

**Západočeská univerzita v Plzni**

**Fakulta filozofická**

**Bakalářská práce**

**Deutsche Zeitungsartikel zum Thema Kultur. Analyse und  
Vergleich ausgewählter Texte aus gedruckten  
und elektronischen Medien.**

**Natálie Odrášková**

Plzeň 2017

**Západočeská univerzita v Plzni**

**Fakulta filozofická**

Katedra germanistiky a slavistiky

**Studijní program Filologie**

Studijní obor Cizí jazyky pro komerční praxi

Kombinace angličtina – němčina

**Bakalářská práce**

**Deutsche Zeitungsartikel zum Thema Kultur. Analyse  
und Vergleich ausgewählter Texte aus den gedruckten  
und elektronischen Medien.**

**Natálie Odrášková**

*Vedoucí práce:*

PhDr. Marie Smolíková

Katedra germanistiky a slavistiky

Fakulta filozofická Západočeské univerzity v Plzni

Plzeň 2017

Prohlašuji, že jsem práci zpracoval(a) samostatně a použil(a) jen uvedených pramenů a literatury.

*Plzeň, duben 2017*

.....

Poděkování:

Ráda bych zde poděkovala vedoucí bakalářské práce PhDr. Marii Smolíkové, za její rady a čas, který mi věnovala při řešení dané problematiky.

# Inhalt

1.	EINLEITUNG .....	1
2.	ONLINE UND PRINTMEDIEN .....	3
2.1.	Unterschiede zwischen Online- und Printartikeln.....	3
2.1.1.	Unterschiede zwischen Internet und Printmedien .....	4
2.2.	Online- oder Printmedium? - Ergebnisse einer kleinen Befragung.....	8
2.2.1.	Informationsquelle .....	9
2.2.2.	Zielgruppen und Themenwahl .....	10
3.	GRAPHISCHE GESTALTUNG UND THEMATISCHER AUFBAU DER ARTIKEL .....	13
3.1.	Onlineartikel .....	13
3.1.1.	DIE WELT .....	13
3.1.2.	DER SPIEGEL .....	16
3.2.	Printartikel.....	18
3.2.1.	DIE WELT .....	18
3.2.2.	DER SPIEGEL .....	19
3.3.	Unterschiede zwischen Online- und Printartikel aus graphischer Sicht.....	19
4.	ANALYSE DER ARTIKEL AUS DER LEXIKALISCHEN, GRAMMATISCHEN UND STILISTISCHEN SICHT .....	21
4.1.	Analyse der Artikel aus lexikalischen Sicht.....	21
4.1.1.	Wortbildungstypen .....	21
4.1.2.	Fremdwörter und Lehnwörter .....	26
4.1.3.	Einfluss der englischen Sprache .....	30
4.1.4.	Neologismen und Modewörter.....	32
4.2.	Analyse der Artikel aus grammatischer Sicht.....	34
4.2.1.	Parataxe.....	34
4.2.2.	Hypotaxe .....	36
4.3.	Analyse der Artikel aus stilistischer Sicht .....	38
5.	ZUSAMMENFASSUNG .....	39
6.	LITERATURVERZEICHNIS.....	41
7.	RESÜMEE .....	46
8.	RESUMÉ.....	46

## 1. EINLEITUNG

In der heutigen Zeit ist es nicht so ungewöhnlich die Artikeln auf dem Internet online zu lesen, wie es früher war. Jetzt lesen auch ältere Leute die Zeitungen online, weil es kein unbekannter Begriff mehr ist. Die Onlinemedien ermöglichen uns die Bilder, Videos und die Graphen über konkretes Thema einzuholen. Aber dagegen haben wir auch natürlich die Presse, d.h. die gedruckte Zeitungen und Zeitschriften zur Verfügung.

Die Bachelorarbeit beschäftigt sich mit der Analyse ausgewählter deutscher Artikel zum Thema „Kultur“ in der Presse und im Internet. Die Analyse untersucht von allem die stilistischen und lexikalischen Mittel aber auch die grammatischen Mittel und die graphische Gestaltung. Die Absicht dieser Arbeit ist, sprachliche, inhaltliche und grammatische Elemente aus den ausgewählten Texten zu analysieren, um die Unterschiede zwischen Presse und Internet zu finden. Zu dieser Arbeit werden z.B. DIE WELT und DER SPIEGEL benutzt.

Die vorliegende Arbeit wird als Einführung in die Problematik Online- und Printartikel unter Berücksichtigung des Artikels-Aufbau aus der stilistischen, lexikalischen und grammatischen Sicht sowie der graphischen Gestaltung verstanden.

Um die Unterschiede zwischen Online- und Printartikel zu erkennen werden die Zeitungen DIE WELT und DER SPIEGEL benutzt.

Die Arbeit ist folgend gegliedert:

In dem ersten Kapitel dieser Arbeit werden die Hauptunterschiede zwischen Online- und Printmedien geschrieben. Die Autorin hat sich entschieden, einen kurzen Fragebogen zu auszuarbeiten, um die Information, welche Rubriken oder Themen bei den Leser beliebt sind, zu ergänzen. Der Fragebogen soll feststellen, ob die Leser eher Internet- oder Printmedien nutzen, um neue Informationen zu gewinnen und welche Rubriken lesen die Leute am meisten. Die Autorin hat auch in dem Fragebogen die Zielgruppen unterschieden, um zu ermitteln, welche

Zielgruppe welche Rubrik mag, weil die Themenauswahl sich auch aufgrund des Alters des Lesers unterscheidet.

Im nächsten Kapitel wird die graphische Gestaltung der Online- und Printartikeln erklärt. In diesem Kapitel werden die Online- und Printartikeln analysiert aus der graphischen Sicht und dann werden sie verglichen.

Letztens wird die Analyse des Artikels von lexikalischen, grammatischen und stilistischen Sicht beschrieben.

Als Quellen wurden Artikels aus der deutschen Zeitungen DIE WELT und DER SPIEGEL und denen Onlineversion [welt.de](http://welt.de) und [spiegel.de](http://spiegel.de) angewendet.

Konkreten Artikeln sind aus DIE WELT und DER SPIEGEL:

- Der Spiegel Nr. 47 vom 19. November 2016
- Die Welt Nr. 271 vom 18. November 2016

Die Artikel sind aus der Rubrik Kultur.

## **2. ONLINE UND PRINTMEDIEN**

Dieses Kapitel hat zur Aufgabe die Unterschiede zwischen Online- und Printmedien zu erkennen. In dem Kapitel 2.1 wird sich die Autorin mit den Hauptunterschieden befassen und dann diese Unterschiede beschreiben, im nächsten Kapitel 2.2, das aus einem von Autorin erarbeiteten Fragebogen ausgeht, wird ermittelt, welche Informationsquelle (Online oder Print) und welche Themen die Leute am meisten wählen.

### **2.1. Unterschiede zwischen Online- und Printartikeln**

Zwischen Online- und Printartikeln gibt es viele erkennbare Unterschiede. In Bezug auf die Einfachheit des Lesens, können wir sagen, dass Printartikel besser lesbar sind. Für den Leser ist es bequemer und leichter als bei Onlineartikeln, die man auf dem Bildschirm lesen muss, weil es sehr mühsam für Augen ist. Lange Texte werden einfacher gelesen, wenn man eine Zeitung beziehungsweise Zeitschrift in den Händen hält. Aber auf der anderen Seite die Entwicklung des Onlinemediums verbessert und erneuert sich immer und jetzt ist es kein unbekannter Begriff. In dieser Zeit der Modernisierung ist man auf seinem Computer oder Laptop angewiesen, um sich auch außer Haus auf den neuesten Stand bringen zu können und es ist nicht schwierig mit sogenannten öffentlichen WLAN-Verbindungen irgendwo sich online anzuschließen. Außerdem hat man im Internet die Möglichkeit Videos zu sehen und auch einige Kommentare zu schreiben oder sofort auf den Artikel zu reagieren – seine eigene Ansicht auszudrücken .



### 2.1.1. Unterschiede zwischen Internet und Printmedien

In folgender Tabelle finden wir 11 Punkte, wo sich die Printmedien vom Internet unterscheiden können. Nachfolgend wird die Autorin konkrete Punkte beschreiben<sup>1</sup> und die Unterschiede erkennen und beschreiben.

	<b>Internet</b>	<b>Printmedien</b>
Einfachheit des Lesens	schwierigeres Lesen aus dem Bildschirm	leichteres und bequemerer Lesen
Leserorientierung	viele Hyperlinken, man muss rollen um längere Texte zu lesen	einfaches Durchblättern des Inhalts
Inhaltsform und Interaktivität	interaktiv, sofortige Rückverbindung	nicht interaktiv
Informationsmenge	riesige Informationsmenge und zusammenhängende Daten	begrenzte Informationsmenge
Informationsverbindung	Hypertext <sup>2</sup>	keine Möglichkeit direkt hinzuweisen
Wettbewerb	größere Konkurrenz – einfach nur klicken	die Konkurrenz ist von dem Abdruck der Zeitungen beschränkt
Neuigkeit der Informationen	aktuelle Informationen sofort online	die Neuigkeit der Informationen ist von dem Redaktionsschluss beschränkt
Suchen	SEO <sup>3</sup> – man kann in dem Text suchen	von SEO befreit, man kann aber nicht in dem Text etwas

<sup>1</sup> Alle diese Punkte wurden von einer tschechischen Webseite übernommen  
Quelle: „O psaní“ online unter: <http://www.o-psani.cz/11-rozdilu-mezi-webem-a-tistenym-mediem-pomoci-1111-slov> [Stand 15. Januar 2017]; übersetzt von N. Odrášková

<sup>2</sup> Hypertext – „über Links verbundenes Netz aus Text-, Bild- und Dateneinheiten, in dem sich die Nutzer je nach Interesse bewegen können“  
Duden online, online unter: <http://www.duden.de/rechtschreibung/Hypertext> [Stand: 18. Januar 2017]

<sup>3</sup> SEO – Suchmaschinenoptimierung ( auf englisch *Search Engine Optimization*)

		finden
Vertrauenswürdigkeit	größere Anonymität erfordert eine größere Bemühung, um Vertrauen neuer Kunden zu gewinnen	kleineres Problem mit dem Kundenvertrauen
.Messungsergebnisse	einfache Messung der Ergebnisse	begrenzte Möglichkeit die Ergebnisse zu messen
.Die Aufmerksamkeit und das Interesse des Lesers	weniger Zeit die Aufmerksamkeit aufzuwecken	Zeit die Aufmerksamkeit aufzuwecken

Quelle: „O psaní“ online unter: <http://www.o-psani.cz/11-rozdilu-mezi-webem-a-tistenym-mediem-pomoci-1111-slov> [Stand 15. Januar 2017]

### **Einfachheit des Lesens**

Print ist angenehm zu lesen, aber der Bildschirm strengt mehr die Augen an und es zwingt uns zu unnatürlichem Lesen. Dank elektronischen Büchern, Tablets und anderen ähnlichen elektronischen Geräte ist das Lesen ein bisschen leichter. Wenn man aber ein Printartikel liest ist es bequemer, weil die Augen beim Lesen nicht angestrengt werden.

### **Leserorientierung**

Auf der Zeitungsseite und auch auf der Doppelseite kann man alle Artikel zugleich sehen und so eine schnelle Übersicht der Themen, die in den Zeitungen sind, haben. Im Internet beschränkt die Größe des Bildschirms und des Fensters der Suchmaschine den Leser. Wenn man den Inhalt im Internet sehen will, muss man die Seite rollen und dann auf die Internethinweise klicken. Was aber vorteilhaft ist, ist das, dass man im Internet die Rubriken, wie z.B. Sport, Ökonomie, Wirtschaft oder Kultur auswählen kann und dann einfach nur lesen, was der Rezipient will. Bei der Zeitung muss man blättern, um gewollten Artikel zu lesen.

## **Inhaltsform und die Interaktivität**

Der Printartikel gibt dem Leser keine Interaktivität. Er liest einfach nur den Text und sieht die Grafik und die Bilder an. Im Printartikel kann der Rezipient keinen Kommentar schreiben, kein Formular ausfüllen oder keine Forschung machen. Internet kann aber viele Möglichkeiten der Interaktivität anbieten. Onlinemedien bieten ein Feedback dem Leser an und er kann sofort einen Kommentar schreiben. Nicht nur den Text, die Bilder und die Illustrationen sondern auch Videos, Formulare, Diskussionen, Chat und Fragebogen und verschiedene Forschungen kann der Benutzer im Internet finden.

## **Informationsmenge**

In Printmedien haben wir kleinere Menge verschiedener Texte als im Internet. Wenn man weniger Inhalt vor sich hat, liest man weiter, weil kleinere Menge einen nicht abrät. Internet ist mit Informationsmengen nicht beschränkt oder begrenzt. Auf eine Seite können mehrere Texte verschiedenes Inhalts um die Aufmerksamkeit des Lesers kämpfen, weil wir auf eine Internetseite mehr Hinweise auf einen anderen Artikel haben, deshalb muss der Rezipient wählen, welchen Text er liest oder nicht. Im Internet gibt es viele Hinweise für einen anderen Artikel, aber das kann man wie ein störendes Element wahrnehmen.

