

10. Literatur

10.1 FORSCHUNGLITERATUR

- Anderson, Benedict (1991): *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. London/New York.
- Ang, Ien (1999): Kultur und Kommunikation. Auf dem Weg zu einer ethnographischen Kritik des Medienkonsums im transnationalen Mediensystem. In: Roger Bromley/ Udo Göttlich/Carsten Winter (Hg.): *Cultural Studies. Grundlagentexte zur Einführung*. Lüneburg, S. 317-340.
- Appadurai, Arjun (2009): Disjuncture and difference in the global cultural economy. In: Mike Featherstone (Hg.): *Global Culture. Nationalism, Globalization and Modernity*. 10. Aufl. London u. a., S. 295-310.
- Atteslander, Peter (2006): *Methoden der empirischen Sozialforschung*. 11. Aufl. Berlin.
- Barth, Christof/Hemmer, Martine (2008): Medien und Medienpolitik. In: Wolfgang H. Lorig/Mario Hirsch (Hg.): *Das politische System Luxemburgs. Eine Einführung*. Wiesbaden, S. 208-228.
- Baltes-Löhr, Christel u. a. (2010): Alltagskulturen und Identitäten. In: IPSE (Hg.): *Doing Identity in Luxembourg. Subjektive Aneignung – institutionelle Zuschreibungen sozio-kulturelle Milieus*. Bielefeld, S. 235-293.
- Begasse, Michael (1994): *Luxemburg als Medienstandort. Eine Bestandsaufnahme*. Diplomarb. Eichstätt.
- Birken-Silverman, Gabriele (2003): Mediale Ressourcen der Identitätskonstitution im Kommunikationsstil italienischer Migrantengendlicher. In: Carsten Winter/ Tanja Thomas/Andreas Hepp

- (Hg.): Medienidentitäten. Identität im Kontext von Globalisierung und Medienkultur. Köln, S. 223-243.
- Bohn, Cornelia (2003): Mediatisierte Normalität. In: Jürgen Link/Thomas Loer/Hartmut Neuendorff »Normalität« im Diskursnetz soziologischer Begriffe. Heidelberg, S. 39-50.
- Bromley, Roger/Göttlich, Udo/ Winter, Carsten (Hg.; 1999): Cultural Studies. Grundlagentexte zur Einführung. Lüneburg.
- Brosius, Hans-Bernd/Koschel, Friederike/Haas, Alexander (2007): Methoden der empirischen Kommunikationsforschung: Eine Einführung. Wiesbaden.
- Bünger, Iris (2001): Apocalypse Now? Kritische Diskursanalyse der Berichterstattung der BILD-Zeitung vom 12.9.2001 (Schwerpunkt) bis 2.10.2001. In: kultuRRevolution 43, S. 29-33.
- Disselnkötter, Andreas/Parr, Rolf (1994): Kollektivsymbolsystem – Didaktisch aufbereitet. In: kultuRRevolution 30, S. 52-65.
- Elsen, Anne (2004): Journalisten und Politiker im Kommunikationsraum Luxemburg. Eine Befragung. In: Michael Schenk (Hg.): Medien Skripten. Beiträge zur Medien und Kommunikationswissenschaft. Bd. 42. München.
- Fehlen, Fernand (2008a): A New National Flag for Luxembourg – Struggling over Identity in a Small Multilingual Country. In: Mats Andréu u. a. (Hg.): Cultural Identities and Cultural Borders. Göteborg, S. 67-84.
- (2008b): Streit um den Roten Löwen. Diskurse über das nationale Selbstbild Luxemburgs im Spannungsfeld von Modernisierung und Rückwärtsgewandtheit. In: Wilhelm Amann/Georg Mein/Rolf Parr (Hg.): Periphere Zentren oder zentrale Peripherien? Kulturen und Regionen Europas zwischen Globalisierung und Regionalität. Heidelberg, S. 61-87.
- Foucault, Michel (1993): Überwachen und Strafen: Die Geburt des Gefängnisses. 12. Aufl. Frankfurt a. M.
- (2007): Die Ordnung des Diskurses. 10. Aufl. Frankfurt a. M. (2007).
- Froschauer, Ulrike/Lueger, Manfred (2003): Das qualitative Interview. Zur Praxis interpretativer Analyse sozialer Systeme. Wien.

