

Deutschland will kein starkes Polen / Deutschland will Polen abstrafen – Persuasion in einem Medientext am Beispiel der Schlagzeilen in den polnischen Hauptnachrichten „Wiadomości“

Die Partei PiS, die in Polen seit Oktober 2015 regiert, hat sich das öffentlich-rechtliche Fernsehen TVP völlig unterworfen. Jeden Tag läuft die staatliche Propaganda, deren Symbol die Schlagzeilen in den polnischen Hauptnachrichten *Wiadomości* ‚Nachrichten‘ geworden sind. Deutschland neben der Opposition und der EU wird darin am häufigsten angegriffen. Schlagzeilen wie *Deutschland will kein starkes Polen*, *Brüssel, Berlin und die Opposition sind gegen Polen*, *Die Opposition und Deutschland wollen Polen abstrafen* gehören nicht zu Seltenheit und werden von Internetnutzern scherzhaft als *paski grozy* ‚Grauen-Schlagzeilen‘ genannt. Der Beitrag hat zum Ziel, ausgewählte Schlagzeilen in Bezug auf die sprachlichen Persuasionsstrategien zu untersuchen, die in Polen einerseits zur Verstärkung des negativen Bildes von Deutschland dienen, andererseits zur Aufheizung der deutschland-feindlichen Emotionen führen. Als Schlagzeile wird hier ein kurzer Satz oder Satzellipse verstanden, die einen visuellen Charakter hat und für das richtige Journalistenmaterial eine einleitende Funktion erfüllt. Der Charakter und die kommunikationspragmatische Rolle von solchen Schlagzeilen fallen mit denen aus der Presse bekannten Schlagzeilen zusammen. Das Korpus umfasst 34 Schlagzeilen, die aus dem Zeitraum 2016–2019 kommen und im Hinblick auf die darin berührten Themen in vier Domänen unterteilt wurden: Politik, Geschichte, Gesellschaft oder Wirtschaft. In der Analyse werden Elemente berücksichtigt, die sich auf die sprachliche Ausdrucksweise der Realitätsbewertung beziehen. Es werden vier Gruppen von diesen Elementen unterschieden: die vom Autor unabhängigen Wörter und Ausdrücke, die Fragesätze, die Bewertungselemente auf dem System- und Satzniveau und die Bewertungselemente, die auf den außersprachlichen Kontext verweisen. Aus der Analyse geht hervor, dass mithilfe der Bewertungselemente auf dem System- und Satzniveau, Konnotationen und Implikaturen Deutschland und Deutsche in einem eindeutig ungünstigen Licht dargestellt wurden. In acht Schlagzeilen wurde das Implizieren von negativen Informationen festgestellt, fünf Schlagzeilen beinhalten negative Konnotationen, in sechs Schlagzeilen wurden zu neutralen Begriffen andere negativ geladene Bewertungselemente hinzugefügt. Schließlich treten in sieben Schlagzeilen Lexeme vor, die ausschließlich eine feindseligkeitserhöhende Rolle haben. Nur 3 Schlagzeile wurden als neutral klassifiziert.

Schlüsselwörter: Persuasion, Schlagzeile, Nachrichten

Deutschland will kein starkes Polen / Deutschland will Polen abstrafen – Manipulation in a Media Text Based on Headlines in the Polish News “Wiadomości”

The PiS party, which has been in power in Poland since October 2015, has completely subjugated the public television TVP. Every day, it runs the state propaganda, whose symbol has become the headlines in the main Polish news called *Wiadomości* (The News). Germany, along with the opposition and the EU, is most often attacked in them. Headlines such as *Germany does not want a strong Poland*, *Brussels, Berlin and the opposition are against Poland*, *The opposition and Germany want to punish Poland* are not uncommon and are jokingly called *paski grozy* (horror headlines) by internet users. The aim of this article is to examine selected headlines in relation to the linguistic persuasion strategies that serve to reinforce the negative image of Germany in Poland on the one hand, and lead to the heating up of anti-German emotions on the other. A headline is understood here as a short sentence or sentence ellipsis that has a visual character and fulfils

an introductory function for the right journalistic material. The character and communication pragmatic role of such headlines coincide with those known from the press. The corpus comprises 34 headlines coming from the period of 2016–2019 and was divided into four domains with regard to the topics touched upon in them: Politics, History, Society or Economy. In the analysis, elements related to the linguistic expression of reality assessment were taken into account. Four groups of these elements were distinguished: words and expressions independent of the author, interrogative sentences, evaluative elements at the system and sentence level, and evaluative elements referring to the external linguistic context. The analysis shows that with the help of the evaluation elements at the system and sentence level, connotations and implicatures, Germany and Germans were presented in a clearly unfavourable light. In eight headlines, negative information was implied, five headlines contained negative connotations, and in six headlines other negatively charged evaluation elements were added to neutral terms. Finally, in seven headlines, lexemes occur that have exclusively a hostility-increasing role. Only 3 headlines were classified as neutral.

