

HWI

Thomas Knieper / Marion G. Müller (Hrsg.)

Authentizität und Inszenierung von Bilderwelten

Herbert von Halem Verlag

Inhalt

THOMAS KNIEPER / MARION G. MÜLLER Vorwort	7
TANJEV SCHULTZ Alles inszeniert und nichts authentisch? Visuelle Kommunikation in den vielschichtigen Kontexten von Inszenierung und Authentizität	10
CHRISTIAN SCHICHA Die Inszenierung von Authentizität und Emotionen. Zur Selbstdarstellung von Politikern auf den Bühnen der Mediendemokratie	25
JAN PINSELER Die heile Welt und das Böse von außen. Zur Inszenierung von Authentizität in <i>Aktenzeichen XY ... ungelöst</i>	42
DAVID R. THOMPSON / BIRGIT WASSMUTH Nachrichtenbilder und deren Vertextlichung in Online-Medien	56
KLAUS FORSTER Rezeption von Bildmanipulationen	66

THOMAS PETERSEN	102
Der Test von Bildsignalen in Repräsentativumfragen: Erste Ergebnisse	
ELKE GRITTMANN	123
Die Konstruktion von Authentizität. Was ist echt an den Pressefotos im Informationsjournalismus?	
THOMAS SCHIERL	150
Der Schein der Authentizität: Journalistische Bildproduktion als nachfrageorientierte Produktion scheinbarer Authentizität	
PETRA E. DORSCH-JUNGSBERGER	168
Inszenierung als Instrument der Bildpublizistik, oder: Wie kommt die internationale Schauspielerin Ornella Muti in die Bayerische Staatsoper?	
THOMAS KNIEPER	193
Die ikonologische Analyse von Medienbilder und deren Beitrag zur Bildkompetenz	
AUTORINNEN UND AUTOREN	213