

Ausstellung der (Selbst-) Darstellung von Geschlechtsrollenbildern.
Zur fernsehanalytischen Strategie John Fiskes am Beispiel "Herzblatt".

In: *Aspekte der Fernsehanalyse. Methoden und Modelle*. Hrsg. v. Knut Hickethier.
Hamburg: Lit-Verlag 1995, S. 169-186.

Eggo Müller

Ausstellung der (Selbst-)Darstellung von Geschlechtsrollenbildern

Zur fernsehanalytischen Strategie John Fiskes am Beispiel HERZBLATT¹

Die Analyse von - im landläufigen Sinne - nicht-fiktionalen und nicht-narrativen Fernsehformen ist eine Herausforderung für die Fernsehforschung: Solche Formen machen einen immer größeren Anteil des Fernsehprogramms insgesamt aus. Sie konstruieren häufig viel komplexere mediale Rollengefüge und Modalitäten der Repräsentation als die Spielfilm- und Soap-Operas. Diese scheinen nicht nur durch die lange Tradition der Analyse literarischer Erzähltexte mindestens einer Strukturanalyse leichter zugänglich zu sein, sondern ihre Produktion ist selbst schon von sedimentiertem dramaturgischen Handbuchwissen einer langen Tradition angeleitet. Dagegen ist jedoch das Wissen um Formen und Funktionsweisen vorwiegend nicht-fiktionaler und nicht-narrativer Sendeformen, mit der einen Ausnahme von Nachrichtensendungen vielleicht, noch sehr begrenzt. Hier spielen 'alltägliche' Menschen und Ereignisse eine wesentliche Rolle, die den Rezipienten zu anderen 'Lektüreweisen'² als fiktionale, narrative Formen veranlassen.

Die Beziehungs-Spielshow HERZBLATT mit ihren anhaltend hohen Einschaltquoten zwischen 25 und 30 Prozent ist ein herausragendes Beispiel solcher Sendeformen des Fernsehens. Die folgende Analyse dieser Spielshow unter dem Aspekt ihrer Popularität³ soll Probleme der Untersuchung solcher Fernsehformen aufweisen.

Unverzichtbar für die Analyse von populärem Fernsehen ist eine Theorie der gesellschaftlichen Funktion populärkultureller Kommunikation, auch wenn solch eine Grundlegung durch - ich beschränke mich auf innerwissenschaftliche Motive - Grobschlächtigkeit und theoretische Fragwürdigkeit der Paradigmen von Ideologiekritik und Wirkungsforschung⁴ in Verruf gekommen ist. Will Fernsehanalyse nicht in bloßen Formbeschreibungen oder - wie in so manchem Forschungsprojekt - in einer Ummenge theorieles er-

hobener Daten ersticken, müssen schon für eine formale Analyse Kategorien entwickelt werden, die im Verhältnis zu Funktionsbestimmungen poplärkultureller Kommunikation stehen.

Einen Rahmen dafür hat John Fiske auf den Grundlagen der British Cultural Studies mit seiner Theorie der Populärkultur und des Fernsehens skizziert, die ich meiner Analyse von HERZBLATT zugrundelege und damit zugleich zur Diskussion stellen will.

1. John Fiskes Theorie der Populärkultur

Fiske definiert Kultur als Ort der gesellschaftlichen Auseinandersetzung um Bedeutungen. Hier machen Mitglieder einer Gesellschaft aus ihren sozialen Erfahrungen "Sinn", produzieren ihre spezifische soziale Identität, erproben diese und sichern sie ab. Vice versa aber ist die soziale Identität Ausgangspunkt der Bedeutungsproduktion. Mit Bourdieu⁵ geht Fiske davon aus, daß das populäre Interesse an kulturellen Texten, im Gegensatz zum bourgeois, ästhetische Distanz zum Text nicht nur nicht duldet, sondern vermeidet. Bezugspunkte der Bedeutungsproduktion sind die unmittelbaren Bedingungen des alltäglichen Lebens und das Wissen, das in alltäglichen Lebensvollzügen relevant ist.

Ein solch 'unmittelbarer' Zugang ist Voraussetzung für die Popularität semiotischer Gebilde. Zugleich müssen diese, da die modernen westlichen kapitalistischen Gesellschaften sozial hoch differenziert sind, möglichst vielen unterschiedlichen sozialen Erfahrungen und Identitäten Anknüpfungspunkte bieten, um nicht - wie z.B. das Fernsehspiel oder Musikvideoprogramme⁶ - ausschließliches Vergnügen hoch spezialisierter (Sub-)Kulturen zu bleiben. Populäre Fernsehtexte integrieren deshalb unterschiedliche Diskurse eines thematischen Feldes.

Als Diskurse begreift Fiske sprachliche Formationen, in denen das Wissen über ein bestimmtes thematisches Feld organisiert ist. Über Foucault hinausgehend definiert er diese als geprägt von und gekoppelt an sozial spezifische Erfahrungen gesellschaftlicher Differenzen. Fiske spricht also nicht von *einem* Diskurs, sondern von in der gesellschaftlichen Auseinandersetzung spezifisch positionierten Diskursen zu thematischen Feldern; also z.B. von einem *feministischen* Geschlechterdiskurs. Populäre Texte sind deshalb als strukturierte Auseinandersetzungsfelder konkurrierender Diskurse und damit als Bedeutungspotentiale zu analysieren, die von je unterschiedlichen Rezipientengruppen unterschiedlich genutzt werden. Be-

deutungen entstehen nach Fiske im Prozeß der 'Lektüre', am Schnittpunkt der Diskurse des Rezipienten, in denen seine Identität organisiert ist, mit den Diskursen des Textes. Die Analyse poplärkultureller Texte muß deshalb immer in Reflexion auf Rezeptionsprozesse geschehen und möglichst Rezeptionszeugnisse berücksichtigen.⁷

Fiske entwirft so ein gesellschaftstheoretisch fundiertes Modell der Funktion poplärkultureller Kommunikation, das für die Analyse entsprechend den an der Kommunikation beteiligten Instanzen Produktion, Text und Rezeption von den Begriffen "Ideologie",⁸ "Polysemie" und "Alltagswelt" ausgeht.

2. Strukturanalyse von HERZBLATT unter dem Aspekt der Polysemie

"Polysemie" ist für Fiskes Konzept der Analyse deshalb ein zentraler Begriff, weil die Offenheit eines Textes bzw. seine Vielzahl möglicher Bedeutungsdimensionen Anknüpfungspunkte für eine auf 'unmittelbarem' Alltagswissen basierende Rezeption bietet.⁹ Dieser Aspekt ist nach Fiske bei der Analyse poplärkultureller Texte zu akzentuieren, und ich werde mich im folgenden auf solche Momente der Offenheit der Struktur von HERZBLATT konzentrieren.

