

Ramona Schröpf
(Hrsg.)

**Medien als Mittel
urbaner Kommunikation**

Kontrastive Perspektiven
Französisch – Deutsch



PETER LANG
EDITION

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 ‚Règlements‘ 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