

BRESLAUER STUDIEN ZUR MEDIENLINGUISTIK
WROCLAWSKIE STUDIA Z LINGWISTYKI MEDIÓW

Herausgegeben von
Iwona Bartoszewicz / Roman Opiłowski / Józef Jarosz

Band 1 / Tom 1

Gutachter:
Prof. Dr. habil. Zofia Bilut-Homplewicz
Dr. habil. Waldemar Czachur

Umschlaggestaltung:
Rafał Kapica

DTP:
Paweł Wójcik

Niniejsza publikacja ukazała się dzięki wsparciu finansowemu Ministerstwa Nauki
i Szkolnictwa Wyższego w ramach działań restrukturyzacyjnych
Wydziału Filologicznego Uniwersytetu Wrocławskiego

Dieses Werk wurde finanziell gefördert durch das Ministerium für Wissenschaft
und Hochschulwesen im Rahmen des Restrukturierungsprojektes
der Philologischen Fakultät der Universität Wrocław

© Copyright by Oficyna Wydawnicza ATUT – Wrocławskie Wydawnictwo Oświatowe
Wrocław–Dresden 2014

ISSN 2391-5730
ISBN 978-83-7977-043-4
ISBN 978-3-86276-137-1

Oficyna Wydawnicza ATUT – Wrocławskie Wydawnictwo Oświatowe
ul. Kościuszki 51a, 50-011 Wrocław, tel. +48 71 342 20 56, fax +48 71 341 32 04
e-mail: oficyna@atut.ig.pl, www.atut.ig.pl

Neisse Verlag, Strehleener Str. 14, 01069 Dresden
Tel. 0351 810 7090
www.neisseverlag.de, mail@neisseverlag.de



Inhaltsverzeichnis

Vorbemerkungen zum Thema des Buches	9
Danksagung	15

I. BILDLINGUISTIK UND IHR FORSCHUNGSFELD – KONZEPTE, ANSÄTZE, METHODEN

ANTOS GERD / OPIŁOWSKI ROMAN

Auf dem Weg zur Bildlinguistik. Perspektiven für eine neue linguistische Subdisziplin aus deutsch-polnischer Sicht	19
---	----

ŻEBROWSKA EWA

Visuelle Texte. Sichtbarkeit und optische Gestalt als Kategorien der Bildlinguistik	43
--	----

II. UMGANG MIT SPRACHE UND BILD IN PRINTTEXTEN

BOGACKI JAROSŁAW

Zur Materialisierung der Identität durch Sprache und Bild am Beispiel der Steckbriefe	57
--	----

JUESTEN ANNA

Fluide versus stabile Unternehmensidentität. Zur visuellen Inszenierung eines Unternehmens in der externen Kommunikation	73
---	----

KAPUŚCIŃSKA ANNA

Zur Bebilderung des Textes und Betextung des Bildes aus der text- und bildwissenschaftlichen Perspektive	81
---	----

LISIECKA-CZOP MAGDALENA

Sprache und Bild in der Lexikografie. Über bebilderte Wörterbücher in semiotischer Modellierung	93
--	----

MAKOWSKA MAGDALENA	
Macht zeigen und beschreiben. Über die kommunikative Kraft von Politik kodierenden Sehflächen	105
POCIASK JANUSZ	
Reziprozitäten sprachlicher und bildlicher Gestaltungsmittel in Werbeanzeigen	119
SCHUPPENER GEORG	
Onomatopoetika in der Werbung	135
SZCZĘK JOANNA / KAŁASZNIK MARCELINA	
<i>Sagt ein Bild mehr als tausend Worte?</i> – Zur Funktion der Bilder in der Boulevardpresse	147
SZUBERT RAFAŁ	
Zur Visualisierung in der Suche nach dem Sinn	165
 III. SPRACHLICH-VISUELLE KOMMUNIKATION IM FERNSEHEN UND INTERNET	
ILUK JAN	
Memes in der polnischen Debatte um den Dreiteiler <i>Unsere Mütter, unsere Väter</i>	181
MAC AGNIESZKA	
Über eine Naturkatastrophe berichten: Dramatisierungsstrategien in einem multimodalen Text am Beispiel deutscher und polnischer Fernsehnachrichten	193
MACIEJEWSKI MARCIN	
Bildrhetorik und In-vitro-Fertilisation. Visuelle Kommunikation auf den Internetseiten der Kinderwunschzentren	215
MIKOŁAJCZYK BEATA	
Bild-Sprache-Konstellationen und Funktionalität von Websites dargestellt am Beispiel des deutschen Bundestagswahlkampfes 2013	227
PĘDZISZ JOANNA	
Wie funktioniert das Kommunikationsgefüge diskursive Blog-Interaktion? Zum Phänomen der Hybridisierung im sprachlich-visuellen Online-Diskurs	241
PFURTSCHELLER DANIEL	
Funktionale Bausteine von multimodalen Texten: Nachrichtenmagazine als Kommunikationsangebote	257

RENTEL NADINE

Formen und Funktionen der multimodalen Gestaltung der
Hypertextkommunikation. Eine Fallstudie zu deutschsprachigen
Banken-Homepages 273

RYBSZLEGER PAWEŁ

Soziale Medien als multimodale *Communities of Practice* 287

Autorenverzeichnis 299