

Technische Universität Berlin
Fakultät I
Institut für Sprache und Kommunikation
Straße des 17. Juni 135
10623 Berlin

Bachelorarbeit zur Erlangung des akademischen Grades Bachelor of Arts (B.A.)

Emotionalisierung als persuasive Strategie in Online-Überschriften. Analyse kommunikativer Strategien zur Aufmerksamkeitserrregung in Zeiten der ‚Corona-Krise‘

vorgelegt von Fabio Hintermayer

Matrikelnummer:

vorgelegt im Juli 2020

für die Prüfung zum Bachelor of Arts im Studiengang Kultur und Technik: Sprache und Kommunikation

an der Technischen Universität Berlin, Fakultät I – Geisteswissenschaften

Erstgutachterin: Prof. Dr. Dr. h.c. Monika Schwarz-Friesel

Zweitgutachterin: Maria Fritzsche, M.A.

Eidesstattliche Erklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und eigenhändig sowie ohne unerlaubte fremde Hilfe und ausschließlich unter Verwendung der aufgeführten Quellen und Hilfsmittel angefertigt habe.

Titel der Arbeit

Emotionalisierung als persuasive Strategie in Online-Überschriften. Analyse kommunikativer Strategien zur Aufmerksamkeitserregung in Zeiten der ‚Corona-Krise‘

Berlin, den 24.07.2020

Fabio Hintermayer

Inhaltsverzeichnis

0. Einleitung	- 5 -
1. Online-Journalismus	- 6 -
1.1 Sprache in Krisenzeiten -----	7 -
1.2 Konstruktion von Realität durch Medien -----	7 -
2. Persuasion	- 9 -
2.1 Persuasive Strategien in der Berichterstattung -----	10 -
2.2 Emotionalisierung -----	11 -
3. Textsorte - Überschrift	- 12 -
3.1 Semantische Merkmale -----	12 -
3.2 Stilistik -----	13 -
3.3 Funktion -----	13 -
5. Analyse	- 14 -
5.1 Forschungsfrage und Arbeitshypothese -----	15 -
5.2 Datenerhebung -----	15 -
5.3 Vorgehensweise -----	16 -
5.4 Erster Corona-Fall Deutschlands -----	16 -
5.4.1 Quantitative Analyse	- 16 -
5.4.2 Qualitative Analyse	- 18 -
5.4.2.1 Formale Ebene	- 18 -
5.4.2.2 Semantische Ebene	- 19 -
5.4.2.3 Funktionale Ebene	- 21 -
5.4.2.4 Persuasive Ebene	- 22 -
5.5 Pressekonferenz Kontaktbeschränkungen -----	24 -
5.5.1 Quantitative Analyse	- 24 -
5.5.2 Qualitative Analyse	- 26 -
5.5.2.1 Formale Ebene	- 26 -
5.5.2.2 Semantische Ebene	- 27 -
5.5.2.3 Funktionale Ebene	- 30 -
5.5.2.4 Persuasive Ebene	- 30 -
6. Vergleichende Auswertung	- 32 -
6.1 Quantitative Kontrastierung -----	32 -
6.2 Qualitative Kontrastierung -----	33 -
6.2.1 Formale Ebene.....	- 33 -
6.2.2 Semantische Ebene.....	- 33 -
6.2.3 Funktionale Ebene	- 35 -
6.2.4 Persuasive Ebene	- 35 -
7. Fazit / Diskussion	- 36 -

8. Anhang.....	- 38 -
8.1 Literaturverzeichnis.....	38 -
8.2 Quellenverzeichnis	41 -
8.3 Korpora	49 -
8.4 Tabellen	49 -

0. Einleitung

Massenmediale Berichterstattung ist die prägendste Form der unbewussten Beeinflussung hinsichtlich der Perzeption von Krisen, Katastrophen oder anderen tragischen Ereignissen, die sich im öffentlichen Diskurs manifestieren. Dominierend seit März 2020 sind Themen im Zusammenhang mit dem *Corona-Virus* und dessen Auswirkungen auf Ökonomie, Kunst, Kultur und insbesondere das tägliche Leben. In der vorliegenden Arbeit soll einführend dargestellt werden, wie massenmediale Berichterstattung - dabei vorangehend Online-Überschriften – fungiert und aus medial-konstruktivistischer Perspektive agiert. Im weiteren Verlauf dieser Arbeit werden persuasive Mechanismen; insbesondere der Emotionalisierung in der massenmedialen Berichterstattung als persuasive Strategie vorgestellt. Darüber hinaus soll die Konzeptualisierung *Coronas* in den vorhandenen Daten dekonstruiert werden.

Im Fokus dieser Arbeit werden Überschriften von Online-Artikeln stehen, bei denen zunächst eine linguistische Darlegung ihrer Eigenschaften folgen wird. Im letzten Teil der Arbeit werden mittels einer Korpusanalyse und einer qualitativen Inhaltsanalyse, Online-Headlines kognitionslinguistisch untersucht, die am Tage des ersten offiziell bestätigten Corona-Falls in Bayern und der Pressekonferenz der Bundesregierung zum bundesweiten Kontaktverbot veröffentlicht wurden. Mit Hilfe der vorangegangenen theoretischen Grundlagen sollen die Überschriften analysiert werden. Textlinguistisch werden formale, semantische und funktionale Merkmale untersucht. Kognitionslinguistisch soll herausgearbeitet werden, wie diese Merkmale sich auf persuasiver Eben verhalten und welchen Strategien diese zugrunde liegen. Nach einer zunächst separaten Analyse der beiden Tage wird abschließend eine Gegenüberstellung folgen, die Aufschluss darüber geben soll, ob sich etwa die Überschriften mit Zunahme politischer Maßnahmen im ‚Kampf gegen Corona‘ verändert haben und wenn dem so ist, anhand welcher Merkmale das explizit zu erkennen ist.

Abschließend werden die Ergebnisse diskutiert und dabei die Forschungsfrage, durch welche sprachlichen Mittel wird in Online-Überschriften eine emotionalisierende Wirkung auf die Rezipierenden evoziert, mit dem Ziel, den Online-Artikel aufzurufen, beantwortet.

1. Online-Journalismus

Das einführende Kapitel dieser Arbeit beschäftigt sich mit der Thematik des Online-Journalismus und dessen Verhältnis von Subjektivität und Objektivität.

Der Trend zeigt heute, dass viele Medien sich zu internetbasiertem Journalismus wenden, da sich vor allem eine jüngere Zielgruppe im Internet zuhause fühlt (vgl. NEUBERGER/QUANDT ²2019: 60). Zur Einordnung in den derzeitigen Kontext¹ kann anknüpfend daran auch angenommen werden, dass in Zeiten des eingeschränkten öffentlichen Raums, wie er sich in ‚Corona-Zeiten‘ kennzeichnet, die Rezipierenden eher auf Online-Nachrichtenseiten zurückgreifen², um einen möglichen Risikokontakt zu vermeiden. So zeigt sich in der Statistik Statista (2020), dass sich in Zeiten Coronas 69% aller Personen durch Online-Nachrichtenseiten³ über Corona informiert haben.

NEUBERGER/QUANDT (²2019: 63) definieren Internet-Journalismus als „Teil des Gesamtjournalismus [...], dessen öffentliche bzw. öffentlichkeitswirksame, non-fiktionale Aussagen auf Basis aktueller Ereignisse im Sinne einer Fremdkommunikation bzw. Berichterstattung über das World Wide Web oder andere Online-Kanäle distribuiert werden“. Dieser fungiert somit wie die Print-Variante jedoch mit anderer Zielgruppe und Reichweite.

In Bezug der Objektivität von Journalist*innen stellen LAUERER/KEEL (vgl. 2019: 103) fest, dass jene nicht losgelöst arbeiten, sondern unter ständigen Einflüssen ihres sozialen und beruflichen Umfelds, der Medienunternehmen, -systemen und Politiksystemen, in denen sie agieren. Somit kann ein*e Journalist*in keineswegs objektiv arbeiten (vgl. LAUERER/KEEL 2019: 106). Sie gehen davon aus, dass „insbesondere ökonomische Aspekte im Sinne Autonomie beschränkender Einflüsse“ agieren (LAUERER/KEEL 2019: 107), da sich Online-Journalismus durch hohen Wettbewerb auszeichnet (vgl. SEETHALER 2019: 216).

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Arbeit der Journalist*innen durch viele verschiedene Faktoren beeinflusst wird, die sich in der Sprachproduktion wiederfinden lassen.

¹ Hier bezieht sich der Autor auf die Umstände und Auswirkungen der Covid19-Pandemie im Zeitraum Februar 2020 bis dato (Anfang Juni 2020).

² S. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1120050/umfrage/informationsquellen-zum-coronavirus-in-deutschland/> [zuletzt abgerufen am 15-07.2020]

³ Hinzukommend haben sich 47% aller befragten Personen auf Online-Seiten von Ärzt*innen, Praxen, Kliniken, Forschungseinrichtungen informiert. 35% der Befragten auf Online-Seiten zum Thema Gesundheit. 7% jeweils auf Online-Seiten der Krankenkassen und Gesundheits-Apps. Den Zahlen zufolge waren Mehrfach-Antwortmöglichkeiten möglich.

1.1 Sprache in Krisenzeiten

Aus sprachwissenschaftlicher Sicht soll im Teil dieser Arbeit festgehalten werden, wie sich Sprache und Krise gegenseitig konstituieren.

KÄMPER manifestiert in ihren Ausführungen zu „Krise und Sprache“ folgende Gedanken:

„Gesellschaftliche Krisen werden durch Sprache repräsentiert und damit indiziert. [...] Die Art und Weise, wie über Sachverhalte als Krise gesprochen wird, stellt ein die Krise konstituierendes Moment dar“ (KÄMPER 2012: 246). Weiterführend bedeutet dies, dass Sprache und Krisen sich synergetisch konstituieren. Eine gesellschaftliche Krise fördert infolgedessen die Sprache in Zeiten der Krise und gleichzeitig ist sie selbst die Konstitution für das weitere Fortschreiten der Krise im Sinne mentaler Repräsentationen und derer sprachlichen Manifestationen durch die ständige Replikation ihrer konstituierten Krisensemantik.

In anderen Untersuchungen zur Krisensemantik wurde weiterführend untermauert, dass das Konzept KRISE Deutungsschema vermittelt, in welchem eine „Analyse- und Handlungsorientierung“ (SCHARLOTH ET. AL. 2010: 99) konstruiert wird (vgl. SCHARLOTH ET. AL. 2010: 99). Die KRISE ist vielmehr ein assoziativ-semantisches Konstrukt für Bedingungen und Geschehnissen, die mit dem Konzept in Verbindung stehen. Kognitiv wird die KRISE stärker emotionalisiert verankert, „je häufiger von Krise die Rede ist, je weiter verbreitet das Reden über die Krise ist und je mehr Sachverhalte als Teil der Krise identifiziert werden“ (SCHARLOTH ET. AL. 2010: 99). In Bezug auf die *Corona-Krise* kann folglich angenommen werden, dass das Schließen von Lokalitäten, Geschäften, das Absagen von Konzerten, Veranstaltungen usw. in direkter kognitiver Assoziation mit dem Konzept CORONA-KRISE / CORONA-VIRUS steht. Auch WENGELER/ZIEM kommen zu der Erkenntnis, dass das Berichten über *Krisen*, es zum Teil des „(öffentlichen) Bewusstseins“ (WENGELER/ZIEM 2014: 52) macht. Je häufiger die Krisenberichterstattung in den Fokus der Massenmedien gerät, umso mehr evolviert sich die *Krise* zum Teil einer (Medien-)Realität (vgl. WENGELER/ZIEM 2014: 52).

Somit lässt sich abschließend sagen, dass je präsenter sich der Krisendiskurs in massenmedialer Berichterstattung zeigt, desto prägender statuiert er kognitive Präsenz, die das kollektive Gedächtnis (nach ASSMANN ⁵2010) prägt. Im nächsten Abschnitt dieser Arbeit soll aus diesem Grund aufgezeigt werden, wie sich Medienrealität durch Berichterstattung und Sprache konstituiert und manifestiert.

1.2 Konstruktion von Realität durch Medien

Im Folgenden soll dargelegt werden, inwiefern Massenmedien Realität konstruieren und wie dies in Verbindung mit einer konstituierenden Krisensemantik steht.

Was bedeutet generell Medienrealität und welche Differenz ergibt sich zur subjektiven Realitätsvorstellung (nach FRÜH 1994: 66) eines Individuums? SCHULZ (1989) eruiert hinsichtlich der Medienrealität zwei unterschiedliche Perspektiven: die ptolemäische und die kopernikanische. Die ptolemäische Sichtweise fasst dabei Medien als objektives Spiegelbild der Gesellschaft auf - sie geben lediglich Geschehnisse wahrheitsgetreu wieder (vgl. FRÜH 1994: 28). Die kopernikanische⁴ Perspektive fasst die Medien viel weiter als realitätskonstruierende Instanz auf, die „Stimuli und Ereignisse in der sozialen Umwelt [...] selektier[t], [...] verarbeite[t] [und] interpretier[t,] so daß [sic] eine gemeinsame Basis für soziales Handeln[...] entsteht“ (SCHULZ 1989: 142). Der*die (ideale) kopernikanische Betrachter*in konstruiert sich mittels Massenmedien ein subjektiv-individuelles Bild der Realität eines Ereignisses (vgl. FRÜH 1994: 30). Somit übermittelt ein Massenmedium bestimmte Informationen eines Ereignisses an ein breites Publikum, welches sich dann die Informationen zu eigen macht und eine eigene Realität durch kognitive Bedeutungszuschreibungen konstruiert. Dabei wird angemerkt, dass Medien, Geschehnisse selten objektiv wiedergeben; sie werden stets mittels Strukturmerkmalen wiedergegeben. Die „eine“ objektive Realität bleibt somit ein idealisiertes Konstrukt (vgl. FRÜH 1994: 56).

Massenmedien zeichnen sich dadurch aus, dass sie „selektiv, strukturierend, konstruktiv und evaluativ[...] perspektivisch-selektiv, eklektisch und episodisch“ (FRÜH 1994: 57) sind. Sie bilden so „Realität“ aus einer Perspektive ab, die nur einzelne Facetten der abgebildeten Realität widerspiegelt. Dabei wird diese Perspektive konstruiert und in ihrem Rahmen evaluiert. Weiterhin konstruiert sich diese Perspektive durch subjektive Betrachtung und „journalismustypische[...] Kriterien“ (FRÜH 1994: 56). Dabei spielen sich die Einflüsse dieser Faktoren unbewusst ab, ohne dass ein*e Journalist*in sich des aktiven Einflusses stets bewusst sein kann. Eklektisch beschreibt die Tatsache der Selektion eines Ereignisses auf der Welt, über welches berichtet wird. Sie ist episodisch, da Berichterstattung von einem Thema zum nächsten übergeht (vgl. FRÜH 1994: 57). Dies bedeutet, dass Massenmedien nicht in der Lage sind eine objektive Realität abzubilden, sondern dass sie diversen Faktoren unterliegen, die die Konstruktion der abgebildeten Realität beeinflussen. Internalisierte Einflüsse mögen nicht bewusst agieren, sind dennoch Teil des Handlungsrahmens eines Individuums.

Das Medium ist so Beobachter eines Ereignisses, während man selbst zu den Beobachtenden des berichteten Beobachtens wird (vgl. LUHMANN ⁴2009: 104). Es lässt sich annehmen, dass

⁴ Aufgrund des kognitionslinguistischen Ansatzes dieser Arbeit, rückt die kopernikanische Perspektive für weitere Betrachtungsweisen in den Fokus

zwischen dem tatsächlichen Ereignis bis zur Rezeption der Aufnahme als Endrezipient*in, Informationen verändert werden oder verloren gehen. Anzunehmen ist demnach auch, dass das Ereignis in seiner gänzlichen Form nicht bei den Beobachtenden (Publikum) ankommt, da es zu vermehrten Störquellen in Kommunikationsprozessen kommen kann (vgl. WATZLAWICK/BAVELAS/JACKSON 1969). Kritisch zu reflektieren bleibt jedoch, dass die Autorität der Massenmedien hoch eingeschätzt wird und infolgedessen „Informationen, die im Modus der Nachrichten und Berichterstattung angeboten werden [...] [als] zutreffen[d] [...] [und] wahr [angenommen werden].“ (LUHMANN ⁴2009: 40).

Aus konstruktivistischer und kognitionslinguistischer Perspektive erhalten Zeichen beziehungsweise Informationen erst bei kognitiver Verarbeitung, Bedeutsamkeit durch subjektive Bedeutungszuschreibungen des*der Empfänger*in (vgl. FRÜH 1994: 22; auch SCHWARZ ³2008: 59ff.). Dadurch konstituieren sich kognitiv Bedeutungsrepräsentationen und semantische Netzwerke, die inhaltlich-assoziativ im Ko(n)text stehen (vgl. SCHWARZ/CHUR ⁵2007: 61f.). Folgernd konstruieren Zeicheninhalte, denen Bedeutungsrepräsentationen zugeschrieben werden, eine durch Medien konstruierte subjektive Realitätsvorstellung.

Um auf die Ausgangsfrage zurückzukommen, inwiefern Krisensemantik und Medienrealität in Zusammenhang stehen, pointieren ZIEM/SCHOLZ/RÖMER, dass „abstrakte „Gegenstände“ wie „Krisen“ oft erst durch ihre mediale Vermittlung und Verbreitung erfahrbar werden“ (ZIEM/SCHOLZ/RÖMER 2014: 330). Sie führen weiterhin aus, dass durch die mediale Vermittlung einer medial-konstruierten Realitätsvorstellung das tradierte Wissen in die Gesellschaft gelangt und dort Teil der subjektiven Realitätsvorstellung wird, so werden Krisen im öffentlichen Diskurs als Realität angesehen (vgl. ZIEM/SCHOLZ/RÖMER 2014: 330).

