

Literatur

- abc7 (2020): „Drag queens share their favorite slang terms. You may have heard all of these terms before, but do you know how the drag queens use them?“. abc7 online. <https://abc7.com/drag-queen-la-pride-50-anniversary-slang-lgbt-terms/6282263/> (03.04.2023).
- Abidin, Crystal (2013): Cyber-bffs: Assessing women's 'perceived interconnectedness' in Singapore's commercial lifestyle blog industry. In: *Global Media Journal Australian*, 7, 1.
- Abidin, Crystal (2015): „Communicative <3 Intimacies: Influencers and Perceived Interconnectedness“. In: *Ada: A Journal of Gender, New Media and Technology*, 8. <https://adanewmedia.org/2015/11/issue8-abidin/>.
- Abidin, Crystal (2016): *Please Subscribe! Influencers, Social Media, and the Commodification of Everyday Life*. Dissertation. University of Western Australia.
- Abidin, Crystal (2018): *Internet Celebrity. Understanding Fame Online*. Bingley: Emerald Publishing Limited.
- Abidin, Crystal/Brown, Megan Lindsay (2018): *Microcelebrity Around the Globe: Approaches to Cultures of Internet Fame*. Bingley: Emerald.
- Abidin, Crystal/Gwynne, Joel (2017): Entrepreneurial Selves, Feminine Corporeality and Lifestyle Blogging in Singapore. In: *Asian Journal of Social Science*, 45, 385–408.
- Abidin, Crystal/Thompson, Eric C. (2012): Buymylife.com: Cyber-femininities and commercial intimacy in blogshops. In: *Women's Studies International Forum* 35, 467–477.
- Ackermann, Judith (2017): Einleitung. Phänomen Let's Play – Entstehung und wissenschaftliche Relevanz eines Remediatierungsphänomens. In: Dies. (Hrsg.): *Phänomen Let's Play-Video. Entstehung, Ästhetik, Aneignung und Faszination aufgezeichneten Computerspielhandelns*. Wiesbaden: Springer. S. 1–15.
- Ahlers, Alice (2017): „Entwicklung: Die Stimmen von Frauen sind viel tiefer geworden“. In: *Berliner Zeitung Online*. <https://www.berliner-zeitung.de/zukunft-technologie/entwicklung-die-stimmen-von-frauen-sind-viel-tiefer-geworden-li.29010> (10.02.2023).
- Altendorfer, Laura-Maria (2019): *Influencer in der digitalen Gesundheitskommunikation. Instagrammer, YouTuber und Co. zwischen Qualität, Ethik und Professionalisierung*. Baden-Baden: Nomos.
- Anarbaeva, Samara (2011): *Youtubing Difference: Performing Identity in Online Do-It Yourself Communities*. Dissertationsschrift. Bowling Green State University.
- Androutsopoulos, Janis/Tereick, Jana (2016): YouTube – Language and Discourse Strategies in Participatory Cultures. In: Georgakopoulou, Alexandra/Spilioti, Tereza (Hrsg.): *The Routledge Handbook of Language and Digital Communication*. New York: Routledge. S. 354–368.

- Androutsopoulos, Jannis/Weidenhöffer, Jessica (2015): Zuschauer-Engagement auf Twitter: Handlungskategorien der rezeptionsbegleitenden Kommunikation am Beispiel von #tatort. In: *Zeitschrift für angewandte Linguistik*, 62, 1, 23–59.
- Apte, Mahadev (1985): *Humor and Laughter: An Anthropological Approach*. Ithaca/London: Cornell University Press.
- Aries, Elizabeth (1987): Gender and Communication. In: Shaver, Philip/Clyde, Hendrick (Hrsg.): *Sex and Gender*. London/Newbury Park: Sage. S. 149–176.
- Auer, Peter (1989): Natürlichkeit und Stil. In: Hinnenkamp, Volker/Selting, Margret (Hrsg.): *Stil und Stilisierung. Arbeiten zur interpretativen Soziolinguistik*. Tübingen: May Niemeyer. S. 27–59.
- Auer, Peter (2013): *Sprachliche Interaktion. Eine Einführung anhand von 22 Klassikern* (2. Aufl.). Berlin: de Gruyter.
- Auer, Peter/Uhmann, Susanne (1982): Aspekte der konversationellen Organisation von Bewertungen. In: *Deutsche Sprache*, 1, 1–32.
- Auster, Carol J./Mansbach, Claire S. (2012): The Gender Marketing of Toys: An Analysis of Color and Type of Toy on the Disney Store Website. In: *Sex Roles* 67, 375–388.
- Ayaß, Ruth (1993): Auf der Suche nach dem verlorenen Zuschauer. In: Holly, Werner/Püschel, Ulrich (Hrsg.): *Medienrezeption als Aneignung. Methoden und Perspektiven qualitativer Medienforschung*. Opladen. S. 27–41.
- Ayaß, Ruth (2008): *Kommunikation und Geschlecht. Eine Einführung*. Stuttgart: Kohlhammer.
- Ayaß, Ruth (2001): Werbespots. In: Holly, Werner/Püschel, Ulrich/Bergmann, Jörg (Hrsg.): *Der sprechende Zuschauer. Wie wir uns Fernsehen kommunikativ aneignen*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. S. 201–225.
- Ayaß, Ruth (2012): Communicative activities during the television reception. General and genre specific structures of recipients' talk. In: Ayaß, Ruth/Gerhardt (Hrsg.): *The Appropriation of Media in Everyday Life*. Amsterdam/Philadelphia: Benjamins. S. 23–46.
- Bachtin, Michail M. (2005): *Die Ästhetik des Wortes*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Baeßler, Berit (2009): *Medienpersonen als parasoziale Beziehungspartner. Ein theoretischer und empirischer Beitrag zur personazentrierter Rezeption*. Baden-Baden: Nomos.
- Balaban, Delia/Mustatea, Maria (2019): Users' Perspective on the Credibility of Social Media Influencers in Romania and Germany. In: *Romanian Journal of Communication and Public Relations*, 21, 1, 31–46.
- Baldauf, Heike (2001): Strukturen und Formen des Fernsehbegleitenden Sprechens. In: Holly, Werner/Püschel, Ulrich/Bergmann, Jörg (Hrsg.): *Der sprechende Zuschauer. Wie wir uns Fernsehen kommunikativ aneignen*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. S. 61–82.
- Bell, Allan (1984): Language Style as Audience Design. In: *Language in Society* 13, 2, 145–204.

- Berg, Martin/Fuchs, Michael/Wirkner, Kerstin et al. (2017): The Speaking Voice in the General Population: Normative Data and Associations to Sociodemographic and Lifestyle Factors. In: *Journal of Voice* 31, 2, 257e13–e24.
- Bergmann, Jörg R. (1981): Ethnomethodologische Konversationsanalyse. In: Schröder, Peter/Steger, Hugo (Hrsg.): *Dialogforschung. Jahrbuch 1980 des Instituts für deutsche Sprache*. Düsseldorf: Schwann. S. 9–51.
- Bergmann, Jörg (1994): Ethnomethodologische Konversationsanalyse. In: Fritz, Gerd/Hundsniß, Franz (Hrsg.): *Handbuch der Dialoganalyse*. Berlin: De Gruyter. S. 3–16.
- Besthorn, Marit/Gerwinski, Jan/Habscheid, Stephan (2018): Methodik I: Erhebung, Aufbereitung, Archivierung, Datenschutz, gesprächslinguistische Auswertung und praxeologische Theoriebildung. In: Gerwinski, Jan/Habscheid, Stephan/Linz, Erika (Hrsg.): *Theater im Gespräch. Sprachliche Publikumspraktiken in der Theaterpause*. Berlin/Boston: de Gruyter. S. 71–104.
- Birkner, Karin/Auer, Peter/Bauer, Angelika/Kotthoff, Helga (2020): *Einführung in die Konversationsanalyse*. Berlin: de Gruyter.
- Biermann, Ralf/Becker, Steven (2017): Faszination Let's Play-Videos: Rezeptionsmotive und -merkmale – Eine explorative quantitative Studie. In: Ackermann, Judith (Hrsg.): *Phänomen Let's Play Video*. Wiesbaden: Springer. S. 161–179.
- Bishop, Sophie (2018): #YouTuberAnxiety: Anxiety as Emotional Labour and Masquerade in Beauty Vlogs. In: Driver, S./Coulter, N. (Hrsg.): *Youth Mediations and Affevctive Relations*. S. 89–105.
- Blasch, Lisa/Pfurtscheller, Daniel/Schröder, Thomas (2018) (Hrsg.): *Schneller, bunter, leichter? Kommunikationsstile im medialen Wandel*. Innsbrucker Beiträge zur Kulturwissenschaft, 88. Innsbruck: University Press.
- Blickle, Gerhard (1999): *Organisationale Interaktion und Kommunikation. Rekonstruktion von fünfzig Jahren empirischer Forschung im Lichte grundlegender Paradigmen* (Forschungsbericht Nr. 17 des Fachbereichs 8: Psychologie, Universität Koblenz-Landau). Landau: Universität.
- Bloom, Kyra (2021): Gender Representation in Children's YouTube: Presence of Gender-Role Stereotypes in Advertisements on Content within Children's YouTube Channels. Thesis, the Temple University Graduate Board.
- Blumer, Herbert (1973): Der methodologische Standort des Symbolischen Interaktionismus. In: Arbeitsgruppe Bielefelder Soziologen (Hrsg.): *Alltagwissen und Interaktion und gesellschaftliche Wirklichkeit 1 – Symbolischer Interaktionismus und Ethnomethodologie*. Hamburg: Rowohlt. S. 80–146.
- Blumler, Jay/Katz, Elihu (Hrsg.) (1974): *The Uses of Mass Communications. Current Perspectives on Gratification Research*. Beverly Hills/London: Sage Publications.

