

Inhalt

Seite

ERSTER TEIL

Geteiltes Land - geteilte Sprache?	9
Werbung ist Ausdruck der Gesellschaft	12
Wie Werbung beurteilt wird	13
Was Werbung bedeutet	16
Sozialistische Werbung	16
Westliche Werbung	21
Wie Werbung entsteht	24
Die Sprache der Werbung	28
Begriffsklärung	28
Sondersprache oder Existenzform?	31
Funktionalstil oder stil-los?	35
Der Slogan	37
Slogan oder Leitsatz?	40

ZWEITER TEIL

Der Analyse-Apparat	42
Struktur der Dateien	42
Die rhetorischen Figuren	44
A) Rhetorische Figuren auf der Satzebene	46
B) Rhetorische Figuren auf der Wortebene	61
Das Material	69
Statistische Auswertung	70

DRITTER TEIL

Interpretation	75
Gruppe I	75
Gruppe II A	76
Gruppe II B	76
Gruppe II C	82
Zusammenfassung der Ergebnisse	88
Weitere Ergebnisse	89
Satzbau	89
Kleiner Exkurs zur Abstraktion in Werbetexten	92
Unvollständigkeit	93
Attribute	94
Schlüsselbegriffe	98
Zusammenfassung der weiteren Ergebnisse	101
Nachwort	103
Verzeichnis der abgekürzten Literatur	105

ANHANG

Materialsammlung	106
Literaturliste	119