

**Rezension zu: Werner Holly / Ulrich Püschel / Jörg Bergmann (Hg.):
Der sprechende Zuschauer. Wie wir uns Fernsehen kommunikativ
aneignen. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften (ehemals
Westdeutscher Verlag) 2001**

Tanja Maier

Der vorliegende Sammelband dokumentiert die empirischen Ergebnisse des von der Deutschen Forschungsgemeinschaft finanzierten Forschungsprojektes 'Über Fernsehen sprechen: Die kommunikative Aneignung von Fernsehen in alltäglichen Kontexten'. Das Buch fußt auf einer intensiven wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit fernsehbegleitendem Sprechen, also dem Sprechen *während* des Fernsehens. Die Frage, wie und worüber Rezipierende beim Fernsehen kommunizieren, wurde in der deutschsprachigen Kommunikations- und Medienforschung lange Zeit wenig beachtet geschweige denn analysiert. Das DFG-Projekt versucht diese Forschungslücke ein Stück weit zu füllen.¹

Insgesamt beinhaltet der Band 15 Beiträge, die in den folgenden Themenbereichen diskutiert werden: Der sprechende Zuschauer – Medienrezeption als Aneignung – Grundlagen des fernsehbegleitenden Sprechens – Strukturen und Formen des fernsehbegleitenden Sprechens – Sprachhandlungsmuster – Themenbehandlung – Gattungsspezifika – Interpretationsgemeinschaften – Zur Konstruktion von Wirklichkeit in der Aneignung. Im Folgenden werden nun daraus die zentralen Aspekte und Befunde vorgestellt, daran anschließend folgt eine zusammenfassende Bewertung des Bandes bzw. des Forschungsprojektes.

Im ersten Kapitel führt *Werner Holly* in das Forschungsvorhaben, seinen theoretischen und methodischen Rahmen, die zentralen Fragestellungen sowie die Materialerhebung ein. Bei der Projektgruppe handelt es sich um SprachwissenschaftlerInnen und SoziologInnen der Universitäten Chemnitz, Trier und Gießen.² Deren grundlegende These ist, dass bereits *während* des Fernsehens in vielfältigen Formen gesprochen wird, die Zuschauenden also keine passiven Rezipierenden seien. Damit wendet sich das Projekt gegen die kulturpessimistische Annahme, "dass Fernsehen die private, vor allem die 'familiäre' Kommunikation ersetze, vermindere, ja sogar 'zerstöre'" (S.14).

Für das DFG-Projekt sind folgende Fragestellungen zentral:

- Wie und worüber genau sprechen die Rezipierenden während des Fernsehens?
- Welche Themen kommen vor, welche Rolle spielt die Gruppe oder die jeweilige Fernsehgattung?

¹ Eine Auswahl an Veröffentlichungen (bis 1999) im Rahmen des Forschungsprojektes 'Über Fernsehen sprechen' findet sich unter <<http://www.tu-chemnitz.de/phil/germanistik/sprachwissenschaft/projekte/fernsehen/veroeffentlichungen.html>>. Eine weitere Untersuchung, die sich mit Mediengesprächen von Jugendlichen beschäftigt, ist die Längsschnittstudie 'Medienerfahrungen von Jugendlichen in Familie und Peer-Group' (vgl. Sander 2001).

² Zur Projektgruppe gehören neben den Projektleitern Werner Holly, Ulrich Püschel und Jörg Bergmann die ProjektmitarbeiterInnen Andreas Hepp, Angela Leister und Heike Baldauf sowie die studentischen Hilfskräfte Jana Scherf, Marita Steffen, Dirk Schulte, Jörg Schlicker, Gabriele Graf sowie zwei anonymisierte Personen. Zur erweiterten Forschungsgruppe zählen Stephan Habscheid, Michael Klemm, Marlene Faber und Ruth Ayaß.

- Welche Formen, Muster, Gesprächsstile und Strukturen lassen sich ausmachen?
- Welche Funktionen erfüllen die Medienthematisierungen für die Einzelnen oder die Gruppe?

