141</b> |
| 8.1        | Einleitung .....  | 141        |
| 8.2        | Das dänische-deutsche Verhältnis als Thema der Forschung .....  | 141        |
| 8.2.1      | Generelle Kontextaspekte .....  | 141        |
| 8.2.2      | Historische Konstruktionsaspekte .....  | 143        |
| 8.2.3      | Die ungleiche Wahrnehmung Dänemark-Deutschland .....  | 154        |
| 8.2.4      | Mentale und soziokulturelle Abgrenzungsstrategien .....   | 156        |
| 8.2.5      | Perspektiven des deutsch-dänischen Verhältnisses .....  | 160        |
| 8.3        | Pilotstudie: Deutschlandbilder in Dänemark .....  | 161        |
| 8.3.1      | Generelle Kontextaspekte.....   | 161        |
| 8.3.2      | Strukturelle Charakteristik des Diskursstranges.....  | 163        |
| 8.3.3      | Inhaltliche Charakteristik des Diskursstranges.....   | 166        |
| 8.4        | Zusammenfassung und Schlußfolgerungen.....  | 176        |
| <b>9.</b>  | <b>Empirische Grundlagen der Untersuchung.....</b>  | <b>180</b> |
| 9.1        | Nachrichtenfaktoren in Presse und Fernsehen .....   | 180        |
| 9.2        | Das System der Massenmedien in Dänemark .....   | 184        |
| 9.3        | Kriterien zur Wahl der Medientexte .....  | 186        |
| 9.4        | Profile der gewählten Medien.....   | 187        |
| 9.4.1      | „Berlingske Tidende“ und „B.T.“ .....   | 187        |
| 9.4.2      | „Politiken“ und „Ekstra Bladet“ .....   | 187        |
| 9.4.3      | „Jyllandsposten“ .....  | 188        |
| 9.4.4      | Die Fernsehkanäle "DR 1" und "TV2" .....  | 189        |
| 9.5        | Leserprofile der gewählten Tageszeitungen .....   | 190        |
| 9.6        | Charakteristik des Untersuchungszeitraums.....  | 192        |
| 9.7        | Charakteristik der Codier-Einheiten .....   | 193        |
| 9.8        | Zusammenfassung .....   | 195        |
| <b>10.</b> | <b>Quantitative Analyse der primären Datengrundlage .....</b>   | <b>197</b> |
| 10.1       | Der Umfang der Berichterstattung .....  | 197        |
| 10.1.1     | Die Berichterstattung unter dem Raumaspekt .....  | 197        |
| 10.1.2     | Die Berichterstattung unter dem Zeitaspekt.....   | 200        |
| 10.2       | Journalistische Darstellungsformen .....  | 202        |
| 10.3       | Textproduzenten .....   | 206        |
| 10.4       | Schlüsselwortanalyse: Stoffpräferenzen und topikale Makrostrukturen .....                             | 209        |
| 10.4.1     | Die Verteilung der Diskursfragmente auf Stoffgebiete .....  | 209        |
| 10.4.2     | Diskursives Gewimmel: Topikale Makrostrukturen von Diskurssträngen.....                               | 212        |
| 10.4.3     | Stoffübergreifende topikale Makrostrukturen .....   | 213        |
| 10.4.4     | Topikale Makrostrukturen im Stoffgebiet Sport .....   | 214        |
| 10.4.5     | Topikale Makrostrukturen im Stoffgebiet Wirtschaft.....   | 215        |
| 10.4.6     | Topikale Makrostrukturen im Stoffgebiet Politik .....   | 217        |

