

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Umschlaggestaltung:
© Olaf Gloeckler, Atelier Platen, Friedberg

Gutachter: Prof. Dr. habil. Michael Hoffmann,
Prof. Dr. habil. Danuta Olszewska

Diese Publikation wurde von der Universität Rzeszów gefördert.

Gedruckt auf alterungsbeständigem, säurefreiem Papier.
Druck und Bindung: CPI books GmbH, Leck

ISSN 2191-3714
ISBN 978-3-631-66782-8 (Print)
E-ISBN 978-631-06450-6 (E-PDF)
E-ISBN 978-631-70819-4 (EPUB)
E-ISBN 978-631-70820-0 (MOBI)
DOI 10.3726/978-631-06450-6

© Peter Lang GmbH
Internationaler Verlag der Wissenschaften
Frankfurt am Main 2017
Alle Rechte vorbehalten.

Peter Lang Edition ist ein Imprint der Peter Lang GmbH.
Peter Lang – Frankfurt am Main · Bern · Bruxelles · New York ·
Oxford · Warszawa · Wien

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Diese Publikation wurde begutachtet.

www.peterlang.com

Inhaltsverzeichnis

Zur Einführung

Zofia Bilut-Homplewicz/Anna Hanus/Agnieszka Mac
Medienlinguistik und Interdisziplinarität 9

Mediale Kommunikation: theoretische Fragen

Gerd Antos
„Essen macht schön“ Image-Kommunikation: Wie Medien kommunikative Wahrnehmung erzeugen 19

Martin Luginbühl
Journalistische Kulturen zwischen Redaktion, Nation und Sprachraum 33

Ewa Żebrowska
Kohärenz in der Web 2.0-Umgebung 51

Janusz Pociask
Werbetexte aus medienlinguistischer Perspektive 65

Maria Wojtak
Stilistische Gestaltung von Pressemitteilungen – Analyseperspektiven aus polonistischer Sicht 85

Textsorten und medialer Wandel

Heinz-Helmut Lüger
Karikatur und Kommentar 109

Hartmut E. H. Lenk
Und Ihr Kommentar zum Kommentar? Rezipientenäußerungen zu Presse- und Hörfunkkommentaren auf den Internet-Homepages von Sendeanstalten bzw. Tageszeitungen 135

Georg Weidacher

Textsorten als dynamische, medial geprägte kommunikative Praxen.
Diskussion eines medienlinguistischen Textsortenbegriffs anhand
der exemplarischen Analyse von Postings in Kommentar- und
Diskussionsforen 151

Magdalena Makowska

Das kulturprägte und kulturprägende Frauenbild in den
Internetmemen von Marta Frej 171

Józef Jarosz

Internetfriedhöfe als Webseiten mit sepulkralem Textsortennetz 191

Grażyna Zenderowska-Korpus

Wer redet, hat noch lange nicht das Sagen. Phraseologismen in Werbetexten ... 211

Jarochna Dąbrowska-Burkhardt

Multimodalität in historischen Texten. Ein Beitrag zur historischen
Textsemiotik am Beispiel eines Grünberger Stammbuchs
aus dem 18. Jahrhundert 225

Zur Einführung