Dies führt zu der gut gesetzten Frage danach, wie der Kommunikationsprozess zwischen Text und RezipientIn in konkreten Situationen verläuft, was eigentlich genau passiert, wenn sich Menschen mediale Texte aneignen. Dabei sollen die Zuschauenden weder als subversive Guerrilleros verklärt³ werden, noch soll von der These der Medienwirkungsforschung ausgegangen werden, das Publikum übernehme passiv die vorgegebenen Medienbotschaften und sei deren manipulierenden Wirkungen hilflos ausgeliefert (vgl. S.17f.). Die thematische Ausrichtung auf primäre Medienthematisierungen – also das Sprechen *beim* Fernsehen – hat sich Holly zufolge erst im Laufe der ethnografischen Analyse ergeben, als sich zeigte, dass diese ausreichend empirisches Material bereitstellten (vgl. S.18). Den zentralen Begriff der 'kommunikativen Fernsehaneignung' definiert er wie folgt:

Mit dem Begriff der 'kommunikativen Aneignung' von Fernsehen ist hier eine spezielle Aktivität im Prozeß der Rezeption gemeint, der sich im 'Sprechen über Fernsehen' vollzieht, wobei impliziert ist, dass diese Aneignung eben nicht nur in einer subjektiven Aktivität eines isolierten Subjekts zu sehen ist, sondern eine soziale Aktivität darstellt, die 'im Gespräch' Mustern sprachlichen Handelns folgt (S.18).

Medienkommunikation meine ein "Wechselspiel zwischen Text und Rezipient" (S.17), einen umfassenden Prozeß, in dem sowohl der Medienproduktion, dem Medientext als auch der Aneignung gleichwertige Rollen zukomme. Aus einer rezeptionsorientierten Perspektive werde Fernsehen nicht als eine Unterhaltungs- und Manipulationsmaschine konzipiert, sondern als eine "soziale Orientierungsressource" (S.12) beschrieben.

Verfolgt wird von dem DFG-Projekt ein ethnographischer und interdisziplinärer Ansatz, der sich an Ansätze der qualitativen Medienrezeptionsforschung (z.B. Michael Charlton und Klaus Neumann-Braun) anlehnt, ein starker Bezug findet sich aber auch auf die Cultural Studies, insbesondere in der Tradition John Fiskes. Medienkommunikation wird mit Rückgriff auf verschiedene medienwissenschaftliche, linguistische, ethnomethodologische und soziologische Verfahrensweisen erfaßt.

Die Materialerhebung (vgl. S.21f.) des DFG-Projektes beinhaltete Ton-Aufnahmen der verbalen Kommunikation beim Fernsehen, die studentische Hilfskräfte über mehrere Wochen durchführten. Die untersuchten Gruppen und Paare bzw. Familien wurden aus dem engeren Freundes-, Verwandten- und Bekanntenkreisen der Hilfskräfte ausgewählt. Es wurden Audio-Aufnahmen der Zuschauerkommunikation angefertigt, zudem zeichneten die StudentInnen die jeweils dazugehörenden Medientexte auf Video auf. Die Audioaufnahmen und Videomitrischnitte wurden im November 1995 an den Standorten in Gießen, Chemnitz und Trier durchgeführt. Insgesamt umfasst der Textkorpus sieben unterschiedlich große Rezeptionsgemeinschaften aus verschiedenen regionalen und sozialen Milieus und Lebensformen.

³ Dies ist eine Tendenz, die sich in einigen Rezeptionsforschungen im Rahmen der Cultural Studies findet.

Entsprechend des interdisziplinären Ansatzes wurde als Auswertungsmethode eine Kombination aus Sprachpragmatik und Konversationsanalyse gewählt – eine methodische Herangehensweise, die bisher selten für die Medienforschung nutzbar gemacht wurde. Anhand konkreter Fallanalysen sollten Regeln und Muster der kommunikativen Aneignung von Fernsehtexten rekonstruiert werden. Dieses Verfahren soll, so Holly, Rückschlüsse auf die verschiedenen Formen und Funktionen des fernsehbegleitenden Sprechens ermöglichen.