## **Informationsverbindung**

Beim Printartikel muss man durch die Zeitung blättern, um die Fortsetzung des Artikels zu finden. In einem Printartikel haben wir keine Möglichkeit direkt hinzuweisen. Im Internet klickt man einfach nur auf einen Hyperlink, um den Artikel zu lesen oder zu finden.

## **Wettbewerb**

Im Internet haben wir größeren Wettbewerb als in Printmedien. Viele Hinweise auf anderen Artikel stören die Aufmerksamkeit des Lesers. Nicht alle Leser aber können diese Hinweise als „störend“ wahrnehmen. Auf der Internetseite kämpfen um die Aufmerksamkeit des Lesers nicht nur die Werbungen sondern auch die Blickumfänge. In einem Zeitungstand kämpfen aber um die Aufmerksamkeit des Lesers nur Konkurrenzperiodika und sie

bemühen sich, den Leser zu überzeugen, die Zeitungen zu kaufen. Im Internet ist die Menge des Konkurrenzinhalts vielmals größer.

### **Neuigkeit der Informationen**

Die Neuigkeit der Informationen in der Zeitungen und Zeitschriften ist von dem Redaktionsschluss beschränkt. Im Internet kann die Redaktion sofort einen neuen Artikel herausgeben und dann im Verlauf des Tages den Artikel einfach nur aktualisieren, um die neuen Informationen sofort mit Lesern zu teilen. Manchmal kann die Ausgabe eines neuen Artikels innerhalb eine Stunde dauern aber manchmal nur fünf Minuten, dank einigen Onlineübertragungen und dank Onlineberichterstattung. So in diesem Fall hat das Web keine Konkurrenz.

### **Suchen**

Im Internet ist das Suchen sehr vereinfacht. Es ist leichter und schneller einen Internetsucher zu nutzen und so gewollte Informationen und Artikel zu finden. Im Internet kann der Rezipient auch die konkreten Teile des Textes (konkrete Wörter) mit Hilfe der Suchmaschine finden, dank einer speziellen Funktion, wenn der Leser nur konkretes Wort in Sucher schreibt und dann werden alle diese gewollten Wörter sofort aufgesucht und im Artikel angezeichnet. Wenn der Leser aber einige Informationen in Printmedien finden will, ist es schwieriger oder lästig für ihn, weil er den ganzen Artikel über konkretes Thema lesen muss.

### **Vertrauenswürdigkeit**

Leute gewöhnen sich den Printmedien zu glauben, aber nur wenn es nicht um die Boulevardpresse oder Werbeflugblatt geht. Das Web leidet an Anonymität und es muss sich größere Mühe geben, um das Vertrauen der Leser zu gewinnen. Wenn aber das Web schon das Vertrauen gewonnen hat, die Probleme mit der Anonymität gehen weg. Einige Onlinegeschäfte haben zufriedene und beständige Kunden, nachdem sie das Vertrauen gewonnen haben.

## **Messungsergebnisse**

Die Ergebnisse der Printmedien werden schwieriger gemessen, als im Internet. Die Besucherzahlstatistiken des Webs bringen aber einfach gemessene Ergebnisse und noch an demselben Tag kann man diese Ergebnisse nutzen.

## **Aufmerksamkeit und das Interesse des Lesers**

Im Internet ist es schwieriger die Aufmerksamkeit des Lesers zu fesseln und seine Interessen aufzuwecken, den Artikel zu lesen. Im Internet hat man auch weniger Zeit, manchmal nur einige Sekunden, den Leser zu fesseln. Nur die Schlagzeile soll den Benutzer überzeugen auf einen Hinweis zu klicken und den Artikel zu lesen.

Um alle diese Informationen zusammenzufassen, kann die Autorin sagen, dass es viele Nachteile und auch Vorteile nicht nur für Printmedien, sondern auch für Onlinemedien gibt. Jedes Medium hat seine eigenen Vorteile und Nachteile, und jeder Leser nimmt diese Medien ein bisschen anders wahr und das ist der Grund warum die Autorin einen Fragebogen erarbeitet, damit sie feststellen kann, was die Leser bevorzugen (Print- oder Onlinemedien) als Informationsquelle und welche Rubriken sie am meisten lesen. Alle Informationen oder Statistiken, die die Autorin dank ihrem Fragebogen ermittelt, werden in nachfolgende Kapitele 2.2. präsentiert.

### **2.2. Online- oder Printmedium? - Ergebnisse einer kleinen Befragung**

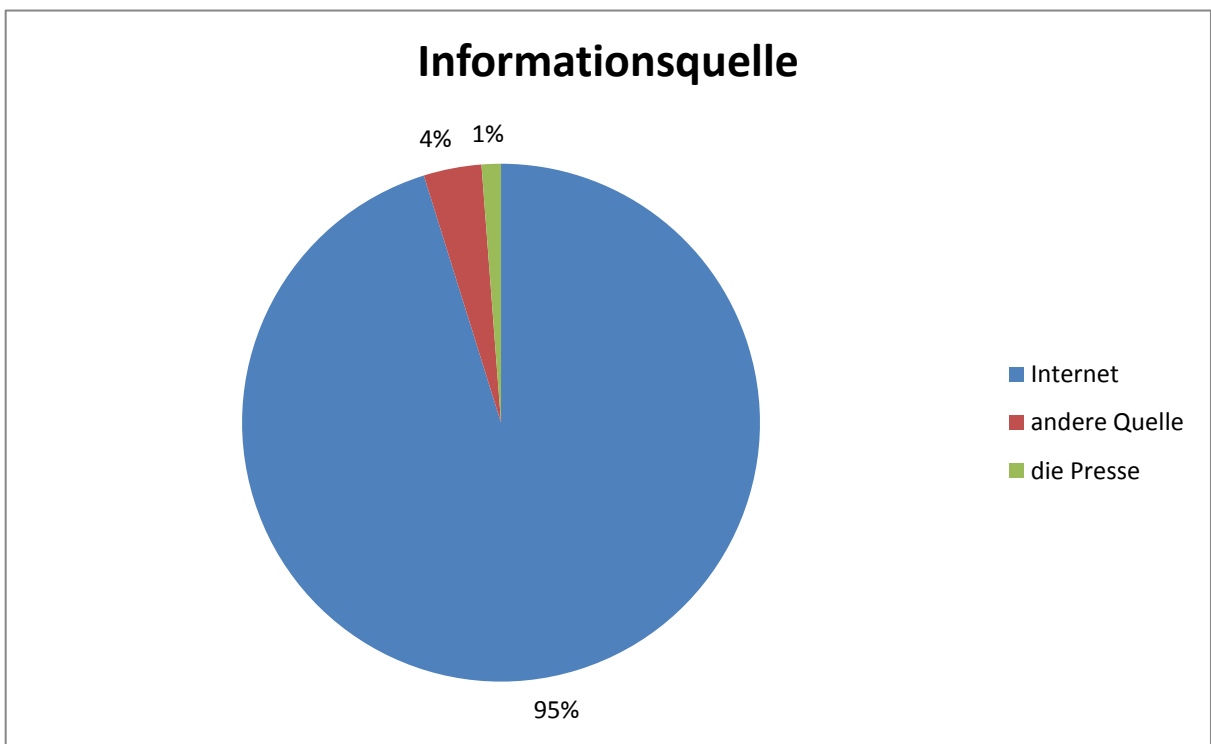
Die Autorin hat im November 2016 einen Fragebogen zusammengestellt zu ermitteln, welche Quelle die Leute am meisten nutzen, um die Informationen zu gewinnen. Im Fragebogen war die Frage, wie alt der Leser ist (um die Zielgruppen zu identifizieren) und welches Medium nutzt er am meisten. Dann soll der Leser auswählen, für welche drei Rubriken er auf Internet oder in Presse sich interessiert. Wenn er als Informationsquelle Internet nutzt, soll er die Rubriken aus Internet auswählen und wenn er die Presse bevorzugt wählt er die Rubriken aus der Presse aus. In diesem Fragebogen hat die Autorin fünf Zielgruppen unterschieden: 10 – 15 Jahre, 16 – 20 Jahre, 21 – 30 Jahre, 31 – 40 Jahre und 41 und mehr Jahre. Die Autorin hat alle diese Zielgruppen angesprochen, zu feststellen, welche

Zielgruppe wählt welches Thema aus. Die Angaben, die die Autorin in diesem Fragebogen festgestellt hat, werden in nächsten Absätzen präsentiert.

### 2.2.1. Informationsquelle

Nach diesem Fragebogen, den die Autorin am 30. November 2016 erarbeitet habe, können wir sagen, dass in dieser Zeit die Leute das Internet als Informationsquelle nutzen. Auf diesen Fragebogen antworteten 83 Personen und nur ein Mann hat die Möglichkeit die Presse als Informationsquelle angekreuzt und ein Mann hat gesagt, dass er sowohl Internet als auch die Presse zum Gewinnen von Informationen nutzt. Das heißt dass, 95% von Befragten das Internet nutzt und nur 4% von Befragten nutzen eine andere Quelle, z.B. die Bücher und Fernsehen, wie sie gesagt haben. Nur 1% von Gefragten nutzt die Presse die Informationen zu gewinnen. Diese Angaben finden wir im Graph 1.

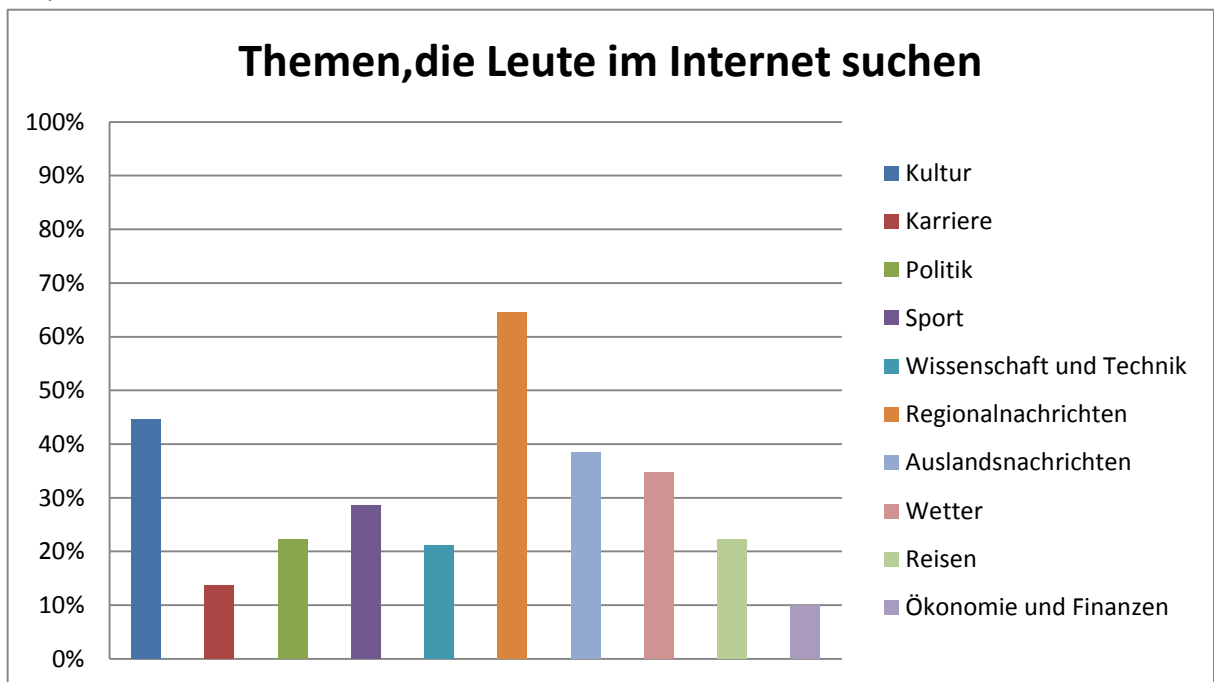
Graph 1: Informationsquelle



Quelle: *survivo.com, eigenes Fragebogen*

Wenn die Leute einige Angaben oder Information im Internet suchen, wählen sie meistens die Themen wie Kultur, Regionalnachrichten und Auslandsnachrichten, diese drei sind am meisten gelesen. Thema Regionalnachrichten ist auf der ersten Position mit 52 Stimmen, was 64% ist. Auf der zweiten Position haben wir Thema Kultur mit 36 Stimmen, was 44% macht und auf der dritten sind Auslandsnachrichten mit 31 Stimmen (38%). Diese Angabe und andere Themen, die Leute ausgewählt haben, finden wir im Graph 2.

