

# Inhalt

Hartmut E. H. Lenk / Beata Mikołajczyk / Roman Opiłowski / Nadine Rentel Argumentation, Persuasion und Manipulation in Medientexten und -diskursen . . . . .	9
<b>Kommunikative Praktiken in Fernsehnachrichten</b>	
Martin Luginbühl (Universität Basel) Muss Unterhaltung unbeschwert und vergnüglich sein? Kriegsberichterstattung in aktuellen europäischen Fernsehnachrichten . . . . .	27
Iwona Loewe (Universität Łódź) / Teresa Uchman (Schlesische Universität Katowice) Farbe im Fernsehdiskurs. Strategien der Sendeanstalten und Funktionen von Farbe in Nachrichtensendungen . . . . .	49
Hartmut E. H. Lenk (Universität Helsinki) Journalistische Argumentation in deutschen und österreichischen Fernsehnachrichteninterviews mit Führungspersonen von AfD und FPÖ . . . . .	65
<b>Argumentation, Persuasion und Manipulation in Sozialen Medien</b>	
Sylvia Jaki (Universität Hildesheim) / Thomas Mandl (Universität Hildesheim) Toxische Text-Bild-Kommunikation online. Ein Vergleich von genderbasierter Diskriminierung auf Tumblr und reddit . . . . .	83

Paweł Rybszleger (Adam-Mickiewicz-Universität Poznań) »Wenn sie es sagen, muss es wahr sein«. Prinzip der sozialen Bewährtheit in sozialen Medien. Analyse auf der Grundlage von sozialmedialen Einträgen ausgewählter PolitikerInnen aus Deutschland und Polen . . . .	97
Torben Rath (Technische Universität Dresden) Zur Funktion des erfahrungsbasierten Argumentierens im Cannabis-Diskurs. Ein Vergleich von YouTube-Kommentaren zu deutschen und kanadischen Fernsehbeiträgen . . . . .	113
Katarzyna Siewert-Kowalkowska (Kazimierz-Wielki-Universität Bydgoszcz) Russische Desinformation – zur Manipulation durch Sprache am Beispiel des Telegram-Kanals »Neues aus Russland« . . . . .	129
Dominique Dias (Sorbonne Université, Paris) #bookstagram, #booktube, #booktok. Wie wirkt man überzeugend in Sozialen Medien? . . . . .	147
<b>Argumentative Strukturen und persuasive Strategien im World Wide Web</b>	
Anja Schwarzl (Universität Salzburg) Cookie-Banner: die Illusion der Wahlfreiheit . . . . .	163
Iwona Szwed (Universität Rzeszów) Das persuasive Potenzial multimodaler externer Unternehmenskommunikation mit potenziellen Bewerber:innen . . . . .	177
Jolanta Jóźwiak (Kazimierz-Wielki-Universität Bydgoszcz) / Katarzyna Kuligowska (Adam-Mickiewicz-Universität Poznań) Die biblischen Namen David und Goliath als Mittel zur Umsetzung einer persuasiven Strategie im Mediendiskurs . . . . .	197
<b>Printmedien zwischen Information, Argumentation und Manipulation</b>	
Agnieszka Mac (Universität Rzeszów) Argumentieren im multimodalen Text: Eine diskurslinguistische Analyse von Schlagwörtern und Schlagbildern auf den Titelseiten von Nachrichtenmagazinen zum Ukraine-Krieg – ein deutsch-polnischer Vergleich . . . . .	211

Johanna Freudenberg (Technische Universität Darmstadt)  
Argumentation in Informations- und Ratgeberbroschüren am Beispiel des  
Pestizideinsatzes . . . . . 227

Federico Collaoni (Istituto Italiano di Studi Germanici, Roma)  
Rhetorik und Topik im deutschen und italienischen Pressediskurs.  
Abwicklung und Stand des Forschungsprojekts *SICIT* (Rom-Trient) . . . 247

Mariusz Jakosz (Schlesische Universität Katowice)  
Manipulation und Emotionalisierung in der polnischen  
Boulevardpresse . . . . . 261

### **Wahlkampf als Kampf um Worte und Werte**

Jarochna Dąbrowska-Burkhardt (Universität Zielona Góra)  
»Nach Berlin!« oder »Auf, nach Berlin!«? Argumentative Praktiken beim  
Kodieren des Deutschlandbildes am Vorabend der polnischen  
Parlamentswahlen 2023 . . . . . 277

Camilla Badstübner-Kizik (Adam-Mickiewicz-Universität Poznań)  
Zwischen Information und Manipulation. Wahlplakate im öffentlichen  
Raum . . . . . 299

Michał Juszkievicz (Akademie Ateneum Gdańsk)  
Selbstdarstellungsstrategien im Wahlkampf am Beispiel von politischen  
Reden der konservativen Politiker in Polen, Deutschland und in den  
USA . . . . . 315

### **Kontrastive Analysen zum Corona-Diskurs**

Attila Péteri (Eötvös-Loránd-Universität Budapest)  
Die Rolle der Wissenschaft in der Argumentation in deutschen und  
ungarischen Mediendiskursen – Am Beispiel des Coronadiskurses in den  
Jahren 2020 und 2021 . . . . . 329

Georg Weidacher (Karl-Franzens-Universität Graz)  
Alte Normalität – neue Normalität. Die rhetorisch-argumentative  
Verwendung des Begriffs *Normalität* während der Corona-Krise . . . . . 351

Verzeichnis der Autorinnen und Autoren . . . . . 365