



Werbesprache. Manipulation durch Werbung

By Robert Fellner

GRIN Verlag Gmbh Apr 2008, 2008. Taschenbuch. Book Condition: Neu. 210x148x6 mm. This item is printed on demand - Print on Demand Titel. Neuware - Essay aus dem Jahr 2007 im Fachbereich Germanistik - Linguistik, Note: sehr gut, King`s College London, 11 Quellen im Literaturverzeichnis, Sprache: Deutsch, Anmerkungen: Essay Question: To what extent can advertising language be regarded as manipulative Discuss, with examples from German. , Abstract: Das vorliegende Essay ist im Rahmen der Lehrveranstaltung Language, Power, Ideology entstanden. Ziel des Essays ist es, unter besonderer Berücksichtigung der Werbesprache, manipulative und persuasive Aspekte der Werbung sprachwissenschaftlich zu durchleuchten, zu analysieren und zu interpretieren. Etymologisch betrachtet handelt es sich bei dem Wort Werbung um eine substantivierte Form des althochdeutschen Verbs (h)werban, das soviel wie sich drehen, wenden, umkehren, sich bemühen (8. Jh.) bedeutet. Der extensive Bedeutungswandel des Wortes entwickelt bereits früh weitere Bedeutungsfelder wie sich um etw. jmdn. bemühen und jmdn. für einen Dienst, eine Arbeit, ein Amt gewinnen wollen. In semantischem Zusammenhang steht die in den 60er Jahren entwickelte AIDA-Formel, welche die primären Werbeziele zu formulieren versucht. Zunächst muss Werbung die Aufmerksamkeit (Attention) des Adressaten erreichen, um Interesse (Interest) am Werbeobjekt zu evozieren, was zu Wunschen (Desire) führen soll, die...



READ ONLINE

Reviews

This pdf is wonderful. It is definitely simplified but excitement from the 50 percent in the ebook. You wont sense monotony at at any time of your time (that's what catalogues are for relating to should you request me).

-- **Jaqueline Kerluke**

I just started looking at this pdf. It can be rally fascinating throug studying period of time. Its been printed in an extremely basic way and is particularly only following i finished reading through this publication where in fact altered me, change the way i really believe.

-- **Mr. Stephan McKenzie**