

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

Langzeitfernsehserien im 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*