- Gerhard, Ute/Link, Jürgen/Schulte-Holtey, Ernst (2001): Infografiken, Medien, Normalisierung – Einleitung. In: Diess. (Hg.): Infografiken, Medien, Normalisierung. Zur Kartografie politisch-sozialer Landschaften. Heidelberg, S. 7-22.
- Gilles, Peter u. a. (2010): Sprachen und Identitäten. In: IPSE – Identités, Politiques, Sociétés, Espaces (Hg.): Doing Identity in Luxembourg. Subjektive Aneignung institutionelle Zuschreibungen – soziokulturelle Milieus. Bielefeld, S. 63-104.
- Gläser, Jochen/Laudel, Grit (2006): Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse. 2. Aufl. Wiesbaden.
- Glöß, Patricia/Mottelm, Helmut (1999): Der Medienbegriff im Spiegel neuerer germanistischer Fachpublikationen. Zum disziplinären Umgang mit einem interdisziplinären Theorieangebot. In: kultuRRevolution 38/39, S. 143-146.
- Hahn, Stephen (2000): Werbediskurs im interkulturellen Kontext. Semiotische Strategien bei der Adaption deutscher und französischer Werbeanzeigen. Wilhelmsfeld.
- Hall, Stuart (1999): Kodieren/Dekodieren. In: Roger Bromley/Udo Göttlich/Carsten Winter (Hg.): Cultural Studies. Grundlagentexte zur Einführung. Lüneburg, S. 92-112.
- Harmsen, Andrea (1999): Globalisierung und lokale Kultur. Eine ethnologische Betrachtung. In: Jürgen Jensen (Hg.): Interethnische Beziehungen und Kulturwandel. Ethnologische Beiträge zu soziokultureller Dynamik. LIT. Bd. 38. Hamburg.
- Hepp, Andreas (1999): Cultural Studies und Medienanalyse. Eine Einführung. Wiesbaden [2010].
- (2005): Medienkultur. In: Ders./Friedrich Krotz/Carsten Winter (Hg.): Globalisierung der Medienkommunikation. Eine Einführung. Wiesbaden, S. 137-164.
- /Tanja Thomas/Carsten Winter (2003): Medienidentitäten: Eine Hinführung zu den Diskussionen. In: Carsten Winter/Tanja Thomas/ders. (Hg.): Medienidentitäten. Identität im Kontext von Globalisierung und Medienkultur. Köln, S. 7-26.
- Hipfl, Brigitte (2001): Medien-Identitäten: Identifikation, Imaginationen, Phantasien. In: Brigitte Busch/dies./Kevin Robins (Hg.):

