

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	VII
GEORGETTE STEFANI-MEYER (SAARBRÜCKEN)	
L'investissement des espaces et du mobilier urbains comme supports de communication	1
FRANÇOISE HAMMER (KARLSRUHE)	
L'enseigne commerciale et la publicité à <i>l'étroit</i>	11
RAÚL SÁNCHEZ PRIETO (SALAMANCA)	
Der Sprachenkampf in den Brüsseler Randgemeinden: Eine empirische Fallstudie	29
BERND SPILLNER (DUISBURG-ESSEN)	
Die öffentlichen ‚Rèlements‘ in Frankreich als direkte urbane Textsorte	45
JAKOB F. DITTMAR (MALMÖ)	
Graffiti als En-Passant-Medien im städtischen Raum	57
ANDREA WURM (SAARBRÜCKEN)	
„Zwiebelsuppe à la Escoffier“. Speisekarten und Speisenbezeichnungen und ihre historische Entwicklung unter dem Einfluss französischer Esskultur.....	73

RAMONA SCHRÖPF (AACHEN)

Bahnhofskiosk vs. World Wide Web.

Strategien der Lesergewinnung in Print- und Online-Medien
im deutsch-französischen Vergleich..... 97

ANTJE ZILG (GIESSEN)

„Je ne vois que toi!“

Identitätsstiftung im Genfer Lokalfernsehen..... 117

JUTTA MILDE (KOBLENZ-LANDAU)

Die Analyse wissensvermittelnder Fernsehformate
auf der Grundlage theoretischer und empirischer

Implikationen aus der (Text-)Verständlichkeitsforschung..... 131

HANS GIESSEN (SAARBRÜCKEN)

Zur Nutzung von Handy TV.

Ergebnisse einer Befragung im urbanisierten
saarländisch-lothringischen Grenzraum 151

NADINE RENTEL (ZWICKAU)

Die Pragmatik der *textos*:

Code Switching, Diskursmarker, Interjektionen

und Grußformeln. Eine korpusbasierte Studie..... 171