- Böckmann, Barbara/Meer, Dorothee/Mohn, Michelle/Och, Anastasia-Patricia/Paltrinieri, Ilaria/Renelt, Alina/ Ramdorf, Christine/Rettinghausen, Daniel/Staubach, Katharina/Tenz, Martina (2019): Multimodale Produktbewertungen in Videos von Influencerinnen auf YouTube: Zur parainteraktiven Konstruktion von Warenwelten. In: *Zeitschrift für Angewandte Linguistik* 70, 139–171.
- Bodine, Ann (1975): Sex Differentiation in Language. In: Thorne, Barrie/Henley, Nancy (Hrsg.): *Language and Sex. Difference and Dominance*. Rowley, MA: Newbury House. S. 130–151.
- Bohnsack, Ralf (1989): *Generation, Milieu und Geschlecht – Ergebnisse aus Gruppendiskussionen mit Jugendlichen*. Opladen: Leske & Budrich.
- Bohnsack, Ralf (2000): Gruppendiskussion. In: Flick, Uwe/von Kardoff, Ernst/Steinke, Ines (Hrsg.): *Qualitative Forschung. Ein Handbuch*. Reinbek: Rowohlt. S. 369–384.
- Bohnsack, Ralf (2003): *Rekonstruktive Sozialforschung. Einführung in die Methodologie und Praxis qualitativer Forschung* (5. Aufl.). Opladen: UTB/Leske & Budrich.
- Bolter, Jay David/Grusin, Richard (1999): *Remediation: Understanding New Media*. MIT Press.
- Brandao, Anabela/Marxen, Sabine/Rütten, Anne (2019): *Rollenbilder in den Sozialen Medien und ihre Auswirkungen auf die Gleichberechtigung*. Plan International Deutschland e.V.
- Branner, Rebecca (2003): *Scherzkommunikation unter Mädchen. Eine ethnographisch-gesprächsanalytische Untersuchung*. Frankfurt am Main: Peter Lang.
- Brenner, Gerd (2019): Instagram, Facebook, YouTube und Co.: Bremsen für die emanzipatorische Entwicklung der Geschlechterrollen, *deutsche jugend. Zeitschrift für die Jugendarbeit*, 11, 460–462.
- Brinker, Klaus/Sager, Sven F. (2010): *Linguistische Gesprächsanalyse. Eine Einführung* (5. Aufl.). Berlin: Erich Schmidt.
- Brock, Alexander/Schildhauer, Peter (2017): Communication Form: A Concept Revisited. In: Dies. (Hrsg.): *Communication Forms and Communicative Practices. New Perspectives on Communication Forms, Affordances and What Users Make of Them*. Frankfurt am Main et al.: Peter Lang. S. 13–40.
- Brock, Alexander/Schildhauer, Peter (2017) (Hrsg.): *Communication Forms and Communicative Practices. New Perspectives on Communication Forms, Affordances and What Users Make of Them*. Frankfurt am Main et al.: Peter Lang.
- Burger, Harald (1990): *Sprache der Massenmedien*. 2. Aufl. Berlin: de Gruyter.
- Burger, Harald/Luginbühl, Martin (2014): *Mediensprache. Eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien*. 4. Aufl. Berlin: de Gruyter.
- Burgess, Jean/Green, Joshua (2018 [2009]) (Hrsg.): *YouTube: Online video and participatory culture*. Cambridge: Politiy.

- Busse, Kristina (2014): Media Fan Studies: Eine Bestandsaufnahme. In: Cuntz-Leng, Vera (Hrsg.): *Creative Crowds. Perspektiven der Fanforschung im deutschsprachigen Raum*. Marburg: Büchner. S. 17–34.
- Butler, Judith (1990): *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. New York: Routledge.
- BVDW Bundesverband Digitale Wirtschaft (2019): „Digitale Trends. Umfrage zum Umgang mit Influencern“. BVDW Online. <https://www.bvdw.org/themen/publikationen/detail/artikel/digital-trends-umfrage-zum-umgang-mit-influencern/> (11.01.2023).
- Cameron, Deborah (1985): *Feminism and Linguistic Theory*. London: Macmillan.
- Cameron, Deborah (1997): Theoretical Debates in Feminist Linguistics: Questions of Sex and Gender. In: Wodak, Ruth (Hrsg.): *Gender and Discourse*. London. S. 21–37.
- Carranza, I. E. (2004): Discourse markers in the construction of the text, the activity, and the social relations. Evidence from courtroom discourse. In: Marquéz-Reiter, R./Placencia, M. E. (Hrsg.): *Current trends in the pragmatics of Spanish*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamin. S. 203–227.
- Chen, Chih-Ping (2016): Forming digital self and parasocial relationships on YouTube. In: *Journal of Consumer Culture* 16, 1, 232–254.
- Cheong, Huey Fey/Kaur, Surinderpal (2015): Legitimising male grooming through packaging discourse: a linguistic analysis. In: *Social Semiotics* 25, 364–385.
- Christmann, Gabriela B./Günthner, Susanne (1999): Entrüstung: Moral mit Affekt. In: Bergmann, Jörg/Luckmann, Thomas (Hrsg.): *Kommunikative Konstruktion von Moral*. Opladen: Westdeutscher. S. 242–274.
- Cook-Grumperz, Jenny/Grumperz, John (1976): Context in Children's Speech. In: Dies. (Hrsg.): *Papers on Language and Context*. Working Paper No 46. University of Berkeley.
- Cornelißen, Waltraud (1998): *Fernsehgebrauch und Geschlecht. Zur Rolle des Fernsehens im Alltag von Frauen und Männern*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Dang-Ahn, Mark et al. (2017): Medienpraktiken. Studieren – erforschen – reflektieren. Eine Einleitung. In: *Navigationen*, 17, 1, 7–36.
- Dang-Ahn, Mark (2022): Beyond parainteraction: Situatives Involvement und Footing Shifts in mobilen Livevideostreams auf Periscope. In: Luginbühl, Martin/Meer Dorothee (Hrsg.): *Parainteraktion in den Medien. Linguistische Studien zu Formen medialer Pseudo-Interaktion*. Bern: Peter Lang. S. 185–225.
- Deleuze, Gilles (1983): *Das Bewegungs-Bild. Kino 1*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Deppermann, Arnulf (2000): Ethnographische Gesprächsanalyse: Zu Nutzen und Notwendigkeit von Ethnographie für die Konversationsanalyse. In: *Gesprächsforschung* 1, 96–124.
- Deppermann, Arnulf (2008): *Gespräche analysieren. Eine Einführung*. (4. Aufl.) Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

- Deppermann, Arnulf/Schmidt, Axel (2001): ‚Dissen‘: Eine interaktive Praktik zur Verhandlung von Charakter und Status in Peer-Groups männlicher Jugendlicher. In: *OBST* 62, 79–98.
- Deppermann, Arnulf/Schmitt, Reinhold (2007): Koordination. Zur Begründung eines neuen Forschungsgegenstands. In: Schmitt, Reinhold (Hrsg.): *Koordination. Analysen zur multimodalen Interaktion*. Tübingen: Narr. S. 15–54.
- Deppermann, Arnulf/Schmidt, Axel (2016): Partnerorientierung zwischen Realität und Imagination: Anmerkung zu einem zentralen Konzept der Dialogtheorie. In: *ZGL* 44(3): 369–405.
- Deppermann, Arnulf/Feilke, Helmuth/Linke, Angelika (2016): Sprachliche und kommunikative Praktiken: Eine Annäherung aus linguistischer Sicht. In: Dies. (Hrsg.): *Sprachliche und kommunikative Praktiken*. Berlin/Boston: de Gruyter. S. 1–23.
- DGÄPC Deutsche Gesellschaft für Ästhetisch-Plastische Chirurgie (2017): „Geschlechterverteilung in der Ästhetisch-Plastischen Chirurgie“. In: DGÄPC Online. <https://www.dgaepc.de/geschlechterverteilung-in-der-aesthetisch-plastischen-chirurgie/> (10.04.2023).
- Dürscheid, Christa (2005): Medien, Kommunikationsformen, kommunikative Gattungen. In: *Linguistik Online*, 22,1, 1–16.
- Döring, Nicola (2015): Die Youtube-Kultur im Gender-Check. In: *merz. Zeitschrift für Medienpädagogik*, 59, 1, S. 17–24.
- Döring, Nicola (2019): Videoproduktion auf YouTube: Die Bedeutung von Geschlechterbildern. In: Dorer, Johanna/Geiger, Brigitte/Hipfl, Brigitte/Ratković, Viktorijan (Hrsg.): *Handbuch Medien und Geschlecht. Perspektiven und Befunde der feministischen Kommunikations- und Medienforschung*. Berlin: Springer. S. 1–11.
- Döring, Nicola/Mohseni, M. Rohangis (2019): Male dominance and sexism on YouTube: Results of three content analyses. In: *Feminist Media Studies*, 1–13.
- Döring, Nicola/Mohseni, M. Rohangis (2020): Gendered hate speech in YouTube and YouNow comments: Results of two content analyses. In: *Studies in Communication and Media* 9, 1, 62–88.
- Ebel, Alexandra (2022): Sprechausdruck und Ansprechhaltung als Elemente der Parainteraktion. In: Luginbühl, Martin/Meer Dorothee (Hrsg.): *Parainteraktion in den Medien. Linguistische Studien zu Formen medialer Pseudo-Interaktion*. Bern: Peter Lang. S. 163–184.
- Eckert, Penelope/McConnell-Ginet, Sally (2003): *Language and Gender*. Cambridge: University Press.
- Eco, Umberto (2004): *Zwischen Autor und Text. Interpretation und Überinterpretation*. München: dtv (Interpretation and Overinterpretation, 1992).