2.1 Rahmung als Spiel

HERZBLATT ist jenseits der situativen, apparativen und programmstrukturellen Rahmen, in die jede Fernsehsendung eingebettet ist, als *Spiel* mit Preis und Siegem *gerahmt*. Angeleitet von Rudi Carrell als Spielleiter stellen sich je drei Männer oder Frauen den Fragen eines Mitglieds des anderen Geschlechts. Ohne die drei Kandidaten auf der anderen Seite einer Trennwand zu sehen, muß es durch drei Fragen den für sich Attraktivsten ermitteln, wird dem Auserwählten konfrontiert und verbringt ein Wochenende mit ihm.

Nach dem gemeinsamen Wochenende werden beide unabhängig voneinander über ihre Erlebnisse und nach ihrer Bewertung des anderen befragt. Im Zentrum des Interesses steht die Frage, ob sich die beiden als (sexuell) attraktive Partner empfunden haben, wie die Annäherung verlaufen ist, mit welchem Ergebnis. Ein gesprächsähnlicher Zusammenschmitt der Aussagen wird in einer späteren Sendung, in der die beiden wieder zu Gast sind, eingespielt, während die Reaktionen des jeweils anderen auf die Aussagen live in einem Bildfenster eingeblendet sind. Die Reaktionen darauf sind wie-

derum Gegenstand des Studiogesprächs, zentral ist die Frage danach, ob die beiden harmonieren, sich weiterhin treffen werden oder gar eine Verbindung für's Leben gestiftet worden ist.¹⁰

Diese knappe Skizze beschreibt die immer gleiche Struktur des Spiels, die Regeln sind allen Teilnehmern bekannt, sie werden von vornherein von allen Teilnehmern anerkannt, die sich also auf das *Spiel als Spiel* einlassen.¹¹ Neben Attraktivität und Telegenität nach Maßstäben der Redaktion ist einzige Bedingung für eine Teilnahme, Single zu sein.

Jenseits zweckloser Spekulationen über die subjektive Motivation der Kandidaten halte ich es mit Blick auf eine Analyse der Struktur wie auf die Rezeption für sinnvoll, vom Charakter der Show als medial präsentiertem Spiel auszugehen.¹² Zwar erscheint das Rollengefüge in HERZBLATT als eine relativ simple Konstruktion aus Spielleiter, zwei Typen von Kandidaten und selten gezeigtem Saalpublikum, doch das ganze ist als mediale Form für den Fernsehzuschauer konstruiert. Daraus ergibt sich eine doppelte Rahmung der Show (1.) als Spiel innerhalb des Studios mit allen Beteiligten¹³ und (2.) als medial repräsentiertes Spiel aller Beteiligten für die Fernsehzuschauer, in dem selbst das Saalpublikum seine *Rolle*, die Kandidaten anfeuern zu müssen, bewußt ausübt.¹⁴ Entscheidend ist diese zweifache, gleichzeitige Rahmung vor allem für die Kandidaten. Sie spielen nicht nur unter sich, sondern zugleich für zwei Publika, ein leibhaftiges und ein mediales, und diese beiden Publika wissen mehr, als die Kandidaten selbst, was die Kandidaten wiederum wissen: Die Publika haben einen Wissensvorsprung, sie *sehen* beide Seiten, während den Kandidaten die wesentliche Informationsquelle bei einem ersten kurzen Kennenlernen unter dem Partnerschafts- und Sexualitätsaspekt, das Aussehen, als Information über den Anderen bzw. die Andere fehlt. Der Fragesteller muß sich aus den akustischen Informationen der Kandidaten sowie aus den Reaktionen des leibhaftigen Publikums sein 'Bild' über die zur Auswahl stehenden Kandidaten machen. Für sie ist Ziel des Spiels in der Show, durch möglichst überzeugende Selbstdarstellung als attraktivster Partner für den Fragesteller des anderen Geschlechts zu erscheinen, vor den weitfernden Geschlechts-genossen auserwählt zu werden und die gemeinsame Wochenendreise mit dem folgenden Fernsehauftritt zu gewinnen.

In der medialen Präsentation des Spiels werden seine Elemente, vor allem die Kandidaten und die von den Kandidaten in unterschiedlichen Rollen angelegten, Rahmungen und Darstellungsmodi performierten Geschlechtsrollenbilder zu einem *Text*, der von den Rezipienten 'gelesen' wird.

2.2 Thematisierung von Geschlechterrollenbildern und Sexualität und deren Rahmungen

HERZBLATT ist in seiner Grundstruktur daraufhin angelegt, gemeinhin der Privatsphäre bzw. sehr spezifischen Öffentlichkeitsformen zugerechnete Themen spielerisch in einen öffentlichen Diskurs zu bringen: Vorstellungen über Kennzeichen der Attraktivität des anderen Geschlechts, Partnerwünsche und Sexualität. Diese Themen sind im Fernsehen Spielinszenierungen mit fiktionalen Figuren oder der einschlägigen Regenbogenpresse oder aber der ernsthaft beratenden Erörterung vorbehalten, hier in HERZBLATT werden sie in der Öffentlichkeitsform Fernsehen mit 'echten', alltäglichen Menschen ausgestellt und im Spiel zugespitzt.

Die Kandidaten sind so ausgewählt, daß sich einerseits in bezug auf Alter und soziale Merkmale eine relativ homogene Gruppe ergibt, andererseits die drei konkurrierenden Kandidaten innerhalb dieser Gruppe ein Differential von deutlich unterscheidbaren Typen hinsichtlich ihres kulturellen Lebensstils bilden: Sie sind Träger unterschiedlicher Lebensformen und Wertvorstellungen. Als Text beschriebenen, performieren die Kandidaten Elemente von Diskursen, in denen Mitglieder eines Geschlechts ihre auf spezifischen Lebenserfahrungen basierende Identität formulieren. Sie nutzen dabei mehr oder weniger willkürlich Codes der natürlichen Sprache, der Mimik, Gestik, Kleidung, der Frisuren und des Make-up. Diese Zeichen entsprechen aber nicht elaborierten Diskursen, sondern sind Versatzstücke solcher Diskurse und werden erst durch das Wissen der Rezipienten zu vollständigen Konzepten ergänzt, so daß man von Indikatoren sprechen kann, die im spezifischen Kontext, den die Sendung konstruiert, Diskurse *aktivieren*.

