

Sommersemester 2018: Italienische Werbesprache. Überzeugen, Überreden, Manipulieren mit
Worten und Konstruktionen (Nicklaus)

Seminarbibliographie (Auswahl)

Arcangeli, Massimo. ⁴2012. *Il linguaggio pubblicitario*. Roma: Carocci

Baldini, Massimo (Hg.). 2003. *Il linguaggio della pubblicità. Le fantaparole*. Rom: Armando.

Bilut-Homplewicz, Zofia. (Hg.). 2010. *Text und Stil*. Frankfurt am Main u.a.: Lang.

Calderón, Marietta. 1998. "La vita può essere bella und was nationale Stereotype dazu beitragen können". In: Franz Rainer & Peter Schifko (Hg.). *Wirtschaftssprache: anglistische, germanistische, romanistische und slavistische Beiträge; gewidmet Peter Schifko zum 60. Geburtstag*. Frankfurt am Main u.a.: Lang, 203-214.

Cattani, Annalisa. 2009. *Pubblicità e retorica: meccanismi argomentativi della persuasione*. Milano: Lupetti.

Blumenthal, Peter. 1983. *Semantische Dichte. Assoziativität in Poesie und Werbesprache*. Tübingen: Niemeyer.

Capozzi, Maria Rosa. ²2016. *La comunicazione pubblicitaria. Aspetti linguistici, sociali e culturali*. Pavia: Francoangeli.

Cattani, Annalisa. 2009. *Pubblicità e retorica : meccanismi argomentativi della persuasione*. Milano: Lupetti.

Codeluppi, Vanni. 2013. "Per un metodo d'analisi della pubblicità". *Pensar la Publicidad. Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias*. 7(1), 67-87.

Codeluppi, Vanni. 2000. *Iperpubblicità. Come cambia la pubblicità italiana*. Milano: FrancoAngeli.

De Mauro, Tullio. 2003. "Un linguaggio subalterno". In: Baldini, 53-57

Dumiche, Béatrice (Hg.) 2008. *Werbung und Werbesprache: eine Analyse im interdisziplinären Kontext*. Wilhelmsfeld: Egert.

Elsen, Hilke. 2013. *Wortschatzanalyse*. Tübingen u.a.: Francke. [Kap. 12]

Elsen, Hilke. 2008. "Englische Elemente in der Kosmetikwerbung. Deutsche und französische Anzeigen im Vergleich". In: Dumiche, 87-122.

Giovanardi, Claudio. 2005. "L'inglese nella pubblicità televisiva italiana dei nostri giorni". In: Iørn Korzen (Hg.). *Lingua, cultura e intercultura: l'italiano e le altre lingue*. Frederiksberg: Samfundsliteratur Press. 399-411.

Gylling, Morten. 2014. "An intercultural rhetoric perspective on linguistic structures". In: Iørn Korzen & Angela Ferrari & Anna-Maria De Cesare. *Tra romanistica e germanistica. Lingua testo*

cognizione e cultura. Between Romance and Germanic: Language text cognition and culture. Bern: Lang, 197-216

Holtz-Bacha, Christina (Hg.). ²2011. *Stereotype? Frauen und Männer in der Werbung.* Wiesbaden: Springer.

Janich, Nina & Jens Runkehl. ⁵2010. *Werbesprache. Ein Arbeitsbuch.* Tübingen: Narr.

Janich, Nina. 2009. "Rhetorisch-stilistische Eigenschaften der Sprache von Werbung und Public Relations." In: Ulla Fix (Hg.). *Rhetorik und Stilistik: ein internationales Handbuch historischer und systematischer Forschung.* Bd. 2. Berlin u.a.: De Gruyter, 2167-2181.

Kessel, Alina: "Female Marketing Sternstunde der Frauen – Der Kunde ist Königin". In: Holtz-Bacha 2011, 298-322

Kienpointner, Manfred. 1992. *Alltagslogik: Struktur und Funktion von Argumentationsmustern* Stuttgart-Bad Cannstatt: Frommann-Holzboog.

