

Inhalt

<i>Stephan Habscheid (Siegen) & Clemens Knobloch (Siegen)</i> Zur Einführung in den Band	7
---	---

I. Diskurs, Begriff, Interaktion: Theoretische und methodologische Ansätze

<i>Jürgen Link (Dortmund)</i> Zum Anteil des flexiblen Normalismus an der medialen Konsensproduktion	20
--	----

<i>Ruth Wodak (Lancaster)</i> Staging Politics in Television: Fiction and/or Reality?	33
--	----

<i>Fritz Hermanns (Heidelberg)</i> Einigkeit und Einheit: Zur Semantik zweier deutscher Leitbegriffe	59
---	----

<i>Tom Karasek (Siegen)</i> Globalisierung und Reform: Die Hegemonie des Globalisierungs- und Reformdiskurses am Beispiel der <i>Frankfurter Allgemeinen Zeitung</i> ...	71
--	----

<i>Gerd Antos (Halle/Saale)</i> Kulte, Kommunikation, Konsens-Inszenierungen	117
---	-----

<i>Christian Heath (London) & Paul Luff (London)</i> Die Ordnung des Wettbewerbs: Zum interaktionalen Vollzug von Handel auf Kunst- und Antiquitätenauktionen	127
---	-----

II. Öffentlichkeit, Organisation, Alltag: Empirische Fallstudien und Anwendungen

<i>Werner Holly (Chemnitz)</i> Gemeinschaft ohne Solidarität: Zur paradoxen Grundstruktur der „Du bist Deutschland“-Kampagne	154
--	-----

Ronald Hartz (Chemnitz)

Die sprachliche Inszenierung von Konsens in Organisationen:
Qualitative Befunde zu Mitarbeiterzeitungen 177

Florian Menz (Vienna)

The Influence of Collective Orientation Patterns
on Internal Business Communication 207

Klaus-Peter Konerding (Heidelberg) & Helmut Ebert (Nijmegen)

Organizational Change: Creation of Consensus and Prevention
of Conflict through Guided Communication and Participation 225

Über die Autorinnen und Autoren 241