- Faber, Marlene (2001a): Medienrezeption als Aneignung. In: Holly, Werner/Püschel, Ulrich/Bergmann, Jörg (Hrsg.): *Der sprechende Zuschauer. Wie wir uns Fernsehen kommunikativ aneignen*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. S. 25–40.
- Faber, Marlene (2001b): Krankenhausserien. In: Holly, Werner/ Püschel, Ulrich/ Bergmann, Jörg (Hrsg.): *Der sprechende Zuschauer. Wie wir uns Fernsehen kommunikativ aneignen*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. S. 187–200.
- Ellis, Emma Grey (2019): „Why women are called „influencers” and men „creators””. In: *WIRED*. <https://www.wired.com/story/influencers-creators-gender-divide/> (30.05. 2019).
- Fischer, Lorenz/Wiswede, Günter (2002): *Grundlagen der Sozialpsychologie*. München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag.
- Fishman, Pamela M. (1978): Interaction: The Work Women Do. In: *Social Problems* 25, 4, 397–406.
- Fix, Ulla (2008): *Texte und Textsorten – sprachliche, kommunikative und kulturelle Phänomene*. Berlin: Frank und Timme.
- Fox, J./Tang, W.Y. (2017): Women’s experiences with general and sexual harassment in online video games: rumination, organizational responsiveness, withdrawal, and coping strategies. In: *New Media & Society* 19, 8, 1290–1307.
- Frey Steffen, Therese (2006): *Gender*. Grundwissen Philosophie. Leipzig: Reclam.
- Fricke, Ellen (2009): Deixis, Geste und Raum: Das Bühlersche Zeigefeld als Bühne. In: Schneider, Jan Georg/Buss, Mareike/Liedtke, Frank et al. (Hrsg.): *Theatralität des sprachlichen Handelns. Eine Metaphorik zwischen Linguistik und Kulturwissenschaften*. Paderborn: Wilhelm Fink. S. 165–186.
- Fricke (2012): *Gammatik Multimodal. Wie Wörter und Gesten zusammenwirken*. Berlin: de Gruyter.
- Frobenius, Maximiliane (2011): Beginning a monologue: The opening sequence of video blogs. In: *Journal of Pragmatics* 43, 814–827.
- Garfinkel, Harold (1967): *Studies in ethnomethodology*. New Jersey: Englewood Cliffs.
- Gerwinski, Jan/Linz, Erika (2018): Methodik II: Beobachterparadoxon – die Aufnahmesituation im Gespräch. In: Gerwinski, Jan/Habscheid, Stephan/Linz, Erika (Hrsg.): *Theater im Gespräch. Sprachliche Publikumspraktiken in der Theaterpause*. Berlin/Boston: de Gruyter. S. 105–163.
- Gildemeister, Regine/Wetterer, Angelika (1992): Wie Geschlechter gemacht werden. Die soziale Konstruktion der Zweigeschlechtlichkeit und ihre Reifizierung in der Frauenforschung. In: Knapp, Gudrun-Axeli/Wetterer, Angelika (Hrsg.): *Traditionen. Brüche. Entwicklungen feministischer Theorie*. Forum Frauenforschung 6. Freiburg: Kore Verlag. S. 201–254.
- Glaser Barney/Strauss, Anselm (1967:) *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*. Chicago: Aldine.

- Gleich, Uli (1995) Die Beziehung von Fernsehzuschauern zu Medienpersonen – eine explorative Untersuchung. In: Arbinger, R./Jäger, R. S. (Hrsg.): *Zukunftsperspektiven empirisch-pädagogischer Forschung*. Landau: Verlag Empirische Pädagogik. S. 363–381.
- Gleich, Uli (1996): Sind Fernsehpersonen die „Freunde“ des Zuschauers? Ein Vergleich zwischen parasozialen und realen Beziehungen. In: Vorderer, Peter (Hrsg.): *Fernsehen als Beziehungskiste. Parasoziale Beziehungen und Interaktionen mit TV-Personen*. Opladen: Westdeutscher Verlag. S. 113–144.
- Gleich, Uli (1997): *Parasoziale Interaktionen und Beziehungen von Fernsehzuschauern mit Personen auf dem Bildschirm: Ein theoretischer und empirischer Beitrag zum Konzept des aktiven Rezipienten*. Landau: VEP.
- Götz, Maya (2019): „Man braucht ein perfektes Bild“. Die Selbstinszenierung von Mädchen auf Instagram. In: *Television Digital* 2019, 1, 9–20.
- Götz, Maya/Prommer, Elizabeth (2020): *Geschlechterstereotype und Soziale Medien. Expertise für den Dritten Gleichstellungsbericht der Bundesregierung*. Aufrufbar unter: <https://www.dritter-gleichstellungsbericht.de/de/article/257.geschlechterstereotypen-und-soziale-medien.html>.
- Götz, Maya/Becker, Josephine (2019): Das „zufällig“ überkreuzte Bein. Selbstinszenierungsmuster von Influencerinnen auf Instagram. In: *TelevIZion digital* 1, 21–32.
- Goffman, Erving (1979): *Gender Advertisements*. London: Red Globe Press.
- Goffman, Erving (1981): *Forms of Talk*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Goodwin, Charles/Goodwin, Marjorie Harness Goodwin (1987): Concurrent Operations on Talk. Notes on the Interactive Organization of Assessments. In: *IPRA Papers in Pragmatics* 1, 1, 1–54.
- Goodwin, Charles/Goodwin, Marjorie Harness (1996): Seeing as situated activity: Formulating planes. In: Engeström, Yrjo/Middleton, David (Hrsg.): *Cognition and communication at work*. Cambridge: University Press. S. 61–95.
- Gottburgsen, Anja (2000). *Stereotype Muster des sprachlichen doing gender. Eine empirische Untersuchung*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Günthner, Susanne (1996): Zwischen Scherz und Schmerz – Frotzelaktivitäten in Alltagsinteraktionen. In: Kotthoff, Helga (Hrsg.): *Scherzkommunikation. Beiträge aus der empirischen Gesprächsforschung*. Wiesbaden: Springer. S. 81–108.
- Günthner, Susanne (2000): *Vorwurfsaktivitäten in der Alltagsinteraktion. Grammatische, prosodische, rhetorisch-stilistische und interaktive Verfahren bei der Konstitution kommunikativer Muster und Gattungen*. Tübingen: Max Niemeyer.
- Günthner, Susanne (2013): Sprache und Kultur. In: Auer, Peter (Hrsg.): *Sprachwissenschaft. Grammatik – Interaktion – Kognition*. Stuttgart: J.B. Metzler. S. 347–376.
- Günthner, Susanne (2014): Die interaktive Gestaltung von SMS-Mitteilungen – Aspekte der interaktionalen Matrix chinesischer und deutscher SMS-Dialoge. In *Networx* 64, 129–148.

- Günthner, Susanne (2016): Kulturwissenschaftliche Orientierung in der Gesprächsforschung. In: Jäger, Ludwig/Holly, Werner/Krapp, Peter et al. (Hrsg.): *Sprache – Kultur – Kommunikation. Ein internationales Handbuch zu Linguistik als Kulturwissenschaft*. S. 809–817.
- Günthner, Susanne/Kotthoff, Helga (1991) (Hrsg.): *Von fremden Stimmen. Weibliches und männliches Sprechen im Kulturvergleich*. Frankfurt: Suhrkamp.
- Günthner, Susanne/Hüpper, Dagmar/Spieß, Constanze (2012): *Genderlinguistik. Sprachliche Konstruktionen von Geschlechtsidentität*. Berlin: de Gruyter.
- Habscheid, Stephan (2000): „Medium“ in der Pragmatik. Eine kritische Bestandsaufnahme. In: *Deutsche Sprache* 28,1, 126–143.
- Habscheid, Stephan (2001): Ratgebersendungen: Gesundheitsmagazine. In: Holly, Werner/Püschel, Ulrich/Bergmann, Jörg (Hrsg.): *Der sprechende Zuschauer. Wie wir uns Fernsehen kommunikativ aneignen*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. S. 173–186.
- Habscheid, Stephan/Fix, Ulla (2003) (Hrsg.): *Gruppenstile. Zur sprachlichen Inszenierung sozialer Zugehörigkeit*. Berlin: Peter Lang.
- Habscheid, Stephan (2005): Das Internet – ein Massenmedium? In: Websprache: Siever, Thorsten/Schlobinski, Peter/Runkehl, Jens (Hrsg.): *Websprache.net. Sprache und Kommunikation im Internet*. Berlin: de Gruyter. S. 46–66.
- Habscheid, Stephan (2016): Handeln in Praxis. Hinter- und Untergründe situierter sprachlicher Bedeutungskonstitution. In: Deppermann, Arnulf/Feilke, Helmuth/Linke, Angelika (Hrsg.): *Sprachliche und kommunikative Praktiken*. Berlin/Boston: de Gruyter. S. 127–151.
- Habscheid, Stephan (2020): Alexander Brock & Peter Schildhauer (Hg.). 2017. Communication Forms and Communicative Practices. New Perspectives on Communication Forms, Affordances and What Users Make of Them (Language and Text Studies 15). Frankfurt a. M.: Peter Lang. 210 S. In: *Zeitschrift für Rezensionen zur germanistischen Sprachwissenschaft*, 12, 1–2, 150–155.
- Hale, Thomas (2013): *From Jackasses to Superstars: A Case for the Study of „Let’s Play“*. University of Roehampton. Aufrufbar unter: https://www.academia.edu/5260639/From_Jackasses_to_Supestars_A_Case_for_the_Study_of_Let_s_Play_September_2013_.
- Hale, Thomas/Hartmann, Anna Lena/Schlemermeyer, Daniel (2017): Formen von Let’s Plays und vergleichbare Formate. In: Ackerman, Judith (Hrsg.): *Phänomen Let’s Play Video. Entstehung, Ästhetik, Aneignung und Faszination aufgezeichneten Computerspielhandelns*. Wiesbaden: Springer. S. 257–263.
- Hausendorf, Heiko (2000): *Zugehörigkeit durch Sprache. Eine linguistische Studie am Beispiel der deutschen Wiedervereinigung*. Tübingen: Niemeyer.
- Hausendorf, Heiko/Mondada, Lorenza/Schmitt, Reinhold (2012): Raum als interaktive Ressource: Eine Explikation. In: Dies. (Hrsg.): *Raum als interaktive Ressource*. Tübingen: Narr. S. 7–36.

