

# Inhalt

Vorwort der Herausgeber — IX

## Zur Einführung

Friedemann Vogel und Jia Wenjian

### **Das Bild Chinas im deutschsprachigen Raum**

Ein Forschungsüberblick zu Ethnostereotypen und Vorurteilen  
über das „Reich der Mitte“ und Perspektiven für die interkulturelle  
Kommunikation — 3

## Das Bild Chinas in der deutschsprachigen Presse: Überblicksanalysen

Caja Thimm

### **China im Spiegel der Printmedien – Zwischen Verdammung und Überhöhung?**

Medieninhalte und Expertenperspektiven zur Berichterstattung in  
Deutschland — 29

Friedemann Vogel

### **Linguistische Imageanalyse Chinas**

Theoretisch-methodische Grundlagen und exemplarische Analyse — 48

## Das Bild Chinas in der deutschsprachigen Presse: Fokusstudien I – korpuslinguistische Zugänge

Li Jing

### **„Reich der Mittel“**

Linguistische Imageanalyse zu Chinas Wirtschaft (2000–2013) — 73

Elisa Lang

**„China wirkt ja vor allem so bedrohlich und unsympathisch, weil die Chinesen so übermotiviert sind, so ekelehrgeizig.“**

Chinesische Bildung in deutschen Medien — **102**

Marcus Müller und Maria Becker

**Von Hunden, Hürden und Brücken**

Tropen der deutsch-chinesischen Begegnung im kulinarischen  
Diskurs — **119**

## Das Bild Chinas in der deutschsprachigen Presse: Fokusstudien II – Inhalts- und Diskursanalysen

Zhao Jin

**Die Wechselwirkung des Selbstbildes und des Fremdbildes**

Analyse von Medienberichten zu Sino-Afrika-Beziehungen — **139**

Zhou Haixia

**Das Bild von Überseechinesen in den deutschen Leitmedien**

Analysiert am Beispiel von *DIE ZEIT* und *DER SPIEGEL* (2000–2010) — **154**

Su Fu

**Kontrastive Untersuchung zu den medial konstruierten Tibetdiskursen**

Am Beispiel deutscher und chinesischer Enzyklopädien — **172**

Liang Shanshan

**Die Dynamik von Stereotypen**

Analyse der Deutschland-Stereotype im chinesischen Nachrichtenmagazin  
„Lifeweek“ — **187**

Li Yuan und Ye Xiangmei

**Das politische Chinabild**

In der Berichterstattung im *Spiegel* anlässlich des Nationalen  
Volkskongresses von 2003 bis 2013 — **204**

## Das Bild Chinas in visuellen und audiovisuellen Medien: Werbung, Comics, Film

Friedemann Vogel und Maximilian Haberer

### **Das China-Image in der deutschsprachigen Werbung**

Multimodale Formen und Funktionen eines asiatischen Ethnostereotyps in  
persuasiven Verwendungskontexten — 229

Monika Lehner

### **Graphisches Erzählen über China**

Chinabilder in Comics und Graphic Novels — 257

Chen Zheng

### **Interkulturelle Analyse der kommunikativen Wirkung chinesischer Image-Filme**

Vergleich einer chinesischen mit einer deutschen Zielgruppe — 282

## Anhang

**Chinesische Zusammenfassungen der Beiträge – 论文的中文总结 — 299**

**Autorenverzeichnis — 312**