Die durch die konkurrierenden Kandidaten aktivierten differierten Diskurse treffen nicht nur aufeinander, sondern stehen zugleich auch im Verhältnis zu den durch den Fragesteller des anderen Geschlechts aktivierten Komplementär- oder Gegendiskursen, so daß neben der zentralen Entgegensetzung von "männlich" - "weiblich" je Diskurse charakteristischer Arten je eines Geschlechts, seine Geschlechtsrolle zu leben, konkurrieren.

Im Verlauf der Sendung werden die unterschiedlichen Wertvorstellungen und Handlungskompetenzen der Kandidaten vorgeführt, erprobt und schließlich bewertet. Dabei geschieht die Thematisierung der zentralen Themen in unterschiedlichen Rahmungen innerhalb der Show:

1. *Vorstellung* der Kandidaten: Im Vorstellungsgespräch wird ggf. ein besonderes Äußeres angesprochen, immer wird nach Herkunft, Beruf, Hobbies, Zukunftswünschen, und vor allem Idealvorstellungen vom

Partner ("Traumann", "Traumfrau") gefragt. Damit wird eine als realistisch markierte Miniaturcharakteristik jedes Kandidaten gegeben, die als Folie für Einschätzung und Beurteilung der darauf als Spieler agierenden Kandidaten dient. Zugleich ist zu *sehen*, wie die Kandidaten aussehen, sich verhalten etc. In der Kürze dieser Vorstellungsgespräche erhält der Zuschauer aber nur wenige Informationen in der Art einer offenen Figurencharakterisierung, die er zu einem komplexeren Charakter ergänzen kann. Der Kandidat wird, wenn auch als 'real' eingeschätzt, zur Figur im Spiel 'fiktivisiert'.

2. *Kennenlernen und Auswahl im Spiel*: Das gegenseitige Kennenlernen ist als Spiel inszeniert. Die Fragen zielen erstens darauf, Geschmacksurteile der Kandidaten im kulturellen Bereich, über Musik, Mode, Kino, Bücher etc. zu erkunden. Das ist eine spielerische Simulation ökologisch üblicher Gespräche beim Kennenlernen. Zum zweiten werden von den Fragestellern Situationen konstruiert, für die die Antworten hypothetische Reaktionen oder Problemlösungen darstellen müssen. Dabei kommt es weniger auf realistische Selbsteinschätzung als auf Witz und Schlagfertigkeit an. Es geht - fiktiv im Spiel - um Selbstverständnis und situative und sprachliche Handlungskompetenz.

3. *Nachgespräch*: Reiz des eingespielten Interviews mit Studiogespräch ist zu sehen, wie offen sich die beiden über ihre Erfahrungen und die Einschätzung des anderen in der Fernsehöffentlichkeit äußern und wie der andere darauf reagiert, insbesondere dann, wenn die beiden nicht 'harmonisiert' haben. Hier geht es um real erprobte Rollenvorstellungen und um reale, weil durch das Gegenüber *kontrollierte* sprachlich-situative Handlungskompetenz.

Diese letzte Situation spielt am stärksten mit den Abgrenzungen von Öffentlichem und Privatem. Das Wochenende selbst wird in deutlich als Urlaubsfotos gekennzeichneten Bildern präsentiert. Das bekräftigt, daß das gemeinsame Wochenende als privat gilt, wodurch die folgende Befragung nur noch deutlicher zum Spiel mit der Grenze von Öffentlichem und Privatem wird.

Die Rollenvorstellungen und Handlungskompetenzen werden also in unterschiedlichen "Testsituationen" erprobt:

1. Vorstellungsgespräch auf Basis des realistischen, aber für die Zuschauer unüberprüfbareren Lebenslaufes;

2. Spiel auf der Basis von Selbsteinschätzungen und hypothetischen Situationen, 'kontrolliert' und honoriert durch Reaktionen des Saalpublikums und anschließende Auswahl;

3. Erfahrungsbericht auf der Basis des gemeinsamen Erlebnisses mit verdeckter, aber in der Show aufgedeckter Zeugenschaft des anderen, während die Reaktionen durch die Publika 'kontrolliert' werden.

Die Kandidaten performieren also nicht nur unterschiedliche Diskurselemente, sondern als deren Träger werden sie in unterschiedlichen 'Kontrollsituationen' auf die Probe gestellt: Es geht um ihre Praktikabilität in immer zugespitzteren, weil sozial verbindlicheren und stärker kontrollierten Situationen.

2.3 Darstellungsmodi in HERZBLATT

Innerhalb des Rollengefüges und der unterschiedlich gerahmten Situationen ergeben sich die Darstellungsanforderungen an die Kandidaten. Sie lassen sich mithilfe der Begriffe "Darstellung", "Selbstdarstellung" und "Zwangsdarstellung", die Jan Berg in seiner Grundlegung der Theaterwissenschaft entwickelt hat,¹⁵ unterscheiden.

Die (Selbst-)Darstellung der Kandidaten speist sich aus unterschiedlichen Rollenreservoirs (Handlungswissen) und produziert unterschiedliche Darstellungsformen.¹⁶ Als quasi 'natürliche' Menschen ohne vorherige mediale Charakteristik sind ihr Auftreten und ihre Selbstdarstellung nicht durch ein bestehendes mediales Stereotyp *fesrgelegt* wie bei Carrell. Als Reservoirs des Rollenhandelns und damit verbundene Darstellungsmodi der Kandidaten sind zu unterscheiden:

1. *Rollenanforderung der Spielshow*: Verlangt sind humorvolle, gutlaunte, spaßige, gewitzte, schlagfertige, gut aussehende und interessant gekleidete, selbstbewusste Kandidaten. Die Kandidaten werden zu *Rollen-darstellern*.¹⁷ Reservoir ist das Wissen über Rollenhandeln von Kandidaten im Fernsehen allgemein und vor allem in HERZBLATT.¹⁸ Konventionen der medialen Repräsentation und Anforderungen der Show steuern die Darstellung des 'Selbst'.

2. *Selbstdarstellung*: Innerhalb des von der Rollenforderung des Spiels gesetzten Rahmens geht es darum, *sich selbst darzustellen*. Dies macht die Variation innerhalb des immer gleich strukturierten Ablaufs der Show aus: Immer andere Kandidaten treten auf und versuchen, ein Konzept ihrer Selbst im Rahmen der Rollenforderungen des Spiels darzustellen. Dabei nutzen sie alle möglichen Codes von Kleidung,

Frisuren, Make-up, Körpersprache, Mimik, Gestik, und natürlicher Sprache, wie sie im Alltagswissen und -handeln zur Verfügung stehen, natürlich stark medial geprägt.

