

Inhalt

Frank Liedtke, Zofia Berdychowska
Zeichen, Ort, Bezugnahme – zur Einleitung 7

Kapitel I Politische Slogans und Presseberichterstattung

Heike Romoth
Prägnante Kürze in Wahlslogans: Explizite und implizite Texthandlungen 15

Dorota Miller
„Jeder für sich“ vs. „Divided we fall“. Deutsche und britische Titelseiten
zum Brexit 29

Odile Schneider-Mizony
Politische Parolen als Kurztexte: Vom Demospruch zum Hashtag und
Internet-Memes 43

Magdalena Filar
Zur Informationsstrukturierung in Vorspanntexten der deutschen Presse 57

Kapitel II Werbung und Public Relations

Ricarda Schneider
100% *Feel Good!* Bewertende Kurztexte auf deutschen und
französischen Filmplakaten im öffentlichen Raum 73

Janusz Pociask
„In der Kürze liegt die Wirkung“ – Zu Status, Form und Wirkung
sprachlicher Ökonomisierung in Werbetexten 97

Anne-Laure Daux-Combaudon
Verallgemeinernde Äußerungen in Werbeanzeigen als multimodalen
Kurztexten 117

Joanna Janicka
Kurz und kreativ. Werbung für Deutschkurse am Goethe-Institut 139

Magdalena Makowska

Kurztexte und multimodale Kurzformen in Kommunikationsräumen
von polnischen Lebensmittelgeschäften 157

Kapitel III Kultur, Geschichte und Literatur

Jarochna Dąbrowska-Burkhardt

Stammbucheinträge – historische Kurztexte im öffentlichen Raum.
Analyse eines Grünberger Stammbuchs aus dem 18. Jahrhundert 177

Stephan Frech

Sprechende Häuser. Historische Kurztexte auf alten Fassaden 191

Sabine Häusler

Mehrsprachigkeit in den Bildunterschriften als Kurztexte zur
Kolumnensammlung *Locker vom Hocker* von Susann Kinghorn aus
Namibia 205

Beata Gorycka

Leerstellen in der Erzählung Judith Hermanns „Sommerhaus, später“ 219