Graph 2: Themen auf Internet besucht



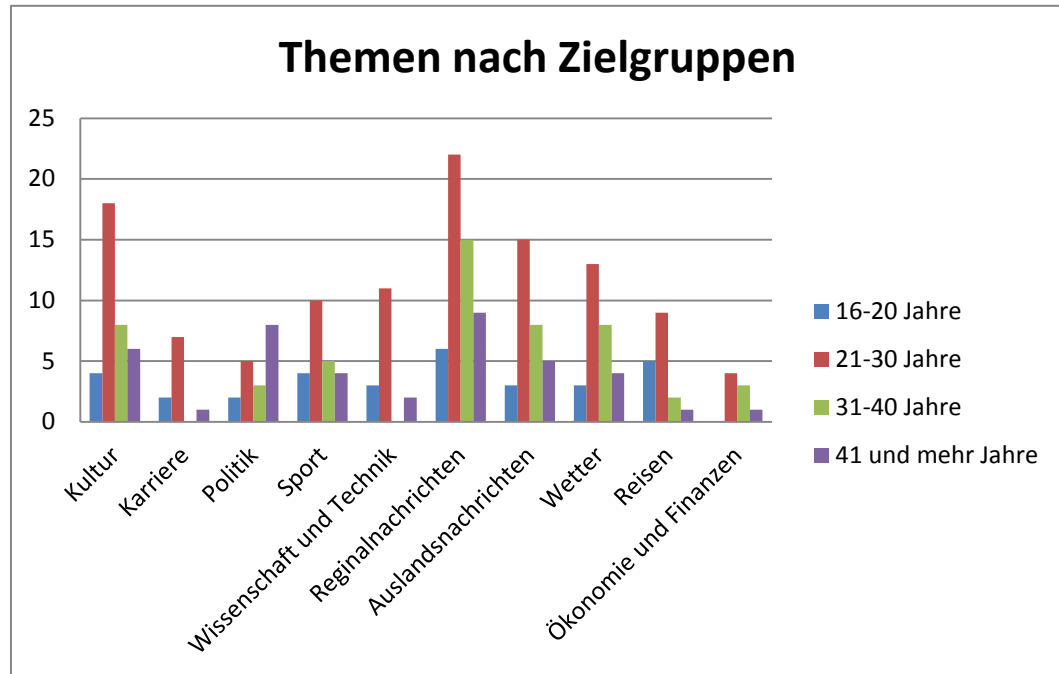
Quelle: *survivo.com, eigenes Fragebogen*

### 2.2.2. Zielgruppen und Themenwahl

Ein weiterer Unterschied zwischen Print und Online ist die Themenauswahl, je nach Zielgruppe fallen Themen unterschiedlich aus. Nach meinem Fragebogen wurde festgestellt, dass die Gruppe, die von 16 bis 20 Jahre alt ist, meistens im Internet das Thema Regionalnachrichten auswählt. Die Gruppe von 21 bis 30 Jahre wählt auch die Regionalnachrichten und auf der zweiten Position haben sie das Thema Kultur und dann wählen sie das Thema Auslandsnachrichten aus. Menschen, die von 31 bis 40 Jahre alt sind, wählen erst auch das Thema Regionalnachrichten, dann aber Kultur, Wetter und Auslandsnachrichten. Menschen, die mehr als 41 Jahre alt sind, wählen

auch auf dem ersten Platz die Regionalnachrichten, auf dem zweiten Platz haben sie aber Politik. Diese alle Angaben finden wir im Graph 3.

Graph 3: Themenwahl nach Zielgruppen im Internet gesucht



Quelle: survivo.com, eigenes Fragebogen

Von allen diesen Informationen können wir sagen, dass alle diese Gruppen wählen am meistens im Internet das Thema Regionalnachrichten. Das Thema Politik ist sehr beliebt bei der Gruppe 41 und mehr Jahre alt. Die Leute die 31-40 Jahre alt sind haben kein Interesse für das Thema Karriere, aber auf der anderen Seite dieses Thema suchen am meisten jüngere Leute (21—30). Was wir noch unterscheiden können ist, dass um das Thema Ökonomie und Finanzen die jüngsten Leute (16-20 Jahre) kein Interesse haben. Das Thema Kultur liest am meisten nur die Gruppe von 21 bis 30 Jahre.

Um diese alle Angaben zusammenzufassen, alle vier Zielgruppen (die sind nach dem Alter geteilt) suchen im Internet Regionalnachrichten. Die niedrigste Stimmenanzahl hat das Thema Ökonomie und Finanzen und dann das Thema Karriere. Was alle Gruppen, die ich genannt habe, gemeinsam haben ist, dass sie im Internet zuerst das Thema Regionalnachrichten suchen.



Das Thema oder die Rubrik Kultur ist im Allgemein auf zweitem Platz mit 36 Stimmen, was 44% macht. Diese Rubrik ist sehr beliebt bei Zielgruppe, die 21-30 Jahre alt ist. Andere Zielgruppe, die auch ein Interesse für das Thema Kultur hat, ist die Gruppe im Alter 31 bis 40 Jahre. Ergebnisse der Befragung haben gezeigt, dass sich Leute im Alter 16-20 für dieses Thema am wenigste interessieren. Alle Zielgruppen, die die Autorin im Fragebogen unterschieden hat, lesen diese Rubrik, das heißt keine Altersgruppe vermeidet sie.

### **3. GRAPHISCHE GESTALTUNG UND THEMATISCHER AUFBAU DER ARTIKEL**

Diese Kapitel hat zur Aufgabe die graphische Gestaltung der Artikel charakterisieren, d.h. große/kleine Buchstaben, die Kursivschrift, die Abteilung von Absätzen, der Fettdruck und die Überschriften. In diese Kapitel wird die Autorin ermitteln, ob in Onlineartikel einige Störelemente sind, wie z.B. der Hyperlink, oder Werbungen und die Autorin wird auch ermitteln ob sich die Online- und Printartikeln aus der graphischen Sicht unterschieden.

#### **3.1. Onlineartikel**

##### **3.1.1. DIE WELT**

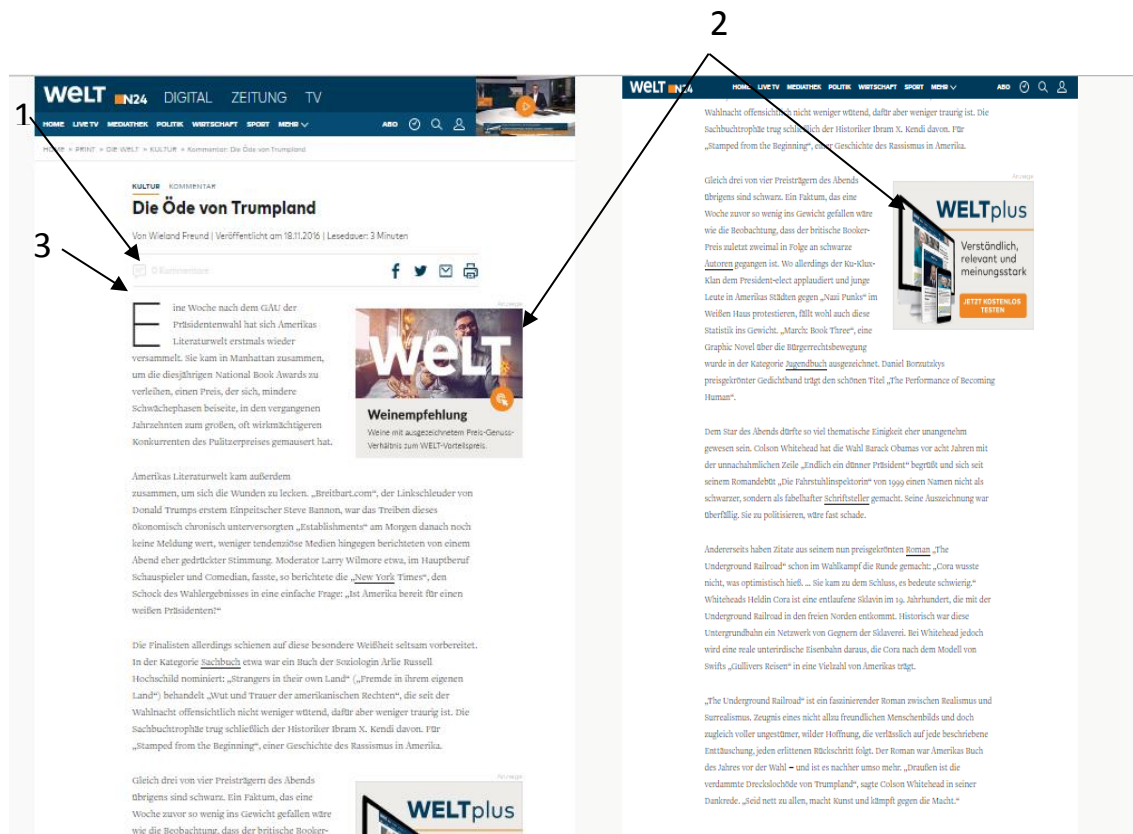
Auf dem ersten Blick können wir sehen, dass es viele Störelemente auf eine Onlineseite gibt. Gerade unter der Überschrift können wir sehen eine Linie (1), wo die Menge von Kommentare ist und wir haben hier auch vier Ikonen (auf denen soll/kann der Leser klicken) – dank dieser ersten Ikone mit Logo des Facebook kann der Leser der Artikel auf das Facebook online teilen. Zweite Ikone ist mit Twitter-Logo, so der Rezipient hat die Möglichkeit den Artikel auf Twitter publizieren. Ein kleiner Umschlag ist das dritte Bildchen, dank dessen kann der Leser den Text per E-Mail senden. Dritte Bildchen gibt den Lesern die Möglichkeit den Artikel auszudrucken. Neben dem Artikel finden wir auch einige Werbungen (2).

Der Überschrift ist fett gedruckt, unter denen finden wir die Informationen über Autor, Zeit der Artikelveröffentlichung und Lesedauer. Der Artikel beginnt immer mit einem sehr großen Buchstabe (3). Die Randeinstellung des Artikels bei Welt ist linksbündig. Die Absätze sind durch eine leere Zeile getrennt. Am Ende des Artikels finden wir die Linie (4), die am Anfang des Artikels schon war. Ganz unten findet man die Hinweise auf anderen Artikeln, die aus anderen Rubriken kommen, nicht nur Rubrik Kultur, sondern auch z.B. Politik, Sport oder Regionalnachrichten. Diesen Hinweisen sind als „*Neues aus der Redaktion*“ übergeschrieben (5).

Ganz unten auf der Seite hat der Leser die Möglichkeit auf „nach oben“ und „zur Startseite“ klicken. (6) Dann finden wir da die Hinweise auf „Kontakt“, „Impressum“, „Datenschutz“, „AGB“, „Jugendschutz“ und „Feedback“. Unter Impressum sind die Kontakten und einige Personen wie z.B. Vertreter durch die Geschäftsführer, Jugendschutzbeauftragter und die

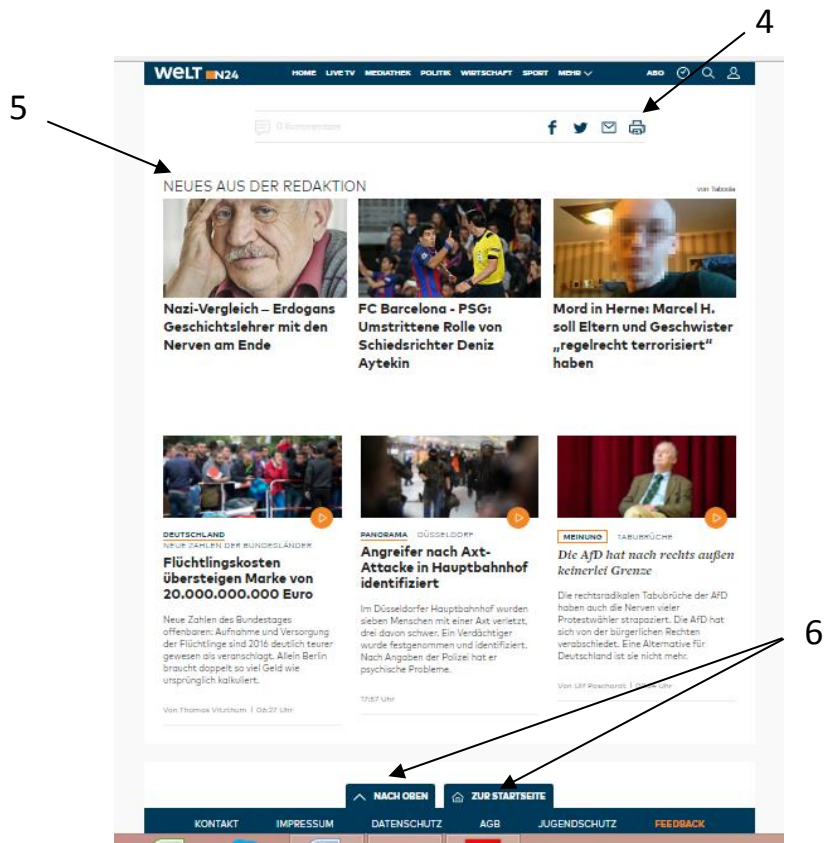
Namen von Leuten, die in der Redaktion arbeiten. Unter Datenschutz wird erklärt der Datenschutz Welt digital. „WELT nimmt Datenschutz ernst und ist stets bemüht, alle personenbezogenen Daten in Übereinstimmung mit dem jeweils geltenden Datenschutzrecht zu erheben und zu nutzen.“<sup>4</sup> Unter AGB finden wir Nutzungsbedingungen Die Welt Digital. Unter „Jugendschutz“ findet man die Erklärung, was dieser Termin heißt und wie der Jugendschutz funktioniert. Wenn man auf „Feedback“ klickt, öffnet sich eine neue Seite, wo der Leser ihre Zufriedenheit ausdrücken kann, mit Hilfe irgendeinen Fragen, auf denen der Rezipient antwortet und mit Hilfe der Sternchen hat man die Option seines Zufriedenheit oder Unzufriedenheit auszudrücken.