Bezieht man die Sprache der Krisensemantik ein, wird nicht nur der diskursiv-mediale Typus der Krise Teil der subjektiven Realitätsvorstellung, sondern auch Sprache trägt dazu bei Wirklichkeiten zu konstruieren, indem Bedeutungen zugeschrieben werden und Sinnwirklichkeiten konstituiert werden. So lässt sich annehmen, dass ein medial-geprägtes Krisenbild und die entsprechende assoziativ-semantische Krisensprache eine kognitive Realitätsrepräsentation der KRISE erzeugt.

2. Persuasion

Im Rahmen dieser Arbeit wird davon ausgegangen, dass das „Überzeugen“ (nach ORTAK 2004: 47) einer Person dazu führt, dass eine veränderte Haltung, Ansicht oder Einstellung gegenüber einem Thema eingenommen wird, welche zuvor nicht gegeben war (s. auch ORTAK 2004: 62

oder MERTEN 2015: 389f.). Dies kann bis zu einer Bewusstseinsveränderung gegenüber bestimmten Themen führen (vgl. MERTEN 2015: 390). Das „Überreden“ einer Person, welches zumeist in Massenmedien zu finden ist, wird hier als Mechanismus der kurzzeitigen Verhaltensänderung angesehen, ohne langfristige Einstellungsveränderungen (s. auch ORTAK 2004: 63 oder MERTEN 2015: 388). Beide Wirkmechanismen lassen sich als textexterne Prozesse postulieren, da sie erst durch kognitive Verarbeitungsprozesse ihren persuasiven Charakter entfalten, der sozial-individuell ist (vgl. ORTAK 2014: 49).

Charakteristika (nach MERTEN 2015: 386) sehen Persuasion als kommunikativ, mit einer intentionalen Absicht versehen, während sie auf eine bestimmte Reaktion der Empfangenden abzielt. Persuasion ist ausgehend von dem*der Sender*in als kommunikative Handlung anzusehen, welche als bewusst-kontrollierter, kognitiv beeinflussender Prozess, eine erwünschte Konsequenz bei dem*der Empfänger*in auslöst. Ergänzend ist die Authentizität der Quelle des Inhalts für die persuasive Wirkung genauso von essenzieller Bedeutung wie der vermittelte Inhalt per se (vgl. SCHENK 2002: 415). Im Rahmen dieser Arbeit wird angenommen, dass das Publikum Massenmedien als reliable Quelle ansieht.

Im nächsten Teil der Arbeit soll dargelegt werden, welche persuasiven Strategien in der Berichterstattung zu finden sind, wobei die Emotionalisierung hierbei im Fokus steht.

2.1 Persuasive Strategien in der Berichterstattung

Im Folgenden wird erörtert, welche persuasiven Strategien sich in der deutschen Berichterstattung finden, wie sie agieren und welche Rolle Emotionalisierung dabei spielt.

Grundlegend für weitere Ausführungen wird angenommen, dass Textrezeption nie die reine Informationsverarbeitung darstellt, sondern „je nach Textthema und Textgestaltung mehr oder weniger stark emotional gesteuerte Prozesse [involviert sind]“ (SCHWARZ- FRIESEL ²2013: 129). Dies bedeutet die ständige Aktivierung subjektiver Interpretationsprozesse bei kognitiver Verarbeitung von textuellen Informationen, die Teile der „objektiven“ Realität wiedergeben.

Die wichtigsten persuasiven Mittel der massenmedialen Berichterstattung nach SCHWARZ-FRIESEL (²2013: 226f.) sind:

- *„auf Autoritäten berufen (z. B. der UN-Sicherheitsrat..., wie der bekannte Politikwissenschaftler...),*
- *auf regelhafte Beziehungen (naturgemäß..., traditionell...) und auf kausale Faktoren (als Ursache, zwangsläufig...) referieren,*
- *auf Authentizität berufen (z. B. unsere Augenzeugen vor Ort...),*
- *Sympathieträger präsentieren (die kleinen Kinder..., die junge Mutter...),*

- *Atmosphäre über Analogien präsentieren (Wie im Schlaraffenland..., Wie Dantes Inferno...),*
- *hervorheben (im positiven oder negativen Sinn) (z. B. besonders brutal..., mit besonderer Vorsicht...),*
- *kontrastieren (die Armen ... die Reichen, die mächtige Armee ... das schwache Volk)“ (SCHWARZ-FRIESEL 2013: 226f.).*

Diese persuasiven Mittel werden in der noch folgenden Analyse eine beträchtliche Bedeutung spielen. Weiterhin soll die Emotionalisierung der Berichterstattung betrachtet werden.

2.2 Emotionalisierung

In Hinsicht der Emotionalität der Berichterstattung postuliert SCHWARZ-FRIESEL die Trennung zwischen permanent emotionaler Einstellung, die im Langzeitgedächtnis des*der Sender*in (hier: Massenmedien) abgespeichert ist, welche „alle Wahrnehmungs-, Denk- und Handlungsprozesse [determinieren]“ (SCHWARZ-FRIESEL 2013: 85) und aktuellen emotionalen Einstellungen, die als kurzzeitig und bewusstgemachte Einstellung klassifiziert wird. Berichterstattung mit besonders hohem textuellen Emotionspotential bemächtigt sich dabei der aktuellen Einstellungsänderung (vgl. SCHWARZ-FRIESEL 2013: 85). Aus kognitions-linguistischer Perspektive zeigen sich auf dieser Ebene bereits persuasive Mechanismen von immenser Größe.

Des Weiteren spielen hierbei auch parasoziale Faktoren eine Rolle, die besonders dann ausgelöst werden, wenn sich beziehungsähnliche Relationen begründend auf Empathie und Identifikation zwischen der Textwelt, den dortigen Charakteren und den Rezipierenden konstituieren. So ermöglicht sich für die Rezipierenden eine neue Sichtweise auf die Perzeption der Dinge (vgl. SCHWARZ-FRIESEL 2013: 215), die sich zu einer fundierten „emotionale[n] Grundhaltung im Sinne einer allgemeinen Einstellung etabliert“ (SCHWARZ-FRIESEL 2013: 230). In Bezug auf Massenmedien lässt sich annehmen, dass das Publikum die Ereignisse durch die Perspektive der Medien rezipiert und dabei Bewertungen vermittelt werden, die persuasiv auf die Einstellung des Publikums wirken.

FIEHLER spricht dabei von „bewertete[n] Sachverhalte[n]“ (FIEHLER 1993: 152), die kommunikativ ausgetauscht werden. Er postuliert weiterhin, dass bei kommunikativem Verhalten, bei dem Emotionen nicht explizit das Thema der Unterhaltung sind, sondern unterschwellig vermittelt werden, Bewertungen an die Rezipierenden weitergetragen werden (vgl. FIEHLER 1990: 115). Dies in Konsideration ziehend steckt hier ein grundlegender Aspekt des Potentials emotionalisierender Texte, denn Bewertungen spielen hierbei eine immense Rolle, wenn bedacht wird, welche Reichweite massenmediale Kommunikation besitzt.

Es lässt sich also festhalten, dass Persuasion in der Lage ist kurz- oder langfristig die Einstellung der Rezipierenden zu ändern. Da Überschriften der Untersuchungsgegenstand dieser Arbeit sind, ist die Annahme, dass es sich dabei um eine kurzfristige Beeinflussung (Überredung) handelt, die die Aufmerksamkeit der Online-Rezipierenden evoziert. Emotionalisierung als persuasive Strategie ist in der Lage, eine kurzfristige Einstellungsänderung hervorzurufen, die dazu führt, dass Rezipierende den Artikel aufrufen.

Im nächsten Kapitel werden dazu aus textlinguistischer Perspektive Merkmale von Überschriften betrachtet.

3. Textsorte - Überschrift

In diesem Teil der Arbeit soll die Überschrift als Textsorte näher bestimmt werden. Dabei werden vor allem Merkmale, Stilistik und Funktion in den Fokus gerückt. Während eine Print-Überschrift schlichtweg die Lesenden zum Kauf überzeugen muss, muss die Online-Überschrift aufgrund von SEO-Aspekten⁵ so produziert werden, dass Suchmaschinen den Artikel als relevant erkennen und diesem eine hohe Suchposition zuweisen (vgl. REITER ²2009: 62f.).

3.1 Semantische Merkmale

LANG definiert die nachrichtliche Überschrift, wie sie in dieser Arbeit vorliegt, als referenzierendes Mittel (vgl. LANG 1993: 158), welches sich hier auf *Corona* bezieht. Auch WULFF ist dieser Ansicht und beschreibt Überschriften als partiell-kontextabhängige Repräsentation des Textinhalts (vgl. WULFF 1985: 64). Grundlegend müssen Überschriften „Ganzheits- oder Gestaltcharakter haben“ (WULFF 1985: 57), um den Text repräsentativ darzustellen und dessen wichtigste Informationen zu liefern. Obwohl BURGER (vgl. 2000: 622) davon ausgeht, dass aufgrund ihrer intratextuellen Eigenschaft, Überschriften keine autonome Textsorte darstellen, wird hier auf MAKOWSKA (vgl. 2010: 99) verwiesen. Nach Eruiierung des Forschungsstands der Überschriften, kam sie zur Erkenntnis, dass Überschriften⁶ und Ko-Text wechselseitige semantische Referenzen aufweisen. Dabei kann die Überschrift sowohl als integraler Bestandteil des Gesamttexts gesehen werden, welcher die Überschrift zur Einheit des Texts bindet oder als isolierter Meta-Text, der über dem Ko-Text steht (vgl. MAKOWSKA 2010: 99; auch TSCHAUDER 1967: 306). Aufgrund des vorliegenden Korpus wird die Überschrift als isolierter Meta-Text betrachtet, welcher sich zwar semantisch auf einen Text bezieht, dabei

⁵ SEO meint die Search-Engine-Optimization. Kriterien sind dabei nach REITER (²2009:63f) relevante Schlüsselbegriffe im Text, originäre Texte und bestimmte Programmierungen der Webseite.

⁶ MAKOWSKA bezieht sich zwar auf Titel, lässt sich die Analogie jedoch auch auf Überschriften übertragen.

jedoch auch genügend semantisches Gehalt liefert (wenn auch nicht konkretisiert genug), um den Rezipierenden benötigte Informationen als Leseanreiz zu liefern.

3.2 Stilistik

Da sprachlich-stilistische Merkmale in der späteren Analyse noch herausgearbeitet werden, wird im Folgenden nur eine kurze Übersicht über Besonderheiten der Überschrift skizziert.

Die wohl prägnanteste Eigenschaft von Überschriften ist der Telegrammstil, der überwiegend vorzufinden ist (vgl. ESSLINGER/SCHNEIDER ⁵2015: 41). Dieser kennzeichnet sich vor allem durch seinen elliptischen Stil⁷ aus, der oft einzelne syntaktische Funktionen wie Prädikate, (un-) bestimmte Artikel, Possessivpronomen und Weiteres verschwinden lässt. Trotz der elliptischen Struktur der Überschrift soll die Überschrift konkretisiert und unmissverständlich formuliert werden, etwa durch syntaktische Struktur, eindeutige Lexeme und präzise Tempusformen (vgl. KURZ ET. AL. ²2010: 304f.).

Der Doppelpunkt in Überschriften lässt Strukturierung zu oder weist in bestimmte Thematiken ein (vgl. KURZ ET. AL. ²2010: 305):

(1) Corona: Hamburger vor Kontaktverbot einsichtig [B70]

An diesem Beispiel lässt sich erkennen, dass das auf den Doppelpunkt folgende sich textsemantisch auf das Thema *Corona* bezieht, wodurch zum einen Kohärenz gestiftet wird und zum anderen das Thema den Rezipierenden durch semantische Aktivierung leicht zugänglich gemacht wird.

3.3 Funktion

Produzierende der Überschriften setzen konzeptuelles Weltwissen (s. dazu SCHWARZ ³2008: 60ff.) der Rezipierenden voraus. Wird auf ein Ereignis oder einen Sachverhalt referiert, muss den Rezipierenden dieser bekannt sein, wodurch Interesse bei den Rezipierenden evoziert wird oder die Unbekanntheit des Sachverhalts dieses evoziert. STARKULLA⁸ (1993) versteht die Überschrift als Leseanreiz mit der Funktion kognitiver Manipulation, die von Massenmedien konstituiert wird und die im Ko-Text folgende Kommunikation in Form einer Meldung präsentiert (vgl. STARKULLA 1993: 99). Durch diesen persuasiven Akt werden Rezipierende „zur Perzeption und Apperzeption ihres ‚Textes‘ [...] [veranlasst]“ (STARKULLA 1993: 99).

Die Überschrift besitzt zudem die Funktion des Meta-Texts. Nicht nur, dass sie wörtlich über dem Text steht, sondern ihn auch in seiner Gänze inhaltlich zusammenfasst (vgl. MAKOWSKA

⁷ Weitere kürzende Mittel finden sich bei KURZ ET. AL. (²2010: 306-319).

⁸ Hierbei wird seine Analogie von Print- zu Online-Überschriften übertragen.

2010: 96). Aus kognitiv-semantischer Perspektive ist zu betonen, dass beim Rezipieren einer Überschrift, semantische Assoziationen aktiviert werden, worauf gefolgert werden kann, dass ein gewisser Priming-Effekt mit der Rezeption einhergeht (vgl. MAKOWSKA 2010: 96). Den Priming-Effekt unterschwellig erfahrend, lesen die Rezipierenden den Text aus einer bestimmten Perspektive. So rezipiert die Leser*innenschaft den Text aus einer bestimmten Erwartungshaltung heraus. Hierbei agieren bottom-up und top-down Prozesse bei der Textrezeption (vgl. SCHWARZ-FRIESEL/CONSTEN 2014: 64f.), denn der „Titel [hier: Überschrift, Anm. F.H.] bildet einen semantischen Rahmen, lenkt [...] Wahrnehmung in bestimmte Bahnen, [...] in dem sich [...] [ein Text] präsentieren kann“ (MAKOWSKA 2010: 96).

Die Überschrift konstituiert so mentale Repräsentationen und löst affektive Reaktionen infolge ihrer „starke[n] suggestive[n] Energie“ (WULFF 1985: 71) gegenüber den Artikeln aus, sodass erst durch das Lesen des Artikels die erzeugte Spannung aufgebrochen und die Kontextdetermination (nach WULFF 1985: 71) aufgelöst wird (vgl. WULFF 1985: 71). Somit hat die Überschrift nicht nur die Funktion die Rezipierenden über den Inhalt der Meldung zusammenfassend zu informieren, sondern inkrementell Spannung zu erzeugen, semantische Assoziationen hervorzurufen und affektive Reaktionen auszulösen. In Hinsicht auf Online-Überschriften in einer Vielzahl von Überschriften besteht hier vor allem die Funktion des Auslösens einer affektiven Reaktion in Form eines Leseanreizes (vgl. STARKULLA 1993).

Die Überschrift wird, wie im Vorangegangenen dargelegt, als meta-textuelles Element verstanden, welches die Funktion besitzt, mittels persuasiver Strategien, die Rezipierenden dazu zu bewegen die Überschrift aufzurufen und den Artikel zu lesen. Dabei schafft sie einen semantischen Rahmen, der eine subjektive Realitätsvorstellung der Rezipierenden konstituiert und vermag dabei affektive Reaktionen auszulösen. Sie ist somit sowohl Leseanreiz als auch informationsstiftendes Mittel durch Relevanzvermittlung.

Im nächsten Kapitel sollen dazu die Überschriften anhand der dargelegten Theorie analysiert werden.

5. Analyse

Die Theorie abschließend sollen nachfolgend die Online-Überschriften regionaler und überregionaler Publikationsmittel aufgrund ihrer sprachlichen Merkmale, die für diese Arbeit relevant sind, untersucht werden.

5.1 Forschungsfrage und Arbeitshypothese

Im Fokus der Analyse sprachlicher Daten dieser Arbeit steht das Narrativ um *Corona*. Aus dieser Betrachtungsweise heraus soll untersucht werden, welche sprachliche Mittel in Online-Überschriften eingesetzt werden, die über ein (hohes) Emotionspotential verfügen. Die konkrete Forschungsfrage dazu lautet:

Durch welche sprachlichen Mittel in Online-Überschriften wird eine emotionalisierende Wirkung auf die Rezipierenden evoziert, mit dem Ziel, den Online-Artikel aufzurufen?

Die mit der Forschungsfrage einhergehenden Arbeitshypothesen lauten:

- H1 Kommunikative Strategien, die ein hohes Emotionspotential aufweisen, werden eingesetzt, um die Rezipierenden dazu zu bewegen den Artikel aufzurufen.
- H2 Je weiter die ‚Corona-Krise‘ im öffentlichen Diskurs voranschreitet ist, desto mehr emotionalisierend wirkende Sprachmittel werden eingesetzt.
- H3 Corona wird in den Online-Überschrift als FEIND beziehungsweise VERURSACHER konzeptualisiert.

5.2 Datenerhebung

Die erhobenen Daten wurden mittels der Google-Suchfunktion zusammengetragen. Dabei wurden zwei Tage gewählt, die als besonders interessant erschienen. Zum einen der erste offiziell bestätigte Corona-Fall in Bayern⁹ am 28.01.2020¹⁰ und zum anderen der Tag der Pressekonferenz der deutschen Bundesregierung bezüglich des bundesweiten Kontaktverbots¹¹ am 22.03.2020¹². Es wurden jeweils 100 Online-Überschriften von regionalen und überregionalen Publikationsmitteln an beiden Tagen zusammengetragen. Das Schlüssellexem bei der Recherche war *Corona*. Da es galt, präzise Überschriften zur Thematik zu finden wurden keine anderen Schlüsselbegriffe eingesetzt. Die Kriterien für die Auswahl der Überschriften waren thematischer Zusammenhang (Referenz) und Aktualität an den entsprechenden Tagen. Die Google Suchfunktion wurde als Recherchemittel eingesetzt, um insbesondere Online-Seiten zu finden, die eine hohe Reichweite besitzen. Aufgrund der höheren Suchmaschinenpositionierung ist die Chance höher, dass diese Artikel tatsächlich aufgerufen wurden. Zudem selektierte so die Suchmaschine die Überschriften und nicht der Forschende selbst.