Das zweite Kapitel von *Marlene Faber* ist ein Beitrag zur Theoriediskussion des zugrunde gelegten Aneignungsbegriffs, wie er anlehnend an interpretative, handlungstheoretische Ansätze entwickelt wird. Aneignung wird von Faber als ein aktiver und kreativer Prozeß zwischen Text und Rezipierenden konzeptionalisiert. In diesem Verständnis wird in der Aneignung zwischen dem medialen Text und den individuellen Erfahrungen der Zuschauenden ein Zusammenhang hergestellt. Die Feststellung, in der kommunikativen Aneignung verknüpften die Zuschauenden ihre eigene Erfahrungswelt mit der Medienwelt, zieht sich durch alle Beiträge des vorliegenden Bandes. Nach Faber sind es insbesondere vier kommunikative Aneignungsweisen, mit denen der mediale Text an die Alltagswelt der Zuschauenden angeschlossen wird: 1) Die *explizite* Aneignung; hier werde mit verbalen Aktivitäten eine direkte Verbindung zwischen Medientext und Alltagswelt der Zusehenden hergestellt. 2) Die *implizite* Aneignung; bei dieser Aneignungsweise werde nicht unmittelbar ersichtlich, mit welchen Erfahrungen die Zusehenden den Text verbinden, der Zusammenhang zwischen Erfahrungswelt und Fernsehtext bleibe angedeutet, verschlüsselt oder gar verdeckt.⁴ 3) Die *assoziative* Aneignung; die Medientexte würden als thematische Impulsgeber eingesetzt. 4) Die *intellektuell-spielerische* Aneignung; hierzu zählen etwa intertextuelle Verweise oder Kommentare zur Machart des Fernsehtextes (vgl. S.34ff.).

Im dritten Kapitel (von *Werner Holly* und *Heike Baldauf*) und vierten Kapitel (von *Heike Baldauf*) werden allgemeine Grundlagen sowie verschiedene Formen und Strukturen des fernsehbegleitenden Sprechens beschrieben. *Werner Holly* und *Heike Baldauf* stellen zunächst fest: Wenn mehrere Personen miteinander fernsehen, verläuft dieser Prozeß alles andere als schweigend, es wird dabei sogar viel geredet. Beim fernsehbegleitenden Sprechen handle sich um eine Form empirischer Kommunikation (vgl. S.44ff. und S.61ff.), die neben anderen Handlungen in die gemeinsame häusliche Fernsehaneignung eingebettet sei. Wie Heike Baldauf feststellt, kann man beim Fernsehen sprechen, muß es aber nicht (vgl. S.63ff.). Zwar bestehe eine rudimentäre Kommunikationsverpflichtung, jedoch gäbe es auch lange Phasen, in denen nicht gesprochen würde. Bei kommunikativen Handlungen als sozialer Praxis in der Gruppe ließen sich neben partnergerichteten Interaktionen, die an eine oder mehrere Personen gerichtet sind, weiterhin auch selbstgesprächshafte Äußerungen (Bewertungen aller Art, 'Blurtings', also Herausplatzer wie 'oh' oder 'toll' etc.) oder die Kommunikation der Rezipierenden mit dem Medium selbst, also die Para-Interaktion, beobachten. Wie Baldauf feststellt, hat Fernsehen im häuslichen Kontext mit seinen damit verbundenen Interaktionsformen demnach keine Kommunikationslosigkeit oder -unfähigkeit zur Folge, sondern ist Teil sozialer Interaktionen (vgl. S.81f.).

⁴ Es ließe sich fragen, ob hier vielleicht gar kein Zusammenhang mit der eigenen Erfahrungswelt hergestellt wird.

Michael Klemm beschäftigt sich im fünften Kapitel mit den typischen sprachlichen Mustern der primären Medienthematisierungen. Was tun die Rezipierenden, wenn sie beim Fernsehen sprechen? Aus einer funktionalistisch orientierten Perspektive hat Klemm sieben kommunikative Handlungsfelder identifiziert: Durch sprachliche Äußerungen *organisieren* die Zuschauenden das Fernsehen; sie *verarbeiten* das Gesehene emotional; sie *sichern* kognitiv das *Verständnis* des medialen Textes; sie *deuten* für sich das Gesehene; sie *bewerten* alle möglichen Aspekte des Fernsehens; sie *übertragen* den medialen Text in ihre Alltagswelt und *ordnen* ihn damit in ihre Lebenswelt *ein*; und nicht zuletzt tragen die kommunikativen Aktivitäten zum *Vergnügen* der Zuschauenden bei (vgl. S. 84ff.). Diese sprachlichen Aktivitäten während des Fernsehens sichern Klemm zufolge primär das Textverstehen beziehungsweise die Interpretation. Mehr noch, die Textinterpretation erhalte "häufig erst im kommunikativen und sozialen Handeln ihre Ausprägung" (S.112). Er identifiziert vier wesentliche Makrofunktionen der Zuschauerkommunikation, die sich so auch immer wieder in den anderen Beiträgen des Bandes bestätigt finden:

- Wechselseitiges Unterstützen beim Verstehen, Interpretieren und Bewerten,
- Vermittlung von Fernsehwelt und Alltagswelt,
- Vergemeinschaftung der Zuschauergruppe,
- Schaffung einer geselligen und vergnüglichen Stimmung (vgl. S.111ff.).

