

# Inhalt

<i>Stephan Habscheid (Siegen) &amp; Clemens Knobloch (Siegen)</i> Zur Einführung in den Band .....	7
<b>I. Diskurs, Begriff, Interaktion: Theoretische und methodologische Ansätze</b>	
<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) &amp; Paul Luff (London)</i> Die Ordnung des Wettbewerbs: Zum interaktionalen Vollzug von Handel auf Kunst- und Antiquitätenauktionen .....	127
<b>II. Öffentlichkeit, Organisation, Alltag: Empirische Fallstudien und Anwendungen</b>	
<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