

Inhaltsverzeichnis

1. Theorie

Die mittlere Lösung

Ecos Kritik an der kritischen Kritik

Christian PentzoldS. 1

2. Fernsehen

Kuck mal, wer da schleicht - Product Placement und Schleichwerbung im deutschen Fernsehen. Ergebnisse einer Inhaltsanalyse der ZDF-Unterhaltungssendung Wetten Dass ..?

Christian Fuchs S. 17

3. Medien und Politik

Der Karneval der Politik als Resultat des Modernisierungsdrucks Über politische Inszenierungskunst und ihre Grenzen

Wenke Poster S. 43

Politische Akteure in Talkshowformaten

Sabine Friebe S. 57

Infotainment und Politikverdrossenheit

Gefährdung der Demokratie durch unterhaltsame Politikvermittlung?

Veit Polowy S. 73

„Wahlzeit“ - Eine Kampagne gegen Politikverdrossenheit

Andrea Both und Claudia Unger S. 85

4. Intermedialität

Das neue digitale Fernsehen und Kino. Das große Vergessen.

Stefan Worm S. 97

Intermedialität - Medien im Dialog

Susanne Domaratus und Sebastian Seidenglanz S. 107

5. Neue Medien

„Ich weiß etwas, was du nicht weißt!“

- Das Internet mausert sich zum globalen Wissensspeicher -

Maxi Rudolph und Heidi Eichler S. 121

Weblogs

Manuela Pioch und Katja Förster S. 135

knowledgebay - Audiovisueller digitaler Informationsdienst einer digitalen Hochschule von Studierenden für Studierende

*Thomas Sporer, Angelika Riecks, Christian Erbacher,
Götz Walter, Anton Köstlbacher und Tino Jahnke* S. 153

6. Radio**Boulevard und Wonderbra**

Warum Formatradio bunt sein muss ... und das auch gut so ist!

Marc Behrenbeck S. 165

Alternative Radiokonzepte zwischen Information und Unterhaltung

Ein Studentenradio in der sächsischen Radiolandschaft

Conny Krause S. 173

Radio im WWW - Zwischen globalem Dorf und digitalem Nirwana

Robert Piehler S. 183

7. Produktion und Medienmanagement

PR Arbeit für Filme am Beispiel „The Blair Witch Project“

Nicholas Müller und Jörg Hähnel S. 197