Keywords: persuasion, headline, news

Author: Michał Smulczyński, University of Wrocław, pl. Nankiera 15b, 50-140 Wrocław, Poland, e-mail: michal.smulczynski@uwr.edu.pl

Received: 31.1.2020

Accepted: 6.5.2020

1. Einführung

Im Jahre 2015 hat in Polen die Partei PiS (Prawo i Sprawiedliwość, dt. ‚Recht und Gerechtigkeit‘) die Macht übernommen. Es war zugleich ein Beginn von großen Veränderungen sowohl im polnischen Staatsradio („PR“), als auch im Staatsfernsehen („TVP“). Viele Journalisten wurden entlassen und die Nachrichtensendungen sind zu einer Propagandaröhre geworden. Während die Regierung und die regierende Partei PiS werden nur gelobt, wird die Oppositionsparteien permanent kritisiert. Zu Sündenböcken ist daneben auch die Europäische Union und vor allem Deutschland gemacht worden.

Als Symbol der Propaganda-Nachrichten gelten heutzutage in erster Linie „Wiadomości“ (dt. ‚Nachrichten‘), die Hauptnachrichtensendung von TVP. Die dort erscheinenden Schlagzeilen (pl. paski), die zur Ankündigung einzelner Reportagen gebraucht werden, erfüllen in Mehrheit der Fälle keine informative, sondern persuasive, magische oder expressive Funktion. Den Nachrichten fehle an Objektivität, weil sie eigene Versionen der dargestellten Informationen übermitteln würden (vgl. Kłosińska/Zimny/Żukiewicz 2018: 7–8).

In folgendem Beitrag werden die von den „Wiadomości“-Schlagzeilen untersucht, in denen Deutschland und Deutsche gefasst worden sind. Neben der Europäischen Union gehört eben Deutschland zu den Objekten der schärfsten Kritik seitens der TVP. Bevor aber zu der richtigen Analyse übergegangen wird, sind einige theoretische Bemerkungen notwendig.

2. Schlagzeile in den Nachrichten

Schlagzeilen fand man anfangs nur in der Presse. In ihrer Funktion sind sie direkt an den Leser adressiert und deren Rolle beruht darauf, Aufmerksamkeit zu erregen und

„[...] zugleich dem Leser erleichtern, seinen ‚Leseweg‘ durch die Zeitung zu finden“ (Burger/Luginbühl 2014: 147). Darüber hinaus besteht eine intratextuelle Verknüpfung mit dem Lead und dem Haupttext. Aus diesem Grund sieht Burger die Schlagzeile nicht als eine eigene Textsorte, sondern als Baustein der Textsorte Bericht, obwohl sie von manchen Autoren eben als eigene Textsorte aufgefasst wird (vgl. Burger 2000: 622).

Schlagzeilen sind ebenfalls vom Radio, vom Fernsehen und von den elektronischen Medien übernommen worden. Im Falle des Radios und des Fernsehens geht es um ein akustisches bzw. audiovisuelles Medium, deswegen hat dort die Schlagzeile einen ganz anderen, nämlich einen akustischen bzw. audiovisuellen, Status (vgl. Burger/Luginbühl 2014: 157–158).

Die weiter fokussierten Schlagzeilen haben, genau wie die aus der Presse bekannten, einen visuellen Charakter. Sie sind in erster Linie aus Nachrichtenfernsehen wie n-tv oder BBC, wo 24 Stunden pro Tag aktuelle Meldungen veröffentlicht werden. Die Schlagzeile hat dort einen **beweglichen** Charakter und besteht selbst aus Rubriken bzw. Laufbänder mit in der zeitlichen Abfolge veröffentlichten Headlines.