Bilder: Beispiel von Omlineartikel aus DIE WELT (in drei Bilder gegliedert)<sup>5</sup>



<sup>4</sup> WELT, online unter: <https://www.welt.de/services/article157550705/Datenschutzerklaerung-WELT-DIGITAL.html> [Stand 10. März 2017]

<sup>5</sup> WELT, online unter: [https://www.welt.de/print/die\\_welt/kultur/article159577659/Die-Oede-von-Trumpland.html](https://www.welt.de/print/die_welt/kultur/article159577659/Die-Oede-von-Trumpland.html), [Stand 9. März 2017]



### **3.1.2. DER SPIEGEL**

Auf dem ersten Blick können wir sehen, dass die Internetseite ein bisschen ähnlich ist, wie bei Welt, nur die Ausbreitung der Seite ist ein bisschen anders. Unter der Überschrift (1) gibt es eine Unter-überschrift (2), unter denen ein Bild (3) ist.

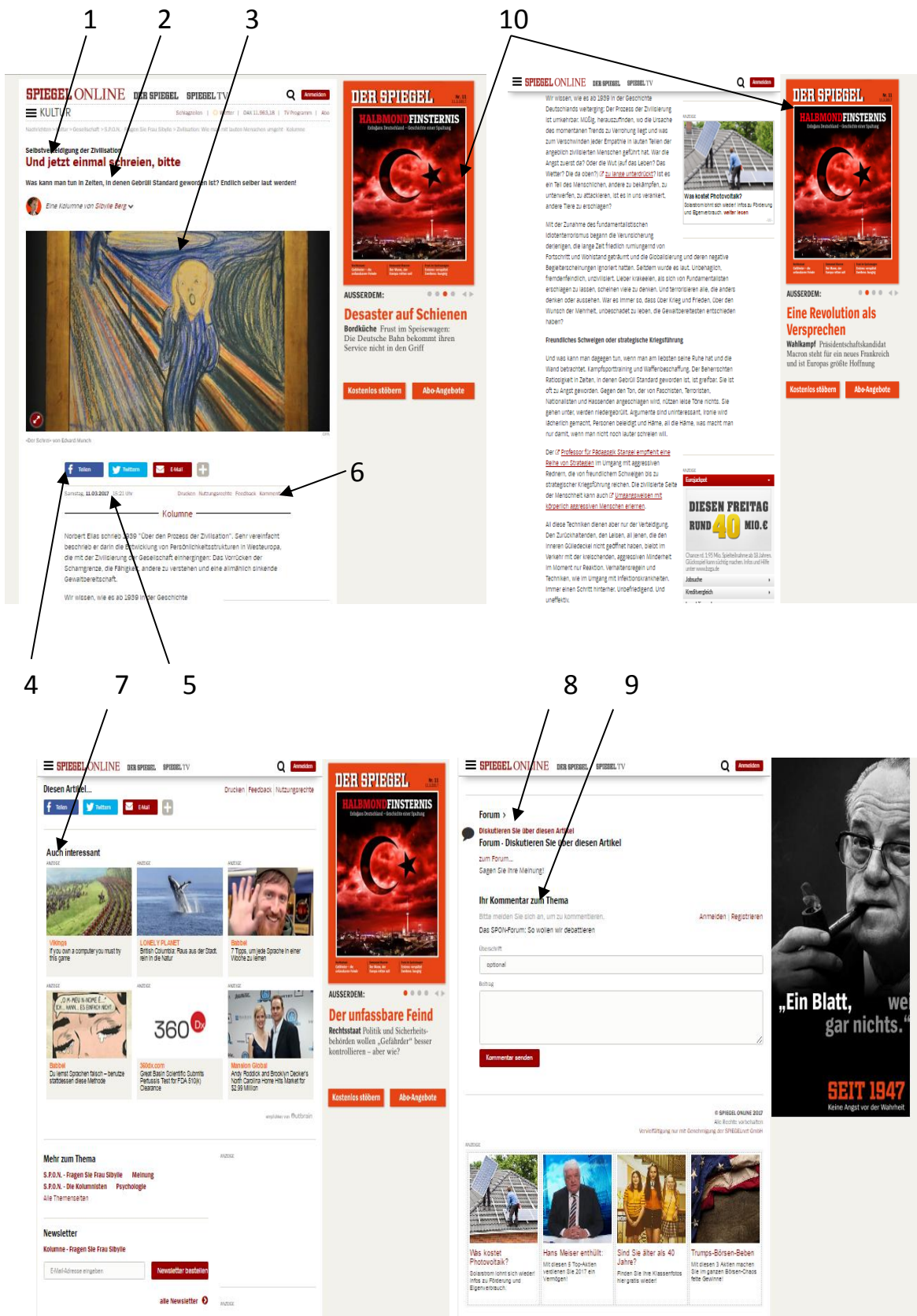
Ganz unter dem Bild finden wir auch die Linie mit Ikonen (4). Ikone mit Facebook, so das Lehrer hat die Möglichkeit den Artikel auf Facebook zu teilen, dann ein Bildchen mit Twitter so der Rezipient kann den Artikel „twittern“, und ein kleines Bildchen mit dem Umschlag, dank dessen kann er den Text per E-Mail senden. Unter diesen Ikonen ist geschrieben, wann der Artikel veröffentlicht war (5). Neben diese Information sind die Möglichkeiten den Artikel zu drücken oder kommentieren, einen Feedback zu schreiben und hier erscheint auch ein Hinweis auf Nutzungsrechte (6).

Unter dem Bild haben wir den ganzen Artikel, deren RandEinstellung ist auch linksbündig. Im Laufe des Textes finden wir mehrere Überschriften, so der Text mehr übersichtlich ist.

Am Ende des Artikels steht die Linie, die schon am Anfang des Textes war. Unter diese Linie erscheinen sich die Hinweise auf anderen Artikeln, diese sind als „Auch interessant“ (7) genannt. Unter diesen Hinweisen hat der Leser die Option einen Newsletter zu bestellen. Am Ende der Seite kann der Rezipient Forum (8) lesen und unter alle diese Beiträge kann der Leser ein Kommentar schreiben (9).

Alle diese Angaben nennen wir Störfaktoren. Diese Ikonen und auch die Werbungen, die man neben dem Artikel finden kann, stören die Aufmerksamkeit des Lesers. Diese Werbungen (10) in DER SPIEGEL sind meistens die Hinweise auf diese Zeitungen zu abonnieren, aber man kann da auch andere Werbungen finden, die mit dem Abonnement nichts zu tun haben.

Bilder: Beispiel von Omlineartikel aus DER SPIEGEL (in vier Bilder gegliedert)<sup>6</sup>



<sup>6</sup> Der Spiegel, online unter: <http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/zivilisation-wie-man-mit-lauten-menschen-umgeht-kolumne-a-1137808.html>, [Stand 11. März 2017]

### **3.1.3. Vergleich von SPIEGEL und WELT**

Die Werbungen die auf welt.de waren, waren auch die Hinweise die Welt zu abonnieren, wie es bei DER SPIEGEL war, oder eine Applikation auf das Handy oder auf iPad zu bestellen. Bei Artikeln in Welt erscheinen sich keine Bilder, aber in DER SPIEGEL, da kann der Leser einige thematische Bilder sehen. Bei beiden Onlineseiten werden die Überschriften fett gedruckt und unter diesen Überschriften erscheint kurze Einleitung. Beide nutzen die Ikonen, die schön die Autorin erwähnt in vorherigen Absätzen.

Im Text erscheinen auch die Wörter (bei DIE WELT) oder ganze Sätze (bei DER SPIEGEL), die unterstrichen waren. Diese waren Hinweise auf eine andere Seite: bei DIE WELT öffnet sich eine Seite mit Artikeln, die die Thematik des unterstrichenes Wortes haben, bei Spiegel öffnet sich auch eine andere Webseite, die auf einen anderen Artikel hinweist. Z.B wenn die Autorin auf einen unterstrichenen Satz bei DER SPIEGEL klickt, öffnet sich die Webseite mit einem Artikel, der auf welt.de geschrieben wurde. Am Ende des Artikels auftreten Hinweisen auf anderen Artikeln.

Dank aller diesen Angaben, kann die Autorin bestimmen dass, der Unterschied zwischen DIE WELT und DER SPIEGEL in Onlineform nicht so groß ist, weil sie fast gleich aussieht und fast gleiche Werbungen, Hinweisen und anderen Störelementen haben.

## **3.2. Printartikel**

### **3.2.1. DIE WELT**

Auf einer Seite vorkommen mehrere Artikel, die in den Spalten/Säulen geschrieben sind. Die einzelnen Hauptartikel sind von Nebenartikel durch eine senkrechte Linie getrennt und die Hauptartikel durch eine Punktlinie. Die Überschriften sind fett gedruckt, und die „Hauptartikel“ beginnen mit sehr großen Buchstaben. Bei einigen Artikeln finden wir auch die Bilder. Bei den Hauptartikeln gibt es immer eine kurze Einführung, unter dieser Einführung ist der Name des Autor(-in) geschrieben. Die Absätze sind durch eine Einrückung des Textes getrennt.

Ganz unten auf der Seite unter einem senkrechten Strich findet der Rezipient Kontakt auf die Redaktion - ein Telefonnummer, Fax, E-Mail und ein Name der Internetseite.

### **3.2.2. DER SPIEGEL**

Was Merklar für den Leser ist, ist das, dass auf nur eine Seite können mehrere Artikeln erscheinen. Wenn man die Rubrik Kultur öffnet, kann man sehen, dass auf erste Doppelseite mehrere kürzere Artikel sind. Dann wenn der Leser weiter blättert, sieht er längere Artikel - ein Artikel auf mehreren Seiten.

Wie beim Onlineartikel (vgl. Kap. 3.1.2.) erscheinen auch beim Printartikel die Bilder. Die Überschriften sind fett gedruckt. Neben einigen Artikeln erscheinen auch die Werbungen, die aber nicht aktiv, also nicht so störend für den Leser, wie beim Onlineartikel sind.

Alle Artikel fangen mit einem sehr großen Buchstabe an, der fett gedruckt ist. Der Text ist den Spalten/Säulen geschrieben und die Absätze sind durch eine Einrückung des Textes getrennt.

### **3.3. Unterschiede zwischen Online- und Printartikel aus graphischer Sicht**

Der Inhalt des Textes war gleich geschrieben sowohl in Printartikeln als auch in Onlineartikeln. Mit gleichem Inhalt ist gemeint, dass der Artikel in der Printversion die gleiche Information brachte, wie in der elektronischen Version, nur die graphische Gestaltung war unterschiedlich.

Was aber unterschiedlich war, war die graphische Gestaltung des Textes. Im Printform waren die Texte in Säulen/Spalten geschrieben. Was bezieht sich auf die Störelemente bei Printform sind diese Werbungen, nicht aktiv wie es bei Onlineform ist. Einige Werbungen sind auf Internet beweglich, so es stört die Aufmerksamkeit des Lesers mehr, im einen Printartikel können die Werbungen nicht beweglich sein, so es stört den Leser nicht so viel. Auf eine Internetseite kann der Rezipient einfach nur auf die Werbung klicken, bei Printartikel geht es nicht, da hat der Leser nur einige Informationen, z.B. eine Webadresse, wo er mehr feststellen kann.



Was ein bisschen unterschiedlich oder erkennbar ist, ist das, dass in der Welt in Printform die Rubrik *Kultur* „Feuilleton“ genannt ist, aber in Onlineform ist diese Rubrik wie „Kultur“ gekennzeichnet. Ein kleiner Unterschied betrifft die Absätze – die Absätze bei einem Onlineartikel durch eine leere Zeile getrennt sind, aber bei einem Printartikel sind sie durch eine Einrückung abgeteilt.

In der Welt hat die Autorin den Artikel gefunden, der in der Form des Interviews geschrieben war. In diesem Artikel hat die Autorin viele Unterschiede gefunden. Einige Fragen und Antworten waren in Print nicht geschrieben, aber im Internet kann der Leser den ganzen Artikel zu finden. Was betrifft sich um graphische Gestaltung des Textes, dieses war einziger merkbarer Unterschied zwischen Online- und Printartikel.

## **4. ANALYSE DER ARTIKEL AUS DER LEXIKALISCHEN, GRAMMATISCHEN UND STILISTISCHEN SICHT**

In diesem Kapitel verlegt sich die Autorin der Analyse der Artikel aus der lexikalischen, grammatischen und stilistischen Sicht. Um die Unterschiede zwischen Online- und Printartikel zu erkennen, hat die Autorin mit DIE WELT und DER SPIEGEL (Online und Print) gearbeitet.

Mit dieser Analyse sollen die Artikel aus lexikalischen, grammatischen und stilistischen Sicht untersucht werden, um festgestellt zu werden, ob es zwischen beiden Versionen (Online- und Printartikel) Voll- oder teilweise Unterschiede sind.