- Hausendorf, Heiko/Kesselheim, Wolfgang/Kato, Hiloko et al. (2017): *Textkommunikation. Ein textlinguistischer Neuansatz zur Theorie und Empirie der Kommunikation mit und durch Schrift*. Berlin: de Gruyter.
- Hausendorf, Heiko/Schmitt, Reinhold (2018): Sprachliche Interaktion im Raum. In: Depermann, Arnulf/Reineke, Silke (Hrsg.): *Sprache im kommunikativen, interaktiven und kulturellen Kontext*. Berlin/Boston: de Gruyter. S. 87–118.
- Hausendorf, Heiko/Schmitt, Reinhold/Kesselheim, Wolfgang (2016): *Interaktionsarchitektur, Sozialtopographie und Interaktionsraum*. Tübingen: Narr.
- Hauser, Stefan/Luginbühl Martin (2015): Hybridisierung und Ausdifferenzierung – Einführende begriffliche und theoretische Anmerkungen. In: Dies. (Hrsg.): *Hybridisierung und Ausdifferenzierung. Kontrastive Perspektiven linguistischer Medienanalyse*. Bern: Peter Lang Verlag. S. 7–30.
- Hartmann, Tilo (2016): Mass Communication and Para-Social Interaction: Observations on Intimacy at a Distance. Von Donald Horton und R. Richard Wohl (1956). In: Pott-hoff, Matthias (Hrsg.): *Schlüsselwerke der Medienwirkungsforschung*. Wiesbaden: Springer. S. 75–84.
- Hartmann, Tilo (2017): *Parasoziale Interaktion und Beziehungen*. Baden-Baden: Nomos.
- Hartmann, Tilo/Goldhoorn (2011): Horton and Wohl Revisited: Exploring Viewers' Experience of Parasocial Interaction. In: *Journal of Communication*, 61, 1104–1121.
- Hartmann, T./Klimmt, C. (2005): Ursachen und Effekte Parasozialer Interaktionen im Rezeptionsprozess. Eine Fragebogenstudie auf der Basis des PSI-Zwei-Ebenen-Modells. In: *Journal of Media Psychology* 17, 3, 88–98.
- Hartmann, Tilo/Schramm, Holger/Klimmt, Christoph (2004a): Personenorientierte Medienrezeption: Ein Zwei-Ebenen-Modell parasozialer Interaktion. In: *Publizistik* 49, 1, 25–47.
- Hartmann, Tilo/Schramm, Holger/Klimmt, Christoph. (2004b): *Vorbereitende Überlegungen zur theoretischen Modellierung parasozialer Interaktionen im Prozess der Medienrezeption*. In: hMtMh Online. Aufrufbar unter: <https://www.hmtm-hannover.de/fileadmin/www.ijk/pdf/Forschung/PSI.pdf>.
- Heinze, Thomas/Thiemann, Friedrich (1982): Kommunikative Validierung und das Problem der Geltungsbegründung. In: *Zeitschrift für Pädagogik* 28, 635–642.
- Hepp, Andreas (1998): *Fernsehaneignung und Alltagsgespräche. Fernsehnutzung aus der Perspektive der Cultural Studies*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Hinnenkamp, Volker/Selting, Margret (1989): *Stil und Stilisierung. Arbeiten zur interpretativen Soziolinguistik*. Tübingen: Niemeyer.
- Hippel, Klemens (1992): Parasoziale Interaktion. Bericht und Bibliographie. In: *montage av* 1,1. 135–150.
- Hippel, Klemens (1993): Parasoziale Interaktion als Spiel. Bemerkungen zu einer interaktionistischen Fernsehtheorie. In: *montage-av* 2, 2, 127–145.

- Hippel, Klemens (1996): Personae. Zu einer texttheoretischen Interpretation eines vernachlässigten Konzepts. In: Vorderer, Peter (Hrsg.): *Fernsehen als „Beziehungskiste“. Parasoziale Beziehungen und Interaktionen mit TV-Personen*. Opladen: Westdeutscher Verlag. S. 55–66.
- Hirschauer, Stefan (1989): Die interaktive Konstruktion von Geschlechtszugehörigkeit. In: *Zeitschrift für Soziologie* 18, 2, 100–118.
- Hirschauer, Stefan (1994): Die soziale Fortpflanzung der Zweigeschlechtlichkeit. In: *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 46, 4, 668–692.
- Hoffarth, Britta/Richter, Susanne/Wehren, Sylvia (2021): Digital Masculinities. YouTube, Ästhetik und männliche Körper. In: Apelt, Friederike/Grabow, Jödis/Suhrcke, Lisbeth (Hrsg.): *Buzzword Digitalisierung. Relevanz von Geschlecht und Vielfalt in digitalen Gesellschaften*. Opladen/Berlin/Toronto: Barbara Budrich. S. 109–132.
- Holly, Werner (1993): Fernsehen in der Gruppe – gruppenbezogene Sprachhandlungsmuster von Fernsehrezipienten. In: Holly, Werner/Püschel, Ulrich (Hrsg.): *Medienrezeption als Aneignung. Methoden und Perspektiven qualitativer Medienforschung*. Opladen: Westdeutscher Verlag. S. 137–150.
- Holly, Werner (1995): „Wie meine Tante Hulda, echt.“ Textoffenheit in der „Lindenstraße“ als Produkt- und Rezeptionsphänomen. In: *Jurga* (1995), 117–135.
- Holly, Werner (1996): Hier spricht der Zuschauer. Ein neuer methodischer Ansatz in der sprachwissenschaftlichen Erforschung politischer Fernsehkommunikation. In: Klein, Josef/Diekmannshenke, Hajo (Hrsg.): *Sprachstrategien und Dialogblockaden*. Berlin: de Gruyter. S. 101–121.
- Holly, Werner (2001): Der sprechende Zuschauer. In: Holly, Werner/Püschel, Ulrich/Bergmann, Jörg (Hrsg.): *Der sprechende Zuschauer. Wie wir uns Fernsehen kommunikativ aneignen*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. S. 11–24.
- Holly, Werner (2002): Fernsehkommunikation und Anschlusskommunikation. Fernsehbegleitendes Sprechen über Talkshows. In: Tenscher, Jens/Schicha, Christian (Hrsg.): *Talk auf allen Kanälen. Angebote, Akteure und Nutzer von Fernsehgesprächssednugen*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. S. 353–370.
- Holly, Werner (2005): Audiovisualität und Politikvermittlung in der Demokratie. In: Kilian, Jörg (Hrsg.): *Sprache und Politik. Deutsch im demokratischen Staat*. Duden Thema Deutsch, Band 6. Mannheim/Wiesbaden: Bibliographisches Institut. S. 278–293.
- Holly, Werner/Baldauf, Heike (2001): Grundlagen des fernsehbegleitenden Sprechens. In: Holly, Werner/Püschel, Ulrich/Bergmann, Jörg (Hrsg.): *Der sprechende Zuschauer. Wie wir uns Fernsehen kommunikativ aneignen*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. S. 41–60.
- Holly, Werner/Püschel, Ulrich/Bergmann, Jörg (2001) (Hrsg.): *Der sprechende Zuschauer. Wie wir uns Fernsehen kommunikativ aneignen*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Horst, Dorothea/Ladewig, Silva H. (2022): Verkörperte Medienerfahrung als Grundlage eines multimodal vermittelten Körpergefühls am Beispiel eines Yoga-Tutorials. In:

- Luginbühl, Martin/Meer Dorothee (Hrsg.): *Parainteraktion in den Medien. Linguistische Studien zu Formen medialer Pseudo-Interaktion*. Bern: Peter Lang. S. 129–162.
- Horton, Donald/Strauss, Anselm (1957): Interaction in Audience-Participation Shows. In: *The American Journal of Sociology* 62, 6, 579–587.
- Horton, Donald/Wohl, R. Richard (1956): „Mass Communication and Para/Social Interaction. Observations on Intimacy at a Distance“, in: *Psychiatry* 19, 215–229.
- Hrncal, Christine (2018): Bewertungsinteraktionen. In: Gerwinski, Jan/Habscheid, Stephan/Linz, Erika (Hrsg.): *Theater im Gespräch. Sprachliche Publikumspraktiken in der Theaterpause*. Berlin/Boston: de Gruyter. S. 235–300.
- Huynh, Ilham (2020): *Doing Emotions. Zur multimodalen Herstellung von Emotionalität in deutschen und türkischen Alltagserzählungen*. Göttingen: Verlag für Gesprächsforschung.
- Hymes, Dell (1974): Ways of speaking. In: Baumann, R./Sherzer, J. (Hrsg.): *Explorations in the Ethnography of Speaking*. New York/London: Cambridge University Press.
- Imo, Wolfgang (2013): *Sprache in Interaktion. Analysemethoden und Untersuchungsfelder*. Berlin: de Gruyter.
- Imo, Wolfgang (2016): Dialogizität – eine Einführung. In: *ZGL* 44, 3, 337–356.
- Jäger, Ludwig (2015): Medialität. In: Felder, Ekkehard/Gardt, Andreas (Hrsg.): *Sprache und Wissen* (HSW 1). Berlin/Boston: de Gruyter. S. 107–122.
- Janich, Nina (1999): *Werbesprache. Ein Arbeitsbuch*. Tübingen: Narr Verlag.
- Jenkins, Henry (1992): *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*. New York: Routledge.
- Jenkins, Henry (2006): *Fans, Bloggers and Gamers. Exploring Participatory Culture*. New York: New York UP.
- Johnen, Marius/Stark, Birgit (2015): Wenn der Fernseher nicht mehr ausreicht: Eine empirische Analyse der Second Screen-Nutzung. In: *Studies in Communication and Media* 4, 4, 365–406.
- Jonas, Klaus/Schmid Mast, Marianne (2007): Stereotyp und Vorurteil. In: Straub, Jürgen/Weidemann, Arne/Weidemann, Doris (Hrsg.): *Handbuch interkulturelle Kommunikation und Kompetenz. Grundbegriffe – Theorien – Anwendungsfelder*. Stuttgart/Weimar: J.B. Metzler. S. 69–76.
- Karjo, Clara Herlina/Wijaya, Stephani (2020): The Language Features of Male and Female Beauty Influencers in YouTube Videos. In: *English Review: Journal of English Education* 8, 2, 203–210.
- Keller, Rudi (2008): Bewerten. In: Heringer, Hans Jürgen (Hrsg.): *Texte bewerten. Sprache und Literatur* 39, 102, 2–15.
- Kelly-Holmes, Helen (2016): Digital Advertising. In: Georgakopoulou, Alexandra/Spilioti, Tereza (Hrsg.): *The Routledge Handbook of Language and Digital Communication*. Abingdon Oxon: Routledge. S. 212–225.

