

# 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 genderbasiertter 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 Józwiak (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
<b>Wahlkampf als Kampf um Worte und Werte</b>	
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 Juszkiewicz (Akademie Ateneum Gdańsk) Selbstdarstellungsstrategien im Wahlkampf am Beispiel von politischen Reden der konservativen Politiker in Polen, Deutschland und in den USA . . . . .	315
<b>Kontrastive Analysen zum Corona-Diskurs</b>	
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 <i>Normalität</i> während der Corona-Krise . . . .	351
Verzeichnis der Autorinnen und Autoren . . . . .	365