|            |  |            |
|------------|--|------------|
| 10.4.7     | Topikale Makrostrukturen im Stoffgebiet Kultur .....   | 218        |
| 10.5       | Diskussion: Allgemeine Grundzüge der Darstellungen .....   | 219        |
| <b>11.</b> | <b>Fallstudie 1: Der deutsche Wiedervereinigungsprozeß .....</b>   | <b>225</b> |
| 11.1       | Einleitung .....   | 225        |
| 11.2       | Diskursstruktur: Spatialisierung und Temporalisierung .....  | 225        |
| 11.3       | Diskursphase I: Vom Mauerfall bis zur Wiedervereinigung .....  | 227        |
| 11.4       | Diskursphase II: Die politische Vereinigung .....  | 236        |
| 11.5       | Diskursphase III: Sieben verflixte Jahre der Konsolidierung .....  | 241        |
| 11.6       | Zusammenfassung: Die Darstellung des deutschen<br>Wiedervereinigungsprozesses .....  | 251        |
| <b>12.</b> | <b>Fallstudie 2: Deutsche Immobilienkäufe in Dänemark .....</b>  | <b>255</b> |
| 12.1       | Aufgesang: Diskursgenealogie .....   | 255        |
| 12.2       | Diskursstruktur: Spatialisierung, Aktorialisierung, Temporalisierung.....  | 266        |
| 12.2.1     | Semio-narrative diskursive Strukturen .....  | 266        |
| 12.2.2     | Diskursraum.....   | 268        |
| 12.2.3     | Aktorialisierung .....   | 273        |
| 12.2.4     | Temporalisierung .....   | 275        |
| 12.2.5     | Zusammenfassung - Diskursstruktur .....  | 276        |
| 12.3       | Sequenz I - Exposition: Die ersten vier Wochen .....   | 277        |
| 12.3.1     | Diskursraum und Temporalisierung .....   | 277        |
| 12.3.2     | Thematisierungen, Argumentationsstrategien und -techniken .....  | 278        |
| 12.3.3     | Zusammenfassung: Sequenz I .....   | 283        |
| 12.4       | Sequenz II – Höhepunkt: "Die Idylle in Gefahr".....  | 284        |
| 12.4.1     | Einleitung .....   | 284        |
| 12.4.2     | Semio-narrative Struktur und Textsortencharakteristik .....  | 285        |
| 12.4.3     | Figurativisierung.....   | 291        |
| 12.4.4     | Thematisierungen, Argumentationsstrategien und -techniken .....  | 299        |
| 12.4.5     | Andere Texte in der zweiten Diskursphase.....  | 319        |
| 12.4.6     | Zusammenfassung und Diskussion - Sequenz II .....  | 322        |
| 12.5       | Sequenz III - Abgesang .....   | 325        |
| 12.6       | Epilog - Nachspiel: Untersuchungen der Behörden .....  | 326        |
| 12.7       | Zusammenfassung: Der Diskursstrang über deutsche Immobilienkäufe ....  | 327        |
|            | <b>Teilkonklusion III: Diskursive Strategien in Darstellungen von Deutschland<br/>und Deutschen in dänischen Medien.....</b> | <b>331</b> |

---

|  |            |
|--|------------|
| <b>13. Zusammenfassung und Ausblick .....</b>  | <b>337</b> |
| 13.1 Einleitung .....  | 337        |
| 13.2 Schlußfolgerungen zu Deutschlanddarstellungen<br>in dänischen Mediendiskursen ..... | 338        |
| 13.3 Deutschland als Thema in der internationalen Kommunikation .....                    | 343        |
| 13.3.1 Dänische Darstellungen im Vergleich zu Darstellungen<br>in anderen Ländern .....  | 343        |
| 13.3.2 Deutschland in Mediendarstellungen anderer Nationen .....                         | 347        |
| 13.3.3 Zielgerichtete Imagearbeit - eine Lösung? .....                                   | 352        |
| 13.4 Multimediale Perspektiven .....   | 354        |
| <b>Literaturverzeichnis.....</b>   | <b>357</b> |