Lehn, Isabelle. 2011. *Rhetorik der Werbung.* Konstanz: UVK.

Lombardi Vallauri, Edoardo. 1995. "Tratti linguistici della persuasione in pubblicità". *Lingua Nostra* 56, 41-51.

Lyss, Eva Lia. 2011. "Erzählen in bewegten Werbebildern. Narrative Muster und Logiken des Werbens zwischen Story und Produkt". In: Hans-Joachim Diekmannshenke (Hg.). *Bildlinguistik. Theorien - Methoden - Fallbeispiele.* Berlin: Schmidt.

Minucci, Mirko. 2007. *Automobilwerbung in Italien und Deutschland. Ein kontrastive, synchrone und diachrone Betrachtung von Plakaten und Printanzeigen im interkulturellen und interdisziplinären Kontext.* Wilhelmsfeld: Egert.

Ortak Nuri. 2004. *Persuasion. Zur textlinguistischen Beschreibung eines dialogischen Strategiemusters.* Niemeyer: Tübingen.

Ottmers, Clemens. 2007. *Rhetorik.* 2. Auflage. Stuttgart: Metzler.

Perugini, Mario. 1994. "La lingua della pubblicità". In: Luca Serianni/Pietro Trifone (Hg.): *Storia della lingua italiana.* Bd. 2: *Scritto e parlato.* Turin: Einaudi, 599-615.

Poggi, Isabella. 2005. "The goals of persuasion". *Pragmatics & cognition* 13/2, 297-336.

Price Dillard, James & Miraldi, Lori. 2008. "Persuasion: Research Areas and Approaches" in: Ulla Fix (Hg.). *Rhetorik und Stilistik: ein internationales Handbuch historischer und systematischer Forschung* Bd. 1. Berlin u.a.: De Gruyter, 689-702

Schweiger, Günter & Schrattenecker, Gertraud. 2017. *Werbung.* 9., überarbeitete und erweiterte Auflage. Konstanz: UVK.

Siever, Torsten. 2005. "Internetwerbung: Alter Wein in neuen Schläuchen?". In: Torsten Siever & Peter Schlobinski & Jens Runkehl (Hg.). *Websprache.net. Sprache und Kommunikation im Internet.* Berlin et al. 219–241.

Signorini, Giancarlo.: 2004. *L'arte di persuadere : teorie, dinamiche e modelli della persuasione*. Bologna: Pendragon 2004.

Stöckl, Hartmut. 2008. "Was hat Werbung zu verbergen? Kleine Typologie des Verdeckens." In: Steffen Pappert & Melani Schröter & Ulla Fix (Hg.). *Verschlüsseln, Verbergen, Verdecken in öffentlicher und institutioneller Kommunikation*. Berlin: Schmidt, 171-196.

Stöckl, Hartmut. 1997. *Werbung in Wort und Bild. Textstil und Semiotik englischsprachiger Anzeigenwerbung*. Frankfurt a.M. u.a.: Lang.

Thiele, Martina. 2015. *Medien und Stereotype. Konturen eines Forschungsfeldes*. Bielefeld (transcript).

Vater, Heinz. 2010. "Sprachspiele. Kreativer Umgang mit Sprache". *Linguistische Berichte* 221, 3-36.

Wabner, Matthias. 2003. *Kreativer Umgang mit Sprache in der Werbung. Eine Analyse der Anzeigen- und Plakatwerbung von McDonald's*. Online abrufbar unter: <http://www.mediensprache.net/networx/networx-32.pdf>.

Wehner, Christa. 1996. *Überzeugungsstrategien in der Werbung. Eine Längsschnittanalyse von Zeitschriftenanzeigen des 20. Jahrhunderts*. Opladen (Westdeutscher Verlag).

Wüest, Jakob. 2011. "Interkulturelle Unterschiede in der Werbung?" In: Eva Lavric & Wolfgang Pöckl & Florian Schallhart (Hg.). *Comparatio delectat*, Band 1. Frankfurt a.M. u.a.: Lang, 375-88.