Die Schlagzeilen aus „Wiadomości“ sind **unbeweglich**. Für solch einen Typ der Schlagzeile hat sich bis heute die allgemein akzeptierte Eigenbenennung noch nicht konstituiert. Sie funktioniert noch nicht als eine neue völlig etablierte Gattung. Worauf aber Kłosińska/Zimny/Żukiewicz (vgl. 2018: 21 ff.) hinweisen, hat sich schon die Bezeichnung „pasek“ im offenen Diskurs als eine separate Mediengattung eine Existenz aufgebaut¹.

Weil es einen separaten Terminus fehlt, werde ich in meinen weiteren Erörterungen den Begriff Schlagzeile nutzen. Sie ist ein kurzer Satz oder Satzellipse, die für das richtige Journalistenmaterial eine einleitende Funktion erfüllt. Die Schlagzeile wird immer unten auf dem Fernsehbildschirm platziert und besteht aus dunkelblauem Balken mit Majuskelschrift darauf. Ein Beispiel zeigt die Abb. 1.



Abb. 1. Eine Schlagzeile von TVP-Nachrichten (Quelle: wiadomosci.tvp.pl)

¹ Es gibt sogar schon Derivate, wie *paskowy* (dt. ‚jemand, der die Schlagzeilen verfasst‘).

Nicht nur der Charakter solcher Schlagzeile, sondern auch deren Rolle ist aus der Perspektive der Kommunikationspragmatik identisch wie der Presse-Schlagzeile. Einerseits ist die Rezeption beider Schlagzeiletypen ähnlich – ein Empfänger liest zuerst die Schlagzeile und erst dann liest/hört die richtige Nachricht, andererseits wird eine unbewegliche Schlagzeile üblicherweise nach der Sendung zum Titel desselben Materials, das auf der offiziellen Webseite eines Senders veröffentlicht wird (vgl. Kłosińska/Zimny/Żukiewicz 2018: 22).

Die Schlagzeile einer Nachricht spielt nach Wojtak (vgl. 2004: 21 ff.) drei Hauptfunktionen. Neben einer Nominativfunktion, gehört hierzu eine deskriptive bzw. zusammenfassende Funktion, d. h. der Inhalt einer Nachricht wird durch die Schlagzeile skizziert. Die dritte Funktion ist schließlich die pragmatische bzw. persuasive Funktion (Wirkung auf den Empfänger). In weiteren Erörterungen werden die linguistischen Mittel fokussiert, die entweder eine deskriptive oder eine persuasive Funktion haben.

Die deskriptive Funktion drückt sich im Gebrauch der Mittel aus, die vom Sender unabhängig sind. Unter dem Begriff der vom Autor unabhängigen Sprachmittel, (anders gesagt: Die von der außersprachlichen Wirklichkeit determiniert), werden hier Eigennamen, Datumsangaben, Maßeinheiten oder verschiedene Termini verstanden (vgl. Pisarek 1972: 11). Im analysierten Material zählen zu dieser Gruppe auch Bezeichnungen spezifischer Ereignisse (z. B. Bundestagswahlen in Deutschland), die die Betrachtung der Vorgänge nicht beeinflussen und frei von irgendwelchen Andeutungen sind, sowie verschiedene Grammatikstrukturen, die gemäß ihrer primären Bestimmung verwendet werden (vgl. Kłosińska/Zimny/Żukiewicz 2018: 25–27).

3. Zum Begriff Persuasion

Wie oben schon angedeutet, werden im Folgenden die Sprachmittel mit einer persuasiven Funktion analysiert. Der vom lateinischen *persuadere* kommende Begriff Persuasion hat zwei Bedeutungen. Die eine ist das Überreden, das „in der Forschung der nicht-argumentativen Form (z. B. durch Konnotation, Emotionalisierung, implizite Wertung, Verschleierung) der sprachlichen Einflussnahme entspricht, bei dem der Empfänger unfreiwillig zu etwas gebracht werden soll“ (Heyne/Vollmer 2016: 27). Die andere ist das Überzeugen, das im Gegensatz zum Überreden durch Argumentation und im Einverständnis mit dem Rezipienten vollzogen wird (vgl. ebenda). Sornig (1986: 249) zufolge, gibt es keine **reine** Mitteilung und jede Äußerung ist durch ihre Absicht und ihren Zweck bestimmt, was auch die Oberflächenstrukturen beeinflusst.