Im sechsten Kapitel arbeitet *Michael Klemm* typische Muster der Themenbehandlung in der Zuschauerkommunikation heraus. Als die Themenressourcen, auf die die Zuschauenden während der Rezeption zurückgreifen können, um ein Thema zur Sprache zu bringen, benennt er: Das Fernsehen als Dispositiv,⁵ die Rezeptionssituation, die Lebenswelt der Rezipierenden und deren Weltwissen (vgl. S.118ff.). Demnach sprechen die Zuschauenden, wenn sie fernsehen, nicht nur über das, was sie *im* Fernsehen sehen, sondern es würden auch ganz andere Themen aufgegriffen: etwa das Programmangebot, berufliche Erlebnisse oder tagesaktuelle Geschehnisse. Von den Themenressourcen als Wissenshintergrund grenzt Klemm die konkreten Auslöser einer Thematisierung ab. Daran anschließend beschreibt er einzelne Phasen der Themenbehandlung und typische komplexe Formen der Themenbehandlung während des Fernsehens. Fernsehbegleitende Gespräche zeichneten sich oft durch lange Pausen aus, die mitunter zwischen den einzelnen Äußerungen liegen, einzelne Erzählungen seien kurz, würden nicht entfaltet, sondern lediglich minimal behandelt. Einerseits entstünden oft minutenlange "Thematisierungsflauten" (S.135), andererseits komme es wieder zu einem "Thematisierungsgetümmel" (S.137), in dem sich verbale Aktivitäten ballen und überschneiden. Die komprimierte, fragmentierte Struktur von Gesprächen während des Fernsehens hat Klemm unter dem Begriff der "Häppchenkommunikation" (S.141) zusammengefasst.

In den folgenden beiden Kapiteln werden gattungs- und gruppenspezifische Aneignungsweisen untersucht. In Kapitel sieben richtet sich der forschende Blick auf die Aneignung spezifischer Fernsehgattungen. Nach allgemeinen Überlegun-

⁵ Hierzu zählen fernsehbezogene Gespräche über den Apparat (etwa die Lautstärke, die Fernbedienung), die Institution Fernsehen (etwa Produktionstechniken) oder das Programm (z.B. das Senderprofil) (vgl. S.119f).

gen zu Fernsehgattungen in der kommunikativen Aneignung (*Ruth Ayaß*) werden Nachrichten (*Michael Klemm*), Gesundheitsmagazine (*Stephan Habscheid*), Krankenhausserien (*Marlene Faber*) und Werbespots (*Ruth Ayaß*) untersucht. So arbeitet etwa Ruth Ayaß zwei gattungsspezifische Aneignungsmuster von Fernsehwerbespots heraus. Die Rezipierenden reagierten entweder mit Vermeidungsstrategien (etwa Zapping) und abfälligen Bemerkungen oder die Spots würden spielerisch angeeignet, durch Ratespiele, Werberaten oder Wetten, in denen die Zuschauenden ihre eigenen Regeln aufstellen. Ayaß kann zudem zeigen, wie die Aneignung von Werbespots nicht nur von den individuellen Erfahrungen und dem Wissen der Einzelnen, sondern auch ganz erheblich von Gruppenstilen geprägt ist (vgl. S.225).

Die Bedeutung solcher Gruppenstile soll im folgenden Kapitel acht näher bestimmt werden. Anschließend an die grundlegenden Ausführungen von *Ulrich Püschel* zu Gruppen und Stilen zeigen *Werner Holly*, *Marita Steffen* und *Ruth Ayaß*, dass ältere Menschen sich nicht einfach "vom Fernsehen 'berieseln' lassen" (S.261), wie oft angenommen wird. Die AutorInnen sehen vielmehr Hinweise auf eine ähnliche Nutzung wie bei jüngeren Menschen – also einen aktiven, kreativen Aneignungsstil. In einem weiteren Beitrag dieses Kapitels bestimmen *Michael Klemm* und *Dirk Schulte* die Aneignungsstile von Erwachsenen mit (ihren) Kindern "zwischen Entspannung, Erziehung und Gemeinsamkeit" (S.277).