Dieses Kapitel wird in drei Teile eingeteilt:

In dem ersten Teil finden wir lexikalische Textanalyse. Zum Beispiel welche Wortbildungstypen erscheinen sich in den untersuchten Artikeln am meisten und es gibt dort eine Analyse von diesen Wörtern. Die Autorin wird der Gebrauch von Modewörtern und Neologismen und Fremdwörter und Lehnwörtern untersucht.

Der zweite Teil befasst sich mit der grammatischen Analyse. Es wurden diese grammatischen Erscheinungen analysiert: die Satzarten, das Satzgefüge (Hypotaxe) und die Satzverbindung (Parataxe) und Typen von Nebensätzen.

Der dritte Teil hat zur Aufgabe die Artikel aus der stilistischen Sicht zu analysieren.

### **4.1. Analyse der Artikel aus lexikalischen Sicht**

#### **4.1.1. Wortbildungstypen**

In diesem Teil des Textes wird sich die Autorin mit den Wortbildungstypen befassen, das bedeutet, welche Typen in den Beispielartikeln am meisten benutzt wurden. In diesem Teil finden wir die Definitionen der Wortbildungstypen, die in den Artikeln erscheinen und einige konkrete Beispiele, in denen die Autorin die Entstehung des Wortes konkret beschreibt.

Der Wortbildungstyp, der in den untersuchten Artikeln am meisten vorkommt, ist die Komposition.

## Komposition

Die Komposition, auch Zusammensetzung genannt, ist die Bildung eines neuen Wortes durch die Verbindung mindestens zweier bereits vorhandener Wörter. Die Wörter, die durch Komposition entstanden sind, nennen wir Komposita. Bernhard Sowinski beschreibt die Komposition wie Zusammensetzungen, d.h. feste Verbindungen zweier oder noch mehr selbständiger Wörter.<sup>7</sup> Die Komposita sind die Wörter, die ohne Ableitungsmittel aus zwei oder mehreren selbstständig vorkommenden Wörtern gebildet sind. Die Komposition als Wortbildungsart tritt vor allem bei den Wortarten: Substantiv, Adjektiv, teilweise auch beim Adverb auf.

Was sind die Fugenelemente erklärt Kessel und Reiman: „Die Stelle, an der die beiden Konstituenten zusammentreffen, nennt man Fuge. Die Gestaltung der Fuge wird vom Erstglied gesteuert, die in der Fuge auftretenden sprachlichen Mittel heißen Fugenelemente.“<sup>8</sup> Wir unterscheiden die Komposition ohne oder mit Fugenelement. z.B. *Koalitionspartner*<sup>9</sup> und *Präsidentenwahl*<sup>10</sup> ist die Komposition mit Fugenelement (d.h. zwischen den Wörtern sind die Buchstaben „s, e, es, er, en, ens“ – Koalition + s + Partner, Präsident + en + Wahl) und *Sachbuch*<sup>11</sup> ist die Komposition ohne Fugenelement (Sache + Buch).

Die zwei Typen von Fugenelementen unterschied Kessel und Reimann: „Es gibt zwei Typen von Fugenelementen:

- 1) Fugenelemente, die auch heute noch als Flexionsform zu erkennen sind. Sie werden deshalb von einigen Sprachwissenschaftlern auch Fugemorpheme genannt, z.B. Herzenswärme, Länderspiel. Die Paraphrasen lauten: Wärme des Herzens, Spiel der Länder.
- 2) Fugenelemente, denen durch die Paraphrase keine Bedeutung zugewiesen werden kann, die also semantisch leer (bedeutungslos) und damit keine Morpheme sind, z.B. Sicherheitsschloss. In diesem

---

<sup>7</sup> Sowinski, Bernhard: *Stilistik. Stiltheorien und Stilanalysen. Zweite, überarbeitete und aktualisierte Auflage*, Stuttgart: Metzler, 1999. Bd. 263, S. 107.

<sup>8</sup> Kessel, Katja/Reimann, Sandra: *Basiswissen deutsche Gegenwartssprache. Vierte, durchgesehene Auflage*, A. Francke Verlag Tübingen und Basel, UTB, Tübingen, 2012. Bd. 2704, S.102.

<sup>9</sup> Beispiel aus dem Artikel „Ein weites Feld“, Welt

<sup>10</sup> Beispiel aus dem Artikel „Die Öde von Trumpland“, Welt

<sup>11</sup> Beispiel aus dem Artikel „Die Öde von Trumpland“, Welt

Fall handelt es sich nicht um eine Flexionsmorphem: Weder Genitiv Singular noch eine Pluralform von *Sicherheit* heißen *Sicherheits*.<sup>12</sup>

### Beispiele aus den Artikeln:<sup>13</sup>

- *Präsidentenwahl*  
Präsident + en + Wahl  
Nomen + Nomen  
Fugenelement: -en-
- *Schwächephase*  
Dieses Beispiel können wir in zwei Wege analysieren:  
1) schwächen + e + Phase  
Verb + Nomen, Fugenelement: -e-  
3) Schwäche + Phase  
Nomen + Nomen, ohne Fugenelement
- *wirkmächtig*  
Wirken + mächtig  
Verb + Adjektiv, ohne Fugenelement
- *Kulturstaatssekretar*  
Kultur + Staat + s + Sekretär  
Nomen + Nomen + Nomen, Fugenelement -s-
- *meistgefragt*  
viel + gefragt (Partizip II von *fragen*)  
Adjektiv + Adjektiv, ohne Fugenelement
- *offensichtlich*  
offen + sichtlich  
Adjektiv + Adjektiv, ohne Fugenelement
- *Kultursenator*  
Kultur + Senator  
Nomen + Nomen, ohne Fugenelement

---

<sup>12</sup> Kessel, Katja/Reimann, Sandra: *Basiswissen deutsche Gegenwartssprache. Vierte, durchgesehene Auflage*, A. Francke Verlag Tübingen und Basel, UTB, Tübingen, 2012. Bd. 2704,, S. 102

<sup>13</sup> Alle Beispiele sind aus den Zeitungen DIE WELT (Nr.271) und DER SPIEGEL (Nr. 47)

- *Klavierbegleitung*  
Klavier + Begleitung  
Nomen + Nomen, ohne Fugenelement

### **Derivation**

Die Derivation ist die Ableitung, d.h. Abwandlungen bereits vorhandener Lexeme, vor allem mit Hilfe von Präfixen (Vorsilben) und Suffixen (Nachsilben).<sup>14</sup> Wir unterscheiden explizite Derivation und implizite Derivation. Die Derivation mit Affixen nennen wir die explizite Derivation und Ableitung ohne Affixe, sog. Nullableitungen (Nullsuffix), nennen wir die implizite Derivation.

„Bei der Expliziten Ableitung wird durch Anfügen von Wortbildungsmorphemen an eine Basis ein neues Wort gebildet. Der Teil, an den das Wortbildungsmorphem angehängt wird, heißt Basis, Basis für Ableitungen können fast alle Wortarten sein: Substantive (Un-sinn, Bäch-lein, herbst-lich), Verben (Lehr-er, ab-räumen, find-ig) und Adjektive (Frech-heit, Schwanger-schaft, krank-haft), vereinzelt auch Adverbien (zur Genüg-e) oder Pronomen (ander-s).“<sup>15</sup>

### **Beispiele aus den Artikeln:<sup>16</sup>**

- *Meldung*  
Melden + ung  
Suffigierung
- *Erwartung*  
Erwarten + ung  
Suffigierung
- *hartnäckig*  
hart, Nacken + ig  
Suffigierung

<sup>14</sup> Sowinski, Bernhard: *Stilistik. Stiltheorien und Stilanalysen. Zweite, überarbeitete und aktualisierte Auflage*, Stuttgart: Metzler, 1999. Bd. 263, S. 107.

<sup>15</sup> Kessel, Katja/Reimann, Sandra: *Basiswissen deutsche Gegenwartssprache. Vierte, durchgesehene Auflage*, A. Francke Verlag Tübingen und Basel, UTB, Tübingen, 2012. Bd. 2704, S. 106.

<sup>16</sup> Alle Beispiele sind aus den Zeitungen DIE WELT (Nr.271) und DER SPIEGEL (Nr. 47)

- *einzigartig*  
einzig, Art + ig  
Suffigierung
- *Fremdenfeindlichkeit*  
Fremdenfeindlich + keit  
Suffigierung
- *Vormarsch*  
vor + Marsch  
Präfigierung
- *Aufklärung*  
Aufklären + ung  
Suffigierung
- *farblich*  
Farbe + lich  
Suffigierung
- *überfällig*  
über + fällig  
Präfigierung

### **Konversion**

Die Konversion ist die Übertragung einer Wortart in eine andere, z.B. Infinitiv zum Substantiv ohne formale Änderung des Wortes.

Die Konversion beschreibt Kessel und Reimann wie: „Kennzeichen der Konversion ist es, ein neues Wort zu bilden, indem ein Wortartwechsel ohne, äußere (morphologische) Kennzeichen herbeigeführt wird, z.B. leben -> das Leben. Hier erfolgte ein Übergang vom Verb zum Substantiv, d.h., es ist eine deverbale Konversion.“<sup>17</sup>

#### **Beispiele aus den Artikeln:<sup>18</sup>**

- *Wahl*  
Verbstamm von Wählen  
Übergang vom Verb zum Substantiv

<sup>17</sup> Kessel, Katja/Reimann, Sandra: *Basiswissen deutsche Gegenwartssprache. Vierte, durchgesehene Auflage*, A. Francke Verlag Tübingen und Basel, UTB, Tübingen, 2012. Bd. 2704, S. 112.

<sup>18</sup> Alle Beispiele sind aus den Zeitungen DIE WELT (Nr.271) und DER SPIEGEL (Nr. 47)

- *Glauben*  
Infinitiv wie das Substantiv  
Übergang vom Verb zum Substantiv
- *Anfang*  
Verbstamm von anfangen  
Übergang vom Verb zum Substantiv

Der Wortbildungstyp, der in den untersuchten Artikel am meisten verwendet war, ist die Komposition. Komposition ist in der deutschen Sprache auch die häufigste Weise der Bildung neuer Wörter. Nur im Artikel „Ein weites Feld“ in der Welt hat die Autorin **51** Komposita gefunden. Die Komposition ist der Wortbildungstyp, von dem am meisten neue deutsche Wörter gebildet werden. Als Komposita erscheinen in den Artikeln meist die Substantive und Adjektive. Bezogen auf die Häufigkeit sind auf dem zweiten Platz sind die Ableitungen. Die Ableitungen waren am meisten auch die Substantive mit Suffix –ung, -keit und Adjektive meist mit Suffix –ig. Als Ableitungen erscheinen in Artikeln auch die Adjektive häufig mit sog. Halbsuffix –lich.

Der Wortbildungstyp, der nicht so oft in den Artikeln verwendet war, ist die Konversion.

#### **4.1.2. Fremdwörter und Lehnwörter**

In der deutschen Sprache erscheinen die Wörter, die aus einer Fremdsprache kommen und der deutschen Sprache mehr oder weniger angepasst wurden. Wenn die Anpassung eher gering und auch die Muttersprachler das Wort als richtig Deutsch betrachten, spricht man über die **Fremdwörter**. Wenn sich die übernommenen Wörter aber schön der deutschen Sprache in der Aussprache, Schreibweise und Flexion angepasst haben, spricht man über die **Lehnwörter**.<sup>19</sup>

Im Lauf der Zeit hat sich die deutsche Sprache stark verändert. Sie hat viele Wörter aus anderen Sprachen übernommen. „Dieser Lehnwortschatz

---

<sup>19</sup> Informationen laut Materialien für das Fach OT2N von Mgr. Marina WAGNEROVÁ, Ph.D.

ist heute so gut an das Deutsche angepasst, dass wir ihn nicht mehr als fremdsprachlich erkennen“<sup>20</sup>

„Im Gegensatz zum Lehnwort ist ein Fremdwort in seiner Lautung und/oder Schreibung und/oder Flexion nicht oder nur teilweise in das deutsche Sprachsystem integriert.“<sup>21</sup> Es ist aber nicht einfach zu erkennen, ob ein Wort Fremd- oder Lehnwort ist. „Im Laufe der Sprachentwicklung kann ein fremdsprachliches Wort immer weiter an das deutsche Sprachsystem angepasst werden, so dass es von einem Fremdwort zu einem Lehnwort und damit Teil des Kernwortschatzes werden kann.“<sup>22</sup> Zum Beispiel, wenn die Autorin die Analyse der Artikel gemacht hat, hat sie viele Lehnwörter aus Lateinischen gefunden, manchmal das Wort sehr ähnlich zu dem lateinischen Wort war, aber es hat schon einige Merkmale aus der deutschen Sprache, so dass Wort sehr oft in drn deutschen Sprache verwendet ist (z.B. Arroganz, Universität oder Interpretation<sup>23</sup>). Einige Lehnwörter sind in dieser Zeit nicht mehr als Lehnwörter wahrgenommen, weil sie an das deutsche Sprachsystem angepasst werden.

