

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

The logo for beck-shop.de features the text 'beck-shop.de' in a bold, red, sans-serif font. Above the 'i' in 'shop' are three red dots of increasing size. Below the main text, 'DIE FACHBUCHHANDLUNG' is written in a smaller, red, all-caps, sans-serif font.

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

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

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