Das Überreden und das Überzeugen werden mithilfe von unterschiedlichen Strategien erreicht. Heyne/Vollmer (2016: 28) weisen auf ein „Lexikon der Überredung“, das von Sornig (1986: 256 ff.) erstellt wurde und in erster Linie die Wortebene in den Mittelpunkt rückte. Die in Schlagzeilen verwendeten Strategien umfassen auch Fragesätze, die Bewertungselemente auf dem System- und Satzniveau und die Bewer-

tungselemente, die auf den außersprachlichen Kontext verweisen. Die Frage als Persuasivitätsmittel hat die Aufgabe, die Aufmerksamkeit des Empfängers anzutreiben, seine Emotionen zu beeinflussen, sowie ihn zum Nachdenken anzuregen. (vgl. Kłosińska/Zimny/Żukiewicz 2018: 30) Unter den Bewertungselementen auf dem Satz- und Systemniveau sind Fälle gemeint, in denen den axiologisch neutralen Begriffen/Ausdrücken differente Bewertungselemente begleiten. Solche Elemente sind Wörter und Ausdrücke, die entweder eine bestimmte Eigenschaft direkt nennen oder einem Verhalten/einer Größe einen bestimmten Wert zuschreiben. Bewertungselemente, die auf den außersprachlichen Kontext verweisen, deuten auf das gemeinsame Weltwissen des Senders und des Empfängers hin, das sich hier in Verwendung von bestimmten Phänomenen ausdrückt. Hierzu gehören sprachliche Manipulationen, die zur Eskalation der Emotionalisierung und Feindseligkeit gegen bestimmte Personen(-gruppen)/Nationen/Länder dienen, sowie Konnotationen und Implikaturen (vgl. Kłosińska/Zimny/Żukiewicz 2018: 61–62).

Konnotationen werden hier nach Duden (2001) als: „assoziative, emotionale, stilistische, wertende [Neben]bedeutung“ verstanden. Als Implikatur wird üblicherweise etwas vom Sprecher Angedeutete, zu verstehen gegebene oder zwischen den Zeilen gesagte (vgl. Liedtke 1995: 19). Mit dem Diktum, also mit dem, was mit der Satzäußerung gesagt wurde, kann man operieren und es als „Sprungbrett zur Produktion von kommunikativen Effekten benutzen“ (Liedtke 1995: 19), sodass eine weitere Sinnebene – Implikatur – geschaffen wird (vgl. ebd.). Implikatur ist ein „[...] Terminus für eine Teilmenge implizierter Folgerungen, wobei teils der Akt des ‚Implizieren‘, teils dessen Ergebnis gemeint ist“ (Glück 2010: 280, Grice 1991: 24–25). Wie im Folgenden gezeigt wird, implizieren die Schlagzeilen in *Wiadomości* ausschließlich negative Kommunikate sowohl über Deutschland als auch über Deutsche.

4. Untersuchungsgegenstand und Analyse

Die Nachrichtensendung *Wiadomości* erscheint jeden Tag um 19:30. Im Programm werden ca. 10–12 Schlagzeilen gezeigt, wovon ungefähr die Hälfte von politischen Nachrichten handelt. Der Rest berührt solche Themen wie: Wirtschaft, Wissenschaft, Gesellschaft, Geschichte u. a. Wie oben schon angedeutet, werden der Analyse die Schlagzeilen unterzogen, in denen Deutschland und Deutsche der Brennpunkt sind.

Die Schlagzeilen kommen aus dem Zeitraum 2016–2019. Das gesammelte Korpus zählt 32 Beispiele, das in 4 Domänen geteilt wurde, je nachdem welches Thema: ein politisches, ein historisches, ein gesellschaftliches oder ein wirtschaftliches berührt wird. Die politische Domäne ist die größte und umfasst 13 Schlagzeile [1]–[13]. Die historischen Themen betreffen 9 Schlagzeilen [14]–[22] und die gesellschaftlichen – 10 Schlagzeilen [23]–[32]. Die wirtschaftliche Domäne ist die kleinste und umfasst 2 Schlagzeilen: [32] und [33].

Die Schlagzeilen wurden auf die Anwesenheit der Elemente untersucht, die die sprachliche Ausdrucksweise der Realitätsbewertung betreffen (vgl. Kłosińska/Zimny/Żukiewicz 2018: 20). Die erste Elementengruppe bilden die Wörter und Ausdrücke, die vom Autor unabhängig sind (4.1). Die folgenden Gruppen bilden die Fragesätze (4.2), die Bewertungselemente auf dem System- und Satzniveau (4.3) und die Bewertungselemente, die auf den außersprachlichen Kontext verweisen (4.4).