3. *Zwangsdarstellung* bzw. *unwillkürliche Darstellung*: Physiognomie und Körperbau können die Kandidaten nur in sehr geringem Maße gestalten, im Rahmen von Partnerspiel und Sexualität aber sind dies sehr wichtige Codes, die im Spannungsverhältnis zu den anderen, willkürlichen Codes gelesen werden. Darüber hinaus sind die Kandidaten keine ausgebildeten Schauspieler. Sie beherrschen die theatralen Codes der Rollen- und Selbstdarstellung nur bis zu einem gewissen Grad, und oft produzieren sie sehr wechselhafte Konzepte eines "Selbst". Man kann dies mit dem darstellungstheoretischen wie alltagspsychologischen Begriff des "Aus der Rolle-Fallens" bezeichnen. In solchen Momenten der unwillkürlichen Darstellung werden die Kandidaten unter dem Blick der Zuschauer zu Zwangsdarstellern:¹⁹ Diese meinen, einen Blick auf das Wirkliche des Kandidaten werfen zu können. Die Höhepunkte der Show sind gerade auf den möglichen Wechsel zu diesem Modus der unwillkürlichen Darstellung zugespielt: Wenn die Trennwand zwischen dem neuen Paar zurückweicht und wenn im Bildfenster zu sehen ist, wie ein Kandidat auf die Eindrücke des Partnerkandidaten nach dem gemeinsamen Wochenende reagiert.

Die Brüche zwischen diesen Darstellungsmodi machen das Moment des Darstellens offensichtlich. Die Struktur der Spielshow zielt also darauf, die diskursive Produktion von Geschlechtsrollenbildern in unterschiedlichen Rahmungen und Darstellungsmodi zu präsentieren. In der *medialen* Abbildung wird offensichtlich, wie Personen diskursive Elemente zur Darstellung ihres Selbstkonzeptes verwenden. Das hat zur Folge, daß die verwendeten Elemente aus dem Reservoir von Geschlechterdiskursen wie auf dem Seziertisch als diskursive Elemente *ausgestellt* werden.

Die von den Kandidaten produzierten Zeichen werden im Paradigma möglicher Verhaltensformen und Ausdrucksweisen gelesen, nicht als Hervorbringung eines Individuums, sondern als Typen auf dem Differential möglicher Verhaltensformen. Dieses Repertoire wird dabei erneuert, modifiziert oder bestätigt, neue Diskursformen werden aufgegriffen oder festgeschrieben.

3. Alltagswelt und Beteiligung der Rezipienten

Introspektion, Gespräche mit einigen Fans und Vorführungen in einem Hil-desheimer Seminar zur Fernsehanalyse, in dem durchaus differierende Werturteile ausgesprochen laut und intensiv durch Stöhnen, Johlen, Gelächter sowie durch explizite, an die Seminargruppe gerichtete Kommentarmitgeteilt wurden, sind meine empirischen, aber natürlich nicht repräsentativen Belege für den ausgesprochen hohen Beteiligungsgrad, den HERZBLATT von seiner Struktur und seinen Themen her eröffnet. Dabei sind Rezipienten ständig herausgefordert, ihre eigenen Wertvorstellungen und Geschlechtsrollenkonzepte als Maßstäbe anzulegen, anhand ihrer die medial "ausgestellten" zu beurteilen, die eigenen zu überprüfen, zu vergleichen und im inneren Mitspiel zu erproben.

Folgende Formen und Ebenen der Beteiligung ermöglicht das Strukturangebot der Show:

1. Direkte *Urteile* über Aussehen, Verhalten und Äußerungen der Kandidaten sowie über deren Bewährung in verschiedenen Rahmungen von Show und Spiel, gemessen an eigenen Konzepten und Vorstellungen der Rezipienten: Wer gefällt mir am besten? Wie würde ich mich in der Situation verhalten? Was würde ich auf die Frage antworten? Welches Paar wäre mein Traumpaar?
 2. Hypothesenbildungen in folgenden zwei Hinsichten:
 - (a) *Hypothesen über Verlauf und Ausgang des Spiels*, wobei die Frage, welcher Kandidat gewählt wird, zentral ist. Daneben sind in jedem Moment des Spielverlaufs Hypothesen über Antworten der einzelnen Kandidaten auf einzelne Fragen möglich sowie Hypothesen darüber, wie die Fragestellerin die Antwort bewerten mag.
 - (b) *Hypothesen über die reale Fortsetzung der Geschichte des Paares*. In dieser Hinsicht integriert die Spielshow ein Element der Soap Opera: eine begonnene Geschichte hat einen offenen Ausgang, ihre - allerdings 'reale' - Auflösung folgt in der nächsten Sendung.
- Diese Formen der Beteiligung durch Hypothesenbildung tragen den Charakter der Rollenübernahme, man kann sich in die Kandidaten hinein-denken und die zur Wahl stehenden Kandidaten bzw. später den ausgewählten Kandidaten aus der Warte des Fragestellers und umgekehrt beurteilen. Aufgrund der geringen Kenntnis der Kandidaten bauen solche Denkspiele wiederum vor allem auf Diskursen des eigenen Wissens auf.
3. Die Möglichkeit der *direkten Teilnahme* an der Show als Kandidat/in.

4. Die - prinzipiell bei jeder Fernsehsendung gegebene, hier aber durch Thema und Struktur der Spielshow besonders anregende - Möglichkeit der Rezipienten zum *interpersonellen Austausch* über die von den Kandidaten präsentierten und formulierten Vorstellungen über Geschlechterrollen und Sexualität. Dabei wird die Sendung im situativen Kontext der Rezipienten für deren Auseinandersetzung um Geschlechterrollenvorstellungen nutzbar gemacht; meine Vermutung ist, daß Negativurteile, also Ablehnungen performierter Geschlechterrollenbilder, überwiegen. Alle diese möglichen Ebenen der Beteiligung sind daraufhin angelegt, daß die Rezipienten ihre eigenen Wertvorstellungen, Geschlechterrollenbilder etc. aktivieren. Sie fußen auf alltäglich relevanten, häufig vollzogenen Handlungen und auf in vielen Formen des im alltäglichen Klatsch thematisierten, ausgetauschten Wissens.

