

Medientheorien und Multimodalität

Ein TV-Werbespot - Sieben methodische Beschreibungsansätze

Bearbeitet von
Jan G. Schneider, Hartmut Stöckl

1. Auflage 2011. Taschenbuch. 232 S. Paperback
ISBN 978 3 86962 015 2
Format (B x L): 14,2 x 21,3 cm
Gewicht: 309 g

[Weitere Fachgebiete > Medien, Kommunikation, Politik > Medienwissenschaften > Medientheorie, Medienanalyse](#)

Zu [Leseprobe](#)

schnell und portofrei erhältlich bei



Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

Inhalt

JAN GEORG SCHNEIDER / HARTMUT STÖCKL	7
Vorwort	
JAN GEORG SCHNEIDER / HARTMUT STÖCKL	10
Medientheorien und Multimodalität: Zur Einführung	
TRANSKRIPTE	
Multimodales Transkript >Hotel-Lobby<	39
Multimodales Transkript >U-Bahn<	42
MICHAEL STAIGER	45
Filmanalyse und Medienkulturkompetenz.	
Zum sprach- und mediendidaktischen	
Potenzial audiovisueller Texte	
ULLA FIX	70
Fraktale Narration.	
Eine semiotisch-textstilistische Analyse	
CHRISTA DÜRSCHEID	88
Medien in den Medien – Szenen im Bild.	
Eine pragmatische Kommunikat-Analyse	
HANS-JÜRGEN BUCHER	109
»Man sieht, was man hört« oder:	
Multimodales Verstehen als interktionale	
Aneignung. Eine Blickaufzeichnungsstudie zur	
audiovisuellen Rezeption	
WERNER HOLLY / LUDWIG JÄGER	151
Transkriptionstheoretische Medienanalyse.	
Vom Anders-lesbar-Machen durch inter-	
mediale Bezugnahmepraktiken	

ELISABETH BIRK	169
Bezugnahme und Weltkonstruktion. Elemente einer symboltheoretischen Bildanalyse	
EVA MARTHA ECKKRAMMER	190
Diachrone Medienanalyse: Zur Analyse multimodaler Vertextungsstrategien in historischer Sicht	
Interview mit der Werbeagentur EURO RSCG Düsseldorf zur Entstehungsgeschichte der beiden Werbespots	216
Autorinnen und Autoren	224