

1. Record Nr.	UNINA9910807278303321
Autore	Keppler Angela
Titolo	Das Fernsehen als Sinnproduzent : soziologische fallstudien // Angela Keppler
Pubbl/distr/stampa	Berlin, [Germany] : , : De Gruyter Oldenbourg, , 2015 ©2015
ISBN	3-11-041376-0 3-11-043818-6
Descrizione fisica	1 online resource (222 p.)
Collana	De Gruyter Studium
Classificazione	AP 34000
Disciplina	384.550941
Soggetti	Television - Great Britain - Production and direction
Lingua di pubblicazione	Tedesco
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Note generali	Description based upon print version of record.
Nota di bibliografia	Includes bibliographical references.
Nota di contenuto	Frontmatter -- Inhalt -- Vorwort -- Einleitung: Perspektiven einer Soziologie des Fernsehens -- 1. Die wechselseitige Modifikation von Bildern und Texten in Fernsehen und Film -- 2. Zeigen ohne zu sagen. Zur Rhetorik des Fernsehbildes -- 3. Das Gleiche ist nicht immer gleich. Gewaltdarstellungen in Film und Fernsehen -- 4. Vom Unterhaltungswert der Werte. Über die Konjunktur der Tugendethik im Fernsehen -- 5. Formen der Moralisierung im Fernsehen -- 6. Wissen um Relevanzen. Zur Dramaturgie politischer Konflikte in Talkshows -- 7. Selbstrechtfertigung und Selbstkritik – ein Medienritual -- 8. ‚Medienreligion‘ ist keine Religion. Fünf Thesen zu den Grenzen einer erhellenden Analogie -- 9. Reality-TV: Ein Genre zwischen Dokumentation und Fiktion -- 10. Person und Figur. Dissonante Identifikationsangebote in Fernsehserien -- 11. Noch einmal: „Kann das Publikum wollen?“ Über den künstlerischen Status der Neuen Serien -- Transkriptionssystem -- Literaturverzeichnis -- Textnachweise
Sommario/riassunto	Das vorliegende Buch handelt davon, was im Fernsehen gezeigt wird. Zugleich thematisiert es, was sich in den Angeboten des Fernsehens zeigt. An den vielfältigen Produkten, Sendungen, Formaten und Programmen, die das heutige Fernsehen ausmachen, wird das Bild erkennbar, das jeweilige Gesellschaften in den Konfigurationen dieses Mediums von den kognitiven und normativen Ordnungen ihres Wissens und ihrer Werte entwerfen. In exemplarischen Analysen und anhand

zahlreicher Beispiele wird vorgeführt, wie die Sendungen des Fernsehens durch die Art ihrer audiovisuellen Inszenierung heterogene Sinnangebote bereitstellen, die von den Nutzern auf unterschiedliche Weise und in unterschiedlichem Maße angenommen werden können. Damit wird deutlich, wie eine Soziologie der besonderen Kommunikationsform des Fernsehens einen substanziellen Beitrag zur Erforschung der medialen Lebenswirklichkeit heutiger Gesellschaften leisten kann.

What is the impact of television and the practices related to it on social reality? With its diverse programs and formats, what does television tell us about the organization of social reality? The case studies in this volume use specific examples to show how television generates heterogeneous meaning. They also illuminate the perspectives television offers audiences about the conditions of life.

---