

Die *Ur*Wahrheit der Bilder. Reality-Modi in TV und Kino

Wissenschaftliche Tagung am
Institut für Neuere deutsche Literatur und Medien, CAU Kiel

Durchführung und Organisation: Eckhard Pabst und Willem Strank
mit Corinna Haug, Nikolai Rohmann und Torben Tombarge.

Sektionen

Donnerstag, 26. März, 9:00 bis 18:30

Freitag, 27. März, 9:00 bis 15:30

Samstag, 28. März, 9:00 bis 12:30

alle **Vorträge und Diskussionen** im
Otto-Hahn-Hörsaal am Otto-Hahn-Platz 2,
24118 Kiel

Come Together

Mittwoch, 25. März, 19:00

Jack's Kitchen, Westring 399, 24118 Kiel.

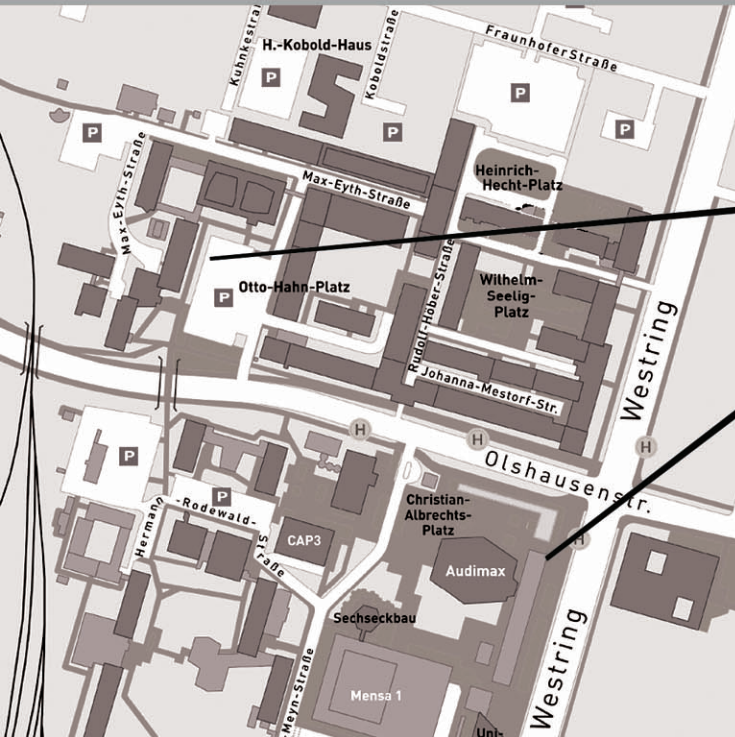
Kinovorstellung

Beziehungsweisen (D 2012, Calle Overweg)

Freitag, 27. März, 17:00

Kino in der Pumpe, Haßstraße 22.

Der **Eintritt** zu allen Vorträgen ist frei.
Eintritt Kino in der Pumpe 6,- / 5,- erm.



Die *Ur*Wahrheit der Bilder.

Reality-Modi in TV und Kino

Wissenschaftliche Tagung am
Institut für Neuere deutsche Literatur
und Medien, CAU Kiel

26. - 28. März 2015

Zeitplan – Sektionsübersicht

Mittwoch, 25. 3. 2015

Ab 19:00

Come-Together: *Jack's Kitchen*

Donnerstag, 26. 3. 2015

Rahmenvortrag I:

9:00 – 9:45

Eckhard Pabst (Kiel): Die Wahrhaftigkeit der fiktionalen Realität: Gesellschaftsbilder in *THE OFFICE* und *STROMBERG*

Sektion 1: Theorie der (Un-)Wahrheit der Bilder

9:45 – 10:30

Anna Kapuścińska (Bydgoszcz): Sind Bilder noch Zeichen? Semiotische Sicht auf die Bilder in den modernen Medien

10:30 – 11:15

Cornelius Herz (Bochum): Fünf Thesen zur Scripted Reality. Zur Funktion von *eleos* und *phobos*

Kaffeepause

11:30 – 12:15

Matthias Herz (Passau): Echte Promis, echtes Reality TV? Zu den Begriffen Realität, Echtheit und Authentizität am Beispiel von *Celebrity Reality TV*.

12:15 – 13:00

Thomas Waitz (Braunschweig): »Wirklichkeit« als Erwartung und Versprechen: Über *Reality Television*

Mittagspause

14:15 – 15:00

Jule Korte (Düsseldorf): Schwellen des Wirklichen: Fernseherfahrung zwischen *Scripted* und *Reality*

15:00 – 15:45

Andrea Seier (Wien): *Television that matters*. Methodische Zugänge zum *Reality-Fernsehen*

Sektion 2: Produktion intermedialer Authentizitätswelten

16:00 – 16:45

Tobias Hochscherf (Kiel/Flensburg): *Reality TV* und die Dramaturgie der Postproduktion

16:45 – 17:30

Daniel Klug, Klaus Neumann-Braun (Basel): *Scripted Reality-Produktionen* zwischen Fakt und Fiktion

Kaffeepause

17:45 – 18:30

Axel Schmidt (Mannheim), **Daniel Klug** (Basel): Die Herstellung wahrheitsfähiger Bilder – Produktionstechniken im *factual entertainment*

Abendessen

Freitag, 27. 3. 2015

Sektion 3: Dramaturgische Strategien der Authentifizierung

9:00 – 9:45

Joan Kristin Bleicher (Hamburg): Konzepte, Themen und Dramaturgien von *Reality Formaten* im Deutschen Fernsehen

9:45 – 10:30

Anika Thorhauer (Kiel): Inszenierte Autorität(en). Vermittlung & Verhandlung von Autoritätskonzepten im *Reality-TV*.

Kaffeepause

11:00 – 11:45

Felix Lempp (Freiburg), **Wieland Schwanebeck** (Dresden): *The Making of a Superstar*. Zur Inszenierung des Star-Werdens bei *DEUTSCHLAND SUCHT DEN SUPERSTAR*

11:45 – 12:30

Björn Hayer (Koblenz-Landau): Die verkehrte Objektivität: Der aktuelle Kriegsfilm

Mittagspause

14:00 – 14:45

Martin Rehfeldt (Bamberg): *Das Unglaubliche glaubhaft machen*. Über die Affinität von Horrorfilm zu dokumentarischen Darbietungsweisen

14:45 – 15:30

Benjamin Moldenhauer (Bremen): »Life has a gap in it«. Authentifizierungsstrategien in Sarah Polleys *STORIES WE TELL*

Transfer zum Kino in der Pumpe

17:00 – 18:30

Filmsichtung: *Beziehungsweise*

Abendessen

Samstag, 27. 3. 2015

Rahmenvortrag II:

9:00 – 9:45

Willem Strank (Kiel): Die Neufiktionalisierung von Authentizität in zeitgenössischen Fernsehserien

Sektion 4: Die Ubiquität des Audiovisuellen – die Gesellschaft als Reproduktionsmaschine von »Realität«

9:45 – 10:30

Nora Hannah Kessler (Augsburg): Das Versprechen der Spur. Zur Unmittelbarkeit von Handyvideos als Medien der Dokumentation

10:30 – 11:15

Anna Wiehl (Bayreuth): *Non-Quasi-Pseudo?* BEAR 71 zwischen Naturdokumentation, Datenvisualisierung, Rekonstruktion und Fiktion

Kaffeepause

11:45 – 12:30

Achim Barsch (Kassel): *TV-Marken* als Strategien zur Bindung an TV-Serien. Das Beispiel *BTN*

Kaffee, abschließende Aussprache und Abreise