

Celebrity sells

26.09.2007, 10:36 | Wissenschaft, Forschung, Bildung

Pressemitteilung von: *Herbert von Halem Verlag*



Ein Starkoch am Herd, eine Moderatorin vor dem Altar, Schauspieler beim munteren Rätselraten: Wer den Fernseher einschaltet, kann der ständigen Präsenz von Prominenten längst nicht mehr entfliehen. Wer hat sich da noch nicht gefragt: Warum drängen Küblböck & Co. ins Rampenlicht? Welchen Nutzen hat das Scheinwerferlicht? Das neue Buch von Thomas Schierl (Hrsg.) erklärt die Allgegenwart der Prominenz in den Medien.

Die Berichterstattung über Prominenz hat sich in den letzten Jahren stark ausgeweitet, Prominente werden immer mehr in verschiedenen Medienformaten positioniert. Trotzdem gibt es zu diesem Untersuchungsgegenstand kaum Forschung. Wie entsteht Prominenz? Wer profitiert wie von Prominenten in Zeitschriften, Hörfunk und Fernsehen? Welchen Preis zahlen Prominente für ihre Bekanntheit? Wie hat sich die

Prominenzberichterstattung verändert?

Der Grundlagen-Band betrachtet das Thema aus unterschiedlichen Perspektiven: Die Autoren werfen einen genauen Blick auf rechtliche, kulturelle, ökonomische wie publizistische Entwicklungen. Neben überblicksartigen Beiträgen über Angebot und Rezeption von Medienprominenz stellen sie auch erste Analysen in ausgewählten Teilbereichen (z.B. Sport oder Musik) vor.

Das Buch richtet sich nicht nur an Wissenschaftler und Studierende der Medien- und Kommunikationswissenschaften; durch seinen allgemein verständlichen Stil eignet es sich auch für all jene, die sich für das Thema "Prominenz in den Medien" interessieren.

Thomas Schierl (Hrsg.)
Prominenz in den Medien.
Zur Genese und Verwertung von Prominenten
in Sport, Wirtschaft und Kultur.
2007, 360 S., Broschur, 213 x 142 mm
EUR(D) 28,00 / EUR(A) 28,70 / sFr. 47,10
ISBN 978-3-938258-61-3

Weitere Informationen, kostenlose Downloads sowie ein Formular für Rezensionbestellungen finden Sie unter www.presse.lookingintomedia.com

Für Fragen und Auskünfte steht Ihnen unsere Mitarbeiterin Katrin Mallener jederzeit gerne zur Verfügung: 0221/92 58 29-15, presse@halem-verlag.de

Herbert von Halem Verlagsgesellschaft
mbH & Co. KG

Lindenstr. 19
50674 Köln
T: 0221 - 92 58 29-0
F: 0221 - 92 58 29-29

www.halem-verlag.de
presse@halem-verlag.de

Portrait

Als wissenschaftlicher Verlag haben wir uns zunächst auf die Bereiche Medien- und Kommunikationswissenschaft sowie Publizistik konzentriert. Diese Schwerpunkte haben wir mit den Bereichen Bildwissenschaft und Sportkommunikation erweitert. Weitere Themenbereiche sind z.B. Unterhaltungsforschung, Cultural Studies / Kulturwissenschaften und Medienökonomie. Wir hoffen, dass unsere Publikationen den wissenschaftlichen Diskurs innerhalb der Disziplinen und zwischen diesen immer wieder aufs Neue anregen.

News-ID: 160491 • Views: 1432 (Stand: 20.09.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/160491/Celebrity-sells.html>