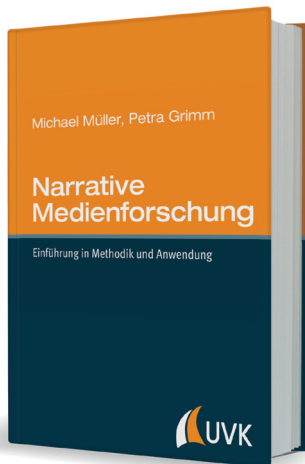


Michael Müller, Petra Grimm

Narrative Medienforschung

Stories werden in den Medien in zahlreichen Kontexten erzählt: im Journalismus, in der Werbung, in fiktionalen Formaten wie Romanen und Spielfilmen, aber auch zunehmend in Unterhaltungsformaten wie Reality-TV und Castingshows. Eine der zentralen Erkenntnisse der Erzähltheorie ist, dass narrative Kommunikate (Geschichten) ihre Botschaften nicht nur über die Inhalte (Was wird erzählt?), sondern auch über die Form (Wie wird erzählt?) vermitteln. Der Band »Narrative Medienforschung« stellt auf der Basis semiotischer und erzähltheoretischer Modelle eine Analyseverfahren vor, mit deren Hilfe auch die »zwischen den Zeilen« vermittelten Bedeutungsstrukturen von Narrationen interpretiert und für die Forschung zugänglich gemacht werden.



Michael Müller, Petra Grimm
**Narrative
Medienforschung**
Einführung in Methodik
und Anwendung
2016, 182 Seiten
28 s/w Abb., Broschur
ISBN 978-3-86764-499-0
29,00 €

 Auch als
E-Book
26,99 €

Aus dem Inhalt

- 1 Einleitung
- 2 Semiotischen Grundlagen
- 3 Narrativität
- 4 Meta-Narrative
- 5 Qualitative Forschung mit narrativen Interviews
- 6 Wissenschaftstheoretische und methodologische Hintergründe

Bildnachweis

Literatur

Index



Prof. Dr. Michael Müller lehrt Medienanalyse und Medienkonzeption an der Hochschule der Medien Stuttgart und leitet dort das Institut für Angewandte Narrationsforschung (IANA).

Prof. Dr. Petra Grimm lehrt Medienforschung und Kommunikationswissenschaft an der Hochschule der Medien Stuttgart und leitet das Institut für digitale Ethik (IDE).

Leseprobe und Inhaltsverzeichnis:

www.uvk.de/kommunikationswissenschaft

Erhältlich auch in Ihrer Buchhandlung.

UVK Verlagsgesellschaft mbH • Postfach 10 20 51 • D-78420 Konstanz
Fon +49 (0) 7531 / 90 53 0 • Fax +49 (0) 7531 / 90 53 98
willkommen@uvk.de

www.uvk.de

