

HW

FIKTION UND FIKTIONALISIERUNG

UDO GÖTTLICH / GERD HALLENBERGER  
JÖRG-UWE NIELAND (HRSG.)

Kommunikation im Wandel  
Zur Theatralität der Medien

Herbert von Halem Verlag

# Inhalt

Vorwort

Einleitung

Teil I      Theatralität und Öffentlichkeit

Rüdiger Ontrup

*Die Macht des Theatralischen und die Theatralität der Macht*

Udo Göttlich / Jörg-Uwe Nieland

*Alltagsdramatisierung und Daily Soaps*

Teil II     Öffentlichkeitswandel und Programmangebot

Joan Kristin Bleicher

*Ritualisierung und Inszenierungsstrategien des  
Fernsehprogramms*

Gerd Hallenberger

*Anmerkungen zur Konstruktion von Bedeutsamkeit  
im deutschen Fernsehen der 90er Jahre*

Anne-Kathrin Luchting

*„Girls just wanna have fun“*

Gerlinde Frey-Vor

*Langzeitfernsehseriennim Serienangebot der ARD*

Teil III    Öffentlichkeitswandel und Qualitätsansprüche

Ricarda Hartwich-Reick / Günter Rager

*Es ist nicht alles Gold was glänzt*

Georg Schütte  
*Medienentwicklung und Qualität im Journalismus*

Teil IV    Theatralität und politische Kommunikation

Thomas Meyer  
*Öffentlichkeit als Theater?*

Christian Schicha  
*Theatralitätselemente im Kontext medialer Politikvermittlung*

Christian Kugler  
*Die staatsmännische Performance*

Teil V    Darstellungsformen in der Fernsehwerbung

Herbert Willems / Martin Jurga  
*Globalisierung, medienkulturelle Tradierung und die Darstellung der Geschlechter in der Werbung*

Thomas Schierl  
*Über kommunikative Welt- und Geschlechterbilder*

Teil VI    Theatralität und Internet

Mike Sandbothe  
*Theatrale Aspekte des Internets*

Irmela Schneider  
*Einige Überlegungen zur Diskussion um das Internet*

Teil VII    Raymond Williams  
*Drama in einer dramatisierten Gesellschaft*  
*(Übersetzung: Kreuzner)*

Teil VIII Abschluß

Friedrich Krotz

*Kompatibel nach vielen Seiten. Zum Konzept Theatralität  
als Verbindungsstück zwischen literatur- und  
sozialwissenschaftlicher Medienforschung*