- Kessler, Suzanne J./McKenna, Wendy (1978): *Gender: An ethnomethodological approach*. Chicago: University of Chicago Press.
- Kindt, Walther (2015): Werbung, Verkaufsgespräch, Reklamation. In: Hundt, Markus/Biadala, Dorota (Hrsg.): *Handbuch Sprache in der Wirtschaft*. Berlin: de Gruyter. S. 408–433.
- Klemm, Michael (2000): *Zuschauerkommunikation. Formen und Funktionen der alltäglichen kommunikativen Fernsehaneignung*. Frankfurt am Main: Lang.
- Klemm, Michael (2001a): Sprachhandlungsmuster. In: Holly, Werner/Püschel, Ulrich/Bergmann, Jörg (Hrsg.): *Der sprechende Zuschauer. Wie wir uns Fernsehen kommunikativ aneignen*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. S. 83–114.
- Klemm, Michael (2001b): Nachrichten. In: Holly, Werner/Püschel, Ulrich/Bergmann, Jörg (Hrsg.): *Der sprechende Zuschauer. Wie wir uns Fernsehen kommunikativ aneignen*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. S. 153–172.
- Klemm, Michael (2012): Doing being a fan im Web 2.0. Selbstdarstellung, soziale Stile und Aneignungspraktiken in Fanforen. In: *Zeitschrift für angewandte Linguistik*, S. 3–32.
- Kotthoff, Helga (1996) (Hrsg.): *Scherzkommunikation. Beiträge aus der empirischen Gesprächsforschung*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Kotthoff, Helga/Nübling, Damaris (2018): *Genderlinguistik: Eine Einführung in Sprache, Gespräch und Geschlecht*. Tübingen: Narr.
- Kreissl, Julian/Possler, Daniel/Klimmt, Christoph (2021): Engagement With the Gurus of Gaming Culture: Parasocial Relationships to Let's Players. In: *Games and Culture* 16, 8, 1021–1043.
- Krippendorff, Klaus (1980): *Content Analysis. An introduction to its methodology*. Beverly Hills: Sage.
- Krotz, Friedrich (1996): Parasoziale Interaktion und Identität im elektronisch mediatisierten Kommunikationsraum. In: Vorderer, Peter (Hrsg.): *Fernsehen als „Beziehungskiste“. Parasoziale Beziehungen und Interaktionen mit TV-Personen*. Opladen: Westdeutscher Verlag. S. 73–90.
- Kuckartz, Udo (2018): *Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung*. Weinheim: Beltz.
- Kuckartz, Udo et al. (2008): *Qualitative Evaluation: der Einstieg in die Praxis*. Hamburg: VS-Verlag.
- Kühn, Peter (1995): *Mehrfachadressierung. Untersuchungen zur adressatenspezifischen Polyvalenz sprachlichen Handelns*. Tübingen: Niemeyer.
- Kurtin, Kate Szer/O'Brien, Nina/Roy, Deya, et al. (2018): The Development of Parasocial Relationships on YouTube. In: *The Journal of Social Media in Society* 7, 1, 233–252.
- Lasch, Alexander (2019): *Das Spiel als Gegner (Mensch & Maschine. Let's Plays als Gegenstand der Forschung)*. #LNDWDD Dresden (14.06.2019). Aufrufbar unter: <https://www.gls->

dresden.de/2019/06/14/das-spiel-als-gegnermensch-maschine-lets-plays-als-gegenstand-derforschung-Indwdd19/.

Lakoff, Robin T. (1973): Language and woman's place. In: *Language in Society* 2, 1, 45–79.

Lakoff, Robin T. (1975): *Language and women's place*. New York: Harper and Row.

Lechner, Elisabeth (2021): *Riot, Don't Diet! Aufstand der widerspenstigen Körper*. Wien: Kremayr & Scheriau.

Linell, Per (2003): *What is dialogism? Aspects and elements of a dialogical approach to language, communication and cognition*. Lecture first presented at Växjö University, October 2000. Linköping: Universitätt. Aufrufbar unter: <https://cspeech.ucd.ie/Fred/docs/Linell.pdf>.

Linke, Angelika/Nussbaumer, Markus/Portmann, Paul R. Portmann (2004): *Studienbuch Linguistik* (5. Aufl). Tübingen: Max Niemeyer.

Linke, Christina/Wegener, Claudia/Prommer, Elizabeth et al. (2018). Zur Sichtbarkeit von Gender in YouTube. Im Auftrag der Film- und Medienstiftung NRW und der MaLisa Stiftung. In: *Weibliche Selbstinszenierung in den neuen Medien*. Aufrufbar unter: <https://malisastiftung.org/wp-content/uploads/Selbstinszenierung-in-den-neuen-Medien.pdf>.

List, Johann-Marris (2018): „Huhu, Digga! Geschlechtsunterschiede in der Sprache“. In: *Von Wörtern und Bäumen*. <https://wub.hypotheses.org/269>.

Lupton, Deborah (2016): *The Quantified Self. A Sociology of Self-Tracking*. Cambridge: Polity.

Luginbühl, Martin/Meer, Dorothee (2022): Parainteraktion in den Medien – Zur Einführung. In: Luginbühl, Martin/Meer Dorothee (Hrsg.): *Parainteraktion in den Medien. Linguistische Studien zu Formen medialer Pseudo-Interaktion*. Bern: Peter Lang. S. 7–20.

Maihofer, Andrea (2006): Von der Frauen- zur Geschlechterforschung: Ein bedeutsamer Perspektivenwechsel nebst aktuellen Herausforderungen an die Geschlechterforschung. In: Aulenbacher, Brigitte (Hrsg.): *FrauenMännerGeschlechterforschung: State of the art*, Münster: Westfälisches Dampfboot. S. 64–77.

MaLisa Stiftung (2019): *Weibliche Selbstinszenierung in den neuen Medien. Ergebnisse einer Studienreihe präsentiert von der MaLisa Stiftung*. Aufrufbar unter: <https://malisastiftung.org/wp-content/uploads/Selbstinszenierung-in-den-neuen-Medien.pdf> (07.02. 2023).

Mangold, Werner (1960): *Gegenstand und Methode des Gruppendiskussionsverfahrens*. Frankfurt a. M.: Europäische Verlagsanstalt.

Marshall, P. David (2014): „Persona studies: Mapping the proliferation of the public self“. In: *Journalism* 15, 2, 152–170.

Marx, Konstanze/ Weidacher, Georg (2014): *Internetlinguistik. Ein Lehr- und Arbeitsbuch*. Tübingen: Narr

Marx, Konstanze/Schmidt, Axel (2019): Making Lets's Plays watchable: Praktiken des stellvertretenden Erlebbarmachens von Interaktivität in vorgeführten Videospielen. In:

- Dies. (Hrsg.): *Interaktion und Medien. Interaktionsanalytische Zugänge zu medienvermittelter Kommunikation*. Heidelberg: Winter. S. 319–351.
- Mascaro, J. S./Rentscher, K. E./Hackett, P. D./Mehl, M. R./Rilling, J. K. (2017): Child gender influences paternal behavior, language, and brain function. In: *Behavioral Neuroscience* 131, 3, 262–273.
- Mayring, Philipp (2002): Einführung in die qualitative Sozialforschung. Eine Anleitung zum qualitativen Denken. Weinheim und Basel: Beltz.
- Mayring, Philipp (2010): Qualitative Inhaltsanalyse. In: Mey, Günter/Mruck, Katja (Hrsg.) (2010): *Handbuch Qualitative Forschung in der Psychologie*. VS: Wiesbaden. S. 601–613.
- Mayring, Philipp (2015 [2010]): *Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken* (12. Aufl.). Weinheim: Beltz.
- McRobbie, Angela (2000 [1991]): *Feminism and Youth Culture: From Jackie to Just 17*. London: Macmillan.
- Meer, Dorothee (2003): „wie die da grade stand“ oder: Normalisierung und Positionierung in und im Anschluss an Talkshows: Zur Funktion medialer Formen der Subjektivierung und Identitätsbildung. In: Winter, Casten/Thomas, Tanja/Hepp, Andreas (Hrsg.): *Medienidentitäten. Identität im Kontext von Globalisierung und Medienkultur*. Köln: Herbert von Halem. S. 244–263.
- Meer, Dorothee (2010): „The Return of Men“ – Aktuelle Genderstereotypen in der Kosmetikwerbung. In: *Zeitschrift für angewandte Linguistik*, 59–101.
- Meer, Dorothee (2018a): Dagi Bee und die Bewerbung von Jugendlichen: aktuelle Entwicklungen im Bereich der Hypermedien am Beispiel der Textsorte ‚Tutorial‘. In: Michel, Sascha/Pappert, Steffen (Hrsg.): *Multimodale Kommunikation im öffentlichen Räumen. Kommunikationsformen und Textsorten zwischen Tradition und Innovation*. Stuttgart: ibidem.
- Meer, Dorothee (2018b): „Liebe dagi bee du bist wunder wunder hübsch ❤️❤️😄😄😄😄“ – Osmotische Werbung und jugendliche Identitätsarbeit im Rahmen von Kommentarlisten auf YouTube. In: Neuland, Eva/Könning, Benjamin/Wessels, Elisa (Hrsg.): *Jugendliche im Gespräch: Forschungskonzepte, Methoden und Anwendungsfelder aus der Werkstatt der empirischen Sprachforschung*. Berlin et al.: Peter Lang. S. 299–328.
- Meer, Dorothee (2021): Hybridisierung und Ausdifferenzierung durch die Hypermedien – Osmotische Werbung und Medienwandel am Beispiel alter und neuer Textsorten. In: Tienken, Susanne/Hauser, Stefan/Lenk, Hartmut E. H./Luginbühl, Martin (Hrsg.): *Methoden kontrastiver Medienlinguistik*. Bern et al.: Peter Lang. S. 241–257.
- Meer, Dorothee/Och, Anastasia (2021): Von Bravo zu Instagram. Sprache-Bild-Texte und (osmotische) Werbung in Jugendzeitschriften und sozialen Netzwerken untersuchen. In: *Deutsch. Unterrichtspraxis für die Klassen 5 bis 10*, 16–19.
- Meer, Dorothee/Och, Anastasia-Patricia (2022): Formen des Fanverhaltens zwischen Beauty und Politik – Zur graduellen Einordnung von Fanpraktiken auf YouTube und