#### **Beispiele für Fremdwörter:**<sup>24</sup>

- *Personalie*  
spätlateinisch *personalia* = persönliche Dinge<sup>25</sup>
- *Jurist*  
„Rechtskundiger mit akademischer Ausbildung, das Fremdwort wurde bereits in mittelhochdeutsche Zeit (mhd.<sup>26</sup> *juriste*) aus mittellateinischen *iurista* entlehnt, das zu lat. *ius (iuris)* „Recht“ gehört“<sup>27</sup>
- *Architekt*  
= Baumeister  
„Das in dieser Form seit dem 16. Jh. Bezeugte Fremdwort führt über gleichbed.<sup>28</sup> lat. *architectus* auf griech.<sup>29</sup> *archi- téktōn* „Baumeister“

---

<sup>20</sup> Kessel, Katja/Reimann, Sandra: *Basiswissen deutsche Gegenwartssprache. Vierte, durchgesehene Auflage*, A. Francke Verlag Tübingen und Basel, UTB, Tübingen, 2012. Bd. 2704, S. 197

<sup>21</sup> Ebd., S. 197.

<sup>22</sup> Ebd., S. 197

<sup>23</sup> Beispiele aus der Artikel

<sup>24</sup> Alle Beispiele sind aus den Zeitungen DIE WELT (Nr.271) und DER SPIEGEL (Nr. 47)

<sup>25</sup> Duden online, online unter: <http://www.duden.de/rechtschreibung/Personalie> [Stand 27. März 2017]

<sup>26</sup> mhd. = mittelhochdeutsch

<sup>27</sup> Duden: *Das Herkunftswörterbuch, vierte, neu bearbeitete Auflage*, Herausgegeben von der Dudenredaktion, Dudenverlag, Duden 2007, Mannheim



(eigentlich Oberzimmermann) zurück. Dessen Bestimmungswort *archi-* „ober-, Haupt-“, gehört zu griech. *árchein* „der erste Sein, Führer sein“, *archós* „Anführer, Oberhaupt.“<sup>30</sup>

- *Appel*

= Aufruf, Mahnruf

„Das Fremdwort wurde im 17. Jh. zunächst als militärischer Fachausdruck auf frz. *appel* entlehnt.“<sup>31</sup>

- *Diskurs*

= Aussprache, Debatte, Gespräch<sup>32</sup>

„lat. *discursus* = das Sich-Ergehen über etwas, das Auseinander-, Umherlaufen“<sup>33</sup>

- *Parole*

= Kennwort, Leitspruch

„Das Wort wurde im 17. Jh. In der Militärsprache aus gleichbed. frz. *Parole* entlehnt. Das frz. Wort bedeutet eigentlich „Wort, Spruch“ und war bereits in mhd. Zeit einmal entlehnt worden.“<sup>34</sup>

### Beispiele für Lehnwörter:<sup>35</sup>

- *Die Süffisanz*

„Süffisanz (französisch *suffisance* = Selbstgefälligkeit) ist im weitesten Sinn eine Art spöttischer Humor.“<sup>36</sup>

„Süffisant – selbstgefällig, spöttisch: Das Adjektiv wurde in der 1. Hälfte des 17. Jh.s. – zuerst in den Bedeutungen *genügsam*, *genügend* – aus französischen *suffisant* (*genüglich*, *dünkelhaft*, *selbstgefällig*) entlehnt.“<sup>37</sup>

---

<sup>28</sup> gleichbed. = gleichbedeutend

<sup>29</sup> griech. = griechisch

<sup>30</sup> Duden, *Das Herkunftswörterbuch, vierte, neu bearbeitete Auflage*, Herausgegeben von der Dudenredaktion, Dudenverlag, Duden 2007, Mannheim

<sup>31</sup> Ebd.

<sup>32</sup> Duden online, online unter: <http://www.duden.de/rechtschreibung/Personalie> [Stand 27. März 2017]

<sup>33</sup> Duden, *Das Herkunftswörterbuch, vierte, neu bearbeitete Auflage*, Herausgegeben von der Dudenredaktion, Dudenverlag, Duden 2007, Mannheim

<sup>34</sup> Ebd.

<sup>35</sup> Alle Beispiele sind aus den Zeitungen DIE WELT (Nr.271) und DER SPIEGEL (Nr. 47)

<sup>36</sup> Wörterbuch Deutsch, online unter: <http://worterbuchdeutsch.com/de/suffisanz> [Stand 22. März 2017]

<sup>37</sup> Duden, *Das Herkunftswörterbuch, vierte, neu bearbeitete Auflage*, Herausgegeben von der Dudenredaktion, Dudenverlag, Duden 2007, Mannheim

- *Technologie*  
= Gesamtheit der technischen Prozesse in einem Fertigungsbereich  
„Die seit der 1. Hälfte des 18. Jh.s. gebräuchliche Form *Technologie* geht auf nlat.<sup>38</sup> *technologia* zurück. „*Technologie*“ wurde zuerst im Sinne von „Lehre von den Fachwörtern, Systematik der Fachwörter“ verwendet – später durch „Terminologie“ ersetzt.“<sup>39</sup>
- *Apokalypse*,  
Offenbarung , über das Weltende  
„Das im Mittelalter aus kirchenlat. *apocalypsis* übernommene Wort geht zurück auf gleichbed. griech. *apokálypsis*, eigentlich „Enthüllung““<sup>40</sup>
- *Misere*  
= Missstand, Trostlosigkeit  
„Das Substantiv wurde im 18. Jh. Aus gleichbed. frz. *Misère* entlehnt, das auf lat. *miseria* „Elend, Not, Unglück“ zurückgeht.“<sup>41</sup>
- *Demagogie*  
= gewissenlose politische Hetze, Volksverführung<sup>42</sup>  
„17. Jh. Aus griech. *dēmagōgía*“<sup>43</sup>

Dank aller dieser Beispiele kann die Autorin behaupten, dass schon viele Fremdwörter/Lehnwörter in deutscher Sprache verwendet werden. Diese Bemerkung stützt die Behauptung, dass die deutsche Sprache sich viel verändert hat und dass sie viele Wörter von anderen Sprachen übernommen hat.

Die Sprache, von der die Wörter am meisten entlehnt wurden, ist das Latein. Andere Sprache von der die Wörter hergekommen sind, ist französische Sprache. Manchmal kann die Autorin in Artikeln auch die Wörter, die von griechischer Sprache entlehnt wurden, finden.

---

<sup>38</sup> nlat. = neulateinisch

<sup>39</sup> Duden: *Das Herkunftswörterbuch, vierte, neu bearbeitete Auflage*, Herausgegeben von der Dudenredaktion, Dudenverlag, Duden 2007, Mannheim

<sup>40</sup> Ebd.

<sup>41</sup> Ebd.

<sup>42</sup> Duden online, online unter: <http://www.duden.de/rechtschreibung/Demagogie> [Stand 25. März 2017]

<sup>43</sup> Duden: *Das Herkunftswörterbuch, vierte, neu bearbeitete Auflage*, Herausgegeben von der Dudenredaktion, Dudenverlag, Duden 2007, Mannheim

Manchmal ist es ein bisschen kompliziert zu bestimmen, ob ein Wort Lehnwort oder Fremdwort ist, weil die Sprache ändert sich schnell und wenn ein Fremdwort schon in deutsche Sprache häufig verwendet ist, und einige Merkmale der deutschen Sprache hat (Anpassung an Flexion, Aussprache oder Schreibweise) ist es schon das Lehnwort.

Dank aller diesen Beispiele, die die Autorin in den Artikeln gefunden hat, kann die Autorin sagen, dass in den Artikeln aus der Rubrik Kultur viele Fremdwörter und Lehnwörter erscheinen. Die meisten Beispiele der Fremdwörter und Lehnwörter waren die Substantive, die oft aus lateinischer Sprache herkamen. Das Thema Kultur ist ein sehr multikulturelles Thema und es kann der Grund sein, warum in dieser Rubrik so viele Fremdwörter oder Lehnwörter erscheinen.

#### **4.1.3. Einfluss der englischen Sprache**

Was die Autorin in Artikeln festgestellt hat, ist das, dass die Artikel sehr von Englisch beeinflusst wurden. Am meisten erscheinen englische Wörter in der Form einigen Bezeichnungen, Metaphern und Titel einiger Werke.

Das Thema Kultur ist in deutschen Artikeln von englischer Sprache beeinflusst, weil dieses Thema oder diese Artikeln und die Informationen, die in diesen Artikeln erscheinen, von einem anderen Land übernommen werden. Dieses Thema ist auch ein multikulturelles Thema. Viele Artikel aus der Zeitung Die Welt werden sehr viel von Politik beeinflusst, z.B. von dem Thema, das mit Donald Trump und seiner Wahl zusammenhängt. Einigen Artikeln wurden von Englisch beeinflusst, weil sie die Namen oder Titel einigen Werke enthalten, die in Englisch geschrieben wurden z.B. „*The Perfomance of Becoming Human*““. Einige dieser Titel wurden nachfolgend ins Deutsche übersetzt, z.B. „*Strangers in their own land*“ („*Fremde in ihrem eigenem Land*““).

In den Artikeln kann die Autorin auch andere englische Wörter finden, die keine Namen oder Metaphern waren, z.B. „Alle sagen, die Political Corectness habe den amerikanischen Präsidenten Donald Trump ermöglicht.“ In diesem Fall hat der Autor bevor das Substantiv nur einen Artikel gegeben und so wird das Wort ein bisschen eingedeutscht.

In dem Artikel „Was Hokuspokus mit Hoax zu tun hat“ findet man eine Satz, die lateinisch geschrieben ist, dann aber ins Deutsch übersetzt wurde. „Hoc est enim corpus meum! ....., denn schließlich wird heute die Konsekrationsformel „Denn dies ist mein Leib.“ auf Deutsch gesprochen.“ In diesem Artikel findet die Autorin auch andere lateinische Wörter, z.B *hocus, hoc est corpus*. Um einige Informationen zu belegen, nutzt der Autor dieses Artikel ein Zitat einer Schrift von dem Erzbischof von Canterbury, John Tilotson, die ganz in englischer Sprache geschrieben wurde und dann weiter in dem Artikel ins Deutsche übersetzt. „In all probabily those common juggling words of hocus pocus are nothing else but a corruption of hoc est corpus, by way of ridiculous imitation oft he priests oft he Church of Rome in their trick of Transubstantiation.“ Will heißen: Aller Wahrscheinlichkeit nach ist der Gebrauch des Wortes Hokuspokus eine Verballhornung von *hoc est corpus*, eine Nachahmung, die die Priester der Kirche von Rom ins Lächerliche ziehen soll.“

#### **Beispiele:<sup>44</sup>**

„Sie kam in Manhattan zusammen, um die diesjährigen National Book Awards zu verleihen,“

„Für „Stamped from the Beginnins“, einer Geschichte des Rassismus in Amerika.“

„Whiteheads Heldin Cora ist eine entlaufene Sklavin im 19. Jahrhundert, die mit der Underground Railroad in den freien Norden entkommt. Historisch war diese Unterrundbahn ein Netzwerk von Gegnern der Sklaverei.“

In diesem Fall kann die Autorin sehen, dass der Autor zuerst ein englisches Wort benutzt hat und dann ein deutsches Wort, was kann die Autorin häufig in den Artikeln finden.

---

<sup>44</sup> Alle Beispiele sind aus der Zeitung DIE WELT (Nr.271)

#### 4.1.4. Neologismen und Modewörter

Andere lexikalische Einheiten, die von der Autorin in diesem Kapitel untersucht werden, sind die Modewörter und Neologismen.

Neologismen, auch Neuwörter genannt, sind die Wörter die neu erstanden sind und sie sind schon in den Wortbestand eingegangen. Die Modewörter sind zwar oft verwendet, aber sie sind noch nicht in den Wortbestand, d.h. in das System eingegangen.<sup>45</sup> Der Unterschied zwischen Neologismen und Modewörter beschreibt Hans-Werner Eroms: „Die eigentlichen Neologismen dagegen sind meist aus einem echten Bezeichnungsnotstand geboren. Sie sind deswegen auch präziser als die Modewörter.“<sup>46</sup>

„Mit Modewörtern sind modische Ausdruckweisen gemeint, die hochaktuell sind, also sich bereits voll im Umlauf befinden, aber in ihrer Neuartigkeit, Abweichung und Allgegenwärtigkeit von der Sprechergemeinschaft vielfach kritisch beurteilt werden.“<sup>47</sup>

#### Beispiele:<sup>48</sup>

- *Leck-Renner*

Neubildung - Wort, das für eine spezielle Fall neugebildet ist.

„Der Kulturstaatssekretar, der dem Regierenden Bürgermeister Michael Müller (SPD) zuarbeiten sollte, der ja – wie sein Vorgänger Klaus Wowereit – Regierungschef und Kultursenator in Personalunion war. Am Ende nannte Müller diesen Mitarbeiter intern gern „Leck-Renner“.“

Der Autor dieser Artikel auslacht sich Tim Renner, so dieses Wort *Leck-Renner* kann der Leser negativ wahrnehmen. Dieses Wort wirkt auf den Leser ein bisschen komisch.