Im abschließenden Kapitel neun beschäftigt sich *Angela Leister* mit der Konstruktion von Wirklichkeit in der Aneignung und stellt unter anderem die Frage, wie "wirklich sind die Fernsehwirklichkeiten für die Rezipienten?" (S. 287). Sie kann eine nach wie vor verbreitete Wirkungshypothese widerlegen, nämlich die Vorstellung einer Vermischung von Medienrealität und der subjektiven Realität der Zusehenden.⁶ Rezipierende könnten trotz gewisser "Grenzverwischungen" (S.303) Fiktion und Wirklichkeit sehr wohl auseinander halten.

Ein Verdienst des DFG-Projektes liegt sicherlich darin, die kommunikative Medienaneignung aus der Perspektive des alltäglichen Umgangs der Rezipierenden mit dem Fernsehtext in ihren situativen Kontexten ausgemacht zu haben. Das häusliche Medium 'Fernsehen' wird als eine komplexe und kontextualisierte Praxis verstanden, die mit anderen – auch gleichzeitig stattfindenden – Aktivitäten verbunden ist. Mit den Befunden des DFG-Projektes stehen detaillierte Beschreibungen der unterschiedlichen kommunikativen Aktivitäten während des Fernsehens zur Verfügung: Sie veranschaulichen den alltäglichen kommunikativen Umgang mit dem Fernsehen. Mag dies auch banal klingen, so wurde dieser Umstand in der Rezeptions- und Wirkungsforschung lange Zeit nicht berücksichtigt. Diese Forschungsperspektive ist zweifelsohne produktiv, liefert sie doch ein erweitertes Verständnis davon, wie wir einerseits Fernsehtexte auf unterschiedliche Weise gebrauchen und in unseren Alltag einbinden, und andererseits, wie sich die spezifischen Kommunikationsformen beim Fernsehen gestalten, worin sie sich also von anderen alltäglichen Gesprächen unterscheiden.

Die editorische Gestaltung ermöglicht einen gelungenen Einblick in die Ziele, Ergebnisse und Fragestellungen des DFG-Projektes. Geschmälert wird dies allerdings durch Wiederholungen von gleichen Resultaten in den unterschiedlichen Beiträgen der beteiligten AutorInnen. Dies betrifft insbesondere die Ergebnisse zu

⁶ Dies konnte in der bundesdeutschen Rezeptionsforschung bereits vielfach nachgewiesen werden (vgl. z.B. auch Mikos 1994; Schabedoth 1995).

den spezifischen Kommunikationsformen und Sprachhandlungen, Thesen und Befunde zur Bedeutung der Gruppe und den Funktionen des fernsehbegleitenden Sprechens. Es finden sich aber auch nahezu identische Formulierungen in daraus abgeleiteten Aussagen, etwa in den beiden Schlussfolgerungen von Heike Baldauf (S.82) und Michael Klemm (S.142). Anstelle dieser oftmals langatmigen Wiederholungen wäre dagegen eine Darstellung der gewählten methodischen Herangehensweise (Konversationsanalyse und pragmalinguistische Gesprächsanalyse) wünschenswert gewesen, jedoch wird diesbezüglich lediglich auf weiterführende Literatur verwiesen (vgl. S.24).

Bedauerlicher finde ich allerdings, dass die einzelnen Untersuchungen vorrangig funktionale, sinnstiftende Effekte von Medienthematisierungen für die Individuen und die informelle Gruppe thematisieren. Trotz weitreichender Befunde zur kommunikativen Medienaneignung vernachlässigt die Forschungsperspektive des DFG-Projektes die restriktiven Aspekte der kommunikativen Aneignung. Fernsehen ist nicht nur reines Vergnügen, bei der kommunikativen Medienaneignung kommen beispielsweise auch Konflikte, Disziplinierungen und Hierarchisierungen zum Tragen. Wenn auf "manche Äußerungen durch einen der anderen Mitschauer reagiert wird und auf andere nicht" (S.68) und wenn in einem "Thematisierungsgetümmel" (S.137) manche Äußerungen einfach untergehen und andere nicht, dann ließe sich fragen, ob hier Hierarchien und Konkurrenzen ausgehandelt werden, indem die Rezipierenden verbale Äußerungen übergehen oder verdrängen, die andere vorschlagen. Dies wäre dann auch dahingehend bedeutend, weil im Rahmen des DFG-Projektes ja überzeugend dargelegt wurde, dass in der kommunikativen Aneignung mit entschieden wird, wie die Zuschauenden die medialen Angebote deuten und interpretieren.