4.1 Die Analyse der vom Autor unabhängigen Sprachmittel

Beispiele solcher Schlagzeilen sind [1], [2] und [18]. In [1] haben wir mit einer konkreten Information zu tun, das heißt, welche Partei die Bundestagswahl gewonnen hat, oder wie in [2], dass Angela Merkel ihren Posten als Bundeskanzlerin behalten wird. In [3] erfahren wir aus dem Videomaterial, dass es sich um eine Untersuchungshaft in Warszawa handelt, in der während des 2. Weltkrieges und auch danach viele polnische Soldaten und Offiziere ermordet wurden.

In der Schlagzeile [4] steht aber schon ein Vorwurf, dass Deutschland die polnischen Häfen blockieren solle. Von keinen konkreten Häfen ist hier die Rede, sodass wir eine implizierte Information bekommen, dass alle Häfen von der Blockade betroffen seien. Das Wort *blockieren* konnotiert negative Emotionen, dass allen Schiffen der Weg nach Polen abgeschnitten sei. Es geht hier um die umstrittene Gasleitung Nordstream, an deren Bau deutsche Unternehmen beteiligt sind und die das Segeln von Großschiffen erschweren sollte.

4.2 Die Analyse der Fragesätze

Die Schlagzeilen, die in Frageform vorkommen – hier gehören dazu [10], [11] und [32] – sollen mit dem darauffolgenden Material eine Ganzheit bilden, wie in der Presse, in der die Frage-Antwort Sequenzen eine Einheit bilden. Abgesehen von der Schlagzeile [11], die ausschließlich aus den vom Autor unabhängigen Elementen besteht (siehe 3.1), tragen die zwei anderen einen persuasiven Inhalt mit sich.

Im Falle von [10] geht es um eine konkrete Art deutscher Politik, nämlich um die Migrationspolitik, was wir erst aus dem Videomaterial erfahren. Es wurden ausschließlich deren negative Konsequenzen gezeigt, wie Unruhen, Terroranschläge usw. Schon die Schlagzeile selbst, enthält das Verb *sich ändern* in der Bedeutung ‚anders werden‘. In der Regel erfordert etwas eine Modifikation, wenn es Mängel aufweist. Deswegen sehe ich hier eine Implikatur: ‚Die deutsche Politik ist fehlerhaft‘. Das Material enthält auch Elemente, die mit der deutschen Politik gar nichts zu tun haben. Es wurde u. A. die ehemalige polnische Regierung kritisiert, dass sie die Migrationspolitik von Deutschland nachahmen wollte.

In [32] impliziert der Fragesatz ‚Wir haben mit einer (konsequenten) Islamisierung von Deutschland zu tun‘ und ‚Die Rolle der Muslime und des Islam ist groß geworden‘, deshalb werden die muslimischen Feiertage in Deutschland gefeiert und

vielleicht die traditionellen christlichen Feiertage verdrängt. Und das alles wieder als Konsequenz der Migrationspolitik und der politischen Korrektheit.

4.3 Die Analyse der Bewertungselemente auf System- und Satzniveau

Es wird hier vor allem auf die Fälle hingewiesen, in denen den axiologisch neutralen Begriffen/Ausdrücken wie *Deutschland* oder *Geschichte* differente negativ geladene Bewertungselemente begleiten, wie in den Schlagzeilen [6], [16], [21], [28], [29] und [31].

In den erwähnten Beispielen wird sowohl über Deutschland, als auch über deutsche Institutionen ausschließlich negativ berichtet: [6]: *Niemcy nie chcą przyznać się do błędu* (dt. ‚Deutschland will seinen Fehler nicht zugeben‘), [16]: *Niemcy rabowali i mordowali* (dt. ‚Die Deutschen haben geplündert und gemordet‘), [21]: *Niemcy próbują fałszować historię* (dt. ‚Deutschland versucht, die Geschichte zu verfälschen‘), [28]: *Niemieccy dziennikarze atakują Polskę* (dt. ‚Deutsche Journalisten greifen Polen an‘), [29]: *Jak manipuluje niemiecka telewizja publiczna* (dt. ‚Wie manipuliert das deutsche Fernsehen‘), [31]: *Niemcy przyznali się do błędu* (dt. ‚Deutschland hat seinen Fehler zugegeben‘).

