



بسم الله الرحمن الرحيم

∞∞∞∞

تم رفع هذه الرسالة بواسطة / سامية زكى يوسف

بقسم التوثيق الإلكتروني بمركز الشبكات وتكنولوجيا المعلومات دون أدنى

مسئولية عن محتوى هذه الرسالة.

ملاحظات: لا يوجد





Universität Ain Shams
Sprachenfakultät Al-Alsun
Deutschabteilung

Dissertation

Persuasion im Pressekommentar zu den politischen Krisen nach den arabischen Revolutionen ab 2011

Eine kontrastive Studie

Zur Erlangung des Doktorgrades in der Sprachwissenschaft
Vorgelegt von

Ehab Adel Aly Shafik

Oberassistent an der Deutschabteilung der
Sprachenfakultät Al-Alsun

Betreut von

Prof. Dr. Mohamed Alabd

Professor für Linguistik an der Sprachenfakultät Al-Alsun –
Ain Shams Universität

Ass. Prof. Dr. Laila Zamzam

Assistenzprofessorin für Linguistik an der Sprachenfakultät
Al-Alsun – Ain Shams Universität

**Kairo
2022**

Meinen Eltern gewidmet

Danksagung

An dieser Stelle möchte ich mich bei Prof. Dr. Laila Zamzam für ihre ständige Hilfsbereitschaft, ihre menschliche Betreuung, viele anregende fachliche Diskussionen sowie ihre wissenschaftlichen und mütterlichen wertvollen Ratschläge ganz herzlich bedanken, was maßgeblich dazu beigetragen hat, die vorliegende Arbeit zu erstellen.

Ebenso gebührt mein besonderer Dank Prof. Dr. Muhammed Alabd für seine Hilfe bei der Erstellung dieser Arbeit, seine produktiven wissenschaftlichen Anmerkungen und seine Motivation zur Arbeit.

Mein tiefer Dank gilt meiner Mutter, der ich diese Dissertation widme, da sie mich während meines gesamten Studiums hilfreich unterstützte. Ich bin ihr für alles sehr dankbar. Ohne ihre moralische Unterstützung, ihre Geduld und ihre fortwährende Motivation hätte ich meine Arbeit nicht schreiben können.

Meine Dissertation widme ich auch der Erinnerung an meinen Vater, der mir jederzeit mit Rat und Tat beistand und den Abschluss meiner Arbeit leider nicht erlebte.

Zuerst und zuletzt gehört alles Lob Allah.

Im Meinenden
herrscht noch ein
innerer Widerspruch.
Er bangt, dass der
andere Recht hat.
Umso mehr will er
Recht behalten.

Thomas von Aquin

Inhaltsverzeichnis

0. Einleitung	1
0.1 Ziel der Arbeit	1
0.2 Forschungsgegenstand	2
0.3 Forschungsstand	3
0.4 Aufbau und Methode	5
0.5 Zum Korpus	7
1. Theoretische Überlegungen zur Persuasion im Pressekommentar	9
1.1 Persuasion aus linguistischer Sicht	9
1.2 Kommentar als meinungsbetonte Textsorte	15
1.2.1 Begriffsbestimmung und linguistische Merkmale des Pressekommentars	15
1.3 Persuasionsmittel und -strategien im Pressekommentar	22
1.3.1 Semantisch-lexikalische Mittel	22
1.3.1.1 Metapher	22
1.3.1.2 Schlagwörter	27
1.3.1.3 Gefühlsbetonte phraseologische Einheiten	31
1.3.1.4 Isotopie	34
1.3.2 Strukturelle Mittel	36
1.3.2.1 Syntaktische journalistische Stilfiguren	36
1.3.2.2 Stilmittel der balāga (Rhetorik) im Arabischen	42
1.3.3 Pragmalinguistische Mittel	48
1.3.3.1 Präsuppositionsanalyse der Kommentarüberschriften	48
1.3.3.2 Analyse von indirekten Sprechakten	50
1.3.4 Sprachliche Persuasionsstrategien im Pressekommentar	52
1.3.4.1 Strategie der Emotionalisierung	53
1.3.4.2 Strategie der Wiederholung	55
1.3.4.3 Strategie der Analogie	57
1.3.4.4 Strategie der rhetorischen Fragen	58
1.3.4.5 Strategie der Gemeinplätze	59
1.3.4.6 Strategie der Informationsvermittlung	60