⁹ S. <https://www.kreisbote.de/lokales/starnberg/mann-landkreis-starnberg-corona-virus-infiziert-13504871.html> [letzter Zugriff am 02.07.2020]

¹⁰ Auch Korpus A im weiteren Verlauf genannt.

¹¹ S. <https://www.idowa.de/inhalt.corona-krise-in-deutschland-die-beschluesse-von-ministerpraesidenten-und-bundesregierung.cf14cf5d-6470-4a74-9fb7-0c683db22999.html> [letzter Zugriff am 02.07.2020]

¹² Auch Korpus B im weiteren Verlauf genannt.

5.3 Vorgehensweise

Die quantitative und qualitative Analyse erfolgt zunächst getrennt voneinander, während die Ergebnisse im zweiten Schritt kontrastierend ausgewertet werden. Beide Analyseschritte erfolgten mittels AntTag, AntConc und Excel. Nach einer Mehr-Ebenen-Analyse (nach SCHWARZ-FRIESEL/CONSTEN 2014: 40ff), erfolgt die Analyse auf persuasiver Ebene. Im Fokus der Analyse steht die Konzeptualisierung des CORONA-VIRUS und der CORONA-KRISE sowie der formale, semantische und funktionale Wirkrahmen.

5.4 Erster Corona-Fall Deutschlands

5.4.1 Quantitative Analyse

Teilkorpus A besteht aus 866 Tokens und 392 Types¹³ verteilt in 100 Überschriften, die am 28.01.2020 publiziert wurden.

Rank	Lexem	Frequenz	Relative Häufigkeit	Kumulative Häufigkeit
1	coronavirus	54	6,24%	6,24%
2	corona	40	4,62%	10,85%
3	virus	39	4,50%	15,36%
4	in	32	3,70%	19,05%
5	auf	21	2,42%	21,48%
6	deutschland	16	1,85%	23,33%
7	das	13	1,50%	24,83%
8	sich	13	1,50%	26,33%
9	fall	11	1,27%	27,60%
10	wie	11	1,27%	28,87%

Tabelle 1: Korpus A Lexemverteilung

Auffällig bei der Wortliste in Tabelle 1 dieses Korpus ist, dass die ersten 10 Tokens schon fast ein Drittel des gesamten Korpus ausmachen. Dabei nehmen *coronavirus*¹⁴ 6,24%, *corona* 4,62% und *virus* 4,5% des Korpus ein; dies entspricht 133 Tokens; somit ein Achtel des Korpus.

Noch interessanter ist es, dass das Lexem *krise* zum derzeitigen Zeitpunkt kein Mal im Korpus zu finden ist. Weiterhin steht *deutschland* als lokale Rahmung im Fokus der Überschriften. Zudem sind die lokalen Präpositionen *in* und *auf* häufig vertreten. Der Suchbefehl AntConcs „erst*“ erzielte lediglich acht Treffer, obwohl es sich um eine medial-relevante Meldung über den ersten Corona-Fall Deutschlands handelte.

¹³ Hierbei wurden keine Interpunktionen beachtet, jedoch Zahlenwerte. Außerdem schien aufgrund der Fragestellung die Beachtung der Groß- und Kleinschreibung für obsolet. Aus diesem Grund werden die Lexeme/Wörter zur Stringenz kleingeschrieben, während Beispiele ihre ursprüngliche Formatierung beibehalten.

¹⁴ Groß- und Kleinschreibung wurden bei der Analyse nicht berücksichtigt, weswegen hier zum Teil Lexeme kleingeschrieben werden.

In Tabelle 2 wurden die Häufigkeiten der einzelnen Tokens berechnet. Zum einen in Abhängigkeit der Wortform normaler Nomina und zum anderen in Abhängigkeit der gesamten Token. Dabei nehmen *coronavirus* und *corona* circa 30% der vorkommenden Nomina ein und sind somit dominierend im Korpus. *Virus* erscheint nur 12,62% und *krise* gar nicht.

	coronavirus (n=54)	corona (n=40)	virus (n=39)	krise (n=0)
NN (n=309)	17,48%	12,94%	12,62%	0%

Tabelle 2: Lexem A Häufigkeitsverteilung NN

Die Präpositionen *in* und *auf* nehmen 53% der vorkommenden Präpositionen ein (Tab.3).

28. Jan	in (n=32)	auf (n=21)
APPR (n=100)	32%	21%

Tabelle 3: Korpus A Häufigkeitsverteilung APPR

Die Kollokationsanalyse¹⁵ ermittelt, mit welchen anderen Lexemen *corona* im Korpus auftritt, da „[mit] diese[r] Bindung [Kollokation, Anm. F.H.], Assoziation [Hervorhebung im Original], als statistische Signifikanz ausgedrückt“ (BUBENHOFER 2017: 69) wird. Das häufige Vorkommen der Kombination *corona* und *virus* liegt der Konstituierung im öffentlichen Diskurs zugrunde. Die Präposition *in* kommt vorwiegend in Verbindung mit lokaler Deixis vor.

Rank	Häufigkeit	Häufigkeit links	Häufigkeit rechts	Lexem
1	37	7	30	virus
2	9	2	7	in
3	5	4	1	das

Tabelle 4: Korpus A Kollokationen

Wie in Tabelle 5 gezeigt wird, handelt es sich bei *corona virus* um das häufigste Bi-Gramm gefolgt von *in deutschland*, *coronavirus in* und *fall in*. Die häufigsten Tri-Gramme sind *coronavirus in deutschland* und *fall in deutschland*, welche jeweils fünf Mal erscheinen.

Rank	Häufigkeit	Range	N-Gramm
1	29	1	corona virus
2	12	1	in deutschland
3	9	1	coronavirus in
4	6	1	fall in
5	5	1	coronavirus in deutschland
6	5	1	das coronavirus
7	5	1	fall in deutschland
8	5	1	virus in
9	4	1	auf corona
10	4	1	auf coronavirus

¹⁵ Die Kollokationen im maximalen Umfang eines Penta-Gramms wurden hierbei einbezogen.

5.4.2 Qualitative Analyse

Im Kommenden werden die Überschriften vom 28.01.2020 qualitativ auf formale, semantische und funktionale Merkmale untersucht (nach SCHWARZ-FRIESEL/CONSTEN 2014: 40ff.).

5.4.2.1 Formale Ebene

Die kürzeste Überschrift umfasst 5 Lexeme und 19 Zeichen, während die längste 18 Lexeme und 101 Zeichen kennzeichnet. Somit drei Mal mehr Lexeme und die fünffache Anzahl an Zeichen. Anders als bei Print-Überschriften scheint hier die Spannweite der Überschriftenlänge wohl aufgrund der medialen Struktur redaktionell zu variieren, da zumal eine Website mehr Raum bietet als eine klassisch gedruckte Zeitung. Das arithmetische Mittel liegt bei 462 Zeichen und circa 8,4 Lexemen.

Grafische Elemente werden in Tabelle 6 dargestellt. Auffällig dabei ist, aber auch gleichzeitig textsortentypisch, dass keine Punkte zu finden sind, während elf Interrogativzeichen zu finden sind, die als umstritten in der Journalistik gelten (vgl. ESSLINGER/SCHNEIDER 2015: 46ff.). Die zu findenden Doppelpunkte werden vor allem als thematische Einleitung und Kontextualisierung der danach folgenden Aussage (2) eingesetzt.

(2) Corona-Virus: Amt sieht keinen Grund zur Panik [A82]

Bindestriche sind bei Komposita mit *Corona* zu finden, die syntaktische und assoziative Nähe schaffen. Zumal das Lexem *corona-virus* 19-mal und das Lexem *coronavirus* 31-mal auftritt. Gedankenstriche werden vor allem eingesetzt, um mehrere Aspekte in einer Überschrift darzustellen. Wie in Beispiel (3) ersichtlich wird, ist die Überschrift schon fast antithetisch aufgebaut und impliziert, dass das *Corona-Virus* zwar gefährlich sein könnte, aber es „kein Grund zu Panik“ gäbe, da es vermutlich nicht so gefährlich ist.

(3) Landratsamt Bamberg informiert: Corona-Virus – Kein Grund zur Panik [A74]

Anführungszeichen werden zur Markierung von Zitaten eingesetzt, während Interrogativzeichen vage Aussagen der Textproduzierenden vermuten lassen wie in (4).

(4) Coronavirus erreicht Deutschland - Droht jetzt eine Pandemie? [A27]

Exklamativzeichen werden warnend (5) oder als Handlungsempfehlung (6) eingesetzt:

(5) Kommentar: Coronavirus - Lass dich nicht anstecken! [A76]

(6) Maßnahmen gegen Coronavirus: Hände waschen nicht vergessen! [A51]

Interpunktion	Punkte	Doppelpunkte	Binde-/Gedankenstriche	Anführungszeichen	Interrogativzeichen	Exklamativzeichen	Kommata
Anzahl	0	42	34 / 29	16	11	3	6

Tabelle 6: Korpus A Interpunktion

Wie Beispiele (2), (5) und (6) schon vermuten ließen, stehen die Lexeme *coronavirus* und *corona-virus* meist initial (n=50) in der syntaktischen Ordnung der Überschriften. Mediale Positionen sind eher selten zu finden, während finale Stellungen (n=22) der zwei genannten Lexeme üblicher sind.

Hinsichtlich der syntaktischen Einheiten der Überschriften ist besonders die Häufigkeit von modalen, kausalen und lokalen syntaktischen Kodierungen auffällig. Die lokale Präposition *in*, die in 30% der Überschriften zu finden ist, markiert sprachlich zum einen das Faktum des Einzugs des Corona-Virus in verschiedene Teile Deutschlands (7), aber zugleich auch die sprachliche Kodierung, die das Lexem in den öffentlichen Diskurs einführt.

(7) Gesundheitsbehörde bestätigt drei weitere Corona-Fälle in Bayern [A08]

Die kausale Präposition *gegen* kodiert *Corona* als Gegenspieler zu Menschen (8), während die Präposition *vor* die perspektivische Kodierung (IST FEIND) unterstützt (9). Steigernd wird sprachlich das Ausmaß des *Corona-Virus* in Frage gestellt (10) durch die Modalität des Lexems *wie*, die jedoch auch fragend nach dem Schutz vor dem Virus agiert (vgl. [A100]).

(8) Erster Fall in Deutschland Vorkehrungen gegen Coronavirus - Atemschutzmasken ausverkauft [A37]

(9) Angst vor Coronavirus: Unterfranken decken sich mit Atemschutzmasken ein [A13]

(10) Wie gefährlich ist das Corona-Virus? [A47]

5.4.2.2 Semantische Ebene

Im Kommenden werden Entitäten der semantischen Ebene näher analysiert. Dazu wird die Konzeptualisierung des CORONA-VIRUS im Korpus betrachtet sowie Wortfelder, metaphorische Ausdrücke und weitere semantische Charakteristika.

Wie qualitativ schon ausgewertet, wird das Lexem *Corona* häufig mit *Virus* gekoppelt, wodurch sich eine syntaktische, semantische und assoziative Nähe konstituiert. Das CORONA-VIRUS konzeptualisiert sich vor allem durch metaphorische Konzepte (vgl. SKIRL/SCHWARZ-FRIESEL 2013: 10), die das Virus sprachlich kodieren. CORONA wird als (NEUARTIG, FEINDLICH, ANGSTEINFLÖBEND, VERBREITET SICH) konzeptualisiert. Sprachlich manifestiert sich das vor allem durch die lokale Einordnung des *Virus* (vgl. Kapitel 5.4.1.1) beziehungsweise des

Eindringens¹⁶, der Verbreitung des Virus und erster Fälle in Deutschland¹⁷. Zusätzlich wird von einem „neuen Virus in Europa gesprochen“ (vgl. A87).

Als FEINDLICH wird CORONA vor allem durch konventionelle Kampfmetaphorik konzeptualisiert, die im Virus-Diskurs stark verbreitet ist (vgl. auch GREDEL 2014: 89f.). Es wird davon gesprochen, wie sich einzelne Regionen auf den Kampf¹⁸ gegen Corona vorbereiten (vgl. (9), (10)) und Maßnahmen ergreifen¹⁹.

Zu dem entsprechenden metaphorischen Wortfeld zählen sich Lexeme wie *verbreiten*, *schützen*, *gegen*, *Vorkehrung*, *reagieren*, *Gefahr*, *besorgt*, *Maßnahme gegen*, *sich rüsten*, *ankommen*, die die Kampfmetaphorik sprachlich kodieren.

Das Konzept VIRUS per se materialisiert sich sprachlich durch medizinische Lexeme wie *Verbreitung/Ausbreitung*, *Infektion/infizieren*, *Fälle*, *Pandemie/Epidemie*, *anstecken*, *Krankenhaus*, *Testergebnis*, *Schutzmasken*, *Ansteckungsgefahr/anstecken*, *Ausbruch*, *Hände waschen*, *Gefahr/gefährdet*, *Patient*, *Notfall*, *Vorsicht*. So wird das Virus als etwas (SICH SCHNELL VERBREITENDES) konzeptualisiert, welches den Organismus (hier: Deutschland) sprachlich und materiell einnimmt.

Ergänzend finden sich emotionsbezeichnende²⁰ Lexeme wie *Angst* und emotionsausdrückende Lexeme wie *Panik(-mache)*, *beunruhigend*, *Entwarnung*, *drohen*, *ungewiss*, *warnen*, die CORONA als etwas (ANGSTEINFLÖBENDES oder BEDROHLICHES) wirken lassen.

Ferner manifestiert sich das *Corona-Virus* im Kollektivsingular, welches dem *Virus* zusätzliche sprachliche Kodierung einer geballten Macht, von der Gefahr ausgeht, gibt, die sich in nur einem Lexem bündelt (vgl. GREDEL 2014: 93f.). Evaluiert wird diese sprachliche Präsenz durch die Personifikation des *Virus* als handelnder Akteur²¹, indem ihm Handlungsmacht sprachlich zugesprochen wird. Dies manifestiert sich zum einen durch die Agens-Rollen der Satzsemantik und zum anderen durch die gegebene Wortsemantik.

¹⁶ Vgl.: A27, A07, A16, A33

¹⁷ Vgl.: A07, A16, A33, A43, A44

¹⁸ Vgl.: A06, A09, A12, A23, A24, A25, A35, A37, A39, A51, A59, A62, A64, A65, A77, A78, A79, A81, A85, A86, A90, A91, A93, A95, A99, A100

¹⁹ Vgl.: A86, A69, A51, A59

²⁰ S. dazu SCHWARZ-FRIESEL²2013: 144ff. / zu emotionsausdrückenden Lexeme SCHWARZ-FRIESEL²2013: 151ff.

²¹ S. zu Virus als handelnder Diskursakteur (GREDEL 2014: 93f.)

Hinsichtlich der Aktantenverteilung auf Satzebene²² (vgl. auch PRIMUS 2002) zeigt sich, dass *Corona* vor allem dann in der Rolle des Agens zu finden ist, wenn es sich um personifizierende Eigenschaften handelt, die CORONA Handlungsraum zusprechen²³. Vorwiegend sind atelische Verben zu finden, die CORONA ergänzend eine verweilende Anwesenheit zusprechen: *im Bann halten, erreichen/ankommen, Sorge für, beeinflussen, zu schaffen machen, ausbreiten*. In der Patiens-Rolle übernimmt CORONA als Gegenspieler in Akkusativkonstruktionen²⁴, welches in direkter Stellung von dem Aktant-AG betroffen ist. Zusätzlich findet sich *Corona* in kausalen Dativkonstruktionen²⁵.

Auf wortsemantischer Ebene kristallisiert sich die Handlungsmacht von CORONA durch Verben heraus, die eine Handlung implizieren²⁶. Es wird so zum „Diskursakteur mit menschlichen Eigenschaften“ (GREDEL 2014: 164).

Außerdem zeigen sich Lexeme mit pejorativer Konnotation (nach SCHWARZ-FRIESEL ²2013: 165ff.), die im semantischen Umfeld von *Corona* eingebettet sind: *(Corona-)Virus / Virusinfektion Todesursache, Totenschein, beunruhigend / besorgt, im Ernstfall, Ansteckung / anstecken, Angst, Infektion / infizieren, Panik(-mache), drohen, Pandemie / Epidemie, warnen, besorgt, Gefahr - gefährlich - gefährdet, Maßnahmen / Vorkehrungen, Kampf*. Sie besitzen das Pejorative als „integrale[n] Bestandteil [ihrer] Bedeutung“ (SCHWARZ-FRIESEL ²2013: 167) und liefern dem semantischen Gehalt zusätzliche Emotivität.

Die semantische Analyse dekonstruierte sowohl durch ihre Kontextabhängigkeit und dem Einsatz sprachlicher Mittel die Überschriften in Bezug ihres Emotionspotentials. Im nächsten Schritt wird dazu die funktionale Ebene genauer betrachtet.

5.4.2.3 Funktionale Ebene

In erster Linie haben die Überschriften des Korpus A/B die Funktion inne, über Corona zu berichten. Da die Überschrift isoliert betrachtet wird, kann sie die Funktion der Kontradiktion des Ko-Texts nicht erfüllen, sondern agiert als Meta-Text. In zweiter Hinsicht soll die Überschrift die Aufmerksamkeit der Rezipierenden gewinnen. Sie soll gebündelt genügend Informationen liefern, um einen Leseanreiz zu bieten, der eine kognitive Dissonanz auslöst

²² Aufgrund der elliptischen Satzstruktur konnten gewiss nicht alle Überschrift anhand ihrer Aktantenverteilung analysiert werden. Falls möglich, wurden auch implizierte Agens-/Patiensrollen in die Auswertung miteinbezogen.

²³ Vgl.: A26, A27, A28, A31, A32, A45, A48, A68, A70, A72, A73, A88, A92

²⁴ Vgl.: A09, A12, A15, A20, A23, A33, A37, A39, A51, A57, A75, A79, A81, A97

²⁵ Vgl.: A11, A13, A29, A50, A89

²⁶ Vgl. A27, A30, A32, A45, A48, A68, A70, A72, A73, A92

(fehlende Informationen), die dadurch aufgelöst wird, dass zusätzliche Informationen (Artikel) rezipiert werden, wodurch eine kognitive Konsonanz erfolgt (vgl. LUHMANN⁴2009: 102).

