

Inhalt

Vorwort — V

1 Einleitung — 1

2 Serienkommunikation als Forschungsgegenstand — 5

- 2.1 Serialität und Serienrezeption im Forschungsdiskurs — 5
 - 2.1.1 Narratologische Aspekte — 6
 - 2.1.2 Technisch-mediale Aspekte — 10
 - 2.1.3 Soziokulturelle Aspekte — 13
- 2.2 Kommunikation und Gespräche über Medien im Forschungsdiskurs — 17
 - 2.2.1 Die Rolle der Rezipient*innen in der Medienrezeptionsforschung — 18
 - 2.2.2 Forschungsüberblick: Medienrezeption in der Interaktion — 21
 - 2.2.3 Funktionen und Bedingungen des Kommunizierens über Medien — 26
- 2.3 Zusammenfassung: Serienkommunikation als Forschungsgegenstand — 31

3 Positionierung als Analyseperspektive auf Serienkommunikation — 33

- 3.1 Forschungshistorische Entwicklung und Definitionsansätze — 34
- 3.2 Systematisierung von Forschungsansätzen und -ergebnissen — 36
 - 3.2.1 Positionieren in Relation zu Ereignissen: Erlebnisse und Erfahrungen anderen gegenüber darstellen — 37
 - 3.2.2 Positionieren in Relation zu Kategorien: Sich selbst und/oder andere(s) zuordnen — 38
 - 3.2.3 Positionieren in kontrastiver Relation: Sich selbst und/oder andere(s) miteinander vergleichen — 40
 - 3.2.4 Positionieren in Relation zu einem Objekt: Eine Haltung (*stance*) gegenüber etwas oder jemandem kommunizieren — 42
 - 3.2.5 Funktionen von Positionierungen in der Interaktion — 49
- 3.3 Zusammenfassung: Das Konzept von Positionierung — 51

4 Konversationsanalyse als methodologischer Zugang — 56

- 4.1 Ethnomethodologische Konversationsanalyse — 56
- 4.2 Serienkommunikation und Positionierung — 61

4.3	Das epistemische Recht auf Evaluation —	63
4.4	Zusammenfassung: Konversationsanalyse als methodologischer Bezugsrahmen —	71
5	Anlage der Studie —	72
5.1	Datengrundlage —	72
5.1.1	Feldzugang und Beschreibung der Erhebungssituation —	72
5.1.2	Korpus —	75
5.2	Vorgehen bei der Datenaufbereitung und -auswertung —	77
5.3	Methodologische Überlegungen zur Datenerhebung —	79
5.4	Zusammenfassung —	82
6	Einführung: Zur Analyse von Positionierungen im Kontext von Serienkommunikation —	84
6.1	Kontextualisierung der Gesprächssituation —	84
6.1.1	Die Gruppendiskussion als aufgabenorientierte Interaktion —	84
6.1.2	Herstellen von Institutionalität, Öffentlichkeit und Kooperativität —	89
6.2	Rekonstruktion der interaktiven Ziele —	93
6.2.1	(Ermöglichen von) Partizipation —	93
6.2.2	Sich mit anderen vergemeinschaften und voneinander abgrenzen —	95
6.3	Rekonstruktion der kommunikativen Aufgaben —	96
6.3.1	Bewerten —	97
6.3.2	Wissen anzeigen —	99
6.4	Zum Zusammenhang zwischen Wissen und Bewerten —	103
6.5	Umgang mit dem Gesprächsgegenstand —	106
6.5.1	Das Positionierungsobjekt – interaktiv relevant gesetzte Aspekte des Gegenstands —	106
6.5.2	Gegenstandsbezogene Ressourcen zur Positionierung —	108
6.5.3	Der Gegenstand als sequenzstrukturierendes Mittel —	114
6.6	Zusammenfassung: Analytischer Zugriff auf Positionierungen —	117
7	Positionieren mit lokaler Reichweite: Formen und Funktionen epistemischer und evaluativer Positionierungspraktiken zur Vergemeinschaftung und Distinktion —	120
7.1	Positionierungspraktiken zum Hochstufen des epistemischen Status bei K^+ —	122
7.1.1	Managen divergenter Wissens(be)stände —	122
7.1.2	Einbeziehen serienexterner Wissensquellen —	136