Darüber hinaus ist es für die angeführten Beispiele notwendig, das Videomaterial mitzuberücksichtigen. Es ist auch auffallend, dass auf Systemniveau Namen wie *Deutschland* bzw. *Deutsche* meistens metonymisch gebraucht werden in der Bedeutung: deutsche Politiker/Wissenschaftler/Journalisten und auch in [16] Wehrmacht- bzw. SS-Soldaten.

Die Schlagzeile [12], die auf den ersten Blick eine konkrete Nachricht übermittelt, weist den Empfänger tatsächlich auf ein bestimmtes Gesinnungsgebiet, das nur von einem Teil der Gesellschaft repräsentiert wird. Hier heißen die Implikaturen: ‚Das ist gut‘, ‚Die polnische Regierung ist gut, weil sie gute Arbeit macht‘.

Im Falle der Bewertungselemente auf dem Satzniveau haben wir mit solchen Situationen zu tun, in denen ein axiologisch positiver oder neutraler Begriff unter Einfluss eines negativ gekennzeichneten Ausdrucks auch negativ empfunden wird. So ist in den Schlagzeilen [23] und [30]. Das neutrale Verb *bronić*–schützen bekommt in beiden Kontexten einen negativen Wert, weil die übrigen Ausdrücke *niemieckie Media*–deutsche Medien, *niemiecki interes*–deutsches Interesse oder sogar der Nachname der Oppositionsabgeordneten im Diskurs über Deutschland, der im polnischen Staatsfernsehen geführt wird, eindeutig negativ geladen wird.

4.4 Die Analyse der auf den außersprachlichen Kontext verweisenden Bewertungselemente

Konnotationen treten in 5 Schlagzeilen auf: [13], [15], [17], [19] und [20]. In [13] erfolgt unter Einfluss von zwei negativ motivierenden Lexemen (*Berlin* und *Tusk*) eine Umkehrung des positiv geladenen Wortes *zadowolenie* – Zufriedenheit als *Zufriedensein*. Die Aussage der ganzen Phrase wird dadurch negativ empfunden. Darüber hinaus wird die Verwendung von nur dem Nachnamen (*Tusk* statt *Donald Tusk*) im polnischen

Kulturgebiet eher negativ angesehen. Deswegen könnte es in diesem Kontext auch um zusätzliche Herabwürdigung von Donald Tusk gehen. Die 4 übrigen Beispiele drehen sich ums Thema der Reparationen nach dem 2. Weltkrieg. Hier konnotieren die Wörter *placić (za)* und *rachunek (za)* entsprechend die Bedeutung für etwas (materiell) verantworten und eine (materielle) Verantwortung (fürs Kriegsverbrechen)

Die gesammelten Beispiele für Implikaturen: [5], [7], [9], [23], [24], [26], [29], [33] kann man in bestimmte Themenbereiche einteilen. Im ersten Bereich (deutsch-polnische Beziehungen) implizieren die Schlagzeilen [5] und [33]: ‚Deutschland ist zu Polen negativ eingestellt‘, ‚Die schnelle Entwicklung Polens ist ein Problem für Deutschland‘. Im zweiten Bereich (Medien in Deutschland) implizieren die Schlagzeilen [23], [24], [26] und [29]: ‚Medien in Deutschland sind nicht frei‘, ‚Medien in Deutschland sagen nicht die Wahrheit‘, ‚Medien in Deutschland sind nicht vertrauenswürdig‘. Schließlich heißen die Implikaturen für die zwei übrigen Schlagzeilen [7] und [9] (politische Situation in Deutschland): ‚Die interne Lage in Deutschland ist instabil‘, ‚Es herrscht eine (absolute) Notsituation in Deutschland‘.

Ein Beispiel für Manipulation, die zur Emotionenverstärkung dient, ist die Schlagzeile [22]. Das darin vorkommende Wort *wstrząsająca-erschütternde* bringt nichts Wichtiges in die Mitteilung. Seine Rolle beruht tatsächlich nur darauf, die negative Aussage des Kommunikats zusätzlich zu verstärken. Die Feindseligkeitserhöhung wird mithilfe von negativ geladenen Lexemen erreicht, wie: *zafalszować* (dt. ‚verfälschen‘) in [21], *zburzyć* (dt. ‚niederreißen‘) in [25], *antyrządowe* (dt. ‚regierungsfeindliche‘) in [27], *atakują* (dt. ‚angreifen‘) in [28], und *manipuluje* (dt. ‚manipuliert‘) in [29]. Damit verbunden ist ebenfalls eine andere Technik, die darin besteht, das Handeln einer negativ bewertenden Person/Institution usw. so darzustellen, als dass es sich ständig wiederholen würde. Um es zu erreichen, werden solche Adverbien genutzt wie *wieder, erneut, wiederholt* usw. wie in [3].