Mit dem 'positiven Blick' auf die kommunikative Aneignung wird ein harmonisierendes Bild dessen beschrieben, was die 'Tätigkeit' Fernsehen ist. Der formulierte Anspruch, die unterschiedlichen Formen und Funktionen des fernsehbegleitenden Sprechens herauszuarbeiten, kann so nur bedingt eingelöst werden. Dazu wäre es nötig gewesen, auch die hegemonialen Mechanismen mit zu berücksichtigen, durch die 'Ungleichheit' in der kommunikativen Aneignung zustande kommt. Auf diese Weise hätten ambivalentere Formen, Muster und Funktionen des Sprechens über Fernsehen untersucht werden können.

Obwohl das DFG-Projekt auf die Cultural Studies referiert, werden kritische Fragen nach dem Zusammenhang von Medienkultur und Macht, nach unterschiedlichen Hierarchisierungs- und Differenzierungserfahrungen – wie sie für die britischen Cultural Studies grundlegend sind – nicht oder nur am Rande gestellt. Damit zusammen hängt eine Ausblendung von Geschlechterfragen, die um so erstaunlicher ist, als die Publikumsforschung im Kontext der Cultural Studies maßgeblich von den Einflüssen feministischer Analysen inspiriert wurde (z.B. Ang 1986). Feministische Forscherinnen brachten Fragen nach der Bedeutung der Geschlechterzugehörigkeit in die Untersuchungen zur Aneignung populärer Medienprodukte ein, störten so die gängigen Ansätze und Methoden und veränderten dadurch das Forschungsfeld (vgl. hierzu Gray 2001; Hall 2000). Von der Herausforderung, die die Frage nach der Bedeutung des Geschlechts in den britischen Cultural Studies darstellte, ist trotz des interdisziplinären Anspruchs des Projektes kaum mehr etwas zu vernehmen. Zwar wird der Einfluss der Geschlechterzugehö-

rigkeit auf die kommunikative Aneignung beispielsweise von Marlene Faber durchaus festgestellt (S.33), jedoch nicht ernsthaft weiter verfolgt.

Insgesamt liefert der Band einige neue Befunde über die Muster, Formen und Funktionen der kommunikativen Medienaneignung. Wer allerdings eine macht- und herrschaftskritische Perspektive erwartet, welche die Mediengespräche auf ihren positiven Gehalt wie auf ihre Beschränkungen hin untersucht, wird vielleicht von der vorliegenden Veröffentlichung enttäuscht werden.

Literatur

- Ang, Ien (1986): Das Gefühl *Dallas*. Zur Produktion des Trivialen. Bielefeld: Daedalus.
- Gray, Ann (2001): Bilanz der angloamerikanischen Publikums- und Rezeptionsforschung. Probleme mit den Publika. In: Klaus, Elisabeth et al. (Hg.): Kommunikationswissenschaft und Gender Studies. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 73-92.
- Hall, Stuart (2000): Cultural Studies. Ein politisches Theorieprojekt. Ausgewählte Schriften 3. Hamburg: Argument.
- Mikos, Lothar (1994): Es wird dein Leben! Familienserien im Fernsehen und im Alltag der Zuschauer. Münster: MakS Publikationen.
- Sander, Ekkehard (2001): Medien im Jugendalter. Rückblicke von Eltern und ihren heranwachsenden Kindern. In: *Televizion* 14, 49-56.
- Schabedoth, Eva (1995): Inhalt oder Form? Überlegungen zur Rezeptionsstruktur der *Lindenstraße*. "What do we really know about...?": Die Nutzung fiktionaler Angebote im Fernsehen. In: Jurga, Martin (Hg.): *Lindenstraße*. Produktion und Rezeption einer Erfolgsserie. Opladen: Westdeutscher Verlag, 153-174.

Tanja Maier

Doktorandin des Kollegs 'Kulturwissenschaftliche Geschlechterstudien'

Carl von Ossietzky Universität Oldenburg

ta.maier@gmx.net

Veröffentlicht am 25.1.2005

© Copyright by GESPRÄCHSFORSCHUNG. Alle Rechte vorbehalten.