- Bewegte Identitäten. Medien in transkulturellen Kontexten. Klagenfurt, S. 47-70.
- Hirsch, Mario (2000): Presse und Internet. Ungenutztes Potential. In: forum 200 (Luxembourg), S. 43 f.
- (2004): Das Mediensystem Luxemburgs. In: Hans-Bredow-Institut (Hg.): Internationales Handbuch Medien. Baden-Baden, S. 430-436.
- (2008): Organisierte Interessen, Kammern und »Tripartite«. In: Wolfgang H. Lorig/Mario Hirsch (Hg.): Das politische System Luxemburgs. Eine Einführung. Wiesbaden, S. 190-207.
- Hölscher, Barbara (1998): Lebensstile durch Werbung? Zur Soziologie der Life-Style Werbung. Opladen/Wiesbaden.
- Imhof, Kurt (2003): Öffentlichkeit und Identität. In: Andreas Hepp/Tanja Thomas/Carsten Winter (Hg.): Medienidentitäten – Identität im Kontext von Globalisierung und Medienkultur. Köln, S. 71-93.
- IP International Marketing Committee (CMI; 2010): Television 2010. International Key Facts. Luxembourg.
- IPSE – Identités, Politiques, Sociétés, Espaces (Hg.; 2010): Doing Identity in Luxemburg. Subjektive Aneignungen – institutionelle Zuschreibungen – sozio-kulturelle Milieus. Bielefeld.
- Januschek, Franz (1995): Diskursanalyse als »Arbeit an Sprache«. In: Ernst Schulte-Holtey (Hg.): Grenzmarkierungen – Normalisierung und diskursive Ausgrenzung. Diss. Duisburg, S. 7-23.
- Jäger, Siegfried (2006): Zwischen den Kulturen: Diskursanalytische Grenzgänge. In: Andreas Hepp/Rainer Winter (Hg.): Kultur – Medien – Macht. Cultural Studies und Medienanalyse. 3. Aufl. Wiesbaden, S. 327-352.
- Jäckel, Michael (2008): Medienwirkungen. Ein Studienbuch zur Einführung. 4. Aufl. Wiesbaden.
- Jungblut, Marie-Paule (2008): D'Spuerkeess. In: Sonja Kmec u. a. (Hg.): Lieux de mémoire au Luxembourg. Usage du passé et construction nationale/Erinnerungsorte in Luxemburg. Umgang mit der Vergangenheit und Konstruktion der Nation. Luxembourg, S. 285-290.

- Kautt, York/Willems, Herbert (2007): Ambivalenzen werblicher Kommunikation – Formen und Funktionen. In: Michael Jäckel (Hg.): Ambivalenzen des Konsums und der werblichen Kommunikation. Wiesbaden, S. 125-140.
- Keller, Reiner (2007): Diskursforschung. 3. aktual. Aufl. Wiesbaden.
- Kellner, Douglas (1999): Medien- und Kommunikationsforschung vs. Cultural Studies. Wider ihre Trennung. In: Roger Bromley/ Udo Göttlich/Carsten Winter (Hg.): Cultural Studies. Grundlagentexte zur Einführung. Lüneburg, S. 341-363.
- Kesseler, Serge (1999): Die luxemburgische Radiolandschaft. Eine Bestandsaufnahme sechs Jahre nach dem Fall des Radiomonopols von RTL in Luxemburg. Diplomarb. Wien.
- Kmec, Sonja u. a. (Hg.; 2008): Lieux de mémoire au Luxembourg. Usage du passé et construction nationale / Erinnerungsorte in Luxemburg. Umgang mit der Vergangenheit und Konstruktion der Nation. Luxembourg.
- Kroeber-Riel, Werner/Esch, Franz-Rudolf (2004): Strategie und Technik der Werbung. Verhaltenswissenschaftliche Ansätze. 6. Aufl. Stuttgart.
- Link, Jürgen (1986): Noch einmal: Diskurs. Interdiskurs. Macht. In: kultuRRévolution 11, S. 4-7.
- (1992): Normalismus: Konturen eines Konzepts. In kultuRRévolution 27, S. 50-70.
- (1995): Grenzen des flexiblen Normalismus? In: Ernst Schulte-Holtey (Hg.): Grenzmarkierungen. Normalisierung und diskursive Ausgrenzung«. Duisburg, S. 24-39.
- (1999a): As-Sociation und Interdiskurs. In: kultuRRévolution 38/39, S. 13-22.
- (1999b): Wie das Kügelchen fällt und das Auto rollt. Zum Anteil des Normalismus an der Identitätsproblematik in der Moderne. In: Herbert Willems/Alois Hahn (Hg.): Identität und Moderne. Frankfurt a. M., S. 164-179.
- (2001): Aspekte der Normalisierung von Subjekten. In: Ute Gerhard/Jürgen Link/Ernst Schulte-Holtey (Hg.): Infografiken, Me-

