

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