



Print, 29,99 €

05/2015, 302 Seiten,
kart., zahlr. Abb.,
ISBN 978-3-8376-2907-1

E-Book (PDF), 26,99 €

05/2015, 302 Seiten,
ISBN 978-3-8394-2907-5

Christian Stiegler / Patrick Breitenbach / Thomas Zorbach (Hg.)

New Media Culture: Mediale Phänomene der Netzkultur

Das Netz ist eine Brutstätte für mediale Phänomene wie etwa digitale Realitäten, Avatars, Memes, Selfies, Transmedia Storytelling, Shitstorms, Gamification, Ultra Fandom, Big Data oder hybride Medienformen, die direkten Einfluss auf Gesellschaft, Kultur und Wirtschaft haben. Doch welche Auswirkungen hat die Netzkultur auf unsere tagtägliche Wahrnehmung von Kommunikation, Arbeitsbedingungen, sozialen Beziehungen, Konsumprodukten und ästhetischen Entwürfen? Dieser Band versammelt grundlegende Annäherungen an die medialen Ausformungen digitaler Kulturen und ermöglicht Studierenden und Lehrenden – aber auch Praktiker_innen – verschiedener Disziplinen, diese zu überdenken, weiterzuspinnen und zu hinterfragen. Mit Beiträgen u.a. von Henry Jenkins, Ramón Reichert, Judith Ackermann, Jan-Hinrik Schmidt, Stephan Sonnenburg und Roman Rackwitz.



Christian Stiegler (Dr. phil.) ist Professor für Medienmanagement, Consumer Culture und New Media an der Karlsruhochschule International University, Karlsruhe.

Patrick Breitenbach lehrt »New Media Culture« und »Media Creation« an der Karlsruhochschule International University, Karlsruhe.

Thomas Zorbach ist Inhaber der Agentur vm-people in Berlin und lehrt an der Karlsruhochschule International University, Karlsruhe.

Schlagworte: New Media Culture, Neue Medien, Digitale Kultur, Digitale Gesellschaft, Netzkultur, Social Media, Konsum, Internet, Medien, Medienwissenschaft, Medienkultur, Digitale Medien, Medienästhetik

Mehr Informationen / Bestellung:

www.transcript-verlag.de/978-3-8376-2907-1
oder via E-Mail: bestellung@transcript-verlag.de