



LEONARD REINECKE / SABINE TREPTE (HRSG.)

Unterhaltung in neuen Medien. Perspektiven zur Rezeption und Wirkung von Online-Medien und interaktiven Unterhaltungsformaten

Unterhaltungsforschung, 7

2012, 424 S., 9 Abb., 2 Tab., Broschur, 213 x 142 mm, dt./engl.

EUR(D) 30,00 / EUR(A) 30,70 / sFr. 50,40

ISBN 978-3-86962-046-6

Über dieses Buch: Die empirische Unterhaltungsforschung sah sich in den vergangenen zwei Jahrzehnten mit einer Reihe technischer Revolutionen in der Welt der Unterhaltungsmedien konfrontiert. Video- und Computerspiele entwickelten sich zu einem gesellschaftlichen Mainstream-Phänomen, das Internet verwandelte sich von einem vorwiegend zu Informationszwecken genutzten zu einem vollwertigen Unterhaltungsmedium. Interaktive und partizipative Unterhaltungsformate führten dabei zu einem grundlegenden Wandel in der Beziehung zwischen Rezipient und Medium. Interaktive Video- und Computerspiele lösten ihre Nutzer aus der Rolle des Beobachters und versetzten sie in die Rolle des Entscheiders über das Schicksal der Protagonisten. Eine Vielzahl partizipativer Online-Dienste wie Video- und Fotoportale, Blogs und soziale Netzwerke ermöglichen es Nutzerinnen und Nutzern, selbstproduzierte Inhalte einem potenziellen Millionenpublikum zur Verfügung zu stellen. All das war in vergleichbarer Form in den klassischen Unterhaltungsmedien nicht verfügbar.

haltungstheorien auf ihre Anwendbarkeit im Kontext neuer Medien zu überprüfen und neue theoretische Konzepte zu identifizieren, die den spezifischen Eigenschaften neuer Medien Rechnung tragen. Der vorliegende Band zeichnet den Status quo der theoretischen Weiterentwicklung der Unterhaltungsforschung nach und arbeitet dabei Forschungsdesiderate in Bezug auf das Unterhaltungserleben in den neuen Medien heraus.

Über die Herausgeber: Sabine Trepte, Prof. Dr., ist Juniorprofessorin für Medienpsychologie an der Hamburg Media School und der Universität Hamburg. Leonard Reinecke, Prof. Dr., ist Juniorprofessor für Publizistik mit Schwerpunkt Online-Kommunikation am Institut für Publizistik der Johannes Gutenberg-Universität Mainz.

Weitere Informationen:

Um weitere Informationen zu diesem Titel zu erhalten klicken Sie auf den folgenden Link oder scannen Sie den obenstehenden Code. <http://www.halem-verlag.de/?p=4689>

Die ohnehin noch junge Unterhaltungsforschung sieht sich damit der Herausforderung ausgesetzt, ihre ›klassischen‹ Unter-

Hiermit bestelle/n ich/wir die oben genannte Publikation:

Datum und Unterschrift

2. Unterschrift

Vertrauensgarantie: Ich weiß, dass ich diese Bestellung innerhalb von 14 Tagen widerrufen kann. Eine einfache schriftliche Mitteilung an den Verlag oder an die beauftragte Buchhandlung genügt. Das bestätige ich mit meiner zweiten Unterschrift.

Bestellen Sie direkt per
Fax 0221/92 58 29 29
oder über unseren Online-Buchladen
oder in Ihrer Buchhandlung

Vorname und Name

Buchhandlung (Stempel):

Straße

E-Mail

Land, PLZ und Ort

Bitte schicken Sie mir regelmäßig (4 x pro Jahr) Ihren kostenlosen E-Mail-Newsletter unter der og. Adresse zu.

Die Lieferung erfolgt gegen Rechnung.