ds

Patricia Riekel:Das Geschäft mit den Stars

In dem Sachtext ,,Das Geschäft mit den Stars„ von Patricia Riekel, der im Jahr 2000 herausgegeben wurde, wird über Stars und Journalismus berichtet.

Zuerst wird auf die Wichtigkeit von Medien und deren Hilfe für die Stars ,auch auf die komplexe Struktur von Medien, hingewiesen. Ohne Medien würden die Stars es viel schwerer haben ,sich bekannt zu werden.

Danach wird über die 4 Positionen von Beginn eines Stars bis zum Superstar berichtet: Aus einer unbekannten Persönlichkeit, die von Journalisten abhängig ist, wird ein ,,Sternchen''. Danach wird dieser ein Star, dem Journalisten immer unwichtiger werden und zum Schluss ein Superstar, der keine Journalisten mehr braucht.

Dann wird der Leser von PR-Berater und Manager informiert ,die die Kontakte der Stars verknüpfen und deshalb eine große Macht besitzen.

Als letztes wird auf den Klatschjournalismus und die Wichtigkeit des Erfolges für die Stars erinnert. Die Autorin schreibt ,dass man die Einschränkungen der Stars und ihrer Manager verstehen kann ,da der Klatschjournalismus schlechte Journalisten hat.

From:
https://herr-zimmerer.de/ - **herr-zimmerer.de**

Permanent link:
https://herr-zimmerer.de/doku.php/open:2016-8c:lerner-seiten:ds?rev=1485777669

Last update: **2017/01/30 13:01**