Doch hier beginnt erst das eigentliche Problem der Analyse. Das Verstehen und Zuordnen von Diskurselementen, die von Kandidaten produziert werden, ist abhängig von sozialspezifischen Wertvorstellungen in diesem spezifischen Diskursfeld, da der Text eben keine vollständigen Diskurse anbietet, sondern nur Elemente, die im Rahmen der Vorstellungen von Rezipienten vervollständigt werden. Dieser Prozeß ist aber Teil einer identitätsspezifischen Bedeutungszuweisung, Werturteile fließen notwendig ein. Mit Fiske gesprochen: Interpretation ist Teil des kulturellen Prozesses, auf der Grundlage sozial spezifischer Erfahrungen um Identität und Wertvorstellungen zu streiten.

Ich will mich auf ein Beispiel beschränken, um dieses Problem erläutern. Zwei Fragen des Unterschleisheimer Modellbauers Robert Neumann und die Antworten der Geschäftsführerin eines Fitness-Studios nur für Damen Hanni Uhl aus Erlangen aus der HERZBLATT-Folge vom 12.3.91 sollen genügen:

Frage 1: "Ich habe als Modellbauer täglich mit vollendeten Formen zu tun. Wie sieht es eigentlich mit Deinen Formen aus?"

Antwort: [Einsame Lacher aus dem Publikum] "Ja, ich kann nur sagen, meine Formen finde ich ganz okay, aber so ein richtig guter Modellbauer könnte vielleicht noch einiges ummodellieren."

Frage 2: "Erster Besuch bei Deinen Eltern: Ich habe leider eine Reifenpanne und komme eine halbe Stunde zu spät. Ich klingelte an der Tür, Deine Mutter öffnet die Haustüre, sieht mich und kreischt: 'Dieses langhaarige, unrasierte Etwas kommt mir nicht ins Haus!' - Wie rettest Du die Situation?"

Antwort: "Also, ich wär' sofort zur Stelle und würd' dich ins Badezimmer zerren, mei' Schär auspacke', meine Schere, würd' ich erstmal die Haare waschen, rasieren und dann frisieren - und dann würden wir's noch mal versuchen."

Zunächst meine Deutung der beiden Antworten: Während Hanni sich in der ersten Frage der Macht des sie tragenden landläufigen Schönheitsideals unterwirft - im Kontext der beiden Selbstbewußtsein demonstrierenden anderen Kandidatinnen wird das um so deutlicher -, dreht sie mit ihrer zweiten Antwort das Machtverhältnis um, am Rande dazu, das Selbstverständnis des guten Tons im Spiel aufzugeben: sie 'schlägt zurück', und nicht zufällig fällt sie dabei in ihren Dialekt. Im Kontext der kompromißloseren Antworten der beiden anderen Kandidatinnen wird dies um so deutlicher, die Reaktion des Saalpublikums und Carells rettender Lacher unterstützen die Vermutung, daß hier die Grenze des Spiels fast übertreten ist.

Die Bedeutung, die Rezipienten dieser Sequenz geben, hängt nun von Voreinstellungen ab, die so polarisiert sein können wie die beiden Extreme der folgenden Differentiale:

1. Halten sie Robert für einen unangenehmen Macho oder einen tollen Mann mit ungebrochener Männlichkeit?
2. Halten sie Hanni für besonders attraktiv (im Vergleich mit den anderen beiden Kandidatinnen schmückt sie sich mit den auffälligsten Zeichen traditioneller Weiblichkeit: lange, blonde Haare, knallrote Lippen, tiefer Ausschnitt bei vollem Busen, kurzer, enger Rock) oder finden sie sie altmodisch, aufdringlich und zu weit vom jugendlichen Schönheitsideal entfernt?
3. Halten sie die erste Frage für im Rahmen des Spiels angemessen und genau auf den entscheidenden Punkt hinzielend oder empfinden sie die Frage als typisch machistischen Übergriff auf den Körper der Frau?
4. Empfinden sie Hannis erste Antwort als unterwürfig (wie ich in meiner "Beschreibung" unterstellte) oder als selbstbewußt-witzig?
5. Empfinden sie Roberts zweite Frage als unangenehm eingebillete Selbstdarstellung oder eine witzige Herausforderung der gemeinsamen Komplizenschaft gegenüber veralteten Wertvorstellungen der Elterngeneration?
6. Gilt ihnen Hannis zweite Antwort als selbstbewußte Gegenwehr oder als rabiate Antwort, die den guten Ton des Spiel verläßt, also aus der Rolle fällt?

Offensichtlich ist, daß die Haltungen, die Rezipienten zu diesen Fragen einnehmen, von ihrer Identität, ihren sozialen Erfahrungen abhängen, deren gesellschaftlichen Bezugspunkt Fiske mit den soziologischen Kategorien Klassenzugehörigkeit (Einkommen/Schicht), Beruf, Alter, Geschlecht, politische, religiöse, ethnische Zugehörigkeit und Wohnort (Stadt/Land) umreißt. Die herausragenden Merkmale dürften in diesem Fall die Geschlechtszugehörigkeit und die sozialspezifische Geschlechtsrollensozialisation sein. Dabei können Sympathien mit den Figuren je nach Differential auch beim einzelnen Rezipienten durchaus unterschiedlich ausfallen, Rezipienten identifizieren sich nicht mit einer Person, sondern allenfalls zeitweise mit einigen ihrer Facetten. Fiske setzt an die Stelle des Konzepts der Identifikation das von "Implikation-Extraktion",²⁰ ein mehr oder weniger bewußtes "Sich-in-Beziehung-Setzen" des Rezipienten mit den Figuren.²¹

Folgendes Problem soll damit aufgerissen sein: Allein auf der Grundlage des manifesten Textes sind die bei der Lektüre produzierten Bedeutungen unterschiedlicher Rezipientengruppen kaum zu bestimmen. Die analytische Beschreibung muß daher zunächst formal bleiben. Zwar ist das Faktum, daß ein und derselbe Text von unterschiedlichen Rezipientengruppen unterschiedlich verstanden werden kann, ein triviales. Doch für die Analyse des Populären, das in der Tradition der Kritischen Theorie meist noch als einer *homogenen* dominanten Ideologie unterworfen gesehen wird, ist dieses Faktum entscheidend: HERZBLATT als Ausstellung von Geschlechtsrollenbildern und Sexualitätsvorstellungen gibt diese einer - eher wohl 'tätigen' als bewußten - Reflexion frei. Die Sendung hat aber nicht die Macht, *einen* Typus festzuschreiben,²² indem sie unterschiedliche Geschlechtsrollenbilder ausstellt. Die Offenheit der Struktur macht den Rezipienten zum Produzenten von Bedeutungen, die der Text nicht 'kontrollieren' kann.