- dien, Normalisierung. Zur Kartografie politisch-sozialer Landschaften. Heidelberg, S. 77-92.
- (2002): »Ganz normaler Wahnsinn«? – Über den Anteil des Normalismus an der Postmoderne. In: kultuRRevolution 44, S. 59-65.
 - (2003): Kulturwissenschaft, Interdiskurs, Kulturrevolution. In: kultuRRevolution 45/46, S. 10-23.
 - (2006): Versuch über den Normalismus. Wie Normalität produziert wird. Göttingen.
 - (2007): Dispositiv und Interdiskurs. In: Clemens Kammler/Rolf Parr (Hg.): Foucault in den Kulturwissenschaften. Heidelberg, S. 219-238.
 - /Link-Heer, Ursula (2002): Nicht möglich! Die Interdiskurstheorie macht Karriere! In: kultuRRevolution 44, S. 9-11.
- Luhmann, Niklas (2004): Die Realität der Massenmedien. 3. Aufl. Wiesbaden.
- Marschik, Matthias (2009): Verdoppelte Identitäten: Medien- und Werbebotschaften als Konstrukteure von Authentizität. In: Andreas Hepp/Rainer Winter (Hg.): Kultur – Medien – Macht. Cultural Studies und Medienanalyse. 3. Aufl. Wiesbaden), S. 299-310.
- Mediatrix (2010): Luxembourg Ad Report 2010.
- Meer, Dorothee (2003): »wie die da gerade stand« oder: Normalisierung und Positionierung in und im Anschluss an Talkshows: Zur Funktion medialer Formen der Subjektivierung und Identitätsbildung. In: Andreas Hepp/Tanja Thomas/Carsten Winter (Hg.): Medienidentitäten – Identität im Kontext von Globalisierung und Medienkultur. Köln, S. 244-263.
- Meinhof, Ulrike Hanna (2001): Auf der Suche nach EuroNews-Land: Satellitenfernsehen und die Konstruktion kultureller Identität. In: Brigitte Busch/Brigitte Hipfl/Kevin Robins (Hg.): Bewegte Identitäten. Medien in transkulturellen Kontexten. Klagenfurt, S. 111-127.
- Metzler Lexikon Literatur- und Kulturtheorie 2004 [Signle: MLLK].
- Muller, Jean-Claude (2001): Luxemburgisch – die Nationalsprache des Großherzogtums auf Identitätssuche. In: Heinrich P. Kelz/

- Rudolf Simek/Stefan Zimmer (Hg.): Europäische Kleinsprachen. Zu Lage und Status der kleinen Sprachen an der Schwelle zum dritten Jahrtausend. Baden-Baden, S. 99-110.
- Naglo, Kristian (2004): Multilingualität und Identitäten in Europa. Eine theoretische Annäherung anhand der Beispiele Luxemburg und Südtirol. In: Ferenc Glatz (Hg.): Innerhalb der Europäischen Union. Begegnungen. Budapest [= Schriftenreihe des Europa Institutes Budapest 22], S. 303-323.
- Nosbusch, Tun (1989): Kachkéis, Bouneschlupp Bacalhau... Kurze Belichtung der Eßlandschaft Luxemburgs. In: forum 111, S. 46.
- Ogilvy, David (2004): Confessions of an advertising man [1963]. London.
- Parr, Rolf (2001): Fieber-Diskurse zwischen Normalität und Normativität. In: kultuRRevolution 41/42, S. 78-80.
- (2004): »Wiederholen«. Ein Strukturelement von Film, Fernsehen und neuen Medien im Fokus der Medientheorien. In: kultuRRevolution 47, S. 33-39.
- (2009a): Diskursanalyse. In: Jost Schneider (Hg.): Methodengeschichte der Germanistik. Berlin, S. 89-108.
- (2009b): Wie konzipiert die (Inter-)Diskurstheorie individuelle und kollektive Identitäten? Ein theoretischer Zugriff, erläutert am Beispiel Luxemburg. In: forum 289 (September), S. 11-16.
- /Thiele, Matthias (2007): Foucault in den Medienwissenschaften. In: Clemens Kammler/ders. (Hg.): Foucault in den Kulturwissenschaften. Heidelberg, S. 83-112.
- Paul, Jobst (2005): Globalisierung und Jugendmarketing. Das »tragende Bekenntnis«. In: Duisburger Institut für Sprach- und Sozialforschung: Diss-Journal 14. Duisburg, S. 6 f.
- Péporté, Pit u. a. (2010): Inventing Luxembourg – Representations of the Past, Space and Language from the Nineteenth to the Twenty-First Century. Leiden.
- Reckinger, Rachel (2008): De Béier. La bière. In: Sonja Kmec u. a. (Hg.): Lieux de mémoire au Luxembourg. Usage du passé et construction nationale/Erinnerungsorte in Luxemburg. Umgang mit