5. Zusammenfassung und Ausblick

Im Beitrag wurden insgesamt 34 Schlagzeilen aus den polnischen Nachrichten „Wiadomości“ analysiert, die unterschiedliche Berichte über Deutschland ankündigen. Insgesamt sind im analysierten Material nur 3 Schlagzeile zu finden, die neutrale vom Autor unabhängige Sprachmittel enthalten, was nur 9 % aller Schlagzeilen ausmacht.

In den übrigen Schlagzeilen wurde mithilfe der Bewertungselemente auf dem System- und Satzniveau, Konnotationen und Implikaturen Deutschland und Deutsche konsequent in einem ungünstigen Licht dargestellt. In acht Schlagzeilen (24 %) wurden unterschiedliche negative Informationen impliziert, Konnotationen wurden in fünf Schlagzeilen (15 %) festgestellt und in sechs Schlagzeilen (18 %) wurden zu den neutralen Begriffen unterschiedliche negativ geladene Bewertungselemente hinzugefügt, wodurch ein negatives Bild von Deutschland entsteht. Es ist besonders unakzeptabel, dass sowohl *Deutschland* als auch *Deutsche* immer metonymisch Ge-

braucht werden, was den Eindruck hinterlässt, als wäre für ein bestimmtes Vorgehen das ganze Volk/Land verantwortlich. Darüber hinaus kommen in sieben Schlagzeilen (21 %) Lexeme vor, deren Rolle nur darauf beruht, negative Emotionen zu verstärken und Feindseligkeit zu erhöhen.

Über die antideutschen Schlagzeilen von TVP hat schon der deutsche öffentlich-rechtliche Sender ARD berichtet, worüber die polnische Zeitschrift *Wprost* im März 2018 geschrieben hat². Der „Bericht über Schutzstand der polnischen Sprache in den Jahren 2016–2017“ wurde auch den Schlagzeilen gewidmet. Die Schlussfolgerungen waren negativ. Von den Internetnutzern werden schon die Schlagzeilen scherzhaft als *paski grozy* (dt. ‚Grauen-Schlagzeilen‘) genannt. Innerhalb von vier Jahren sind schon Tausende von Memes entstanden, in denen die Schlagzeilen verspottet werden. Es ist sogar eine Webseite entstanden: pasek-tvpis.pl, mit deren Hilfe man eine eigene TVP-Schlagzeile generieren kann.

Literaturverzeichnis

- BURGER, Harald. „Textsorten in den Massenmedien“. *Text- und Gesprächslinguistik. Linguistics of Text and Conversation. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung An International Handbook of Contemporary Research*. Hrsg. Klaus Brinker, Gerd Antos, Wolfgang Heinemann und Sven F. Sager. Berlin, New York: Walter de Gruyter, 2000, 614–628. Print.
- BURGER, Harald und Martin LUGINBÜHL. *Mediensprache. Eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien*. Berlin, Boston: Walter de Gruyter GmbH, 2014. Print.
- Deutsches Universalwörterbuch*. Mannheim: Duden Verlag, 2001. Print.
- GLÜCK, Helmut (Hrsg.). *Metzler Lexikon Sprache*. Stuttgart, Weimar: Verlag J.B. Metzler. 2010. Print.
- GRICE, Paul. *Studies in the Way of Words*. Cambridge, London: Harvard University Press. 1991. Print.
- HEYNE, Sabine und Bastian A. VOLLMER. *Innovation und Persuasion in der Presse Eine komparative Korpusanalyse zur Form und Funktion von Neologismen*. Wiesbaden: Springer VS, 2016. Print.
- KŁOSIŃSKA, Katarzyna, Rafał ZIMNY und Przemysław ŻUKIEWICZ. *Sprawozdanie ze stanu ochrony języka polskiego za lata 2016–2017 – Język informacji politycznej*. Warszawa, 2018. <http://www.rjp.pan.pl>. 4.9.2019.
- LIEDTKE, Frank. „Das Gesagte und das Nicht-Gesagte: Zur Definition von Implikaturen“. *Implikaturen Grammatische und pragmatische Analysen*. Hrsg. Frank Liedtke. Tübingen: Niemeyer, 1995, 19–46. Print.
- PISAREK, Walery. *Frekwencja wyrazów w prasie. Wiadomości – komentarze – reportaże*. Kraków: Ośrodek Badań Prasoznawczych RSW „Prasa”. 1972. Print.
- SORNIG, Karl. „Bemerkungen zu persuasiven Sprachstrategien“. *Dialoganalyse*. Hrsg. Franz Hundsnurscher und Edda Weigand. Tübingen: Niemeyer, 1986, 249–263. Print.

