

Inhalt

Christoph Schmitt

Einleitung 11

I. Medienkontakt und -wandel am Beispiel von Oralität und Literalität

Luisa Rubini Messerli

Gedruckte „Märchen“ aus Handschriften oder Mündlichkeit?
Ein Medienwandel um 1500 in Italien und Deutschland 21

Gesa Mackenthun

Storytelling as Cultural Survival in Leslie Silko's "Ceremony" 39

II. Reoralisierung durch radiophones Erzählen

Alfred Messerli

Vom Thüringer Wald zur Berliner Funk-Stunde. Die Märchenerzählerin
Lisa Tetzner zwischen primärer und sekundärer Oralität 55

Helmut Fischer

Sekundengeschichten. Erzählen in Rundfunkwerbesendungen 75

III. Filmische Transformationen von Märchen und Sage

Willi Höfig

Die stumme Märchenfrau: Märchen und Sage im Stummfilm.
Beispiele und theoretische Überlegungen der Zeit 87

Siegfried Becker

„Märchen lügen. Im Leben ist das anders“. Dämonologische
Erzählstoffe im NS-Film als Spiegelung der Indoktrination 109

Ulrich Marzolph

Der orientalistische Märchenfilm.
Vom „Dieb von Bagdad“ bis „Aladdin“ 127

Christine Shojaei Kawan

Hexen, Engel, Heilige. Über das Wunderbare
und das Dämonische im Unterhaltungsfilm 139

Andrea Kölbl

Verkörpert Audrey Hepburn eine „ideale Märchenweiblichkeit“?
Eine kritische Sichtung von „Roman Holiday“
aus der Perspektive der Erzählforschung 157

Helmut Groschwitz

Gullivers Reisen ins Serienland. Anmerkungen zu medialen
Transformationen von Kinder- und Jugendbuchklassikern 175

Brigitte Frizzoni

„Shrek“ – ein postmodernes Märchen 187

Bernd Rieken

Teufel, Dämonen, Ungeheuer.
Die Umsetzung von Sagenmotiven im Horror- und Sciencefictionfilm 203

IV. Contemporary Legends in Presse und Internet

Wilhelm F. H. Nicolaisen

Contemporary Legends in der englischsprachigen Presse.
Moderne Sagen als Zeitungsnachricht 215

Ingo Schneider

Erzählen und Erzählforschung im Internet. Tendenzen und Perspektiven 225

V. Massenmediale Repräsentation von Angst und Fremdheit

Reet Hiimäe

Strategien zur Bewältigung von Ängsten
durch massenmediales Erzählen 245

Theo Meder

„Ostension“. Ein Ansatz zur medienvermittelten Interaktion zwischen
Sage und Realität am Beispiel von Immigranten (besonders Muslimen)
in den Niederlanden als den gefährlichen „Anderen“ 255

Lassi Saressalo

Bemerkungen über Einwanderer, Fernsehen und Folkloristik 275

VI. Product is Hero – Hero is Product. Überlieferte Helden im Werbekontext

Outi Tuomi-Nikula

Wäinämöinen als Medienstar. Zur Popularisierung des Kalevala-Epos
in der finnischen Gegenwartskultur 289

Susanne Hose

Krabat – Zauberlehrling, Hoffnungsträger, Markenname.
Die multimedialen Verwandlungskünste einer sorbischen Sagengestalt 307

Waltraut Bellwald, Ingrid Tomkowiak

Globi. Eine Schweizer Reklamefigur wird zum Mythos 325

VII. Intermediale Bezüge im Amateurtheater und Amateurfilm

Christina Niem

Erzählmedium Amateurtheater.
Über die Bedeutung des Geschichtenerzählens auf der Laienbühne 343

Kathrin Pöge-Alder

Brav und demütig oder die Verwandlung aus dem Bonbon.
Zur Rezeption des Aschenputtel-Stoffs durch Jugendliche heute 357

VIII. Media Lore. Erzählter Medienwandel

Reimund Kvideland

Media-Lore. Erzählungen über Medien 373

Autorinnen und Autoren 385