Daraus ergeben sich einige Folgerungen für die Methodik der Analyse populärer Fernsehformen. Zugleich werde ich das Fiskesche Modell weiter erörtern.

4. Probleme der Funktionsbestimmung populärkultureller Texte

Fiske geht davon aus, daß die soziale Identität von Rezipienten gegenüber einer semiotischen, textuellen Identität, die sie im Moment der Lektüre einnehmen mögen, stabiler und dauerhafter ist.²³ Populäre, offene Texte können deshalb *nicht ohne Rekurs auf soziale Identitäten von Rezipienten ana-*

lysiert werden. Eine Brücke zu ethnographischen Methoden ist zu schlagen.²⁴

Zugleich unterstellt Fiske die Veränderbarkeit sozialer Identitäten. Gegenüber Wirkungs-Konzepten, auch denen der Ideologiekritik, die den Rezipienten nicht als aktiven modellieren, geht Fiske von Funktionen der Populärkultur im "mikropolitischen Rahmen" aus. Mit dem Argument der hochgradigen Beteiligung der Rezipienten an der Bedeutungsproduktion begründet Fiske, daß Rezipienten aus kulturindutriellen Produkten ihr populärkulturelles Kapital machen können, mit dem sie im Rahmen ihres Alltags ihre Auseinandersetzungen auf 'semiotischer Ebene' führen können. Dabei ermöglicht die Offenheit populärer Texte Gegenstrategien und Gegendiskurse zu dominantem Wissen und dominanter Macht. Gegenüber diesen "top-down forces" kann sich in der Politik des Populären "bottom-up power" entfalten und möglicherweise "mikropolitische" Schritte unterstützen.

Fiske reklamiert für das HERZBLATT vergleichbare australische PERFECT MATCH, eine Spielshow, die dort eine zeitlang zu den populärsten Sendungen des Fernsehens überhaupt zählte, daß sie in ihrer spezifischen Art einen subversiven Diskurs des sexuellen eröffne: Öffentlich werden Geschlechtsrollenbilder und Sexualitätsvorstellungen abgehandelt, Sexualität ist in dieser Konstruktion abgekoppelt von den Institutionen Ehe und Familie und wird zum Gegenstand spielerischen Vergnügens, moralische Gebote der Ernsthaftigkeit und anzustrebender dauerhafter Bindung sowie des Gründens von Sexualität auf Liebe und Ehe sind außer Kraft gesetzt.²⁵

Daraus folgt für die Analyse, daß Gründe für Popularität nicht in "Niveaulosigkeit", "Trivialität", "Eskapismus" o.ä.²⁶ zu suchen sind, sondern in *Anknüpfbarkeit und Bezug auf unmittelbare Lebensbedingungen und Wertvorstellungen von Rezipienten*. So können Gegenstrategien im semiotischen Prozeß möglich sein.²⁷

Ein Problem in Fiskes Theorie der Populärkultur liegt allerdings in der Konstruktion des Bezugsrahmens, innerhalb dessen er von "Mikropolitik" spricht. Obwohl Fiske sinnvollerweise von der hochgradigen Differenziertheit spätkapitalistischer Gesellschaften ausgeht, unterstellt er implizit eine homogene dominante Ideologie. Man kann, um weiterhin das Beispiel HERZBLATT zu verwenden, aber nicht mehr davon ausgehen, daß es eine homogene Ideologie in Fragen des Geschlechterverhältnisses oder der Sexualitätsvorstellungen gibt, die als *die* dominante zu bestimmen wäre. Gerade die Kriterien der Kandidatenauswahl für HERZBLATT folgen dem Leitbild des Singles und damit zugleich einer jungen, großstädtischen, reichen

und mobilen Mittelschicht: Jugendlichkeit, Schönheit, Unabhängigkeit, Kreativität, Genußsucht, Erfolgs- und Kunsumorientiertheit sind ihre Lebens- und Wertvorstellungen. In diesem Bezugsrahmen hat die diskursive Entkopplung von Liebe, Sexualität, Ehe und Familie *keinen* subversiven Charakter. Im Gegenteil: in diesem Kontext könnte man sie mit Ulrich Beck als Leitbild des durchgesetzten "Marktsubjekts" im Rahmen der "Durchsetzung der Arbeitsmarktgesellschaft" und der "vollmobile[n] Single-Gesellschaft" sehen.²⁸

Eine Analyse, die dennoch über die liberalistische Feststellung hinausreichen will, daß HERZBLATT - und, verallgemeinert gesprochen, populäres Fernsehen - gesellschaftlich umgängige, konkurrierende Wertvorstellungen in einer medialen Konstruktion ausstellt und zur Reflexion freigibt,²⁹ muß sich auf eine *differenzierte Topographie gesellschaftlicher Öffentlichkeiten* bzw. von *Teil- und Subkulturen* beziehen, die mehr als medienpezifisch ist. Modelle des Mediamix der Werbebranche gehen von solch einem Gedanken aus, doch ihre 'Erfolgsquote' bei der Lancierung eines Themas oder eines Produkts von 1:10 zeigt neben deren theoretischen Unzulänglichkeiten die Unberechenbarkeit und Vielgestaltigkeit kultureller Prozesse - eben die von Fiske behauptete Macht der Rezipienten. Wollte man aber Intermedialität und Intertextualität kultureller Prozesse zur ernsthaften Forschungsgrundlage machen, müßte Medienwissenschaft institutionell gänzlich anders organisiert werden, nämlich *interdisziplinär*.

Diese Probleme aufzuwerfen, bedeutet, eine methodologische Orientierung und Kategorien zu fordern, die schon die Analyse von Einzeltexten strukturieren. Fiskes Theorie der Populärkultur bietet dafür einen Rahmen. Ihre kultur- und subjekttheoretischen Kategorien sind durch Begriffe einer soziologischen Handlungstheorie zu untermauern. Die theoretische Verbindung von diskurstheoretischen Subjektmodellen, soziologischer Handlungstheorie und kognitiver Psychologie ist zu schaffen: Bedeutungsproduktion, auch die 'rezeptive', ist eine Handlung im sozialen, von gesellschaftlichen Auseinandersetzungen strukturierten Raum und basiert auf Alltagswissen, Identität und medialer Handlungskompetenz.