- Twitter. In: Hauser, Stefan/Meier-Vieracker, Simon (Hrsg.): *Fankulturen und Fankommunikation*. Berlin: Peter Lang Verlag. S. 79–106.
- Meer, Dorothee/Pick, Ina (2019): *Einführung in die Angewandte Sprachwissenschaft*. Stuttgart: J.B. Metzler.
- Meer, Dorothee/Staubach, Katharina (2021): Osmotic Advertising for Teenagers: The Multimodal Constitution of Authenticity. In: Thurlow, Crispin/Dürscheid, Christa/Diémóz, Federica (Hrsg.): *Visualizing Digital Discourse: International, institutional und ideological perspectives*. S. 245–270.
- Meiler, Matthias (2017): Media Linguistics and Media Studies – Communication Forms and Their Infrastructures. In: Brock, Alexander/Schildhauer, Peter (Hrsg.): *Communication Forms and Communicative Practices. New Perspectives on Communication Forms, Affordances and What Users Make of Them*. Frankfurt am Main et al.: Peter Lang. S. 45–66.
- Melcher, Angelika/Deters, Jannik (2023): „Defluencing. Warum sich immer mehr Influencer von ihren Sponsoren lossagen“. In: *WirtschaftsWoche Online*. <https://www.wiwo.de/unternehmen/handel/deinfluencing-warum-sich-immer-mehr-influencer-von-ihren-sponsoren-lossagen/29019562.html> (10.03.2023).
- Merton, Robert/Fiske, Marjorie/Kendall, Patricia (1956): *The focused interview. A manual of problems and procedures*. Glencoe, IL: Free Press.
- Mikos, Lothar (1996): Parasoziale Interaktion und indirekte Adressierung. In: Vorderer, Peter (Hrsg.): *Fernsehen als „Beziehungskiste“. Parasoziale Beziehungen und Interaktionen mit TV-Personen*. Opladen: Westdeutscher Verlag. S. 97–106.
- Mondada, Lorenza (2018): Multiple temporalities of language and body in interaction: Challenges for transcribing multimodality. In: *Research on Language and Social Interaction* 51, 1, 85–106.
- Mortensen, Torill Elvira (2018): Anger, fear and games. The long event of #Gamergate. In: *Games and Culture* 13, 8, 787–806.
- Motschenbacher, Heiko (2006): *„Women and men like different things“? – Doing Gender als Strategie der Werbesprache*. Marburg: Tectum.
- Mpfs Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2018): *JIM-Studie. Jugend, Information, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger*. Aufrufbar unter: https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2018/Studie/JIM2018_Gesamt.pdf.
- Mpfs Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2022): *JIM-Studie. Jugend, Information, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger*. Aufrufbar unter: https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2022/JIM_2022_Web_final.pdf.
- Mrs. Bella (2018): *Contour & Confidence. More than just Make Up*. Frankfurt am Main: Fischer.

- Mulvey, Laura (1975): Visuelle Lust und narratives Kino. In: Albersmeier, Franz-Josef (Hrsg.): *Texte zur Theorie des Films*. Ditzingen: Reclam. S. 389–408.
- Nardini, Gloria (2000): When Husbands Die: Joke-Telling in an Italian Ladies' Club in Chicago. In: *Pragmatics* 10, 1, 87–97.
- Neff, Gina/Nafus, Dawn (2016): *Self-Tracking*. Cambridge: MIT Press.
- Niu, Shuo/Manon, Hugh S./Bartolome, Ava et al. (2022): Close-up and Whispering: An Understanding of Multimodal and Parasocial Interactions in YouTube ASMR Videos. In: *CHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (CHI `22). Aufrufbar unter: <https://doi.org/10.1145/3491102.3517563>.
- Nguyen, Josef (2016): Performing as video game players in Let's Plays. In: *Transformative Works and Cultures*, 22. Aufrufbar unter: <https://doi.org/10.3983/twc.2016.0698>.
- Nymoen, Ole/Schmitt, Wolfgang M. (2021), *Influencer. Die Ideologie der Werbekörper*. Berlin: Suhrkamp
- Och, Anastasia-Patricia (2018): „die sind nämlich AUCH neu- und: die wollte ich auch natürlich AUCH zeigen;“ – Formen parainteraktiver Ansprache im Rahmen von Hauls. Eine semiotische und textlinguistische Analyse. Schriftliche Arbeit für die Masterprüfung an der Ruhr-Universität Bochum. Unveröffentlichtes Manuskript.
- Och, Anastasia-Patricia (2021a): ich muss jetzt ein bisschen hier zu euch RUNter kommen; - Parainteraktive Ansprache Jugendlicher in Stylingvideos auf YouTube: Medienlinguistische und fachdidaktische Potenziale. In: Staubach, Katharina (Hrsg.): *Multimodale Kommunikation in den Hypermedien – Herausforderungen für die Deutschdidaktik*. Baltmannsweiler: Schneider Verlag Hohengehren. S. 225–248.
- Och, Anastasia-Patricia (2021b): (Dis-)entangling YouTube Practices: On Broadcasting, Watching and Researching Online Video Content. In: Götz, Magdalena/ Hind, Sam/Lämmerhirt, Danny et al. (Hrsg.): *In the Spirit of Additon: Taking a ,Practice + ' Approach to Studying Media*. CRC Media of Cooperation Working Paper Series 18, 9–14.
- Och, Anastasia-Patricia/Habscheid, Stephan (2022): Kann Influencing Beratung sein? Zur Pragmatizität von Beauty-Kommunikation auf YouTube – am Beispiel von „First Impressions“. In: Hennig, Mathilde/Niemann, Robert (Hrsg.): *Ratgeben in der spätmodernen Gesellschaft*. Tübingen: Stauffenburg. S. 69–96.
- Ochs, Elinor (1992): Indexing Gender. In: Duranti, Alessandro/Goodwin, Charles (Hrsg.): *Rethinking Context. Language as an Interactive Phenomenon*. Cambridge: University Press. S. 301–340.
- Orme, Stephanie (2018): *Growing up gamers: female leisure in digital games culture*. State College: The Pennsylvania State University.
- Orme, Stephanie (2021): „Just watching”: A qualitative analysis of non-players' motivations for video game spectatorship. In: *New Media & Society*, 1–8.

- Pick, Ina (2015): *Das anwaltliche Mandantengespräch. Linguistische Ergebnisse zum sprachlichen Handeln von Anwalt und Mandant*. Frankfurt a.M.: Peter Lang.
- Pomerantz, Anita (1984): Agreeing and disagreeing with assessments: some features of preferred/dispreferred turn shapes. In: Atkinson, J. Maxwell/Heritage, John (Hrsg.): *Structures of Social Action. Studies in Conversation Analysis*. Cambridge: University Press. S. 57–101.
- Prommer, Elisabeth/Wegener, Claudia/Linke, Christine (2019): „Selbstermächtigung oder Normierung? Weibliche Selbstinszenierung auf YouTube“. In: *Television*, 32, 1, 11–15
- Przyborski, Aglaja/Riegler, Julia (2010): Gruppendiskussion und Fokusgruppe. In: Mey, Günter/Mruck, Katja (Hrsg.): *Handbuch Qualitative Forschung in der Psychologie*. VS: Wiesbaden. S. 436–448.
- Püschel, Ulrich (1993): „du mußt gucken nicht so viel reden“ – Verbale Aktivitäten bei der Fernsehrezeption. In: Holly, Werner/Püschel, Ulrich (Hrsg.): *Medienrezeption als Aneignung. Methoden und Perspektiven qualitativer Medienforschung*. Opladen: Westdeutscher Verlag. S. 115–135.
- Purdy, Moriah L (2014): The Case of the „Grace Face“: Gestures Toward a Theory of Embodied Genre. University of Pittsburgh. Prezi Online. <https://prezi.com/v7nikiqvtvdb/the-case-of-the-grace-face-gestures-toward-a-theory-of-embodied-genre/>.
- Purnamaningsih, Purnamaningsih/Rizkalla, Nosica. (2020): The Role of Parasocial Interaction on Consumers’ Intention to Purchase Beauty Products. In: *Revista CEA* 6, 12, 13–27.
- Rasmussen, Leslie (2018): Parasocial Interaction in the Digital Age: An Examination of Relationship Building and the Effectiveness of YouTube Celebrities. In: *The Journal of Social Media in Society* 7, 1, 280–294.
- Rat für kulturelle Bildung e.V. (2019): *Jugend / Youtube / Kulturelle Bildung. Horizont 2019. Eine Repräsentative Umfrage unter 12- bis 19-Jährigen zur Nutzung kultureller Bildungsangebote an digitalen Kulturorten*. Robert Bosch Stiftung online. Aufrufbar unter: <https://www.bosch-stiftung.de/de/publikation/jugend-youtube-kulturelle-bildung-horizont-2019> (07.02.2023).
- Recktenwald, Daniel (2017): Toward a transcription and analysis of live streaming on Twitch. In: *Journal of Pragmatics* 115, 68–81.
- Reichert, Ramón (2012): Make-up-Tutorials auf YouTube. Zur Subjektkonstitution in Sozialen Medien. In: Abend, Pablo/Haupts, T./Müller, C. (Hrsg.): *Medialität der Nähe. Situationen – Praktiken – Diskurse*. Bielefeld: Transcript. S. 103–118.
- Rihl, Alexander/Wegener, Claudia (2019): YouTube celebrities and parasocial interaction: Using feedback channels in mediatized relationships. In: *Convergence* 25, 3, 554–566.
- Riboni, Giorgia (2017): „The Youtube Makeup Tutorial Video. A preliminary linguistic analysis of the language of ‚makeup gurus‘“. In: *Lingua e Linguaggi*, 189–205.