1.3.4.7 Strategie der Ursache-Wirkungs-Beziehung	61
1.3.4.8 Strategie der religiösen Sprachverwendung	63
1.4 Zusammenfassung.....	65

2. Mikro- und Makroanalyse der Persuasion in den Pressekommentaren der deutschen Zeitung „Die Welt“	69
2.1 Mikroanalyse ausgewählter sprachlicher Mittel	69
2.1.1 Semantisch-lexikalische Mittel	69
2.1.1.1 Metapher	69
2.1.1.2 Politische Schlagwörter.....	81
2.1.1.3 Gefühlsbetonte phraseologische Einheiten	94
2.1.1.4 Isotopie	97
2.1.2 Strukturelle Mittel	99
2.1.2.1 Anapher	99
2.1.2.2 Antithese	100
2.1.2.3 Die Anredeform „Wir“	101
2.1.2.4 Syntaktischer Parallelismus	102
2.1.2.5 Klimax	103
2.1.2.6 Akkumulation	104
2.1.2.7 Hypotaxe	104
2.1.2.8 Inversion	105
2.1.2.9 Disjunktion	105
2.1.2.10 Konkretisierung durch Exempla (Beispiele)	106
2.1.3 Pragmalinguistische Mittel	107
2.1.3.1 Präsuppositionsanalyse der Kommentarüberschriften ...	107
2.1.3.2 Analyse von indirekten Sprechakten	112
2.2 Makroanalyse der Persuasionsstrategien im deutschen Pressekommentar	120
2.2.1 Strategie der Emotionalisierung	120
2.2.2 Strategie der Wiederholung	127
2.2.3 Strategie der Analogie.....	130
2.2.4 Strategie der rhetorischen Fragen	133
2.2.5 Strategie der Gemeinplätze	134
2.2.6 Strategie der Informationsvermittlung	135
2.2.7 Strategie der Ursache-Wirkungs-Beziehung	138
2.3 Zusammenfassung	140

3. Mikro- und Makroanalyse der Persuasion in den Pressekommentaren der arabisch-ägyptischen Zeitung „al- 'Ahrām“	143
3.1 Mikroanalyse ausgewählter sprachlicher Mittel	143
3.1.1 Semantisch-lexikalische Mittel	143
3.1.1.1 Metapher	143
3.1.1.2 Politische Schlagwörter	151
3.1.1.3 Gefühlsbetonte phraseologische Einheiten	160
3.1.1.4 Isotopie	162
3.1.2 Strukturelle Mittel	164
3.1.2.1 Anapher	164
3.1.2.2 Antithese (at-ṭibāq)	164
3.1.2.3 Die Anredeform „Wir“	165
3.1.2.4 Syntaktischer Parallelismus (al-izdiwāḡ)	167
3.1.2.5 Klimax (al-faṣl wa-l-waṣl)	167
3.1.2.6 Akkumulation	168
3.1.2.7 Reimprosa (as-saḡ‘)	169
3.1.2.8 Inversion (al-taqdīm wa-l-ta’hīr)	170
3.1.2.9 Disjunktion	170
3.1.2.10 Konkretisierung durch Exempla (Beispiele)	171
3.1.3 Pragmalinguistische Mittel	172
3.1.3.1 Präsuppositionsanalyse der Kommentarüberschriften	172
3.1.3.2 Analyse von indirekten Sprechakten	175
3.2 Makroanalyse der Persuasionsstrategien im arabischen Pressekommentar	180
3.2.1 Strategie der Emotionalisierung	180
3.2.2 Strategie der Wiederholung	183
3.2.3 Strategie der Analogie	185
3.2.4 Strategie der rhetorischen Fragen	188
3.2.5 Strategie der Gemeinplätze	190
3.2.6 Strategie der Informationsvermittlung	191
3.2.7 Strategie der Ursache-Wirkungs-Beziehung	193
3.2.8 Strategie der religiösen Sprachverwendung	196
3.3 Zusammenfassung	198

