

Töpper

Mediale Affektökonomie

Emotionen im Reality TV und deren Kommentierung bei Facebook

Wie werden in Reality TV-Formaten ausgehandelte Regeln des emotionalen Ausdrucks und deren Inszenierung auf Facebook bewertet? Welche unterschiedlichen Orientierungen in Bezug auf andere Körper entstehen dabei? Wie werden dadurch Zugehörigkeitsgefühle erzeugt oder Ausschlüsse vorgenommen? Mit dem Konzept der medialen Affektökonomie beschreibt Claudia Töpper, wie Emotionen in digitalen vernetzten Medienumgebungen geordnet werden. Dabei kann sie aufzeigen, dass insbesondere Ambivalenzen, Paradoxien und die Figur des Spielverderbers oder der Spielverderberin einen handlungssteigernden Charakter haben und affektive Medienpraktiken des Publikums evozieren.



45,00 €

42,06 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

Artikelnummer: 9783837657029

Medium: Buch

ISBN: 978-3-8376-5702-9

Verlag: transcript

Erscheinungstermin: 07.10.2021

Sprache(n): Deutsch

Auflage: 1. Auflage 2021

Serie: Critical Studies in Media and Communication

Produktform: Kartoniert

Gewicht: 477 g

Seiten: 306

Format (B x H): 148 x 225 mm