Der Telegrammstil, der in beiden Korpora überwiegt, erzeugt eine Dringlichkeit (vgl. RAGER ET. AL. 1998: 497), die den Rezipierenden vermittelt werden soll und den Leseanreiz verstärkt. Die Reichweite der Medien kann hier als 1:n bezeichnet werden (vgl. BUBLITZ 2013: 31), da es nur mittels Search-Engine-Analysen möglich ist, die genauen Aufrufzahlen ausfindig zu machen und dies im Rahmen dieser Arbeit nicht weiter notwendig erscheint.

Überschriften weisen generell eine monologische Struktur auf, da die Rezipierenden nicht auf die Überschriften antworten können – nur im Falle von Kommentarfeldern. Die primäre Illokution ist repräsentativ: sie informieren über das Corona-Virus. Die Implikaturen ergeben sich über die Konzeptualisierung des CORONA-VIRUS, dem semantischen Kontext und der syntaktischen Positionierung. Ist diese Prämisse gegeben, impliziert das *Corona* als perspektivisch dargestellte Bedrohung (Eindringling) und suggeriert den Rezipierenden eine Haltung gegen CORONA. Die Überschriften des Korpus A implizieren außerdem, dass Corona sich als zukünftiges Ereignis in Deutschland manifestieren wird und eine Perspektive (CORONA ALS FEINDLICHE BEDROHUNG) wird dabei eingenommen. Plakativ dafür ist Beispiel (10):

(10) Angst vor Coronavirus: Unterfranken decken sich mit Atemschutzmasken ein [A13]
Eine der expliziteren Überschriften zeigt CORONA als feindliche Bedrohung, gegen die Schritte eingeführt werden. Diese Perspektivierung erfolgt durch (WIR GEGEN CORONA). Wie dies durch emotionalisierende Strategien unterstützt wird, wird im nächsten Kapitel dargelegt.

5.4.2.4 Persuasive Ebene

Während auf sprachlicher Ebene die entsprechenden Mittel analysiert wurden, soll nun nach SCHWARZ-FRIESEL (²2013: 226f.) die entsprechenden Strategien herausgearbeitet werden, die mit den emotionalisierenden Wirkmechanismen auf sprachlicher Ebene einhergehen.

Durch die Analyse stellten sich folgende kommunikative Strategien fest, die zusätzlich zu den sprachlich-emotiven Mitteln emotionalisierend wirken: Authentizität evozieren, auf Autorität berufen, kausale Faktoren, Kontrastierung und Atmosphäre schaffen durch metaphorische Ausdrücke.

In Bezug der Authentizität²⁷ lässt sich postulieren, dass CORONA im Fokus der Überschriften als personifizierter Aktant manifestiert wird, welcher sich ‚gegen Deutschland richtet‘. Sprachlich kodiert sich dies durch die Darstellung CORONA (ALS FEIND). Dazu wird sich stetig auf Gegebenheiten bezogen, in denen *Corona* syntaktisch und semantisch als FEINDLICH konzeptualisiert wird:

(11) Coronavirus: Folgen für Stuttgart - Messe verschoben, Flughafen stellt Schilder auf [A14]

Aber auch einzelne Schicksalsfälle rücken bei dieser Strategie in den Vordergrund; so wird von *Corona-Patienten/Infizierten* berichtet, die Empathie oder Mitgefühl evozieren sollen:

(12) Coronavirus-Patient steckte sich bei Gast aus China an [A36]

Diese Strategie ist besonders wirkungsvoll, da Schicksalsfälle eine besondere Tragik enthalten, die von Rezipierenden als angsteinflößend wahrgenommen wird, da es ‚jedem passieren könnte‘.

Die Referenzen beziehen sich vor allem auf Autoritäten²⁸, die aus dem medizinischen Bereich stammen und evozieren somit eine Evidenz ihrer postulierten Aussagen, die mit dem gesellschaftlichen und fachlichen Status dieser Referenzen einhergeht. Dazu kommt das Wortfeld *Medizin*, wodurch eine weitere Autoritätsebene eintritt, die der Berichterstattung weitere Evidenz zuspricht:

(13) Forscher zu Corona: ‚Wir erleben die Ausbreitung eines ganz neuen Virus‘ [A94]

Kausale Faktoren²⁹ präsentieren CORONA als auslösende Instanz von berichteten Gegebenheiten, welche durch syntaktische Kausalitäten realisiert werden, womit kommunikativ ein Feind dargeboten wird, den es zu bekämpfen gibt:

(14) Impfung gegen Coronavirus - Lernen aus Vorgängerviren [A23]

²⁷ Vgl.: A04, A07, A10, A12, A13, A14, A19, A25, A26, A28, A29, A30, A32, A34, A35, A36, A37, A39, A42, A45, A46, A49, A52, A56, A57, A61, A62, A68, A69, A70, A72, A73, A75, A76, A79, A81, A83, A86, A87, A88, A90, A91, A92, A93, A95, A96, A99, A100

²⁸ Vgl.: A01, A03, A05, A06, A08, A20, A21, A38, A40, A41, A43, A48, A50, A53, A54, A55, A59, A60, A71, A74, A78, A82, A89, A94, A97

²⁹ Vgl.: A11, A16, A18, A23, A24, A31, A51, A64, A65

Kontrastierungen³⁰ werden eher impliziert als explizit sprachlich kodiert, so werden vage Zweifel in den Raum gestellt, die den Rezipierenden Unsicherheit vermittelt, trotz ihrer Glaubwürdigkeit als Quelle (Sender*in):

(15) Bin ich gefährdet, muss ich mich schützen? - Corona-Virus in Deutschland – die wichtigsten Fragen und Antworten [A67]

Atmosphäre³¹ wird in Überschriften durch metaphorische Ausdrücke geschaffen, indem ein kommunikatives Umfeld konstituiert wird, welches Unbehagen vermittelt (16). Dazu kommen weiterhin temporale Ausdrücke (atelische Verben, Präpositionen, Metaphern), die eine Allgegenwärtigkeit des *Virus* manifestieren.

(16) Klinikum trifft Vorkehrungen für Notfall – Corona-Virus: Werra-Meißner-Kreis ist auf Ernstfall vorbereitet [A90]

Nicht nur die rein kommunikativen Strategien wirken emotionalisierend auf die Rezipierenden, sondern auch syntaktische Strukturen, die Konzeptualisierung des CORONA-VIRUS, emotionsausdrückende Lexeme, Perspektivierung durch semantische Rollen, die assoziativ wirkenden Wortfelder *Virus*, *Medizin*, *Kampf* und der damit einhergehenden Personifikationen und Metaphern, die persuasiv wirken, „wenn die Rezipienten, die über die spezifische Konzeptverbindung etablierte Perspektivierung eines Sachverhalts als zutreffend und akzeptabel einschätzen“ (SKIRL/SCHWARZ-FRIESEL ²2013: 62).

Die Gesamtheit aus syntaktischen Strukturen, semantischen Eigenschaften, funktionaler Aspekte und kommunikativer Strategien emotionalisieren das Topos *Corona*.

5.5 Pressekonferenz Kontaktbeschränkungen

5.5.1 Quantitative Analyse

Der zweite Teilkorpus weist insgesamt 872 Tokens und 468 Types auf. Tabelle 7 veranschaulicht die Wortliste und die relative Häufigkeit der häufigsten Lexeme im Korpus B. Beachtlich hierbei ist das Verschwinden des Lexems *corona(-)virus*. Hier ist es das Lexem *corona*, welches 11% des Korpus ausmacht. Weiterhin taucht hier erstmalig das Lexem *krise* auf, welches zuvor nicht enthalten war. Außerdem sind die präpositionalen Ausdrücke *wegen* und *gegen* vermehrt zu finden.

³⁰ Vgl.: A27, A47, A63, A67, A85

³¹ Vgl.: A09, A02, A66, A77, A98, A15, A33, A80, A84

Rank	Lexem	Frequenz	Relative Häufigkeit	Kumulativ
1	corona	100	11,47%	11,47%
2	in	35	4,01%	15,48%
3	krise	34	3,90%	19,38%
4	die	31	3,56%	22,94%
5	der	21	2,41%	25,34%
6	wegen	12	1,38%	26,72%
7	gegen	11	1,26%	27,98%
8	und	11	1,26%	29,24%
9	im	10	1,15%	30,39%
10	an	9	1,03%	31,42%

Tabelle 7: Korpus B Lexemverteilung

Coronavirus erscheint nur einmal, während *virus* nicht mehr zu finden ist (Tab. 8). *Corona* macht 32,79% aller normalen Nomina des Korpus aus und *krise* 11,15%; somit nehmen beide zusammen fast 50% der vorkommenden Nomina ein.

	coronavirus (n=1)	corona (n=100)	virus (n=0)	krise (n=34)
NN (n=305)	0,33%	32,79%	0,00%	11,15%

Tabelle 8: Korpus B Häufigkeitsberechnung NN

Die Häufigkeitstabelle der Präpositionen zeigt, dass *in* insgesamt 34% der Ausdrücke ausmacht gefolgt von *wegen* mit 11,88%, *gegen* mit 10,89%, *im* mit 9,90% und *an* mit 8,91%.

	in (n=35)	wegen (n=12)	gegen (=11)	im (n=10)	an (n=9)
APPR (n=101)	34,65%	11,88%	10,89%	9,90%	8,91%

Tabelle 9: Korpus B Häufigkeit APPR

Die Kollokationsanalyse lässt erkennen, dass das Lexem *corona* besonders in Zusammenhang mit den Wörtern *in*, *corona*, *im* und *die* steht.

Rank	Häufigkeit	Häufigkeit links	Frequenz rechts	Kollokation
1	10	10	0	in
2	8	8	0	corona
3	5	5	0	im
4	5	5	0	die

Tabelle 10: Korpus Kollokationen

Das häufigste Bi-Gram des Korpus ist *corona krise*, welches insgesamt 34-mal erscheint, gefolgt von *der corona* und *wegen corona*. Das gängigste Tri-Gramm (Tab. 11) lautet *der corona krise*, gefolgt von *die corona krise*.

Rank	Frequenz	Range	N-Gram
1	34	1	corona krise
2	13	1	der corona
3	11	1	wegen corona
4	9	1	der corona krise
5	8	1	in zeiten
6	7	1	die corona
7	6	1	die corona krise
8	6	1	gegen corona
9	6	1	in zeiten von
10	6	1	In zeiten von corona

Tabelle 11: Korpus B N-Gramme

5.5.2 Qualitative Analyse

5.5.2.1 Formale Ebene

Im zweiten Teilkorpus besteht die kürzeste Überschrift aus 4 Lexemen und 17 Zeichen, während die längste 19 Lexeme und 111 Zeichen beinhaltet. Das arithmetische Mittel beträgt circa 8 Lexeme und circa 55 Zeichen.

Punktuationszeichen der Überschriften sind in Tabelle 11 dargestellt. Untypischerweise sind drei Punkte zu finden, die jeweils zwei Sätze einer Überschrift trennen. Doppelpunkte fungieren auch hier nachstehend als thematische Einführung und Kontextualisierung. Bindestriche sind vor allem in durchgekoppelten Determinativkomposita³² zu finden, die fast alle mit dem Lexem *Corona* als primäre Einheit gebildet werden, wie Beispiel (18) zeigt.

(17) Wedel: Hilfsteam für Corona-Risikogruppen [B28]

Interrogativzeichen sind vor allem bei Äußerungen zu finden, die den Grad der Auswirkungen des Corona-Virus erörtern wie Beispiel (19) zeigt:

(18) Energieverbrauch fällt während Corona-Krise: Wird Strom jetzt billiger? [B18]

Anführungszeichen werden zur Markierung von Zitaten (n=6) von Bürger*innen oder der Regierung eingesetzt oder um umgangssprachliche Ausdrücke zu kennzeichnen.

Interpunktion	Punkte	Doppelpunkte	Binde-/Gedankenstriche	Anführungszeichen	Interrogativzeichen	Exklamativzeichen
Anzahl	3	39	54 / 15	18	8	2

Tabelle 11: Korpus B Interpunktion

³² Vgl.: B03, B04, B05, B06, B12, B13, B14, B17, B18, B19, B20, B21, B22, B24, B27, B28, B29, B31, B32, B34, B36, B38, B40, B42, B43, B47, B48, B52, B53, B54, B60, B62, B63, B64, B65, B67, B77, B81, B93

Die syntaktische Stellung Coronas beläuft sich ausgeglichen auf medial-finale Positionen ($n_{m+f}=51$) und initialer Stellungen ($n=49$).

Temporale Strukturen auf Satzebene kennzeichnen sich durch die Konjunktionen: *wenn* und *während*. Zusätzlich manifestiert sich Temporalität durch präpositionale Lexeme wie *nach Corona*, *in Corona-Zeiten*, *in Krisenzeiten* und *in Zeiten von Corona*, die häufig zu finden sind:

(19) Blutspende in Zeiten der Corona-Krise [B82]

Kausale Präpositionen im Korpus wie *wegen*, *durch* und *weil* richten sich als Marker eines Verursachenden (im Korpus: *Corona*) wie Beispiel (22) veranschaulicht.

Modale Marker wie *auch* oder *wie* (vgl.[B02]) liefern Informationen über die Auswirkungen von Corona, aber auch Emotivität:

(20) Corona-Krise in Deutschland - „Auch die Arbeitgeber müssen ihre Verantwortung wahrnehmen“ [B73]

Die lokale Präposition *in* markiert das Voranschreiten der *Krise* oder den Einzug des *Virus*.³³

Die semantische Analyse im nächsten Schritt soll weitere Erkenntnisse in Bezug des Konzepts KRISE im öffentlichen Diskurs und seinem semantischen Umfeld binnen des Korpus bringen.

5.5.2.2 Semantische Ebene

Im Folgenden wird die semantische Ebene der Überschriften näher dekonstruiert. Hierbei steht die Konzeptualisierung der CORONA-KRISE im Fokus und der semantische Kontext.

Die qualitative Analyse brachte die Erkenntnis der größten Frequenz des Lexems *Corona-Krise* (vgl. Kap. 5.5.1). Auch hier zeichnet sich so eine syntaktische, semantische und assoziative Nähe der beiden Lexeme *Corona* und *Krise* aus. Auch hier wird die metaphorische Konzeptualisierung (nach SKIRL/SCHWARZ-FRIESEL ²2013: 10) der CORONA-KRISE über metaphorische Ausdrücke und semantischer Strukturen vollzogen.

Die semantische Gesamtheit des Konzepts wird durch (TEMPORAL, VERURSACHER, VIRUS) bestimmt. Sprachlich manifestiert sich die Temporalität³⁴ der CORONA-KRISE durch metaphorische Kodierungen wie *in Zeiten von Corona*, *in der Krise*, *während Corona-Krise*, *nach Corona*. Zusätzlich impliziert die Temporalität der CORONA-KRISE eine Zukunft (23), die sich positiv von der derzeitigen Situation abgrenzt (vgl. auch KÄMPER 2012: 250ff.).

³³ Vgl.: B01, B05, B52, B54, B73, B74, B77, B100, B81, B82

³⁴ Vgl.: B08, B10, B12, B15, B17, B18, B25, B26, B28, B29, B37, B43, B50, B54, B57, B64, B81, B82, B83, B89, B100

(21) Tourismus: Hoffnung auf die Zeit nach Corona [B25]

Wobei bei dem Lexem *in der Krise* angemerkt wird, dass es sich hierbei um etwas viel mehr Räumliches handelt, da impliziert wird, dass Deutschland beziehungsweise das Narrativ des Korpus räumlich umgeben ist von einer Krise und sich das Narrativ aus dieser Räumlichkeit nach temporalem Verweilen entziehen kann. Die *Krise* konstituiert sich so als räumlich-zeitliches Kontinuum, in welchem das Narrativ zum passiven Erfahrenden wird. Sie ist somit sowohl Ausdruck materiellen Erlebens als auch kognitiver Zustand einer Realitätsvorstellung, die sprachlich manifestiert wird.

Das semantische Merkmal (VERURSACHER) wird syntaktisch durch kausale Präpositionen wie *gegen*, *wegen* realisiert oder kausaler Nebensätze wie (22) veranschaulicht:

(22) Weil das Stockacher Stadtmuseum wegen Corona vorerst zu ist, kommen Teile der laufenden Ausstellung per Internet zu den Besuchern [B07]

Gleichzeitig wird hier auch durch die Perspektivierung der sprachlichen Realisation CORONA als (VERURSACHER) konzeptualisiert³⁵. Nur noch vereinzelt wird CORONA über die metaphorische Konzeptualisierung (IST VIRUS) definiert (vgl. B42).

Die zu findenden Wortfelder belaufen sich auf *Kampf*, *Medizin* und *Regulierungen*. Zu dem Wortfeld *Kampf* lassen sich folgende Lexeme zählen: *Corona-Front*, *Corona-Krise*, *Disziplin*, *begegnen*, *Schutzschirm*, *meistern*, *Hilfe*, *Vorgehen*, *Corona-Koller*, *Untergang*, *Gefahr*, *Corona-Ansturm*, *Strategien*, *Corona-Hilfsprogramm*, *Corona-Taskforce*, *Konflikte*, *Existenzkrise*, *aufrecht erhalten*, *explodieren*, *Vormarsch*, *Eindämmung*, *Kampagnen*, *Opfern*, *trotzen*.

Medizinische Lexeme sind unter anderem: *Corona* (*metonymisch für Virus*) ,*Infizierten*, *Kontakte*, *Test*, *Fälle*, *angesteckt*, *Entwicklungen*, *Risikogruppen*, *Intensivbetten*, *Klinik(-en)*, *OP-Termine*, *Betroffener*, *bleib gesund*, *Krankenhausgesetz*, *Corona-Pandemie*, *Quarantäne*, *Experten*, *Gesundheitsämter*, *aufstocken*, *Eindämmung*, *Corona-Patienten*.