- Richter, Susanne (2022): „Hallo Schönheiten!“. *Aushandlungen der Geschlechterordnung in der Youtube Beauty Community*. Frankfurt a. M.: Campus Verlag.
- Ritnakam, Siripuk/Sahachaisaeree, Nopadon (2012): Cosmetic Packaging Design: A Case Study on Gender Distinction. In: *Procedia – Social and Behavioral Sciences* 50, 1018–1032.
- Röttger, Rebekka (2019): *Geschlechtskonstruktion im Design von Produktverpackungen – Eine textlinguistische und semiotische Analyse*. Schriftliche Arbeit für die Masterprüfung an der Ruhr-Universität Bochum. Unveröffentlichtes Manuskript.
- Roose, Jochen/Schäfer, Mike/Schmidt-Lux, Thomas (2010): Einleitung. Fans als Gegenstand soziologischer Forschung. In: Dies. (Hrsg.): *Fans. Soziologische Perspektiven*. Wiesbaden: VS Verlag. S. 9–25.
- Ruberg, Bonnie „Bo“/Lark, Daniel (2020): Livestreaming from the bedroom: Performing intimacy through domestic space on Twitch. In: *Convergence The International Journal of Research into New Media Technologies*, 1–17.
- Rubin, Rebecca B./McHugh, Michael P. (1987): Development of parasocial interaction relationships. In: *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 31, 3, 279–292.
- Rubin, Alan M./Perse, Elisabeth M./Powell, Robert A. (1985): Loneliness, parasocial interaction, and local television news viewing. In: *Human Communication Research* 12, 155–180.
- Ruiz-Gomez, Alexandra/Leaver, Tama/Abidin, Crystal (2021): Playing YouTube: How the Nancy YouTuber doll and app position children as aspiring YouTube influencers. In: *International Journal of Cultural Studies*, 25, 2, 121–140.
- Sacks, Harvey (1992): *Lectures on Conversation*. Band 1 und 2. Hrsg. Von Gail Jefferson. Oxford/Cambridge: Blackwell.
- Sacks, Harvey/Schegloff, Emanuel A. Schegloff/Jefferson, Gail (1974): A simplest systematics for the organization of turn-taking for conversation. In: *Language* 50, 696–735.
- Sandig, Barbara (2000): Text als prototypisches Konzept. In: Mangasser-Wahl, Martina (Hrsg.): *Prototypentheorie in der Linguistik. Anwendungsbeispiele – Methodenreflexion – Perspektiven*. Tübingen: Stauffenberg. S. 93–112.
- Schegloff, Emanuel A. (1972): Notes on a conversational practice: Formulating place. In: Sudnow, David (Hrsg.): *Studies in social interaction*. New York: Free Press. S. 95–119.
- Schegloff, Emanuel/Sacks, Harvey (1973): Opening up Closings. In: *Semiotica* 8, 4, 289–327.
- Schegloff, Emanuel (1997): Whose Text? Whose Context? In: *Discourse & Society* 8, 165–187.
- Schegloff, Emanuel A. (2007): *Sequence Organization in Interaction. A Primer in Conversation Analysis*. Volume 1. Cambridge: Cambridge University Press.

- Schmitt, Reinhold (2001): Von der Videoaufzeichnung zum Konzept „Interaktives Führungshandeln“: Methodische Probleme einer inhaltlich orientierten Gesprächsanalyse. In: *Gesprächsforschung* 2, 141–192.
- Schmitt, Reinhold (2005): Zur multimodalen Struktur von turn-taking. In: *Gesprächsforschung* 6, 17–61.
- Schmitt, Reinhold (2016): Der „Frame-Comic“ als Dokument multimodaler Interaktionsanalysen. In: Hausendorf, Heiko/Schmitt, Reinhold/Kesselheim, Wolfgang (Hrsg.): *Interaktionsarchitektur, Sozialtopografie und Interaktionsraum*. Tübingen: Narr. S. 189–224.
- Schmitz, Ulrich (2011): Sehflächenforschung. Eine Einführung. In: Diekmannshenke, Hajo/Klemm, Michael/Stöckl, Hartmut (Hrsg.): *Bildlinguistik. Theorien – Methoden – Fallbeispiele*. Berlin: Erich Schmidt. S. 23–42.
- Schmitz, Ulrich (2015): *Einführung in die Medienlinguistik*. Darmstadt: WGB.
- Schmitz, Ulrich (2016): Multimodale Texttypologie. In: Klug, Nina/Stöckl, Hartmut (Hrsg.): *Handbuch Sprache im multimodalen Kontext*. Berlin/Boston: de Gruyter. S. 327–347.
- Schneider, Jan Georg (2018): Medialität. In: Liedtke, Frank/Tuchen, Astrid (Hrsg.): *Handbuch Pragmatik*. Stuttgart: J. B. Metzler. S. 272–281.
- Schneider, Jan Georg/Stöckl, Hartmut (Hrsg.) (2011): *Medientheorien und Multimodalität. Ein TV-Werbespot – Sieben methodische Beschreibungsansätze*. Köln: Herbert von Harlem Verlag.
- Schneider, Jan Georg/Stöckl, Hartmut (2011): Medientheorien und Multimodalität. Zur Einführung. In: Dies. (Hrsg.): *Medientheorien und Multimodalität. Ein TV-Spot – Sieben methodische Beschreibungsansätze*. Köln: Herbert von Halem Verlag. S. 10–44.
- Schomer, Audrey (2019): „Influencing Marketing 2019. Why brands can’t get enough of an \$8 billion ecosystem driven by Kardashians, moms, and tweens.” In: Business Insider. Aufrufbar unter: www.businessinsider.com/the-2019-influencing-marketing-report-2019-7 (27.10.2020).
- Schramm, Holger (2007). Prominenz aus Rezipientensicht. Zur Tragfähigkeit des Konzeptes parasozialer Interaktionen und Beziehungen für die Prominenzforschung. In: Schierl, Thomas (Hrsg.): *Prominenz in den Medien. Zur Genese und Verwertung von Prominenten in Sport, Wirtschaft und Kultur*. Köln: Halem. S. 212–234.
- Schramm, Holger/Hartmann, Tilo (2008): The PSI-Process Scales. A new measure to assess the intensity and breadth of parasocial processes. In: *Communications—The European Journal of Communication Research* 33, 385–401.
- Schramm, Holger/Hartmann, Tilo (2010): Identität durch Mediennutzung? Die Rolle von parasozialen Interaktionen und Beziehungen mit Medienfiguren. In: Hoffmann, Dagmar/Mikos, Lothar (Hrsg.): *Mediensozialisierungstheorien. Modelle und Ansätze in der Diskussion*. Wiesbaden: SV. S. 201–219.

- Schramm/Hartmann/Klimmt (2002): Desiderata und Perspektiven der Forschung über parasoziale Interaktion und Beziehungen zu Medienfiguren. In: *Publizistik* 47, 4, 436–459.
- Schreier, Margit (2014): Varianten qualitativer Inhaltsanalysen: Ein Wegweiser im Dickicht der Begrifflichkeiten. In: *Forum Qualitative Sozialforschung* 15, 1.
- Schütte, Wilfried (1996): „Die schäbige Geeje auf dem edlen Bratschenkasten“: Scherzbeziehungen und soziale Welten — ein Konzept zwischen Anthropologie und Konversationsanalyse. In: Kotthoff, Helga (Hrsg.): *Scherzkommunikation. Beiträge aus der empirischen Gesprächsforschung*. Wiesbaden: Springer. S. 193–220.
- Schüttelpelz, Erhard/Meyer, Christian (2017): Ein Glossar zur Praxistheorie. „Siegener Version“ (Frühjahr 2017). In: *Navigationen*, 17, 155–163.
- Schütz, Alfred/Luckmann, Thomas (1994 [1979]): *Strukturen der Lebenswelt*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Schwitalla, Johannes (2001): Lächelndes Sprechen und Lachen als Kontextualisierungsverfahren. In: Adamzik, Kirsten/Christen, Helen (Hrsg.): *Sprachkontakt, Sprachvergleich, Sprachvariation*. Tübingen: Max Niemeyer. S.325–34.
- Seavey, Carol A./Katz, Phyllis A./Zalk, Sue R. (1975): Baby X. The effect of gender labels on adult responses to infants. In: *Sex Roles* 1, 2, 103–105.
- Selting, Margret et al. (2009). Gesprächsanalytisches Transkriptionssystem 2 (GAT 2). In: *Gesprächsforschung - Online-Zeitschrift zur verbalen Interaktion*, 10, 353–402.
- Selting, Margret/Hinnenkamp, Volker (1989): Einleitung: Stil und Stilisierung in der interpretativen Soziolinguistik. In: Dies. (Hrsg.): *Stil und Stilisierung. Arbeiten zur interpretativen Soziolinguistik*. Tübingen: Max Niemeyer. S. 1–23.
- Senft, Theresa M. (2008): *Camgirls: Celebrity & community in the age of social networks*. New York: Peter Lang.
- Shaikh, A. Dawn/Chaparro, Barbara S./Fox, Doug (2006): Perception of Fonts: Perceived Personality Traits and Uses. In: *Usability News* 8.
- Simon, Bernd/Trötschel, Roman (2007): Das Selbst und die soziale Identität. In: Jonas, Klaus/Stroebe, Wolfgang/Hewstone, Miles (Hrsg.): *Sozialpsychologie. Eine Einführung*. Heidelberg: Springer. S. 147–185.
- Sjöblom, Max/ Hamari, Juho (2017): Why do people watch others play video games? An empirical study on the motivations of Twitch users. In: *Computers in Human Behaviour*, 75, 985–996.
- Snickars, Pelle/Vonderau, Patrick (Hrsg.) (2009): *The YouTube Reader*. Stockholm: National Library of Sweden.
- Staubach, Katharina (2017): Multimodale Sehflächen lesen. Eine semiotische Analyse jugendlicher Bekleidung. In: *Zeitschrift für Angewandte Linguistik* 66, 31–58.
- Staubach, Katharina (2018): Was verraten Jugendliche über ihre Kleidung? Ergebnisse einer Interview- und Gruppendiskussionsstudie zu Prozessen jugendlicher Selbstinsze-

