



JAN GEORG SCHNEIDER / HARTMUT STÖCKL (Hrsg.)

Medientheorien und Multimodalität. Ein TV-Werbespot – Sieben methodische Beschreibungsansätze

2011, 232 S., 65 Abb., 17 Tab., Broschur, 213 x 142 mm, dt.
EUR(D) 28,00 / EUR(A) 28,70 / sFr. 47,10
ISBN 978-3-86962-015-2

Über dieses Buch: Ebenso schillernd und vielfältig wie der Medienbegriff selbst sind auch die Theorieansätze und Methoden, mit deren Hilfe multimediale bzw. multimodale Kommunikate (z.B. Werbespots) heute wissenschaftlich analysiert werden. Ziel des vorliegenden Bandes ist es, aktuelle Ansätze aus so unterschiedlichen Disziplinen wie Sprachwissenschaft, Medienwissenschaft und -didaktik, Filmwissenschaft und Philosophie vergleichbarer zu machen und im Hinblick auf ihre Tragfähigkeit zu testen. Zu diesem Zweck analysieren namhafte Vertreterinnen und Vertreter verschiedener Medienkonzeptionen ein und dasselbe semiotisch komplexe Kommunikat, einen raffiniert gemachten tv-Werbespot. Ihre Interpretationsergebnisse präsentieren sie vor dem Hintergrund der jeweiligen Theorie und Zugangsweise: filmwissenschaftlich-mediendidaktisch (Michael Staiger), ›semiotisch-textstilistisch‹ (Ulla Fix), ›instrumentalistisch-textpragmatisch‹ (Christa Dürscheid), ›handlungstheoretisch-rezeptionsorientiert‹ (Hans-Jürgen Bucher), ›transkriptionstheoretisch‹ (Werner Holly & Ludwig Jäger), ›symboltheoretisch‹ (Elisabeth Birk), ›diachron orientiert‹ (Eva-Martha Eckkrammer).

Das Buch, das sich auch in Hochschulseminaren gut einsetzen lässt, liefert viele interessante Antworten auf die grundlegenden Fragen der aktuellen Debatte um Medialität und den multimodalen Text. Vor allem erlaubt es dem Leser ein Urteil darüber, wie tragfähig oder gewinnbringend die einzelnen Ansätze in der Praxis der Textanalyse sind und welche ihrer Konzepte und Begrifflichkeiten wozu taugen.

Die Autoren dieses Bandes sind:

Elisabeth Birk, Hans-Jürgen Bucher, Christa Dürscheid, Eva-Martha Eckkrammer, Ulla Fix, Werner Holly, Ludwig Jäger und Michael Staiger

Weitere Informationen:

<http://www.halem-verlag.de/?p=1938>



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

<p>.....</p> <p>Datum und Unterschrift</p> <p>.....</p> <p>Vorname und Name</p> <p>.....</p> <p>Straße</p> <p>.....</p> <p>Land, PLZ und Ort</p>	<p>.....</p> <p>2. Unterschrift</p> <p>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.</p> <p>.....</p> <p>E-Mail</p> <p>.....</p> <p><input type="checkbox"/> Bitte schicken Sie mir regelmäßig (4 x pro Jahr) Ihren kostenlosen E-Mail-Newsletter unter der og. Adresse zu.</p>
--	---

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.