- der Vergangenheit und Konstruktion der Nation. Luxembourg, S. 311-316.
- Reddeker, Sebastian u. a. (2010a): Bilder und Identitäten. In: IPSE – Identités Politiques Sociétés Espaces (Hg.): Doing Identity in Luxembourg. Subjektive Aneignungen institutionelle Zuschreibungen – sozio-kulturelle Milieus. Bielefeld, S. 165-234.
- (2010b): Dee Secret vu Lëtzebuerg. Ein diskursanalytischer Blick auf die Werbung in Luxemburg. In: Oliver Kühschelm: Nationalisierende Produktkommunikation. Innsbruck u. a., S. 50-80.
- Röttgers, Mirko (2009): Der Country-of-Origin Effekt: Moderatoren und Relevanz unter kognitiven und affektiven Gesichtspunkten. Saarbrücken.
- Rust, Holger (2007): Theorie der Werbung. In: Roland Burkart/Walter Hömberg (Hg.): Kommunikationstheorien. Ein Textbuch zur Einführung. 4. Aufl. Wien.
- Schenk, Michael (2007): Medienwirkungsforschung. 3. Aufl. Tübingen.
- Schöttker, Detlev (Hg.; 1999): Von der Stimme zum Internet. Texte aus der Geschichte der Medienanalyse. Göttingen.
- Schweiger, Günter/Schrattenecker, Gertraud (2009): Werbung. Stuttgart.
- Siegert, Gabriele/Thomas, Nathan/Mellmann, Ulrike (2009): Werbung im internationalen Vergleich: Zustand und Entwicklung. München.
- Sold, Alvin (2000): Gesunde Finanzen? In: forum 200, S. 45-48.
- Stäheli, Urs (2001): Schreibhandeln: Doppelte Kontingenz und Normalisierung. In: kultuRRvolution 43, S. 76-82.
- (2007): Die Sichtbarkeit sozialer Systeme: Zur Visualität von Selbst- und Fremdbeschreibungen. In: Dirk Baecker u. a. (Hg.): Soziale Systeme Nr. 13. Stuttgart, S. 70-85.
- Stoldt, Jürgen (2007): Woher, wohin? Die luxemburgische Gesellschaft braucht ein gemeinsames Projekt. In: forum 271 (November), S. 21-23.
- Thiele, Matthias (2005): Flucht, Asyl und Einwanderung im Fernsehen. Konstanz.