Bedeutung: *Leck* – Substantiv - undichte Stelle, die Wasser eindringen bzw. eine Flüssigkeit auslaufen lässt<sup>49</sup>; Von Verb *lecken* - mit der Zunge

---

<sup>45</sup> Eroms, Hans-Werner: *Stil und Stilistik. Eine Einführung. Zweite, neu bearbeitete und erweiterte Auflage.* Berlin: Erich Schmidt Verlag, 2014. S.77

<sup>46</sup> Eroms, Hans-Werner: *Stil und Stilistik. Eine Einführung. Zweite, neu bearbeitete und erweiterte Auflage.* Berlin: Erich Schmidt Verlag, 2014. S.77

<sup>47</sup> Ebd., S.76

<sup>48</sup> Alle Beispiele sind aus den Zeitungen DIE WELT (Nr.271) und DER SPIEGEL (Nr. 47)

<sup>49</sup> Duden online, online unter: <http://www.duden.de/rechtschreibung/Leck> [Stand 28. März 2017]

über etwas streichen, mit der Zunge [als Nahrung] aufnehmen, ablecken<sup>50</sup>

*Renner* - das Wort *Renner* hinweist auf das Name *Tim Renner*.

Wer ist Tim Renner? „Tim Renner (\* 1. Dezember 1964 in Berlin Charlottenburg) ist ein deutscher Musikproduzent, Journalist und Autor. Von 2001 bis 2004 war er Geschäftsführer der Universal Music GmbH in Deutschland.“<sup>51</sup>

„Unter dem Regierenden Bürgermeister von Berlin, Klaus Wowereit, wurde Renner am 28. April 2014 Kulturstaatssekretär des Landes Berlin. Renner setzte sich im Amt unter anderem für eine bessere Förderung der freien Künstlerszene und eine Erhöhung des Kulturetats ein.“<sup>52</sup>

Von diesen Informationen kann die Autorin mitteilen, dass der Autor dieses Artikel auslacht sich Tim Renner, weil er „nur“ ein Künstler und Musikproduzent ist, und jetzt soll Michael Müller (Regierender Bürgermeister) mit ihm arbeiten.

- *Linkschleuder*

Neubildung

„Breitbart.com, der Linkschleuder von Donald Trumps erstem Einpeitscher Steve Bannon, war das treiben dieses ökonomisch chronisch unterversorgten „Establishments“ am Morgen danach noch keine Meldung wert, weniger tendenziöse Medien hingegen berichteten von einem Abend eher gedrückter Stimmung.“

- *Megashow*

Ein sehr große Show = Vorstellung

Modewort

- *Dokudrama*

Modewort auch eine Abkürzung von Dokumentarfilm

- *Lotto-Stiftung*

„Das Extrageld soll aus der Lotto-Stiftung kommen, ist aber noch eingefroren.“

---

<sup>50</sup> Duden online, online unter: [http://www.duden.de/rechtschreibung/lecken\\_lutschen\\_aufnehmen](http://www.duden.de/rechtschreibung/lecken_lutschen_aufnehmen) [Stand 28. März 2017]

<sup>51</sup> Wikipedia, die freie Enzyklopädie, online unter: [https://de.wikipedia.org/wiki/Tim\\_Renner](https://de.wikipedia.org/wiki/Tim_Renner) [Stand: 29. März 2017]

<sup>52</sup> Wikipedia, die freie Enzyklopädie, online unter: [https://de.wikipedia.org/wiki/Tim\\_Renner](https://de.wikipedia.org/wiki/Tim_Renner) [Stand: 29. März 2017]

Lotto-Stiftung heißt hier die Verlosung. Es geht um ein Konto, von dem das Extrageld kommen soll. Ein Mann hat im Lotto gewonnen und jetzt muss er warten weil diese Stiftung noch eingefroren ist. Das Synonym für das Wort Stiftung ist die Schenkung.

Stiftung – Bedeutung = 1) (Rechtssprache) Schenkung, die an einen bestimmten Zweck gebunden ist, durch die etwas gegründet, gefördert wird, 2) Institution, Anstalt o. Ä., die durch eine Stiftung finanziert, unterhalten wird<sup>53</sup>

- Suffixanz  
Neologismus (vgl. Kap. 4.1.2.)

## 4.2. Analyse der Artikel aus grammatischer Sicht

In diesem Kapitel wird sich die Autorin der Textanalyse aus grammatischer Sicht widmen. Was untersucht wurde, war die Erscheinung von Satzverbindungen und Satzgefügen und nachfolgend die Analyse von Nebensätzen, die am meistens benutzt wurden.

### 4.2.1. Parataxe

Die Parataxe, auch Satzreihe oder Satzverbindung genannt, ist Verbindung von zwei oder mehreren Hauptsätzen, die nebeneinander stehen. Die Sätze sind entweder asyndetisch (d.h. ohne Konjunktion) oder syndetisch (d.h. durch koordinierende Konjunktion) verknüpft.<sup>54</sup> Wenn die Sätze asyndetisch aneinander gereiht werden, gibt es dafür die Möglichkeit ein Komma, ein Semikolon oder einen Doppelpunkt zu setzen.<sup>55</sup>

### Beispiele von Satzverbindungen:

„Seid nett zu allen, macht Kunst **und** kämpft gegen die Macht.“

- kopulative Satzverbindung

„Sie konnte keinen Ton halten, hatte weder Rhythmusgefühl noch Intonationsvermögen **und** sang trotzdem fröhlich die schwersten Arien der Operngeschichte.“

- kopulative Satzverbindung

---

<sup>53</sup> Duden online, online unter: <http://www.duden.de/rechtschreibung/Stiftung> [Stand: 26. März 2017]

<sup>54</sup> Informationen laut Materialien für das Fach MS3N von Ing. Zdeněk Vávra, Ph.D.

<sup>55</sup> Kessel, Katja/Reimann, Sandra: *Basiswissen deutsche Gegenwartssprache. Vierte, durchgesehene Auflage*, A. Francke Verlag Tübingen und Basel, UTB, Tübingen, 2012. Bd. 2704, S. 7.

„Sie hätten Trumps Wähler nie ernst genommen, sondern sich in ihrer Arroganz von ihnen abgewandt, sie für intellektuell unfähig erklärt...“

- adversative Satzverbindung

„Sie war eine Enthusiastin, bisweilen lebenswürdig, **aber** energisch auf ihre Selbstdarstellung bedacht, die in ihrem Kokon als Vestalin der Kunst lebte.“

- adversative Satzverbindung

„Das Extrageld soll aus der Lotto-Stiftung kommen, ist **aber** noch eingefroren.“

### **Andere grammatische Erscheinungen:**

„„Breitbart.com“, der Linkschleuder von Donald Trumps erstem Einpeitscher Steve Bannon, war das Treiben dieses ökonomisch chronisch unterversorgten „Establishments“.....“

= Apposition = „Eine Apposition ist ein erklärendes Nomen, das neben ein Bezugswort (Nomen oder Pronomen) gestellt wird. Die Apposition steht immer im gleichen Kasus wie das Bezugswort, zu dem sie gehört.“<sup>56</sup>

„Da macht jemand etwas, das ich nicht verstehe, vielleicht auch etwas, dessen Sinn sich mir nicht erschließt.“

- Schachtelsatz

„Der Kulturstaatssekretär, der dem Regierenden Bürgermeister Michael Müller (SPD) zuarbeiten sollte, der ja – wie sein Vorgänger Klaus Wowereit – Regierungschef und Kultursenator in Personalunion war.“

- Schaltsatz (auch Parenthese genannt), es ist Einschub in einem anderen Satz.

---

<sup>56</sup> Deutsche Grammatik 2.0, Deutsche Grammatik einfach einfacher, online unter: <http://www.deutschegrammatik20.de/attribute/die-apposition/> [Stand 30. März 2017]



#### 4.2.2. Hypotaxe

Die Hypotaxe, auch Satzgefüge genannt, ist die Verbindung von einem Hauptsatz und aus einer Zahl der Nebensätze.<sup>57</sup> „Auch innerhalb der Nebensätze kann es noch Über- und Unterordnungen geben, wenn etwa von einem Nebensatz ein weiterer Nebensatz abhängt.“<sup>58</sup>

##### Beispiele von Finalsätzen:

„Sie kam in Manhattan zusammen, um die diesjährigen National Book Awards zu verleihen, einen Preis, der sich, mindere Schwächephasen beiseite, in den vergangenen Jahrzehnten zum großen, oft wirkmächtigeren Konkurrenten des Pulitzerpreises gemausert hat.“

„Amerikas Literaturwelt kam außerdem zusammen, um sich die Wunden zu lecken.“

##### Beispiele von Objektsätzen:

„Ein Faktum, das eine Woche zuvor so wenig ins Gewicht gefallen wäre wie die Beobachtung, dass der britischer Booker-Preis zuletzt zweimal in Folge an schwarze Autoren gegangen ist.“

„In diesem Fall darf man sich darüber freuen, dass Tim Renner gehen wird.“

„Und Renner wird inzwischen wissen, dass er in der Berliner Kulturpolitik künftig nicht nur wenig, sondern gar nichts mehr zu lachen hat.“

##### Beispiele von Attributsätzen:

„In der Kategorie Sachbuch war ein Buch der Soziologin Arlie Russell Hochschild nominiert: „Strangers in their own Land“ behandelt „Wut und Trauer der amerikanischen Rechten“, die seit der Wahlnacht offensichtlich nicht weniger wütend, dafür aber weniger traurig ist.“

Whiteheads Heldin Cora ist eine entlaufene Sklavin im 19. Jahrhundert, die mit der Underground Railroad in den freien Norden entkommt.“

---

<sup>57</sup> Informationen laut Materialien für das Fach MS3N von Ing. Zdeněk Vávra, Ph.D.

<sup>58</sup> Kessel, Katja/Reimann, Sandra: *Basiswissen deutsche Gegenwartssprache. Vierte, durchgesehene Auflage*, A. Francke Verlag Tübingen und Basel, UTB, Tübingen, 2012. Bd. 2704, S. 6.

„Vor dem zweiten Vatikanischen Konzil, das vom 11. Oktober 1962 bis zum 8. Dezember 1965 im Vatikan stattfand, sagte der Priester bei der Eucharistiefeier:...”

„Der Kulturstaatssekretär, der dem Regierenden Bürgermeister Michael Müller (SPD) zuarbeiten sollte, der ja – wie sein Vorgänger Klaus Wowereit – Regierungschef und Kultursenator in Personalunion war.“

„Da macht jemand etwas, das ich nicht verstehe, vielleicht auch etwas, dessen Sinn sich mir nicht erschließt.“

### **Beispiele von Kausalsätzen:**

„Florence Foster Jenkins sang hier keinen Ton mehr – auch deshalb, weil sie einen Monat später starb, angeblich an gebrochenem Herzen ob dieses Reisenfiaskos.“

### **Beispiele von Subjektsätzen:**

„Sie zu politisieren, wäre fast Schade.“

Was die Länge der Sätze betrifft, waren in Artikeln sowohl kürzere und einfache Sätze, als auch längere zusammengesetzte Sätze. In Artikeln kann die Autorin auch die Schachtelsätze finden, d.h. die Sätze, die mit mehreren als nur ein Nebensatz gebaut sind, wobei die Satzteile miteinander „verschachtelt“ sind.<sup>59</sup>

In SPIGEL waren am meisten die längeren Sätze, die einen komplizierten Satzbau hatten, benutzt, also es manchmal für die Autorin, wie für einen Leser, ein bisschen schwierig war, den Artikel zu verstehen. In WELT nutzt man am meisten einfache, kürzere Sätze im Allgemeinen und selten erscheinen im Text längere zusammengesetzte Sätze. Dank dieser einfacher Satzbau hat die Autorin (wie ein Leser) weniger Probleme den Text zu verstehen und der Artikel war leichter lesbar im Allgemeinen.

---

<sup>59</sup> Wortbedeutung.info, Wörterbuch, online unter: <http://www.wortbedeutung.info/Schachtelsatz/>  
[Stand 8. April 2017]

Was die Parataxe (Satzverbindung) betrifft, die Nebensätze, die am meisten benutzt wurden, waren Objektsätze und Attributsätze. In einigen Fällen kann die Autorin aber auch Kausalsätze finden.

Was betrifft sich um die Parataxe, wurden die Sätze am meisten kopulativ oder adversativ verbunden.

#### **4.3. Analyse der Artikel aus stilistischer Sicht**

Alle Artikel, die die Autorin untersucht hat, wurden im publizistischen Stil geschrieben, d.h. dass sie Merkmale des publizistischen Stils aufwiesen.

Stil der Publizistik hat mitteilende, bildende, überzeugende und beeinflussende Funktion. Deswegen haben die analysierten Artikel übersichtlichen Satzbau. In den Artikeln findet man viele Neologismen, Phraseologismen, Modewörter usw. Die bildhaften Benennungen, Neologismen usw. wirken aktualisierend, ihre häufige Wiederholung führt zu Automatisierung.<sup>60</sup>

Alle diese Angaben, die im vorangehenden Absatz genannt werden, findet man in den untersuchten Artikeln. Was die Autorin auch in den Artikeln gefunden hat waren die Überschriften und rhetorische Fragen, die auch für den publizistischen Stil typisch sind.

Was Textsorte betrifft, hat die Autorin zwei in der Form des Interviews geschriebene Artikel gefunden. In WELT und SPIGEL findet man auch andere Textsorten Kommentars, Reportage oder Rezension – diese Textsorten sind typisch für den Stil der Publizistik.

---

<sup>60</sup> Informationen laut Materialien für das Fach KATN von PhDr. Marie SMOLÍKOVÁ

## 5. ZUSAMMENFASSUNG

Das Ziel dieser Bachelorarbeit war die Unterschiede in ausgewählten Artikeln aus der Rubrik Kultur zu erkennen und die Analyse dieser Artikel durchzuführen.