III Situationsstrategien

- 1 Das Manuskript wurde im Dezember 1991 abgeschlossen. Seither hat sich nicht nur der kleine Boom der "love shows" im deutschen Fernsehen ereignet (vgl. dazu Eggo Müller: Zu Paaren getrieben. Die neuen Liebespiele im Fernsehen. In: Das Single. Gesellschaftliche Folgen eines Trends. Hg. v. Gerd Grözinger. Opladen: Leske u. Budrich 1994, S.149-167), sondern es sind auch einige Diskussionsbeiträge zur Problematik der Populärkultur erschienen, in denen auf Fiske Bezug genommen wird. Verviesen sei hier auf John Fiske: Populärkultur: Erfahrungshorizont im 20. Jahrhundert. In: Montage/AV, 2.Jg. (1993), H.1., S.5-18; Lothar Mikos: Fernsehen im Erleben der Zuschauer. Vom lustvollen Umgang mit einem populären Medium. Berlin / München: Quintessenz 1994; Rainer Winter: Filmsoziologie. Eine Einführung in das Verhältnis von Film, Kultur und Gesellschaft. Berlin / München: Quintessenz 1992.
- 2 Vgl. zu von unterschiedlichen Textsorten hervorgebrachten Lektürewesen Odin 1990.
- 3 Klar zeigt sich die Popularität dieses Genres auch darin, daß das ZDF mit LIEBE AUF DEN ERSTEN BLICK und SAT 1 mit HERZ IST TRUMPF vergleichbare Sendungen auf den Markt gebracht haben, sowie in vielfachen Parodien, die HERZBLATT erfahren hat, so z.B. in WEIBER VON SINNEN (RTL am 25.3.1992) oder SCHMIDTS MITTERNACHTSSHOW (N3 am 4.4.1992).
- 4 Vgl. z.B. das Gutachten der DFG Enquete-Kommission zur Wirkungsforschung in: Schulz 1986.
- 5 Pierre Bourdieu: Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft. Frankfurt/M.: Suhrkamp 1987.
- 6 Die Einschaltquote von MTV überschreitet selten die Zwei-Prozent-Marke. Ökonomisch erfolgreich ist das Programm dennoch, weil die internationale Ausstrahlung auch bei geringen nationalen Einschaltquoten eine große Zuschauerzahl mindestens hinsichtlich des Alters von relativer Homogenität produziert, so daß sich das Programm gut als Werbeträger verkaufen läßt, während die Produktionskosten selbst vergleichsweise sehr gering ausfallen.
- 7 Eine Forderung, die die jetzige Medienwissenschaft an ihre methodologischen Grenzen stoßen läßt. Ethnographische Arbeitsweisen, wie sie in den Cultural Studies zunehmend praktiziert werden, erscheinen notwendig; vgl. als Überblick Shaun Moores: Texts, Readers and Contexts of Reading: Developments in the Study of Media Audiences. In: Media, Culture and Society, 12. Jg. (1990), S.18ff. Nicht ganz zu Unrecht wird gegen die textorientierte Medienwissenschaft von dieser Seite der Vorwurf erhoben, nicht einmal in ihrem engeren Rahmen befriedigende Ergebnisse geliefert zu haben; vgl. Michael Charlton / Klaus Neumann: Massenkommunikation als Dialog. Zum aktuellen Diskussionsstand der handlungstheoretisch orientierten Rezeptionsforschung. In: Communications, 14. Jg. (1988), H.3, S.7-37.
- 8 Allerdings schätzt Fiske selbst mittlerweile die ideologischen Interessen der sozialen Integration und Reproduktion auf der Produzentenseite für die kulturelle Zirkulation und Bedeutungsproduktion als relativ wirkungslos und marxistische Konzepte von Ideologiekritik und Ideologietheorie als theoretische Sackgassen ein, weshalb der Begriff "Ideologie" in seiner jüngeren Theorie keine Rolle mehr spielt. An seine Stelle ist der Foucaultsche Begriff "Wissen" getreten, da dieser den Gedanken der konkurrierenden Diskurse gegenüber dem marxistischen Begriff übermächtiger, durchschlagender und homogener Ideologie zurückweist und auf abweichenden sozialen Erfahrungen basierender widerständige Diskurse beschreibbar macht. Im Unterschied zur soziologischen Phänomenologie bzw.

zur Wissenssoziologie basiert Fiskes Wissensbegriff auf der Voraussetzung gesellschaftlicher Auseinandersetzungen, in denen "Wissen" eine wesentliche Rolle spielt. Insofern ist auch jedes "Wissen" von gesellschaftlichen Auseinandersetzungen geprägt.

- 9 Klemens Hippel hat darauf hingewiesen, daß Fiske diesen Begriff theoretisch unscharf verwendet, und zwar mit drei Bedeutungsdimensionen: zum einen sind damit mehrdeutige Textstrukturen, wie Ironie, Witz oder Metapher, die unterschiedliche Diskurse und Kontexte aufeinanderprallen lassen, bezeichnet; zum zweiten benennt er die Brüchigkeit von Diskurselementen, die die Komplettierung durch Alltagswissen jeweiliger Rezipienten ermöglichen oder erfordern; zum dritten ist damit der rezipientenseitige Prozeß des 'Übersetzens' von im Text geschilderten Geschehnissen in faktisch divergente, strukturell aber ähnliche Kontexte des alltäglichen Lebens von Rezipienten gemeint. In der Strukturanalyse eines populären Fernsehtextes sind sinnvollerweise die ersten beiden Aspekte zu berücksichtigen und - nach Fiske - zu akzentuieren; "Polysemie" ist also eher als methodologisches Konzept denn als ausgearbeitete Theorie zu verstehen. Vgl. Klemens Hippel: Anmerkungen zum Konzept der Polysemie. Berlin 1992, masch.; vgl. zur Polysemie auch Hans J. Wulff: Mehrdeutigkeit als Problem der Fernsehtheorie. In: Fernsehtheorien. Hg. v. Knut Hickethier u. Irmela Schneider. Berlin: edition sigma 1992, S.101-108.