- 7.1.3 Absprechen von fremder epistemischer Autorität zur Bewertung bei K^- — **147**
- 7.1.4 Empfehlen eines Rezeptionsmodus — **161**
- 7.1.5 Zusammenfassung: Positionierungspraktiken zum Hochstufen des epistemischen Status bei K^+ — **170**
- 7.2 Positionierungspraktiken zum Hochstufen des epistemischen Status bei K^- — **172**
 - 7.2.1 „geht_s da eigentlich nur um TOD und so,“ – Anzeigen von partiellem Wissen — **173**
 - 7.2.2 „es soll richtig gut sein?“ – Berufen auf die Bewertung anderer — **175**
 - 7.2.3 „ganz KURZ; (.) by the way,“ – Kommunikativ erfolgreiches bzw. erfolgloses Etablieren eines neuen Positionierungsobjekts — **177**
 - 7.2.4 „steht auf meiner LISte drauf;“ – Nachträgliches Revidieren des epistemischen Status — **179**
 - 7.2.5 Zusammenfassung: Positionierungspraktiken zur Beanspruchung von Expertise bei K^- — **187**
- 7.3 Gruppendynamische Positionierungsprozesse — **188**
 - 7.3.1 AVATAR – Vergemeinschaftung durch Verweisen auf geteiltes Wissen und geteilte Bewertungen — **188**
 - 7.3.2 SHERLOCK – Vergemeinschaftung durch interaktives Anpassen von Wissen und Bewertungen — **198**
 - 7.3.3 HOW I MET YOUR MOTHER VS. TÜRKISCH FÜR ANFÄNGER – Vergemeinschaftung und Distinktion durch Verschieben der Bewertungsebenen — **202**
 - 7.3.4 Zusammenfassung: Gruppendynamische Positionierungsprozesse zur Herstellung von Gemeinschaft und Distinktion — **208**
- 7.4 Zusammenfassung: Positionieren mit lokaler Reichweite — **209**
- 8 Positionieren mit globaler Reichweite: Vergemeinschaftung und Distinktion entlang medien- und rezeptionsbezogener Aspekte — 211**
 - 8.1 Orientieren an prototypischen Vorstellungen — **212**
 - 8.1.1 Serien als Abgrenzung zum Film — **213**
 - 8.1.2 Seriengenres — **215**
 - 8.1.3 (Narrative) Komplexität — **217**
 - 8.1.4 Serienfiguren — **222**
 - 8.1.5 Serien als gestaltete Produkte — **226**
 - 8.1.6 Zusammenfassung: Prototypische Vorstellungen — **228**
 - 8.2 Orientieren an normativen Vorstellungen — **229**

8.2.1	„serien die ihre eigene LOGik brechen“ – Narratologische Plausibilität als Bewertungsmaßstab — 229
8.2.2	„MAINstream-“ vs. „kultiVIERte“ Serien – Implizite Verweise auf gesellschaftliche Wertungen von Populärkultur — 235
8.2.3	„aber nicht SPOllern oke?“ – normativer Umgang mit divergenten und optionalisierten Wissens(be)ständen — 240
8.2.4	Positionieren im Spannungsfeld angemessenen Rezeptionsverhaltens — 253
8.2.5	Zusammenfassung: Normative Vorstellungen — 282
8.3	Bündeln prototypischer und normativer Vorstellungen — 283
8.4	Zusammenfassung: Positionieren mit globaler Reichweite — 286
9	Ein heuristisches Modell zur Analyse von Vergemeinschaftung und Distinktion im Kontext von Serienkommunikation — 288
9.1	Anwendung des Analysemodells im Rahmen einer Fallstudie zu GAME OF THRONES — 291
9.1.1	Distinktion zwischen wissenden Unterstützer*innen und unwissenden Kritiker*innen entlang der Aspekte <i>Genre-Zuordnung</i> , <i>Komplexität</i> und <i>Plausibilität</i> sowie <i>Figuren</i> — 294
9.1.2	Vergemeinschaftung zwischen unwissenden Kritiker*innen entlang des Aspekts <i>Popularität der Serie</i> — 299
9.1.3	Vergemeinschaftung zwischen wissenden Unterstützer*innen entlang der Aspekte <i>Intensität</i> und <i>Audiospur</i> — 300
9.1.4	Distinktion zwischen wissenden und unwissenden Unterstützer*innen entlang des Aspekts des <i>Spoilerns</i> — 301
9.2	Zusammenfassung: Erfassen komplexer Konstellationen — 304
10	Diskussion der Ergebnisse — 306
10.1	Die Analyse von Medienkommunikation und das Mikro-Makro-Problem — 306
10.2	Serienkommunikation im Vergleich zu anderen medialen Gesprächsgegenständen — 308
10.3	Epistemische Besonderheiten der Serienkommunikation — 311
10.4	Doing being kompetente Serienrezipient*innen — 314
10.5	Zusammenfassung und Ausblick — 317
Literatur — 320	
Abbildungsverzeichnis — 340	

Tabellenverzeichnis — 341

Stichwortverzeichnis — 343

Anhang — 347