- nierung. In: Neuland Eva/Könning, Benjamin/Wessels, Elisa (Hrsg.): *Jugendliche im Gespräch. Forschungskonzepte, Methoden, Anwendungsfelder aus der Werkstatt der empirischen Sprachforschung*. S. 151–174.
- Staubach, Katharina (2020): *Multimodale Sehflächen auf den T-Shirts von Jugendlichen. Eine semiotische Studie zu Prozessen jugendlicher Selbstinszenierung*. Tübingen: Stauffenburg.
- Stein, Jan-Philipp/Breves, Priska Linda/Anders, Nora (2022): Parasocial interactions with real and virtual influencers: The role of perceived similarity and human-likeness. In: *New Media & Society*.
- Stöckl, Hartmut (1998): (Un)-Chaining the floating image. Methodische Überlegungen zu einem Beschreibungs- und Analysemodell für die Bild/Textverknüpfung aus linguistischer und semiotischer Perspektive. In: Kodikas/ Code. *Ars Semiotica*, 2, 1-2, 75–98.
- Stöckl, Hartmut (2004): *Die Sprache im Bild – Das Bild in der Sprache. Zur Verknüpfung von Sprache und Bild im massenmedialen Text*. Berlin: de Gruyter.
- Stöckl, Hartmut (2011): Sprache-Bild-Texte lesen. Bausteine zur Methodik einer Grundkompetenz. In: Diekmannshenke, Hajo/Klemm, Michael/Stöckl, Hartmut (Hrsg.): *Bildlinguistik. Theorien – Methoden – Fallbeispiele*. Berlin: Erich Schmidt. S. 43–70.
- Stöckl, Hartmut (2012): Werbekommunikation semiotisch. In: Janich Nina (Hrsg.): *Handbuch Werbekommunikation. Sprachwissenschaftliche und interdisziplinäre Zugänge*. Tübingen: A. Francke, 243–262.
- Stöckl, Hartmut (2016): Multimodalität – Semiotische und textlinguistische Grundlagen. In: Klug, Nina/Stöckl, Hartmut (Hrsg.): *Handbuch Sprache im multimodalen Kontext*. Berlin/Boston: de Gruyter. S. 3–35.
- Stöckl, Hartmut (2022): Parasoziale Interaktion in der Werbung: Beobachtungen und Befunde zu einem medienlinguistischen Phantom. In: Luginbühl, Martin/Meer Dorothee (Hrsg.): *Parainteraktion in den Medien. Linguistische Studien zu Formen medialer Pseudo-Interaktion*. Bern: Peter Lang. S. 21–54.
- Stoller, Robert (1968): *Sex und Gender. On the Development of Masculinity and Femininity*. New York City: Science House.
- Stukenbrock, Anja (2008): „Wo ist der Hauptschmerz?“ – Zeigen am eigenen Körper in der medizinischen Kommunikation. In: *Gesprächsforschung. Online-Zeitschrift zur verbalen Interaktion* 9, 1–33.
- Stukenbrock, Anja (2009): Herausforderungen der multimodalen Transkription: Methodische und theoretische Überlegungen aus der wissenschaftlichen Praxis. In: Birkner, Karin/Stukenbrock, Anja (Hrsg.): *Die Arbeit mit Transkripten in Fortbildung, Lehre und Forschung*. Mannheim: Verlag für Gesprächsforschung. S. 144–169.
- Stukenbrock, Anja (2010): Überlegungen zu einem multimodalen Verständnis der gesprochenen Sprache am Beispiel deiktischer Verwendungsweisen des Ausdrucks so. In: *InLiST* 47.

- Stukenbrock, Anja (2013): Sprachliche Interaktion. In: Auer, Peter (Hrsg.): *Sprachwissenschaft. Grammatik – Interaktion – Kognition*. Stuttgart: Metzler. S. 217–259.
- Stukenbrock, Anja (2015): *Deixis in der face-to-face-Interaktion*. Berlin: de Gruyter.
- Sweet, Elizabeth V. (2013): *Boy Builders and Pink Princesses. Gender, Toys, and Inequality over the Twentieth Century*. California: Davis.
- Tannen, Deborah (1989): *Talking Voices. Repetition, Dialogue, and Imagery in Conversational Discourse*. Cambridge: University Press.
- Tannen, Deborah (2007 [1990]): *You Just Dont Understand. Women and Men in Conversation*. New York: Harper Collins.
- Tannen (2011 [1986]): *That's Not What I Meant! How Conversational Style Makes or Breaks Relationships*. New York: Harper Collins.
- Taylor, T. L. (2018): *Watch me Play. Twitch and the Rise of Game Live Streaming*. Princeton: University Press.
- Teichert, Will (1973): „Fernsehen“ als soziales Handeln (II). *Entwürfe und Modelle zur dialogischen Kommunikation zwischen Publikum und Massenmedien*. In: *Rundfunk und Fernsehen* 21, 4, 356–382.
- Tilgner, Alexander (2017): Gaming 2.0: Von der Fanproduktion zum Kulturgut – Let's Play-Videos als Schnittstelle zwischen passiver Rezeption und aktiver Partizipation. In: Ackermann, Judith (Hrsg.): *Phänomen Let's Play-Video. Entstehung, Ästhetik, Aneignung und Faszination aufgezeichneten Computerspielhandelns*. Wiesbaden: Springer. S. 209–222.
- Tillmann, Angela/Groen, Maike (2020): Gendertheoretische Perspektiven auf digitale Alltags- und Spielpraktiken. In: Frieze, Heidrun et al. (Hrsg.): *Handbuch Soziale Praktiken und Digitale Alltagswelten*. Wiesbaden: Springer. S. 313–321.
- Tolbert, Amanda/Drogos, Kristin (2019) Tweens' Wishful Identification and Parasocial Relationships with YouTubers. In: *Frontiers in Psychology* 10, 1–15.
- vom Lehn, Dirk (2014): Transkription und ethnomethodologische Videoanalyse. In: Moritz, Christine (Hrsg.): *Transkription von Video- und Filmdaten in der Qualitativen Sozialforschung. Multidisziplinäre Annäherungen an einen komplexen Datentypus*. Wiesbaden: Springer. S. 391–406.
- Vorderer, Peter (Hrsg.) (1996): *Fernsehen als „Beziehungskiste“. Parasoziale Beziehungen und Interaktionen mit TV-Personen*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Vorderer Peter (1998): Unterhaltung durch Fernsehen: Welche Rolle spielen parasoziale Beziehungen zwischen Zuschauern und Fernsehakteuren? In: Roters, Gunnar/Klingler, Walter/Zöllner, Oliver (Hrsg.): *Fernsehforschung in Deutschland. Themen – Akteure – Methoden*. Baden-Baden: Nomos. S. 689–707.
- Wattenhofer, Mirjam/Wattenhofer, Roger/Zhu, Zack (2012): The YouTube Social Network. In: *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media* 6, 1, 354–361.

- Weber, Cam (2022): EA SPORTS FC™ – die Zukunft des interaktiven Fußballs. *Electronic Arts Website*. <https://www.ea.com/de-de/news/ea-sports-fc> (23.01. 2023).
- Weidner, Beate (2017): Zwischen Information und Unterhaltung: Multimodale Verfahren des Bewertens im Koch-TV. In: *Gesprächsforschung – Online-Zeitschrift zur verbalen Interaktion* 18, 1–33.
- Weidner, Beate (2022): Zur Inszenierung einer geteilten Interaktionssituation im Fernsehen: Soziale Parainteraktion und die Herstellung von Geselligkeit. In: Luginbühl, Martin/Meer Dorothee (Hrsg.): *Parainteraktion in den Medien. Linguistische Studien zu Formen medialer Pseudo-Interaktion*. Bern: Peter Lang. S. 55–88.
- Weiser-Zurmühlen, Kristin (2021): *Vergemeinschaftung und Distinktion. Eine gesprächsanalytische Studie über Positionierungspraktiken in Diskussionen über TV-Serien*. Berlin/Boston: de Gruyter.
- Wesely, Sabine (Hrsg.) (2000): *Gender Studies in den Sozial- und Kulturwissenschaften. Einführung und neuere Erkenntnisse aus Forschung und Praxis*. Bielefeld: Kleine Verlag. (Wissenschaftliche Reihe, 133).
- West, Candace (1979): Against our Will: Male Interruptions of Females in Cross-sex Conversation. In: *Annals of the New York Acedemy of Sciences*, 327, 81–97.
- West, Richard L./Turner, Lynn H. (2010): *Introducing communication Theory: Analysis and application*. Boston: McGraw-Hill.
- West, Candace/Zimmermann, Don H. (1983): Small Insults. A Study of Interruptions in Cross-sex Conversations Between Unacquainted Persons. In: Thorne, Barrie/Kramarae, Cheris/Henley, Nancy (Hrsg.): *Language, Gender and Society*. Rowley MA: Newbury House. S. 102–117.
- West, Candace/Zimmerman, Don H. (1987): Doing Gender. In: *Gender & Society* 1, 2, 125–151.
- Wimmer, Jeffrey (2017): „Erfahrenen Gamern sozusagen über die Schulter schauen“. Eine Interviewstudie deutscher YouTube-NutzerInnen zu Let’s Play-Videos. In: Ackermann, Judith (Hrsg.): *Phänomen Let’s Play Video*. Wiesbaden: Springer. 147–160.
- Witting, Tanja (2019): Doing Gender auf YouTube und Instagram. In: *deutsche jugend. Zeitschrift für die Jugendarbeit* 67, 10, 432–439.
- Winter, Rainer (1995): *Der produktive Zuschauer. Medienaneignung als kultureller und ästhetischer Prozeß*. München: Quintessenz.
- Willems, Herbert/Kautt, York (2003): Theatralität der Werbung. Theorie und Analyse massenmedialer Wirklichkeit: Zur kulturellen Konstruktion von Identitäten. Berlin: De Gruyter.
- Will, Jerrie Ann/Self, Patricia A./Datan, Nancy (1976): Maternal Behavior and Perceived Sex of Infant. In: *American Journal of Orthopsychiatry* 46, 1, 135–139.
- Wodak, Ruth (1981): Women Relate, Men Report: Sex Differences in Language Behavior in a Therapeutic Group. In: *Journal of Pragmatics* 5, 2/3, 261–285.

- Wotanis, Lindsey/McMillan, Laurie (2014): Performing Gender on YouTube. In: *Feminist Media Studies* 14, 6, 912–928.
- YouTube Creators: „Eine Community aufbauen“. https://www.youtube.com/creators/how-things-work/building-community/?gclid=CjwKCAiAnZCdBhBmEiwA8nD-QxdkVNywa6JpIH1A2xkp5PpuS3PlGWd8DhQYwJTfY4mIfms7R0-5kRoJoQAvD_BwE (22.12.2022).
- YouTube Support a: „Mid-Roll-Werbeunterbrechungen in langen Videos verwalten“. <https://support.google.com/youtube/answer/6175006?hl=de#zippy=%2Ch%C3%A4ufig-gestellte-fragen> (22.12.2022).
- YouTube Support b: „Videos mit einer Länge von mehr als 15 Minuten hochladen“. https://support.google.com/youtube/answer/71673?hl=de&ref_topic=9257439 (22.12.2022).
- YouTube Support c: „YouTube Stories erstellen“. <https://support.google.com/youtube/answer/7568166> (22.12.2022).
- Zaslow, Emilie (2009): *Feminism Inc: Coming of Age in Girl Power Media Culture*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Zelenko, Maria (2018): „Warum lassen sich plötzlich alle die Lippen aufspritzen?“. In: *KURIER Online*. <https://kurier.at/style/warum-lassen-sich-ploetzlich-alle-die-lippen-aufspritzen/400318401> (10.04.2023).
- Ziegler, Arne (2018) (Hrsg.): *Jugendsprachen. Aktuelle Perspektiven internationaler Forschung*. Berlin: de Gruyter.