Viel charakteristischer ist jedoch das Wortfeld der *Regulierungen* (beziehungsweise die eine *Regulierung* implizieren), welches als *Novum* auftritt: *Maßnahmen*, *vermeiden*, *wegen*, *Ausgangsregeln*, *Abstand*, *im Wartestand*, *Verbote*, *Einhaltung (der Maßnahmen)*, *Vorgehen*, *Krisenzeiten*, *Nachbesserungen*, *Beschluss*, *verschieben*, *Strategien*, *Folgen*, *Corona-Isolation*, *Corona-Hilfsprogramm*, *vorgehen (gegen)*, *müssen*, *Corona-Verfügung*, *schließen*, *ausdünnen*,

³⁵ Vgl.: B02, B07, B09, B16, B56, B58, B63, B65, B78, B86, B95, B96

kritisieren, Ausgangssperre, Einschränkungen, Kontaktverbot, Shutdown, Corona-Verordnung, Beschlüsse, Lösungen, Gesetzesgrenzen, Notmaßnahmen, verboten, Verzicht, aufrufen, politische Entscheidungen, Aufruf, Ausgangssperre, Beratungen, Einschränkungen, reagieren auf, Sperre.

Auffällig weiterhin ist die vollständige Abwesenheit des Lexems *Virus*, was wiederum darauf schließen lässt, dass *Corona* metonymisch³⁶ verwendet wird, um auf dem Umstand zu referieren, dass es sich dabei um das *Corona-Virus* handelt. Anstelle des *Virus* tritt nur noch das Lexem *Corona*, das heißt das Lexem *Corona-Krise* spaltet sich in *Corona-(Virus)-Krise* auf und der jeweiligen Konzeptualisierungen, die mit einhergehen, womit eine stark emotive Wirkung von den Konzepten ausgeht.

Während lediglich die emotionsbezeichnenden Lexeme *Angst/Furcht* und *Hoffnung/hoffen* zu finden sind, werden diese Emotionen mit den emotionsausdrückenden Lexemen *beachten, Gefahr, Konflikte, Nerven liegen blank, Horrorszenario, drastisch, einsichtig, mahnen, Schreckenszahlen, bedrohen* semantisch spezifiziert. Das Lexem *Hoffnung* ist dabei außen vor.

Lexeme, die eine pejorative Konnotation (nach SCHWARZ-FRIESEL²2013: 167) innehaben, sind: *Krise (evaluierte pejorative Konnotation), Angst / Furcht, Infizierten, bedrohen, Pandemie, Gefahr, Maßnahmen/Verbot - verboten - Kontaktverbot/Einschränkungen/Ausgangssperren - (Kontakt-)Sperre, Kampf, Koller, Corona (evaluierte pejorative Konnotation), Intensivbetten, Konflikte, Nerven liegen blank, Erschütterung, Existenzkrise, Corona-Tote / Todesopfer – Opfer, Pleite, Quarantäne, Furcht, Horrorszenario, drastisch, Schreckenszahlen, verschärfen, Katastrophe, fehlen, vermeiden, Untergang, Risikogruppen, psychische Folgen, Verfügung, kritisieren, explodieren, Verzicht.*

Bezüglich der Agens-/Patiensrollenverteilung lässt sich erkennen, dass das Lexem kaum die Rolle des Agens einnimmt, sondern eher in der Patiensrolle³⁷ als (IST VERURSACHER) zu finden ist. Syntaktisch wird dies durch Dativkonstruktionen und Akkusativkonstruktionen realisiert, die CORONA als feindlich perspektivisch darstellen:

(23) Durch Corona wird Internet zur Selbstverständlichkeit [B15]

³⁶ S. auch metonymische Darstellung bei DWDS: „durch das Coronavirus hervorgerufene epidemische Infektionskrankheit, durch das Virus verursachte Pandemie, damit verbundene Krise, Maßnahmen des Seuchenschutzes o. Ä.“ (<https://www.dwds.de/wb/Corona> [zuletzt aufgerufen am 14.07.2020])

³⁷ B01, B02, B03, B04, B07, B09, B13, B15, B16, B17, B18, B22, B23, B26, B30, B31, B33, B37, B38, B39, B40, B41, B43, B46, B50, B52, B54, B56, B57, B58, B59, B63, B64, B65, B69, B72, B75, B78, B80, B81, B82, B83, B85, B86, B91, B92, B93, B95, B96, B98, , B100

(24) Bremer Einzelhändler begegnen Corona-Krise kreativ [B13]

In der Patiensrolle finden sich vor allem verknüpfende telische Verb(-konstruktionen) mit denen zeitlich begrenzte Handlungen (Zeitraum CORONA) ausgedrückt werden.

Durch das oben skizzierte semantische Umfeld der CORONA-KRISE auf Satz- und Wortebene wird impliziert, dass CORONA ein zeitlich begrenztes Ereignis ist, gegen welches Handlungen eingeleitet werden, um diesem VERURSACHER entgegenzustehen.

5.5.2.3 Funktionale Ebene

Auf funktionaler Ebene³⁸ ist erkennbar, dass es sich bei der primären Illokution um Repräsentativa handelt, die in erster Linie über die *Corona-Krise* berichten, informieren oder Sachverhalte wiedergeben, die einen Wahrheitsgehalt besitzen.

Emotive Merkmale finden sich vielmehr durch Implikaturen. Wie in der semantischen Analyse aufgezeigt, agieren hier Implikaturen vor allem durch die syntaktische Stellung des Lexems *Corona-Krise* und dem entsprechenden semantischen Umfeld. Beide Faktoren implizieren CORONA als TEMPORALEN, VIRALEN VERURSACHER, mit dem Regulierungen einhergehen. Dies suggeriert eine perspektivische Feindsinnung in den Überschriften gegenüber CORONA, was dazu führt, Abneigung oder Ärger gegen das Feindliche zu hegen. Hier agiert vor allem die Perspektive der Produzierenden, die dieses sprachliche Bild in den Überschriften zeichnen (25).

(25) Corona auf dem Vormarsch - Drastische Maßnahmen rund um den Globus [B69]

Abstrahierend zur sprachlichen Ebene wird als Nächstes die kommunikativ-strategische Ebene näher betrachtet.

5.5.2.4 Persuasive Ebene

Nachdem das sprachliche Fundament dargelegt wurde, sollen im Folgenden die kommunikativen Strategien, die emotionalisierend wirken, aufgeschlüsselt werden.

Die Strategien (nach SCHWARZ-FRIESEL²2013: 226f.), die sich im Korpus B finden lassen, sind Authentizität, Autorität, Hervorhebungen, kausale Faktoren, Kontrastierung und Schaffung von Atmosphäre (durch metaphorische Ausdrücke). Ergänzend zur Strategie Autorität wird die Strategie der politischen Legitimation binnen dieser Strategie gegliedert. Diese Abgrenzung rührt daher, dass Regulierungen impliziert zurück auf politische Entscheidungen gehen, während dies sprachlich nicht explizit kodiert wird.

³⁸ Zu allgemeinen funktionalen Merkmalen s. Kap. 5.4.2.3

Authentizität³⁹ wird durch das Erzählen von Einzelschicksalen oder durch die Beeinflussung CORONAS konstituiert. Beispielsweise zeigt (26) wie ein einzelnes Schicksal inszeniert wird, um Aufmerksamkeit zu evozieren, während (27) darstellt wie CORONA das Leben beeinflusst.

(26) Betroffener berichtet: „Die Coronainfektion ist wie ein Clown“ [B51]

(27) Corona-Krise: Polizei muss gegen Menschen-Ansammlungen vorgehen [B48]

Durch den Einsatz dieser Strategie wird das Bewusstsein für die gegenwärtige Krise geschärft.

Autorität⁴⁰ wird in den Überschriften durch das Referieren auf politische Diskursakteur*innen evoziert, indem Meinungen in Form von Zitaten oder Ansichten wiedergegeben werden, die zugleich Glaubwürdigkeit vermitteln:

(28) Corona-Krise: Merkel ruft Bevölkerung zu „Verzicht und Opfern“ auf [B87]

Binnen dieser Strategiekategorie findet sich die Strategie der Legitimation⁴¹, die impliziert, dass die in der Überschrift geäußerten Umstände auf politische Aktant*innen zurückzuführen sind oder von diesen durchgeführt wurden. Während (29) lediglich aussagt, dass es eine Ausgangssperre gibt, muss die Prämisse „jemand hat diese Ausgangssperre verhängen“ erfüllt sein, sonst gäbe es sie nicht, referiert (30) tatsächlich auf einen handelnden Politakteur. Diese Legitimierung unterstreicht die kognitive Dringlichkeit und politische Realität der Aussagen.

(29) Trotz Ausgangssperre - Fünf Mitterteicher feiern Corona-Party [B90]

(30) Notmaßnahmen in Corona-Krise - SPD mahnt Gesetzesgrenzen an [B81]

Die Strategie der Hervorhebung⁴² vermittelt vor allem eine eher dramatisierende Wirkung, die Aufmerksamkeit evozieren soll, da ein Absolutum konstituiert wird:

(31) Es gibt keine Corona-Toten in Russland. Punkt [B52]

Die Strategie kausaler Faktoren⁴³ ist wohl die am meisten verwendete Strategie. Hier wird CORONA wiederum als VERURSACHER perspektivisch dargestellt:

(32) Pleite wegen Corona? [...] [B58]

³⁹ Vgl.: B97, B03, B13, B16, B19, B22, B38, B46, B47, B48, B50, B51, B60, B61, B64, B74, B85, B89, B100, B30

⁴⁰ Vgl.: B04, B14, B20, B21, B24, B41, B42, B73, B87, B93, B99, B35, B59, B71, B92

⁴¹ Vgl.: B04, B14, B20, B21, B24, B41, B42, B73, B87, B93, B99, B35, B59, B71, B92, B29, B32, B53, B62, B68, B69, B70, B72, B76, B77, B78, B81, B84, B88, B90, B91

⁴² Vgl.: B05, B52, B54, B79

⁴³ Vgl.: B01, B02, B07, B09, B11, B15, B27, B31, B33, B34, B39, B49, B56, B58, B63, B65, B66, B75, B80, B86, B94, B96, B98, B95

Besonders wirksam ist diese Strategie, sobald Rezipierende die Einstellung CORONA (ALS FEIND) teilen, da dies hier kommunikativ und sprachlich kodiert wird. Dabei konstituieren sich die Emotionen Frust und Ärger, da Rezipierende Einschränkungen durch Corona erlebt haben.

Als letzte Strategie ist die Schaffung von Atmosphäre⁴⁴ durch metaphorische Ausdrücke zu finden. Dabei sind vor allem temporale und räumliche Kodierungen zu finden, die den Rezipierenden eine andere „Zeit-Raum-Zusammensetzung“ vermittelt. So illustriert (33), dass es schon fast eine andere Welt nach Corona geben wird, während (34) impliziert, dass das Narrativ räumlich in einem Gefäß (hier: *Krise*) steckt.

(33) Die Welt nach Corona [B83]

(34) Deutschlandweiter Aufruf: Gemeinsames Musizieren in der Corona-Krise [B89]

Durch die Kombination temporaler und räumlicher Metaphern wird so auf kommunikativer Ebene, Atmosphäre einer anderen Realität konstruiert. Durch diese sprachliche Manifestation wird den Rezipierenden die KRISE zugänglicher und greifbarer vermittelt, so kann auch auf kognitiver Ebene dieser Zustand Ausdruck finden.

Zusätzlich agieren auf syntaktischer, semantischer und funktionaler Ebene weitere emotive Mittel, die emotionalisierend wirken. Die Konzeptualisierung der CORONA-KRISE in Kombination mit dem metonymischen Gebrauch weist hohes Emotionspotential auf, welches semantisch durch Wortfelder der *Medizin*, *Kampf* und *Regulierungen* unterstrichen wird. Die Kontrastierung der CORONA-KRISE als VERURSACHER erhöht dabei affektives Reaktionsverhalten (vgl. KÜHNE ET. AL. 2015: 56). Zusätzlich erhöht wird das Emotionspotential durch eine Krisensprache in Form eines semantischen Umfelds pejorativer Konnotationen, emotionsbezeichnender und -ausdrückender Lexeme und die semantische Rolleneinnahme CORONAS als Patiens (Auslöser für Handlung).

6. Vergleichende Auswertung

In diesem Kapitel der Arbeit sollen die Erkenntnisse der Analyse gegenübergestellt und interpretiert werden – sowohl auf quantitativer als auch auf qualitativer Ebene.

6.1 Quantitative Kontrastierung

Auf quantitativer Ebene lässt sich sagen, dass in Korpus A vermehrt das Lexem (*Corona-*)*Virus* auftritt, welches in Korpus B nicht zu finden ist, aufgrund der Metonymisierung von *Virus* zu *Corona*. In Korpus B ist das Lexem *Corona-Krise* gehäuft, was darauf schließen lässt, dass es

⁴⁴ Vgl.: B06, B40, B43, B67, B08, B10, B12, B17, B18, B25, B26, B28, B37, B57, B82, B83

einen Perspektiven- beziehungsweise ein Narrativwechsel von einem VIRUS hinzu einer KRISE erfolgte. Dies zeigt sich auch durch die Häufigkeit lokaler Präpositionen, die das VIRUS verorten und als FEINDLICH ansehen. So wird die lokale Deixis von *in deutschland* zu einzelnen Regionen/Städten verschoben, da das *Virus* sich von bundesweiter Ebene auf regionaler Ebene ‚verbreitet‘. Die CORONA-KRISE manifestiert sich eher durch temporal-räumliche Ausdrücke, aber auch durch kausale Kodierungen.

Auf qualitativer Ebene werden die quantitativen Erkenntnisse detaillierter ausgewertet.

6.2 Qualitative Kontrastierung

6.2.1 Formale Ebene

Auf der formalen Ebene unterscheiden sich die Merkmale der Überschriften nur gering. Während die syntaktische Position *Corona** im Korpus A noch in hauptsächlich initialer und medialer Position zu finden war, findet sich *Corona** im Korpus B häufiger in medialer oder finaler Stellung. Durch die Etablierung des Lexems und Kontextualisierung relativiert sich die Stellung im Überschriftenkopf hinzu medial-finaler Positionen. Weiterhin ändert sich der Gebrauch kausaler und lokaler Präpositionen vom 28.01 zu kausalen und temporalen Präpositionen am 22.03, die auf einen Wechsel der Perspektive zu *Corona** deutet, der auf semantischer Ebene verstärkt wird.

6.2.2 Semantische Ebene

Auf semantischer Ebene stehen sich die beiden Konzeptualisierungen CORONA-VIRUS und CORONA-KRISE gegenüber, wobei dem Konzept CORONA-KRISE die Metonymisierung des *Virus* zugesprochen wird, was somit bedeutet, dass sich das Konzept eigentlich aus drei Lexemen bildet: *Corona(-Virus)-Krise*. Sie stehen so „in einer realen Beziehung, einer engen konzeptuellen Relation“ (SKIRL/SCHWARZ-FRIESEL 2013: 15). Konzeptualisiert wird CORONA-VIRUS durch (NEUARTIG, FEINDLICH, VERBREITET SICH), während sich diese Bedeutungen auch in CORONA-KRISE finden, werden diese weiter evaluiert durch (TEMPORAL, VERURSACHER, VIRUS). Schon aufgrund dieser Konzeptualisierung, welche konzeptuelles Wissen vermittelt, und ihrer Häufigkeit im Korpus (s. Kap. 5.4.1/5.5.1), geht hohes Emotionspotential von dem Konzept CORONA-VIRUS, aber noch höheres von dem Konzept CORONA-KRISE aus. Beide Konzeptualisierungen geben Rückschlüsse auf die Perspektivierung von CORONA im medialen Diskurs - zuerst als FEIND und dann als VERURSACHER.

Mentale Zustände und affektive Reaktionen können hiermit beeinflusst werden, die in diesem Token-Konzept verankert sind. Es lässt sich als Token-Konzept identifizieren, da die Erfahrung mit CORONA „individuell-episodisch [ist] [...] [und] an raum-zeitliche Erfahrungssequenzen

gebunden ist und von subjektiven Erlebnissen einer Person abhängig ist“ (SCHWARZ/CHUR 2007: 25).

Weiterhin werden im Korpus A emotionsbezeichnende und -ausdrückende Lexeme eingesetzt, die besonders auf die Emotion *Angst* referieren, um die Bedrohung, die von dem *Virus* ausgeht zu unterstreichen. Zusätzlich wird dies durch die Wortfelder *Medizin*, *Kampf* und *Virus* illustriert, die eine Atmosphäre des Widerstands sprachlich kodieren, was durch den Einsatz kampfmetaphorischer Ausdrücke akzentuiert wird. Die meisten Lexeme mit pejorativer Konnotation finden sich im medizinischen Wortfeld, was den Rezipierenden eine Achtsamkeit vor dem *Virus* mitteilen soll und so *Angst/Furcht* konstituiert. Darüber hinaus werden durch Personifikationen und CORONA in der Agensrolle dem Konzept CORONA-VIRUS Handlungsmacht eingeräumt, die den Rezipierenden CORONA als aktiven (Diskurs-)akteur perspektivisch betrachten lässt. So entsteht eine sprachlich-vermittelte Besorgtheit gegenüber dem CORONA-VIRUS, welche(s) sich in Deutschland verbreitet.

Im Gegensatz dazu zeigt Korpus B zwar auch emotionsbezeichnende und -ausdrückende Lexeme, die auf die Emotion *Angst* referieren, jedoch finden sich vereinzelt auch Lexeme, die auf *Hoffnung* referieren, wodurch den Rezipierenden ein ‚Lichtblick in der Krisenzeit‘ kommuniziert wird. Die Wortfelder *Medizin*, *Kampf* und (*politische*) *Regulierungen* vermitteln eher Einschränkungen, die mit CORONA einhergehen und besitzen somit Potential, Frust oder Wut auf CORONA auszulösen. Das Wortfeld *Regulierungen* ist im Korpus B das erste Mal zu finden. Pejorative Konnotationen finden sich dabei vor allem im Wortfeld der *Regulierungen*, welche das Emotionspotential erhöht. Kontrastierend zu Korpus A nimmt *Corona** im Korpus B hauptsächlich die Patiensrolle als Verursacher ein. Es schlägt sich eine generell negative Krisensprache im Korpus B nieder, während diese in Korpus A eher als drastische Kampfsprache interpretiert werden kann.