² Vgl. <https://www.wprost.pl/galeria/10875/4/zbiór-pasków-informacyjnych-w-tvp-za-czasów-prezury-jacka-kurskiego.html>, Zugriff am 29.8.2019.

WOJTAK, Maria. *Gatunki prasowe*. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej. 2004. Print.

Quellenverzeichnis

<https://www.wprost.pl/galeria/10875/4/zbior-paskow-informacyjnych-w-tvp-za-czasow-prezesury-jacka-kurskiego.html>. 29.8.2019.

<https://wiadomosci.tvp.pl>. 29.8.2019.

Anhang

Die Liste der analysierten Schlagzeilen aufgeteilt nach Themen:

- Schlagzeilen, die die politischen Themen berühren.

- [1] *CDU/CSU wygrywa wybory w Niemczech*
- [2] *Angela Merkel ponownie kanclerzem Niemiec*
- [3] *Niemiecka polityka znów groźna dla Europy*
- [4] *Niemcy nie chcą płacić za swoje zbrodnie*
- [5] *Niemcy nie chcą silnej Polski*
- [6] *Niemcy nie chcą przyznać się do błędu*
- [7] *Zagrożona demokracja w Niemczech*
- [8] *Możemy wystawić Niemcom rachunek za zbrodnie*
- [9] *Niemcy wzywają na pomoc Brukselę*
- [10] *Czy wybory zmienią niemiecką politykę?*
- [11] *Z kim będzie rządzić Angela Merkel?*
- [12] *Polski rząd chce reparacji od Niemiec*
- [13] *W Berlinie zadowolenie z wyboru Tuska*

- Schlagzeilen, die die historischen Themen berühren.

- [14] *Niemiec chce sprzedać zrabowany polski obraz*
- [15] *Niemcy nie chcą płacić za swoje zbrodnie*
- [16] *Niemcy rabowali i mordowali*
- [17] *Możemy wystawić Niemcom rachunek za zbrodnie*
- [18] *Tajemnice niemieckiej i sowieckiej katowni*
- [19] *Wystawimy Niemcom rachunek za zbrodnie*
- [20] *Rachunek za niemieckie zbrodnie*
- [21] *Niemcy próbują zafalszować historię*
- [22] *Wstrząsające dowody niemieckich zbrodni*

- Schlagzeilen, die die gesellschaftlichen Themen berühren.

- [23] *Niemieckie media bronią niemieckiego interesu*
- [24] *Niemiecki dziennikarz skazany za prawdę*
- [25] *Niemcy chcą zburzyć polski kościół*
- [26] *Niemiecka telewizja brnie w kłamstwa*
- [27] *Niemcy finansują antyrządowe protesty*
- [28] *Niemieccy dziennikarze atakują Polskę*
- [29] *Jak manipuluje niemiecka telewizja publiczna*
- [30] *Kidawa-Błońska broni interesów Niemiec*

- [31] *Niemcy przyznali się do błędu*
[32] *Niemcy będą obchodzić muzulmańskie święta?*

- Schlagzeilen, die die wirtschaftlichen Themen berühren.

- [33] *Niemcy obawiają się polskich superinwestycji*
[34] *Niemcy blokują polskie porty*

ZITIERNACHWEIS:

SMUŁCZYŃSKI, Michał. „*Deutschland will kein starkes Polen / Deutschland will Polen abstrafen* – Persuasion in einem Medientext am Beispiel der Schlagzeilen in den polnischen Hauptnachrichten „*Wiadomości*“, *Linguistische Treffen in Wrocław* 19, 2021 (I): 291–301. DOI: <https://doi.org/10.23817/lingtreff.19-17>.