

Inhalt

Vorbemerkung der Herausgeber 7

Werner Kallmeyer / Maja N. Volodina

Einleitung: Perspektiven auf Mediensprache und
Medienkommunikation 9

Gerhard Stickel

Grußwort zur Internationalen Konferenz „Mediensprache als
Objekt interdisziplinärer Forschungen“ vom 25. bis 27. Oktober
2001 an der Philologischen Fakultät der Staatlichen Lomonosov-
Universität Moskau 15

Yassen N. Zassoursky

Welcoming Address to the International Conference “Media Language as
Object of Interdisciplinary Research” at the Philological Faculty of the
Moscow State Lomonosov University, October 25-27, 2001 17

Allgemeine theoretische Überlegungen

Elena S. Kubriakova

Über Wege der Erforschung der Masseninformationsmedien (MIM) 21

Valerij S. Dem'jankov

Medienereignisse aus linguistischer Sicht 29

Valery G. Kusnezov / Julia D. Artamonova

Mediensprache und neue Probleme der Hermeneutik 47

Maja N. Volodina

Mediensprache als eines der Hauptmittel zur Massenbeeinflussung 57

Psycholinguistische Ansätze zur Medienforschung

Aleksei A. Leontiev

Ereignisbild und die Möglichkeiten seiner Verfälschung 65

Victor F. Petrenko

Psychosemantics of Mentality: The Communicative Aspect69

Olga N. Grigorjeva

Semantics of Sensations in the Language of Mass Media81

Lidia V. Matveyeva

Perception of Publicity Texts in Television Communications89

Mediensprache aus kognitiver Perspektive

Olga V. Aleksandrova

Cognitive and Pragmatic Features of Mass Media Discourse109

Irina B. Rubert

Mythologem in the Language of Mass Media117

Dmitrij B. Goudkov

The Language of Russian Political Discourse and National Myth121

Anatolij P. Tschudinow

Metaphorische Rechtfertigung und Verurteilung des Krieges in russischen und amerikanischen Massenmedien (kognitiver Aspekt)127

Natalja L. Butschneva

Einige Aspekte der Metaphorisierung von Termini in der deutschen Gegenwartspresse137

Pragmatische Betrachtungen des Mediendiskurses

Irina M. Kobozeva

Identification of Metaphors in the Political Discourse of Mass Media: A Pragmatic Approach145

Pavel B. Parshin

Some Remarks on Intertextual Links in the Present-Day Russian Media, with Special Reference to the Types and Functions of Intertext in Advertising161

Julia K. Pirogova

Differentiation as a Persuasive Strategy in Advertising Discourse177

Ludmila V. Minaeva

The Language of the Mass Media in Terms of Linguoimageology 199

Tatiana A. Komova

From Personal Identity to National Identity in the Mass Media 207

Werner Kallmeyer

Pragmatische Aspekte des Mediendiskurses. Am Beispiel von
Gesprächssendungen des deutschen Fernsehens 221

Spezifische Erscheinungen der Mediensprache

Grigorij Ya. Solganic

The Appropriateness of Newspaper Language Development in
the 20th Century 251

Vladimir M. Leitchik

Tendencies of Intellectualisation and Democratisation in the
Contemporary Russian Language and Their Realisation in
Publicistic Texts 265

Oksana A. Ksenzenko

Play Upon Words and Images in Advertising 279

Ludmila A. Kudryavtseva

The Impact of Mass Media on the Formation of General Slang in
Modern Russian Language 287

Tatiana N. Bogrdanova

The Implications of English-Russian Interactions in Mass Media 299

Anja Herzog

Sprachliche Besonderheiten deutschsprachiger Mail-Kommunikation
im Internet 307