Beide Korpora weisen viele metaphorische Ausdrücke auf, die „emotionale Zustände und Prozesse [vermitteln]“ (SCHWARZ-FRIESEL 2013: 186), die weitere Evidenz für das Emotionspotential liefern.

Somit entwickelt sich eine aktive drastisch-inszenierte kampfmetaphorische Sprache zu einer eher passiven politmetaphorischen Sprache, die schlussfolgern lässt, dass ein neues Diskursmuster eingetreten ist. Beide Sprachatmosphären werden erst zur subjektiven Realitätsvorstellung, wenn sich durch die Authentizität der Massenmedien erzeugte Realität

kognitiv manifestiert und die mediale Realität zur subjektiven Realitätsvorstellung eines Individuums wird. Dieser Prozess lässt weiteres Emotionspotential vermuten.

6.2.3 Funktionale Ebene

Die Überschriften beider Korpora erfüllen die Funktion des Leseanreizes beziehungsweise der Aufmerksamkeitserzeugung, die durch sprachliche Mittel und persuasive Strategien ausgelöst werden.

Kontrastierend evoziert der überwiegende Telegrammstil Dringlichkeit aufgrund der ellipsenartigen Struktur, die den Rezipierenden vermittelt, dass weder Zeit für die Produktion einer grammatisch wohlgeformten Überschrift noch für die Rezeption dieser ist. Zusätzlich kann angenommen werden, dass die Reichweite der Überschrift hoch ist, da sich Online-Überschriften schneller verbreiten, ‚geteilt‘ werden in sozialen Medien oder durch Suchmaschinen gefunden werden.

Die primäre Illokution ist überwiegend repräsentativ, was darauf schließen lässt, dass die Emotionalisierung eher durch implizite sprachliche Mittel und persuasive Strategien erfolgt.

Hinsichtlich der Implikaturen und ihrer Suggestion, erfolgte ein Wechsel von VORSICHT VOR CORONA DA FEIND, welche in Korpus A zu finden sind zu WUT AUF CORONA DA VERURSACHER, die in Korpus B zu finden sind, was schlüssig mit dem stattgefundenen Narrativ- beziehungsweise Perspektivwechsel zusammenhängt.

6.2.4 Persuasive Ebene

Die persuasive Ebene hat verdeutlicht, in welchem Umfang Massenmedien sich persuasiver Strategien bedienen, die vor allem emotionalisierend wirken. Abgesehen von Ausnahmefällen bedienen sich die Sprachproduzierenden der angenommenen Strategien. Die Häufigkeit persuasiver Strategien lässt die Emotionalität des Topos und ihrer Inszenierung annehmen. Zu Beginn von *Corona* wurde überwiegend die Strategie der Authentizität, die mit der Neuartigkeit des Virus einhergeht, eingesetzt in Kombination mit der Strategie der Autorität, indem sich auf Aussagen medizinischer Fachpersonen bezogen wurde, um die Bedrohlichkeit und Ernsthaftigkeit des *Virus* den Rezipierenden zu verdeutlichen. Im Verlauf Coronas verlagerte sich die Strategie der Autorität auf Aussagen und Meinungen von Personen aus politischen Bereichen, die eine legitimierende Wirkung evoziert. Auch die Substrategie der Regulierung illustrierte dabei die Legitimierung politischer Handelnden und ihrer Einstellungen. Additional werden kausale Faktoren eingesetzt, um die Metapher CORONA ALS VERURSACHER zu verbildlichen und die Emotion Ärger/Frust zu implizieren, während zudem eine Atmosphäre

aus räumlichen und temporalen Ausdrücken geschaffen wird, die die KRISE als Zeit-Raum-Kontinuum manifestieren.

Weiterhin ist die Gesamtheit aller sprachlicher und persuasiver Mittel ausschlaggebend, die durch in den Überschriften konstruierte Realität die KRISE beziehungsweise das VIRUS als solches erfahrbar machen. Allein die sprachliche Realitätskonstruktion einer KRISE weist extrem hohes Emotionspotential auf.

Hinsichtlich der Arbeitshypothesen kann H1 verifiziert werden, da sich persuasive Strategien, die ein hohes Emotionspotential aufweisen, wiederfinden, mit der Absicht aufgrund des großen medialen Angebots, die Rezipierenden so weit zu beeinflussen, dass sie den Artikel aufrufen.

Zwar lässt sich bezüglich H2 sagen, dass generell viele emotionalisierend wirkende Sprachmittel gefunden wurden, jedoch wirken sie auf unterschiedliche Art und Weise. Hierbei kann nicht gesagt werden, welche Intensität dabei zustande kommt. Aus diesem Grund wird geschlossen, dass sowohl am Anfang und im weiteren Verlauf *Coronas* sich emotionalisierend wirkende Sprachmittel und Strategien wiederfinden.

Aufgrund der Konzeptualisierung CORONA ALS FEIND (Korpus A) und CORONA ALS VERURSACHER kann auch H3 verifiziert werden.

7. Fazit / Diskussion

Abschließend kann festgehalten werden, dass es sich bei den Überschriften um einen massenmedialen Meta-Text handelt, der großes Potential zur Emotionalisierung sowohl auf sprachlicher Ebene als auch auf kommunikativer Ebene besitzt. Dabei spielen Faktoren der Konstruktion von Realität durch die Perspektive der Medien eine immense Rolle. Wie diese Arbeit zeigen konnte, werden in der Berichterstattung über Corona, Konzeptualisierungen, kampfmetaphorische und krisenartige Sprache eingesetzt, um das Bewusstsein einer drohenden Krise einzuleiten und diese im öffentlichen Diskurs sprachlich zu manifestieren.

Da es sich bei dieser Arbeit um eine kognitionslinguistische Untersuchung handelt wurde lediglich das Emotionspotential auf Satz- und Wortebene analysiert. Um das Konstrukt der textexternen Emotionalisierung zu operationalisieren, bedarf dies empirisch-angewandter Wirkungsforschung. Außerdem wären psychologische Untersuchungen interessant, die den Zusammenhang zwischen massenmedialer Berichterstattung und Handlungsweisen der persuasiv beeinflussten Rezipierenden aufzeigen und mögliche Kausalitäten analysieren. Diese Arbeit ist ein erster Schritt, um das Persuasions- beziehungsweise Emotionspotential in Überschriften aufzuzeigen, die in ‚Krisenzeiten‘ produziert werden. Bei der Produktion spielen

zudem persönliche, berufliche, politisch-ideologische Faktoren eine Rolle, die aus sozialwissenschaftlicher Perspektive analysiert werden könnten, um den Einfluss dieser Faktoren bei der Überschriftenproduktion aufzuzeigen.

So konnte diese Arbeit letztlich zeigen, dass Corona ein emotionalisiertes und emotionalisierendes Objekt der Massenmedien ist, welches durch sein persuasives Potential vermag, kognitive und affektive Reaktionen bei den Rezipierenden auszulösen.

8. Anhang

8.1 Literaturverzeichnis

- ASSMANN, A., ⁵2010. *Erinnerungsräume: Formen und Wandlungen des kulturellen Gedächtnisses*. München: Beck.
- BUBENHOFER, N., 2017. 4. Kollokationen, n-Gramme, Mehrworteinheiten. In: ROTH, K. S./WENGELER, M./ZIEM, A. (Hg.), 2017. *Handbuch Sprache in Politik und Gesellschaft*. Berlin/New York: de Gruyter, 69–93.
- BUBLITZ, W., 2013. Der duale Internetnutzer. Ansätze einer dissoziativen Kommunikation. In: MARX, K./SCHWARZ-FRIESEL, M. (Hg.), 2013. *Sprache und Kommunikation im technischen Zeitalter. Wieviel (v)erträgt unsere Gesellschaft?* Berlin/Boston: de Gruyter (= Age of Access? Grundfrage einer Informationsgesellschaft), 26–52.
- BURGER, H., 2000. Textsorten in den Massenmedien. In: BRINKER, K., ET AL. (Hg.), 2000. *Text- und Gesprächslinguistik*. Berlin/New York: Walter de Gruyter (= Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft 16.1), 614–627.
- BURGER, H./LUGINBUHL, M., ⁴2014. *Mediensprache - Eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien*. Berlin [u.a.]: de Gruyter.
- ESSLINGER, D./SCHNEIDER, W., ⁵2015. *Die Überschrift: Sachzwänge – Fallstricke – Versuche – Rezepte*. Wiesbaden: Springer VS (= Journalistische Praxis).
- FIEHLER, R., 1990. Kommunikation, Information und Sprache. Alltagsweltliche und wissenschaftliche Konzeptualisierungen und der Kampf um die Begriffe. In: WEINGARTEN, R. (Hg.), 1990. *Information ohne Kommunikation? Die Loslösung der Sprache vom Sprecher*. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag, 99–128.
- FIEHLER, R., 1993. Grenzfälle des Argumentierens - 'Emotionalität statt Argumentation' oder 'emotionales Argumentieren'. In: SANDIG, B./PÜSCHEL, U. (Hg.), 1993. *Stilistik*. Hildesheim/New York: Georg Olms Verlag (= Argumentationsstile 3), 149–174.
- FRÜH, W., 1994. *Realitätsvermittlung durch Massenmedien - Die permanente Transformation der Wirklichkeit*. Opladen: Westdeutscher Verlag GmbH.
- GREDEL, E., 2014. *Diskursdynamiken. Metaphorische Muster zum Diskursobjekt Virus*. Berlin/Boston: de Gruyter.
- HANITZSCH, T./SEETHALER, J./WYSS, V. 2019. *Journalismus in Deutschland, Österreich und der Schweiz*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH (= Studies in International, Transnational and Global Communications).
- KÄMPER, H., 2012. Krise und Sprache: Theoretische Anmerkungen. In: MERGEL, T. (Hg.), 2012. *Krisen verstehen. Historische und kulturwissenschaftliche Annäherungen*. Frankfurt [u.a.]: Campus-Verlag (= Eigene und fremde Welten 21), 241–255.
- KURZ, J., ET AL., ²2010. *Stilistik für Journalisten*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

- LANG, P., 1993. Zum Verhältnis von publizistischen Gattungen und linguistischen Textsorten. In: *Zeitschrift für Germanistik* 3, 2, 349–363.
- LAUERER, C./KEEL, G., 2019. Journalismus zwischen Unabhängigkeit und Einfluss. In: HANITZSCH, T./SEETHALER, J./WYSS, V. (Hg.), 2019, 103–134.
- LUHMANN, N., ⁴2009. *Die Realität der Massenmedien*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften (= Neue Bibliothek der Sozialwissenschaften).
- MAKOWSKA, M., 2010. Titel bahnt den Weg. Über semantische Beziehungen zwischen Titel und Text. In: *Acta Philologica* 38, 95–102.
- MERTEN, K., 2015. Kommunikation und Persuasion. In: FRÖHLICH, R./SZYSZKA, P./BENTELE, G. (Hg.), 2015. *Handbuch der Public Relation - Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon*. Wiesbaden: Springer VS, 385–398.
- NEUBERGER, C./QUANDT, T., ²2019. Internet-Journalismus. In: SCHWEIGER, W./BECK, K. (Hg.), ²2019. *Handbuch Online-Kommunikation*. Wiesbaden: Springer VS, 59–80.
- ORTAK, N., 2004. *Persuasion - Zur textlinguistischen Beschreibung eines dialogischen Strategiemusters*. Tübingen: May Niemeyer Verlag (= Beiträge zur Dialogforschung 26).
- PETER, N./LUBRICH, O., 2016. Die Krise als Krankheit. In: *Jahrbuch für Wirtschaftsgeschichte* 57, 2, 519–544.
- PRIMUS, B., 2012. *Semantische Rollen*. Heidelberg: Winter (= kurze Einführungen in die germanistische Linguistik 12).
- RAGER, G./HARTWICK-REICK, R./PFEIFFER, T., 1998. "Schumi, du Regengott" - Themeninszenierungen in Tageszeitungen. In: WILLEMS, H./JURGA, M. (Hg.), 1998. *Inszenierungsgesellschaft*. Opladen/Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 489–505.
- REITER, M., ²2009. *Überschrift, Vorspann, Bildunterschrift*. Konstanz: UVK Verlag Gesellschaft (= Reihe Praktischer Journalismus).
- SCHARLOTH, J., ET AL., 2010. Die Schweiz in der Krise: Korpuspragmatische Untersuchungen zur sprachlichen Konstruktion und Diffusion von Krisensemantiken. In: *Aptum. Zeitschrift für Sprachkritik und Sprachkultur* 6, 02, 99–120.
- SCHENK, M., 2002. Persuasion. In: NOELLE-NEUMANN, E./SCHULZ, W./WILKE, J. (Hg.), 2002. *Das Fischer Lexikon - Publizistik. Massenkommunikation*. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag, 407–421.
- SCHEUFELE, B./GASTEIGER, C., 2007. Berichterstattung, Emotionen und politische Legitimierung. In: *M&K Medien & Kommunikationswissenschaft* 55, 4, 534–554.
- SCHULZ, W., 1989. Massenmedien und Realität. Die „ptolemäische“ und die „kopernikanische“ Auffassung. In: KAASE, M./SCHULZ, W. (Hg.), 1989. *Massenkommunikation. Theorien*,

- Methoden, Befunde*. Opladen: VS Verlag für Sozialwissenschaften (= Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie Sonderhefte 30), 135–149.
- SCHWARZ, M., ³2008. *Einführung in die kognitive Linguistik*. Tübingen/Basel: A. Francke Verlag (= UTB 1636).
- SCHWARZ, M./CHUR, J., ⁵2007. *Semantik - Ein Arbeitsbuch*. Tübingen: Günter Narr Verlag (= narr studienbücher).
- SCHWARZ-FRIESEL, M., ²2013. *Sprache und Emotion*. Tübingen: A. Francke (= UTB 2939).
- SCHWARZ-FRIESEL, M., 2017. Konzeptualisierung und Referenzialisierung von Katastrophe in den Textweltmodellen des modernen Krisendiskurses. In: *Cahiers d'Études Germaniques* 73, 2, 41–64.
- SCHWARZ-FRIESEL, M./CONSTEN, M., 2014. *Einführung in die Textlinguistik*. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft (= Einführung Germanistik).
- SEETHALER, J., 2019. Journalismus im Wandel. In: HANITZSCH, T./SEETHALER, J./WYSS, V. (Hg.), 2019, 213–236.
- STARKULLA, H., 1993. *Marktplätze sozialer Kommunikation - Bausteine einer Medientheorie*. München: Nomos (= ex libris kommunikation 4).
- TSCHAUDER, G., 1967. Überschrift und Text - Überschrift als Text. Aspekte der Rezeption. In: *Folia Linguistica XXV* 25, 1-2, 295–317.
- WATZLAWICK, P./BAVELAS, J. B./JACKSON, D. D., 1969. *Menschliche Kommunikation. Formen, Störungen, Paradoxien*. Bern/Stuttgart: Huber.
- WENGELER, M./ZIEM, A., 2014. Wie über Krisen geredet wird. Einige Ergebnisse eines diskursgeschichtlichen Forschungsprojektes. In: *Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik* 44, 1, 52–75.
- WULFF, Hans, J., 1985. Zur Textsemiotik des Titels. In: *MAKS Publikationen (Papiere des Münsteraner Arbeitskreises für Semiotik)* 12, 1–92.
- ZIEM, A., 2013. Frames als Prädikations- und Medienrahmen: auf dem Weg zu einem integrativen Ansatz? In: FRAAS, C./MEIER, S. (Hg.), 2013. *Online-Diskurse. Theorien und Methoden transmedialer Online-Diskursforschung*. Köln: Halem Verlag (= Neue Schriften zur Online-Forschung 10), 136–172.
- ZIEM, A./SCHOLZ, R./RÖMER, D., 2013. Korpuslinguistische Zugänge zum öffentlichen Sprachgebrauch: spezifisches Vokabular, semantische Konstruktionen und syntaktische Muster in Diskursen über "Krisen". In: FELDER, E. (Hg.), 2013. *Faktizitätsherstellung in Diskursen - Die Macht des Deklarativen*. Berlin/Boston: Walter de Gruyter (= Sprache und Wissen), 329–358.

8.2 Quellenverzeichnis

Korporaquellen

Alle Korporaquellen [A01-A100; B01-B100] wurden zuletzt am 23.07.2020 aufgerufen.

