



WINFRIED NÖTH / NINA BISHARA / BRITTA NEITZEL

## Mediale Selbstreferenz. Grundlagen und Fallstudien zu Werbung, Computerspiel und den Comics

2008, 248 S., 42 Abb., Broschur, 213 x 142 mm

EUR(D) 23,00 / EUR(A) 23,55 / sFr. 38,80

ISBN 978-3-938258-74-3

**Über dieses Buch:** In drei Fallstudien zu Werbung, Computerspiel und Comics untersuchen die Autoren den Aspekt der Selbstreferenz in den Medien unter semiotischen Gesichtspunkten. Ausgangspunkt ist eine sehr weite Konzeption des Begriffs der Selbstreferenz, die zwischen verschiedenen Graden, Ebenen und Formen der Selbstbezüglichkeit der Zeichen und Texte unterscheidet. Die untersuchten Medien stehen exemplarisch für drei Prototypen im Kontinuum zwischen Referenz und Selbstreferenz in den Medien. Während Werbung nie genuin selbstreferenziell sein kann, da es ihr Auftrag ist, auf ein Produkt hinzuweisen, ist das Computerspiel, wie jedes andere Spiel auch, insofern selbstreferenziell, als die Finalität eines jeden Spieles im Spielen des Spiels liegt. Zwischen diesen beiden Polen im Kontinuum von medialer Referenz und Selbstreferenz liegt das Genre der Comics, das in seiner Narrativität referenziell, aber in seiner Fiktionalität selbstreferenziell ist.

Das Buch richtet sich an Leserinnen und Leser mit Interessen in Medien- und Kommunikationswissenschaft, Semiotik und Kommunikationstheorie, Werbung, Comics und Computerspiele.

**Über die Autoren:** Nina Bishara ist Autorin von Aufsätzen zur Text- und Bildgestaltung in der Werbung, zur Werbung aus interkultureller Sicht und zu weiteren Aspekten der Selbstreferenz in der Werbung. Sie promovierte 2007 mit einer Arbeit zur selbstreferenziellen Werbung als wissenschaftliche Mitarbeiterin am Lehrstuhl für Anglistik/Linguistik und Semiotik der Universität Kassel. Britta Neitzel ist wissenschaftliche Mitarbeiterin im Bereich Mediengeschichte/Visuelle Kultur an der Universität Siegen. Winfried Nöth ist Prof. für Anglistik, Linguistik und Semiotik und Sprecher der iag Kulturforschung der Univ. Kassel, Gastprofessor des Postgraduiertenprogramms für Kommunikation und Semiotik an der Katholischen Universität São Paulo, Ehrenmitglied Int. Ass. for Visual Semiotics, Vizepräsident World Ass. of Mass Media Semiotics & Global Communication und ehemaliger Präsident der Deutschen Gesellschaft für Semiotik.

[http://www.halem-verlag.de/shop/product\\_info.php/products\\_id/166](http://www.halem-verlag.de/shop/product_info.php/products_id/166)

### Hiermit bestelle/n ich/wir die oben genannte Publikation:

Datum und Unterschrift

Vorname und Name

Straße

Land, PLZ und Ort

2. Unterschrift

Vertrauensgarantie: Ich weiß, dass ich diese Bestellung innerhalb von 14 Tagen widerrufen kann. Eine einfache schriftliche Mitteilung an den Verlag oder an die beauftragte Buchhandlung genügt. Das bestätige ich mit meiner zweiten Unterschrift.

E-Mail

Bitte schicken Sie mir regelmäßig (4 x pro Jahr) Ihren kostenlosen E-Mail-Newsletter unter der og. Adresse zu.

Bestellen Sie direkt per  
Fax 0221/92 58 29 29  
oder über unseren Online-Buchladen  
oder in Ihrer Buchhandlung

Buchhandlung (Stempel):

Die Lieferung erfolgt gegen Rechnung.