

Inhalt

1. Einleitung | 7

2. Was ist ein Podcast? | 13

- 2.1 Abgrenzung des Audio-Podcasts von ähnlichen Gattungen | 18
- 2.2 Produktions- und Rezeptionsbedingungen von Podcasts | 19
- 2.3 Einordnung des Podcasts in das rhetorische Theoriegerüst | 21
 - 2.3.1 Medialrhetorik | 22
 - 2.3.2 Der Podcast – Ein Medium? | 28
- 2.4 Welchen Medienwert besitzt der Podcast? | 33
 - 2.4.1 Untersuchungen zum Nutzungsverhalten | 35
 - 2.4.2 Analyse und Einordnung | 37

3. Mediale Performanzdimension | 39

- 3.1 Archivierung | 39
- 3.2 Auditivität | 43
- 3.3 Distribution | 45
- 3.4 Episodizität | 52
- 3.5 Mobilität | 58

4. Textuelle Dimension | 61

- 4.1 Narrativität | 62
- 4.2 Oralität | 66
- 4.3 Personalisierung | 70
- 4.4 Thumbnail, Titel, Teaser | 72

5. Adressatenorientierte Dimension | 81

5.1 Engagement | 82

5.2 Intimität | 84

5.3 (Parasoziale) Interaktion | 88

5.4 Unterhaltung | 92

6. Zusammenfassung | 97

7. Literaturverzeichnis | 101

8. Index | 111