Kodierung	URL
[A01]	https://www.br.de/nachrichten/bayern/virologe-kekule-man-haette-mehr-gegen-das-virus-tun-koennen,RosDf4X
[A02]	https://www.braunschweiger-zeitung.de/region/article228270997/Todesursache-Grippe-steht-selten-auf-dem-Totenschein.html
[A03]	https://www.rnz.de/nachrichten/heidelberg_artikel,-corona-virus-in-heidelberg-erster-begruendeter-verdacht-aber-virologe-mahnt-zu-gelassenheit-update-_arid,495686.html
[A04]	https://www.br.de/nachrichten/wirtschaft/corona-virus-reaktionen-deutscher-unternehmen-in-china,RorhWuP
[A05]	https://www.tagblatt.ch/news-service/leben-wissen/diese-epidemie-wird-unsicher-noch-monate-beschaeftigen-ld.1189690
[A06]	https://www.focus.de/perspektiven/erster-fall-in-starnberg-coronavirus-experte-sagt-wie-gut-deutscher-katastrophen-schutz-im-ernstfall-greift_id_11602042.html
[A07]	https://www.n-tv.de/panorama/Mann-steckte-sich-bei-chinesischem-Gast-an-article21538572.html
[A08]	https://de.euronews.com/video/2020/01/28/deutscher-corona-fall-mensch-zu-mensch-ubertragung-in-europa
[A09]	https://www.saarbruecker-zeitung.de/saarland/landespolitik/saarland-bereitet-sich-auf-coronavirus-vor-notfalls-schulschliessungen_aid-48617773
[A10]	https://www.idowa.de/inhalt.landkreis-starnberg-erster-coronavirus-fall-in-deutschland-bestaetigt.c227e827-46b1-462a-9bad-34aff0f73a86.html
[A11]	https://www.wn.de/Muensterland/Kreis-Warendorf/Telgte/4113185-Hygi.de-verzeichnet-immense-Nachfrage-Wie-ein-Telgter-Onlineversender-vom-Corona-Virus-profitiert
[A12]	https://www.handelsblatt.com/unternehmen/management/china-geschaeft-so-reagieren-deutsche-unternehmen-auf-das-coronavirus/25481100.html
[A13]	https://www.mainpost.de/regional/wuerzburg/Angst-vor-Coronavirus-Unterfranken-decken-sich-mit-Atemschutzmasken-ein;art735,10395726
[A14]	https://www.stuttgarter-nachrichten.de/inhalt.coronavirus-folgen-fuer-stuttgart-messe-verschoben-flughafen-stellt-schilder-auf.54c699a4-4552-4697-b717-e2880ffb11e9.html
[A15]	https://www.bo.de/nachrichten/bislang-kein-nachweis-des-coronavirus-aus-china-im-suedwesten
[A16]	https://www.rnd.de/gesundheit/coronavirus-auf-einen-blick-diese-plakate-sollen-uber-das-virus-informieren-VML5DTBWCFCHPMOHJW377GJZKY.html
[A17]	https://www.pharmazeutische-zeitung.de/wie-wird-eine-coronavirus-infektion-behandelt/
[A18]	https://www.tagesschau.de/ausland/coronavirus-china-eu-rueckholaktion-101.html
[A19]	https://www.kreisbote.de/lokales/starnberg/mann-landkreis-starnberg-coronavirus-infiziert-13504871.html
[A20]	https://www.swr.de/swraktuell/baden-wuerttemberg/mannheim/meldung-43318.html
[A21]	https://www.wa.de/hamm/meldung-coronavirus-hamm-sorgt-verwirrung-polizei-ein-fake-13504165.html

[A22]	https://www.rnd.de/gesundheit/coronavirus-ansteckung-mit-lungenkrankheit-ohne-symptome-moglich-IDE65YKMV5CLRFN7N3JCL3LITA.html
[A23]	https://www.deutschlandfunk.de/impfung-gegen-coronavirus-lernen-aus-vorgaengerviren.676.de.html?dram:article_id=468983
[A24]	https://www.sueddeutsche.de/bayern/bayern-coronavirus-schutz-gesundheit-tipps-1.4775954
[A25]	https://www.br.de/nachrichten/bayern/coronavirus-fall-in-starnberg-33-jaehriger-betroffen,RorIxES
[A26]	https://www.handelsblatt.com/finanzen/anlagestrategie/trends/maerkte-das-coronavirus-haelt-die-boersen-im-bann-was-anleger-jetzt-wissen-muessen/25480044.html
[A27]	https://www.tagesspiegel.de/wissen/coronavirus-erreicht-deutschland-droht-jetzt-eine-pandemie/25478108.html
[A28]	https://www.stuttgarter-zeitung.de/inhalt.flughafen-in-stuttgart-bei-verdacht-auf-corona-virus-keine-landeerlaubnis.31977dcf-ef06-4997-95bf-716aa51939bf.html
[A29]	https://www.focus.de/finanzen/boerse/wirtschaftsticker/unternehmen-starbucks-warnt-vor-corona-virus-geschaeftsausblick-ungewiss_id_11603557.html
[A30]	https://www.zdf.de/nachrichten/heute-in-europa/corona-virus-auswirkungen-auf-frankreich-100.html
[A31]	https://www.derstandard.de/story/2000113854688/chinesische-biowaffe-coronavirus-sorgt-fuer-verschwoerungstheorien-im-netz
[A32]	https://www.handelsblatt.com/finanzen/anlagestrategie/trends/boersen-anlagestrategie-von-blackrock-so-beeinflusst-das-coronavirus-die-maerkte/25481378.html?ticket=ST-212933-9ceiI2k1gGrrW5UTCEWK-ap5
[A33]	https://www.wn.de/Fotos/Aktuelles/Wissenschaft/4113221-Was-ueber-das-Corona-Virus-bislang-bekannt-ist
[A34]	https://www.nordbayern.de/region/erlangen/angst-vor-dem-coronavirus-so-reagiert-erlangen-1.9773722
[A35]	https://www.mainpost.de/regional/wuerzburg/Vier-Faelle-von-Coronavirus-Wie-sich-Unterfranken-vorbereitet;art735,10395737
[A36]	https://www.br.de/nachrichten/bayern/coronavirus-in-bayern-gesundheitsministerin-informiert-um-10uhr,RoqnwL6
[A37]	https://www.hessenschau.de/gesellschaft/vorkehrungen-gegen-coronavirus---atemschutzmasken-ausverkauft,vorkehrungen-gegen-coronavirus-100.html
[A38]	https://www.br.de/nachrichten/bayern/experte-corona-virus-in-deutschland-gut-kontrollierbar,RorvwWi
[A39]	https://www.ndr.de/nachrichten/niedersachsen/braunschweig_harz_goettingen/VW-und-Conti-reagieren-in-China-auf-Coronavirus,corona128.html
[A40]	https://www.faz.net/aktuell/gesellschaft/gesundheit/coronavirus/coronavirus-in-deutschland-behoerden-pruefen-40-kontaktpersonen-16604511.html
[A41]	https://www.schwaebische.de/landkreis/ostalbkreis/aalen_artikel,-gesundheitsamt-ansteckungsgefahr-mit-coronavirus-auf-der-ostalbk-gering-_arid,11178212.html
[A42]	https://www.br.de/nachrichten/bayern/fake-meldung-ueber-corona-virus-fall-besorgte-buerger-in-passau,RorZHf5
[A43]	https://bnn.de/lokales/karlsruhe/behoerden-versichern-wegen-corona-virus-zustaende-wie-in-china-wird-es-in-deutschland-nicht-geben
[A44]	https://www.spiegel.de/deinspiegel/coronavirus-fuer-kinder-erklaert-a-fb50eba4-5cd1-4b44-a43f-283d8d57ef4f
[A45]	https://www.augsburger-allgemeine.de/mindelheim/Wie-das-Corona-Virus-der-Firma-Grob-zu-schaffen-macht-id56582611.html

[A46]	https://www.tagesschau.de/ausland/coronavirus-chronologie-101.html
[A47]	https://www.zdf.de/nachrichten/heute-plus/videos/corona-virus-102.html
[A48]	https://www.swr.de/swraktuell/radio/psychologe-corona-virus-laesst-angst-gehirn-anspringen-100.html
[A49]	https://www.stern.de/gesundheit/coronavirus--wann-sollte-ich-mich-auf-den-erreger-testen-lassen--9109794.html
[A50]	https://www.waz.de/staedte/hattingen/hattingen-amtsaerztin-raet-bei-corona-virus-zu-besonnenheit-id228263761.html
[A51]	https://taz.de/Massnahmen-gegen-Coronavirus/!5660666/
[A52]	https://www.main-echo.de/regional/kreis-main-spessart/Corona-Virus-Wie-geht-das-Mainviereck-mit-der-Situation-um;art3993,6941283
[A53]	https://www.stuttgarter-nachrichten.de/inhalt.coronavirus-in-deutschland-coronavirus-in-stuttgart-zwei-verdachtsfaelle-ueberprueft.7c405ffc-8601-41a7-9adf-3ce0b334869c.html
[A54]	https://www.br.de/nachrichten/bayern/corona-virus-experten-warnen-vor-panikmache,RorDyVe
[A55]	https://www.derstandard.de/story/2000113844952/ausbruch-von-coronavirus-plague-inc-entwickler-warnen-vor-eigenem-spiel
[A56]	https://www.zdf.de/nachrichten/heute-in-deutschland/erster-corona-fall-in-deutschland-100.html
[A57]	https://hamburg1.de/nachrichten/43665/Vorbereitungen_auf_Corona_Virus.html
[A58]	https://www.tagesschau.de/faktenfinder/fakes-geruechte-coronavirus-101.html
[A59]	https://www.aerztezeitung.de/Medizin/Corona-Virus-Spahn-und-RKI-legen-Aktionsplan-vor-406169.html
[A60]	https://www.zdf.de/nachrichten/politik/coronavirus-spahn-robert-koch-institut-wieler-100.html
[A61]	https://www.rbb24.de/panorama/beitrag/2020/01/berlin-coronavirus-neuer-verdachtsfall.html
[A62]	https://www.idowa.de/inhalt.landkreis-landshut-corona-virus-das-achdorfer-ist-gut-geruestet.6c87f6f4-84b9-4939-a690-8df26c01bb77.html
[A63]	https://www.ndr.de/nachrichten/niedersachsen/braunschweig_harz_goettingen/Kein-Coronavirus-in-Goettingen-Patient-entlassen,corona130.html
[A64]	https://www.dw.com/de/coronavirus-impfstoffentwicklung-ein-wettlauf-gegen-die-zeit/a-52170270
[A65]	https://www.faz.net/aktuell/gesellschaft/gesundheit/coronavirus/kampf-gegen-corona-dem-virus-davonfliegen-16605281.html
[A66]	https://www.moz.de/landkreise/havelland/rathenow/rathenow-artikel/dg/0/1/1781110/
[A67]	https://www.bz-berlin.de/deutschland/corona-virus-in-deutschland-die-wichtigsten-fragen-und-antworten
[A68]	https://www.kreisbote.de/lokales/landsberg/corona-virus-landkreis-landsberg-angekommen-13505291.html
[A69]	https://www.rbb24.de/panorama/beitrag/2020/01/coronavirus-hotline-berlin-gesundheitsverwaltung-lungenkrankheit.html
[A70]	https://www.focus.de/gesundheit/news/morgens-arbeit-nachts-isolierzimmer-so-infizierte-sich-der-erste-deutsche-corona-patient_id_11601610.html
[A71]	https://www.tagesschau.de/inland/coronavirus-interview-101.html
[A72]	https://www.stern.de/gesundheit/gesundheitsnews/vier-corona-faelle-in-bayern--alle-arbeiten-bei-webasto--autozulieferer-schliesst-werk-9111798.html

[A73]	https://www.bz-berlin.de/deutschland/erster-infizierter-corona-virus-erreicht-deutschland
[A74]	https://www.wiesentbote.de/2020/01/28/landratsamt-bamberg-informiert-corona-virus-kein-grund-zur-panik/
[A75]	https://www1.wdr.de/nachrichten/westfalen-lippe/reaktionen-unternehmen-swf-corona-virus-100.html
[A76]	https://www.dw.com/de/kommentar-coronavirus-lass-dich-nicht-anstecken/a-52173466
[A77]	https://www.sueddeutsche.de/muenchen/ebersberg/warten-auf-das-virus-influenza-oder-corona-1.4774805
[A78]	https://www.ostsee-zeitung.de/Nachrichten/MV-aktuell/Krankenkasse-schaltet-kostenlose-Hotline-zu-Corona-Virus-frei
[A79]	https://www.wp.de/staedte/wittgenstein/kreis-siegen-wittgenstein-bereitet-sich-auf-corona-virus-vor-id228266271.html
[A80]	https://taz.de/Virus/!5657173/
[A81]	https://www.giessener-allgemeine.de/giessen/uniklinikum-corona-virus-vorbereitet-13503266.html
[A82]	https://www.schwarzwaelder-bote.de/inhalt.rottweil-corona-virus-amt-sieht-keinen-grund-zur-panik.cfc7a4b5-0e2f-4402-b8c2-d627e445efdc.html
[A83]	https://www.mopo.de/hamburg/politik/update-lungen-virus-erster-deutscher-corona-fall--patient-steckte-sich-bei-schulung-an-33812228
[A84]	https://www.sr.de/sr/home/nachrichten/panorama/nachfrage_nach_atemmasken_gestieg_102.html
[A85]	https://www.br.de/nachrichten/bayern/coronavirus-run-auf-schutzmasken-aber-schuetzen-die-ueberhaupt,RorwRH2
[A86]	https://www.stuttgarter-zeitung.de/inhalt.corona-virus-in-china-drei-studenten-der-hochschule-der-medien-kommen-frueher-heim.190e2d89-a9ae-41e2-97ba-4d3ce9d099ce.html
[A87]	https://www.mdr.de/thueringen/corona-virus-mundschutz-erfurt-thueringen-100.html
[A88]	https://www.swr.de/swraktuell/bedrohung-corona-virus-100.html
[A89]	https://www.br.de/nachrichten/meldung/wegen-corona-virus-erlassen-behoerden-stroengere-vorschriften-fuer-flugverkehr-und-krankenhaeuser,30028f1c7
[A90]	https://www.hna.de/lokales/witzenhausen/werra-meissner-kreis-ort306257/corona-virus-werra-meissner-kreis-ist-auf-ernstfall-vorbereitet-13506011.html
[A91]	https://www.ntz.de/nachrichten/nuertingen/artikel/landkreis-esslingen-auf-corona-virus-vorbereitet/
[A92]	https://www.tagesspiegel.de/wissen/coronavirus-erreicht-deutschland-keine-panik-aber-vorsicht/25481050.html
[A93]	https://www.nordbayern.de/region/neumarkt/corona-virus-landkreis-neumarkt-ist-vorbereitet-1.9775030
[A94]	https://www.lvz.de/Region/Mitteldeutschland/Forscher-zu-Corona-Wir-erleben-die-Ausbreitung-eines-ganz-neuen-Virus
[A95]	https://www.sueddeutsche.de/gesundheit/krankheiten-hamburg-coronavirus-hamburg-sieht-sich-gut-aufgestellt-dpa.urn-newsml-dpa-com-20090101-200128-99-666059
[A96]	https://www.stuttgarter-zeitung.de/inhalt.corona-virus-in-bayern-hat-der-patient-andere-angesteckt.d7c5f676-470a-4f54-8ddb-451abfcaa4a8.html
[A97]	https://www.zeit.de/wissen/gesundheit/2020-01/rolf-hilgenfeld-coronavirus-hiv-arzneien-behandlung

[A98]	https://www.neues-deutschland.de/artikel/1132115.corona-krankheitsfall-in-deutschland-ein-virus-ist-ein-virus.html
[A99]	https://www.sueddeutsche.de/muenchen/wolfratshausen/coronavirus-starnberg-bad-toelz-wolfratshausen-pandemie-kreisklinik-schutz-1.4775328
[A100]	https://www.tagesspiegel.de/berlin/coronavirus-berlin-wie-gut-ist-die-hauptstadt-vorbereitet/25478742.html
[B01]	https://www.zdf.de/nachrichten/panorama/kampf-gegen-corona-in-afrika-staaten-verschaerfen-massnahmen-100.html
[B02]	https://www.mainpost.de/regional/kitzingen/Wie-viel-Geld-fehlt-Staedten-durch-Corona;art773,10426297
[B03]	https://www.schwarzwaelder-bote.de/inhalt.kreis-freudenstadt-zahl-der-corona-infizierten-hat-sich-verdoppelt.b7da615e-cd57-4e76-9a66-384726c22bc4.html
[B04]	https://www.tagesspiegel.de/berlin/ramona-pop-zum-stand-der-corona-krise-ich-appelliere-an-die-vernunft-enge-kontakte-zu-vermeiden/25669362.html
[B05]	https://www.suedkurier.de/region/hochrhein/kreis-waldshut/Je-vier-Corona-Faelle-mehr-in-den-Landkreisen-Waldshut-und-Loerrach-allerdings-stehen-noch-Test-Ergebnisse-aus;art372586,10478047
[B06]	https://www.welt.de/politik/ausland/article206707313/Korrespondenten-Berichte-Alltag-an-der-Corona-Front.html
[B07]	https://www.suedkurier.de/region/kreis-konstanz/stockach/Weil-das-Stockacher-Stadtmuseum-wegen-Corona-vorerst-zu-ist-kommen-Teile-der-laufenden-Ausstellung-per-Internet-zu-den-Besuchern;art372461,10477509
[B08]	https://www.berliner-woche.de/steglitz-zehlendorf/c-wirtschaft/physiotherapie-in-zeiten-von-corona_a258199
[B09]	https://bnn.de/lokales/karlsruhe/viele-firmen-aus-dem-raum-karlsruhe-melden-wegen-corona-kurzarbeit-an
[B10]	https://www.tagesschau.de/ausland/kroatien-erdbeben-103.html
[B11]	https://taz.de/Kampf-gegen-Corona!/5672405/
[B12]	https://www.onetz.de/oberpfalz/amberg/ausgangsregeln-corona-krise-einkauf-disziplin-abstand-id2998329.html
[B13]	https://www.weser-kurier.de/bremen/bremen-wirtschaft_artikel,-bremer-einzelhaendler-begegnen-coronakrise-kreativ-_arid,1904270.html
[B14]	https://www.heise.de/tp/features/Corona-Schutzschirm-Die-Gespraechе-laufen-4687724.html
[B15]	https://www.sueddeutsche.de/digital/coronavirus-internet-chance-digitalisierung-1.4846552
[B16]	https://bnn.de/lokales/karlsruhe/olympia-kandidaten-aus-der-region-karlsruhe-wegen-corona-krise-im-wartestand
[B17]	https://www.augsburger-allgemeine.de/geld-leben/Wo-man-sein-Geld-in-Corona-Zeiten-anlegen-kann-id57110041.html
[B18]	https://www.rnd.de/wirtschaft/energieverbrauch-fallt-waehrend-corona-krise-wird-strom-jetzt-billiger-P2GH2M65VNDXFUXBIYI5L435FY.html
[B19]	https://www.badische-zeitung.de/corona-krise-buerger-beachten-die-verbote--184245805.html
[B20]	https://www.nordbayern.de/politik/kommentar-zur-corona-krise-soders-vorpreschen-war-richtig-1.9965972
[B21]	https://www.suedkurier.de/region/schwarzwald/braeunlingen/Erster-Corona-Fall-in-Braeunlingen-Buergermeister-Micha-Baechle-appelliert-zur-Einhaltung-der-Massnahmen;art372509,10477685