4. Vergleich zwischen Pressekommentaren in der deutschen Zeitung „Die Welt“ und in der arabisch-ägyptischen Zeitung „al-’Ahrām“	200
4.1 Auf situationsanalytischer und formaler Ebene	200
4.2 Auf mikro- und makroanalytischer Ebene	204
5. Ergebnisse	218
6. Literaturverzeichnis	223
7. Anhang	

0. Einleitung

0.1 Ziel der Arbeit

Die Studie setzt sich zum Ziel, das sprachliche Phänomen „Persuasion“ anhand der Textsorte „Kommentar“ zu untersuchen sowie einen Vergleich zwischen Pressekommentaren im Deutschen und Arabischen zu ziehen. Die Arbeit zielt darauf ab, die linguistischen Stile festzustellen, die zur Persuasion gebraucht werden. In der vorliegenden Arbeit wird auch versucht, auf folgende Fragen zu antworten:

- Was versteht man unter „Persuasion“ als linguistischem Terminus?
- Wie werden die Kommentare in den beiden Zeitungen „Die Welt“ und „al-’Ahrām“ persuasiv eingesetzt?
- Welche semantischen Mittel werden im Pressekommentar zur Persuasion am häufigsten gebraucht?
- Wodurch kennzeichnet sich die persuasive Struktur des Pressekommentars?
- Wie lassen sich die Metaphern und Schlagwörter zur Persuasion verwenden?
- Wie können die persuasiven Kommentaraussagen aus pragmalinguistischer Sicht analysiert werden?
- Welche Rolle spielen persuasive indirekte Sprechakte in deutschen und arabischen Pressekommentaren?
- Welche Strategien dienen der Persuasion auf makroanalytischer Ebene?
- Welche Funktion haben Argumentation und Manipulation in der Persuasion?

- Welche Formen der Wiederholung gibt es in Pressekommentaren?
- Wie können Analogie, Emotionalisierung und rhetorische Fragen strategisch zur Persuasion eingesetzt werden?
- Wie tragen Gemeinplätze und religiös geprägte Wörter und Ausdrücke zur Persuasion im Pressekommentar bei?
- Gibt es einen Zusammenhang zwischen der Analyse von politischen Pressekommentaren und dem politischen Hintergrund der Gesellschaft?
- Hat die eigene Kultur der Gesellschaft einen Einfluss auf die analysierten Kommentare?
- Können die analysierten Kommentare einen einheitlichen Diskurs bilden?
- Welche linguistischen Charakteristika hat der Pressekommentar im Vergleich zu anderen journalistischen meinungsbetonten Textsorten?
- Was ist der Unterschied zwischen informationsbetonten und meinungsäußernden Textsorten im Journalismus?
- Wie können die Überschriften der Kommentare einen Beitrag zur Persuasion leisten?

0.2 Forschungsgegenstand

Die Verwendung der Sprache in den journalistischen Medien trägt zur Entstehung persuasiver Prozesse im öffentlichen Raum. Man nimmt täglich in den Zeitungen Stellung zu Ereignissen in der Politik. Die Arbeit beschäftigt sich mit der Analyse derjenigen politischen Kommentare, die in den letzten Jahren in journalistischen Medien erschienen sind. Nach den arabischen Revolutionen sind viele journalistische Texte entstanden, die die politischen Ereignisse und Krisen in der arabischen Region kommentieren. Die Arbeit konzentriert sich auf solche