Was noch in dieser Arbeit beschrieben war, waren die Unterschiede zwischen Online- und Printartikeln im allgemein und die Unterschiede zwischen Internet und Printmedien. Die Autorin kann sagen, dass beide Typen von Medien ihre Vorteile und Nachteile haben. Jeder Leser nimmt aber diese Medien ein bisschen anders wahr. Aus einer Befragung geht hervor, dass einige Leser eher die Onlinemedien mögen, weil sie sich irgendwo an Internet auf ihren Handys oder Laptop anschließen können. Einige Leser mögen aber eher die Printmedien, weil es nicht so mühsam für die Augen ist.

Diese Arbeit bestätigt das Fakt, dass sowohl die Printartikel als auch die Internetartikeln den gleichen Inhalt haben. Nur bei einem Printartikel in der Form des Interviews in der Zeitung DIE WELT wurden einige Fragen und Antworten ausgelassen, aber im Internet kann man diesen Artikel in der kompletten Form lesen.

Ein merklicher Unterschied war die graphische Gestaltung des Textes. Aus der Analyse ergibt sich, dass die Artikel aus graphischer Sicht einige Unterschiede hatten, z.B. die Printartikel in der Zeitung DIE WELT wurden in der Spalte geschrieben aber in der Onlineform nicht. Ein kleiner Unterschied betrifft die Absätze – die Absätze bei einem Onlineartikel durch eine leere Zeile getrennt sind, aber bei einem Printartikel sind sie durch eine Einrückung abgeteilt. Im Allgemein wiesen die Artikel keine großen Unterschiede auf.

Was die Analyse des Textes betrifft, erschienen in den Artikeln viele Neologismen oder auch Neubildungen, die für den publizistischen Stil typisch sind. Häufiges Vorkommen der Anglizismen bestätigt die Behauptung, dass das Thema sehr multikulturelles Thema ist. Die Neologismen und Neubildungen wirken aktualisierend und dank diese Behauptung kann die Autorin sagen, dass das Thema Kultur ein aktuelles Thema ist.

In den untersuchten Artikeln wurden sowohl einfache Sätze als auch Satzverbindungen oder Satzgefüge benutzt. In der Zeitung DIE WELT erschienen am meisten einfache Sätze und Satzverbindungen und die Sätze wurden im Allgemeinen kürzer als in DER SPIEGEL. In der Zeitung DER SPIEGEL erschienen auch die Satzverbindungen, die aber einen komplizierten Satzbau hatten.

## 6. LITERATURVERZEICHNIS

### A. PRIMÄRE LITERATUR:

- 1) DER SPIEGEL, Nr.47 vom 19. November 2016
- 2) DIE WELT, Nr. 271 vom 18. November 2016, ISSN: 0173-8437
- 3) Minkmar, Nils (2016): *Zur Zeit, Sprachlicher Popanz*.  
In: DER SPIEGEL Nr. 47 vom 19. November 2016, S. 127.
- 4) Kurbjuweit, Dirk (2016): *Der Faschismustest*.  
In: DER SPIEGEL Nr. 47 vom 19. November 2016,  
S. von 129 – bis 131.
- 5) Altmeyer, Martin (2016): *Seelenverwandtschaften*.  
In: DER SPIEGEL Nr.47 vom 19. November 2016, S. von 132 – bis 134.
- 6) Rapp, Tobias (2016): „*Die Hölle, die ich kenne*“.  
In: DER SPIEGEL Nr. 47 vom 19. November 2016,  
S. von 136 – bis 137.
- 7) Voigt, Claudia (2016): *Das Herz ist das Ziel*.  
In: DER SPIEGEL Nr. 47 vom 19. November 2016,  
S. von 138 – bis 139.
- 8) Minmar, Nils, Schmitter, Elke (2016): *Aliens mit Redebedarf*.  
In: DER SPIEGEL Nr. 47 vom 19. November 2016, S. 126.
- 9) Möller, Barbara (2016): *Ein weites Feld*.  
In: DIE WELT Nr. 271 vom 18. November 2016, S. 21
- 10) Freund, Wieland (2016): *Die Öde von Trumpland*.  
In: DIE WELT Nr. 271 vom 18. November 2016, S.21
- 11) Weltredaktion: *Feuilleton Kompakt*: Schlüsselübergabe erfolgreich,  
Die Zehn Gebote sind 850.000 Dollar wert, Welfen untersuchen  
ihre Nazi-Geschäfte, „Mein Kampf“- Edition wird ausgezeichnet.  
In: DIE WELT Nr. 271 vom 18. November 2016, S.21
- 12) Küveler, Jan (2016): „*Wir haben es mit einem Kulturkampf zu tun*“.  
In: DIE WELT Nr. 271 vom 18. November 2016, S.21
- 13) Cassier, Philip (2016): *Sie waren´s nicht*.  
In: DIE WELT Nr. 271 vom 18. November 2016, S.22

- 14) Bast, Eva-Maria (2016): *Was Hokuspokus mit Hoax zu tun hat*. In: DIE WELT Nr. 271 vom 18. November 2016, S.22
- 15) Brug, Manuel (2016): *Ich kreische, also bin ich*. In: DIE WELT Nr. 271 vom 18. November 2016, S.22
- 16) Freund, Wieland (2016): *Die Öde von Trumpland*. URL: [https://www.welt.de/print/die\\_welt/kultur/article159577659/Die-Oede-von-Trumpland.html](https://www.welt.de/print/die_welt/kultur/article159577659/Die-Oede-von-Trumpland.html)  
[Stand: 25. November 2016]
- 17) Brug, Manuel (2016): *Ich kreische, also bin ich*. URL: [https://www.welt.de/print/die\\_welt/kultur/article159577646/Ich-kreische-also-bin-ich.html](https://www.welt.de/print/die_welt/kultur/article159577646/Ich-kreische-also-bin-ich.html)  
[Stand: 28. November 2016]
- 18) Cassier, Philip (2016) *Sie waren´s nicht*. URL: [https://www.welt.de/print/welt\\_kompakt/debatte/article159577642/Sie-waren-s-nicht.html](https://www.welt.de/print/welt_kompakt/debatte/article159577642/Sie-waren-s-nicht.html)  
[Stand: 27 November 2016]
- 19) Weltredaktion: *Feuilleton Kompakt*. URL: [https://www.welt.de/print/die\\_welt/kultur/article159577632/Feuilleton-Kompakt.html](https://www.welt.de/print/die_welt/kultur/article159577632/Feuilleton-Kompakt.html)  
[Stand: 5. Januar 2017]
- 20) Bast, Eva-Maria (2016): *Was Hokuspokus mit Hoax und Jesus zu tun hat*. URL: <https://www.welt.de/kultur/article159819743/Was-Hokuspokus-mit-Hoax-und-Jesus-zu-tun-hat.html>  
[Stand: 6. Januar 2017]
- 21) Möller, Barbara (2016): *Ein weites Feld*. URL: [https://www.welt.de/print/die\\_welt/kultur/article159577601/Ein-weites-Feld.html](https://www.welt.de/print/die_welt/kultur/article159577601/Ein-weites-Feld.html)  
[Stand: 8. Januar 2017]
- 22) Spiegelredaktion: *Szene aus „Arrival“*. URL: <https://magazin.spiegel.de/SP/2016/47/148008225/index.html>  
[Stand: 25 November 2016]

- 23) Minkmar, Nils (2016): *Sprachlicher Popanz*. URL:  
<https://magazin.spiegel.de/SP/2016/47/148008228/index.html>  
[Stand: 19. November 2016]
- 24) Altmeyer, Martin (2016): *Seelenverwandtschaften*. URL:  
<https://magazin.spiegel.de/SP/2016/47/148008232/index.html>  
[Stand: 19. November 2016]
- 25) Rapp, Tobias (2016): „Die Hölle, die ich kenne“. URL:  
<http://www.spiegel.de/spiegel/james-hetfield-von-metallica-die-hoelle-die-ich-kenne-a-1122034.html>  
[Stand: 22. November 2016]
- 26) Voigt, Claudia (2016): *Das Herz ist das Ziel*. URL:  
<https://magazin.spiegel.de/SP/2016/47/148008234/index.html>  
[Stand: 24 November 2016]
- 27) Kurbjuweit, Dirk (2016): *Der Faschismustest*. URL:  
<https://magazin.spiegel.de/SP/2016/47/148008231/index.html>  
[Stand: 25 November 2016]



## B. SEKUNDÄRE LITERATUR:

### Gedruckt:

- 1) ČECHOVÁ, Marie/ KRČMOVÁ, Marie/ MINÁŘOVÁ, Eva:  
*Současná stylistika*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2008.  
ISBN 978-80-7106-961-4.
- 2) DUBOVÁ, Jarmila: *Einführung in die Morphologie der deutschen Sprache*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, Pedagogická fakulta, 2005. ISBN 80-244-1026-5.
- 3) DÜRSCHIED, Christa: *Syntax. Grundlagen und Theorien. Sechste, aktualisierte Auflage*. Mit einem Beitrag von Martin Businger. Vandenhoeck & Ruprecht Verlag, Göttingen: UTB 2012. Bd. 3319. ISBN 978-3-8252-3711-0.
- 4) HELBIG, Gerhard, BUSCHA, Joachym: *Übungsgrammatik Deutsch*. Würzburg: Lengenscheidt KG, 2000. ISBN 978-3-468-49494-9
- 5) KESSEL, Katja/ REIMANN, Sandra: *Basiswissen Deutsche Gegenwartssprache*. Vierte, durchgesehene Auflage. A. Francke Verlag Tübingen und Basel, Tübingen: UTB, 2012. Bd. 2704 ISBN 978-3-8252-3692-2.
- 6) SANDIG, Barbara: *Stilistik der Deutschen Sprache*. Berlin: Walter de Gruyter, 1986. (Sammlung Göschen, 2229). ISBN 3-11-004185-5.
- 7) SHIPPAN, Thea: *Lexikologie der deutschen Sprache*. Max Wiemeyer Verlag, Tübingen: 1992. ISBN 3-484-73002-1.
- 8) SOWINSKI, Bernhard: *Stilistik. Stiltheorien und Stilanalysen*. Zweite, überarbeitete und aktualisierte Auflage, Stuttgart: Metzler, 1999. Bd. 263. ISBN 3-476-12272-7.

## Internetquellen:

- 1) Der Spiegel, Kultur  
<http://www.spiegel.de/kultur/>
- 2) Die Welt, Kultur  
<https://www.welt.de/kultur/>
- 3) Duden  
<http://www.duden.de/>
- 4) Goethe Institut  
<https://www.goethe.de/de/spr/mag/20364473.html>
- 5) O psaní  
<http://www.o-psani.cz/11-rozdilu-mezi-webem-a-tistenym-mediem-pomoci-1111-slov>
- 6) Lingolia, Einfach besser in Sprachen  
<https://deutsch.lingolia.com/de/grammatik/verben/passiv>
- 7) Survivo  
<https://www.survivo.com/en/>
- 8) Wörterbuch Deutsch  
<http://worterbuchdeutsch.com/de/suffisanz>
- 9) Wikipedia, Die freie Enzyklopädie  
<https://de.wikipedia.org/wiki/Suchmaschinenoptimierung>
- 10) Worwuchs  
<http://wortwuchs.net/stilmittel/neologismus/>
- 11) Canoonet, Deutsche Wörterbücher und Grammatik  
<http://www.canoo.net/>

## 7. RESÜMEE

Diese Arbeit befasst sich mit der Analyse und Vergleich von Print – und Internetartikeln in der Rubrik Kultur aus deutsch geschriebenen Zeitungen Die Welt und Der Spiegel.

Durch den Vergleich und die Analyse gelangt man zu der Schlussfolgerung, dass die Internet- und Printartikeln sind fast gleich sind und dass man nicht zwischen ihnen wesentliche Unterschiede finden kann.

Ein tragender Faktor dieser Arbeit war die Feststellung, dass sowohl die Printartikel als auch die Internetartikeln den gleichen Inhalt haben. Ein merklicher Unterschied war die graphische Gestaltung der Artikel. Nur bei einzigem Artikel, der in der Form des Interviews geschrieben war, wird festgestellt, dass einige Fragen und Antworten aus dem Artikel ausgelassen wurden, aber im Internet kann man diesen Artikel in der vollständigen Form lesen.

## 8. RESUMÉ

Tato práce se zabývá analýzou a porovnáním tištěných a internetových článků v rubrice Kultura z německy psaných novin DER SPIGEL a DIE WELT.

Porovnáním a analýzou těchto článků dojdeme k závěru, že internetové a tištěné texty jsou téměř stejné a nenacházíme mezi nimi značných rozdílů.

Stěžejním faktorem této práce bylo zjištění, že jak tištěné tak i internetové články měly stejný obsah. Jediným značným rozdílem bylo rozložení článků z grafického hlediska. Pouze u jednoho ze zkoumaných článků, který byl psán ve formě rozhovoru, zjistíme, že některé otázky a odpovědi byly v tištěné formě úplně vynechány, ovšem na internetovém serveru nalezneme tento článek kompletní.