



Hochschule für Medien
Kommunikation und Wirtschaft
University of Applied Sciences

H M K W



Prof. Dr. Gerd Hallenberger

E-Mail: g.hallenberger@hmkw.de

Studiengänge: Medien- und Eventmanagement
Medien- und Wirtschaftspsychologie

Standort: Köln

Arbeits- und Forschungsschwerpunkte:
Fernsehunterhaltung, Geschichte und aktuelle Entwicklung von Medien- und
Populärkultur

Lehrveranstaltungen:
Praxis der Medienwirtschaft, Medien- und Kommunikationswissenschaft,
Vertiefung Medienwissenschaft

Curriculum Vitae
Akademische Ausbildung

1972-1980 Studium an der Philipps-Universität Marburg (Soziologie, Anglistik,
Politikwissenschaft, Europäische Ethnologie)
1985 Promotion im Fach Europäische Ethnologie (Philipps-Universität Marburg)
1997 Habilitation im Fach Medienwissenschaft (Universität/Gesamthochschule
Siegen)

Berufliche Stationen



Hochschule für Medien
Kommunikation und Wirtschaft
University of Applied Sciences

H M K W

1986-2001 Wissenschaftlicher Mitarbeiter in verschiedenen Teilprojekten des DFG-Sonderforschungsbereichs „Bildschirmmedien“ (1986-1990 an der Philipps-Universität Marburg, 1991-2001 an der Universität/Gesamthochschule Siegen)
2001-2002 Vertretung der Universitätsprofessur „Medienwissenschaft und Mediengestaltung“ an der Universität/Gesamthochschule Siegen
2003-2007 Mitarbeit beim Forschungsprojekt „Kleine und große Show“ (Teilprojekt der DFG-Forschergruppe „Programmgeschichte des DDR-Fernsehens komparativ“), Humboldt-Universität zu Berlin (Teilzeit)
2007-2008 Verwaltung der Universitätsprofessur „Theorie und Praxis von Funk/Film/Fernsehen unter Einschluss moderner Medien“, Universität Hildesheim (halbes Lehrdeputat)
Seit 2007 Freier Medienwissenschaftler (u.a. Lehraufträge an verschiedenen Hochschulen, Vorträge, Beratung verschiedener Fernsehsender und Fernsehsendungen)

Neuere Publikationen (Auswahl)

a) Buchveröffentlichungen

G. Hallenberger & J.-U. Nieland (Hrsg.) „Neue Kritik der Medienkritik. Köln: von Halem 2005

G. Hallenberger (Hrsg.) „Gute Unterhaltung?!“. Konstanz: UVK 2011

b) Aufsätze

G. Hallenberger „Fernsehformate und internationaler Formathandel. In: Hans-Bredow-Institut (Hrsg.), Internationales Handbuch Medien, 28. Auflage. Baden-Baden: Nomos 2009, 155-163

G. Hallenberger „Figurenkonzepte im Fernsehen“. In: R. Leschke & H. Heidbrink (Hrsg.), Formen der Figur. Figurenkonzepte in Künste und Medien. Konstanz: UVK 2010, 275-294

G. Hallenberger „Fiktionales Unterhaltungsfernsehen in Europa“. In: K. Lantzsch & K.-D. Altmeppen & A. Will (Hrsg.), Handbuch Unterhaltungsproduktion. Beschaffung und Produktion von Fernsehunterhaltung. Wiesbaden: VS 2010, 171-179

G. Hallenberger „Unterhaltungsformate im Fernsehen“. In: B. Thomaß (Hrsg.), Mediensysteme im internationalen Vergleich, 2. überarbeitete Auflage, Konstanz/München: UVK/UTB 2013, 117-134

Sonstiges

Seit 2000 regelmäßig Mitglied von Nominierungskommissionen oder Jurys für den Adolf-Grimme-Preis

Seit 2005 Mitglied des Kuratoriums der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen e.V.