

Der 11. September als Medienereignis

06.09.2006, 10:16 | Medien & Telekommunikation

Pressemitteilung von: *Herbert von Halem Verlag*

Medienwissenschaftler Stephan Weichert legt erste umfassende Untersuchung der Fernsehberichterstattung zum 11. September 2001 vor

Die Berichterstattung über die Terroranschläge vom 11. September 2001 ist zum Sinnbild für den Zusammenbruch der Fernsehnormalität geworden. Aber gerade der Moment der Krise will inszeniert sein: Mit welchen dramaturgischen Mitteln das Fernsehen den Übergang von der Live-Katastrophe zum Medienereignis konstruiert, untersucht Dr. Stephan Weichert, wissenschaftlicher Referent am Institut für Medien- und Kommunikationspolitik, im neuen Band *Die Krise als Medienereignis. Über den 11. September im deutschen Fernsehen*.

Fünf Jahre nach den Terroranschlägen liegt nun erstmals eine umfassende Untersuchung der deutschen TV-Berichterstattung zum 11. September vor. Der Band dokumentiert, dass selbst die Präsentation von unerwarteten Krisen im Fernsehen von spezifischen Ritualisierungsmustern durchdrungen ist. Durch die Kombination innovativer Ansätze aus Ritualtheorie, Cultural Studies und Medienereignisforschung gelingt es Stephan Weichert, einen neuen theoretischen Zugang zu skizzieren, der es ermöglicht, die Funktionslogik derartiger Krisenereignisse im Fernsehen analytisch zu entschlüsseln. Das Buch wirft somit einen genaueren, auch für Medienpraktiker interessanten Blick auf das Doppelgesicht des hochaktuellen Krisenfernsehens.

"Weichert entwirft hier ein Modell des Fernsehens, das wir in dieser Form noch nicht beschrieben gefunden haben. ... Mit seinem Ansatz einer ‚Ritualtheorie der Medien‘ liefert er nicht nur einen wichtigen Baustein zu einer kommunikationswissenschaftlich fundierten Kulturtheorie des Fernsehens, sondern auch ein paradigmatisches Gesamtkonzept für anknüpfende Forschungen in diesem weiten Feld von Medien, Kultur und Gesellschaft." (aus dem Geleitwort von Prof. Dr. Knut Hackett, Universität Hamburg)

Herbert von Halem Verlag
Lindenstraße 19
50674 Köln

Tel: 0221 / 92 58 29 - 0
Fax: 0221 / 92 58 29 - 29

<http://www.halem-verlag.de/presse>

Pressekontakt: Theo Röhle (0221 / 92 58 29 - 14; theo.roehle@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: 98951 • Views: 92 (Stand: 02.05.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/98951/Der-11-September-als-Medienereignis.html>