

Inhalt

Vorwort — IX

Einleitung: Perspektiven einer Soziologie des Fernsehens — 1

Mediale Lebenswirklichkeit — 1

Disziplinen und Methoden — 4

Produktanalyse — 6

„Das Fernsehen“ — 9

Ordnungen des Wissens und der Werte — 12

1 Die wechselseitige Modifikation von Bildern und Texten in Fernsehen und Film — 15

1.1 Kommunikativer Gehalt — 16

1.2 Vier Sequenzen — 19

1.3 Die Einheit von Bild und Ton — 29

2 Zeigen ohne zu sagen. Zur Rhetorik des Fernsehbildes — 33

2.1 Bild und Bildgebrauch — 33

2.2 George W. Bush: „Mission Accomplished“ — 35

2.3 Methodisches Resümee — 43

3 Das Gleiche ist nicht immer gleich. Gewaltdarstellungen in Film und Fernsehen — 47

3.1 Gewaltverhältnisse — 48

3.2 Fingierte versus dokumentierte Gewalt — 50

3.3 Resümee — 62

4 Vom Unterhaltungswert der Werte. Über die Konjunktur der Tugendethik im Fernsehen — 65

4.1 Eine Instanz der Sinnproduktion — 66

4.2 Eine Instanz der Identitätsbildung — 68

4.3 Germany's Next Topmodel — 70

4.4 Resümee — 80

5 Formen der Moralisierung im Fernsehen — 81

5.1 Moralisierung — 81

5.2 Moralisierende Grundelemente der Fernsehkommunikation — 84

5.3 Eine Fernsehserie — 85

5.4 Zwei Talkshows — 87

5.5 Moralisierung ohne verbindliche Moral — 90

- 6 Wissen um Relevanzen. Zur Dramaturgie politischer Konflikte in Talkshows — 93**
- 6.1 Inszenierte Kommunikation — 94
 - 6.2 Form und Funktion — 104
 - 6.3 Ein öffentliches Ritual — 106
 - 6.4 Kommunikation von Relevanzen — 108
- 7 Selbstrechtfertigung und Selbstkritik – ein Medienritual — 111**
- 7.1 Alltägliche Rechtfertigungsverhältnisse — 111
 - 7.2 Mediale Rechtfertigungsverhältnisse — 112
 - 7.3 Rituale der Rechtfertigung — 113
 - 7.4 Drei Rücktritte — 115
 - 7.5 Resümee — 124
- 8 ‚Medienreligion‘ ist keine Religion. Fünf Thesen zu den Grenzen einer erhellenden Analogie — 127**
- 9 Reality-TV: Ein Genre zwischen Dokumentation und Fiktion — 135**
- 9.1 Dokumentation und Fiktion — 135
 - 9.2 Reality-TV — 140
 - 9.3 Dokusoaps — 145
 - 9.4 Eine besondere Gattung — 158
- 10 Person und Figur. Dissonante Identifikationsangebote in Fernsehserien — 161**
- 10.1 Bedingungen der Rezeption von Fernsehserien — 161
 - 10.2 Begegnung mit Personen und Figuren — 165
 - 10.3 Klatsch über Personen und über Figuren — 168
 - 10.4 Wenn Figuren als Figuren erscheinen — 170
- 11 Noch einmal: „Kann das Publikum wollen?“ Über den künstlerischen Status der Neuen Serien — 177**
- 11.1 Vorgaben — 178
 - 11.2 Zumutungen — 179
 - 11.3 Aktive Passivität — 181
 - 11.4 Eine falsche Alternative — 182
 - 11.5 Drei Sequenzen — 184
 - 11.6 Gesteigerte Partizipation — 192
 - 11.7 Resümee — 193
- Transkriptionssystem — 197**
- Literaturverzeichnis — 203**
- Textnachweise — 209**