

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 partiell 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	„ <i>serien die ihre eigene LOgik brechen</i> “ – Narratologische Plausibilität als Bewertungsmaßstab — 229
8.2.2	„ <i>MAINstream</i> -“ vs. „ <i>kultiVIERte</i> “ Serien – Implizite Verweise auf gesellschaftliche Wertungen von Populärkultur — 235
8.2.3	„ <i>aber nicht SPOllern oke?</i> “ – 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 <i>GAME OF THRONES</i> — 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