

Inhaltsverzeichnis

MARTIN LUGINBÜHL / DOROTHEE MEER Parainteraktion in den Medien – Zur Einführung	7
HARTMUT STÖCKL Parasoziale Interaktion in der Werbung: Beobachtungen und Befunde zu einem medienlinguistischen Phantom	21
BEATE WEIDNER Zur Inszenierung einer geteilten Interaktionssituation im Fernsehen: Soziale Parainteraktion und die Herstellung von Geselligkeit in Kochshows	55
DOROTHEE MEER <i>I'm your venus, I'm your fire, it's your desire</i> – Soziale Parainteraktion am Beispiel der Werbekooperation zwischen Gillette Venus und dem TV-Format „Germany's Next Topmodel“	89
DOROTHEA HORST / SILVA H. LADEWIG Verkörperte Medienerfahrung als Grundlage eines multimodal vermittelten Körpergefühls am Beispiel eines Yoga-Tutorials	129
ALEXANDRA EBEL Sprechausdruck und Ansprechhaltung als Elemente der Parainteraktion	163
MARK DANG-ANH Beyond parainteraction: Situatives Involvement und Footing Shifts in mobilen Livevideostreams auf <i>Periscope</i>	185