## Abbildungsverzeichnis

|   |     |
|---|-----|
| Abb. 1: Übersicht zur Konstruktion öffentlicher Meinung.....  | 83  |
| Abb. 2: Jäger's Diskursmodell.....  | 109 |
| Abb. 3: Kommunikationsforschung und Mediendiskursanalyse.....   | 118 |
| Abb. 4: Toulmin's Argumentationsmodell.....   | 128 |
| Abb. 5: Argumentative Diskursrhetorik.....  | 135 |
| Abb. 6: Jantes Gebote.....  | 158 |
| Abb. 7: Verteilung der analysierten Artikel auf Textsorten, Pilotstudie.....  | 164 |
| Abb. 8: Verteilung der analysierten Artikel auf Medien, Pilotstudie.....  | 165 |
| Abb. 9: Thesen zur Konstruktion Deutschlands in dänischen Medien.....   | 179 |
| Abb. 10: Unterschiede zwischen Zeitungs- und Fernsehmedien.....   | 180 |
| Abb. 11: Tageszeitungen in Dänemark.....  | 185 |
| Abb. 12: Auflagenzahlen der gewählten Tageszeitungen im Untersuchungs-<br>zeitraum.....                                       | 186 |
| Abb. 13: Segmentierungsmodell Mini-Risc / Minerva.....  | 190 |
| Abb. 14: Journalistische Darstellungsformen/Textsorten.....   | 193 |
| Abb. 15: Methodischer Analyserahmen der Studie.....   | 197 |
| Abb. 16: Diskursive Textualisierung Deutschlands,<br>April-September 1996 (absolute Zahlen).....                              | 198 |
| Abb. 17: Diskursive Textualisierung Deutschlands,<br>April-September 1996 (in Spaltenmetern).....                             | 199 |
| Abb. 18: Durchschnittliche Artikellänge pro Diskursfragment<br>April-September 1996 (in Spaltenmillimetern).....              | 199 |
| Abb. 19: Umfang der Berichterstattung unter dem Zeitaspekt,<br>April-September 1996 (Anzahl Texte insgesamt).....             | 201 |
| Abb. 20: Umfang der Berichterstattung unter dem Zeitaspekt,<br>April-September 1996 (verteilt auf einzelne Pressemedien)..... | 201 |
| Abb. 21: Verteilung der Pressediskursfragmente auf Darstellungsformen,<br>April-September 1996 (alle Medien insgesamt).....   | 202 |
| Abb. 22: Verteilung der Pressediskursfragmente auf Textsortengenres,<br>April-September 1996 (einzelne Pressemedien).....     | 203 |
| Abb. 23: Verteilung der Pressediskursfragmente auf Darstellungsformen,<br>April-September 1996 (einzelne Pressemedien).....   | 204 |
| Abb. 24: Verteilung der TV-Diskursfragmente auf Darstellungsformen,<br>April-September 1996.....                              | 205 |
| Abb. 25: Prozentuale Verteilung der Textsorten auf untersuchte Fernsehkanäle....  | 206 |
| Abb. 26: Verteilung der Textproduzenten, April-September 1996<br>(alle Pressemedien, in %).....                               | 207 |
| Abb. 27: Verteilung der Textproduzenten, April-September 1996<br>(einzelne Pressemedien, in %).....                           | 208 |

---

|  |     |
|--|-----|
| Abb. 28: Schlüsselwörter für Stoffgebiete -<br>Anzahl Nennungen in den einzelnen Medien.....                     | 210 |
| Abb. 29: Vorkommen von Schlüsselwörtern für Stoffgebiete -<br>Anzahl Nennungen in den einzelnen Medien.....      | 211 |
| Abb. 30: Vorkommen von Schlüsselwörtern für Stoffgebiete in %<br>im Verhältnis zur Gesamtanzahl von Texten ..... | 211 |
| Abb. 31: Die zehn topikalen Makrostrukturen mit der höchsten Okkurrenz.....                                      | 212 |
| Abb. 32: Die zehn Deutschen mit der höchsten Okkurrenz.....  | 212 |
| Abb. 33: Verteilung der Diskursfragmente, Fallstudie 1 .....   | 226 |
| Abb. 34: Greimas' "parcours génératif" .....   | 267 |
| Abb. 35: Verteilung der Diskursfragmente, Fallstudie 2 .....   | 271 |
| Abb. 36: Dramaturgische Modelle für TV-Shows .....   | 289 |
| Abb. 37: Redebeiträge einzelner Diskursstimmen, "Die Idylle in Gefahr" .....                                     | 294 |