[B22]	https://www.suedkurier.de/region/hochrhein/hohentengen-ah/Hohentengen-will-die-Corona-Krise-gemeinsam-meistern-50-Buerger-bieten-ueber-die-Nachbarschaftshilfe-ihre-Hilfe-an;art372601,10477654
[B23]	https://www.marktspiegel.de/nuernberg/c-lokales/60-dinge-die-sie-jetzt-ueber-corona-wissen-muessen_a56163
[B24]	https://www.berlin.de/aktuelles/berlin/6117126-958092-coronakrise-senat-bespricht-am-sonntag-w.html
[B25]	https://www.pnp.de/lokales/berchtesgadener-land/Tourismus-Hoffnung-auf-die-Zeit-nach-Corona-3642999.html
[B26]	https://www.esslinger-zeitung.de/inhalt.leben-in-zeiten-von-corona-wenn-die-angst-in-krisenzeiten-uebermaechtig-wird.cce931f4-789f-4020-b193-5326443f88d0.html
[B27]	https://www.nordbayern.de/region/nuernberg/gegen-corona-koller-hier-gibt-s-trotzdem-ofenfrische-schaufele-1.9965749
[B28]	https://www.suedkurier.de/region/kreis-konstanz/radolfzell/Corona-Tagebuch-der-Redaktion-Radolfzell-Teil-5-Blumengruss-fuer-die-Sozialstation;art372455,10477944
[B29]	https://www.suedkurier.de/region/schwarzwald/bad-duerrheim/Viele-Massnahmen-in-der-Corona-Krise;art372507,10477593
[B30]	https://www.welt.de/debatte/kommentare/article206730103/Ladenschliessungen-wegen-Corona-Macht-die-Buchlaeden-wieder-auf.html
[B31]	https://www.ndr.de/fernsehen/sendungen/nordmagazin/Mit-Balkon-Musik-gegen-die-Corona-Krise,nordmagazin72010.html
[B32]	https://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/wirtschaftspolitik-corona-krise-nachbesserungen-beim-kreditprogramm-dpa.urn-newsml-dpa-com-20090101-200322-99-425276
[B33]	https://www.tagesspiegel.de/kultur/wiederentdeckung-des-starken-staates-die-corona-krise-laesst-manche-auf-den-untergang-des-kapitalismus-hoffen/25666864.html
[B34]	https://www.ndr.de/nachrichten/schleswig-holstein/Wedel-Hilfsteam-fuer-Corona-Risikogruppen,corona1120.html
[B35]	https://kommunal.de/corona-beschluss-papier
[B36]	https://www.ndr.de/nachrichten/niedersachsen/braunschweig_harz_goettingen/Corona-Partys-Ist-manchen-die-Gefahr-nicht-bewusst,coronavirus704.html
[B37]	https://www.zdf.de/nachrichten/heute-journal/kunst-in-zeiten-von-corona-100.html
[B38]	https://www.hessenschau.de/gesellschaft/kliniken-verschieben-op-termine-fuer-corona-ansturm,corona-krankenhaus-betten-100.html
[B39]	https://www.berliner-zeitung.de/politik-gesellschaft/struktur-und-kriegsrat-strategien-gegen-den-corona-lagerkoller-li.79210
[B40]	https://www.weser-kurier.de/region/wuemme-zeitung_artikel,-klinik-lilienthal-richtet-coronataskforce-ein-_aid,1904248.html
[B41]	https://www.rbb24.de/wirtschaft/thema/2020/coronavirus/beitraege/kreditprogramm-kfw-bundesregierung-plant-nachbesserungen.html
[B42]	https://www.saarbruecker-zeitung.de/nachrichten/meinung/standpunkt/in-der-corona-krise-hat-sich-der-rechtsstaat-angesteckt_aid-49693223
[B43]	https://www.zdf.de/nachrichten/panorama/coronakrise-konflikte-familien-100.html
[B44]	https://merkurist.de/wiesbaden/pandemie-corona-in-wiesbaden-die-entwicklungen-vom-wochenende-im-ueberblick_FPo
[B45]	https://www.dw.com/de/kommentar-corona-die-ersch%C3%BCtterung/a-52874191

[B46]	https://www.ksta.de/koeln/angst-wegen-corona-koelner-freiberufler-erzaehlen-von-ihrer-groessten-existenzkrise-36447108
[B47]	https://www.ndr.de/nachrichten/niedersachsen/Corona-Krise-Kliniken-kritisieren-Wortbruch,krankenhausgesellschaften100.html
[B48]	https://www.tag24.de/thema/coronavirus/stuttgart-coronavirus-covid-19-polizei-geht-gegen-menschen-ansammlungen-vor-virus-1466854
[B49]	https://www.ndr.de/nachrichten/niedersachsen/hannover_weser-leinegebiet/Atomkraftwerk-Stoppt-Corona-geplante-Revision,grohnde454.html
[B50]	https://www.suedkurier.de/region/hochrhein/hoechenschwand/Die-Gemeinde-bietet-waehrend-der-Corona-Krise-einen-Einkaufs-und-Lieferservice-fuer-Senioren-an;art372600,10477766
[B51]	https://www.maz-online.de/Lokales/Potsdam/Corona-Infizierter-Andreas-Moeckel-aus-Potsdam-berichtet-ueber-den-Verlauf-der-Krankheit
[B52]	https://www.zeit.de/zustimmung?url=https%3A%2F%2Fwww.zeit.de%2Fpolitik%2F2020-03%2Frusland-coronavirus-infektionen-zahlen-pandemie
[B53]	https://www.shg-aktuell.de/2020/03/22/corona-verfuegung-restaurants-und-gaststaetten-muessen-schliessen/
[B54]	https://www.suedkurier.de/ueberregional/wirtschaft/Vom-Busunternehmen-zum-Lieferdienst-Wie-die-Versorgung-in-Zeiten-der-Corona-Krise-aufrecht-erhalten-wird;art416,10476501
[B55]	https://www.zdf.de/nachrichten/panorama/corona-in-finnland-schule-nun-doch-fuer-die-juengsten-100.html
[B56]	https://www.saarbruecker-zeitung.de/saarland/landespolitik/db-regio-und-vlexx-fahrplan-im-saarland-wegen-corona-ausgeduennt_aid-49690617
[B57]	https://www.berliner-zeitung.de/mensch-metropole/geht-gut-ins-ohr-sprache-und-humor-in-zeiten-von-corona-li.79213
[B58]	https://www.hersfelder-zeitung.de/bad-hersfeld/corona-hersfeld-rotenburg-krankenhaus-13609307.html
[B59]	https://www.mdr.de/thueringen/interview-bodo-ramelow-coronavirus-masken-material-100.html
[B60]	https://www.onetz.de/oberpfalz/weiden-oberpfalz/corona-krise-weiden-bildern-id2998644.html
[B61]	https://www.kurier.de/inhalt.43-neue-infizierte-um-tirschenreuth-explodieren-naezu-die-corona-faelle.7a0a6c51-c3b8-4a46-bc91-7cbbfa7eaaaf.html
[B62]	https://kommunal.de/corona-krise-sind-ausgangssperren-rechtlich-zulaessig
[B63]	https://www.general-anzeiger-bonn.de/sport/telekom-baskets-bonn/telekom-baskets-bonn-in-der-corona-krise-kurzarbeit-und-vertrags-aufloesungen_aid-49687665
[B64]	https://www.morgenweb.de/newsticker_ticker,-darmstadt-satelliten-logistik-in-corona-krise-auch-aus-dem-wohzimmer-moeglich-_tickerid,121935.html
[B65]	https://www.ndr.de/nachrichten/mecklenburg-vorpommern/Bahnverkehr-wird-wegen-Corona-Pandemie-ausgeduennt,coronavirus740.html
[B66]	https://www.pnp.de/lokales/berchtesgadener-land/Corona-31-Infizierte-im-Berchtesgadener-Land-313-in-Quarantaene-3642928.html
[B67]	https://www.zdf.de/nachrichten/panorama/erste-corona-faelle-im-gazastreifen-100.html
[B68]	https://www.pnn.de/potsdam/die-lage-am-sonntag-mehr-corona-faelle-weitere-verbote-und-einschraenkungen/25670946.html
[B69]	https://www.tagesschau.de/ausland/corona-europa-111.html

[B70]	https://www.ndr.de/nachrichten/hamburg/Corona-Hamburger-vor-Kontaktverbot-einsichtig,corona1262.html
[B71]	https://www.tagesschau.de/inland/corona-ausgangssperre-105.html
[B72]	https://www.suedkurier.de/region/schwarzwald/st-georgen/Pizzeria-haelt-sich-nicht-an-Corona-Verordnung-und-oeffnet-trotzdem;art410944,10477734
[B73]	https://www.deutschlandfunk.de/corona-krise-in-deutschland-auch-die-arbeitgeber-muessen.694.de.html?dram:article_id=473058
[B74]	https://www.zdf.de/nachrichten/panorama/fast-zwei-dutzend-todesopfer-corona-faelle-in-tuerkei-steigen-100.html
[B75]	https://www.horizont.net/marketing/nachrichten/allefueralle--wirbleibenzuhause-diese-kampagnen-sollen-die-deutschen-im-kampf-gegen-corona-zusammenschweissen-181755
[B76]	https://www.idowa.de/inhalt.corona-krise-in-deutschland-die-beschluesse-von-ministerpraesidenten-und-bundesregierung.cf14cf5d-6470-4a74-9fb7-0c683db22999.html
[B77]	https://www.dw.com/de/iran-lehnt-us-hilfe-gegen-corona-ab/a-52879990
[B78]	https://www.lahter-zeitung.de/inhalt.altenheim-kein-spargel-wegen-corona.0c7d5cb7-ce4e-4731-997f-2ad1f8216538.html
[B79]	https://www.rnz.de/nachrichten/heidelberg_artikel,-heidelbergrhein-neckar-weniger-gesunde-corona-patienten-update-_arid,505718.html
[B80]	https://www.tagesspiegel.de/wirtschaft/hackathon-im-netz-programmierer-tuefteln-an-loesungen-gegen-die-corona-krise/25670548.html
[B81]	https://www.zdf.de/nachrichten/politik/notmassnahmen-in-corona-krise-spd-mahnt-gesetzesgrenzen-an-100.html
[B82]	https://www.suedkurier.de/region/hochrhein/kreis-waldshut/Blutspende-in-Zeiten-der-Corona-Krise;art372586,10477526
[B83]	https://www.capital.de/wirtschaft-politik/die-welt-nach-corona
[B84]	https://www.ndr.de/nachrichten/schleswig-holstein/Corona-Laender-verstaendigen-sich-auf-Kontaktverbot,corona1338.html
[B85]	https://bnn.de/lokales/karlsruhe/staedtisches-klinikum-nimmt-drei-corona-patienten-aus-dem-elsass-auf
[B86]	https://www.augsburger-allgemeine.de/panorama/Deutschland-erreicht-wegen-Coronavirus-wohl-Klimaziele-fuer-2020-id57108136.html
[B87]	https://www.saarbruecker-zeitung.de/nachrichten/politik/topthemen/angela-merkel-ruft-bevoelkerung-zu-verzicht-und-opfern-in-corona-krise-auf_aid-49692767
[B88]	https://www.rheinische-anzeigenblaetter.de/sonderthemen/corona-virus-nrw/der-corona-sonntag-einzelhandel--spaziergaenger-und-politische-entscheidungen-36450398
[B89]	https://www.nordbayern.de/region/deutschlandweiter-aufruf-gemeinsames-musizieren-in-der-corona-krise-1.9964753
[B90]	https://www.kurier.de/inhalt.trotz-ausgangssperre-fuenf-mitterteicher-feiern-corony-party.99fb8565-2027-4d71-b77c-8f99dd092f07.html
[B91]	https://www.tagesschau.de/inland/corona-massnahmen-105.html
[B92]	https://merkurist.de/wiesbaden/massnahme-update-bund-beschliesst-weitere-einschraenkungen-im-kampf-gegen-die-corona-krise_Abo
[B93]	https://www.tagesspiegel.de/politik/italien-steht-still-so-reagiert-die-regierung-in-rom-auf-neue-corona-schreckenszahlen/25670362.html
[B94]	https://www.nordbayern.de/politik/corona-merkel-muss-nach-infizierten-kontakt-in-quarantane-1.9966331

[B95]	https://www.hna.de/kassel/coronavirus-sti164091/corona-kassel-gastronomie-wegen-coronavirus-in-schwierigkeiten-13608941.html
[B96]	https://bnn.de/lokales/bretten/bretten-peter-und-paul-fest-juli-termin-trotz-coronavirus
[B97]	https://www.nordbayern.de/region/fuerth/corona-krise-in-furth-starten-mehrere-hilfsinitiativen-1.9963240
[B98]	https://www.nordbayern.de/region/ansbach/so-trotzt-eine-der-altesten-buchhandlungen-bayerns-corona-1.9965190
[B99]	https://www.ndr.de/nachrichten/hamburg/Corona-Krise-Hamburgs-Gesundheitsaemter-stocken-auf,bezirke138.html
[B100]	https://www.azonline.de/Lokales/Billerbeck/4174685-Betreiber-von-Restaurants-und-Cafes-in-Zeiten-von-Corona-einig-Eine-wirtschaftliche-Katastrophe

Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache

„Corona“, bereitgestellt durch das Digitale Wörterbuch der deutschen Sprache, <https://www.dwds.de/wb/Corona>, [zuletzt aufgerufen am 14.07.2020].

Erster Corona-Fall Deutschlands

<https://www.kreisbote.de/lokales/starnberg/mann-landkreis-starnberg-corona-virus-infiziert-13504871.html> [letzter Zugriff am 02.07.2020].

Pressekonferenz

<https://www.idowa.de/inhalt.corona-krise-in-deutschland-die-beschluesse-von-ministerpraesidenten-und-bundesregierung.cf14cf5d-6470-4a74-9fb7-0c683db22999.html> [letzter Zugriff am 02.07.2020].

Statista

<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1120050/umfrage/informationsquellen-zum-coronavirus-in-deutschland/> [zuletzt aufgerufen am 22.07.2020].

8.3 Korpora

Die Sigle setzt sich wie folgt zusammen: [Teilkorpus]_[Überschriftennummerierung]. Dabei ist A für den 28.01.2020 und B für den 22.03.2020 definiert.

Im beigefügten Ordner befindet sich der vollständige Korpus, die reinen Textdateien sowie die getaggen Korpora.

8.4 Tabellen

Tabelle 1: Korpus A Lexemverteilung

Rank	Lexem	Frequenz	Relative Häufigkeit	Kumulative Häufigkeit
1	coronavirus	54	6,24%	6,24%
2	corona	40	4,62%	10,85%
3	virus	39	4,50%	15,36%
4	in	32	3,70%	19,05%

5	auf	21	2,42%	21,48%
6	deutschland	16	1,85%	23,33%
7	das	13	1,50%	24,83%
8	sich	13	1,50%	26,33%
9	fall	11	1,27%	27,60%
10	wie	11	1,27%	28,87%

Tabelle 2: Korpus A Häufigkeitsverteilung NN

	coronavirus (n=54)	corona (n=40)	virus (n=39)	krise (n=0)
NN (n=309)	17,48%	12,94%	12,62%	0%

Tabelle 3: Korpus A Häufigkeitsverteilung APPR

28. Jan	in (n=32)	auf (n=21)
APPR (n=100)	32%	21%

Tabelle 4: Korpus A Kollokationen

Rank	Häufigkeit	Häufigkeit links	Häufigkeit rechts	Lexem
1	37	7	30	virus
2	9	2	7	in
3	5	4	1	das

Tabelle 5: Korpus A N-Gramme

Rank	Häufigkeit	Range	N-Gramm
1	29	1	corona virus
2	12	1	in deutschland
3	9	1	coronavirus in
4	6	1	fall in
5	5	1	coronavirus in deutschland
6	5	1	das coronavirus
7	5	1	fall in deutschland
8	5	1	virus in
9	4	1	auf corona
10	4	1	auf coronavirus

Tabelle 6: Korpus A Interpunktion

Interpunktion	Punkte	Doppelpunkte	Binde- /Gedankenstriche	Anführungszeichen	Interrogativzeichen	Exklamativzeichen
Anzahl	0	42	34 / 29	16	11	

Tabelle 7: Korpus B Lexemverteilung

Rank	Lexem	Frequenz	Relative Häufigkeit	Kumulative Häufigkeit
1	corona	100	11,47%	11,47%
2	in	35	4,01%	15,48%
3	krise	34	3,90%	19,38%
4	die	31	3,56%	22,94%
5	der	21	2,41%	25,34%
6	wegen	12	1,38%	26,72%
7	gegen	11	1,26%	27,98%
8	und	11	1,26%	29,24%
9	im	10	1,15%	30,39%
10	an	9	1,03%	31,42%

Tabelle 8: Korpus B Häufigkeitsverteilung NN

	coronavirus (n=1)	corona (n=100)	virus (n=0)	krise (n=34)
NN (n=305)	0,33%	32,79%	0,00%	11,15%

Tabelle 9: Korpus B Häufigkeitsverteilung APPR

	in (n=35)	wegen (n=12)	gegen (=11)	im (n=10)	an (n=9)
APPR (n=101)	34,65%	11,88%	10,89%	9,90%	8,91%

Tabelle 10: Korpus B Kollokationen

Rank	Häufigkeit	Häufigkeit links	Frequenz rechts	Kollokation
1	10	10	0	in
2	8	8	0	corona
3	5	5	0	im
4	5	5	0	die

Tabelle 11: Korpus B N-Gramme

Rank	Frequenz	Range	N-Gram
1	34	1	corona krise
2	13	1	der corona
3	11	1	wegen corona

4	9	1	der corona krise
5	8	1	in zeiten
6	7	1	die corona
7	6	1	die corona krise
8	6	1	gegen corona
9	6	1	in zeiten von
10	6	1	In zeiten von corona

Tabelle 12: Korpus B Interpunktion

Interpunktion	Punkte	Doppelpunkte	Binde- /Gedankenstriche	Anführungszeichen	Interrogativzeichen	Exklamativzeichen
Anzahl	3	39	54 / 15	18	8	2