- Thomas, Tanja (2003): »sie wird ja nicht ausgebürgert, die deutsche Currywurst« – Talkshows, nationale Identitätsangebote und methodische Überlegungen zu ihrer Analyse. In: Carsten Winter/Dies./Andreas Hepp (Hg.): Medienidentitäten. Identität im Kontext von Globalisierung und Medienkultur. Köln, S. 184-205.
- Trinczek, Rainer (2005): Wie befrage ich Manager? Methodische und methodologische Aspekte des Experteninterviews als qualitative Methode empirischer Sozialforschung. In: Alexander Bogner/Beate Littig/Wolfgang Menz (Hg.): Das Experteninterview. Theorie, Methode, Anwendung. 2. Aufl. Wiesbaden, S. 209-222.
- Viele Medien, wenige Meinungen (2000). In: forum 200 (Luxembourg).
- Willems, Herbert (2001): Medienerlebniskultur: Zu einigen Formen und Aspekten der Entertainisierung der Massenmedien? Von der »Wetterkarte« bis zu »Big Brother«. In: kultuRRvolution 41/42, S. 63-72
- /Kautt, Alois (1999): Korporalität und Medialität: Identitäteninszenierungen in der Werbung. In: Ders./Alois Hahn (Hg.): Identität und Moderne. Frankfurt a. M., S. 298-362.
- /- (2003): Theatralität der Werbung. Theorie und Analyse massenmedialer Wirklichkeit: Zur kulturellen Konstruktion von Identitäten. Berlin/New York.
- Winter, Carsten (2003): Die konfliktäre kommunikative Artikulation von Identität im Kontext der Globalisierung von Medienkulturen. In: Ders./Tanja Thomasa/Andreas Hepp (Hg.): Medienidentitäten. Identität im Kontext von Globalisierung und Medienkultur. Köln.
- /Thomas, Tanja/Hepp, Andreas (Hg.; 2003): Medienidentitäten. Identität im Kontext von Globalisierung und Medienkultur. Köln.
- Zsivanovits, Karin (2001): Ideale Europäer durch Identitätsverlust? Luxemburg zwischen transnationaler Medienüberfremdung und kultureller Selbstbehauptung. Münster.

Zurstiege, Guido (2005): Zwischen Kritik und Faszination. Was wir beobachten, wenn wir die Werbung beobachten, wie sie die Gesellschaft beobachtet. Köln.

10.2 QUELLEN

Duncan, Roberts (2009): Marketing and strategy. Identifying the target. In: paperJam 3 (online unter http://www.paperjam.lu/archives/2009/03/2002_management_MarketingTarget/index.html [September 2011].

Le Jeudi (2007): La sonnette d'alarme. Umfrage Le Jeudi/TNS-ILReS 2007 v. 21. Juni, S. 2.

paperJam 3 (2008), S. 180-182.

Statec (2010): Le Luxembourg en chiffres 2010. Luxemburg.

Télécran v. 6. Februar 2010.

– v. 7. April 2010 .

TNS-ILReS (2007): ÉtudesurlapublicitésexisteaufLuxembourg (online unter <http://www.tns-ilres.com/cms/Home/News/Publications/Archive/Etude-sur-la-publicite-sexiste-au-Luxembourg.aspx>).

– (2010): TNS-ILReS Plurimedia 2010.

<http://www.acl.lu>

<http://www.cactus/page.asp?langue=FR&id=6950>

<http://www.cc.lu/merkur.php?type=doss&id=9>

<http://www.editpress.lu>

<http://www.index.lu>

http://ing.lu/ING/DE/Privatpersonen/INGinLuxemburg/Wersindwir/FOOTER_ING_LUX_HISTORIQUE_DE

<http://www.ipl.lu/Affichage.6-2.html>

<http://www.ipl.lu>

<http://www.legilux.public.lu>

<http://www.luxauto.lu>

<http://www.markcom.lu>

<http://www.mediacom.public.lu>

<http://www.paperjam.lu>
<http://www.press.lu>
<http://www.promoteluxembourg.lu>
<http://www.pushthebrand.com>
<http://www.saint-paul.lu>
<http://www.statistiques.public.lu/stat/TableViewer/tableView.aspx?ReportId=338>
http://www.statistiques.public.lu/fr/publications/series/Regards/2010/03_10_evolution_demographique/PDF_3_2010.pdf
http://www.statistiques.public.lu/fr/publications/series/Regards/2010/06_10_population_par_nationalite/PDF_6_2010.pdf
<http://www.wort.lu/wort/web/letzebuerg/artikel/07502/unesco-sprachenbericht-vieles-stimmt-einfach-nicht.php>
<http://www.wort.lu/wort/web/letzebuerg/artikel/15631/eimaischen-in-luxemburg-und-nospelt.php>

[Alle geprüft: September 2011]