- 10 Das ist im Oktober 1992 erst- und bislang einmalig geschehen.
- 11 Die Redaktion von HERZBLATT sucht sich ihre Kandidaten vorwiegend in Discolotheken und Kneipen aus, freie Bewerbungen bei der Sendung werden seltener angenommen. D.h., man muß davon ausgehen, daß die Kandidaten bei HERZBLATT an dieser Sendung wie an einem Spiel teilnehmen und nicht (vorwiegend) auf ernsthafter Partnerschaft sind: sie spielen die Rolle des Kandidaten.
- 12 Es ist müßig, darüber zu spekulieren, ob die Kandidaten ihren Fernsehauftritt als ernsthaften Partnerwettbewerbsversuch ansehen oder nicht. Allerdings führt die Unterstellung der Ernsthaftigkeit bei den meisten Angehörigen der gebildeten Mittelschicht zur Einschätzung der Sendung als "peinlich", weil sie selbst ein anderes Öffentlichkeits- bzw. Privatheitiskonzept leben. Liebeswerben wird nicht öffentlich, schon gar nicht im Fernsehen, ausgestellt, noch ist die Vorstellung von auf romantischer Liebe gründender Partnerschaft mit der Vorstellung verträglich, von einer Institution, gar vom Fernsehen, gestiftet zu sein. Die Frage, ob sie sich eine Teilnahme als Kandidaten an HERZBLATT vorstellen könnten, verneinten alle Teilnehmer eines Seminars zur Fernsehanalyse am Studiengang Kulturpädagogik der Universität Hildesheim - sie stammen fast ausschließlich aus Familien des gebildeten Mittelstandes oder streben gerade durch das Studium der Kulturpädagogik die Zugehörigkeit zu diesem an. Aber die heute wohl kaum mehr zu verallgemeinernde Unterstellung der Ernsthaftigkeit muß im Umkehrschluß zu der Einschätzung führen, daß die Teilnahme an HERZBLATT für die meisten Kandidaten den Charakter des Spiels haben muß, eine Mutprobe ist, die Lust, sich zu erproben und im Fernsehen aufzutreten weckt, usw., wenn echtes Liebeswerben an diesem Ort per definitionem nicht möglich ist.
- 13 Vgl. dazu den Beitrag von Hans J. Wulff in diesem Band.
- 14 Vgl. zum Rollencharakter des Saalpublikums bei Fernsehshows Hans J. Wulff: Saal- und Studiopublikum. Überlegungen zu einer fernsehspezifischen Funktionsrolle. In: TheaterZeitSchrift, Nr.26 (1988), S. 31-36.

- 15 Jan Berg: Grundlegung der Theaterwissenschaft. Habilitationsschrift FU Berlin 1987. Masch.
- 16 Rudi Carell als Spielleiter von HERZBLATT füllt dagegen als Darsteller der 'multimedial konstruierten und über die Zeit stabilisierten Rolle des 'freundlichen, singenden, spaßigen Quizholländers im deutschen Fernsehen Rudi Carell' eine präexistente Rollenerwartung aus.
- 17 Im Unterschied zu Spielinszenierungen stellen sie keine Figur dar. Doch das für die Rollendarstellung definitorische "als ob" ist im Spiel der Show, das den fiktionalen Rahmen des Spiels setzt, gegeben.
- 18 Als Argument für diesen Darstellungsmodus mag ein Hinweis aus der Produktion dienen: Die vom Kandidaten vorgeschlagenen Fragen werden mit der Redaktion beraten, damit häufige Ähnlichkeiten mit Fragen vorheriger Sendungen vermieden werden und der Fragesteller sich durch die Fragen möglichst telegen inszeniert. Die Antworten sind ebenfalls mit der Redaktion entwickelt und geprobt, damit Doppelungen vermieden werden und die Antworten möglichst gut den Typ des Kandidaten im Sinne der Show-Dramaturgie charakterisieren.
- 19 Ich benutze den Begriff hier im Sinne Jan Bergs, obwohl ich im Zusammenhang des medialen Spiels seine pejorative Konnotation für unangemessen halte: Die Kandidaten wissen um diese Momente, und Herausforderung an ihre Selbstdarstellung ist es, solche Momente der Nicht-Darstellung, möglichst zu vermeiden. Man könnte hier, um von der mit Gewalt von Waffen oder Geld erzwungenen Ausstellung von "Wilden" im Tierpark Hagenbeck zu unterscheiden, von *unwillkürlicher Darstellung* sprechen.
- 20 John Fiske: Television Culture. London: Methuen 1987, S.173ff.
- 21 In einem Test in einem Seminar zur Fernsehanalyse mit vorwiegend aus der gebildeten Mittelschicht stammenden Studenten der Kulturpädagogik fand sich weder eine Studentin noch noch ein männlicher Seminarteilnehmer, die/der auf Robert nicht ablehnend reagierte. In der Beurteilung von Hanni aber gingen die Urteile, auch innerhalb der Geschlechter, weit auseinander.
- 22 Zum Aspekt der "Diskursivierung" von Sexualität in 'love-shows' und zur "Strukturierung von Handlungsmöglichkeiten" durch die ausgestellten Geschlechtsrollenbilder und Lebensstile vgl. Eggo Müller: Zu Paaren getrieben. Die neuen Liebes-Spielschows im Fernsehen. In: Das Single. Gesellschaftspolitische Folgen eines Trends. Hg. v. Gerd Grözinger. Opladen: Leske & Budrich 1992.
- 23 Weder das Konzept der Subjekt-Positionierung durch den Text noch das der Identifikation des Lesers berücksichtigen eine vorgängige Identität des Rezipienten und eine identitätsspezifische Verarbeitung des Textes. Die Annahme des Rezipienten als tabula rasa erscheint mir als theoretisch unhaltbares Modell.
- 24 Friedrich Krotz: Lebensstile, Lebenswelten und Medien: Zur Theorie und Empirie individuenbezogener Forschungsansätze des Mediengebrauchs. In: Rundfunk und Fernsehen, 39. Jg. (1991), H.3, S.317-342.
- 25 John Fiske: Reading Popular Culture. Boston u.a.: Unwin Hyman 1989, S.140f.
- 26 Völlig ungeklärt ist allerdings die Frage, ob die Thematisierung von Grenzen diese Grenzen befestigt oder aufweicht: Verändert das Spiel mit Sexualitätsvorstellungen sexuelle Normen oder werden sie durch spielerische Überschreitung und damit Erfahrung ihrer Grenzen befestigt?

- 27 Vgl. als empirische Untersuchung, die Formen der Mikropolitik belegt, z.B. Janice A. Radway: *Reading the Romance. Women, Patriarchy, and Popular Culture*. Chapel Hill / London: University of North Carolina Press 1984.
- 28 Ulrich Beck: *Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne*. Frankfurt/M.: Suhrkamp 1986, S.198f.
- 29 So könnte man das Konzept des Fernsehens als "kulturelles Forum" kennzeichnen; vgl. Horace M. Newcomb / Paul M. Hirsch: *Fernsehen als kulturelles Forum. Neue Perspektiven für die Medienforschung*. In: *Rundfunk und Fernsehen*, 34. Jg. (1986), H.2, S.177-190.